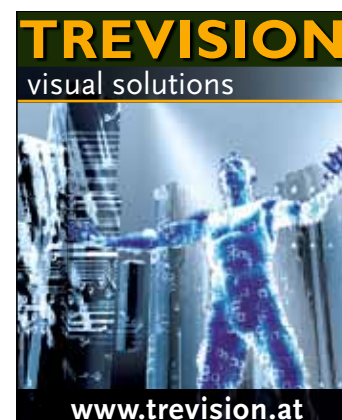




medianet

**ZUKUNFT DER MEDIAPLANUNG**

Joachim Feher, MediaCom, über den Wandel zur Content + Connections Agency **Seite 8**

**DER ELCH VON SERBIEN**

Ikea erwartet demnächst die Baugenehmigung für den ersten Standort in Belgrad **Seite 14**

**IDEENREICHE FONDSBRANCHE**

Pensionsvorsorge: Fondsverbände schlagen der Politik das „Vorsorgedepot“ vor **Seite 20**

www.plakativ-werbetechnik.atwww.bellutti.at**INHALT****prime news & market watch**

- > Vorschau zur marke[ding] & Newsweek Wien 2015 **3**
- > „Label-Lüge“: Was Waschzettel verschweigen **4/5**

marketing & media

- > Puls 4 strukturiert Vorabend um: zwei neue Formate **9**
- > xpilot@media.at: Smart Data Wall für Big Data **10**

retail

- > Baumärkte: Zwischen Bondage & Do-it-yourself **15**
- > eCommerce und Mobile Shopping sind die Zukunft **16**

business weekend

- > Zinshäuser mit stabilen Renditen und Preisen **26**
- > Marketiers wissen zu wenig über ihre Klientel **44**



- > Hannover Messe: Industrie 4.0 im Mittelpunkt **50**
- > Autoindustrie lässt Big Data vielfach außen vor **56**

medianet xpert.network

Das erste B2B-Branchenportal für Werbeagenturen und Marketingberater!

(xpert.
medianet.at)



P.b.b.
022030468 T
„medianet“ Verlag AG, Breitenstraße 10/4, 1110 Wien
Retouren an Postfach 100, 1350 Wien

TV-Format Kooperation von ServusTV mit der *Kronen Zeitung* – Start am 27. April

Spitzes ServusTV mit breiter „Krone“



On Air Die neue Sendung „Servus Krone“ zeichne sich durch die Spitze des von ServusTV produzierten Formats einerseits sowie durch die breite Verwurzelung der *Krone* andererseits aus, erläutern die Verantwortlichen im Interview. **Seite 2**

Das größte Außenwerbenetz Österreichs:

**27.190 Werbeflächen
im besten Qualitätsnetz.**

Quelle: EPAMEDIA, 27.190 OSA Medien Q4/2014

TEL: +43/1/534 07-0
www.epamedia.at

EPAMEDIA

Kundenbeziehungen endlich entschlüsseln

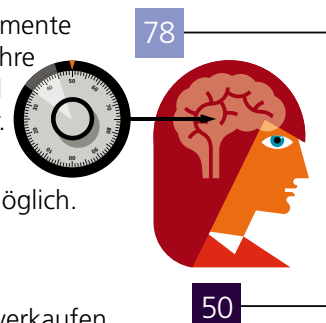
TRI*M ist der weltweit führende Forschungsansatz, um Kundenbeziehungen zu verstehen und zu managen.

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!

TRI*M - mehr wissen, mehr verkaufen.



TNS Info Research Austria

TNS

Tel.: 01-526 55 84
office@tns-austria.com
www.tns-austria.com/TRIM

Partnerschaft Gemeinsames, tägliches TV-Format der Tageszeitung mit dem Fernsehsender geht am 27. April on air

„Krone“ sagt Hallo zu Servus

25-minütiges Magazin wird von ServusTV produziert; dabei greift man auf Geschichten und Netzwerk der *Krone*-Redaktion zu.

JÜRGEN HOFER

Wien/Salzburg. Am 27. April startet das neue Fernsehformat von *Krone* und ServusTV (Details zu den Inhalten siehe unten). **medianet** sprach mit Martin Blank, General Manager von ServusTV, und Gerhard Riedler, Geschäftsführer Mediaprint und Krone Multimedia, über ihre Pläne.

medianet: *Wie definiert sich das neue TV-Format ‚Servus Krone‘? Als Politikmagazin? Als Service-sendung?*

Martin Blank: Ich glaube, dass diese Begriffe so nicht mehr funktionieren. Es wird Politik stattfinden, wenn sie von nationaler Relevanz ist. Wir machen aber sicherlich kein Landeshauptmann-Fernsehen. Es geht um spannende Geschichten von Politik bis Kultur, Wirtschaft über Sport, Leben bis Heimat – es geht um die inhaltliche Vielfalt, für die wir auch als Sender stehen.



ServusTV General Manager Martin Blank (links) gemeinsam mit dem neuen Content-Partner Gerhard Riedler, *Krone*.

medianet: *Das heißt Servus schickt ein Kamerateam und geht mit dem Krone-Redakteur zur Geschichte?*

Riedler: Es gibt in jedem Bundesland eine gemeinsame Redaktion, wo entschieden wird, welche Geschichten auf Sendung gehen – ServusTV schickt dann quasi seine rasenden Reporter los.

Blank: Die redaktionelle Hoheit liegt bei ServusTV, unsere Leute bauen die Geschichten. Dafür nutzen wir das sehr breite Gschichten-Wissen und die Vernetzung der *Krone*-Redaktion. Auch die Produktion läuft über uns: Wir haben fünf Übertragungswagen, mit denen wir innerhalb von ein paar Minuten live on air gehen können. Diese sind über ganz Österreich verteilt, wodurch wir schnell vor Ort sein können und diese nicht nur für Live-Einstiege, sondern auch für Datentransfer von Schnittmaterial oder fertigen Beiträgen nutzen können. Ein örtlicher Schwerpunkt liegt in Wien, von wo aus wir drei Bundesländer bedienen; daher haben wir in St. Marx auch ein Studio und Hauptstadtbüro gebaut, das für ‚Servus Krone‘ und die Servus Journale arbeitet. Im weiteren Ausbau werden wir kleine Hubs in anderen Bundesländern schaffen.

medianet: *ServusTV bedient ein doch sehr spezielles Segment, die Krone bringt ein eher populäres Angebot. Wie passt das von der grundsätzlichen Herangehensweise? Oder erhofft man sich durch diese unterschiedlichen Zugänge eine gegenseitige Befruchtung?*

Blank: Zweiteres. Was wir nutzen, ist die Infrastruktur und das Netzwerk, um so qualitativ hochwertiges Fernsehen zu produzieren. Dass wir das können, haben wir bewiesen; der Anspruch für ‚Servus Krone‘ ist der selbe wie für alle anderen Servus-Inhalte. Die Spitze des Formats auf der einen Seite und die breite Verwurzelung der *Krone* hilft uns, um Reichweiten und Relevanz aufzubauen. Das ist das Asset aus der Kooperation. **Riedler:** Was wir geben, hat Martin gerade angesprochen. Was wir nehmen, ist Bewegtbild-Kompetenz – unsere Redakteure lernen mit, wie man Fernsehen macht – und Bewegtbild-Content. Was Bewegtbild im Internet bewirkt, haben wir in den letzten Jahren gesehen. Teil unserer Strategie ist es daher, den Video-Content auf krone.at kontinuierlich auszubauen. Durch die Kooperation mit ServusTV haben wir jetzt die Möglichkeit, neben Sport und Adabei auch hochqualitativen

Bewegtbild-Content aus dem Bereich regionale News anzubieten.

medianet: *Das heißt die Magazinbeiträge werden auf den digitalen Kanälen der Krone gespielt?*

Riedler: Ja. Innerhalb der kürzlich erfolgten Regionalisierung der *Krone*-Plattform werden wir thematisch passende Beiträge spielen.

„Unsere regionale Newskompetenz, kombiniert mit dem TV-Know-how von ServusTV, ist die Synergie der Kooperation.“

GERHARD RIEDLER, KRONE

medianet: *Zeitlich versetzt? Zeitgleich?*

Blank: Wieso nicht auch schon früher? Wir glauben, dass, wenn wir ‚Servus Krone‘ auch auf krone.at spielen, der Brand des Magazins insgesamt davon profitiert.

medianet: *Was erhofft sich die Krone für ihre Digitalplattformen?*

Riedler: Ein klares Anwachsen der Relevanz von krone.at. Wir haben im Vorjahr im Digitalsegment enorm aufgeholt und sind mehr und mehr auf der Überholspur. Die neuen regionalen Bewegtbild-Inhalte sind ein weiterer Treiber auf diesem Weg.

medianet: *Stichwort Reichweite der Krone: So eine Sendung verfolgt ja Ziele. Bei Servus sagt man jedoch oft, dass die Reichweite nicht Ziel Nummer eins sei. Welche Ziele verfolgt man dann?*

Blank: Die Quote ist nicht das Ziel, die Quote ist das Ergebnis guter Arbeit. Wir wollen Programm machen, von dem wir glauben, dass es Interesse weckt. Im Long Run wird sich die Quote entsprechend

entwickeln. Es ist wahnsinnig wichtig, in der Access Prime Time Kontinuität zu bieten, weil Fernsehgewohnheiten in der Zeit nur langsam veränderbar sind. Da darf man sich von volatilen Quoten nicht ins Bockshorn jagen lassen.

medianet: *Der Vorabend gilt als tendenziell sehr schwierig, wo auch der Mitbewerb probiert, wo es mit dem ORF einen gewichtigen Konkurrenten gibt – wie unterscheidet man sich davon?*

Blank: Die Access Prime Time ist schwierig, genau so wie die Prime oder der Morgen. Die Access legt die Basis für die Performance der Prime, denn obwohl man um 20:15 Uhr einen turning point hat und jeder neu mischt, ist es wichtig, mit gutem Vorlauf hinzuarbeiten. In der Access mit dem Magazin um 18:30 gehen wir in ein Programmumfeld, das bisher so nicht bedient wurde. Wir versuchen, etwas anderes zu tun, nicht das von anderen besser zu machen. Das wird uns in der Wahrnehmung klar unterscheiden. Wer sich in Österreich über seine eigenen Landesgrenzen hinaus für relevante österreichische Inhalte interessiert, hatte im TV bis dato keine Heimat.

medianet: *Man hat aber mit 18:30 Uhr schon bewusst nicht gegen die starken ORF-Bundesländersendungen um 19 Uhr programmiert?*

Blank: Naja, es käme auch niemand auf die Idee, am Sonntagabend um 20:15 Uhr einen Krimi zu spielen – gegen den ‚Tatort‘.

medianet: *Was wird es an werblichen Möglichkeiten geben?*

Blank: Wir werden das Magazin nicht unterbrechen. Gesponserte, verkaufte Beiträge, etc. haben bei uns nichts verloren – grundsätzlich bei Servus nicht. Die Unabhängigkeit und Verlässlichkeit der journalistisch sauberen Arbeit ist wichtig für Wahrnehmung und Image.

medianet: *Wie sieht die Finanzierung aus? Wer trägt welchen Teil? Wie hoch sind die Investments?*

Riedler: Das Prinzip ist klar: Das ist eine Sendung von ServusTV, und damit wird diese auch von ServusTV finanziert. Wie viel es kostet, weiß ich nicht ...

Blank: ... ich auch nicht (*lacht*). Ich weiß es schon, aber darüber sprechen wir nicht.

medianet: *Die Mär vom Land, in dem Milch und Honig fließen ...*

Blank: ... das hab ich so oft gehört ... Wir arbeiten genauso unter dem wirtschaftlichen Druck wie jeder andere Sender auch. Von Milch und Honig kann keine Rede sein.

medianet: *Start ist der 27. April – wie ist die weitere Vorgehensweise, wann wird man evaluieren, erstes Feintuning betreiben?*

Blank: Jeden Tag. Ich werde am 28. April um 8 Uhr die ersten Ergebnisse vom Start anfordern und um halb 9 mit Gerhard telefonieren. Die wichtigste Frage ist, ob es inhaltlich das ist, was wir wollten. **Riedler:** Es wird Höhen und Tiefen geben – wichtig sind Kontinuität und Qualität.

medianet: *Ich schliesse daraus, das Agreement zwischen den Partnern besteht längerfristig?*

Riedler: Wir haben kein Ende definiert. Wir starten mit Vollgas.

„Die Spitze des Formats auf der einen Seite und die breite Verwurzelung der *Krone* hilft uns, um Reichweiten und Relevanz aufzubauen.“

MARTIN BLANK, SERVUS TV

medianet: *Eben bei diesen Geschichten kommt die Krone ins Spiel, die Kompetenz und Infrastruktur mitbringen soll. Wie wird hier die Verzahnung stattfinden?*

Gerhard Riedler: Wir bringen das News-Know-how mit, unsere Lokalredaktionen sind in jedem Bundesland an der Quelle der Geschichten. Diese regionale Newskompetenz, kombiniert mit dem TV-Know-how von ServusTV, ist die Synergie der Kooperation. Wir stellen Inhalte bereit, ServusTV setzt diese in Beiträge um. Wir lernen von der TV-Kompetenz, und Servus kann österreichweit auf regionale Inhalte zugreifen, die sonst in dieser Form keiner bieten kann.

Neues Format Die inhaltlichen Eckpfeiler von „Servus Krone“

Vielfalt aus den Ländern

Wien/Salzburg. Das neue Format „Servus Krone“, eine Kooperation von Österreichs größter Tageszeitung *Krone* mit dem Mateschitz-Sender ServusTV, startet am 27. April 2015 und bringt von Montag bis Sonntag, jeweils um 18:30 Uhr, in 25 Minuten Geschichten aus der Region, erläutert General Manager Martin Blank gegenüber **medianet**.

„Wir wollen den Menschen die Geschichten aus den Regionen erzählen, die nicht nur im Bundesland erzählt werden sollten, sondern für alle Österreicher interessant sind“, so Blank. Dabei werde man keine tagesaktuelles Bundesland-Nachrichtensendung sein; man wolle vielmehr „die Vielfalt, die Schönheit, das Spannende, das Lustige, das Skurrile, auch das Ernste, das Schwierige aus den Bundesländern on air bringen. Wir wollen schöne Geschichten erzählen über Menschen, die Besonderes tun oder können, aber auch Themen aufgreifen, die in einem Bundesland aktuell besonders brisant sind.“ Die Moderationspaare Claudia Maxones und Reinhard Jesionek sowie Denise Neher und Philipp McAllister wechseln wöchentlich. Zudem intensiviert man den Nachrichtenanteil. So gibt es künftig neben dem schon bestehenden ServusJournal um 18 Uhr eine weitere Nachrichtensendung, das Servus Journal um 19:20 Uhr. Mehr dazu demnächst in **medianet**.

(hof)

marke[ding] & Newsweek Wien 2015 Am 29. April findet in der Wiener Hofburg wieder Österreichs größte Werbemittelmesse statt

Mit Werbemitteln Gefühle wecken

127 Aussteller aus 9 Nationen zeigen Ideen, Trends und Anregungen.

Wien. Je digitaler unsere Welt wird, desto weniger greifbar werden wir. Werbung per Newsletter ist schnell und direkt, aber sie spricht nur einen einzigen Sinn an. „Machen Sie Ihre Werbung greifbar, spürbar oder hörbar“, schlagen die Initiatoren der Werbemittelmesse marke[ding] & Newsweek Wien 2015 vor. „Mit Werbeartikeln, die Emotionen auslösen.“ Dementsprechend steht die „Fachmesse für haptische Werbung“ auch unter dem Generalthema „Mit Werbemitteln Emotionen auslösen“.

Treffpunkt und Ideenbörse

Das Messekonzept der marke[ding] & Newsweek Wien hat sich mittlerweile bereits als Branchentreffpunkt und Ideenbörse etabliert. Österreichs größte Werbemittelmesse findet heuer zum fünften Mal in den Räumlichkeiten der Wiener Hofburg statt und wird als Forum und offene Informationsplattform für Entscheidungsträger aus der Industrie – insbesondere den Bereichen Marketing, Einkauf und Geschäftsführung – genutzt. Acht renommierte österreichische Trägeragenturen, die ihre Kunden zur Messe einladen, unterstützen das Konzept und werden für eine entsprechend hohe Besucherfrequenz sorgen.

Angemeldet sind insgesamt 127 Aussteller aus neun Nationen, die den voraussichtlich rund 1.500 Fachbesuchern Ideen, Trends und Anregungen aus der Welt der haptischen Werbung präsentieren. Neben Markenartikelunternehmen und zahlreichen Werbeartikelspezialisten sind auch in diesem Jahr wieder einige Aussteller aus verwandten Marketingdisziplinen vor Ort. Das Rahmenprogramm soll, so die Veranstalter, „spannende Einblicke in die Welt der haptischen Werbung bieten“.

Auch heuer wird wieder der wichtigste nationale Werbemittel-Preis marke[ding] Award zur Aus-

zeichnung herausragender Werbeartikel verliehen. Die Kategorien 2015 sind „Werbeartikelneuheit 2015“, „Kreative Verpackungslösung des Jahres“ – und der Sonderpreis für den Einsatz von Werbeartikeln in Kampagnen. Teilnehmen durften Hersteller, Importeure, Händler, Agenturen und alle sonstigen werbenden Unternehmen.

Die Sieger jeder Kategorie erhalten neben der Trophäe ein Preisgeld in Höhe von 1.000 € in Form eines Wertgutscheins entweder für die Teilnahme als Aussteller auf der marke[ding] Messe 2016 in Wien oder für die Schaltung eines Inserats in den *WA Nachrichten*. (red)

MESSEINFOS

Die marke[ding] & Newsweek Wien ist mit ca. 130 internationalen Ausstellern, mehr als 10.000 Werbemittelideen und rund 1.500 Besuchern Österreichs größte Werbemittelmesse. Sie findet heuer zum fünften Mal im Kongresszentrum Hofburg Wien statt. Im Rahmen der marke[ding] & Newsweek werden traditionellerweise die Finalisten der diesjährigen marke[ding]-Awards für die kreativsten Werbeartikel präsentiert.

Termin 29. April 2015

Ort Kongresszentrum Hofburg Wien

Öffnungszeiten 10 bis 18 Uhr

Eintritt kostenlos für Fachbesucher mit Vorregistrierung unter www.marketing-wien.at



Die marke[ding] bringt alle wichtigen Vertreter der Werbeartikelbranche zusammen.


Initiative 40 Maßnahmen „Gründer-Land“

Wien. Wirtschaftsstaatssekretär Harald Mahrer will die Gründerszene beleben. Am Donnerstag stellte er in Wien seine „Gründerland-Strategie“ vor. Skepsis kommt aus der Szene selbst: Es sei noch ein langer Weg zu gehen, meinte etwa Daniel Keiper-Knorr vom Risikokapital-Fonds Speedinvest. In dem vom Wirtschaftsministerium erstellten Bericht werden 40 Maßnahmen aufgelistet, die den Unternehmergeist fördern sollen. Ein Punkt ist natürlich Crowdfunding. (red)



Diskussionsrunde zur Gründerinitiative (Mitte: Staatssekretär Harald Mahrer).

Jetzt Ihren kostenlosen Grundeintrag prüfen!


xpert.network
by medianet



medianet launcht das erste B2B-Branchenportal für Werbeagenturen und Marketingberater.

Gehören Sie dazu? Dann dürfen Sie hier nicht fehlen!
Lassen Sie sich finden und profitieren Sie von neuen Partnerschaften.

Dank umfassender Suchmöglichkeiten werden potenzielle Auftraggeber einfach und schnell auf Sie aufmerksam. Sie entscheiden, in welchem Umfang Sie Ihr Portfolio Ihren Zielgruppen präsentieren wollen.

Jetzt den kostenlosen Grundeintrag im Portal auf Richtigkeit und Vollständigkeit überprüfen!

Dies ist erst der Anfang. Hier der weitere Timetable für die B2B-Portalfamilie:

- PR-Agenturen
- Media-Agenturen
- Eventmarketer, Online- und New Media-Agenturen
- Medien- und Creative Industries

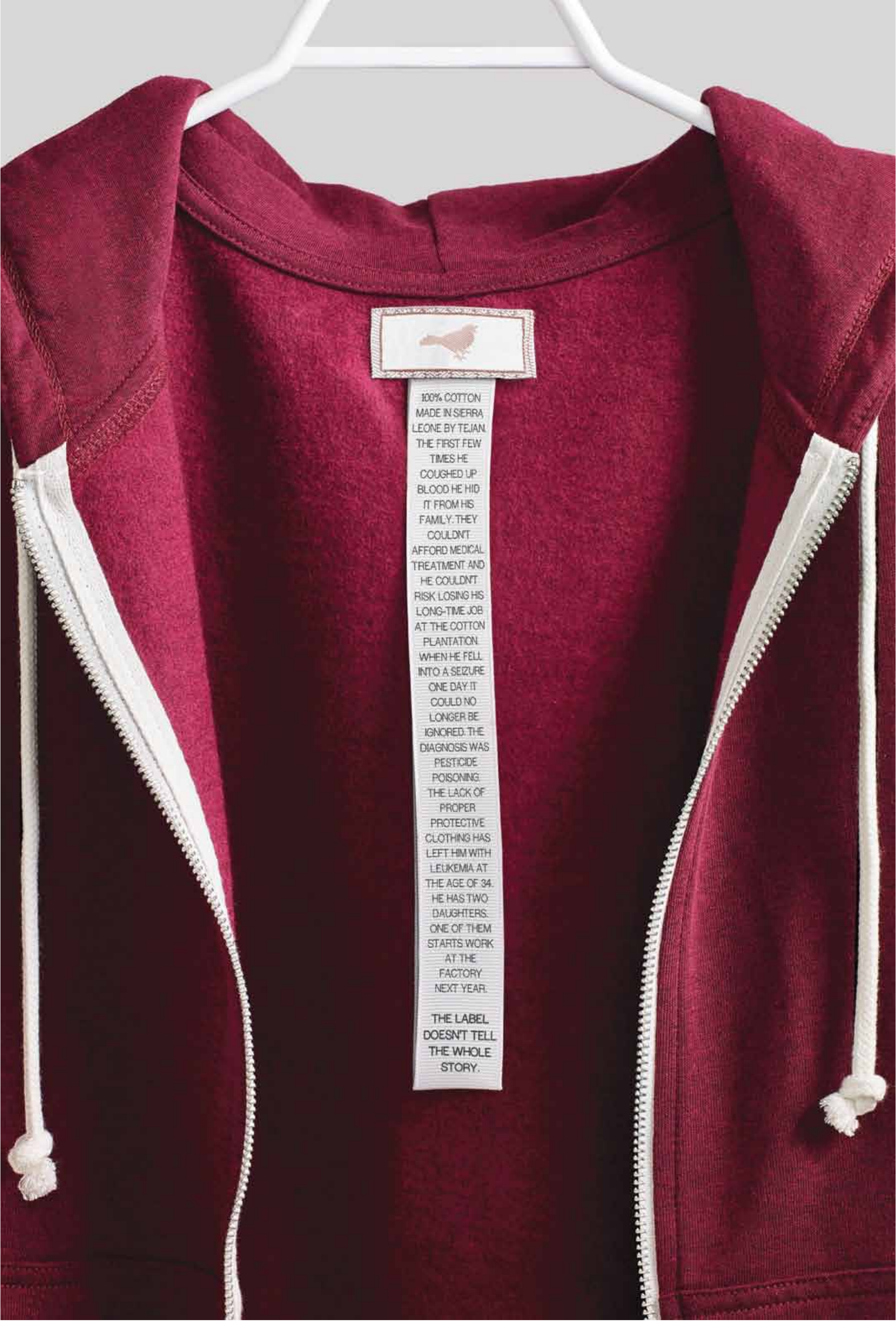
Die Listings:

- Basic
- Standard
- Premium

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

Hier geht´s zu xpert.medianet.at





Label-Lüge

Was Waschzettel *nicht* erzählen „100% Baumwolle. Made in Sierra Leone von Tejan. Als er zum ersten Mal Blut spuckte, verheimlichte er es seiner Familie. Sie konnte sich keine Behandlung leisten, und er seinen Job auf der Baumwollplantage nicht riskieren. Dann hatte er einen Anfall und Ignorieren war nicht mehr möglich. Die Diagnose: Pestizid-Vergiftung. Tejan starb aufgrund fehlender Schutzkleidung mit 34 Jahren. Er hinterlässt zwei kleine Töchter, von denen eine 2016 anfängt, auf der Plantage zu arbeiten.“ Wer möchte Kleidung kaufen, die so entsteht? Niemand. Aber fast alle tun es. Auch die gut informierten, konsumfreudigen Jugendlichen. Eine Spurensuche anlässlich des kommenden Fashion Revolution Day.

ALEXANDRA BINDER

Nein, das interessiert keinen, Hauptsache, es ist günstig.“ Diese und hinreichend ähnliche Sätze bekomme ich gestern in zehn von zehn Filialen allgemein bekannter Textilketten auf der Wiener Mariahilfer Straße zu hören, als ich deren Verkäuferinnen danach frage, ob es Kunden gibt, die explizit nach fair produzierter Kleidung fragen – darunter u.a. H&M, Zara und Benetton. Zugegeben, das ist keine repräsentative Umfrage, aber angesichts der allgegenwärtigen Berichterstattung über marode Fabriken, Dumpinglöhne in der Textilindustrie und Katastrophen wie jene von Rana Plaza dann doch enttäuschend. Obwohl man den Schlagzeilen kaum entkommt, ist die nebulose Vorstellung von Frauen, Männern und Kindern, die in riesigen Hallen zwölf Stunden pro Tag unsere Kleidung zusammennähen also noch immer zu weit weg. Ebenso wie die Horrormeldungen von Hauseinstürzen, Fabrikbränden oder giftigen Chemikalien. Wie sonst ließe es sich erklären, dass der Preis offenbar weiter die Moral schlägt.

Der Preis wird unwichtiger?

Gute Passform, Bequemlichkeit und gute Verarbeitung: Das sind die Top-Drei Kriterien für 43,53 Millionen deutschsprachige Personen zwischen 14 und 69 Jahren beim Kleiderkauf, besagt die jüngste Ausgabe der größten Markt-Media-Untersuchung über den deutschen Modemarkt, die Outfit 8.0. Die Nachhaltigkeit liegt auf dem letzten Platz, dem zehnten. Nur für 36% der Verbraucher ist eine ökologische und faire Produktion ein Kaufkriterium. Wobei Nachhaltigkeitsaspekte in der aktuellen Ausgabe zum ersten Mal seit 1986 überhaupt abgefragt wurden, was an sich schon für den Stellenwert des Themas steht. Am Preis kann es nicht scheitern. Denn der liegt neuerdings nur mehr auf Platz sechs der Kriterien und wird zunehmend unwichtiger, wie die Studien-Autoren betonen. Kaufwillig wäre man auch: 44% legen sich mindestens einmal im Monat neue Kleidung zu, jeder Sechste sogar mehrmals pro Monat. Ist es vielleicht die Vogel-Strauß-Taktik der Konsumenten, die das Problem ist? Könnte sein: Denn schließlich sagten tatsächlich 71% der Befragten „Auch bei Discount-Ware

gibt es heutzutage modisch attraktive Angebote.“ Und die werden gekauft. Ein T-Shirt für 2,50 Euro, eine Jeans für 9 Euro: Mit diesen Kampfpreisen erobert die Modekette Primark derzeit den deutschsprachigen Bereich.

Ein T-Shirt für 2,50 Euro

Als kommenden „Angstgegner des deutschen Textileinzelhandels“ bezeichnen Brancheninsider das irische Unternehmen bereits. Primark erklärt seine Preise mit dem Verzicht auf hohe Margen und Werbekampagnen sowie schlanken Unternehmensstrukturen. Entsprechend erstaunt gab man sich, als Kunden im Juni 2014 in Kleidungsstücken eingenähte Zettel mit Hilferufen asiatischer Arbeitskräfte entdeckten, in denen die über unhaltbare Zustände berichteten. Sie würden „gezwungen, stundenlang bis zur Erschöpfung zu arbeiten“. Es folgten weitere zwei Hilferufe. Zwei der drei seien „Fälschungen“, hieß es schließlich Ende Juni vonseiten Primarks.

Womit wir wieder bei der These der Vogel-Strauß-Taktik sind. Denn geschadet haben die Negativ-Schlagzeilen Primark *nicht*. Im Gegenteil geht die Unternehmensstrategie: „Look Good, Pay Less“ immer besser auf. Sechs Milliarden Euro Umsatz machte Primark 2013; H&M im Vergleich dazu zwar 16 Milliarden, aber die Erlöse von Primark stiegen im letzten veröffentlichten Geschäftsjahr um 16 Prozent, die bei H&M nur um sieben. Und auch in Sachen Flächenproduktivität liefert Primark eine schier unerreichbare Vorgabe: 8.000 bzw. über 9.000 Euro/m² erreicht man (Anm.: in Bremen und Frankfurt). „Wer ein T-Shirt für zwei Euro kauft, muss wissen, dass jemand anderes den Preis dafür bezahlen muss“, sagt Hubertus Thiermeyer von der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di dazu. Die Konsumenten, allem voran junge Menschen, kümmert das aber offenbar nicht.

Wer’s nicht richten wird

Die kommende Generation wird’s nicht richten, so viel ist sicher; eine kürzlich veröffentlichte Greenpeace-Studie bestätigt das. Zwar wissen die Jugendlichen bestens Bescheid über die Bedingungen in der Textilproduktion – weder die Ausbeutung von Textilarbeitern, noch der hohe Chemikalieneinsatz

bei der Herstellung ist ihnen neu. Doch die junge, kaufkräftige, konsumfreudige Zielgruppe, die gut informiert ist, lässt nicht hoffen. Bei Greenpeace winkt man ab. Über Widrigkeiten in der Textilproduktion Bescheid zu wissen, das heißt nicht gleich, deswegen selbst auf zertifizierte Herstellungsbedingungen oder Labels zu achten. Tatsächlich sind die nur für zehn Prozent der Teenager ein Kauffaktor.

Die Greenpeace-Studie ist übrigens repräsentativ. Rund 500 deutsche Jugendliche äußerten sich zu ihrem Kleider-Kaufverhalten. Und für die zählen Preis, Design und Marke. Ihre Kleidung kaufen über 80 Prozent bei Fast-Fashion-Ketten wie H&M und C&A. Online kleidet sich etwas mehr als die Hälfte ein und wenn, dann vorzugsweise bei Zalando und Amazon. Doch die Studie liefert noch mehr interessante Details. Etwa, dass Grüne Mode an sich sehr wohl ein Thema für Jugendliche ist und sie sich auch mehr Informationen zu alternativen Labels wünschen, aber kaum nachhaltige Modemarken kennen. Während Nike, Adidas und Co. über 90 Prozent ein Begriff sind, kennen grüne Labels wie ArmedAngels oder Recolution nur drei bis sechs Prozent. Liegt das Problem demnach an den Werbelinien der nachhaltigen Markenartikler, die Jugendliche nicht erreichen? Nicht nur, meint Kirsten Brodde, Greenpeace-Expertin für Textil, obwohl Läden und Siegel für ökologisch hergestellte Kleidung tatsächlich zu unbekannt sind, um Konkurrenz für konventionelle Modehäuser zu sein. Sie sagt: „Jugendliche wissen um die Ausbeutung von Mensch und Natur in der Textilproduktion, allerdings blenden sie das im Laden aus.“

„Zu teuer“ & „zu schmutzig“?

Ausblenden: Das tun die Teenies unter anderem, weil sie Vorurteile haben, die ihnen im Weg stehen: Etwa ein Drittel der Befragten ist sicher, sich grüne Mode nicht leisten zu können; sie sei außerdem nicht cool genug und die Auswahl zu klein. Secondhand-Kleidung als weitere Alternative zum Shopping bei großen Modekonzernen können die Jugendlichen auch nichts abgewinnen: Rund 70 Prozent der Teenager sind tatsächlich der Meinung – sie sei „nicht sauber“. Da verwundert es dann auch nicht mehr, dass Kleidung teilen, tauschen oder upcyclen nicht sichtbar

SEAN MCHUGH

GF des kanadischen Fair Trade Network
<http://cftn.ca/>



„

In der Kleidungsindustrie wird viel darüber gesprochen, doch soweit ich das sehe, gibt es keine Verbesserungen. Die Probleme sind nicht verschwunden, und ehrlich gesagt, haben sie sich nur noch verschlimmert.“

und populär genug ist. Und auch nur ein Drittel verkauft Kleidung über das Internet.

Brodde spricht von „alten Zöpfen, die abgeschnitten gehören“, und entgegnet den Vorurteilen: „Das Angebot an gut gemachter Ökomode wächst rasant. Und wer ein Teil weniger kauft, kann sich die hochwertigere Alternative auch leisten.“ Kommerzielle Modeketten und Shopping-Websites würden allerdings in eine andere Richtung beeinflussen: Es würden immer neue Trends beworben – modisch solle es sein, neu und dabei besonders günstig. Aus dieser Konstellation einer Wegwerf- und Massenkonsum-Kultur ergibt sich naturgemäß auch ein sehr legerer Umgang mit ausrangierter Kleidung. Jeder Fünfte der befragten Jugendlichen schmeißt Altes einfach in den Mistkübel.

Fashion Revolution Day Nr. 2

Um nachhaltig etwas in den Köpfen der Konsumenten zu verändern, heißt es also wohl oder übel, weiter zu informieren. Wobei es in Sachen Umdenken wesentlich sein wird, die Menschen emotional zu erreichen. Wie das geht, das macht derzeit „The Canadian Fair Trade Network“ vor. Die Organisation erzählt in einer neuen Kampagne die

wahre Geschichte hinter Produkten und druckt sie frei nach dem Motto „The label doesn’t tell the whole story“ neben den üblichen „100% Cotton“ auf Waschzettel, die bis zur Hälfte der Kleidungsstücks reichen: Z.B. die von Tejan (siehe Bild), dem zweifachen Vater aus Sierra Leone.

Entworfen wurde die Kampagne anlässlich des *Fashion Revolution Day*, der am 24. April begangen wird. An diesem zweiten Jahrestag der Rana Plaza-Katastrophe in Bangladesch, bei der 1.133 Menschen getötet und 2.500 Personen verletzt wurden, sollen Menschen in über 66 Ländern weltweit die Modemarken auffordern, ihr Engagement für die Transparenz der gesamten Wertschöpfungskette zu demonstrieren. Sie sollen sich an Events, Flashmobs, Workshops und einer weltweiten Selfie-Kampagne beteiligen. Veranstalterin Carry Somers, Pionierin der Fair Trade Bewegung und Gründerin des Hut-Labels Pachacuti, wünscht sich an diesem Tag Soziale Netzwerke, die voll sind mit Fotos von Menschen, die ihre Kleidung auf links tragen, so das Label „Made in...“ zeigen und den Modemarken alle eine Frage stellen: „Who made my clothes?“

„Would you buy it?“

Spannend dürfte auch ein Projekt werden, das die Schleuderpreise bei Textil-Discountern in den Fokus rückt. Es trägt den Titel „Would you buy it?“ und will herausfinden, ob Verbraucher billige Kleidung auch kaufen, wenn ihnen klar gemacht wird, unter welchen Bedingungen sie produziert wurde? Zu diesem Zweck verkauft ein Automat auf dem Alexanderplatz T-Shirts für zwei Euro. Wirft jemand Geld hinein, wird auf einem eingebauten Bildschirm gezeigt, wie das T-Shirt entstanden ist – daraufhin wird erneut gefragt, ob man das Stück kaufen möchte. Eine versteckte Kamera filmt die Reaktionen; BBDO Berlin macht daraus eine Dokumentation.

Österreich beteiligt sich am heurigen Fashion Revolution Day mit einem Film-Screening der Dokumentation „Traceable“ und anschließender Podiumsdiskussion im Wiener Schikaneder Kino, dem Rotgold-Markt in der Oslipler Cselley-Mühle und einer Abschlussparty in Magdas Hotel in Wien.

Weitere Infos: <http://fashion-revolution.org/country/austria/>



medianet
LEITARTIKEL

Eine für alle, alle für eine

Keine Einschnitte bei den Beamtengehältern. Lieber eine Verwaltungsreform. Wenn sich die Sozialpartner einmal einig sind, muss einen das nachdenklich machen.

SABINE BRETSCHNEIDER

Unheilig Arbeiterkammer, Gewerkschaft und Wirtschaftskammer werfen sich mit Verve in den Kampf für die Beamten. Anlass sind die von der Regierung geplanten Sparmaßnahmen „in der Verwaltung“. Im Rahmen des Finanzrahmens 2016–2019 sollen ja 1,1 Milliarden Euro eingespart werden. Im Zuge dessen sickerte durch, dass auch bei der Beamtenschaft 430 Mio. Euro fällig werden. „Wenn man in der Verwaltung sparen will, wird das auch die Beamten treffen“, hatte der Bundeskanzler orakelt. Da war Schluss mit lustig.

Faktisch betrachtet, ist beim Sparen in der Verwaltung, sagen Experten, ohnehin nicht viel drin. Außer man setzt bei den Landesregierungen an – und den jeweils in neun Instanzen aufgesplitteten Regelungen von allem und jedem. Das wiederum ist realpolitisch betrachtet nicht zu erwarten.

Abseits der tatsächlichen Möglichkeiten und Unmöglichkeiten ist es jedoch spannend zu beobachten, wie die Wählergruppe Beamte den unterschiedlichen Interessenvertretungen Feuer unterm Hintern macht. Arbeiter-

terkammer-Präsident Rudolf Kaske stellte im Ö1-Morgenjournal klar, dass die Arbeitnehmer die Steuerreform *sicher nicht* selbst zahlen werden. Diese Sprachregelung hat sich auch bei der Gewerkschaft in Windeseile durchgesetzt und könnte zum geflügelten Wort werden, wenn auch die dahin-

terliegende Logik hatschert ist. Angestellte in Hotellerie und Tourismus werden, wenn man den Verzweiflungsbekundungen der von Registrierkasernen bedrohten Unternehmen Glauben schenkt, nolens volens auch zur Finanzierung der Steuerreform beitragen. Irgendwo muss ja gespart werden.

Was also soll diese eigenartige Solidargemeinschaft mit der Gewerkschaft Öffentlicher Dienst? Die Kammer für Arbeiter und Angestellte ist per Definition zwar die gesetzliche Interessenvertretung der Arbeitnehmer in Österreich – nicht aber jene der Beamten bzw. der Vertragsbediensteten des öffentlichen Dienstes ... Und in welcher Nische positioniert sich die Wirtschaftskammer inmitten dieser Revolte der Steuerreformopfer? Deren größte Mitgliedergruppierung sind inzwischen die Ein-Personen-Unternehmen, die sich so einen sozialpartnerübergreifenden Einsatz für ihre Belange auch mal – und von Herzen – wünschen würden. Abschließend: Fast eine halbe Million Arbeitslose gäbe es auch noch hierzulande, die sich so ein Tamtam vor der eigenen Kündigung auch gewünscht hätten.



mail to
s.bretschneider
@medianet.at

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 und Leiterin des Redaktions-
teams: Sabine Bretschneider, Stv.: Dinko Fejzuli

Kontakt:

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

Abo, Zustellungs- und
Adressänderungswünsche:

ABO@MEDIANET.AT
oder
TEL. 01/919 20-2100

medianet prime news
(primenews@medianet.at)

Chefredakteurin: Sabine Bretschneider
(sb – DW 2173)

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

medianet marketing & media
(medien@medianet.at)

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

Redaktion: Jürgen Hofer (hof – DW 2171)

medianet retail

(retail@medianet.at)

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

Redaktion: Jutta Maucher (jm),
Daniela Prugger (dp – DW 2228)

medianet specials

(specials@medianet.at)

Redaktionelle Leitung: Britta Biron (bb – DW 2226)

medianet financenet & real:estate
(financenet@medianet.at)

Chefredakteurin: Linda Kappel (lk)

medianet advisory

(advisory@medianet.at)

Chefredakteur: Paul Christian Jezek (pj)

medianet technology & industrial technology
(technology@medianet.at)

Chefredakteur: Peter Mosser (pm)

Leitender Redakteur: Chris Haderer (hc)

medianet destination

(destination@medianet.at)

Chefredakteur: Peter Mosser (pm)

medianet automotive business
(automotive@medianet.at)

Chefredakteur: Peter Mosser (pm)

medianet health economy

(healthconomy@medianet.at)

Chefredakteur: Martin Rümmele (rm)

medianet careernetwork

(careernet@medianet.at)

Chefredakteur: Paul Christian Jezek (pj)

Lektorat: Christoph Strolz **Grafik/Produktion:**
Raimund Appl, Peter Farkas **Lithografie:** Beate
Schmid, Berat Qelaj **Anzeigenproduktion:** Aleksan-
dar Milenkovic **Druck:** Mediaprint Zeitungsdruckerei
Ges.m.b.H. & Co. KG, Wien **Vertrieb:** Post.at &
„redmail Logistik & Zustellservice GMBH, Service-
Hotline: 795 00-60, servicecenter-wien@redmail.at“
Erscheinungsweise: 2x pro Woche (Di & Fr) **Erschei-**
nungsort: Wien **Einzelpreis:** 3.– € (Di); 4.– € (Fr)
Abo: 279.– € (Di & Fr); 179.– € (Fr) (Jahr) (inkl. Porto
& 10% MwSt.) **Auslands-Abo:** 429.– € (Di & Fr);
229.– € (Fr) (Jahr). Bezugsabmeldung nur zum Ende
des vereinbarten Belieferungszeitraums bei 6-wöchi-
ger 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/>



ZITAT DES TAGES

Wiens Bürgermeister Häupl
über Kollegin Vassilakou

Wir müssen
ja nicht als
Almdudler-
pärrchen auf-
treten – bei
aller Wert-
schätzung
für dieses
Getränk.



HEUTE IM BUSINESS WEEKEND



CHRISTIAN RAMBERGER,
ALLIANZ INVEST, S. 23



ÖFV-MITBEGRÜNDERIN
WALTRAUD MARTIUS, S. 68

„Viele Anleger
stellen sich
die Frage, ob
es nun schon
zu spät ist,
einzusteigen.“

„Franchise
ist ja viel
mehr als eine
Vertriebs-
idee.“

Gastkommentar Der eigene Dienstleister werden

Schleichend zum Wutbürger

Na bravo Nun hat es mich auch erwischt: Meine Hausbank schließt „meine“ Geschäftsstelle. Noch vor wenigen Jahren fing mich der Filialleiter auf der Straße ab und erläuterte mir stolz, dass „seine“ Filiale, an einem großen Fußgängerknotenpunkt gelegen, umgebaut und zur Vorzeigefiliale umgestaltet würde. Ich schätzte das Ergebnis dieses Umbaus sehr, weil die mir seit Langem zugeordnete Beraterin mich nun noch besser in angenehme gestalteten Besprechungsinselführen konnte und mir vor allem die mir zumeist lästigen Vorgänge abnahm.

Natürlich fiel mir schon lange auf, dass ich Schritt für Schritt und alternativlos ins Electronic Banking gedrängt werde. Soll ja auch viel bequemer sein, 7 Tage 24 Stunden meine wahnwitzig dringenden Bankgeschäfte am eigenen Laptop erledigen zu können, mich durch irgendwelche Menübäume am Bildschirm zu den für mich personen- genau konfigurierten Bankleistungen viertelstundenlang durchzuquälen ...

Und warum lassen wir uns das alles gefallen?

Nächstes Beispiel: Jede Bestellung im Internet bei einem neuen Anbieter bedingt ein meist umständliches Ausfüllen von Formularen zur eigenen Person als (zukünftigem) Kunden wie auch zur Bestellung selbst. Man nimmt es stoisch hin, dass man anschließend mit E-Mails zu Angeboten dieses Anbieters zugeschüttet wird, oft zusätzlich von weiteren Unternehmen, die offenkundig die Adresse weitergereicht bekommen haben.

Auch Vielreisende nehmen ihre Buchung selbst vor. Ist natürlich super, wenn man von Brokern eine Fülle alternativer Angebote gelistet bekommt. Bis man entdeckt, dass gar nicht alle Verbindungen dort auffindbar sind – oder ein Broker für den Privatbesteller andere Angebote und Preise liefert, als wenn man sich über das Firmenkonto einwählt. Bahnfahrten zu buchen, scheint vordergründig einfacher zu sein. Versuchen Sie aber mal, internationale, grenzüberschreitende Strecken zu bestellen. Irgendwann geben Sie auf, suchen das Kundenzentrum auf, um im unterbesetzten Schalterbereich Schlange zu stehen. Vermutlich wird jeder Leser eigene Beispiele einbringen können.

Die eine Dimension des Ärgers sind die aberwitzigen nationalökonomischen Kosten, die durch solche Verlagerungen von Aufwänden auf jeden von uns als Privatperson erzeugt werden, denn dieser Effekt wirkt ja multiplikativ. Die andere Dimension ist, was uns damit an persönlichem Ärger und Stress auferlegt wird. Ich wundere mich, mit welcher „Sheepishness“ – mir fehlt ein deutsches Wort dafür, vielleicht Schafsbldheit? – wir uns das alles gefallen lassen, insbesondere die jüngere Generation, die offensichtlich nichts Besseres erleben durfte. Mit jeder neuen Abwälzung von Kosten auf mich als Bürger wächst ein Stückchen mehr die Wut, dass mir wieder ein Gramm Lebensqualität geklaut wird. Eigentlich schützt mich nur noch mein Alter davor, darüber zum aktiven Wutbürger zu werden.

Der Wissen(schaft)smanager Günter Koch ist Gründer und Sprecher des österreichischen Partnerschaftsunternehmens **execupery**; www.execupery.com.

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

© Altkrain Aranea

© Allianz/Ingo Fölle

© Syncon



marketing & media



© Christoph H. Breneis

**KAMPAGNEN**

Agentur brainworker für die Apothekerkammer sowie die Gebietskrankenkasse **Seite 9**

**PORTALE**

Die RMA erweitern ihr Portfolio um eine digitale Plattform für Kleinanzeigen **Seite 10**

FMP TALK

Zum Thema „Digital killed the Radio Star“ **Seite 12**

SHORT

© Lisa-Maria Trauer

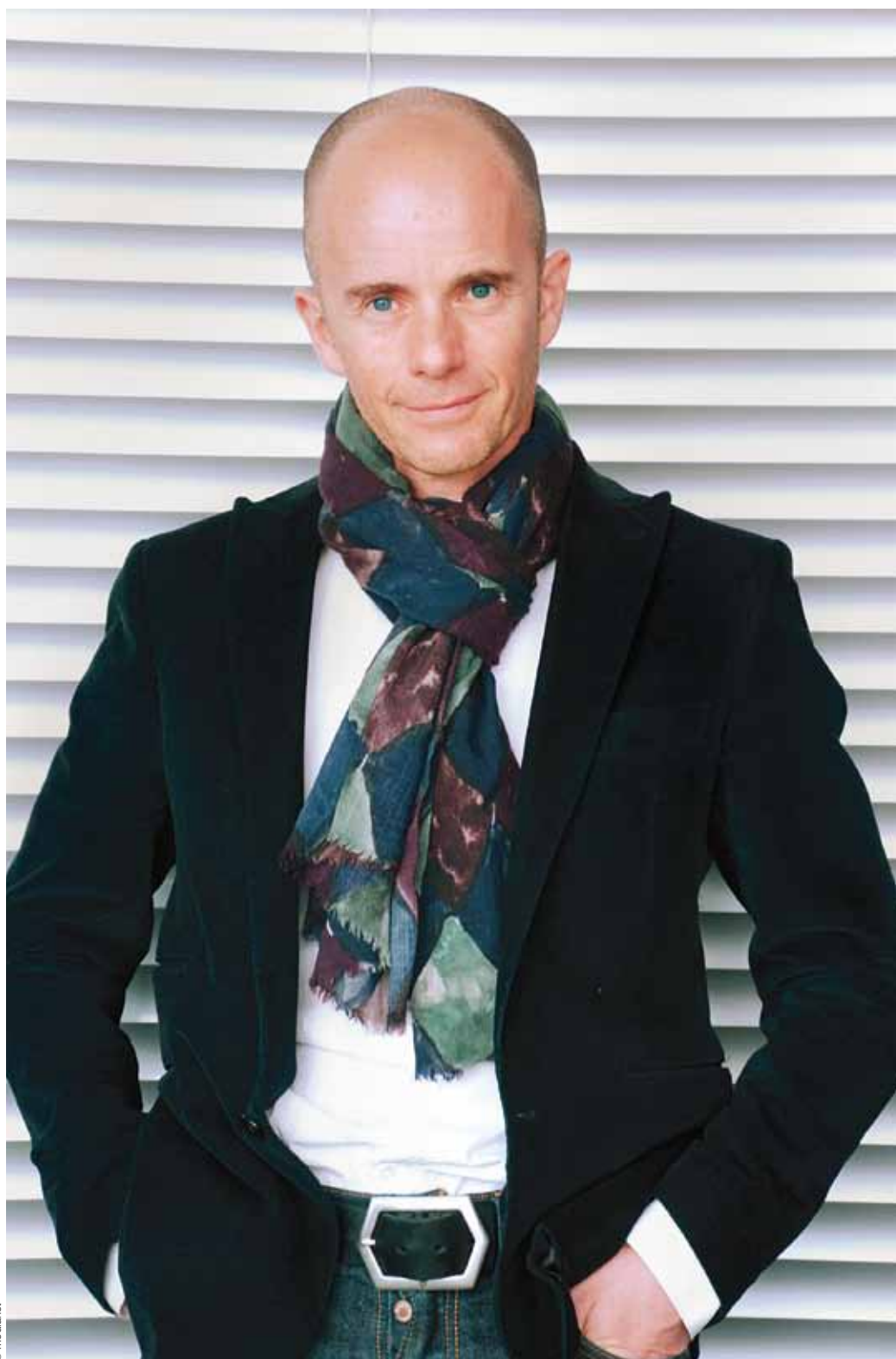
Norbert Oberhauser leitet als Moderator die neue Puls 4-Show „4 gegen 4 – Das Couch-Duell“, welche ab 27. April um 20 Uhr zu sehen sein wird. Darin duellieren sich Familien im Rahmen eines Quiz um verschiedenste Preise. Die neue Sendung ist zugleich auch der Auftakt zur Umstrukturierung im Vorabend des Privatsenders: Neben der Fortführung bestehender Formate kommt auch die Sendung „iLike“, welche die besten Beiträge aus der Welt der Sozialen Medien zeigt. **Seite 9**



© pilot@media.at

Andreas Martin, Geschäftsführer der Digital-Agentur pilot@media.at, präsentiert einen Trading Desk für Real Time Advertising, der als Schnittstelle zwischen Kunden und Medieninventar-Anbietern dienen soll. Dadurch wolle man den Kunden Vorteile bieten von Abwicklung der Deals bis hin zu Targetingmöglichkeiten. Auch für Inventaranbieter ist der Trading Desk gedacht; diese können hier beispielsweise eigenes Premium Inventar inklusive Daten zur Verfügung stellen. **Seite 10**

Inhalte und Vernetzung im Fokus der MediaCom



© medianet

Ausrichtung Die größte, international ausgerollte Umstrukturierung der Geschichte passiert aktuell in Österreichs größter Mediaagentur: Bei der MediaCom agiert man unter dem Motto „Content & Connections“, erläutert deren CEO Joachim Feher im Gespräch mit **medianet**.

Seite 8

Der medianet Sonderthemenplan 2015 ist hier abrufbar!

(www.medianet.at)

**MEDIANET TV HEUTE**

© Springer & Jacoby/Uniq



medianet tv

Springer & Jacoby realisieren die Frühlingskampagne samt Spot für den Kunden Uniq.

Jetzt Ihren kostenlosen Grundeintrag prüfen!



xpert.network by medianet

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

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

Hier geht's zu
xpert.medianet.at



ART DIRECTOR (Vollzeit, Festanstellung)

HIER EINE HEADLINE

VERY VERY VERY GOOD JOB!



SPS MARKETING B 2 Businessclass

Was wir dir bieten:

- moderner Arbeitsplatz
- internationale Projekte
- ein fröhliches Team
- faire Entlohnung
- Fortbildung im Ausland

Was du können solltest:

- einschlägige Ausbildung
- mehrjährige Agenturerfahrung
- interesse an Industriethemen

Bewerb dich bei:
m.kreuziger@sp-s-marketing.com

Jahresbrutto bewegt sich – abhängig vom Qualifikationsprofil – zw. EUR 35.000,00 & 40.000,00

www.sps-marketing.com

Zukunft der Mediaplanung Joachim Feher, CEO der MediaCom, über die Umstrukturierung hin zur „Content + Connections Agency“

„Wollen systembasiertes Denken in die Kommunikation bringen“

Die zigfach möglichen Berührungspunkte mit dem Konsumenten im Fokus; neues Tool namens Connected System Audit.

JÜRGEN HOFER

Wien. „Content + Connections Agency“, unter diesem thematischen Dach läuft aktuell die „größte international ausgerollte Umstrukturierung in der Geschichte der MediaCom“, so Österreich-CEO Joachim Feher im medianet-Gespräch. Was dahinter steckt: Eine interne Neuausrichtung, um den Konsumenten auf sämtlichen möglichen Berührungspunkten tiefer in die Markenwelt hineinzuziehen.

„Wirft man einen Blick auf die Kommunikation und den Konsumenten, so ist es unbestritten, dass dieser so vernetzt ist wie noch nie“, führt Feher aus. User seien vor allem über das Smartphone permanent und überall mit der ganzen Welt verbunden. „Das hat dramatische Auswirkungen auf Werbung und Marketing, weil diese eine Vielfältigkeit erhalten haben, die es analog nie gab.“

„Hero Tools“ erforderlich

Dabei haben Konsumenten eben zigfach Möglichkeiten, mit Inhalten in Berührung zu kommen. „Jeder dieser Berührungspunkte ist eine Chance, tiefer in eine Markenwelt einzusteigen – aber auch das Risiko, den Konsumenten auf der Stelle zu verlieren“, führt der Agenturchef weiter aus. Das sei der Grundgedanke von „Content + Connections“.

Neben Investments in Technologie und „Hero Tools“ umfasse die Umstrukturierung vor allem auch ein intensives Trainingsprogramm. „Wir haben uns auf die Fahnen geheftet, systembasiertes Denken in die Kommunikation zu bringen.“ Dies zu verinnerlichen bedeute, dass nicht nur in den Investmentabteilungen die Grenzen zwischen analog und digital bereits nieder-

gerissen wurden, sondern auch die Kundenberater und Planer Expertise über alle Kanäle benötigen. „Unsere Planer müssen das Geschäftsfeld Kunden noch tiefer verstehen und es erfordert die Fähigkeit des Beraters, eine ganzheitliche und vernetzte Strategie aufzusetzen. Ein Zusammenrücken mit dem Kunden und ein intensiverer Datenaustausch ist dafür erforderlich“, so Feher.

Kombi: Media & Kreation

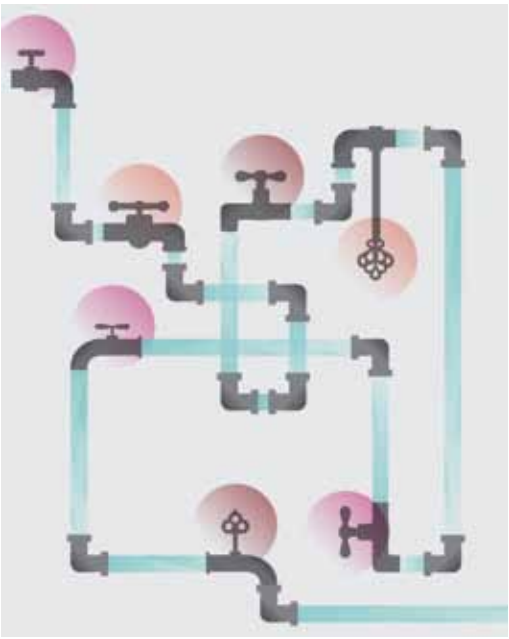
Dazu hole man sich dann auch Know-how aus der GroupM an Bord, beispielsweise im Bereich Performance oder Programmatic. Für den Contentbereich wurde die MediaCom-interne Kreativschmiede Magic Moments gerade neu positioniert. „Aber wir werden definitiv keine Kreativagentur sein“, grenzt sich Feher ab. Worin er seine Rolle in Kombination mit der Kreation sieht: „Ich maße mir nicht an, ohne geniale Kreation mit reiner Planung Großartiges schaffen zu können. Aber genialer Content braucht immer mehr einen zusätzlichen An Schub, sodass er auch bei den Usern ankommt.“ Dies verspürt man nicht nur bei Facebook, wo für

„Jeder dieser Berührungspunkte ist eine Chance, tiefer in eine Markenwelt einzusteigen...“

JOACHIM FEHER, CEO MEDIACOM



So visualisiert man bei der MediaCom den neuen, internationalen Gedankenansatz von „Content + Connections“.



Sichtbarkeit und Reichweite immer mehr investiert werden muss. „Owned allein reicht schon lange nicht mehr, es bedarf unterstützender Maßnahmen, um den Traffic zu steigern“, erläutert Feher.

Das Denken in Systemen und nicht in Silos unterstützt auch ein neues Tool namens Connected System Audit, eine neue Form der Konkurrenzanalyse, wo das gesamte Kommunikationssystem des Kunden unter die Lupe genommen wird. „Nutzt der Kunde alle Möglichkeiten? Gibt es Dead Ends? Inwiefern ist die Kommunikation konsistent? Und noch vieles mehr“, umreißt Feher dabei die Fragestellungen. Daraus bildet sich ein Connected Score, den man dann gemeinsam mit dem Kunden analysiert und mit anderen Marken vergleichen kann. „Allein diese Analyse ist oftmals bereits augenöffnend für die Richtung, die es einschlagen gilt.“ Ohne Zugang

zu Webanalysedaten läuft dabei gar nichts mehr.

Dabei müsse, so Feher, nun auch ein Umdenken in der grundsätzlichen Herangehensweise stattfinden, wie der Weg des Konsumenten noch intensiver begleitet werden kann: „Mediaagenturen haben sich jahrzehntelang auf Awarenessbildung konzentriert. Das ist wichtig, und das brauchen wir weiterhin. Hinter dem first stage of awareness müssen wir aber bei jedem Punkt präsent sein, an dem der Konsument in seinem Kaufentscheidungsprozess vorbeikommt.“

Meile danach gehen

Dabei ende die Reise aber nicht auf der oft zitierten „Last Mile“, sondern auf der Meile danach: „Wie bringe ich den Konsumenten dazu, nach dem Kauf positive Äußerungen zu tätigen und Empfehlungen auszusprechen. Das ist eine

unserer neuen Challenges.“

Bei MediaCom laufen alle Planungen für dieses Jahr bereits unter dem Titel „Consumer Decision Journey“, wo man die komplette Reise berücksichtigt. „Oft genügt es, einen Bruchteil der klassischen Werbung in weitergehende Steps zu investieren und schon zeigt sich dies im Markterfolg. Unsere Vorschläge dahingehend wurden vom Markt sehr gut angenommen“, zeigt sich Feher zufrieden.

Dabei habe man große Freude, „nicht mehr nur GRPs zu optimieren“, sondern über weitergehende Analysen über die Auswirkungen dieser Gross Rating Points die tatsächlichen Auswirkungen zu erheben. „Sind wir ehrlich“, so Feher abschließend, „100 GRPs als Zahl haben den Auftraggeber noch nie interessiert, sondern nur das, was wesentlich ist: nämlich wie viele dieser GRPs auch tatsächlich kaufen.“

TIPP DES TAGES

Hitlers Bilder (A. Rydell)

Der „Schwabinger Kunstfund“ in der Wohnung des Kunsthändlersohns Gurlitt, der „Welfenschatz“, der Film „Monuments Men“ – sie sorgten für Aufsehen und thematisierten alle die NS-Raubkunst, Kunstwerke, die zur Nazizeit beschlagnahmt oder gestohlen wurden. In seinem Buch verdeutlicht Anders Rydell die Kunstpolitik der Nationalsozialisten und stellt ihren Tiefpunkt, die Ausstellung für „Entartete Kunst“, sowie die Zerstörung von Gemälden dar. Erzählt wird eine Geschichte von Beutezügen und von Anstrengungen, die heute noch unternommen werden, um die Werke zu finden. campus, 25,60 €, ISBN: 978-3593501635.

Markenauftritt merkwert für Neuerungen beauftragt

Weingut Reiterer erhält Relaunch

Wien. Die Agentur merkwert Werbung & PR konzipierte für das Steirische Weingut Reiterer einen neuen Markenauftritt.

Dieser besteht aus neuem Packaging und Corporate Design sowie ganzheitlicher Kommunikation inklusive Aufbau des Online-Shops www.weingut-reiterer.com. Seit mehr als 15 Jahren produziert das Weingut Reiterer Schilcher-Frizante und Sekt. „Die Zeit war reif für einen neuen Schritt. Wir wollen

uns mit unserer Marke eindeutig am internationalen Markt unterscheiden und den neuen Markenkern ‚Lebensfreude‘ in den Mittelpunkt setzen“, erklärt Christian Reiterer.

„Das Team von merkwert ist dafür der richtige Partner. Vom Weinexperten Klaus Egle kommt das profunde Weinwissen, und Werberin Elisabeth Egle bringt die entsprechenden Markenführungs-Kompetenz mit ein.“ (red)



Klaus Egle und Elisabeth Egle von der Agentur merkwert Werbung & PR stoßen auf den Markenrelaunch des Weingut Reiterer an.

Public EU-Kampagnen der Wiener Agentur

BrandensteinCom für die EU

Wien. Die Agentur BrandensteinCom wurde mit der Umsetzung zweier EU-Kampagnen beauftragt.

Die Kampagne „Ex-Smokers are unstoppable – Ex-Raucher sind nicht aufzuhalten“ der Generaldirektion Gesundheit und Lebensmittelsicherheit soll auf die Gesundheitsrisiken von Rauchern hinweisen und so zum Nichtrauchen motivieren.

Es handelt sich um eine Weiterführung einer bereits 2011 gestarteten Kampagne der EU.

Die im Zuge der Kampagne beworbene Gesundheitsplattform „iCoach“ soll zum Nichtrauchen verhelfen und richtet sich hauptsächlich an Personen zwischen 25 und 34 Jahren.

Kampagne für Kreditrechte

Eine weitere Kampagne befasst sich mit den Rechten bei Kreditabschlüssen und soll vor allem junge Konsumenten zwischen 18 und 35 Jahren ansprechen und ihnen zu mehr Klarheit verhelfen.

Diese potenziellen Kreditnehmer wüssten oft nicht oder nur ungenügend, welche Rechte sie beim

Abschluss von Konsumkrediten haben. Die Kampagne startet mit Mai 2015.

„Diese beiden Kampagnen für die EU-Kommission durchzuführen, ist eine besonders spannende Aufgabe. Konsumentenschutz in allen seinen Facetten ist ein enorm wichtiges Thema, umso mehr ist es unsere Verantwortung, in der PR klar an die Öffentlichkeit zu kommunizieren“, so Geschäftsführerin Christina Brandenstein. (red)



Christina Brandenstein, BrandensteinCom, setzt zwei EU-Kampagnen um.

SHORT

brainworker realisiert zwei Health-Kampagnen



Das türkischsprachige Sujet von brainworker zur Früherkennung.

Wien. Die Ethnomarketing-Agentur brainworker betreut ab sofort zwei neue Kunden aus dem Gesundheitsbereich.

Die Agentur konzipierte für die Apothekerkammer Wien eine Kampagne zum Thema „Sarkopenie“, welche gerade über Print- & Online-Kanäle kommuniziert wird. Außerdem betreut brainworker seit dem Frühjahr 2015 die Wiener Gebietskrankenkasse und erstellte ein Kommunikationskonzept zur Ansprache von Migrantinnen für das Brustkrebs-Früherkennungsprogramm. Auch diese Kampagne wird seit April über Ethno-Medien geschaltet und durch Promotion-Maßnahmen an relevanten Hotspots unterstützt. Agenturleiter Manuel Bräuhöfer dazu: „Gerade bei einem heiklen Thema wie ‚Gesundheit‘ ist eine sensible Herangehensweise wichtig. Durch unsere Expertise im Ethnomarketing bringen wir wichtige Gesundheitsthemen punktgenau zu unterschiedlichen Zielgruppen.“ brainworker sieht sich als erste Diversity-Marketing-Agentur mit dem Fokus auf Ethnomarketing. (red)

TV Privatsender strukturiert den Vorabend um und launcht zwei neue Formate

Puls 4 stellt um

„iLike“ und „4 gegen 4 – Das Couch Duell“ neu auf Puls 4 ab 27. April.

Wien. Der Privatsender Puls 4 stellt seinen Vorabend um: Ab 27. April geht man mit zwei völlig neuen Formaten und einer neu definierten Zeitstruktur on Air. Ab 27. April zieht der Reigen des Vorabend-Datingformats „Messer, Gabel, Herz. Das Blind-Date-Dinner“ wieder quer durch Österreich mit neuen Folgen. Den Start der neuen Staffel macht Glasbläserin Denise aus Oberösterreich. Unter anderem sucht auch IT-Girl Bahati Venus, alias „Kolibri“ und Ex-Gespielin von Richard Lugner, beim Datingformat nach dem richtigen Partner.

News aus dem Social Web

Silvia Schneider und Volker Piesczek präsentieren das neue Format „iLike – Das Puls 4 Magazin“ von Montag bis Freitag. iLike präsentiert seinen Zusehern die am häufigsten geteilten und diskutierten Top-Themen, Geschichten und Menschen des Tages aus den Bereichen Prominenz, Lifestyle, Information, Kunst, Kultur und Social Media. Der Rahmen: wiederkehrende Rubriken, vollge-

PULS 4-VORABEND

18:45 Uhr Puls 4 News

19:05 Uhr Messer, Gabel, Herz. Das Blind-Date-Dinner (neue Folgen)

19:40 Uhr iLike – Das Puls 4 Magazin

20:00 Uhr 4 gegen 4 – Das Couch-Duell



Norbert Oberhauser bittet bei Puls 4 zu „4 gegen 4“ auf die Quizcouch.

packt mit spektakulären Bildern, unterhaltenden Geschichten und Comedy-Elementen.

Familien-Duell

Norbert Oberhauser feiert seine Rückkehr ins tägliche TV: Wie berichtet, startet Puls 4 am 27. April die neue Quiz-Show „4 gegen 4 – Das Couch-Duell“. Oberhauser erwartet Österreichs cleverste Familien um 20:00 Uhr bei 4 gegen 4 – Das Couch-Duell in Wohnzim-

meratmosphäre: Jede Woche spielen zwei Familien gegeneinander und matchen sich von Montag bis Freitag in kniffligen Quizfragen im Puls 4-Center. Dem Wochensieger winkt jeweils eine Traumreise ins Urlaubsdomizil Griechenland. Das Siegerteam darf zudem weiterspielen und kämpft mit den anderen Wochensiegern (zwölf Wochensieger gesamt) um den Einzug ins Finale. Im großen Showdown geht es um den Hauptgewinn von 44.444 Euro. (red)

SHORT

Mini schaltet aktuell bei Gewista auf Rot

Wien. Bei der Verleihung der Rolling Board Creative Trophy von Gewista im Herbst 2014 gewann Mini den dritten Platz und erhielt für die Einreichung einer Sonderwerbeform für das Rolling Board nun die Schaltung auf vier reichweitenstarken Standorten in Wien.

Die Agentur Demner, Merlicek & Bergmann brachten den Mini in den Farben Rot, Gelb und Grün auf das Rollingboard. Die Sujets rollieren synchron mit der am Standort befindlichen Ampelanlage: Wenn die Ampel auf rot ist, wechselt das Rollingboard zum roten Mini. „Mini ist auf den Straßen daheim. Dort soll die Marke auch in Szene gesetzt werden“, so D,M&B-Berater Markus Dammelhart. „Und da Fahrspaß bei Mini im Vordergrund steht, wollen wir Spaß auch dort weiterführen, wenn die Fahrt kurz Pause machen muss – an Wiens vielen Ampeln.“ (red)



Schaltet die Ampel auf Rot, erscheint der rote Mini auf dem Rollingboard.

Flugblatt: Verkaufsturbo und Frequenzbringer

Haptik-Hype: Prospektwerbung bleibt auch im digitalen Zeitalter unverzichtbar.



Analog schlägt digital: Das klassische Flugblatt hält die Poleposition – bei Produzenten, Händlern und Verbrauchern. Für Konsumenten bleibt das Flugblatt Infoquelle Nummer eins.

Sie sind beliebt und erst durch sie werden Produkte zu populären Verkaufsschlägern sowie Aktionen flächendeckend erfolgreich: Flugblätter in jeder Aufmachung sind in unserem digitalen Zeitalter ein Muss für den Handel, wie neueste Untersuchungen in der österreichischen Konsumentenlandschaft eindrucksvoll bestätigen.

Flugblatt ist Favorit

Eine aktuelle Studie zeigt: Der klassische Postwurf bleibt trotz vielfältiger Online-Werbeformen die wichtigste Infoquelle: 97% der heimischen Empfänger nutzen die gedruckten Infos in unterschiedlicher Intensität.*

„Im aktionsgetriebenen Handel ist das Flugblatt nach wie vor das wichtigste Werbemittel und hat nichts an Bedeutung eingebüßt. In Prospekten können wir unser umfangreiches Sortiment am besten darstellen. Daher nehmen sie in unserem Marketingmix auch die größte Rolle ein.“

**GERALD BAMBERGER
MARKETINGLEITER
MAXIMARKT**

„IM AKTIONSGETRIEBENEN HANDEL IST DAS FLUGBLATT NACH WIE VOR DAS WICHTIGSTE WERBEMITTEL.“

**GERALD BAMBERGER,
MARKETINGLEITER MAXIMARKT**



Credits: Österreichische Post AG, Maximarkt Linz/Wegscheid

Das haptische Erlebnis beeinflusst auch die Wahrnehmung – und lässt in weiterer Folge die Kassen klingeln: Rund vier von fünf Befragten können sich an Aktionsankündigungen & Co erinnern. Dreiviertel der Befragten finden Aufmachung und Newswert sympathisch, und für knapp 60% der Befragten ist das Flugblatt kaufanregend.** Das sind Werte, die von digitalen Vergleichsmedien noch nicht

einmal im Ansatz erreicht werden. Resultat: Produzenten und Handel können auch weiterhin nicht auf den analogen, absatzfördernden und illustrationsstarken Klassiker unter den Kommunikationsmitteln verzichten.

- * Marketagent Flugblatt-App-Studie, Jänner 2015
- ** Gallup Branchenmonitor LEH, April 2014

INFO/KONTAKT

**Österreichische Post AG
Unternehmenszentrale
Haidingergasse 1
1030 Wien**

**Business-Hotline:
0800 212 212
www.post.at/infopost**



Neu Grüne Trends

Neues, grünes Magazin FOGS



FOGS erscheint quartalsweise und behandelt grüne Themen.

Wien. Mit *FOGS* (Fair, Organic, Green und Social) kommt ein neues Lifestyle-Magazin auf den Markt, welches „Green Chic“ präsentiert und Leser zu umweltbewusstem Konsum animieren soll (Eigentümer: Herzlieb Bren GmbH).

Das Magazin gibt es bereits seit drei Jahren online und verfolgt das Credo: „Grün ist Trend und hat Stil“, so *FOGS* in einer Aussendung.

Nicht nur ein gutes Gefühl

„Wir wollen zeigen, dass ein ökologisch-verantwortliches Leben nicht nur ein gutes Gefühl gibt, sondern auch richtig Spaß macht“, sagt Gründer Herbert Bren. „In meinem Leben als Unternehmer hat Luxus immer eine große Rolle gespielt, daran hat sich nichts verändert – im Gegenteil, für mich sind Eleganz und Mondänität nach wie vor integrativer Bestandteil, ich gehe es nur grün an.“

FOGS berichtet über interessante Menschen, innovative Unternehmen, faire Produkte, neue Dienstleistungen und Food-Trends. *FOGS* erscheint quartalsweise, kostet 5,90 € und hat einen Umfang von 108 Seiten. Das Heft ist im Einzelhandel und auch im Abonnement erhältlich. Die nächste Ausgabe erscheint im Juni 2015. (red)

Werbung live und online

Online-Banner in Echtzeit



Mit bannr können Banner bearbeitet und automatisiert werden.

Wien. Mit dem Banner-Cockpit „bannr“ der Online-Agentur artworx können Bannerwerbungen in Echtzeit bearbeitet und automatisiert werden. Um Spezialangebote zu erstellen, sucht bannr auf Websites, Katalogen oder Flugblättern gezielt nach Inhalten. Berechtigte können jederzeit auf ihre Banner zugreifen und diese bearbeiten. Änderungen sind innerhalb von einigen Sekunden online. Bannerformate werden Unternehmen zur Verfügung gestellt und können veröffentlicht werden. Dabei kann bannr autark arbeiten, aber auch kontrolliert und gesteuert werden. artworx.at

Smart Data Wall für Big Data Digitale Begegnungszone für Anbieter und Nachfrager von Media-Inventar gestartet

Trading Desk gestartet

pilot@media.at installiert neues Tool als Schnittstelle zwischen Kunden und Media-Inventar-Anbietern.

Wien. Um den steigenden Anforderungen auf Kundenseite im Bereich Real Time Advertising gerecht zu werden, installiert pilot@media.at ab sofort einen an internationale Systeme angebundenen, lokalen österreichischen Trading Desk, der hausintern von Spezialisten bedient wird und eine spezifische Dienstleistung für Kunden und Anbieter von Media-Inventar in einem fortwährenden Prozess der Automatisierung und sich stetig ändernder Geschäftsmodelle ist.

RTB & Private Deals möglich

Die Lösung verspreche sowohl das „Ersteigern von Inventar in Echtzeit (Real Time Bidding), als auch die Möglichkeit zu sogenannten Private Deals zwischen Anbietern und Kunden“, so die Agentur in einer Aussendung.

„Wir stellen mit unserer Lösung sicher, dass unsere Kunden ab sofort alle Vorteile einer neuen Generation des digitalen Mediaeinkaufs in allen Aspekten nutzen können. Das geht über die Abwicklung der Deals nach verschiedenen Geschäftsmodellen bis hin zu unterschiedlichsten Targetingmöglichkeiten in entsprechender Qualität. Werbetreibende sollen die Möglichkeit erhalten, Offlinedaten für Onlinewerbemaßnahmen zu nutzen.



Andreas Martin, GF pilot@media.at: „Die ‚Smart Data Wall‘ ist als ein strategisches Element unserer Data Strategie zu verstehen.“

Gemeint sind damit beispielsweise CRM-Daten, Daten aus ERP-Systemen, Marktforschungsdaten, etc. Somit kann eine (werbliche) Verbindung von klassischem Handel und Onlinehandel hergestellt werden“, so Andreas Martin, Geschäftsführer von pilot@media.at.

Alexander Muck, Berater Data Driven Advertising, ergänzt zudem, dass der neu installierte Trading Desk auch für Media-Anbieter ei-

ne hervorragende Möglichkeit sei, hier eigenes Premium-Inventar inklusive verfügbarer Daten dem breiten Kundenspektrum von pilot@media.at anzubieten. In der Agenturgruppe bestehen kompetente Kontakte zu internationalen Technologieanbietern, welche die hauseigene Infrastruktur beliefern.

Erstmalig wurde auch eine Visualisierung-Lösung von „Big Data“ präsentiert. Die Smart Data Wall

wurde erstmalig in der Unternehmenszentrale von kika Leiner in St. Pölten installiert.

„Die ‚Smart Data Wall‘ ist als ein strategisches Element unserer Data-Strategie zu verstehen. Es ist naheliegend, dass kundenrelevante Informationen rund um den Einsatz des Real Time Trading Desks auch auf unserer Digital Signage-Lösung dargestellt werden“, so Martins Ausblick in die Zukunft. (red)



„Der Trading Desk ist auch für Media-Anbieter eine hervorragende Möglichkeit, hier eigenes Premium-Inventar anzubieten.“

ALEXANDER MUCK, PILOT@MEDIA.AT

Portal Die RMA erweitert ihr digitales Angebot und schaltet Kleinanzeigen nun auch online auf meinbezirk.at

Kleinanzeigen der RMA digital verfügbar

Wien. Die Medien der Regionalmedien Austria (RMA) erweiterten ihr Portfolio um den digitalen Bereich und sind mit meinbezirk.at beziehungsweise woche.at nun online mit einem Kleinanzeigenportal verfügbar.

„Mit unserem Kleinanzeigenportal gehen wir einen Schritt weiter und bauen den Servicebereich aus.“

STEFAN LASSNIG

„Wir verfolgen das Ziel, das Leben der Menschen in den Regionen zu verbessern, und fühlen uns für den Zusammenhalt der Menschen mitverantwortlich“, so die RMA-Vorstände Stefan Lassnig und Georg Doppelhofer. „Lokal relevante,

kostenlose Informationen sind ein Beitrag dazu – mit dem neuen Kleinanzeigenportal gehen wir einen Schritt weiter und bauen auch auf unserem Online-Portal den Servicebereich massiv aus.“

Mit dem Onlineangebot würde sich meinbezirk.at weiter in Richtung „Rundumservice“ für die Regionen entwickeln, so die RMA in einer Aussendung.

crossmediale Schaltung

Dazu gehören relevante Nachrichten der jeweiligen Umgebung von Redakteuren und Leser-Reportern, Veranstaltungen, Services wie z.B. der digitale Prospekt und jetzt auch Kleinanzeigen. Neben lokalen Nachrichten seien Kleinanzeigen aus der Umgebung Inhalte, die von Lesern erwartet werden und einen Newswert besitzen, so die RMA.

Jede private Anzeige wird cross-medial geschaltet. Wird diese also in einer der 129 lokalen Zeitungen veröffentlicht, erscheint sie auch unter meinbezirk.at beziehungsweise woche.at. Jede online geschaltete Anzeige wird in mindes-

tens einer Printausgabe abgedruckt.

Kleinanzeigen sind gratis

Für private Kleinanzeigen, wie z.B. für Fahrräder, Kühlschränke, Bekleidung, etc. ist der Service gratis. „Unser digitales Angebot hat sich in den letzten Jahren äußerst

erfolgreich entwickelt und sich längst einen stabilen Platz unter den stärksten Online-Nachrichtenportalen Österreichs gesichert“, so Lassnig. „Um die positive Entwicklung zu gewährleisten, wird laufend an der Weiterentwicklung unseres lokalen Nachrichtenportals gearbeitet, aktuell am für 2015 geplanten Relaunch.“ (red)



Das Kleinanzeigenportal der RMA ist jetzt auch online auf meinbezirk.at verfügbar.

HÖHERTL. SCHNELLERTL. WEITERTL.

Nur auf RTL werden Formel 1, Fußball EM-Qualifikationsspiele der DFB-Mannschaft und die wichtigsten Boxkämpfe übertragen. Profitieren Sie von den drei populärsten und zuschauerstärksten Sportarten. Schreiben Sie uns einfach: verkauf@ip-oesterreich.at

RTL

VOX

RTL

SUPER RTL

RTL NITRO

DAF

sky

GROSSE FORMATE.
GROSSE SENDER.
GROSSE ERFOLGE.


IP

IP-OESTERREICH.AT

FMP TALK



1. Rüdiger Landgraf, Marcela Atria, Georg Spatt und Wolfram Tech; 2. Michael Buchbinder und Mathias Seiringer; 3. Stefanie Plattensteiner, Alexander Nagy, Elisabeth Plattensteiner; 4. Walter Ringsmuth mit Mario Frühauf.

Das 13. FMP Forum drehte sich rund um das Thema Radio




Radio lebt weiter!

Austausch Ist das klassische Radio in Zeiten des Internets und des großen digitalen Medienangebots tatsächlich in Vergessenheit geraten? Dieser Frage ging das FMP Forum Media Planung vergangenen Dienstag im Rahmen seines 13. Talks nach. Die Experten **Wolfram Tech** (Senior Consultant bci), **Georg Spatt** (Senderchef Hitradio Ö3) und **Rüdiger Landgraf** (Programmdirektor KroneHit) diskutierten unter Leitung von *Horizont*-Herausgeber **Sebastian Loudon** über die vielseitigen Aspekte des Radios. „Radio ist so aktiv und lebendig wie nie zuvor“, hielt Tech gleich zu Beginn fest. Für Tech ist Radio *das* Crossmedia-Wunder schlechthin, bei dem die Interaktivität hohen Stellenwert genießt. Während der Diskussion widmeten sich die drei Experten auch dem Thema Social Media und dessen Relevanz für Radiosender. Dabei wurde allen voran die Wichtigkeit von Facebook hervorgehoben. Bei den Inhalten, die über die jeweiligen Fan-Seiten verbreitet werden, handle es sich vor allem um Neuigkeiten aller Art, so die Experten, die soziale Plattformen als große Bereicherung für Radiosender sehen. Das FMP-Forum bietet seit mehr als 40 Jahren eine Plattform für Austausch von Wissen und Ideen. (nn)



LoungeFM-Gründer und GF Florian Novak.

PROGRAMMATIC ADVERTISING



1. Martin Gaiger, Bernd Wollmann, Andrea Wieseke, Maurizio Berli (Goldbach), Nicola Pohoralek; 2. Frank Bachér (Rubicon); 3. Peter Rathmayr.

Diskutiert wurde das Potenzial von Real Time Advertising

Goldbach lud zum Round Table

Impulsgeber Der führende Online-Vermarkter Goldbach Audience lud kürzlich wieder zum Goldbach Round Table. Das Thema diesmal: Programmatic Advertising. Automatisierte und softwareunterstützte digitale Werbung (Programmatic) entwickelt sich rasant und nimmt aktuell europaweit am Displaymarkt bereits ca. 19% am Gesamtumsatz ein. Der Technologieanbieter Adform geht auf europäischer Ebene von jährlichen Wachstumsraten von 200% aus (Adform RTB TrendReport Q3 2014). In Österreich dürften aktuell etwa 5% vom gehandelten Display Advertising-Volumen programmatisch abgewickelt werden, Tendenz steigend. **Nicola Pohoralek** (Xaxis Österreich), **Andrea Wieseke** (OMD), **Bernd Wollmann** (Casinos Austria AG), **Martin Gaiger** (Telekurier Online Medien GmbH & Co KG) und **Peter Rathmayr** (Google Austria) diskutierten über das spannende Thema. Die Experten des Landes besprachen sowohl Zukunftsaussichten sowie Vor- und Nachteile der Echtzeit-Werbung und waren sich einig, dass Real Time Advertising die digitale Werbung in allen Bereichen stark verändern wird. Neben den Vorteilen gibt es auch Herausforderungen. So gilt es, kritische Faktoren wie Platzierungsqualität von Werbung und Datensicherheit zu meistern. (red)



Bierpapst Conrad Seidl präsentiert am 18. Mai den neuen Bierguide im Thalia auf der Landstraße. Start: 19 Uhr. Freier Eintritt. Infos unter: www.bier-guide.net

MEDIANET FUNDSTÜCK DES TAGES

Vernissage Palais Principe

Ausstellung Die Vernissage von Starfotograf Andreas H. Bitesnich in der Ordination der Wiener Zahn-Koryphäe Mehdi Zahedi im Palais Principe am Hohen Markt war Treffpunkt der Prominenz aus Wirtschaft, Kunst und Kultur. Rund 100 ausgewählte Gäste folgten der Einladung. Präsentiert wurden ausgewählte Arbeiten von Bitesnich aus den Bereichen Akt-, Porträt-, Stadt- und Architekturfotografie. Mehdi Zahedi, Zahnarzt und Kunstliebhaber, ist von den Fotos fasziniert: „Andreas H. Bitesnich gelingt es in seinen Arbeiten, die Schönheit des Moments einzufangen. Gerade dieses Gespür für Ästhetik verbindet mich als Zahnarzt mit dem Künstler Andreas H. Bitesnich.“ Die Arbeiten von Andreas H. Bitesnich werden bis Ende Mai in den Räumen der Ordination Mehdi Zahedi im Palais Principe hängen. (red)



© Mehdi Zahedi/APA-Fotodienst/Kristian

TIPP DES TAGES

KARRIERE

Die Schlacht um den Euro (T. Piketty)

Thomas Piketty, Autor des internationalen Bestsellers „Das Kapital im 21. Jahrhundert“, sammelt in seinem Buch „Die Schlacht um den Euro“ seine Interventionen der letzten Jahre. Er zeigt auch, dass nur die Einführung von Eurobonds und eine Stärkung der europäischen Institution die Spekulation gegen einzelne Eurostaaten verhindern kann. C.H. Beck, 14,95 €, ISBN: 978-3406675270.

Andreas Grasel, Spree7

Wechsel Das Programmatic-Advertising-Unternehmen Spree7 hat mit Andreas Grasel, dem ehemaligen COO von GroupM in der Schweiz, seit April einen neuen COO. Mit der verstärkten lokalen Präsenz wolle man auf die zuletzt steigende Nachfrage nach unabhängigen Dienstleistern reagieren. Grasel soll u.a. die Expansion nach Wien vorantreiben.



© Spree7



retail

**Bau-
markt**
inside



KURZ & GRIFFIG

Henkel hat angeblich ein Anbot zur Übernahme der P&G-Marke Wella gelegt.



BIERSELIG

Trotz Ausstoßrückgang konnte Ottakringer Getränkegruppe den Erlös steigern **Seite 16**



FRISCHE KRAFT

Hannes Wucherl ist künftig zweiter Geschäftsführer bei Nah&Frisch **Seite 18**

SHORT



Luft nach oben Spätestens seitdem der erste Teil der Erotik-Trilogie „Fifty Shades of Grey“ die Kino-Welt erobert, sind Baumärkte sexy. In Österreich steht die Branche für einen Erlös von 2,39 Mrd. €. Im Online-Geschäft dürfte es aber noch reichlich Potenzial geben; Hornbach versucht dies nachdrücklich zu heben. **Seite 15**



Digital transformiert Unito, Tochter der Otto Group, ist laut Österreich-Chef Harald Gutschi (li.) ein Technologieunternehmen, das die „Transformation vom kataloggetriebenen Unternehmen zum Onlinehändler“ abgeschlossen hat: Das Kataloggeschäft trägt nur noch 57 Mio. € zum Gesamtumsatz von knapp 330 Mio. € bei. **Seite 16**

Antriebsmotor Kaufkraft motiviert Ikea in Serbien



Hurra Ikea! Der Jubel anlässlich des Ikea-Starts in Zagreb war groß – in Serbiens Hauptstadt Belgrad wird er wohl ebenso euphorisch ausfallen.

Der Elch ist los Ikea erwartet in den nächsten Tagen die Baugenehmigung für den ersten Standort in Belgrad. Nach einem guten Start in Kroatien ist der Möbelkonzern auch hinsichtlich des Markteintritts in Serbien optimistisch. **Seite 14**

dm drogeriemarkt 396 Mio. € Umsatz im 1. Geschäfts-Halbjahr, Marktanteil gesteigert

Mehr Erlös, Bio-Marke gestartet

Salzburg. Die Drogeriemarktkette dm hat im ersten Geschäfts-Halbjahr 2014/15 (Oktober bis März) in Österreich den Umsatz gesteigert, und zwar von 372 Mio. € auf 396 Mio. € (+6,4%). Der Marktanteil im Bereich Drogeriewaren ist laut Unternehmensangaben in den vergangenen zwei Jahren von 16 auf 18% gestiegen. Ähnlich stark gestiegen ist im selben Zeitraum auch der Umsatz im dm-Teilkonzern Österreich/CEE, der neben Österreich die Länder Ungarn, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina, Rumänien, Bulgarien und Maze-



Martin Engelmann, Vorsitzender der dm-Geschäftsführung: +6,4% im Erlös.

donien umfasst. Hier wuchs der Umsatz um 5,6% auf 995 Mio. €, kursbereinigt betrug das Plus sogar 6,3%. Sowohl in Österreich als auch in Südeuropa ist in den ersten sechs Monaten des neuen Geschäftsjahres der Umsatz kräftiger gestiegen als im Geschäftsjahr 2013/14.

Neuigkeiten kündigte dm im Bereich der Produktpalette an: Seit gestern, Donnerstag, führt die Kette in allen Filialen sowie im Online-Shop als 25. hauseigene Marke „dm Bio“ ein – das ist vorerst ein Basissortiment mit knapp 50 Lebensmitteln und Getränken. (red)



Das neue
Fashion-Center!

Dressed by **Dischmarkt**

Angebote und Gewinne auf www.auhofcenter.at oder [f/auhofcenter](https://www.facebook.com/auhofcenter)



Möbelhaus Nach jahrelangen Verhandlungen eröffnet Ikea voraussichtlich Ende 2016 den ersten Standort in Belgrad

Sieg gegen die Bürokratie: Ikea eröffnet in Serbien

Die Baugenehmigung soll noch in diesem Monat erfolgen, kündigt die serbische Infrastrukturministerin Zorana Mihajlovic an.

NATAŠA NIKOLIĆ

Belgrad. Bereits in den 1990ern hat das schwedische Möbelhaus Ikea den Wunsch geäußert, nach Serbien zu expandieren. Wirtschaftliche und politische Instabilität sowie ein enormes bürokratisches Prozedere standen den Schweden aber bislang im Weg. Zwei Jahrzehnte später scheint die serbische Regierung die Wichtigkeit ausländischer Investitionen erkannt zu haben und schafft mit etlichen Reformbemühungen und Gesetzesänderungen schrittweise die bürokratischen Hindernisse ab. Im Oktober 2014 einigte sich der Ikea-Expansions-

manager für Südosteuropa, Vladislav Lalic, mit der Infrastruktur-Ministerin und stellvertretenden Regierungschefin Zorana Mihajlovic und der Stadt Belgrad. Daraus resultierte ein Protokoll, das die schwedische Investition absichert, die immobilien-rechtliche Lage ausreichend klärt und „die Angelegenheiten auf eine partnerschaftliche Art und Weise“ reguliert, wie Ikea PR-Manager South East Europe, Igor Stefanac, im Gespräch mit **medianet** erklärt. Stefanac ist froh darüber, dass nach dem kroatischen bald auch der serbische Markt erschlossen werden kann und erklärt, warum

der Möbelriese trotz aller Hindernisse an einem Markteinstieg in Serbien festgehalten hat: „Es gibt viele Käufer, die durchaus bereit sind, Fahrten von mehreren Stunden in Kauf zu nehmen, um im nächstgelegenen Ikea-Einrichtungshaus in Budapest oder Zagreb einkaufen zu können.“ In die kroatische Hauptstadt zogen die Schweden vergangenen Sommer ein und lösten einen regelrechten Hype aus. Schon nach 142 Tagen wurde die millionste Besucherin begrüßt, erzählt Local Marketing-Managerin von Ikea Zagreb, Jelena Granic. Das Einrichtungshaus hat im Schnitt 7.000

Besucher pro Tag – hauptsächlich aus Zagreb und Umgebung. Die meisten der ausländischen Kunden kommen aus Slowenien (4%), Serbien (2%) und Bosnien (2%). Einen ebenso guten Start erwartet Ikea auch in Serbien. Die Strategie dahinter bleibt, so Stefanac, dieselbe wie für alle anderen Länder: „Gut designte, funktionelle Möbel von guter Qualität zu Preisen anbieten, die sich jedermann leisten kann“. Diese Möbel werden vorwiegend in Europa (60%), Asien (35%) und Nordamerika (5%) hergestellt. Seit über 30 Jahren produzieren auch Möbelhersteller aus Serbien Produkte aller Art für den schwedischen Konzern.

Andere Länder, andere Preise

Unterschiede dürfte man hinsichtlich der Preisgestaltung erwarten, was angesichts des niedrigeren Einkommensstandards in Serbien nicht überraschen sollte. „Wir werden sicherlich schauen, dass wir die Produkte in Serbien im Vergleich zu unserer Konkurrenz möglichst günstig anbieten. Das wird kein leichtes Unterfangen, da die Anschaffungspreise für alle unsere Produkte gleich sind“, erklärt Stefanac und fügt hinzu, dass auch in Kroatien bereits mehr als 7.000 Produkte billiger sind als zum Beispiel in Österreich. Die Preise würden sich auch nach der Nachfrage richten. So sei es üblich, dass ein und derselbe Tisch in zwei

Ländern unterschiedliche Preise hat. „Wenn ein Produkt in einem Land besonders gut ankommt, entscheiden wir uns manchmal dafür, mehr in dieses Produkt zu investieren und dadurch den Preis zu senken, während es anderswo weniger beliebt ist und der Preis daher nicht gesenkt wird.“

Fünf Standorte sind geplant

Mit dem Bau des ersten Ikea-Standorts im Belgrader Vorort Bujanj Potok wird voraussichtlich Ende 2015 begonnen. Die Erteilung der Baugenehmigung soll noch in diesem Monat erfolgen, wie die Infrastruktur-Ministerin vor wenigen Tagen ankündigte. Danach brauche Ikea etwa ein Jahr, um das Einrichtungshaus eröffnen zu können, womit wir bei Ende 2016 wären. Wann es tatsächlich dazu kommt, hängt von vielen Faktoren ab; u.a. müsste die Autobahnmautstelle in Bujanj Potok verlegt werden, was eine der größten Herausforderungen darstellt. Längerfristig plant Ikea, 300 Mio. € für fünf Standorte in Serbien zu investieren (zwei davon in der Hauptstadt Belgrad und jeweils einen in Novi Sad, Niš und Zentralserbien). Zuerst wollen die Schweden aber die Entwicklung des ersten Möbelhauses beobachten. „Es ist derzeit nicht möglich, genau zu sagen, wann die anderen Standorte realisiert werden können“, hält Stefanac abschließend fest.

BARBARA RIEDL UND IGOR STEFANAC

Das Warten hat ein Ende: Der Ikea PR-Manager South East Europe, Igor Stefanac, erklärt: „Wenn alle Vereinbarungen aus dem Protokoll eingehalten werden, planen wir den Baubeginn für Ende 2015. Danach benötigen wir ein Jahr, um den Standort eröffnen zu können.“

Ikea Österreich In Kürze startet der 8. Mio. €- Umbau in Wien-Nord Ikea frischt die österreichischen Filialen auf

Wien. Nach Deutschland und der Schweiz war Österreich 1977 das dritte Land außerhalb Skandinaviens, in das die Schweden expandierten. Mittlerweile arbeiten in den sieben Einrichtungshäusern rund 2.500 Mitarbeiter; für ein achties evaluiere man momentan die Möglichkeiten, heißt es aus der österreichischen Zentrale. „Es ist kein großes Geheimnis, dass wir gern einen Standort in Vorarlberg hätten“, gibt PR-Managerin Barbara Riedl zu. Hinsichtlich der positiven Umsatzentwicklung hierzulande ist der Wunsch nach einem weiteren Einrichtungshaus nachvollziehbar. „Wir sind auch im Geschäftsjahr 2014 (Anm.: per 31.8.) weiter gewachsen – auf insgesamt 654,3 Millionen Euro Umsatz.“ Im vergangenen Geschäftsjahr wurde auch kräftig in die vorhandenen Einrichtungshäuser investiert: 50 Mio. € flossen in den Umbau von Ikea Vösendorf; für weitere 27 Mio. € wird derzeit der Innsbrucker Standort renoviert. Am Mittwoch wurde die Erneuerung des Standorts Wien-Nord (Kagran) für insgesamt 8 Mio. € angekündigt. Bemerkenswert sind die Unternehmensbemühungen im Bereich Nachhaltigkeit: Ikea Österreich produziert 94% des eigenen Energiebedarfs aus erneuerbaren Energiequellen. Das jüngste Einrichtungshaus in Klagenfurt wird mit Erdwärme geheizt und gekühlt.

Fachhandel Online gibt es noch Wachstumspotenzial, der Löwenanteil des Geschäfts wird noch immer stationär abgewickelt, so der Verband BHB

Zwischen Bondage und DIY

In Österreich verzeichnete die Baumarktbranche 2014 einen Gesamtbruttoumsatz von 2,39 Mrd. Euro.

DANIELA PRUGGER

Wien. Baumärkte sind wieder sexy. Denn spätestens seitdem der erste Teil der Erotik-Trilogie „Fifty Shades of Grey“ die Kino-Welt erobert und den Weg für Bondage und SM-Praktiken in immer mehr Schlafzimmer bereitet hat, verzeichnen Baumärkte eine gestiegene Nachfrage nach Kabelbindern, Seilen und Klebeband. So hielt die von Kingfisher geführte, britische Marke B&Q ihre gut 20.000 Mitarbeiter dazu an, sich „mit dem Inhalt von Fifty Shades of Grey“ vertraut zu machen, um auf etwaige sensible Kundenanfragen vorbereitet zu sein. Die Bücher sollen sogar an die 359 Filialen geliefert worden sein. Ausleihzeitraum: eine Woche.

Denn schließlich muss ja auch gegenüber den Fifty Shades of Grey-Nachahmern (der Kunde ist König!) eine „höfliche, hilfreiche und respektvolle Art“ an den Tag gelegt werden.

Doch darüber hinaus sieht die Zukunft für B&Q düster aus, will sich doch Kingfisher von seinen nicht gut laufenden Filialen trennen: Die Baumarktkette will etwa 60 der britischen B&Q-Märkte schließen. Auch auf dem Kontinent will die weltweite Nummer 3 nach den US-Märkten Lowe's und Home Depot einige verlustbringende Läden zumachen.

Trotz der ewigen bauMax-Turbulenzen konnte der Baumarkt-handel in Österreich 2014 die Branchenentwicklung des Vorjahres bestätigen: Mit einem Gesamtbruttoumsatz von 2,39 Mrd. € verzeichneten die österreichischen Bau- und Heimwerkermärkte im Vorjahresvergleich einen Umsatzzuwachs von 0,8 Prozent bzw. auf bereinigter Verkaufsfläche von 0,7 Prozent.

Ein Markt nach Praktiker

In Deutschland konnte die Branche das von der Praktiker-Pleite aufgerissene Umsatzloch nicht voll ausfüllen. Der Umsatz fiel mit dem kompletten Marktaustritt der Kette um 6,2 Prozent auf 17,63 Mrd. €, so der deutsche Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten (BHB). Doch mit dem Frühling beginnt die wahre Do it yourself-Saison ja gerade erst. Profitieren von der Praktiker-Pleite konnte vor allem die deutsche Baumarktkette Hornbach, die auch ehemalige Standorte von Praktiker und Max Bahr übernommen hat. In Österreich wird der ehemalige Kingfisher-Partner bald das Klagenfurter Traditionsunternehmen ÖBAU Egger übernehmen.

Im Geschäftsjahr 2014/2015 steigerte der Hornbach-Konzern seinen Nettoumsatz um 6 Prozent auf

3,57 Mrd. €. International wuchs der Umsatz – nach Rückgängen in drei Jahren in Folge – bereinigt um 2,8 Prozent.

Ein Blick ins Nachbarland Deutschland zeigt aber auch, dass einige Großflächenspezialisten ihr Geschäftskonzept zu überdenken scheinen. Auch Hornbach verfolgt seit einiger Zeit eine Kleinflächen-Strategie und testet im deutschen Bad Bergzabern das Format „Hornbach Compact“. Daneben probieren die Handelsunternehmen neue Verkaufsmöglichkeiten aus und ergänzen ihre Angebote durch ein breites Onlinesortiment mit Produkten, die auch im Geschäft via

Internet bestellt werden können. Neben Hornbach versuchen sich auch Obi und Hagebau im Internet. Doch die Konkurrenz wächst auch dort – und Amazon, eBay oder gar Lidl.de verleiten mit ihren großen DIY-Sortimenten zum Fremdgehen.

Anytime, anywhere

Obwohl das Hauptgeschäft noch stationär abgewickelt wird, hat die Branche Online wachstumsmäßig noch einigen Spielraum nach oben, erläutert der Verband BHB. Im vergangenen Jahr wurden in Deutschland 2,33 Mrd. € mit DIY-Sortimenten im Netz umgesetzt. Das ist

eine Steigerung gegenüber 2013 um 14,1 Prozent. „Die DIY-Branche hat die wachsende Bedeutung des Internets für die Geschäftsentwicklung des Handels erkannt“, sagte BHB-Hauptgeschäftsführer Peter Wüst. Der Baumarktkunde von heute lege Wert auf ein „Anytime-anywhere-Shopping“ – kaufen, wann und wo es ihm gefällt. „Dabei wollen die Kunden weiterhin nicht auf das haptische Erlebnis verzichten, ihre Geräte und Instrumente ausprobieren zu können; zugleich wollen sie aber die Vorteile des Onlinekanals nutzen und Bewertungen einsehen“, schätzt Wüst die Lage ein.



BHB-Hauptgeschäftsführer Peter Wüst: Kunden wollen den Onlinekanal nutzen.



www.tchibo.at

NEU

FOR BLACK 'N' WHITE

Vollmundiger Geschmack – schwarz oder mit Milch

Schwarz pur genießen!

Oder mit Milch verfeinern!



100% TCHIBO ARABICA
INTENSITÄT

100% Tchibo Arabica
zertifiziert nachhaltig
10 Aromakapseln

GANZE BOHNE 500g
oder 2x 250g VAC
€ 4,99
€ 9,98/kg

Cafissimo Kapseln
€ 2,69
€ 3,59/100g

**JETZT AUF tchiboblackwhite.at
1 VESPA GEWINNEN!**

Der Kaffee für deine zwei Seelen



Hornbach versucht, mit Onlineshop eBay und Amazon zu trotzen.

SHORT

China läuft besser, Unilever mit Erlösplus



Unilever schaffte 12% Umsatzplus im 1. Quartal auf rund 13 Mrd. Euro.

London/Rotterdam. Der niederländisch-britische Konsumgüterkonzern Unilever macht in den Schwellenländern Boden gut. Dank besserer Geschäfte in China und einem guten Ostergeschäft kletterte der Umsatz im ersten Quartal um zwölf Prozent auf rund 13 Mrd. €. Ohne Währungseffekte, Zukäufe und Veräußerungen lag das Plus bei 2,8 Prozent. Mehr als die Hälfte des Umsatzes stammt aus Schwellenländern. Deshalb trafen Unilever die Abkühlung des Wachstums in China, die Rezession in Brasilien und die Sanktionen des Westens gegen Russland besonders hart. Im Jänner prognostizierte der Konzern für 2015 einen Anstieg der Erlöse um zwei bis vier Prozent. Das Plus werde eher in der oberen Hälfte der Spanne liegen, präzisierte Finanzvorstand Jean Marc Huet. Zwar beziehe sich diese Einschätzung vorerst nur auf das erste Quartal, aber „wir sind einfach zuversichtlicher“.

(APA)

Zalando rechnet im Q1 mit 39 Mio. € Gewinn

Berlin. Der Online-Modehändler Zalando ist nach eigenen Angaben besser als erwartet ins Jahr gestartet: Der bereinigte Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag in den ersten drei Monaten 2015 voraussichtlich bei 25 bis 39 Mio. €, im 1. Quartal 2014 stand hier noch ein Minus von 23 Mio. € in den Büchern. Der Umsatz stieg im ersten Vierteljahr 2015 auf 635 bis 648 Mio. €, ein Plus von etwa 27 bis 29 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

(APA)

Mistelbach bekommt 2016 neuen Interspar



So wird der Frischemarktplatz des Interspar Ende 2016 aussehen.

Salzburg/Mistelbach. In der Bezirkshauptstadt Mistelbach entsteht Österreichs modernster Interspar-Hypermarkt. Planmäßiger Baubeginn ist Ende des Jahres 2015. Während der einjährigen Bauzeit bleibt die Vollversorgung in Mistelbach gesichert. Durch den Neubau der Umfahrung Mistelbach rückt der Interspar-Standort an einen neuen Verkehrsknotenpunkt. Daher hat Interspar den bereits länger geplanten Neubau vorverlegt. Der neue Markt wird bereits Ende 2016 eröffnet.

(red)

Unito-Gruppe Der größte heimische Online-Händler über die digitale Transformation und Mobile-Shopping

eCommerce und Mobile-Shopping sind Zukunft

Vor acht Jahren blätterte man durch Kataloge, heute wischt man über Smartphones und Tablets.

ORNELLA WÄCHTER

Wien. „Wir sind weltweit der zweitgrößte Online-Händler nach Amazon.“ Von Anfang an betont Harald Gutschi, Geschäftsführer von Marketing und Vertrieb der Unito-Gruppe, die gestiegenen Umsätze im eCommerce im Geschäftsjahr 2014/15. Der Online-Handel ist mittlerweile einer der wichtigsten Wachstumsmotoren der Handels- und Dienstleistungsgruppe geworden – mit 329,7 Mio. € erreicht Unito, die ein Teil der Otto-Group ist, einen „Rekordumsatz in seiner Unternehmensgeschichte“. Auch Achim Güllmann, der Geschäftsführer für Abwicklung und Finanzen bei Unito, weist auf den Erfolg des Onlinegeschäfts hin, der mit 13% Umsatzwachstum doppelt so stark ausfalle als am Markt. Diese Entwicklungen zeigten einmal mehr, wie sehr sich das Einkaufsverhalten der Kunden verändert hat – weg vom Einkaufsbummel in der Stadt hin zum Online-Shopping daheim oder unterwegs. Es zeige aber auch, wie wichtig es für Unito war, sich vom klassischen Versandhändler zum Online-Händler zu transformieren.

Von Print auf Online

Dank einer konsequenten und bereits vor mehreren Jahren begonnenen Ausrichtung aller Aktivitäten auf den wachsenden digital retail hat Unito den strukturellen Wechsel nun abgeschlossen. Bereits 82,7 Prozent der Umsätze werden im Onlinegeschäft erzielt. „Wir sind nun ein Technologie-Unternehmen und sind transformiert“, so CEO Harald Gutschi. Man sei „gerüstet für die digitale Revolution“. Es erscheine einem wie ein Relikt aus dem vorigen



Die Geschäftsführer der Unito-Group, Harald Gutschi und Achim Güllmann, sind zufrieden mit dem Wachstumsmotor eCommerce.

Jahrhundert – so ähnlich bezeichnete Gutschi den alten Otto-Printkatalog aus dem Jahr 2009. Unvorstellbar, wie man einst auf über 1.000 Seiten Kleidung, Einrichtungsgegenstände oder technische Geräte präsentiert bekam – heute hat sich das auf kleine, 40-seitige Broschüren reduziert. Damit möchte man den Kunden nur noch „inspirieren“, heißt es. Modetrends werden gezeigt und sollen damit den Online-Shop befeuern. Und dass dieser auch genutzt wird, merkt man an der Entwicklung des Fashion- und Lifestyle-Händlers. Die Otto-Group versorgt nach eigenen Angaben 2,2 Mio. Familien; rund zehn Prozent der versandten Pakete in Österreich sind auf Bestellungen auf ot-

toversand.at zurückzuführen. CEO Harald Gutschi macht damit auch auf die „volkswirtschaftliche Bedeutung“ des Unternehmens aufmerksam.

Mobile Shopping boomt

Ein „Umsatz-Zauberstab“ sei auch die zunehmende Nutzung mobiler Endgeräte wie Tablets und Smartphones – beide treiben den Online-Verkaufskanal massiv an und das vor allem abends und vorwiegend am Sonntag. Das sogenannte mobile late-night-shopping auf der Couch ist eine weitere Veränderung im eCommerce, da allein im letzten Jahr die Nachfrage im Mobile-Bereich um rund 25 Prozent anstieg.

FACT BOX

Die Unito-Gruppe Die Unito Versand- und Dienstleistungen GmbH mit Sitz in Salzburg ist die größte Versandhandelsgruppe im Alpenraum. Das Unternehmen ist international mit sieben Marken in vier Märkten (Schweiz, Österreich, Deutschland, Südtirol) vertreten. Das Hauptgeschäft ist der Multichannel-Versandhandel, zusätzlich ist der Konzern in Finanzdienstleistungen und B2B-Dienstleistungen aktiv.

Umsätze und Investitionen Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 erzielte die Unito-Gruppe einen Umsatz von **329,7 Mio. € (+5,6%)**. Die Umsatzzinsspanne im Handelsgeschäft liegt bei 4%. Für 2015 sind Investitionen von mehr als 10 Mio. € in neue Online-Technologien geplant.

Ottakringer Getränke AG Trotz Ausstoßrückgang auf 3,8 Mio. Hektoliter gab es eine Umsatzsteigerung auf 224,6 Mio. €

Wiener Original stemmt den Bierkrug hoch

Wien. Die Ottakringer Getränke AG konnte den Umsatz 2014 auf 224,64 Mio. € steigern (+1,1%). Die dazugehörigen Rahmenbedingungen waren indes mau: Der Sommer 2014 war trüb, und somit verringerte sich auch der Ausstoß um 2,9 Prozent auf immer noch possierliche 3,8 Mio. Hektoliter Bier, Mineralwasser, Limonaden sowie Near-Water-Getränke. Ermöglicht wur-

de das Umsatzplus mit der starken Entwicklung der Handelssparte (Kolarik&Leeb) sowie der Aufnahme eines neuen Geschäftsfelds – nämlich dem österreichweiten Vertrieb von Lavazza-Kaffee.

Harte Preiskämpfe am Markt

Ottakringer Getränke AG-Chef Sigi Menz: „Wir arbeiten in einem

harten Geschäftsumfeld, sind als mittelständisches Unternehmen konfrontiert mit internationalen Multis und entsprechend harten Preiskämpfen am Markt. Aber wir sind wendig und innovativ genug, um dennoch zu reüssieren. Seit 1837 gibt es uns – und damals wie heute als freies, österreichisches Familienunternehmen; das nenne ich Nachhaltigkeit!“



Ottakringer Getränke AG-Chef Sigi Menz: „Das Geschäftsumfeld ist ein hartes.“

Was das Biergeschäft des Konzerns betrifft, so wurde der gute Start ins Jahr 2014 vom schwachen Sommer und dem Rückgang bei den Handelsmarken gebremst. Konform mit der Branche, konnte Ottakringer den 2013er-Wert im Ausstoß nicht halten: Mit 523.300 Hektolitern (-3,2%) wurde weniger Bier fürs Inland gebraut, die Marken „Ottakringer“ und „Gold Fassl“ entwickelten sich aber mit +2 bzw. +1,7 Prozent positiv. Mitverantwortlich war wohl die Einführung des „Ottakringer Wiener Original“. Zuwächse gab es auch im Export.

Problemkind Pécs

Aktuelle Problemkinder wie das Ungarn-Geschäft beirren die Geschäftsstrategie derzeit nicht. Menz: „Unser Sorgenkind, die ungarische Brauerei Pécs, geben wir nicht einfach auf. Pécs drückt unsere Gesamtzahlen, ja, der Ausstoß sank von 379.800 auf 329.700 Hektoliter, aber der ungarische Markt ist noch schwieriger als der österreichische und wir glauben an unsere ungarische Tochter.“

(nov)

FACTS

Ottakringer Getränke AG
Umsatz: 224,64 Mio. € (+1,1%)
Getränke-Verkauf: 3.838.000 hl (-2,9%)
EGT: 9,23 Mio. € (11,19 im Vorjahr)
Investitionen: 23,25 Mio. € (27,12 Mio. im Vorjahr)
Mitarbeiter: 856 (827 im Vorjahr)

Ottakringer Brauerei AG
Ausstoß: 523.000 hl (-3,2%)

Vöslauer Mineralwasser AG
Ausstoß Mineralwasser: 2,03 Mio. hl (Inland)

Ausstoß Near Water und Limonaden: 607.900 hl, davon 249.100 hl aus dem Near Water-Bereich (z.B. Vöslauer Balance).

Jausenpaket mit Putenkäsewurst, Kartoffelwürfeln und Tiroler Adler

Product News McCain Kartoffelwürfel mit Rosmarin, Tiroler Adler in Scheiben, Wiesbauer Puten-Spezialitätenplatte.



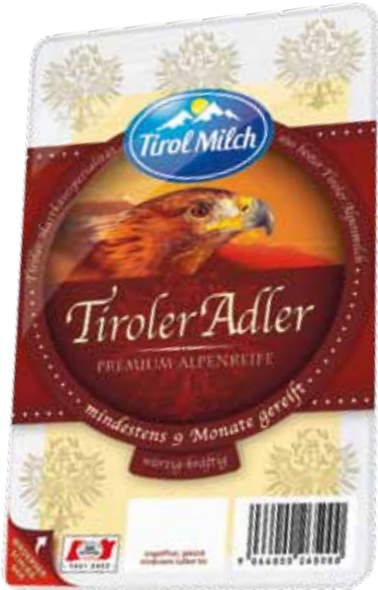
Die Kartoffelwürfel mit Rosmarin sind rustikal-herzhafte Kartoffelstücke aus ganzen Kartoffeln. Sie werden geschält, in Sonnenblumenöl vorgebacken und mit einem Rosmarin-gewürzmantel abgeschmeckt. Sie eignen sich zur Zubereitung in Backofen und Planne. Die Kartoffelwürfel sind seit April im Handel erhältlich.

Kategorie	Launch
Produkt	McCain Kartoffelwürfel mit Rosmarin
Packung	600 g-Beutel
Vertrieb	McCain
Distribution	LEH
Info	www.mccain-foodservice.at



„Putenschinken“, „Gebratene Putenkeule“, die „Kernige Pute“ sowie die neu entwickelte „Putenkäsewurst“ bilden die Aufschnitt-Innovation von Wiesbauer. Puten-Spezialitäten liegen genauso wie Aufschnitte voll im Trend – die „Puten-Spezialitätenplatte“ von Wiesbauer könnte somit eine nettes Umsatzplus bei den kühl gelagerten SB-Produkte bringen.

Kategorie	Launch
Produkt	Puten-Spezialitätenplatte
Packung	150 g
Vertrieb	Wiesbauer
Distribution	LEH
Info	www.wiesbauer.at



Der Tiroler Adler besticht durch seinen würzig-aussagekräftigen Charakter. Ein bodenständiger Tiroler eben, der seine Mentalität während seiner neunmonatigen Reifezeit in aller Ruhe entfalten kann. Hergestellt aus pasteurisierter Alpenmilch, entwickelt er einen geschmeidigen, leicht parmesanartigen Teig. Jetzt auch scheibchenweise.

Kategorie	Neu verpackt
Produkt	Tiroler Adler
Packung	115 g
Vertrieb	Berglandmilch
Distribution	LEH
Info	www.schärdinger.at

Remy Martin Umsatz-Push Cognac in China

Paris. Die chinesischen Neujahrsfeiern haben dem französischen Spirituosenhersteller Remy Cointreau im ersten Quartal die Kassen gefüllt. Nach flauen Geschäften wegen der staatlichen Anti-Korruptionskampagne war in China Cognac wieder gefragt. Insgesamt steigerte der Hersteller von Remy Martin Cognac und Cointreau Likör den Umsatz von Jänner bis März um mehr als 23% auf 224 Mio. € – dabei entwickelte sich auch das USA-Geschäft gut. (APA)



Die chinesischen Neujahrsfeiern halfen dem Umsatz von Remy Martin Cognac.

Cards & Systems

Ihre Stammkunden sind uns wichtig !

Individuelle Kundenbindungssysteme, angepasst an die Anforderungen Ihres Unternehmens

Schlüsselfertig !
Konzeption → Entwicklung → Betrieb → Erfolgskontrolle

Höchste Sicherheit für Ihre Daten und alle Stamm- und Bewegungsdaten Ihrer Kunden

Sicheres Bezahlen mit der Kundenkarte !
Einfach an Ihrer Bankomat-Kasse - mit Zahlungsgarantie

Direct-Marketing mit Email, Handy und Printmailings, flexible Schnittstellen zu Ihrer Agentur und Druckerei

Cards & Systems

Landstraßer Hauptstraße 5, 1030 Wien
Tel.: 01/79033 service@cardsys.at

JÄGER UND GEJAGTE



1. Maria Rauch-Kallat, Fritz mit der Steirischen Knopferharmonika und Birgit Indra; 2. Wilhelm Stiegelbauer und Sonja Stiegelbauer; 3. Christine Rupprechter-Rödlach, Manuela Kirchbner-Wieland mit Oberst Stefan Kirchbner; 4. Marie Leopoldsberger-Pribil, Karl Pribil und Michaela Wagner sind schon in Jagdkleidung.

Gössl Wien lud zur Präsentation der neuen Jagdkollektion

Ausstatter der Jagdgesellschaft

Gastgeberin Birgit Indra.

Abschluss Pünktlich zum Start der Rehbock-Jagdsaison am 15. April präsentierte Gössl Wien-Leiterin **Birgit Indra** die neue Jagdkollektion für Männer und Frauen. Vom traditionellen Pirschröckl aus Jägerleinen mit Lederkragen und Hirschhornknöpfen über das Leinen-Dirndl mit Gamserl-Schürze bis hin zum flotten Jägerleinen-Jackerl mit Ischler-Applikationen war alles dabei. Höhepunkt des Abends war die Präsentation der neuen „Ledernen“. Über 80 Gäste, unter ihnen BM a.D. **Sonja Stiegelbauer**, BM a.D. **Maria Rauch-Kallat**, **Christine Rupprechter-Rödlach** (Ehefrau von Landwirtschaftsminister **Andrä Rupprechter**), **Stefan Schauer**, **Gustav Eder-Neuhauser** und **Oberst Stefan Kirchbner** mit Ehefrau **Manuela Kirchbner-Wieland** genossen die Präsentation ebenso wie die gesellige Atmosphäre und die servierten Köstlichkeiten. (red)

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



REGIONAL & NACHHALTIG



1. Leopold Wedl jun., Eva Posch, Josef Geisler, KR Leopold Wedl, Manfred Putz und Heinz Gatscher; 2. Schwester Herta mit einem Vorschulkind des Kindergarten Schöneegg; 3. Schöneegg-Vorschulkinder tragen das Apfelfeld vor.

111 Apfelbäume verschönern nun den Klostergarten

Handelshaus Wedl feiert 111 Jahre

Vorbildlich Zur Feier seines 111-jährigen Bestehens pflanzte das Handelshaus Wedl 111 Obstbäume heimischer Apfelsorten im Klostergarten der Haller Kreuzschwestern. Die angepflanzten Apfelsorten sind ein klares Bekenntnis zur Regionalität und Nachhaltigkeit, wie GF KR **Leopold Wedl** avisiert. Damit will das Handelshaus in Kooperation mit den Haller Kreuzschwestern, dem Verband der Tiroler Obst- und Gartenbauvereine, dem Tiroler Baumwärtterverband und dem Kindergarten Schöneegg die geschmackliche Vielfalt erhalten und einen ökologisch wertvollen Beitrag leisten. Mit den schönen Obstbäumen aus dem Klostergarten werden bald Fruchtsäfte, Marmeladen, Apfelmus und andere Köstlichkeiten hergestellt. „Obstbäume sind ein wichtiger Bestandteil der Tiroler Kulturlandschaft. Durch einen gemischten Anbau wird die Sortenvielfalt im Land erhalten“, weiß **Manfred Putz**, GF des Landesverband der Tiroler Obst- und Gartenbauvereine. Bei der Bepflanzung griffen auch Halls Bürgermeisterin **Eva Posch**, LH-Stv. **Josef Geisler**, **Heinz Gatscher** (Obmann Tiroler Baumwärtterverband) und **Leopold Wedl jun.** zur Schaufel. (nn)

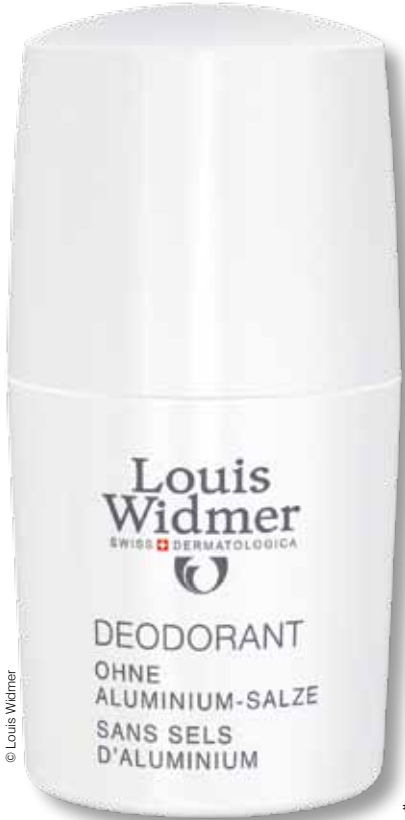
medianet
termine
ÖkoKauf Wien und MA 22 veranstalten am 16. und 17. April mit Fairtrade Österreich die Genussmesse fairERleben im Wiener Rathaus. Infos unter: www.fairtrade.at/fairerleben

KOPF DES TAGES



Hannes Wuchterl verstärkt die Geschäftsführung von Nah&Frisch und wird, neben **Andreas Nentwich**, zweiter Geschäftsführer. Der 50-Jährige bringt als langjähriger Marketingdirektor bei McDonald's und Verantwortlicher für die Viva Shops der OMV reichliche Erfahrung mit. In den vergangenen Jahren trieb Wuchterl die Vermarktung der Region Spielberg mit seiner Hauptattraktion Red Bull Ring voran. **Andreas Nentwich** freut sich über die Verstärkung und lässt mitteilen, dass sein neuer Kollege genau das nötige Know-how für den laufenden Expansionskurs von Nah&Frisch mitbringt.

PRODUKT DES TAGES



Frischer Wind Gerade in der warmen Jahreszeit bedarf man(n) und frau eines wirkungsvollen Deo-Schutzes. Das neue Deodorant vom Schweizer Hautexperten **Louis Widmer** verspricht genau das: nämlich 24 Stunden Frische und Schutz und das ohne Aluminiumsalze und Alkohol. Zudem garantiert es optimale Haut-Verträglichkeit. Die Formulierung basiert auf dem pflanzlichen Wirkstoff Chitosan, der die Haut pflegt und antibakteriell wirkt. Ethylglycerin hemmt geruchsverursachende Bakterien auf der Haut, während die Silbermoleküle leicht desinfizierend (und ebenfalls antibakteriell) wirken. D-Panthenol und Allantoin erledigen den Rest und beruhigen die Haut. Den 50 ml Deo Roll-on von **Louis Widmer** gibt es um 11,90 € UVP. www.louis-widmer.at

DIE FINSTERE BRILLE



Und sofort scheppert die Blechtrommel

CHRISTIAN NOVACEK

Am 13. April starb **Günter Grass**. Am Abend des 13. April bekam ich eine Mail des Buchhändlers mit **Günter Grass**-Angeboten. Das Geschäft mit dem Tod ist ein altes. In einigen Kunstsparten ist der Tod der bessere Verkäufer – nachgerade in der Literatur wurden einige Dichter posthum erst so richtig lebendig, sprich: gelesen. Die prompte Reaktion des Online-Buchhändlers hat mich dennoch mehr gestört denn auf Buchverlockt. Es ging mir schlichtweg zu schnell. Ich stell mir den Gevatter in der Buchdruckerei vor: Mit der einen Hand die Dichter-Köpfe absäbelnd, die andere den Buchdruckknopf drückend. Bücher gehen sonst ein gemächliches Tempo. Schlägt man sie auf, ist Entschleunigung angesagt – nicht nur für Leseschwache. Beschleunigung ist das Gegenteil von Büchern. Der Moderne gegenüber sind sie resistent, nicht inhaltlich, aber in Gepflogenheiten. Während die Schallplatte oft einen Gratis-Download-Code beigibt, kommt das Bücherlesen auf Kindle plus Papierversion teuer, nahezu aufs Doppelte, im Fall der gerade erschienenen **Salinger-Bio** wären da 60 Euro zu berappen. Eine Branche, die es sich erlaubt, so unzuverlässig und alt zu agieren, hätte Herrn **Grass** durchaus ein wenig mehr Ruhe gönnen dürfen. c.novacek@medianet.at

6

DIE ZAHL MIT DEM AHA-EFFEKT zum Weitererzählen

Geschichtsträchtig Im 6. Jhdt. v. Chr. kultivierten die Römer 6 verschiedene Apfelsorten. Heute gibt es Schätzungen zufolge weltweit über 30.000 Sorten.

© panthermedia

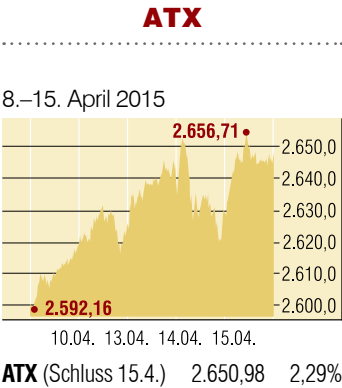
ABFUNDS: NATÜRLICHER HEDGE
Zur Währungsabsicherung auf Europa-Firmen mit starker US-Tangente setzen **Seite 22**

© APA/Neubauer

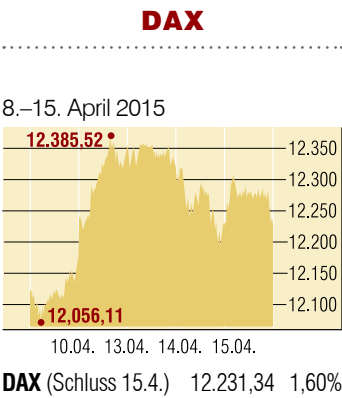
VIG: MEHR GEWINN, DIVIDENDE
In 2014 lieferten alle Regionen, auch CEE, wieder einen positiven Beitrag **Seite 24**

FLEXIBLER
FONDS MIT MEHR FREIHEITEN


© Allianz/Ingo Folie



Wochentop	RBI	9,90%
Wochenflop	VIG	-3,46%
Top 5 ATX Prime		
Raiffeisen Bank International		9,90%
Unica		6,99%
voestalpine		6,27%
OMV		4,59%
AT&S		3,21%
Flop 5 ATX Prime		
VIG		-3,46%
Kapsch TrafficCom		-3,27%
S Immo		-3,23%
conwert		-2,00%
CA Immobilien		-1,64%



Wochentop	Fresenius	3,91%
Wochenflop	Commerzbank	-1,40%
Top 5 DAX		
Fresenius Medical Care		3,91%
E.On		3,76%
Continental		3,16%
ThyssenKrupp		3,12%
Infineon		2,98%
Flop 5 DAX		
Commerzbank		-1,40%
Volkswagen Vz		-0,68%
Dt. Lufthansa		-0,20%
Dt. Bank		0,08%
Münchener Rück		0,22%

INHALT

Capital:Markets

> Institutionelle engagieren sich stärker in Wien 20

Fonds:Park

> Staatsfonds gewinnen besseres Image 22

> ETFs feiern Jubiläum 22

Banking

> RLB Tirol baut EGT aus 23

> Neue Plattform für Privatstiftungen 23

> UniCredit-AR segnet Bad Bank mit Intesa ab 23

Insurance:Watch

> Coface: Fünf Industrienationen haben es besser 24

Fondsbranche hofft auf offene Politiker-Ohren



Ohne Prämie und Garantie Die Fondsverbände (im Bild vlnr. VÖIG-Generalsekretär Dietmar Rupar, VÖIG-Präsident Heinz Bednar, VAIÖ-Sprecher Berndt May) schlagen der Politik zum Ausbau der dritten Säule der Pensionsvorsorge die Variante „Vorsorgedepot“ vor. Ende März toppen die Fonds den Vorkrisenrekord beim Volumen. **Seite 20**

OeNB Banken haben Kreditrichtlinien leicht verschärft Firmen wollen wieder mehr Kredite



Laut Oesterreichischer Nationalbank dürften mehr KMU nachfragen.

Wien. Die Nachfrage von Betrieben nach Krediten ist in Österreich zum Jahresbeginn zum ersten Mal seit 2007 wieder gestiegen – wenn auch nur minimal. Für das laufende Quartal erwarten die Banken insgesamt eine unveränderte Kreditnachfrage der Firmen, wobei es bei Klein- und Mittelunternehmen (KMU) zu einem leichten Plus kommen könnte, so die Oesterreichische Nationalbank (OeNB). Die Kreditrichtlinien im Firmenkundengeschäft haben die österreichischen Banken im ersten Quartal 2015 etwas verschärft. Dies soll sich auch in den nächsten drei Monaten fortsetzen, so die Erwartung. (ag)

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 info@mPAY24.com Tel. +43-1-513 66 33-600

KOLUMNE

Arglistige Täuschung



LINDA KAPPEL

Anfang 2013 gaben die EU-Finanzminister grünes Licht für eine Gruppe von elf EU-Mitgliedern, die mit der Finanztransaktionssteuer (FTS) die Märkte an den Folgekosten der Finanzkrise beteiligen wollen. Der Gesetzgebungsprozess konnte somit starten. Vorn mit dabei: Österreich; Finanzminister Schelling ist mit der politischen Koordinierung dieser elf Staaten beauftragt. Er plädierte dafür, die FTS auf möglichst viele Produkte anzuwenden, dafür den Satz geringer zu halten. Die Abgabe soll auf alle zwischen Finanzinstituten durchgeführten Transaktionen mit Finanzinstrumenten eingehoben werden, der Handel in Aktien und Anleihen soll mit 0,1% besteuert werden. Die EU-Kommission führte aus, dass 85% der zwischen Finanzinstituten durchgeführten Transaktionen erfasst, Bürger und Unternehmen von der Steuer ausgenommen wären; Hypotheken, Kredite, Versicherungsverträge und andere normale Finanztätigkeiten von Privatpersonen fielen nicht darunter. Für Dietmar Rupar, Generalsekretär der VÖIG, ist dies arglistige Täuschung. Denn im Detail sei fast alles – abgesehen vom Sparbuch – betroffen, alle MiFID-Instrumente und Fonds, teilweise sogar doppelt (durch Kauf und Rückgabe von Anteilen). Angesichts des Zinsniveaus werden Staatsanleihen so unverkäuflich, wettet er.

WP AG Notiz seit 10.4. Im mid market

Wien. Seit einer Woche notiert die WP AG, oberösterreichischer Entwickler und Produzent von Motoren- und Fahrwerkskomponenten für die Motorrad- und Automobilindustrie des Industriellen Stefan Pierer, im mid market der Wiener Börse. Pierer ist Eigentümer der Cross Industries Gruppe, die bereits Mehrheitsbeteiligungen an den börsennotierten Unternehmen KTM und Pankl Racing Systems hält.



Neben WP AG sind zehn weitere Unternehmen im mid market gelistet.

Investmentfonds Mit 168,9 Mrd. Euro per Ende März haben die heimischen Fonds den Vorkrisenrekord geknackt

Allzeithoch bei Volumina

Fondsbranche hofft auf offene Ohren zur Vorsorge bei Finanzminister Schelling bei Treffen im Mai.

LINDA KAPPEL

Wien. Die heimische Investmentfondsbranche wird dem Gesetzgeber ein spezielles „Vorsorge-depot“ für die dritte private Säule der Pensions- und Pflegevorsorge vorschlagen. Noch für Mai sei ein Treffen mit Finanzminister Hans Jörg Schelling anberaumt, der als kapitalmarktaffiner gilt als seine Vorgänger. „Wir sind froh, einen Termin bekommen zu haben, das Thema stand zuvor nicht weit oben auf der Agenda“, sagte Dietmar Rupar, Generalsekretär der Vereinigung Österreichischer Investmentgesellschaften (VÖIG), zu medianet, bei der Präsentation der Pläne im Rahmen des Weltfondstags am 19. April, der in Österreich heuer zum dritten Mal von der Branche begangen wird.

Garantie kappt Rendite

Das Vorsorgedepot solle gesperrt sein, d.h. zweckgebunden, und der Anleger frei entscheiden können, ob er in Investmentfonds, Direktveranlagungen, Versicherungen, etc. investiert. Garantien gebe es keine, der Kunde könne ohnehin gemäß seinem Sicherheitsbedürfnis in kapitalgarantierte Produkte investieren. „Bei garantierten Vorsorgemodellen zahlt der Kunde immer direkt oder indirekt die Absicherungskosten mit; jede Chance auf Mehrertrag ist so genommen“, so Rupar.

Die prämienbegünstigte Zukunftsvorsorge wurde 2003 zur Förderung der privaten Altersvorsorge und des österreichischen Kapitalmarkts eingeführt. Seitdem gab es zwei Mal Lockerungen, u.a. bezüglich der Aktienquote und der Höhe des Veranlagungsanteils in geregelte Märkte aus dem EWR.

Mit dem neuen Modell soll der Anleger so die Möglichkeit haben, sich das „Risiko nach oben“ offenhalten zu können, also Performan-



May und Bednar sind sich einig: Vorsorgeanleger kommen um Aktien nicht herum.

ceanstiege voll mitzumachen, und nicht nur beim Risiko nach unten begrenzt zu sein. Von der Garantie war der Gesetzgeber allerdings nicht abgerückt.

Ohne staatliche Prämie

Bei den übrigen Bedingungen soll es beim neuen Modell eine Gleichstellung mit der Zukunftsvorsorge geben, wie die Steuerfreiheit in der Ansparphase und eine Nachversteuerung bei nicht-widmungsgemäßer Verwendung.

Eine staatliche Prämie sei für das Vorsorgedepot nicht notwendig, die Steuerfreiheit sei ausreichend Anreiz, so die VÖIG, die davon ausgeht, dass das Modell gut

angenommen werde; zumal das Argument, Spekulanten sollten nicht per Prämie gefördert werden, wegfällt. „Auch international sind solche Varianten üblich. Große Volumina, die international veranlagt werden, stammen von Pensionsfonds, sind also im Wesentlichen Pensionsgelder“, merkt VÖIG-Präsident Heinz Bednar an.

Als Länder mit funktionierenden Pensionsplänen werden die USA und Nordische Länder gesehen; dort hätten Pensionsfonds auch während der Krise keine nennenswerten Abflüsse verzeichnet. Bis hierzulande eine Bewegung in die Chose kommt, braucht es aber wohl noch so manchen steten Tropfen, der den Stein höhlt.

Die Fondsbranche in Österreich allgemein schwelgt derzeit in guter Stimmung: Kein Wunder, bei den Volumina hat der Markt mit 168,9 Mrd. Euro (per Ende März) ein Allzeithoch markiert und den Vorkrisen-Rekord von 2006 mit 167,3 Mio. Euro übertroffen. Der gesamte Nettomittelzufluss lag im ersten Quartal bei 2,9 Mrd. Euro.

Der größte Teil der Fondsvolumina entfiel mit rund 43,5% auf Rentenfonds. Dahinter lagen gemischte Fonds mit rund 41% und

„Dass in Österreich Aktienfonds wieder stärker nachgefragt waren, geht auch auf das Herantasten der Retail-Anleger an diese Assetklasse zurück.“

HEINZ BEDNAR, VÖIG

Aktienfonds mit 15,4%. Bei den Neuabsätzen orten Bednar und Berndt May, Vorstandssprecher der Vereinigung Ausländischer Investmentgesellschaften (VAIÖ), einen Trend zu aktiv gemanagten Fonds sowie Mischfonds, was als „leichtes Herantasten an Aktien auch bei den Privatkunden“ gesehen wird. May: „Weltweit lag das von Fonds verwaltete Vermögen Ende 2014 bei 25,8 Billionen Euro, Ende 2013 waren es 23,8 Billionen. Die Nettoverkäufe erreichten mit 1,17 Billionen Euro den höchsten Wert seit 2007.“ Aktieninvestmentfonds haben am Fondsvolumen in Europe (Stand Ende 2014) einen Anteil von 36%, in Österreich sind es dagegen nur rund 15%.

Uniqa Bestandswerte bei Verträgen in Leben geringer Niedrigzinsen drücken die Margen

Wien. Die niedrigen Zinsen haben voriges Jahr die Bestandswerte der Versicherungsverträge der Uniqa Group speziell in der Sparte Leben, aber auch die Marge im Neugeschäft gedrückt. Der sogenannte Embedded Value sank leicht von 4,217 auf 4,201 Mrd. Euro – in den Sparten Leben und Kranken stärker von 1,703 auf 1,574 Mrd. Euro, gibt die Uniqa bekannt. Die Neugeschäftsmarge schrumpfte auf 1,7% (zuvor 2,2%).

Der leichte Rückgang beim Embedded Value (EV) – der neben den Bestandswerten auch die künftigen Erträge daraus abbildet – sei „nahezu ausschließlich von niedrigen Zinsen getrieben“, erklärte Finanzvorstand Kurt Svoboda. Das habe sich vor allem auf die Bestandswerte im Bereich der Lebens- und der privaten Krankenversicherung ausgewirkt. Berücksichtigt wurde beim EV in Leben und Kranken das Versicherungsgeschäft von Uniqa in Österreich, Italien, Polen, der Slowakei, Tschechien, Ungarn und Russland.

Die ökonomische Kapitalquote der Uniqa Group – Gradmesser für die Kapitalisierung – ging wegen

des aktuell tiefen Zinsniveaus um elf Prozentpunkte auf 150% zurück, lag damit aber „auf solidem Niveau“, betont das Unternehmen.

Die Uniqa verfolgt bei der Kapitalquote laut Svoboda „einen besonders konservativen Ansatz“. So würden Staatsanleihen, die nach Solvency II risikofrei bewertet werden könnten, dennoch mit Risikokapital unterlegt. „Bei uns macht das 532 Mio. Euro mehr an zu hinterlegendem Risikokapital aus.“



Svoboda: Neugeschäftsmarge in CEE „auf anhaltend hohem Profitniveau“.

Ipreo-Studie Wiener Investment-Stories gefragt „Instis“ engagieren sich stärker

Wien. Internationale institutionelle Anleger haben 2014 ihre Anteile weiter erhöht und bleiben die größten Investoren in den ATX prime, geht aus der Studie „Institutional Ownership of the ATX prime“ (Stichtag Ende 2014) hervor, die der Informationsdienstleister Ipreo im Auftrag der Wiener Börse erstellt hat. Bei der Studie konnten mehr als 90% des österreichischen Streubesitzes identifiziert und detailliert zugeordnet werden.

Die Instis und Fonds hätten spezifische Investment-Stories geringer kapitalisierter Emittenten (z.B. SBO, Polytec, Semperit) genutzt, um sich in Nischenmärkte bzw. bei Weltmarktführern einzukaufen.

Insbesondere US- und UK-Investoren hätten ihre Anteile am ATX prime 2014 in signifikantem Ausmaß aufgestockt. Interesse sei aber auch aus den Ländern Deutschland, Frankreich, Norwegen und China gekommen, welche ihre Positionen ebenfalls erhöhten. Heimische österreichische Institutionelle haben im gleichen Zeitraum ihren relativen Anteil leicht verringert. US-Institutionelle bleiben weiterhin führend als größte In-

vestmentregion; sie erhöhten 2014 ihren Anteil an allen identifizierten institutionellen Investments um etwa 8% von 22,8% auf 24,6%. Die Nachfrage der US-Investoren war getrieben von den großen Fondshäusern. Im Gegensatz zum europäischen Trend sind die Zukäufe nicht von passiven Investoren wie etwa Blackrock Group ausgegangen, sondern von den Publikums- und Pensionsfonds wie etwa Fidelity. (red)



Mehr Umsatz auch bei geringer kapitalisierten Konzernen wie SBO, Polytec.



Geh deinen eigenen Weg. Raiffeisen – dein Begleiter.

Jetzt Club-Konto eröffnen, Club-Paket aktivieren
und gratis **CONVERSE Sonnenbrille** holen.

Mehr Infos bei deinem Raiffeisenberater oder auf www.raiffeisenclub.at/begleiter

Ab 14 Jahren, in allen teilnehmenden Raiffeisenbanken, solange der Vorrat reicht.



SHORT

Hedgefonds schließen Quartal mit +3,2% ab



Die Beharrlichkeit der Fed begünstigte Aktien- und CTA-Strategien.

Paris. Das Marktumfeld im ersten Jahresquartal wirkte sich unterstützend auf die Performance von Hedgefonds aus, die solide Gewinne (+3,2% im Schnitt) verbuchten, während der S&P 500-Index seit Jahresbeginn abwärts tendierte. Dies ist das Ergebnis des Lyxor Asset Management Reports. Den Strategien mit Schwerpunkt Aktien und CTA-Fonds kamen die weitreichenden Auswirkungen der quantitativen Lockerungsprogramme in Europa und Japan sowie die Beharrlichkeit der Fed zugute. Trendfolge-Strategien profitieren weiterhin von der aktuellen Zentralbankpolitik. Die Hedgefonds hätten ihre Renditen bei geringer Volatilität erzielt, wird präzisiert.

Fidelity: am meisten Zutrauen in Japan



Fidelity-Analysten-Umfrage: Japans Unternehmer am optimistischsten.

Frankfurt. Eine aktuelle Fidelity-Analystenumfrage ergab, dass bei japanischen Betrieben das Vertrauen in die Geschäftsentwicklung weltweit am stärksten gestiegen ist. Die entwickelten Märkte, wobei Japan vor Europa und den USA führt, haben besseren Aussichten als Emerging Markets. (red)

Multi-Asset-Fonds: Delegieren ist bequem

Wien/Frankfurt. Für institutionelle Anleger ist die Möglichkeit, die Verantwortung für ihre Asset-Allokation zu delegieren, der Hauptgrund für die Popularität von Multi-Asset-Fonds. Das ergab eine von ING Investment Management veranlasste Umfrage. 70% der Befragten erwarten, dass das Engagement bei Multi-Asset-Strategien über die nächsten drei Jahre zunimmt, 16% erwarten sogar eine erhebliche Zunahme. Über die Hälfte sieht den Hauptgrund für den Erfolg dieser Strategien darin, dass sie eine Lösung für die Delegation strategischer und taktischer Anlageentscheidungen bieten. Zwei von fünf Befragten (38%) meinen, dass diese Strategien in einem wachstumsschwachen Umfeld eine bessere risikobereinigte Exposure bieten. Knapp ein Drittel (30%) sind der Meinung, dass Multi-Asset-Fonds die ideale Strategie für den Portfoliokern darstellen. (lk)

ABfonds Nach Unternehmen aus dem Euroraum mit beträchtlichen Geschäftsaktivitäten in den USA Ausschau halten

„Natürliche“ Absicherung gegen Währungsrelation

Schwacher Euro beeinflusst Gewinnerwartungen.

Wien. Nach einer vorübergehenden Seitwärtsphase hat der Euro im März erneut gegenüber dem US-Dollar an Wert verloren. Dies bleibt freilich nicht ohne Auswirkungen auf die Gewinnsituation diesseits und jenseits des großen Teichs. „Warum ist aber jeder dermaßen überrascht, wenn absehbare Währungsschwankungen den Gewinnprognosen einen Strich durch die Rechnung machen?“ Diese (rhetorische) Frage stellen Mark Phelps, CIO der Concentrated Global Growth-Strategie und Senior Research Analyst Dev Chakrabarti, beide bei ABfonds (AllianceBernstein). Sie meinen, mit einer stärkeren Fokussierung auf unternehmensspezifische „Exposures“ eine Art „natürliche“ Währungsabsicherung in globalen Aktienportfolios schaffen zu können. Das Geschehen an den Währungsmärkten steht heuer stark im Vordergrund: In den letzten sechs Monaten konnte der Greenback gegenüber einem Korb der wichtigsten Währungen dank der erstarkenden US-Wirtschaft 12% hinzugewinnen. Der Euro hat seit Jahresbeginn mehr als 11% eingebüßt – weitere Verluste sind nach Anlaufen der quantitativen Lockerung (OE) wahrscheinlich.

Ein bisschen eine Blackbox

Eine Umsetzung dieser Währungstrends in unternehmensspezifische Gewinnprognosen erscheint häufig schwierig: „Das hat unserer Meinung nach teilweise auch mit einer allzu großen Abhängigkeit von Unternehmensberichten zu tun. Denn die Betriebe halten die Marktteilnehmer gewöhnlich nicht darüber auf dem Laufenden, wie sich Währungsschwankungen auf ihre Gewinne

auswirken“. Analysten verließen sich auf statische Wechselkursprognosen, die sich nicht in Echtzeit auf die Schwankungen von Währungskursen anpassen lassen. Europas Konzerne erzielen mehr Umsätze außerhalb ihrer Heimatmärkte als ihre US-Konkurrenz (s. Grafik), daher wirken sich Währungsschwankungen stärker auf die Wertentwicklung aus, was der Gewinnsaison einen beständigen Unsicherheitsfaktor beschert. Phelps: „Die Gewinnanschätzungen für europäische Unternehmen sämtlicher Größen weisen daher eine höhere Streuung auf als diejenigen für ihre US-Pendants“.

Der Blick nach Japan

Blickt man nach Japan könne man allerdings Lehren und Maßnahmen ableiten: Das vor 18 Monaten verabschiedete Konjunkturpaket namens „Abenomics“ zielte auf eine Abwertung des Yen ab, was die Gewinne in die Höhe trieb und am breiten Aktienmarkt zu tollen Kurssprüngen führte. Solange die Märkte von den künstlichen Anreizen angetrieben wurden, war eine Kombination besonders ge-

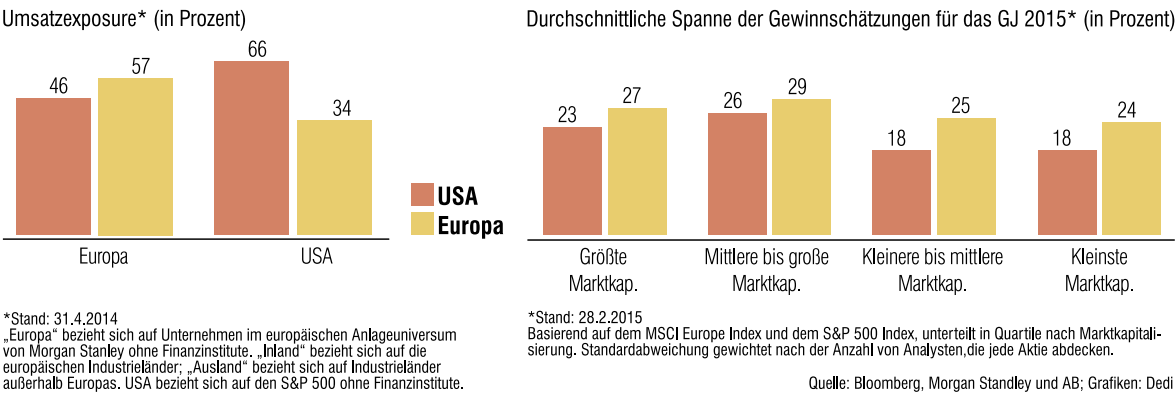


Europa in Japans Fußstapfen: Schwacher Euro bringt u.U. kurzfristige Gewinnplus.

winnträchtig: Eine Short-Position gegenüber der Währung und eine Long-Position bezüglich der Gewinne einzugehen. Mit der nachlassenden Wirkung der Anreize müssen die Betriebe aber unter Beweis stellen, dass sie aus eigener Kraft Gewinne steigern können. Genau diese sollten Anleger identifizieren, meint Chakrabarti.

Europa könnte in die Fußstapfen Japans treten. Er rät dazu, „natürlich“ abzusichern, ohne Einsatz von Derivaten oder Short-Positionen: Das Engagement im schwächeren Euro erhöhen, zugleich stärker auf das US-Wirtschaftswachstum setzen, Betriebe aus dem Euroraum mit starken US-Geschäftsaktivitäten auswählen. (lk)

HÖHERE UMSÄTZE IM AUSLAND FÜHREN ZU MEHR ERTRAGSUNSICHERHEIT



Bank Austria MegaTrends Garantieanleihe

Wien. Die neue MegaTrend GarantieAnleihe 4/2015–4/2022 der Bank Austria bietet Ertragschancen mit 20 Aktien internationaler Unternehmen und Kapitalsicherheit zum Laufzeitende. Die 20 Aktien wie z.B. BMW, Volkswagen, L’Oreal, Danone, Mondelez, LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, Johnson & Johnson oder Zurich Insurance Group entstammen den Branchen Automobil, Kosmetik und Körperpflege, Genuss- und Lebensmittel, Luxusgüter, Pharma sowie Versicherer. „Der Aktienkorb bildet somit wirtschaftliche Megatrends ab“, sagt Helmut Bernkopf, Vorstand für Privat- und Firmenkunden. Durch die Kapitalsicherheit zum Laufzeitende sei das Risiko im Vergleich zu einem direkten Investment in Aktieneinzeltitel deutlich begrenzt. Die Laufzeit beträgt sieben Jahre, zur Wertermittlung wird im ersten und im letzten Jahr der Wert jeder Aktie an 13 Beobachtungstagen festgehalten und der Durchschnitt gebildet. Die Anleihe kann unter normalen Marktbedingungen liquide zum aktuellen Kurs verkauft werden. (lk)

Studie „Stabilisierende Rolle an den Kapitalmärkten“ Staatsfonds haben sich gemausert

Wien/Frankfurt. Staatsfonds haben sich in den letzten 20 Jahren bemerkenswert entwickelt und erfreuen sich einer gestiegenen Akzeptanz, so die Quintessenz einer Studie der Deutschen Asset & Wealth Management (DeAWM). Sie seien eine kapitalstarke Stütze der Finanzmärkte und treten dank ihres langfristigen Anlagehorizonts und der größeren Risikoreizung regelmäßig als Antizyklischer auf. So engagierten sie sich



Asoka Wöhrmann, CIO DeAWM: „Bis 2008 wurden Staatsfonds skeptisch betrachtet.“

auch in fallenden Märkten und in illiquiden Assets, um von einer zu erwartenden Kurserholung bzw. Liquiditätsprämien zu profitieren. Betrachtet man die Entwicklung der letzten Zeit, ist das verwaltete Vermögen und die Zahl der Staatsfonds stark angestiegen. Bis Ende 2013 stieg das Vermögen der 69 bekannten Staatsfonds auf 6.300 Mrd. USD (1995: ca. 500 Mrd. USD). Sie werden künftig verstärkt in EM und Frontier Markets investieren.

ETFs Basierend auf Stoxx 15-Jahr-Feier

Zürich. Stoxx Ltd., führender Anbieter von handelbaren Indizes, feiert gemeinsam mit Fondshäusern das 15-Jahrjubiläum europäischer Exchange Traded Funds (ETFs), also börsengehandelter Fonds. Die beiden ersten in Europa lancierten ETFs basierten auf den Euro Stoxx 50 und den Stoxx Europe 50 indices, gelistet waren sie ab dem 11. April 2000 auf der Xetra-Plattform der Deutschen Börse. Kurz Zeit später, am 28. April 2000, sei mit dem iShares Core FTSE 100 UCITS ETF, einem Produkt der ETF-Schmiede iShares, die zu BlackRock gehört, der erste ETF an der London Stock Exchange gefolgt. Heute gibt es in Europa laut iShares 2.269 verschiedene ETFs und sonstige Exchange Traded Products (ETPs) von 45 Anbietern. Diese seien in 22 Ländern gelistet. Die Branche verwaltet fast 500 Mrd. Euro. Ende 2014 lagen der Stoxx, DAX oder SMI weltweit 274 ETFs zugrunde. Die Branche geht davon aus, dass der Markt weiter stark wachsen wird, trotz oder vielleicht gerade wegen wirtschaftlicher und politischer Unsicherheiten. (red)

Allianz Gruppe Europäische Aktien weiterhin auf der Überholspur; EZB stabilisiert Anleihenmarkt – Volatilität steigt

Vermögensmanagement nun flexibler gestaltbar

Vermögen des Dachfonds „Allianz Invest Portfolio Blue“ kann freier auf Assetklassen verteilt werden.

Wien. „Viele Anleger stellen sich die Frage, ob es nun schon zu spät ist, einzusteigen – und vor allem: wo und wie“, sagt Christian Ramberger, Geschäftsführer der Allianz Invest KAG. Die Kunden wünschten daher flexiblere Lösungen beim Vermögensmanagement, ein aktuelles Fondsprodukt müsse sich den sich ständig verändernden Gegebenheiten an den Finanzmärkten anpassen.

Daher seien den Fondsmanagern des Dachfonds „Allianz Invest Portfolio Blue“ große Freiheiten in der Veranlagung eingeräumt worden, sie seien keinen Mindestveranlagungsquoten unterworfen. Je nach Marktsituation, Einschätzung des konjunkturellen Zyklus und Analyse der Chancen und Risiken wird aktiv und flexibel in Cash, Aktien- und Anleihenfonds, innerhalb derer nach diversen Ländern und Branchen breit gestreut wird, angelegt. Rohstoffe und Alternative Investments werden derzeit in Form von Fondsveranlagungen bis insgesamt maximal 15% beigemischt. „Die Bandbreite liegt also zwischen 100 Prozent Aktien und 100 Prozent Cash“, erklärt Ramberger.

Auf dünnerem Eis

Die Einschätzung der Allianz-Experten derzeit ist eher „bullish“ für Aktien: „Auch wenn die Aktienbullen global auf dünnerem Eis gehen: Europäische Aktien bieten nach wie vor Aufholpotenzial“, sagt Allianz Österreich-CIO Martin Bruckner, „auf die Anleihen kommt mehr Volatilität zu.“ Er begründet seine Meinung mit dem höheren Wirtschaftswachstum bei niedriger Inflation und weiterer globaler Liquiditätsunterstützung sowie Rekordtiefstständen bei An-



Martin Bruckner, CIO: „Japanische Unternehmen sitzen auf Bergen von Cash.“

leihen. Man sehe aber keine Unterstützung für eine nachhaltige Bewertungsausweitung, global sollten sich die Gewinne beschleunigt positiv entwickeln. „Anleihen könnten unter Druck kommen, wenn die Fed im Laufe des Jahres mit Zinserhöhungen beginnen wird, wovon auch die allermeisten Marktteilnehmer ausgehen“, so Bruckner weiter.

Die Entwicklung in den großen Weltregionen bleibt auch im zweiten Quartal unterschiedlich, so die

volkswirtschaftlichen Prognosen. Trotz Abschwächung der Wirtschaftsdaten im ersten Quartal bleiben die USA der Wachstumsmotor der globalen Konjunktur und profitieren vom kontinuierlichen Rückgang der Arbeitslosigkeit und der Konsumerholung.

Rezessionsängste flauen ab

Der Euroraum hat sich von den Rezessionsängsten Ende 2014 erholt. Euro-Abwertung, Ölpreis-

rückgang und Quantitative Easing der EZB sollten eine stetige Erholung garantieren.

Das Wachstum der Emerging Markets (EM) weist aber ausgehend von Brasilien, Russland und China weiterhin Risiken auf. Das chinesische Wachstum wird sich von 7,3 auf 6,5% abschwächen. Die Inflationsrisiken sind durch den Ölpreiserückgang deutlich gefallen, die Inflationserwartungen jedoch bereits wieder leicht gestiegen.

Wie viele andere Anlagestrategen rät Bruckner, derzeit Aktien gegenüber Anleihen überzugewichten und dabei Europa und Japan den Vorzug zu geben, die Emerging Markets sowie die USA unterzugewichten: „Die Bewertung von US-Aktien ist relativ teuer, auf die Performance drückten vor allem jüngst revidierte Gewinnaussichten. Europas Unternehmen profitieren gewinnseitig aktuell vom schwachen Euro sowie dem Ölpreisverfall.“ Japanische Unternehmen seien ebenfalls interessant, denn sie verzeichnen Rekordgewinne, sitzen auf Bergen von Cash und initiieren Aktienrückkäufe.

Neuer großer Marktplayer

Auch auf der Anleienseite empfiehlt die Allianz, Unternehmensanleihen und Staatsanleihen aus Europa gegenüber Bonds aus den EM und USA überzugewichten.

Zu den Auswirkungen eventuell steigender Zinsen auf den Anleihenmarkt in Europa zeigt sich CIO Bruckner gelassen: „Wie man in Japan sehen konnte, kann eine Phase mit niedrigen Zinsen durchaus lange dauern. Wir gehen davon aus, dass der neue große Marktteilnehmer EZB für Konsistenz am Markt sorgen wird.“ (tm)

RLB NÖ RBI riss 2014 mit Verlust-Reigen

Wien. Die Verluste der RBI nach teuren Ostabschreibungen schlugen 2014 hart auf die Konzernmutter Raiffeisen Zentralbank (RZB) und bei deren Hauptaktionärin Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien (mit 272,9 Mio. Euro Minus) durch. Ein Jahr vorher schrieb die RLB 145 Mio. Euro Gewinn. Die RLB NÖ-Wien ist mit 34,7% an der RZB beteiligt. Das EGT blieb bei 72,9 Mio. Euro (Vorjahr: 89,6 Mio. Euro) deutlich im schwarzen Bereich. Bei den Krediten meldete die Bank ein Plus um 12,8%, in Wien wurden 3.000 Neukunden vermeldet. Die RLB-Bilanzsumme lag zum Ultimo 2014 bei knapp 30 Mrd. Euro.

Einsparungen

RLB-Chef Klaus Buchleitner geht nicht davon aus, dass heuer wieder eine RZB-Beteiligungsabschreibung nötig wird. Für 2014 wies die RLB im Einzelabschluss knapp 60 Mio. Euro Jahresgewinn aus. 2014 war bereits ein Einsparungsjahr, heuer will man durch Synergien infolge der sektorweiten IT-Fusion Einsparungen in dreistelliger Millionenhöhe erzielen. (ag/lk)

RLB Tirol 6% mehr Kredite Mehr Gewinn

Innsbruck. Die Raiffeisen-Landesbank Tirol AG (RLB Tirol AG) hat in 2014 ihr Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) um 3,5% auf 26,5 Mio. Euro ausgebaut, das Betriebsergebnis um 3,7% auf 42,3 Mio. Euro. Die Bilanzsumme ging um 3% auf 7,1 Mrd. Euro zurück. Die Kernkapitalquote der Landesbank stieg von 12,2% auf nunmehr 12,7%, erklärte Vorstandsdirektor Reinhard Mayr. Die Eigenmittelquote verbessert sich von 12,7% auf 13,5%.

Von Klemme weit entfernt

„Die Raiffeisen Bankengruppe Tirol hat 2014 um knapp sechs Prozent mehr Kredite zu Verfügung gestellt“, fügt Vorstandssprecher Hannes Schmid hinzu. Für 2015 erwarten die RLB Tirol-Chefs ein schlechteres Ergebnis, bedingt u.a. durch den Dividendenausfall durch die Raiffeisen Zentralbank, was rund 15 Mio. Euro ausmachen werde. Operativ wolle man jedenfalls auch 2015 weiter wachsen. Bei den 230 Bankstellen in Tirol könnte es sein, dass mittel- und langfristig „nicht jede Bankstelle bleibt“. (APA)

UniCredit Mit Intesa, KKR Bad Bank kommt

Rom. Der Aufsichtsrat der UniCredit hat laut Medienberichten den Plan für die Gründung einer Bad Bank mit dem Konkurrenten Intesa und dem US-Finanzinvestor KKR genehmigt. Sie soll in Kürze starten, wird UniCredit-CEO Federico Ghizzoni ohne genauere Zeitangaben zitiert. Für UniCredit und Intesa dürfte es durch die Kooperation mit KKR leichter werden, Verluste aus faulen Krediten zu minimieren bzw. die Kredite zu verkaufen. (ag)



Ghizzoni: „Könnten Volumen von bis zu 2 Mrd. Euro in die Bad Bank einbringen.“

Nextgen Neue Plattform Für Stiftungen

Salzburg. Mit „Stiftung Nextgen“ ist eine neue Plattform für Privatstiftungen in Österreich an den Start gegangen, die allen Personen, die mit dem Thema zu tun haben, Informationen zu Änderungen in den rechtlichen Rahmenbedingungen, Wissen rund um den Kapitalmarkt, Veranstaltungshinweise sowie ein Forum zur Diskussion aktueller Themen bieten will.

Derzeit bestehen österreichweit über 3.000 Privatstiftungen, in denen u.a. auch Betriebe angesiedelt sind, die für mehr als 400.000 Menschen Arbeitsplätze schaffen, so Manfred Wieland, Relationship Manager bei der Zürcher Kantonalbank Österreich AG und Mitbegründer von „Stiftung Nextgen“: „Heute ist man mit neuen Fragen und Problemen konfrontiert, die von der klassischen Generationenfrage bis hin zu Haftungsfragen einen weiten Bogen spannen.“

Man sehe sich weder als Konkurrenz zum Stiftungsverband noch stelle man eine öffentlich-rechtliche Interessensvertretung dar. Neben Manfred Wieland steht u.a. Uni-Professor Johannes Zollner hinter dem Projekt. (lk)

SHORT

DenizBank Wien in 2014 gut unterwegs



Die Bilanzsumme der DenizBank stieg um fast 30% auf 8,9 Mrd. Euro.

Wien/Moskau. Die in Wien ansässige DenizBank, die über die türkische DenizBank A.S. zum russischen Sberbank-Konzern gehört, hat im Geschäftsjahr 2014 deutlich besser verdient. Der Jahresüberschuss stieg um über 30% auf 141,7 Mio. Euro. Die Spareinlagen – 90% davon mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist – erhöhten sich von 1,61 Mrd. auf 2,15 Mrd. Euro. (APA)

Wechsel an der Spitze der HRE-Bad Bank

München. Der Wechsel an der Spitze der „Bad Bank“ der verstaatlichten deutschen Immobilienbank Hypo Real Estate (HRE) ist unter Dach und Fach: Zum 1. Oktober gibt der Vorstandssprecher der FMS Wertmanagement (FMSW), Christian Bluhm (45), seinen Posten an den früheren BayernLB-Vorstand Stephan Winkelmeier ab. Bluhm scheidet auf eigenen Wunsch aus. (ag)

Neue Erste-Service-Filiale am WU-Campus

Wien. Die Erste Bank hat die nächste Service-Filiale, beim Campus der WU im Gebäude der neuen Sigmund Freud-Uni, eröffnet. Die persönliche Beratungszeit für „einfache Produkte“ ist von 9 bis 18 Uhr, die Selbstbedienungsgeräte können rund um die Uhr genutzt werden. Für komplexere Anliegen kann per Knopfdruck unmittelbar ein Experte per Video in einem dafür eigens eingerichteten Raum hinzugezogen werden. Neben kostenlosem WLAN-Zugang können in der neuen Service-Filiale an Handyladestationen leere Akkus in versperrenbaren Kästchen rasch aufgeladnet werden. (lk)

Beraterteam der ZKB in Salzburg aufgestockt



Höftberger war langjährig in Liechtenstein und der Schweiz tätig.

Salzburg. Stefan Höftberger (36) verstärkt das Beraterteam der Zürcher Kantonalbank Österreich AG am Standort in Salzburg. Das Tochterunternehmen der drittgrößten Schweizer Bank beschäftigt in Salzburg und Wien insgesamt mehr als 70 Mitarbeiter und ist auf Private Banking spezialisiert. Derzeit wird ein Kundenvolumen von rund 1,2 Mrd. Euro betreut.

SHORT

Pensionskassen: 6,1% Rendite im 1. Quartal



Fachverbandsobmann Zakostelsky: 20 Mrd. Euro unter Verwaltung.

Wien. Die 14 österreichischen Pensionskassen erzielten im 1. Quartal 2015 ein durchschnittliches Veranlagungsergebnis von 6,1%. Aktuell werden mehr als 20 Mrd. € an Vermögen von ihnen verwaltet, 856.000 Österreicher bzw. 22% der österreichischen Arbeitnehmer haben Anspruch auf eine Firmenpension.

„Die konjunkturelle Stimmung in Europa hat für die Pensionskassen sehr positive Auswirkungen“, so Andreas Zakostelsky, Obmann des Fachverbands der Pensionskassen. Bereits jetzt hätten die Pensionskassen einen Veranlagungsertrag erreicht, der der langjährigen durchschnittlichen Performance entspreche. Für die kommenden Monate rechnet er aber mit höheren Volatilitäten an den Finanzmärkten. (APA)

Mega-Fusion zweier Versicherer

London. In der wohl größten Fusion in der Versicherungsbranche seit 15 Jahren hat der britische Konzern Aviva den Konkurrenten Friends Life übernommen. Geschäftsvolumen: 5,6 Mrd. £ (7,7 Mrd. €). Das Unternehmen hat nun etwa 16 Mio. Kunden und ist damit größter Versicherer Großbritanniens. Durch die Fusion sollen bis zum Jahr 2017 bis zu 225 Mio. £ jährlich eingespart werden. (APA)

NV erhöht Aktienanteil und setzt auf Immos



NV-Chef Hubert Schultes: mehr Aktien- und Immobilieninvestments.

St. Pölten. Die Niederösterreichische Versicherung (NV) erzielte 2014 bei den Lebensversicherungen eine Gesamtverzinsung von 3,5%. Allerdings sei der Verfall der Rendite auch bei der NV langsam spürbar, so Generaldirektor Hubert Schultes. Man habe daher den Aktienanteil auf 4% erhöht und gehe Richtung 5%.

Zudem setze man stärker auf Immobilien in Wien und St. Pölten mit schon fast 30% Anteil. Auch im Bauträgergeschäft engagiert sich die NV verstärkt. Die Kapitalanlagen stiegen voriges Jahr von 1,163 auf 1,189 Mrd. Euro.

Die Einnahmen stiegen um 4,2% auf 291,5 Mio. Euro. Das Brutto-EGT der NV lag 2014 bei 26 bis 27 Mio. Euro. (APA/red)

Bilanz 2014 In CEE läuft es wieder besser – alle Regionen positiv, zwei Drittel des Gewinns kommen von dort

VIG mit höherem Gewinn und mehr Dividende

Sorgen beim Finanzergebnis: Heta-Abschreibungen und niedrige Zinsen bringen Einbußen.

Wien. Die Vienna Insurance Group (VIG) legt gute Zahlen für 2014 vor. Der Gewinn stieg deutlich: um 46% auf 518,4 Mio. Euro. Nach Steuern bleiben 366,8 Mio. Euro, ein Plus von 56,5%. Die Dividende wird daher um 10 Cent auf 1,40 Euro je Aktie angehoben. CEE wird wieder zu einem Asset: Zum ersten Mal seit 2011 lieferten alle Regionen wieder einen positiven Ergebnisbeitrag.

Allein das Finanzergebnis gibt Anlass zur Sorge; niedrige Zinsen und Heta-Anleihen trüben den Ausblick.

Bessere Combined Ratio

Das Ergebnis je Aktie verbesserte sich um 75,5% auf 2,75 Euro. Die Kapitalanlagen beliefen sich Ende 2014 auf 31,1 Mrd. Euro (+4,5%). Die Prämieinnahmen sanken 2014 um 0,8% auf 9,146 Mrd. Euro; bereinigt man die Währungseffekte, ergibt sich eine Steigerung der konsolidierten Prämien um 0,9%. Positiv entwickelte sich das Verhältnis von Schäden und Kosten im Verhältnis zu dem Prämieinnahmen (Combined Ratio): Es lag 2014 mit 96,7% um 4 Prozentpunkte besser als im Jahr davor.

CEE bringt zwei Drittel

In der CEE-Region betrug die Combined Ratio nur 93,4%; hier war man 2014 wieder in allen Märkten positiv, auch im bisherigen Sorgenkind Rumänien. „Die Konzerngesellschaften der Region haben fast zwei Drittel zum Gewinn beigesteuert“, so CEO Peter Hagen. Die Neugeschäftsmarge in CEE habe mit 6,5% wieder einen internationalen Spitzenwert erreicht.

In Rumänien ist man nach Restrukturierungen und einer zuletzt wieder verbesserten Marktsitua-



Peter Hagen, CEO der VIG, freut sich über gute Zahlen: „Wir profitieren von der Expansion in die CEE-Region.“

tion wieder in die schwarzen Zahlen zurückgekehrt. 2014 wurde ein Vorsteuergewinn von 6 Mio. Euro erzielt, nach einem Verlust von 98,7 Mio. Die Combined Ratio wurde von 179,4 auf 105% verbessert.

Heta und niedrige Zinsen

Nicht so gut lief es beim Finanzergebnis des Konzerns. Es betrug 1,1 Mrd. Euro (nach rund 1,2 Mrd. Euro); belastet wurde das Ergebnis von Wertberichtigungen bei den Hypo/Heta-Anleihen und vom niedrigen Zinsumfeld. Mit 79 Mio. Euro schlugen die Heta-Anleihen zu Buche. Die nachrangigen Bonds (Volumen 55 Mio. Euro) hat die VIG auf Null abgewertet, die vorrangigen (Volumen 50 Mio. Euro),

mit Auszahlungsstopp der FMA belegten, zur Hälfte.

Sollten die Zinsen weiter sinken, erwartet Hagen für 2015 einen Rückgang beim Finanzergebnis im dreistelligen Millionen-Bereich. Höhere Kapitalerträge auf Kosten höherer Risiken in der Veranlagung anzustreben, komme auch künftig nicht infrage.

Mehr Immobilien

Eine sehr gute Ergänzung in der Anlage seien aber im derzeitigen Umfeld Immobilien, meint Martin Simhandl, für das Asset Management zuständiger Vorstandsleiter. Ende 2014 steckten 6,3% der insgesamt 31,1 Mrd. Euro VIG-Veranlagungsgelder in Immobili-

en. Der 10-Prozent-Anteil an der S Immo wird von der VIG-Tochter s Versicherung gehalten; diese will das Paket auch bei einem höheren S Immo-Aktienkurs nicht verkaufen. Die Aktienquote hat die VIG leicht erhöht – Ende 2014 waren es 3,6% –, sie werde aber „überschaubar bleiben“, da dies wegen der Unterlegungspflichten „extrem teuer“ sei. Infrastruktur-Investments seien zwar vom Zeitprofil grundsätzlich sehr gut für Versicherungen geeignet, so Simhandl, doch sei hier spezifisches Know-how gefragt. Zudem gebe es politische und regulatorische Risiken. Infrastruktur-Investments könnten umso attraktiver werden, je mehr diese Risiken ausgeschaltet werden könnten, so Simhandl. (APA/ks)

Coface-Studie Manche OECD-Länder haben es besser

Die Top 5-Wachstumsnationen

Wien. Weltweit kämpfen die Industrienationen mit schwachen Wachstum, es droht die Stagnation. Dass das nicht alle 23 Länder gleichermaßen betrifft, zeigt eine Studie des Kreditversicherers Coface. Die Top 5-Länder mit den besten Wachstumschancen sind demnach Deutschland, Südkorea, Schweiz, Belgien und die Niederlande; sie wiesen gute Chancen für langfristiges Wachstum auf.

Die Stärken der Top 5

Deutschland profitiert demnach von hohen Forschungs- und Entwicklungsausgaben, die im Wesentlichen von der Privatwirtschaft aufgebracht werden, sowie von seiner hohen, nicht kostenbasierten Wettbewerbsfähigkeit.

Für Südkorea spreche die qualitativ hochwertige Elektronikproduktion, hohes Innovationskapital, ein hochwertiges Bildungssystem und hohe öffentliche Ausgaben für die Forschung.

Die Schweiz lege großen Wert auf Innovation und sei vor allem bei Biotechnologie gut aufgestellt. Das Finanzsystem ermögliche es mit-

telständischen Unternehmen relativ einfach, Bankkredite aufzunehmen. Belgien besticht durch geringe Ungleichverteilung. Eine Stärke der Niederlande seien die leistungsfähigen Häfen des Landes.

In Österreich weise die private und öffentliche Verschuldung ein geringes Risiko auf. Bei der demografischen Entwicklung, Innovation, ungleichen Einkommensverteilung und Exportwirtschaft sei das Risiko moderat. (red)



Industrienationen in der Krise: Südkorea gehört zu jenen, die langfristig wachsen.

Neue Wege Herausforderung und auch Chancen

Zukunft der Lebensversicherung

Lin. Historisch niedrige Zinsen und neue gesetzliche Regelungen zwingen Lebensversicherer dazu, ihr Geschäftsmodell zu überdenken und die Kosten nachhaltig zu senken. Wie damit umgehen? Darüber berieten Experten bei einer Veranstaltung des Instituts für Versicherungswirtschaft.

Besser als ihr Ruf

Für Jochen Ruß von der Gesellschaft für Finanz- und Aktuarwissenschaften in Ulm ist die Lebensversicherung besser als ihr Ruf: Selbst nach Senkung der maximal erlaubten Garantieverzinsung auf 1,5% per Jänner 2015 sei sie weiterhin attraktiv: Biometrische Risiken wie Langlebigkeit, Tod, Berufsunfähigkeit und Pflegebedürftigkeit werden abgesichert und es gibt eine garantierte Mindestleistung.

Innovative Wege

Freilich, es braucht innovative Wege: In Deutschland konzentrieren sich Versicherer verstärkt auf fondsgebundene Polizzen, um

Risiken und den Kapitalbedarf zu minimieren.

Ulrich Mündlein vom Münchner Beratungsunternehmen Oliver Wyman meint: „Der Blick nach Japan und in die USA zeigt, dass auch in einem Niedrigzinsumfeld Produkte mit Garantien erfolgreich angeboten werden können – dies erfordert aber ein neues Design der Produkte. Dabei wird es unumgänglich sein, die Höhe der Garantie und der Kosten zu reduzieren.“ (red)



Expertenrat: Josef Stockinger (OÖV) und Ulrich Mündlein (Oliver Wyman).

Vermittlung
Verwaltung
Bewertung
Baumanagement

www.ehl.at

Wir leben
Immobilien.



DEUTSCHE WOHNEN BLITZT AB

Den Deutschen wurden nicht genug convert-Aktien
angedient, die Übernahme ist geplatzt

Seite 27



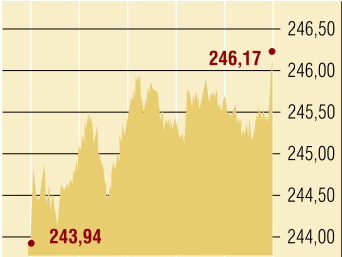
NEUE WOHN- UND GESCHÄFTSFLÄCHEN

Die IC Projektentwicklung lässt das Viertel Zwei
in der Wiener Krieau weiter wachsen

Seite 28

IMMO-AGS

8.–15. April 2015



IATX (Schluss 15.4.) 246,17 –0,33%

Wochentop	Atrium	5,76%
Wochenflop	conwert	–3,01%
Atrium		5,76%
Warimpex		4,67%
Buwog		3,93%
CA Immobilien		2,80%
Immofinanz		1,20%
S Immo		0,48%
conwert		–3,01%

IMMO-FONDS

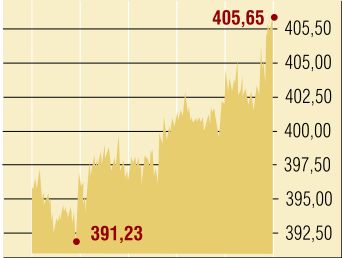
1-Monats-Performance (per 15.4.)

Monatstop	DBXT CSI 300	22,28%
Monatsflop	DWS Immoflex	–1,30%

Top 5 Immofonds	
DBXT CSI 300 R.E. UCITS 1 C	22,28%
CS (Lux) Gl. EM Prop. Eq. USD	15,27%
SSgA Europe ex UK Ind R E EUR	7,04%
First State As. Pr. Sec. A EUR	6,33%
Meinl Global Property	5,50%

Flop 5 Immofonds	
DWS Immoflex Verm.mandat	–1,30%
Morgan Stanley US Pr. B USD	–0,80%
Nordea 1 Gl. R E BP NOK	–0,58%
NB US R E Sec EUR A Acc	–0,28%
NN (L) Gl. R E X Cap EUR	–0,09%

8.–15. April 2015



CERX (Schluss 15.4.) 405,65 2,83%

INHALT

Immo:Capital
> Warimpex erwartet Minus 26
> S Immo legt Anleihe auf 26

Immo:Markets
> Spaniens Immo-Markt
erholt sich zusehends 28

Immo:Service
> VKI: Sammelklagen in
Deutschland gegen MPC 28
> Elk präsentiert energie-
autarkes Einfamilienhaus 29

People&Dates
> Net Promoter Score zum
Jubiläum unter der Lupe 30
> Smart Citizen geht online,
Lab in der Seestadt 30

Zinshäuser: stabile Renditen und Preise



Wiener Markt Der Zinshausbericht von Otto Immobilien (im Bild Geschäftsführer Eugen Otto) verrät folgende aktuelle Trends: 97% aller Verkäufe im vergangenen Jahr waren ganze Häuser, die Anzahl der Gründerzeithäuser ist weiter rückläufig. 2014 war kein Rekordjahr, dafür aber geprägt von Stabilität.

Seite 26

Energieeffizienz der höchsten Stufe Serviceoffensive bringt Kostenersparnis am Bau und bei Betriebsanlagen

ELIN-Quick-Check: nachhaltig zukunftsfit



Neue ELIN-Service-Schiene hilft, den Energienutzen auf allen Ebenen zu steigern.

Grünes Immobilienmanagement und energetische Gebäudesanierungsmaßnahmen schonen neben dem Klima langfristig auch die Kasse, wie renditeorientierte Strategen längst erkannt haben. Doch was ist ökologisch und ökonomisch tragfähig? Und was ist rechtlich zu beachten? Mit dem neuen Energieeffizienzgesetz (EEffG) sind Big Player, aber auch Zulieferer, mit noch ungewohnten Dos & Don'ts konfrontiert.

ELIN-Technikexperten stehen jetzt mit dem eigens entwickelten ELIN-Quick-Check zur Seite.

Und so funktioniert: Eine (erste) Grobanalyse liefert den Status quo samt Verbesserungsvorschlägen – zu einem attraktiven Preis; auf Wunsch wird in einem weiteren Prüfungsschritt ein detaillierter Planungs- und Maßnahmenkatalog erstellt.

Oskar Kern, COO und Initiator der neuen Serviceoffensive: „Im Bausektor liegt Sparpotenzial. Wir helfen beim Finden.“ Interesse? Informationen unter:

Tel: +43 (0) 59902 88000, Fax: +43 (0) 59902 51366, Mail: service@elin.com, www.elin.com

SHORT

Strabag bangt um Auftrag in Ungarn



Die Strabag weist den Kartell-verdacht in Ungarn zurück.

Wien/Budapest. Der Baukonzern Strabag zittert um einen Auf-trag aus Ungarn. Die Regierung in Budapest habe beschlossen, den Bau der Autobahn M4 im Osten des Landes zu stoppen, nachdem die EU-Kommission sich über vermutete illegale Preisabsprachen bei diesem Projekt besorgt gezeigt habe. Darüber hinaus verlange die Regierung von den involvierten Konzernen Vorauszahlungen über umgerechnet 74 Mio. Euro zurück. Das Auftragsvolumen des Autobahnteilstücks für den österreichischen Konzern beträgt umgerechnet 106 Mio. Euro. „Wir gehen davon aus, dass der Strabag daraus kein Schaden entstehen wird“, so eine Strabag-Sprecherin. (ag)

S Immo stockt Anleihe von 50 auf 65 Mio. auf

Wien. Die börsennotierte s Im-mo AG hat das Volumen ihrer angekündigten Unternehmens-anleihe von 50 Mio. auf 65 Mio. Euro aufgestockt. Das Papier wird mit einer Laufzeit von zwölf Jahren, einem Kupon von 3,25%, einem Emissionskurs von 101,5% und einer Stücker-lung von 500 Euro begeben. (ag)

GE verkauft Paket um 26,5 Mrd. US-Dollar

Fairfield. General Electric (GE) konzentriert sich auf seine industriellen Wurzeln und ver-kaufte einen Großteil seiner Ge-werbeimmobilien für 26,5 Mrd. Dollar (24,6 Mrd Euro). Käufer sind u.a. der Finanzinvestor Blackstone und die Bank Wells Fargo. Zudem sollen eigene Ak-tien für bis zu 50 Mrd. Dollar zurückgekauft werden. Hintergrund des größten Gewerbeimmo-Deals seit 2007 ist auch die erwartete Leitzinserhöhung der Fed in diesem Jahr, womit sich kre-ditfinanzierte Übernahmen verteuern dürften.

Buwog-Roadshow für Privatanleger



Neben CEO Daniel Riedl sind auch Deutschland-Geschäftsführer dabei.

Wien. Die Buwog AG veran-staltet Informationsabende für Aktionäre am 28. und 29. April. Veranstaltungsort ist das Bauprojekt der Buwog in der Wiener Penzinger Straße 76. Anmeldung unter http://www.buwog.com/privatanleger. (red)

Zinshaus-Marktbericht Mit 600 Millionen Euro Transaktionsvolumen am niedrigsten Stand seit dem Jahr 2008

Der Markt hält sich stabil bei Preisen und Renditen

Otto Immobilien: Jede zweite Transaktion erzielte einen Kaufpreis zwischen 1 Mio. und 2,5 Mio. Euro.

ERIKA HOFBAUER

Wien. Vereinzelt leicht steigende Preise, dafür stabile Renditen und insgesamt eine geringere Anzahl an Transaktionen – das sind die Kernergebnisse des aktuellen Zins-haus-Marktberichts für Wien, den die Otto Immobiliengruppe nun präsentierte. „Es war ein sehr ru-higes Jahr“, erklärt Eugen Otto die – vorläufige – Transaktionshöhe von knapp 600 Mio. Euro oder 240 Transaktionen.

Trend: gleich ganze Häuser

Wichtige Tendenzen waren im vergangenen Jahr außerdem, dass 97% aller Verkäufe gleich ganze Häuser waren. Otto: „Der Anteils-verkauf geht stark zurück.“ Auch bringen 90% aller Käufe bzw. Ver-käufe Summen bis 5 Mio. Euro zu-stande, jede zweite Transaktion, so Otto weiter, erzielte Kaufpreise zwischen 1 und 2,5 Mio. Euro. Eine ebenfalls merkbare Ent-wicklung zeigt die Betrachtung der Anzahl der Gründerzeit-Häuser: Seit 2008 ging diese Zahl um 5% oder rund 740 Häuser zurück. Otto-Researcher und Studienau-tor Alexander Bosak erklärt dies mit der zunehmenden Begründung von Wohnungseigentum, aber auch mit Nutzungsänderungen. „Abrisse finden selten statt, was für die ho-he bauliche Qualität spricht“, so Bosak: „Zinshäuser gehören zur nachhaltigsten Gebäudeklasse überhaupt.“

1,5 bis 5,8% Rendite

2014 war also nicht unbedingt ein Rekordjahr, was Anzahl und Volumen der Transaktionen be-trifft. Dafür zeichnete es sich durch besondere Stabilität bei



Immer mehr Assekuranzen mischen mit, ihr Anteil hat sich seit 2008 fast verdoppelt.

Preisen und Renditen aus. Richard Buxbaum, Leiter der Abteilung Wohnimmobilien und Zinshäuser: „Derzeit können Anleger mit Ren-diten von mindestens 1,5 Prozent in der City und maximal 5,8 Prozent im 10. und 11. Bezirk rechnen.“ Die Preise, so Buxbaum weiter, haben – mit Ausnahme des 16. und 17. Bezirks – moderat zugelegt. Be-sonders der 1. Bezirk konnte wie-der einmal seine Sonderstellung präsentieren; hier verzeichnet der Bericht, dass seit dem 1. Halbjahr 2014 die Spitzenpreise um rund 6% auf 5.850 Euro pro m² zugelegt ha-ben. Für 2015 rechnet Buxbaum je-denfalls mit einem spannenden Jahr: „War 2014 ein Paket-Trans-aktionsmarkt, wird es heuer eher

einzelne, kleinere Transaktionen geben.“ In den ersten Monaten des Jahres 2015 zeigte sich der Markt schon bemerkenswert, und für die

PREISE UND RENDITEN AM WIENER ZINSHAUSMARKT				
Region	Preis/m² min.	Preis/m² max.	Rendite min.	Rendite max.
1. Bezirk	3.400	5.850	1,5	3,4
2. Bezirk	1.330	2.500	2,6	4,2
3., 4. Bezirk	1.400	2.600	2,4	4,0
5., 6., 7. Bezirk	1.350	2.800	2,6	4,0
8., 9. Bezirk	1.400	2.800	2,4	3,9
10., 11. Bezirk	750	1.300	4,2	5,8
12., 14., 23. Bezirk	800	1.650	3,8	5,2
15. Bezirk	900	1.650	3,5	5,4
16., 17. Bezirk	900	1.800	3,9	5,0
13., 18., 19. Bezirk	1.400	3.000	2,8	3,9
20. Bezirk	800	1.550	4,1	5,3
21., 22. Bezirk	750	1.300	3,7	5,6

Quelle: Otto Immobilien Zinshaus-Bericht, Frühjahr 2015; Preise in Euro, Renditen in Prozent

Dywidag Rekordumsatz Kräftiges Plus

Linz. Das Linzer Bauunternehmen Dywidag hat im Geschäftsjahr 2014 seinen Umsatz um 18% auf 122,5 Mio. Euro gesteigert. Das sei ein Rekord in der 42-jährigen Fir-mengeschichte. Für heuer werden 127 Mio. Euro angepeilt.

Aufträge in Bayern im Auge

Einen Grund für das Umsatz-wachstum sieht man bei Dywidag in der Ausweitung des Aktionsra-dius: Nahe Leipzig baut das Un-ternehmen derzeit – in Arbeitsge-meinschaft mit Habau – eine Wei-zenstärkeanlage für die deutsche Südzucker AG. Das Großprojekt hat ein Auftragsvolumen von 22 Mio. Euro. Dywidag-Direktor Her-bert Berger sieht weitere Chancen, künftig auch außerhalb des Kern-markts Österreich aktiv zu sein und hat dabei vor allem Bayern im Auge. Aktuell arbeitet der Konzern, der rund 250 Mitarbeiter beschäftigt, auch am Ausbau der PlusCity in Pasching, an der Erweiterung des Ikea-Standorts in Innsbruck sowie an diversen Wohnhausanlagen in Linz, Wien und Salzburg. (ag)

Porr Einkaufszentrum Refurbishment

Wien/Elbing. Die polnische Tochter der heimischen Porr hat in Nord-polen das Einkaufszentrum „Ogrody Elblag“ als Generalunternehmer um 40 Mio. Euro modernisiert und ausgebaut. Bauherr war der inter-nationale Investor CBRE Global In-vestors Poland. Eröffnet wurde En-de März. Das rund 40.000 m² große EKZ umfasst mehr als 130 Läden auf zwei Ebenen, einen großen Su-permarkt, ein Kinocenter und Gara-ge mit ca. 1.000 Stellplätzen. (ag)



Elbing liegt im Verwaltungsbezirk Erm-land-Masuren nahe der Ostseeküste.

UBM Milliarden schwer Verkäufe geplant

Wien. Der Immobilienentwickler UBM Realitätenentwicklung AG will bis Ende 2016 Immobilien im Wert von rund 1,5 Mrd. Euro abstoßen. So werde die Nettover-schuldung stark verringert, erklärt Konzernchef Karl Bier bei der Bi-lanzpressekonferenz. Heuer steht eine Kapitalaufstockung auf dem Plan mit einem Ziel-Volumen „zwi-schen 80 und 100 Mio. Euro“. Die Pro-forma-Bilanzzahlen für die aus der PIAG und der UBM fu-sionierten Gesellschaft haben sich gegenüber der „UBM alt“ naturge-mäß stark verändert: Die Produkti-onsleistung erhöhte sich von 286,7 Mio. Euro (nur UBM-Konzern) auf 482,6 Mio. Euro (gemeinsamer Pro-forma-Wert). Die Umsatzerlöse stiegen nach diesem Schema von 217,3 auf 315,3 Mio. Euro, das operative Ergebnis (EBIT) verbesserte sich von 29,4 auf 53,5 Mio. Euro, der Jahres-überschuss von 13,5 auf 28,2 Mio. Euro. Die UBM AG allein weist für 2014 einen Bilanzgewinn von rund 7,5 Mio. Euro aus (2013: 3,8 Mio. Euro). Der Jahresüberschuss der AG allein stabilisierte sich bei 7,7 Mio. Euro. (ag)

Warimpex 35 Mio. Euro Verlust erwartet

Wien. Der Hotelbetreiber und Im-mobilienentwickler Warimpex litt 2014 unter der Russland-Krise. Man werde das Geschäftsjahr mit einem vorläufigen Jahresverlust von 35,3 Mio. Euro abschließen, heißt es. Hauptgrund dafür seien – nicht cash-wirksame – Fremdwäh-rungsverluste durch einen schwa-chen russischen Rubel, niedrigere Immobilienbewertungen in Russ-land sowie eine teils schwächere operative Performance von Hotels.



CEO Franz Jurkowski: „Hotels auch in Russland weiter konstant ausgelastet“.

Bieterschlachten Der conwert-Übernahmekampf ist entschieden; bei der CA Immo und der Immofinanz tobt er an mehreren Fronten noch weiter

conwert-Übernahme ist geplatzt

Immofinanz-Hauptversammlung am Freitag verspricht so spannend wie selten eine zuvor zu werden.

Wien/Frankfurt. Aus der geplanten Expansion des großen Deutsche-Wohnen-Konzerns nach Österreich wird nichts. Die angestrebte, gut 1 Mrd. Euro schwere Übernahme der conwert Immobilien Invest SE ist geplatzt: Den Deutschen wurden weniger als die erforderlichen 50% plus eine Aktie angedient. Die Annahmefrist lief am Mittwoch um 17 Uhr ab. Die Deutschen hatten 11,50 Euro je conwert-Papier offeriert. Deutsche-Wohnen-CEO Michael Zahn hatte mehrfach ein Nachbessern des Angebots ausgeschlossen. conwert wäre für die Deutschen „eine Option, kein strategisches Asset“ gewesen, kommentierte Zahn am Mittwochabend in einer Erstreaktion den geplatzen Deal. Das Angebot sei von einer Spekulationswelle begleitet gewesen, „die unsere sachlichen Argumente verdrängt hat“.

Kursverfall erwartet

Bei conwert, deren Portfolio mit 2,8 Mrd. Euro rund ein Viertel des Werts der Deutsche Wohnen (10 Mrd. Euro Ende 2014) beträgt, bleibt zunächst alles beim Alten, doch steht nach Expertenmeinung nun ein Verfall des Aktienkurses ins Haus. Noch im Jänner notierte die Aktie unter 10 Euro.

Größter conwert-Einzelaktionär ist mit 24,4% der Anteile die Haselsteiner Familien-Privatstiftung. Haselsteiner und der Investor Karl Ehlerding hatten im Vorfeld schon gut 30% der conwert-Aktien zugesagt – ein erfolgreiches Übernahmeoffert vorausgesetzt.

Deutsche Wohnen hatte sich die vom früheren ÖGB-Financhef Clemens Schneider gelenkte conwert nach langer Überlegung als Zielobjekt ausgesucht, wiewohl nicht alle der rund 27.300 Wohneinheiten der conwert in Deutschland und Österreich zu dem von der Anzahl her fünf Mal so großen Konzern (circa 147.000) gepasst hätten. Auch sah Zahn erhebliche unerledigte Hausaufgaben bei conwert, etwa den hohen Leerstand von zuletzt 7,1% im Wohnbereich.

Match vor Gericht

Beim Bieterkampf zwischen der CA Immobilien Anlagen AG und der Immofinanz bleibt es nicht bei Zeitungsinseraten, über die man die Anleger beeinflussen will.

Längst schon werden die Gerichte eingeschaltet. Bereits in der Vorwoche hat die Immofinanz gegen die CA Immo beim Handelsgericht Klage eingebracht: Eine wechselseitige Stillhaltevereinbarung, wonach die beiden Unternehmen zwölf Monate lang keine Aktie des jeweils anderen Unternehmens

erwerben durften, habe die CA Immo gebrochen.

Die Hauptversammlung der Immofinanz heute, Freitag, verspricht explosiv zu werden: CA-Immo-Vorstand Bruno Ettenauer hat bereits angekündigt, gegen die geplanten Satzungsänderungen stimmen zu wollen. Per Ende März halten der CA Immo-Kernaktionär O1 Group und die CA-Immo-Tochter PHI zusammen ca. 4% des Immofinanz-Grundkapitals. Geht es nach der Immofinanz, soll künftig für die meisten Entscheidungen eine 75%-Mehrheit erforderlich sein. Allerdings führt die CA Immo die gleiche Schwelle ein; das habe O1

beantragt, um „Waffengleichheit herzustellen“, so Ettenauer.

Die CA-Immo hat ebenfalls rechtliche Schritte eingeleitet, u.a. weil Immofinanz-CEO Eduard Zehetners Vorwurf, man habe Meldepflichten bezüglich des Aktienbestandes nicht eingehalten, nicht stimme. Darüber hinaus wurde die Übernahmekommission und die Finanzmarktaufsicht (FMA) mit der Frage der Zulässigkeit des Aktienrückkaufs durch die Immofinanz befasst. Zehetner habe in der sensiblen Phase des Übernahmeangebots das „extrem aggressive Rückkaufprogramm gestartet“, seither sei der Kurs der Immofinanz-Aktie

über die von der CA Immo angebotenen 2,80 Euro gestiegen.

Dass die geplante Senkung der Beteiligungsschwelle für ein verpflichtendes Übernahmeangebot von 30 auf 15% nicht ungewöhnlich sei, wie von der Immofinanz behauptet, bestreitet Ettenauer; den Vorwurf, das Stillhalteabkommen gebrochen zu haben, ebenfalls – es sei nie in Kraft getreten.

Die CA Immo hatte erstmals am 24.2. Interesse an Immofinanz im Ausmaß von rund 15% bestätigt; am 23.3. kündigte Immofinanz ein freiwilliges öffentliches Teilangebot für 29% des ausstehenden Grundkapitals der CA Immo an. (APA/Ik)



Ettenauer und Zehetner liefern sich nun einen gerichtlichen Schlagabtausch.

goldener hahn 2015

der nö Landespreis für beispielhafte werbung

save the date!

24. JUNI 2015

www.goldenerhahn.at

WKO

WIRTSCHAFTSKAMMER NIEDERÖSTERREICH

Werbung · Marktkommunikation

medianet

multiversum

ORF NÖ

VGN

VERLAGSGRUPPE NEWS

HEROLD/ADRESSE

KURIER

NÖN

Zipfer

NO FILM- UND MUSIKWIRTSCHAFT

88.6

ÖSTERREICH

Haber

HOCHSCHULE WIRTSCHAFTS UNIVERSITÄT WIEN



Deutsche Wohnen-CEO Zahn ist mit der Österreich-Expansion gescheitert.

© APA/Roland Schlager

SHORT

Spaniens Talfahrt ist vorerst vorbei



Vor allem im Nordosten Spaniens gab es immense Verkaufszuwächse.

Madrid. Erstmals nach sieben Krisenjahren erlebt der Immobilienmarkt in Spanien eine merkliche Erholung. Im Februar 2015 seien die Verkaufszahlen im Vergleich zum Vorjahresmonat um 15,5% auf 29.714 gestiegen, teilte die Statistikbehörde INE mit. Es sei der sechste Anstieg in Folge, hieß es. Die höchsten Wachstumsraten wurden den Angaben zufolge in den Autonomen Gemeinschaften Aragonien (49,2%), Katalonien (29,2%), Balearen (21,7%) und Andalusien (20,4%) registriert. Laut großen Immobilienagenturen habe man dank Konjunkturerholung und zunehmender Kredite die Wende geschafft. Zum Feiern sei es aber noch zu früh. Das abrupte Ende des Baubooms 2007 und das Platzen der Immobilien-Blase 2008 hatten die Wirtschafts- und Finanzkrise in Spanien ausgelöst. (ag/lk)

Baukosten im März höher als im Vorjahr



Die Baukosten für den Straßenbau sind allerdings gesunken.

Wiens. Der von der Statistik Austria berechnete Baukostenindex für den Wohnhaus- und Siedlungsbau ist im März gegenüber dem gleichen Monat des Vorjahres um 1,8% auf 108,6 Punkte gestiegen. Gegenüber dem Vormonat Februar blieben sie unverändert. Die Baukosten für den Straßenbau sanken gegenüber März 2014 um 3% auf 107,3 Indexpunkte, was dem Niveau des Vormonats entspricht. Der Baukostenindex für den Brückenbau hielt bei 106,8 Punkten (-0,7%), wodurch der Abwärtstrend der Kosten im Brückenbau auch weiterhin fortgesetzt wird. (ag)

wisba Akademie geht in die dritte Runde

Wien. Das internationale Ausbildungsprogramm wisba, die Wienerberger Sustainable Building Academy, wurde 2013 ins Leben gerufen, mit dem Ziel, Studenten aus den Bereichen Architektur und Bauingenieurwesen bei der Weiterentwicklung ihres Wissens zu nachhaltigem Bauen zu unterstützen. Nun startet der 3. Jahrgang. Studenten aus Österreich, Belgien, Ungarn, Italien, Polen und der Schweiz können sich bis zum 14. Juni 2015 bewerben.

Stadtentwicklung Der Viertel Zwei-Betreiber IC Projektentwicklung startet nun in der Krieau mit „Viertel Zwei Plus“

Viertel Zwei wächst: mehr urbanes Leben im Prater

IC-Geschäftsführer Hammertinger: Konzept zu Viertel Zwei wird bei Neuprojekten fortgesetzt.

ERIKA HOFBAUER

Wien. Bereits heute zählt das Viertel Zwei zum Vorzeigeprojekt in Sachen Stadtviertelentwicklung. Zwischen Messegelände und Stadion im zweiten Wiener Gemeindebezirk arbeiten derzeit 4.000 Menschen in 26 Unternehmen auf einer Bürofläche von 80.000 m². 78 Wohnungen und 250 Hotelzimmer sowie über 13.000 m² Grünfläche stehen den urban orientierten Bewohnern des Quartiers zur Verfügung. Und das soll jetzt noch mehr werden. Dieser Tage haben die Bauarbeiten des Viertel Zwei Plus begonnen: Zwischen WU-Campus und Grünem Prater am Rande der ehemaligen Trabrennbahn Krieau entstehen bis 2017 auf 37.000 m² Grundstücksfläche im Planungsgebiet 1 (Trabrennstraße) neue Wohn- und Geschäftsflächen, erzählt IC Projektentwicklungs-Geschäftsführer Walter Hammertinger: „Das innovative Konzept von Viertel Zwei – nämlich kurze Wege, autofrei, viel Grünraum – soll auch bei den neuen Projekten umgesetzt werden.“

Denkmalamt eingebunden

Dazu zählen auch laufende Gespräche mit dem Bundesdenkmalamt, das vor allem beim Umbau der Tribünen als denkmalgeschützte Objekte miteinbezogen wird; Hammertinger will aber keine Details verraten, wie diese Bauteile ins Baukonzept eingefügt werden. Bislang war ja das Viertel Zwei eher durch eine gewisse „Office-Lastigkeit“ aufgefallen; das soll sich jetzt ändern, so Hammertinger weiter: Die Teilprojekte „Rondo“ (Eigentumswohnungen von



Die „Office-Lastigkeit“ des Viertel Zwei wird sich mit den Projekten „Rondo“, „Studio Zwei“ und „Milestone“ ändern.

50 bis 150 m²), „Studio Zwei“ (Mikroapartments mit ca. 30 m²) sowie „Milestone“ (studentisches Wohnen für 350 Studierende) decken die Wohnbedürfnisse der künftigen Bewohner ab. Mit dem Office-Projekt „Denk Drei“ sollen bis 2017 schließlich 21.000 m² Büroflächen und 2.000 m² Handelsflächen sowie mietbare, auf einer Ebene befindliche Flächen von 500 bis 2.300 m² entstehen. Auch dieses neue Wohngebiet soll autofrei gestaltet werden – Stellplätze soll es in den angrenzenden Tiefgaragen geben. „An der Oberfläche werden Bäume, Sitzplätze sowie Fuß- und Radwege dominieren“, erklärt Hammertinger, der nicht nur auf den angrenzenden Prater als ausreichend Grünfläche setzen will. Und hohe Lebensqualität will der IC-Chef

nicht nur für künftige Bewohner erreichen, sondern auch für die schon bestehenden Anrainer: „Die Bewohner in den angrenzenden Gemeindebauten sind ja in den letzten Jahren wirklich baustellenerprobt geworden.“ Um diese nicht noch mehr zu strapazieren, will man nicht nur die Bauzeit mit bis zu 700 Bauarbeitern täglich so kurz wie möglich halten, sondern auch den Lkw-Verkehr durch die Nutzung der Südportalstraße als Baustellenzufahrt reduzieren. Dass man sich die Anrainer gewogen hält, ist auch nötig. Denn mit der Fertigstellung von Planungsgebiet 1 folgt der Startschuss zum Projekt „Meiereistraße“, das hauptsächlich Wohnzwecken gewidmet sein wird. 2016 soll dazu der Architekturwettbewerb beginnen; geplante Fertigstellung: 2021.

FACTS

Viertel Zwei ist ein Projekt der IC Projektentwicklung. Diese ist Mitglied der value one group, der neben weiteren Unternehmen aus dem Immobilienbereich u.a. auch Milestone angehört, nach eigenen Angaben Österreichs erster privater Studentenapartmentsanbieter im High-End-Segment. Der Startschuss für das Stadtentwicklungsgebiet „Viertel Zwei“ beim Messegelände im zweiten Wiener Gemeindebezirk fiel im Jahr 2005. Die OMV hat nach Fertigstellung den Büroturm „Hoch Zwei“ in 2008 sowie das angrenzende Gebäude „Plus Zwei“ als Headquarter bezogen. Bis 2009 wurde dann der Komplex „Rund Vier“ fertiggestellt, es folgte dann das „Biz Zwei“, und die Gleichfeier für das Wohnprojekt „Stella Zwei“ fand 2010 statt. Sämtliche Teile kommen in den Genuss der Grünflächen und den 5.000 m² großen Sees – H Zwei O – im Herzen des Viertels.

Schlagabtausch VKI bereitet Sammelklagen gegen das Hamburger Emissionshaus vor, was dieses gelassen nimmt

Erster MPC-Holland-Immofonds insolvent

Wien/Hamburg. Der Hollandfonds 51 des Hamburger Initiators MPC Capital, eine unternehmerische Beteiligung, bei der eine Immobilie in den Niederlanden im Fokus steht, hat am 31. März Insolvenz anmelden müssen. Der Geschlossene Fonds wurde in Österreich exklusiv für die Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien aufgelegt. Die Anleger müssen nun hohe Geld-Rückforderungen

befürchten. Mit der Insolvenz sei der Totalausfall eingetreten, präzisierte Peter Kolba, Rechtschef des Vereins für Konsumenteninformation (VKI), gegenüber der APA. Zusätzlich könnte nun der Insolvenzverwalter des Holland 51 die Anleger auffordern, die erhaltenen Ausschüttungen zurückzuzahlen. Das waren über einige Zeit 38% des eingebrachten Kapitals. Gegen die RLB NÖ-Wien erging kürzlich

zudem ein – nicht rechtskräftiges – Urteil des Handelsgerichts Wien wegen mehrerer schwerer Beratungsfehler bei einem Kunden, der in die Hollandfonds 50 und 54 des Hamburger Emissionshauses MPC investiert war. Die RLB NÖ-Wien wird wohl dagegen berufen. Laut VKI sind 700 bis 800 Raiffeisen-Kunden betroffen. „Wir betreiben ein strafrechtliches Ermittlungsverfahren gegen juristische und natürliche Personen bei MPC“, so Kolba. 2.000 Anleger, die sich geschädigt fühlen, hätten sich dem Verfahren bereits als Privatbeteiligte angeschlossen. Daneben bereite der VKI eine zivilrechtliche Klagsaktion gegen MPC vor.

„Schlüssig und fehlerfrei“

Der 51. Sachwert Rendite-Fonds Holland GmbH & Co. KG sei die erste Immobilienbeteiligung, bei der man in 20 Jahren Unternehmensgeschichte Insolvenz anmelden habe müssen, entgegnet MPC Capital. Das den einzelnen Fonds zugrunde liegende Geschäftsmodell und deren Konstruktion sei

„schlüssig und fehlerfrei“ gewesen. Auch seien die Anleger über Risiken „stets in einem ausgewogenen und der Realität entsprechenden Verhältnis“ informiert worden. Den vom VKI angekündigten Klagen in Deutschland sehe man daher gelassen entgegen. In Wien hat der VKI schon im Vorjahr Strafanzeige gegen MPC erstattet (medianet berichtete). Die Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft (WKStA) ermittelt wegen Verdachts auf schweren Betrug. Weder hätten MPC Capital und ihre Treuhandgesellschaft TVP irreführende Verkaufsprospekte verwendet noch ihre Aufklärungspflichten verletzt, so das Unternehmen weiter. 40 von insgesamt 41 geschlossenen Immobilienfonds von MPC Capital, die vor dem Jahr 2009 abgewickelt wurden, haben ihren Investoren „substanzielle Vermögenszuwächse beschert“, wie es heißt. Aktuell sei den Anlegern im Februar ein Sanierungskonzept vorgelegt worden, das diese aber nicht angenommen hätten. (ag/lk)



MPC: „Historisch einzigartige Immo-Krise in den Niederlanden“ (Foto: Amsterdam).

Energieautark Projektkonsortium entwickelte neue Lösungen für die Unabhängigkeit von Öl und Gas

„Die Sonne schickt uns keine Strom-Rechnung“

Elk-Chef Weichselbaum: „Das ‚Absolut Autark Plushaus‘ ist Meilenstein im nachhaltigen Wohnbau.“

Trausdorf/Schrems/Wien. Energieeffizient und ressourcenschonend zu bauen und zu wohnen liegt wie nie zuvor im Trend. Um diesen Entwicklungen Rechnung zu tragen, hat ein österreichisches Projektkonsortium unter der Führung des Fertighauspezialisten Elk das erste vollständig energieautarke Wohnhaus im burgenländischen Trausdorf errichtet und rund zweieinhalb Jahre nach dem Forschungs- und Entwicklungsstart der Öffentlichkeit vorgestellt.

„Gemeinsam mit unseren Projektpartnern ist es uns gelungen, mit der Errichtung des Absolut Autark Plushauses den nachhaltigen Wohnbau auf eine neue Stufe zu heben“, sagt Erich Weichselbaum, CEO der Elk Holding AG. Als Österreichs führendes Fertighausunternehmen zeichnet Elk für die Gebäudeerrichtung verantwortlich. Das Know-how im Bereich erneuerbarer Energie bzw. der Speicherung elektrischer Energie bringt die IEMW GmbH (Innovative Energy Martin Wieger GmbH) ein und übernimmt auch das Gebäudemanagement. Die Energie Environment Solutions GmbH (EES) steuert die gesamte Hydraulik und Prozessleittechnik zur Realisierung der absolut autarken Gebäudetechnik bei.

Zudem Forschungsstation

Den Angaben zufolge werden erstmals elektrische und thermische Speicher zum Management der Energieversorgung eines Einfamilienhauses integriert; von fossilen und nuklearen Energiequellen bestehe absolute Unabhängigkeit. „Die Energiegewinnung beziehungsweise -versorgung erfolgt ausschließlich mit Photovoltaik-Modulen. Dadurch kann an allen



Elk „Absolut Autark Plushaus“ garantiert über 365 Tage im Jahr volle Deckung des gesamten Gebäude-Energiebedarfs.

365 Tagen des Jahres der Energiebedarf des gesamten Gebäudes vollständig gedeckt werden“, sagt Bernd Höfflerl, Geschäftsführer der Elk Fertighaus GmbH. „Neu ist dabei, dass die überschüssig produzierte elektrische Energie mithilfe von Batterien gespeichert wird; dabei werden neuartige Batteriespeicher eingesetzt“, so Martin Wieger, Managing Partner der IEMW GmbH.

Die vor Ort produzierte elektrische Energie wird über optimierte Wärmepumpen und direkte Umwandlungssysteme in thermische Energie – sprich in Wärme – umgewandelt und gespeichert.

Das Gebäude dient zudem als Forschungsstation, da sich der kombinierte Einsatz von elektri-

schen und thermischen Speichern zur optimierten Nutzung der Sonnenenergie aus technischer Sicht noch im Forschungs- bzw. Entwicklungsstadium befindet.

Fertighausmarkt rückläufig

Im Fertighausmarkt insgesamt belegt der Energiestandard „Niedrigenergiehaus“ einen Anteil von 93 Prozent aller Einfamilienhäuser. Die Kategorie stagnierte in 2014 jedoch. Verloren hat die Zahl jener Fertighäuser, die eine Energiekennzahl von mehr als 30 Kilowattstunden pro Quadratmeter und Jahr aufweisen.

Generell war der Absatz von Fertighäusern 2014 rückläufig, das Minus gegenüber 2013 betrug

1,9%; bei den Einfamilienhäusern gab es nach schwächeren Jahren zuvor nun ein Plus von 1,5%.

Die Mitglieder des Fertighausverbands (ÖFV) errichteten im Vorjahr 2.530 Einfamilienhäuser im Inland. „Die mittlere Ausbaustufe ‚Belagsfertig‘ gewann mit einem Anteil von 60,4 Prozent deutlich dazu“, so der ÖFV.

Auch beim mehrgeschoßigen Wohn- und Objektbau gab es ein Plus (6,7%), allerdings waren hier die Zuwachsraten geringer als zuvor. Weniger Nachfrage gab es beim großvolumigen Bau, bei schlüsselfertigen Fertighäusern und im Exportgeschäft.

Weichselbaum ist für die Entwicklung des heurigen Jahres zuversichtlich gestimmt. (fh)

TÜV Austria Zum 14. Mal fand der Aufzugstag statt Komplexes Zusammenspiel

Wien. Bereits zum 14. Mal fand der TÜV Austria Aufzugstag im Wiener Rathaus statt. „Die Sicherheit der insgesamt etwa 100.000 Aufzüge in Österreich ist nicht zuletzt auf die Tätigkeit der TÜV Austria Aufzugstechnik zurückzuführen“, sagte Geschäftsbereichsleiter Thomas Maldet. Die Funktionalität der Sicherheitseinrichtungen, die eine gefahrlose Benutzung des Aufzuges sicherstellt, sowie die bauliche Umgebung desselben mit Augenmerk zum Beispiel auf die Barrierefreiheit werden jährlich geprüft.

Ausbildung immens wichtig

Beim TÜV Austria Aufzugstag gaben die Vortragenden nicht nur Einblick in die aktuellen Entwicklungen im Aufzugsbereich, sondern leisteten auch Hilfestellung bei Sicherheitsprüfungen von Wohngebäuden oder bei den Prüfpflichten von Autoparksystemen und Garagentüren.

Hebeanlagenwärter wurden 2014 als Beauftragte abgeschafft, die Pflichten des Betreibers sind jedoch dieselben geblieben. Mal-

dets Appell an die Betreiber lautete daher, nur Personen mit einer entsprechenden Ausbildung mit dieser verantwortungsvollen Aufgabe zu betrauen. „Allein das Zusammenspiel aus vorbeugender Wartung, unabhängiger Sicherheitsprüfung ohne Reparaturinteresse und vorkehrenden Maßnahmen zur Notbefreiung kann die Sicherheit der Aufzüge in Österreich auf dem gewohnt hohen Niveau halten“, so Maldet. (red)



Österreichweit gibt es ca. 100.000 Aufzüge; deren Betreiber sind in der Pflicht.

Bauland Derzeit 918 Hektar Wohnbau-Grund unverbaut Neue Raumordnung noch in 2015

Salzburg/Wien. Land Salzburg SPÖ-Raumordnungssprecher Roland Meisl möchte noch 2015 die im Bundesland Salzburg bestehende Raumordnung neu geregelt sehen. Zentrales Anliegen sei, vorhandenes Bauland auch tatsächlich einer Verbauung zuzuführen.

Bauland-Widmung befristen

Damit wenigstens ein Teil davon verbaut werde, sei unter anderen an eine Infrastrukturabgabe für erschlossene, ungenutzte Baugründe über 700 m² gedacht sowie an eine Befristung der Bauland-Widmung: Sollte nicht innerhalb von zehn Jahren gebaut werden, verfalle solches Land automatisch wieder zu (billigerem) Grünland, so Meisls Vorstellung.

Und schließlich könnte die sogenannte Vertragsraumordnung wieder eingeführt werden. Dabei schließen Gemeinden und Grundeigentümer einen Vertrag ab. Der Eigentümer erhält nur dann eine Bauland-Widmung, wenn er einen Teil der Fläche dem sozialen Wohnbau mit einer preislichen Obergrenze zur Verfügung stellt.

Klubobmann Walter Steidl machte auch auf den besonderen Wert von Grund und Boden im Bundesland Salzburg und damit auf den finanziellen Druck aufmerksam: Nur ein Fünftel der Landesfläche sei Dauersiedlungsraum. „Im benachbarten Oberösterreich sind es 60 Prozent der Fläche, in Bayern gar 90. Da können wir keine Zweitwohnsitz-Gegend werden“, so sein Argument. (APA/fh)



Roland Meisl, SPÖ, denkt an Wiedereinführung der Vertragsraumordnung.

SHORT

Raiffeisen baut neues Wohnhaus in Wien



Raiffeisen Projekt: Eigentums-City-Wohnungen in der Garbergasse 9.

Wien. Im 6. Wiener Gemeindebezirk, unweit der Mariahilfer Straße, entsteht in den kommenden Monaten ein modernes Wohnhaus mit 15 freifinanzierten Eigentumswohnungen sowie Tiefgarage. In der Garbergasse 9 begann Raiffeisen-Leasing mit dem Bau des neuen Wohnbauprojekts.

Die hochwertig ausgestatteten Stadtwohnungen werden über eine Wohnfläche zwischen ca. 52 und 120 m² verfügen. Zu den beiden Erdgeschosswohnungen gehören zudem Eigentgärten mit Gartenterrassen.

Alle anderen Apartments punkten wiederum mit sonnigen Balkonen und Terrassen, die zum hellen und ruhigen Innenhof ausgerichtet sind, beschreibt Raiffeisen Leasing die Anlage. (fh)

Wien startet 2016 mit Leerstandsagentur

Wien. Die Stadt Wien gründet eine eigene Leerstandsagentur. Die projektierte Plattform „Kreative Räume“, die 2016 starten wird, soll private Hausverwalter oder Immobilienentwickler mit Künstlern und Start-ups der Kreativwirtschaft zusammenbringen, um ungenutzte Geschäftslokale temporär oder längerfristig zu bespielen.

450.000 Euro sind für die Serviceagentur budgetiert. Die Kosten teilen sich das Finanz-, Stadtplanungs- und Kulturressort zu gleichen Teilen. Die konkrete Ausschreibung beginnt noch vor Sommerbeginn, heißt es aus dem Wiener Rathaus. (APA)

Vermarktung des FMZ Gerasdorf gestartet



„Fachmarktzentrum und Shopping Resort G3 bilden ideale Symbiose.“

Wien EHL Immobilien wurde von der deutschen ECE, einem der führenden Spezialisten für Einkaufszentren, mit der Vermarktung der Flächen im Fachmarktzentrum G3 beauftragt. Das FMZ befindet sich direkt neben dem etablierten Einkaufszentrum G3 Shopping Resort Gerasdorf. „Die Voraussetzungen für das Fachmarktzentrum sind außergewöhnlich gut“, sagt Jörg Bitzer, Einzelhandelsexperte bei EHL. Es profitiert von der unmittelbaren Nähe zum Einkaufszentrum G3 und bester öffentlicher Erreichbarkeit. (fh)

SHORT

Wien und Budapest als
Gründerzeit-Ausstellung



Die Palais der Budapester Andrássy-Straße sind Gründerzeit-Klassiker.

Wien. Die Donaumetropolen Wien und Budapest sind Thema der neuen Ausstellung „Stadtträume der Gründerzeit“ der Reihe „Architektur im Ringtum“ des Wiener Städtischen Versicherungsvereins. 300 Lichtbilddaufnahmen der klassischen Stadtfotografie dokumentieren die Zeit der k. u. k. Monarchie und folgen den Spuren der Gründerzeit-Architektur. Als Kuratoren zeichnen Maté Tamáska für die wissenschaftliche Erarbeitung und Adolph Stiller für die Architektur im Ringtum verantwortlich. Bei freiem Eintritt geöffnet von 21. April bis 5. Juni. (hk)

Nordautobahn wird
25 Kilometer länger

Poysdorf. Im weinviertlerischen Poysdorf erfolgte der Startschuss für den Weiterbau der Nordautobahn (A5) von Schrick bis Poysbrunn. Nach der Anschlussstelle Poysbrunn wird die Autobahn wieder in die bestehende B7 münden. Der 25 Kilometer lange Abschnitt umfasst vier Anschlussstellen und soll 2017 für den Verkehr freigegeben werden. Die Asfinag investiert 324 Mio. Euro. (APA)

24. und 25. April: Die
Tage des Fertighauses



Vario-Haus-Geschäftsführer Josef Gruber will mit Mythen aufräumen.

Wiener Neustadt. „Die Tage des Fertighauses finden heuer erstmals einheitlich in allen Mitgliedsländern des Verbandes am 24. und 25. April statt“, sagt Josef Gruber, Präsident des Europäischen Fertigbauverbands (EFV) und Geschäftsführer von Vario-Haus. Er will mit Mythen rund um Fertigteilhäuser aufräumen; so werde etwa der Frage nachgegangen, warum Fertighäuser in sehr kurzer Zeit hergestellt werden können oder was es mit der Holzrahmenbauweise auf sich hat. (red) <http://www.fertighaus.org>

Neuer Head of
Research bei CBRE

Wien. Kateryna Kurylchuk (31) verstärkt als Head of Research das Experten-Team von CBRE Österreich. Sie war davor wissenschaftliche Mitarbeiterin am Forschungsinstitut für Raum- und Immobilienwirtschaft der WU Wien. (red)

FMVÖ Podiumsdiskussion zum Thema „10 Jahre Net Promoter Score – NPS“ – seine Vorteile, aber auch Nachteile

Dem NPS zum Jubiläum
auf den Zahn gefühlt

Fazit der Expertenrunde: Recommender-Award ein wertvoller Impulsgeber bei Kundenorientierung.

Wien. Seit zehn Jahren misst das von Fred Reichheld entwickelte Befragungskonzept „Net Promoter Score“ (NPS) die Weiterempfehlungsbereitschaft von Kunden. Das Konzept wird auch international zur Unternehmenssteuerung verwendet. Der Finanz-Marketing Verband Österreich (FMVÖ) veranstaltete nun gemeinsam mit dem Verband der Marktforscher Österreichs (VMÖ) ein Financial Forum zum Thema „10 Jahre Net Promoter Score – was kann er, was kann er nicht?“

Der Kunde hat das Sagen

Das Konzept war ursprünglich besonders zu Beginn kontroversiell diskutiert worden – Grund genug, ihm eine Dekade später im Rahmen einer Podiumsdiskussion im Erste Bank-Event-Center am Petersplatz in der Wiener Innenstadt auf den Zahn zu fühlen, denn auch der FMVÖ selbst vergibt seit acht Jahren den Recommender Award, basierend auf den gemessenen NPS-Ergebnissen österreichischer Banken, Versicherungen und Bausparkassen.

Zur von VMÖ-Vorstandsvorsitzender und FMVÖ-Vizepräsident Robert Sobotka geleiteten Diskussion am Podium trafen sich Karin Kiedler (Erste Bank), Hermann Hausenbiegl (Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft), Stefan Schneider (Basler Versicherungen, Basel), Hermann Strablegg (Bawag PSK) und Herwig Wöhs (Allianz Elementar Versicherungs-Aktiengesellschaft).

FMVÖ-Vizepräsident Josef Redl eröffnete den Abend mit einer Präsentation der Hauptergebnisse des FMVÖ-Recommender zwischen 2007 und 2014 und gab einen kurzen Einblick in die Geschichte



Stefan Schneider, Hermann Hausenbiegl, Robert Sobotka, Hermann Strablegg, Karin Kiedler, Josef Redl, Herwig Wöhs (v.l.n.r.).

dieses Weiterempfehlungs-Awards für österreichische Finanzinstitute. Die vom US-Amerikaner Frederick F. Reichheld entwickelte Messmethode des NPS wurde dafür ausgewählt, weil sie auf der Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden basiert, so Redl.

Enorme Bandbreite

Die 2007 noch mit 1.800 Befragten und 21 bewerteten Banken und Versicherungen gestartete Kundenbefragung entwickelte sich so bis 2014 zum bedeutenden Branchen-Stimmungsbarometer für 58 bewertete Finanzinstitute mit 8.000 Kundenbewertungen.

Als Hauptkriterium für einen hohen NPS entpuppte sich über die

Jahre hinweg die persönliche Beratung. Angesichts der weit auseinanderklaffenden NPS-Werte (bester jemals gemessener NPS-Wert 62 Prozent, schlechtester Wert -23 Prozent) erklärte Josef Redl: „Die enorme Bandbreite der Ergebnisse und die Differenz von 85 Prozentpunkten stellen ein gigantisches gewonnenes oder verlorenes Kundenkapital dar. Unternehmen ersparen sich durch die Weiterempfehlung ihrer Kunden enorme Marketingkosten!“

Schweiz: komplexe Scores

Wie der NPS in der Schweiz angewandt wird, erläuterte Stefan Schneider von den Basler Versicherungen in seiner Keynote: Eingangs

war der NPS nur zur Messung der Wirkung von Marketingaktionen und -Instrumenten, wie etwa der Kundenzeitung, auf die Kundenloyalität herangezogen worden.

In den letzten Jahren wurde auf Basis des NPS ein komplexes System der Touchpoint Management Scores (TPM) mit einer dazugehörigen Farbskala für Kundenerlebnisse entwickelt, so Schneider.

Als einhelliges Fazit der Diskussionsteilnehmer kristallisierte sich heraus: Wenn auch nicht jedes Institut den NPS zur Messmethode auserkoren hat, so wurde mit dem FMVÖ Recommender-Award doch ein wertvoller Impulsgeber zur Verankerung der Kundenorientierung in der österreichischen Finanzwirtschaft geschaffen. (hk)

Plattform Mit Homepage und „Lab“ nachhaltig wohnen

Wie wird man Smart Citizen?

Wien. Wiener, die unter der Prämisse „Nachhaltigkeit“ leben und diesbezüglich zu einem „Smart Citizen“ werden wollen, bekommen jetzt doppelt Unterstützung: Zum einen über die Website smartcitizens.at, die über aktuelle Erkenntnisse und Initiativen in den drei Themengebieten „Wohnen + Energie“, „Ressourcen“ und „Mobilität“ informiert. Und zum anderen mit der Veranstaltungsreihe „Smart Citizen Lab“, bei der z. B. mit Experten diskutiert werden kann.

Fragen zu Wohnen+Energie

Eines unserer zentralsten Grundbedürfnisse ist Wohnen und damit einhergehend ist die Bedeutung der Wohnungsgröße für Lebenskomfort und -qualität. Eine größere Wohnfläche bedeutet aber auch, dass die ohnehin bereits knappen freien Flächen verbaut und mehr Energie und Ressourcen verbraucht werden. Mit 32 Prozent ist der Bereich Wohnen für einen beachtlichen Anteil des Endenergieverbrauchs in Wien verantwortlich. Wie lässt sich die Notwendigkeit der Reduktion des Res-

sourcen- und Energieverbrauchs mit Lebensqualität vereinbaren? Wie kann ich Energie sparen, ohne mehr Geld auszugeben? Diesen Fragen will das nächste „Lab“ am 8. Mai in der Seestadt aspern nachgehen.

Smart Citizens Lab ist ein gemeinsames Projekt des Media Architecture Institute und der ÖGUT und wird von der Wirtschaftsagentur Wien, einem Fonds der Stadt Wien, gefördert. (ag/red)



Unklarheiten zu Wohnen+Energie werden in Smart Citizen Labs beseitigt.

Awards EHL in gleich zwei Publikums-kategorien vertreten

Immobilien-Cäsaren in 9 Kategorien

Wien. Der Immobilienaward Cäsar wurde auch heuer an die Erfolgreichsten der österreichischen Immobilienbranche verliehen – dieses Jahr von den Branchenvereinen FIABCI, ÖVI, RICS und Salon Real in Kooperation mit der epmmedia Werbeagentur im Palais Ferstel.

Cäsaren gab es für das Jahr 2014 in den sechs Publikums-kategorien Bauträger, Immobilienmanager, Makler, Real Estate Services, Real Estate Consultant und Small Diamond sowie in den drei Jury-Kategorien Junior Cäsar, Cäsar International und Lebenswerk.

Kategoriesieger im Detail

Den Cäsar für gleich zwei Publikums-kategorien beanspruchte die EHL Immobilien GmbH für sich: „Real Estate Services“ ging an Sandra Bauernfeind und „Makler“ an Stefan Wernhart. Daniela Witt-Döring, Weber & Co. Rechtsanwälte GmbH, wurde zum besten Real Estate Consultant gekürt, Daniel Riedl, CEO der Buwog Group, zum besten Immobilienmanager.

Claudia Schleifer, DEBA Bauträger Gesellschaft m.b.H., konnte die

Kategorie „Small Diamond“ für sich entscheiden, Hans Jörg Ulreich, Ulreich Bauträger GmbH, die Kategorie „Bauträger“.

Gerald Wölfer, Brichard Immobilien GmbH, kann nun einen Junior Cäsar, Christoph Stadlhuber, Signa Prime Selection AG, einen Cäsar International sein Eigen nennen. Gunter Eisert, ehemals Immoconsult Leasinggesellschaft m.b.H., wurde für sein Lebenswerk ausgezeichnet. (hk)



Was der Oscar für die Film-, ist der Cäsar für österreichische Immobilienbranche.

advisory



© Weber & Co/Gregor Tilze



SCHWERE ZEITEN FÜR VEREINE
Mit „Profis“ gilt man im Steuerrecht nicht mehr als gemeinnützig
Seite 34



SEGEL SETZEN, SCHIFF AHOI
Institutsleiter Michael Landertshammer über den Wifi-Trainer-Award 2015
Seite 35

DANIELA WITT-DÖRRING
WEBER & CO.

SHORT

Der VwGH kritisiert das ORF-Programm

Wien. Die ORF-Fernsehprogramme zeigen 18 Mal mehr Unterhaltung als Kultur, moniert der VwGH. Die Entscheidung geht auf eine Beschwerde der Privat-TV-Konkurrenz zurück. Dagegen erhob der ORF Beschwerde bei Verfassungs- und Verwaltungsgerichtshof. Die Privaten wurden von Markus Boesch (Ploil Krepp Boesch RA) vertreten, der ORF von der Korn RA OG. (red)

Stefan Binder wird Partner bei Wolf Theiss



Stefan Binder: Immobilienrechts-Praxis mit Fokus auf Private Clients.

Wien. Bei Wolf Theiss berät Stefan Binder über die gesamte Bandbreite immobilienrechtlicher Fragestellungen sowie über sämtliche Aspekte der Vermögens- und Nachfolgeplanung. Stefan Binder hat neben seiner anwaltlichen auch die notarielle Berufsausbildung mit Auszeichnung abgeschlossen. (pj)

Compliance Solutions Day am 24. Juni

München. Der Informationsanbieter LexisNexis will Fach- und Führungskräfte in den Bereichen Compliance und Risikomanagement aus Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Anbietern von Compliance-Lösungen und -Dienstleistungen vernetzen.

Ein neues Gesetz wird von allen gepriesen



Investor Hans Peter Haselsteiner (2.v.re.): „Kaahée könnte durchaus eine ähnliche Erfolgsgeschichte wie Red Bull werden.“ Gründer Julian Juen (3.v.l.) hatte auf der Plattform Conda eine spektakuläre Crowdfunding-Erfolgsgeschichte hingelegt und nach einer Woche von rund 300 Investoren 150.000 € eingesammelt.

Rarität Vor wenigen Tagen wurde das neue Alternativfinanzierungsgesetz in die Begutachtung versandt. Mit den neuen Crowdfunding-Regeln sollen es Start-ups wie Kaahée (im Bild) bei der Finanzierung einfacher haben. Seltenes Erfolgserlebnis für die Regierung: Die neuen Paragraphen finden allgemeine Zustimmung. **Seite 32**

prime**news**

marketing & media

retail

health**economy**

automotive**business**

technology

industrial**technology**

finance**net**

real:estate

advisory

destination

caree**network**

advisory **Sonderthemen 2015**

Steuerrecht	27. Februar
Bau-/Immobilien- und Vergaberecht	27. März
Compliance	24. April
Energierecht	22. Mai
Familienrecht	10. Juli
Stiftungsrecht und Vermögensweitergabe	18. September
Schiedsrecht/Mediation	16. Oktober
Strafrecht	20. November



medianet
Inside Your Business. Today.

Weitere Informationen unter:
Tel.: +43 1 919 20 - 2214
o.jonke@medianet.at
www.medianet.at

Die neuen Mediadaten und den Sonderthemenplan 2015 finden Sie hier:



SHORT

Der richtige Weg zur Baubewilligung



Rechtsanwalt Michael Bodmann und Architekt Martin Haas.

Wien. Am 15.4. luden die Immobilienexperten Michael Bodmann und Martin Haas zum Jour fixe „Der Weg zur Baubewilligung – Tipps und Kniffe aus der Praxis“ in die Räumlichkeiten der Wiener Wirtschaftskanzlei Müller Partner. Haas präsentierte zunächst die verschiedenen Verfahrensarten der Bauordnung anhand von Beispielen aus seiner Praxis als Ziviltechniker und Sachverständiger. Er stellte dabei unter anderem Strategien zur optimalen Umsetzung von Bauvorhaben vor. Bodmann konzentrierte sich auf das Spannungsfeld zwischen den von einem Bauvorhaben betroffenen Akteuren – von der Behörde über Nachbarn bis zu möglichen Miteigentümern: „Ein erfolgreiches Projekt steht und fällt mit der raschen und effizienten Abwicklung des Bauverfahrens.“ (pj)

Die Nominierten beim Trigos Niederösterreich



Sonnentor-Chef Johannes Gutmann: Nominiert bei den „Mittleren“.

St. Pölten. Es gibt eine steigende Zahl an niederösterreichischen Unternehmen, die sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind und das Prinzip der Nachhaltigkeit in vorbildlicher Weise leben. Insgesamt bewarben sich heuer gleich 44 Unternehmen aus Niederösterreich um die renommierte Auszeichnung für CSR – den Trigos. In der Kategorie CSR-Engagement liegt Niederösterreich bei der Anzahl der Einreichungen österreichweit sogar auf Platz 1. Nun stehen die regional nominierten Unternehmen fest: „Kleines Unternehmen“: • Moniletti e.U., Würflach • Weinstube Nikolaihof Wachau, Mautern • Culumnatura, Ernstbrunn „Mittleres Unternehmen“: • Sonnentor Kräuterhandels-gesellschaft mbH, Zwettl • Riess Kelomat GmbH, Ybbsitz • Druckerei Janetschek GmbH, Heidenreichstein „Großes Unternehmen“: • Fritz Egger GmbH, Unterradlberg • Bipa, Wr. Neudorf • Vetropack Austria GmbH, Pöchlarn. (pj)

Start-up-Unterstützung Neues Gesetz unterstützt innovative Ideen und macht den Standort Österreich attraktiver

Endlich einmal ein Gesetz, das allen wirklich zusagt

Das Alternativfinanzierungsgesetz mit Schwerpunkt auf Crowdfunding findet einfach keine Gegner.

Wien. Vorab die Fakten: Vor wenigen Tagen haben der Wirtschaftsminister und „sein“ Staatssekretär das neue Alternativfinanzierungsgesetz (AltFG) in die Begutachtung versandt. „Wir wollen Crowdfunding als sinnvolle Ergänzung zur klassischen Kreditfinanzierung etablieren und damit den Unternehmergeist im Land stärken“, sagt Reinhold Mitterlehner. „Die neuen Crowdfunding-Regeln sind ein mutiges, sehr kompetitives Modell, bei dem wir in Europa eine Vorreiterrolle einnehmen. Damit schaffen wir den Nährboden für nachhaltige Gründungen und zukünftige Arbeitsplätze.“

Die Details im Überblick

Gemäß dem neuen AltFG ist in Zukunft erst ab einem Emissionsvolumen von fünf Mio. € der volle Kapitalmarktprospekt notwendig. (Derzeit liegt die Grenze noch bei 250.000 €.) Für ein Emissionsvolumen zwischen 1,5 und fünf Mio. € ist in Zukunft nur noch ein vereinfachter Prospekt zu erstellen (Prospektpflicht light). Ein Investor kann pro Projekt bis zu 5.000 € im Jahr investieren. Diese 5.000 €-Grenze kann aber überschritten werden, wenn der Investor im Monat mehr als durchschnittlich 2.500 € netto verdient – dann kann das Zweifache des Monatsnettoeinkommens veranlagt werden. Oder es können 10% des Finanzanlagevermögens pro Investor angelegt werden, wenn diese Summe höher als 5.000 € ist. Emittenten dürfen binnen sieben Jahren in Summe nicht mehr als fünf Mio. € – abzüglich der bereits an die Anleger zurückgezahlten Beträge – über das AltFG aufnehmen. Wird diese Schwelle überschritten, muss ein Kapitalmarktprospekt er-



Optimistisch für Crowdfunding in Österreich: Staatssekretär Mahrer (l.), Daniel Horak.

stellt werden. Die Veranlagungen erfolgen beim emittierenden KMU selbst oder über Crowdfunding-Plattformen. „Mit dem neuen Alternativfinanzierungsgesetz wird einerseits neuer Zugang zu Kapital für Unternehmen, andererseits Rechtssicherheit und der notwendige Anlegerschutz gewährleistet“, hofft Staatssekretär Harald Mahrer. Und wundersamerweise hat sich bis dato niemand gefunden, der den Regierungspolitikern widersprochen hätte. „Natürlich muss man sich den juristischen Wortlaut noch im Detail ansehen“, hält sich der sonst durchaus kritische Bundesvorsitzende der Jungen Wirtschaft (JW), Herbert Rohrmair-Lewis, noch ein letztes Hintertürchen offen. Aber: „Eines steht jedoch schon fest: Der Vorschlag für das AltFG ist ein guter Start, um die Finan-



zierungsnotwendigkeiten der heimischen Jungunternehmer und Start-ups zu unterstützen. Doch noch ein banger Nachatz: „Wichtig ist allerdings, dass es im parlamentarischen Gesetzgebungsprozess nicht noch zu Verschlechterungen kommt.“ Österreich habe damit tatsächlich die Chance, in Europa zum Best-Practice bei Crowdfunding und Crowdinvesting zu werden. „Damit unterstützen wir einerseits die eigenen Jungunternehmer und Start-ups. Rahmenbedingungen? – Ok! Andererseits können wir damit auch junge Ideen und Projekte aus dem Ausland anziehen“, hofft Rohrmair-Lewis. Die Junge Wirtschaft habe sich seit geraumer Zeit für bessere Rahmenbedingungen für alternative Finanzierungsformen eingesetzt. „Zahlreiche Vor-

schläge, die wir in unserem Advisory Board erarbeitet haben, finden sich im jetzigen Entwurf wieder. Das ist auch für uns als Jungunternehmervertretung ein wichtiger Erfolg.“

Die Praktiker sind zufrieden

Auch der Praxis-Test scheint vorerst bestanden. Die beiden Gründer und Geschäftsführer der größten österreichischen Crowdinvesting-Plattform Conda begrüßen den Entwurf der Regierung. „Wir freuen uns, dass Crowdfunding von nun an in Österreich gesetzlich verankert sein wird, stimmen der Einschätzung des Staatssekretärs zu, dass Start-ups und KMU von dem Gesetz profitieren werden, und unterstützen die Ambition der Regierung, Österreich zum Gründerland Nummer eins machen zu wollen“, sagt Daniel Horak. „Auch bei näherer Betrachtung erachten wir das Gesetz als großen Erfolg“, bestätigt Paul Pöltner. „Mit den neuen Rahmenbedingungen sehen wir den Markt weiter im Aufwind und können zuversichtlich in die Zukunft blicken.“ conda.eu ist seit Anfang Dezember 2014 als erste Crowdinvesting-Plattform im gesamten deutschsprachigen Raum tätig. Seit März 2013 wurden 15 Crowdinvesting-Projekte erfolgreich abgeschlossen, davon drei in Deutschland. Durch die Beteiligung von mehr als 1.500 Crowd-Investoren konnten bereits rund zwei Mio. € finanziert werden. Neben conda.eu sind in Österreich bereits weitere fünf Crowdinvesting-Plattformen tätig: www.crowdcapital.at, www.dasertragreich.at, www.greenrocket.com, www.regionalfunding.at sowie www.1000x1000.at. (pj)

Start-Up-Kanzlei Neugründung Reidlinger Schatzmann Rechtsanwälte

Boutique für Wirtschaftsrecht

Wien. Der bisherige Freshfields-Partner Axel Reidlinger und Hanno Schatzmann, vormalis Partner bei Gassauer-Fleissner Rechtsanwälte, starten im Mai mit einer gemeinsamen Sozietät neu durch. „Gemeinsam haben wir mehr als 40 Jahre Erfahrung in verschiedenen Großkanzleien“, erklären Reidlinger und Schatzmann, beide 48. „Diese Zeit war für uns geprägt durch eine bereichernde Zusammenarbeit mit Partnern und Teams und durch viele schöne Erfolge. Jetzt aber ist für uns der Zeitpunkt gekommen, gemeinsam etwas Neues und Eigenes auf die Beine zu stellen.“

Kartellrecht, M&A & Co.

Reidlinger und Schatzmann sind schon seit Studienzeiten befreundet. „Wir freuen uns sehr darauf, den beruflichen Weg künftig gemeinsam zu gehen.“ Am neuen Kanzleistandort in der Tuchlauben in der Wiener Innenstadt wollen Reidlinger Schatzmann Rechtsanwälte österreichische und internationale Un-

ternehmen in allen Bereichen des Wirtschaftsrechts beraten. Die Schwerpunkte liegen dabei auf Gesellschaftsrecht, Unternehmens- und Vertragsrecht, Immobilienrecht, Mergers & Acquisitions sowie Kartellrecht, EU-Beihilfenrecht und Energierecht. Schatzmann: „Wir freuen uns, dass wir unsere Mandanten in der gewohnten Qualität in unserer neuen Sozietät betreuen dürfen



Reidlinger und Schatzmann haben jetzt ihre eigene Boutique für Wirtschaftsrecht.

und dabei umfassende Rechtsberatung mit unseren bekannten Beratungsschwerpunkten künftig aus einer Hand anbieten können.“ „Uns ist der offene Dialog mit unseren Mandanten wichtig“, ergänzt Reidlinger. „Wir sind davon überzeugt, dass mit diesem attraktiven Angebot auch zusätzliche langfristige Mandatsbeziehungen entstehen werden.“ (pj)



Engineering Erfolgsjahr Active Solution wächst weiter

Wien. Die Active Solution Ingenieurbüro AG konnte mit 77 Mitarbeitern den Jahresumsatz um 17% auf 5,25 Mio. € steigern. „Unser 7. Geschäftsjahr war nicht verflüxt, sondern höchst erfolgreich“, freut sich GF Christian Trocki. Neben den Engineering-Dienstleistungen in den Kernkompetenzen Maschinenbau, Anlagenbau, Elektrotechnik und Technische Informatik setzt Active Solution auf die Entwicklung neuer Geschäftsfelder. Nach dem Verpackungsspezialisten Active Packaging mit kompletten Packaging-Lösungen aus einer Hand ist das Geschäftsfeld „HR Services & Consulting“ die jüngste Ergänzung des Leistungsspektrums. Die enge Kooperation mit dem Software-Hersteller Eplan wird weitergeführt. Zudem wurde Active Solutions bereits zum zweiten Mal von der größten Arbeitgeber-Bewertungsplattform im deutschsprachigen Raum, kununu.com, ausgezeichnet und erreichte 2015 die Top 10 der beliebtesten Unternehmen Österreichs. (pj)

Service Tipps und Tricks, wie Sie (auch als EPU bzw. KMU) den passenden Fachmann finden, der Ihre Website sinnvoll und nachhaltig optimiert

So finden Sie Ihren SEO-Berater

Top-Ergebnisse lassen sich nur erzielen, wenn parallel zum Optimieren der Seite selbst ein Linkaufbau auf der Webseite erfolgt.

ANDREAS LUTZ

Wien. Was machen Sie, wenn Sie einen speziellen Consulter brauchen? Zum Beispiel einen Steuerberater, der sich mit der Gastronomie auskennt? Oder einen Rechtsanwalt, der im Patentrecht fit ist?

Die meisten setzen sich dann an den PC und geben bei Google & Co die entsprechenden Suchbegriffe

„Seien Sie besonders vorsichtig bei allgemeinen Versprechen wie ‚Wir bringen Sie auf die Seite 1‘.“

ANDREAS LUTZ

ein, um potenzielle Unterstützer zu finden. Deshalb sollte die Webseite einer Firma bei Suchabfragen im Netz schnell und häufig gefunden werden – z.B., weil sie in den Trefferlisten von Google & Co weit vorn angezeigt wird. Das ist häufig nicht der Fall. Denn viele Webseiten sind zwar optisch schön, doch leider wurden sie von den Agenturen, die sie erstellt haben, nicht für die Websuche optimiert.

Registrieren Selbstständige und Gewerbetreibende dies, dann erwägen sie oft, einen SEO-Berater zu engagieren – also einen Fachmann, der ihre Webseite diesbezüglich optimiert. Hier einige Tipps dazu:

1. Fragen Sie Bekannte und Geschäftspartner, ob sie Ihnen einen SEO-Berater empfehlen können. Wenn nicht, schauen Sie bei einigen Webseiten, die gut im Netz stehen, in deren Quelltext oder Impressum nach, ob dort der SEO-Unterstützer genannt wird. So stoßen Sie eventuell auf kleine Anbieter, die Sie individuell betreuen und die man auch bezahlen kann.
2. Hilft das nicht weiter, geben Sie bei Google & Co solche Suchbegriffe wie „SEO-Berater“ oder SEO-Unterstützer“ oder solche Suchwort-Kombinationen wie „Suchmaschinenoptimierung Beratung“ ein. Machen Sie hinter allen Kandidaten ein Fragezeichen, die nur aufgrund von AdWords-Anzeigen auf den ersten Trefferseiten stehen. Denn ein SEO-Berater sollte seine Seite auch ohne solche Anzeigen nach vorn bringen können. Schließlich ist dies sein Geschäft.
3. Schauen Sie sich die Webseiten der Kandidaten an. Handelt es sich bei ihnen wirklich um SEO-Spezialisten? Denn die Praxis zeigt: Bei vielen „Kreativen“ ist das faktisch nicht der Fall.



Andreas Lutz ist SEO-Spezialist bei der (Online-)Marketingagentur Die ProfilBerater.

4. Rufen Sie die Kandidaten an. Fragen Sie, auf welche Suchbegriffe sie ihre eigene Webseite optimiert haben. Checken Sie dann, indem Sie diese Begriffe bei Google & Co eingeben, wie gut die Kandidaten bezogen auf ihre eigenen Keywords dastehen. Lautet Ihr Fazit eher schlecht, dann sollten Sie den Berater ausschließen. Denn warum sollte der SEO-Experte Ihre Webseite im Netz nach vorne bringen können, wenn ihm dies bei seiner eigenen Webseite nicht gelingt?
5. Bitten Sie die Kandidaten, Ihnen einige Musterkunden zu nennen,

deren Webseiten sie optimiert haben – nebst den Keywords, auf die sie diese Seiten optimiert haben. Checken Sie dann, wie gut die Kunden des SEO-Beraters *tatsächlich*, bezogen auf die Suchbegriffe, im Netz dastehen.

6. Seien Sie bei Anbietern vorsichtig, die Ihnen, bezogen auf recht allgemeine oder stark umkämpfte Begriffe, versprechen: „Wir bringen Sie auf Seite 1“. Dies ist bei Kleinunternehmen mit eher „schmalbrüstigen“ Webseiten meist unrealistisch – außer die Webseite wird auf

bereits sehr konkrete Suchwortkombinationen optimiert.

7. Bitten Sie, wenn Sie bei einem stark umkämpften Suchbegriff wie „Projektmanagement“ oder einem so allgemeinen Begriff wie „Coaching“ nicht weit vorn landen können, den potenziellen Unterstützer um einen Vorschlag, wie er es trotzdem erreicht, dass Ihre wichtigsten Zielkunden Sie finden. Ein Lösungsvorschlag könnte sein, Ihre Webseite statt auf den Begriff „Projektmanagement“ allein auf solche Suchwortkombinationen wie „Projektmanagement Workshop“ oder „Projektmanagement IT-Branche“ zu optimieren. Oder statt auf den Begriff „Coaching“ auf die Begriffe „Salescoaching“ und „Vertriebscoaching“ – sofern dies zu Ihrer Positionierung passt.
8. Schließen Sie alle Anbieter aus, die vorschlagen, Links zu kaufen – das wird von den Suchmaschinen, wenn sie es registrieren, mit einer Art „Platzverweis“ bestraft.
9. Schließen Sie keinen längerfristigen Vertrag ab. Vereinbaren Sie z.B. ein 3-Monatsprojekt mit definierten Maßnahmen wie z.B. den Quellcode der Webseite zu optimieren oder die Keyword-Dichte auf der Webseite zu erhöhen. Checken Sie danach, was Ihnen die bisherigen Aktivitäten gebracht haben, bevor Sie dem SEO-Berater eventuell einen Folgeauftrag erteilen.

Wir suchen

Leiwande

Chefs & Chefinnen

ihre Teams

Eine Initiative der

WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN

Unsere Chefin

ist leiwand, weil ...

... uns sofort tausend Gründe dafür einfallen!

Jetzt mitspielen & gewinnen!

www.leiwandeCheflnnen.at

SHORT

Der Chemikalien neue Kleider – ab 1. Juni



Hofinger: Das Chemikalienrecht der EU wurde deutlich weiterentwickelt.

Wien. Ab 1. Juni 2015 sind Chemikalien laut einer EU-Verordnung (die bereits 2008 in Kraft getreten ist) vollständig nach neuen Regeln zu kennzeichnen. Die bisherigen orangefarbenen Quadrate sind damit bald Geschichte. Nebst neuen Piktogrammen sind auch neue Einstufungskriterien zu beachten, welche die Anzahl der Zeichen bedingen. „Unternehmen sollten für die notwendigen Umstellungen genügend Zeit und Ressourcen einplanen und rechtzeitig mit der Umsetzung beginnen, es ist bereits 5 vor 12“, empfiehlt Sylvia Hofinger, Geschäftsführerin des Fachverbands der chemischen Industrie. (red)

Ein wichtiger Schritt für den Bürokratieabbau

Wien. Die soeben in Kraft getretene Genehmigungsfrei stellungsverordnung befreit eine große Zahl von kleinen und Kleinst-Betrieben von der Genehmigungspflicht für ihre Betriebsanlagen. Darüber hinaus wird bestehenden Betrieben die Rechtsunsicherheit genommen, ob bei ihnen eine anlagenrechtliche Genehmigungspflicht zutrifft oder nicht. (red)

Es fehlt an Regeln für das Lobbying



Eva Geiblinger, Vorstandsvorsitzende von TI, Austrian Chapter.

Wien. Europa braucht dringend eine Reform seiner Lobbying-Regulierungen, fordert Transparency International. Ein Bericht der Antikorruptions-Organisation zeigt, dass von 19 untersuchten EU-Mitgliedsstaaten nur sieben irgendeine Form von Lobbying-Gesetzgebung haben – dies bedeutet fast gänzlich unregulierten Einfluss von Wirtschaftsinteressen auf Entscheidungen, die das tägliche Leben der Bürger Europas beeinflussen. „Österreich ist zwar eines der sieben Länder, die über eine Lobbying-Gesetzgebung verfügen, doch es herrscht noch immer großer Handlungsbedarf, damit dieses Gesetz auch tatsächlich mehr Transparenz schafft!“ so TI-AC-Vorstandsvorsitzende Eva Geiblinger. „Besonders problematisch ist für uns das Fehlen von ‚Cooling-off‘-Phasen für den Übergang von Politikern in die Wirtschaft.“ (red)

Vereinsrichtlinien-Wartungserlass Neue Richtlinien sehen Trennung von Profi- und Amateurbetrieb vor

Sportvereine unter Druck

Vereine, die „Profis“ beschäftigen, gelten nicht mehr als gemeinnützig im Sinne des Steuerrechts.

Wien. Allein im Sportbereich gibt es in Österreich mehr als 14.000 Vereine mit mehreren Millionen Mitgliedern. Für viele dieser Vereine bedeutet der Vereinsrichtlinien-Wartungserlass 2015 des BMF, dass sie nicht mehr steuerlich begünstigt werden, sofern sie als Profibetrieb gelten. Der Erlass definiert Profisportler als Personen, die für ihre sportliche Tätigkeit mehr als 21.000 € pro Spielsaison erhalten. Sofern in einer Mannschaft mehr als 50% der Spieler Profisportler sind, gilt diese nicht mehr als Amateurm Mannschaft. „Die Vereine müssen jetzt rasch klären, ob sie als Profibetrieb eingestuft werden“, rät Deloitte-Experte Wilfried Krammer. „Es ist notwendig, den Profibereich rechtzeitig aus dem gemeinnützigen Verein auszugliedern, da sonst der gesamte Verein, also auch die Bereiche Amateure und Jugend, automatisch steuerpflichtig werden!“

Der Wartungserlass 2015 sieht vor, dass der Profibetrieb zwingend entweder in einen eigenen Rechnungskreis, in einen Zweigverein oder in eine Kapitalgesellschaft auszugliedern ist, ansonsten geht die steuerliche Begünstigung für den Gesamtverein verloren. Im Fall der rechtzeitigen Ausgliederung bis 1.1.2017 treffen die oben dargelegten Rechtsfolgen nur den ausgegliederten Profibetrieb.

Große Herausforderungen

„Erfahrungsgemäß benötigen derartige Entscheidungen in der Vereinsstruktur eine entsprechende Vorlaufzeit“, weiß Krammer. Die Änderungen stellen jedenfalls erhebliche Anforderungen an Finanzverantwortliche in Sportvereinen, da nunmehr ein Teil des Vereins wie ein Unternehmen mit allen damit verbundenen steuerlichen Pflichten geführt werden muss. (pj)



Wilfried Krammer (Deloitte): Neue steuerliche Belastungen für Profisportvereine.

„Dreif-Omni-One“ Warehousing incl. Versand in Spezialverpackungen plus Retouren-Management

Eine ERP-Lösung für KMUs und Start-ups



Dreif-GF Christian Bauer offeriert „Dreif-Omni-One“ für Start-ups.

Eggendorf. Mit einem Gesamtkonzept für KMUs und Start-ups lässt Christian Bauer, Geschäftsführer der Dreif GmbH, aufhorchen. Ein modulares ERP-System, verknüpft mit einem Webshop, umfangreiche Services, von der Auftragsabwicklung über die Beratung hinsichtlich Verkaufsförderung bis hin zur Betreuung des Web-Contents, das komplette Handling des Transportwesens wie auch die Durchführung aller Schritte im Warehousing sowie die Abwicklung der Retouren-Prozesse bilden dabei die Säulen des umfassenden Lösungsangebots. „Dreif-Omni-One bietet alles aus einer Hand – von Software, Webshop über Auftragsabwicklung und Logistik bis hin zur Durchfüh-

rung von Retouren“, erklärt Bauer das Konzept, das sich insbesondere für KMUs und Start-ups eignet. Die Verknüpfung des modular aufgebauten Enterprise Resource Planning-Systems mit dem Webshop ermöglicht volle Flexibilität, Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Waren- und Wertflüsse sowie der Transaktionen. Den technischen Grundstein legt die „E-Business-Suite“ von Wolfix Solutions.

Große Herausforderungen

Ein weiterer Vorteil liegt in der Datensicherheit. Ein Datenverlust bzw. ein Ausbrechen aus dem Gesamtkonzept wird verhindert. Sämtliche software- und internet-

gestützten Systeme sind modular – ähnlich einem Baukasten-Prinzip – aufgebaut, können individuell angepasst und bei zunehmendem Aufgabenumfang mühelos erweitert werden. Alle ERP-Module sind synchron von mehreren Clients nutzbar und werden mehrsprachig angeboten. Eine für viele Unternehmen unerlässliche nahtlose Anbindung an bestehende PoS-Instrumente wie z.B. Kassensysteme stellt die Schnittstelle zum Offline-Geschäft dar. Das Webshop-Konzept unterstützt alle Anforderungen des modernen Mobile Business. Die gesamte Bandbreite von Payment-Lösungen oder die Anbindung an Handelsplattformen wie Amazon, eBay, etc. sind integriert. (pj)

Kooperationsvertrag ÖZIV kooperiert mit Dax & Partner Rechtsanwälte für Behinderte

Eisenstadt. Die Kanzlei Dax & Partner Rechtsanwälte GmbH und der ÖZIV Burgenland, Verband für Menschen mit Behinderungen werden in Zukunft gemeinsam Menschen mit Behinderungen zu ihrem Recht verhelfen. Die Kooperation wurde ins Leben gerufen, um Menschen mit Behinderungen neue Wege zu eröffnen, alle rechtlichen Möglichkeiten ohne finanzielle Mehrbelastung ausschöpfen zu können.



Menschen mit Behinderungen soll zu ihrem Recht verholfen werden.

„Die Furcht vor einer unüberwindlichen finanziellen Belastung soll für Menschen mit Behinderung kein Hindernis sein, um zu ihrem Recht zu kommen. Hier können wir als Rechtsanwälte einen Beitrag leisten“, sagt Johannes Wutzlhofer von Dax & Partner. Damit ist z.B. die Vertretung in 2. Instanz bei Pflegegeld-Urteilen ebenso gemeint, wie die rechtliche Vertretung in Bezug auf das Bundesbehindertengleichstellungsgesetz (z.B. Barrierefreiheit) oder die Einbringung von Berufungen bei Höchstgerichten, wenn es sich um „entscheidende Rechtsfragen“ handelt.

„Heißer Draht“ für Alltag

Um die Qualität der täglichen Arbeit der Mitarbeiter des ÖZIV Burgenland weiter auszubauen, wird ein „heißer Draht“ eingerichtet, wo rechtliche Unklarheiten abgeklärt werden können. „Die Kooperation mit dem ÖZIV Burgenland stellt sicher, dass die von uns zur Verfügung gestellten Ressourcen dort zur Anwendung kommen, wo sie gebraucht werden“, meint Werner Dax. (red)

Installiert Vergleichsplattform für Dienstleistungen Otago bringt hukendu online

Wien. „hukendu.at bietet erstmals die Möglichkeit, Angebote und Preise zu vergleichen und dazu Bewertungen abzugeben“, erklärt Markus Inzinger, geschäftsführender Gesellschafter von Otago Online Consulting, Österreichs erster unabhängiger Dienstleistungs-Preisvergleichsplattform. „Wir wollen das Suchen und vor allem das Finden von verlässlichen, lokalen Anbietern so einfach wie möglich gestalten. Anbieter wiederum



Markus Inzinger (l.), Otago Online Consulting, mit Jan Königstätter.

können sich und ihre Leistungen auf hukendu.at transparent präsentieren.“ Aktuell auf den Raum Wien fokussiert, wird die Plattform laufend erweitert.

Coaching bis Datenrettung

hukendu.at hat bereits Tausende Preise unterschiedlichster Dienstleistungen recherchiert – Reifenwechsel, Autoreinigung, Flughafentransfer, Schlüsseldienst, Parkettbodenschleifen, Massage, Kosmetik, Körperpflege, Catering, Handyreparatur, Haushaltselektronik, Maßkleidung, Ballfrisur, Uhrmacher, Sprachlehrer, Hochzeitstorten-Bäcker, Hochzeitsfotografen, DJs, Hundetrainer, Tanz- oder Reitlehrer und viele andere mehr. Und hukendu.at bietet noch mehr, meint Inzingers Geschäftspartner Jan Königstätter. „Im Ratgeber-Blog finden User nützliche Tipps zu Dienstleistungen. Seien es Empfehlungen zur Wahl des richtigen Frisörs oder Qualitätsmerkmale bei der Autowäsche – der hukendu-Ratgeber hat die nötigen Hintergrundinfos. (pj)

Neue Rolle Eher Transformierer als Sanierer – die CROs richten die Unternehmen strategisch neu aus

Es herrscht ein richtiges Griss um die CROs

Chief Restructuring Officers als „Manager in Zeiten des Umbruchs“ sind gefragter als je zuvor.

Wien. Die Rolle des Chief Restructuring Officer (CRO) wandelt sich: vom Sanierer in akuten Krisensituationen, der häufig von externen Stakeholdern eingesetzt wird, hin zum Interim-CEO, der zusätzlich auch strategische Verantwortung übernimmt. Unternehmen reagieren auf diese veränderte Bedeutung und beschäftigen verstärkt von sich aus CROs. Gleichzeitig nimmt die Zahl der Anbieter zu.

In diesem Umfeld höherer Anforderungen auf Kunden- und härterem Wettbewerb auf Anbieterseite ist es wichtig, das Anforderungsprofil des CRO zu schärfen. Zu diesem Ergebnis kommen Roland Berger Strategy Consultants in ihrer Studie „CRO – Firmenretter mit neuem Profil: Bedeutung, Persönlichkeit und Rolle des Chief Restructuring Officer bei der unternehmerischen Restrukturierung“.

Das neue Rollenbild

Die Umfrage erbrachte eine zentrale Erkenntnis: „Während CROs früher hauptsächlich für die Sanierung eingesetzt wurden, transformieren sie die Firmen heute *rechtzeitig*, sodass gar keine Rettung notwendig wird“, sagt Matthias Holzamer, Experte für Restrukturierung im Wiener Büro von Roland Berger.

79,6% der für die Studie Befragten geben an, dass die Einsätze in den vergangenen zehn Jahren zugenommen haben, 57,1% gehen davon aus, dass dieser Trend anhält. „Das liegt aber nicht daran, dass mehr Unternehmen von Insolvenz bedroht sind“, erklärt Holzamer, „sondern daran, dass der Einsatzbereich des CRO umfangreicher geworden ist: Es geht um *mehr* als kurzfristige Bilanzkosmetik. Die Auftraggeber erwarten eine Neu-



Restrukturierungsexperte Matthias Holzamer: CROs als markante Managertypen.

ausrichtung mit einem unternehmerischen Ansatz – eine unternehmerische Restrukturierung.“

Unternehmerisch denken

Die Restrukturierungspraktiker erachten es mehrheitlich für sinnvoll, wenn der CRO bereits bei der Mitgestaltung des Rettungsplans zum Einsatz kommt. Holzamer: „Ein unternehmerisch agierender CRO gestaltet das Konzept mit, stellt die Umsetzung sicher und nimmt die wichtigen Stakeholder sowie die Mitarbeiter auf dem Weg mit. Er muss möglichst frühzeitig engagiert werden, damit er dieser Rolle nachkommen kann.“

Veränderte Anforderungen bedeuten auch Anpassungsbedarf

hinsichtlich der Rolle des CRO. Im Mittelpunkt seiner Bemühungen steht der *gesunde* Teil der Firma und die Frage, wie dieser wieder wettbewerbsfähig gemacht werden kann. Um diese Frage zu beantworten, muss der CRO das gesamte Spektrum unternehmerischer Aufgaben beherrschen. Dazu gehören u.a. Finanzierung, Kostensenkungen, Change- und Stakeholder Management. Zusätzlich soll er verkrustete Strukturen aufbrechen und einen positiven Impuls in die Unternehmenskultur senden.

Auf diese Weise wird der CRO zum Kurzzeit-CEO, der im Zentrum eines Netzwerks unterschiedlicher Stakeholder steht, wie z.B. Banken oder Gewerkschaften. Er agiert als Moderator und Durchsetzer in

einem Geflecht widerstreitender Ansprüche und Interessen. Nur wenn es ihm gelingt, das Vertrauen der Stakeholder zu gewinnen, kann er erfolgreich sein, darüber sind die Teilnehmer der Umfrage einig.

„Der CRO bewegt sich mehr denn je im Kreuzfeuer verschiedener Interessen“, sagt Holzamer. „Gleichzeitig wird er durch die gestiegenen Anforderungen zum Manager in Zeiten des Umbruchs, der die komplette Verantwortung für die Transformation übernimmt. Dafür braucht er Persönlichkeit und ein modernes Instrumentarium an geeigneten Methoden.“

Ein Balanceakt

Als Identifikationsfigur eines Turnarounds benötigt der unternehmerische CRO also ein besonderes Profil hinsichtlich Persönlichkeit, Kompetenz und Organisation. Er muss Gegensätzliches vereinen, z.B. ein sachlich-analytisches Naturell mit Empathie verbinden, entscheidungsfreudig sein, selbstbewusst handeln, ohne arrogant zu wirken und Unternehmensinteressen priorisieren, ohne dabei die Interessen der Stakeholder aus dem Auge zu verlieren.

Außerdem sollte der CRO ein Verständnis dafür haben, was zum erhaltenswerten Kern eines Unternehmens gehört, welche Strukturen zu bewahren sind und wo Ressourcen neu zugeordnet werden müssen. Die unternehmerischen Attribute, die er mitbringen sollte, umfassen die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen, die Fähigkeit, unternehmensspezifische Lösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen sowie Erfahrung als Führungskraft. Zudem sind Branchenkenntnisse und juristisches Überblickswissen von Vorteil. (red)

SHORT

Office Line Webclient für Desktop-ERP-System



Johannes Schwaiger, GF der Business Software Österreich GmbH.

Wien. Unkompliziert und von unterwegs aus lassen sich ab nun mit dem Webclient von Sage Analysen und Auswertungen aus dem ERP-System in der Firma abrufen sowie Aufträge auch direkt beim Kunden erfassen. Auf Wunsch können auch externe Datenquellen wie Excel-Listen integriert werden.

„Mit dem Sage Webclient profitiert man von sämtlichen Vorteilen einer mobilen Anwendung – ohne dafür das ERP-System in die Cloud zu verlagern“, erklärt Johannes Schwaiger, Geschäftsführer der Business Software GmbH.

Warenwirtschaft und Unternehmensführung können deutlich effizienter gemanagt werden. Der Webclient läuft sowohl auf Tablet-Rechnern als auch auf Notebooks und PCs. Gesteuert wird einfach per Touch oder über eine Maus bzw. Tastatur. Da keine lokale Installation notwendig ist, ist der Administrationsaufwand niedrig. Der Client lässt sich individuell anpassen und reduziert damit die Einarbeitungszeit der Mitarbeiter. (red)

CSR-Maßnahme feiert den fünften Geburtstag



Olik-D-A-CH Managing Director Wolfgang Kobek in Malawi.

Wien. Der Data-Discovery-Spezialist Olik bietet seit fünf Jahren im Rahmen der Initiative „Change the World“ wohl-tätigen Organisationen (NGOs) kostenlose Lizenzen zur Nutzung von OlikView und Olik Sense sowie Beratung und Training. Mit den Olik-Lösungen werden verborgene Beziehungen zwischen den Daten „erforscht“, die zu wertvollen Einsichten und guten Ideen führen. Die Hilfsorganisationen können so z.B. leichter entscheiden, wo sie ihr Personal einsetzen. In Österreich ist u.a. das Haus der Barmherzigkeit ein Olik-Kunde.

Neben der Technologie sind es vor allem die Mitarbeiter bei Olik, die mit ihrem Einsatz helfen. So koordinierte Olik bereits zahlreiche Reisen in Krisengebiete wie etwa nach Malawi.

2013 sammelte Olik mit einer weltweiten Spendenaktion mehr als 150.000 USD für HopeHIV. Die Organisation unterstützt Kinder und Jugendliche in Afrika, die durch Aids zu Waisen wurden. Olik-Mitarbeiter gründeten und tragen noch heute die deutsche Organisation von HopeHIV. (red)

IG Lebenszyklus Hochbau Bauherrenvertretung

Die neue Projektkultur für den Bau

Wien. Ab Herbst soll das „Leistungsbild Kaufmännische Bauherrenvertretung“ als Fachleitfaden und Best-Practice-Standard zur erfolgreichen Umsetzung komplexer Bauprojekte dienen. Unter der Leitung des Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmens KPMG werden die „Werkzeuge“ und Methoden der kaufmännischen, begleitenden Kontrolle, d.h. der laufenden Überwachung des Projekts in Hinblick auf die Interessenslage der kaufmännischen Geschäftsführung, weiterentwickelt.

Zwischenmenschliches

Initiator Erich Thewanger, Partner bei KPMG: „Der Erfolg komplexer Bauprojekte wird auf technischer, rechtlicher und kommerzieller Ebene bestimmt. Ein Bauprojekt kann aus Sicht des Bauherrn auch als ‚Unternehmen auf Zeit‘, also als kommerzielles Projekt, betrachtet werden. Das schließt auch einen hohen Anspruch an die Projektkultur unbedingt mit ein.“

Die für eine entsprechende Projektkultur notwendigen Grundlagen werden im Rahmen der Arbeits-

gruppe „Projektkultur – Schmierstoff für eine lebenszyklusorientierte Projektabwicklung“ entwickelt, die von Wolfgang Kradisch-nig (Delta) geleitet wird.

In Kooperation mit der 2014 gegründeten „Initiative Kulturwandel Bau“ soll insbesondere mit Praxisbeispielen gearbeitet werden, die aufzeigen, welche zwischenmenschlichen Faktoren zum Erfolg bzw. Misserfolg eines Projekts beigetragen haben. (pj)



Projektkultur: Wolfgang Kradisch-nig (Delta) und Erich Thewanger (KPMG, r)

Wifi-Trainer-Award 2015 „Segel setzen, Schiff ahoi“

Innovative Trainingskonzepte

Wien. Das Wifi Österreich holt die innovativsten Trainingskonzepte vor den Vorhang: Wifi-Trainer aus Österreich und den Partner-Wifis im CEE/SEE-Raum waren eingeladen worden, ihre neu entwickelten Konzepte zum „Wifi-Trainer-Award 2015“ einzureichen.

Nun wurden aus allen Einreichungen neun Bundesland-Sieger sowie drei Einreichungen aus den Partner-Wifis nominiert, aus deren Kreis Ende April eine Expertenrunde aus Bildung, Wirtschaft und Medien den oder die „Wifi-Trainer/in 2015“ in den Kategorien „Österreich“ und „International“ wählt. „Alle 64 nationalen und neun internationalen Beiträge unterstreichen die hohe Qualität, Professionalität und Kreativität unserer Trainer, die das Lernen am Wifi mit lebendigen und nachhaltigen Methoden begleiten“, kommentiert Wifi Österreich-Institutsleiter Michael Landertshammer.

Wifi-Trainerkongress

Die Bekanntgabe der Gewinner erfolgt im Rahmen des Wifi-Trainerkongresses am 21. und 22.5.

im Stift St. Georgen am Längsee in Kärnten. Außerdem werden alle zwölf Nominierungen den Kongressteilnehmern präsentiert, um die vielen erfolgreichen Ideen auch anderen Trainern sowie Weiterbildungsverantwortlichen zugänglich zu machen.

Anmeldungen zum Kongress, der unter dem Motto „Segel setzen, Schiff ahoi. Nehmen Sie Kurs auf nachhaltigen Lernerfolg“ steht, unter: www.wifi.at/trainerkongress



„Vom Meister zum Master“: Steiermark-Representant Reinhard Neudorfer.

SHORT

Top-Wertungen für Binder Grösswang



Michael Kutschera, Managing Partner bei Binder Grösswang.

Wien. Das internationale Anwälteverzeichnis The Legal 500 hat Binder Grösswang wieder unter den Top-Kanzleien gereiht.

In den Bereichen Banking and Finance, Corporate and M&A, Dispute Resolution, Capital Markets, Employment und Projects and Energy scheint Binder Grösswang unter den führenden Kanzleien Österreichs auf. In nahezu allen weiteren Fachgebieten werden Empfehlungen für Binder Grösswang abgegeben. (pj)

Tax Awards 2015: DLA Piper in 25 Kategorien



Franz Althuber, Partner bei DLA Piper Weiss-Tessbach in Wien.

Wien. Für die ITR European Tax Awards 2015 wurde DLA Piper heuer in gleich 25 Kategorien, darunter als „European Tax Firm“ und als „Austrian Tax Firm of the Year“, nominiert.

Die steuerrechtliche Strukturierungsberatung durch DLA Piper im Zuge des 560 Mio. €-Investments von Etihad Airways in die italienische Mitbewerberin Alitalia wurde als „European Tax Restructuring Deal of the Year“ nominiert. (pj)

17. Compliance-Netzwerktreffen Im Spannungsfeld zwischen Verteidigung, Strafverfolgung und Medien

Beschuldigt! – Was jetzt?

Schnellere Verfahren – mehr Gerechtigkeit? Ist Litigation-PR legitim? Und viele Fragen mehr ...

Wien. Groß war das Interesse an der Diskussion zur Rolle von Medien, Verteidigung und Strafverfolgern im Ermittlungsverfahren beim 17. Compliance Netzwerktreffen am 7.4. Mit der Strafrechtsreform wird eine Obergrenze der Ermittlungsverfahren von drei Jahren einge-zogen. Gut so? Rechtsanwalt Peter Lewisch plädiert dafür, „die richtigen“ Verfahren schnell einzustellen, um Ressourcen für wirklich relevante Fälle freizubekommen.

BAK-Direktor Wieselthaler versteht die Begrenzung nicht als Niederlage für die Strafverfolgungsbehörden. Ein Hindernis für die Arbeit des BAK seien vielmehr häufige Wechsel von Staatsanwälten und Stehzeiten im Verfahren aufgrund von Arbeitsüberlastung der Staatsanwaltschaften, nachdem die Ermittler ihre Sachverhaltsdarstellung eingebracht hätten.

Beim heißen Eisen „Aktenteils“ – also dem Abdruck von Aktentei-

len in Medien – ortet Wieselthaler Eitelkeiten im Unterbau der Behörden als häufige Quelle. Mittlerweile gehen die Ermittlerteams daher intern sehr sparsam mit Informationen um. (Verboten ist das Zitieren aus Ermittlungsakten in Österreich allerdings nicht.) Umfragen zeigen, dass selbst einige Staatsanwälte und Richter glauben, ihre Entscheidungen nicht gänzlich unbeeinflusst treffen zu können ...

Auszug aus der Gästeliste

Am Podium saßen weiters u.a. Robert Eichler (CCO, OMV), Friedrich Koenig (Generalprokurator) und Georg Krakow (Baker & McKenzie). Gesehen wurden weiters Martin Eckel (TaylorWessing e|n|w|c), Clemens Hasenauer (CHSH), Peter Jonas (Austrian Standards plus GmbH), Karin Mair (Deloitte Financial Advisory GmbH) und Karl Stadler (Verbund). (pj)



Gruppenbild beim von BAK und LexisNexis Österreich gemeinsam organisierten 17. Compliance Netzwerktreffen am 7. April in Wien.

Donau-Universität Auszeichnung für Dissertationen Jean Monnet-Preis für Europarecht

Krems. Die Österreichische Gesellschaft für Europarecht mit Sitz an der Donau-Universität Krems schreibt zum 17. Mal den renommierten Jean Monnet-Wissenschaftspreis für Europarecht aus. Der Preis ist mit 3.000 € dotiert und wird für Dissertationen zu aktuellen Rechtsfragen im Europarecht vergeben. Er erinnert an den Wegbereiter der europäischen Einigung, Jean Monnet.

Vergeben wird der Preis für Dissertationen, die sich mit aktuellen Rechtsfragen im Bereich des



Jean Monnet: Wegbereiter der europäischen Einigung.

Europarechts befassen und im Zeitraum 1.1.2014 bis 31.3.2015 an einer österreichischen Universität approbiert wurden. Bewerbungen bzw. Vorschläge sind bis 15.5. beim Generalsekretariat der Österreichischen Gesellschaft für Europarecht einzureichen. Bei der Preisvergabe wird neben dem wissenschaftlichen Wert insbesondere auch der Aspekt der Förderung wissenschaftlicher Arbeiten jüngerer Wissenschaftler berücksichtigt. (red)

Executive Search Ein Team für Leadership-Consulting New Business für Helga Rantasa

Wien. Helga Rantasa, die bereits beim heimischen Pionier der Führungskräfte-Besetzung, Dr. Helmut Neumann, Partnerin war, hat sich entschlossen, wieder unter eigenem Namen und mit neuem Team Executive Search zu offerieren.

Sowohl ihre lokale Expertise als auch ihre langjährige Arbeit und nachhaltige Vernetzung in den CEE-Ländern und in der EMEA-Region sind Basis ihrer Reputation als Mitgestalterin eines Unternehmenserfolgs.

Zusätzliche Leistungen

Vom bewährten Portfolio ausgehend, hat sie ihre Dienstleistungspalette für den Executive-Bereich noch erweitert. Dr. Rantasa Consulting bietet nun auch alle we-

sentlichen zeitgemäßen Instrumente der Analyse, Evaluation und Weiterentwicklung von Führungsteams an. (pj)



Helga Rantasa: Wieder mit eigenem Unternehmen im Executive Search.

EINE PREMIERE BEIM „CÄSAR“

Daniela Witt-Döring, Partnerin bei Weber & Co. und Leiterin des Bereichs Immobilienrecht, wurde am 9. April mit dem „Cäsar“ in der Kategorie „Real Estate Consultants“ ausgezeichnet.

Sie ist der erste Rechtsanwalt, der diesen wichtigsten Preis der österreichischen Immobilienwirtschaft erringen konnte. Die anerkannte Expertise von Witt-Döring im Bereich Immobilienrecht und ihr Einsatz im Jahr 2014 bei der Führung der immobilienwirtschaftlichen Mandate der Sozietät wurden mit dieser Auszeichnung gewürdigt.

Nach der Nominierungsphase, für die der Verein für Qualität in der Immobilienwirtschaft „ImmOu“ mit dem Nominierungsrecht betraut wurde, wurden durch ein Publikumsvoting fünf Finalisten bestimmt. In der Finalrunde wählte schließlich eine Fachjury die Preisträger in den jeweiligen Kategorien.

Dabei setzte sich Daniela Witt-Döring gegenüber zwei weiteren verdienten Rechtsanwältinnen mit Spezialisierung auf Immobilienrecht und -transaktionen, einer technischen Consultant und einer immobilienwirtschaftlichen Consultant nach Meinung der Fachjury als Preisträgerin in der Kategorie Real Estate Consultants durch. (pj)



MENSCHEN, ÜBER DIE MAN SPRICHT

Martin Angerer (51) verstärkt Connect Competence

Innsbruck. Martin Angerer verstärkt das Tiroler Human Resource Beratungsunternehmen Connect Competence Innsbruck als Senior Consultant. Der 51-jährige Tiroler kann auf über 20 Jahre Marketing-erfahrung zurückgreifen und hatte leitende Funktionen im Vertrieb in international tätigen Firmen inne. Als Business Development Manager entwickelte Angerer erfolgreich bestehende Märkte und erschloss neue Absatzgebiete, vor allem in Süd- und Osteuropa bis hin zu Near-Middle-East. Bei Connect Competence bringt Angerer auch seine Erfahrungen im Systemischen Leadership als Coach für Führungskräfte und in der Suche und Auswahl von Technik- und Vertriebspersonal ein. (pj)



© Klaus Foissner



© Schönherr

NEUER COUSEL BEI SCHÖNHERR

Leon Kopecký (32) ist als Counsel bei der zentral- und osteuropäischen Rechtsanwaltskanzlei Schönherr eingetreten. Der Rechtsanwalt ist auf internationale Handels- und Investitionsschiedsverfahren, internationale Prozessführung und Compliance spezialisiert. Zu seinen Mandanten zählen vornehmlich internationale Unternehmen aus den Bereichen Bauwesen, Rohstoffe, Infrastruktur, Finanzen, Modeindustrie und Gesundheitswesen, die er regelmäßig bei komplexen Investitionsfragen berät.



© Milestone

NEUER CHEF BEI MILESTONE

Michael Pany wird Vorstandsvorsitzender der milestone p.o.e. ag und löst damit Thomas Waldorf ab. Seit November 2011 ist Pany im Management Team des Projektmanagement-Premium-Beratungsanbieters aktiv – nun wird er gemeinsam mit Finanzvorstand Franz Hub die Firma leiten. Der Unternehmensberater war zuvor u.a. beim Beschaffungsoptimierer InMEDiG tätig. Seit mehr als zwei Jahren agiert Pany auch als Lektor (für Materialwissenschaft, Logistik und Technologiemanagement) an der FH Wiener Neustadt.



© pixelart

FORSCHER UND PROJEKTLIEFER

Vor Kurzem hat die Salzburger Digitalagentur pixelart mit dem Engagement von Stefan Suhr ihre Managementkompetenz weiter ausgebaut. Suhr übernimmt die Agenden als CTO/Digital Technical Lead und soll den technologischen Vorsprung der Salzburger Digitalexperten halten bzw. weiter ausbauen. Suhr studierte Bioinformatik und Genetik an der Uni Salzburg, wo er auch bis 2009 als wissenschaftlicher Mitarbeiter tätig war. Von 2012 bis zum Wechsel zu pixelart war Suhr bei der Salzburg AG.



healtheconomy



GESUNDHEITSFORUM
Experten diskutierten europäische Vorgaben für die Gesundheitsversorgung
Seite 42

KREBSAKADEMIE
Positive Bilanz durch Wissensaustausch zu Onkologie in Österreich
Seite 42

EXPANSION
NEUE CHEFIN FÜR RUDOLFINERHAUS

© Rudolf Finerhaus

SHORT



Versandhandel Knapp zwei Monate bevor in Österreich und der gesamten EU der Versandhandel für Medikamente geöffnet wird, lässt eine Meldung aus China aufhorchen: Der chinesische Online-Händler und Amazon-Konkurrent Alibaba bringt sich für das milliardenschwere Geschäft mit verschreibungspflichtigen Arzneien in der Volksrepublik in Stellung. Dafür konzentriert er seine Pharma-Aktivitäten künftig in der Tochterfirma Alibaba Health. In Österreich erwarten Beobachter einen Marktanteil für Onlinearzneien von 10%. *Seite 40*



Start-up Eine neue Technologie soll Gesundheit bringen: Mit Playbrush macht Zähneputzen sogar Kindern Spaß. Viele Eltern kennen das Problem, ihre Kleinen zwei Mal täglich zur Zahnpflege zu motivieren. Das Ziel des Start-ups Playbrush ist es, die tägliche Mundhygiene spielerisch zu verbessern. Dazu haben die Gründer ein Gadget entwickelt, das an jede Zahnbürste gesteckt werden kann und die Putzbewegungen misst. Die dazugehörige App für Smartphones stellt spannende und lehrreiche Spiele bereit, die Kinder nur durch perfektes Zähneputzen gewinnen können. *Seite 41*

INHALT

Healthcare	
> Kommentar: Rauchstopp erhöht die Gesundheit	38
> Patientendaten erlauben Ausbau der Prävention	39
> AK forciert betriebliche Gesundheitsförderung	39
Pharmareport und Lifescience	
> Studie: Markt für Homöopathie wächst	40
> Impffirma Valneva punktet mit Deal in China	40
Medizintechnik und eHealth	
> Wäschegruppe Wozabal koperiert mit Ausbildung	41
> Website bringt Hilfe bei psychischen Leiden	41

Wiener Kasse startet Gesundheitsverbund



Vernetzung Wiens Kassen-Obfrau Ingrid Reischl kündigt enge Zusammenarbeit der eigenen Einrichtungen an. Auch Angebote werden ausgebaut. So bietet das Hanusch-Krankenhaus künftig ambulante Herzkatheter-Untersuchungen an. **Seite 38**

stria
ingenieurbüro für großküchenplanung

ronge & partner
best culinary coaching

Ihr professioneller Partner für:

Küchenplanung	Beratung	Ernährung
Krankenhaus	Warenwirtschaft	Gesundheitsförderung
Pflegeheim	Betriebsorganisation	Allergenmanagement
Zentralküchen	Schulung/Ausbildung	Ernährungsberatung
Frishchküchen	Führungskräftecoaching	Menüplananalyse
Verteilerküchen	Systementwicklung	Nährwertberechnung
Übergangslösungen	Qualitätsmanagement	Mystery Guesting

Kontakt Ingenieurbüro Stria:
office@stria.at, www.stria.at
Tel.: +43/2252/271 111-0, Fax: DW-45
2500 Baden, Erzherzog Rainer Ring 14/ Top 6

Kontakt Ronge & Partner:
office@ronge-partner.at, www.ronge-partner.at
Tel.: +43/2252/254 99-0, Fax: DW-15
2500 Baden, Erzherzog Rainer Ring 14/ Top 8

Wozabal
Innovativer Textildienst

UNSER WEG: MEHRWEG

WEIL **QUALITÄT** ALLES ANDERE ALS EIN DEHNBARER BEGRIFF IST.

Mehrweg-OP-Textilien von Wozabal liegen bei der Ausgangsqualität erheblich über der geforderten Leistung. Das betrifft nicht nur die geringere Abgabe von Partikeln, sondern genauso die Robustheit und den atmungsaktiven Tragekomfort für alle im OP Beteiligten.

Weitere Informationen finden Sie auf www.wozabal.com

KOMMENTAR

Rauchstopp erhöht die Gesundheit



MARTIN RÜMMELE

Ab Mai 2018 gilt in der gesamten Gastronomie ein generelles Rauchverbot. Gesundheitsministerin Sabine Oberhauser (SPÖ) hat bei einer gemeinsamen Pressekonferenz mit Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner (ÖVP) den Begutachtungsentwurf für eine entsprechende Novelle des Tabakgesetzes vorgestellt. Für Oberhauser, die schon als SPÖ-Gesundheitssprecherin seit Jahren für ein komplettes Rauchverbot eingetreten war und selbst ehemalige Raucherin ist, ein erfreulicher Beschluss: „Wir sind beim NichtraucherInnenschutz endlich in Europa angekommen.“ Lokale müssen ab Mai 2018 rauchfrei sein.

Gestritten wird über das Thema schon sehr lang. Statt eine klare Entscheidung zu setzen, wurden die Wirte allerdings mit verschiedensten Modellen beruhigt und gleichzeitig wurden ihnen Belastungen auferlegt wie die Trennung von Raucher- und Nichtraucherbereich. Beobachtern war längst klar, was irgendwann kommt. Denn in Vorreiterländern wie Irland und Italien zeigten die Verbote massive Rückgänge bei Herzkreislauf-Erkrankungen und Krebs. Vorausblickende Wirte führten längst ihre Gaststätten als Nichtraucherlokale.

Denn die Gesundheitsexperten warnen seit Jahren vor den schädigenden Folgen des Rauchens.

Gesundheitsreform Wiener Gebietskrankenkasse will bei Vernetzung mit eigenen Einrichtungen Pionierarbeit leisten

WGKK bündelt die Kräfte in Gesundheitsverbund

Hanusch Krankenhaus, Gesundheitszentren und Fachverbünde arbeiten verstärkt zusammen.

MARTIN RÜMMELE

Wien. Ein Primar eines Krankenhauses, der am Nachmittag im Gesundheitszentrum Ambulanzdienst macht? Längere Öffnungszeiten in Gesundheitseinrichtungen? Mehr Angebote im niedergelassenen Bereich mit kürzeren Wartezeiten und Anbindung an ein Spital? Was Patienten immer wieder als fehlend im heimischen Gesundheitswesen bemängeln, will die Wiener Gebietskrankenkasse jetzt mit der Vernetzung der eigenen Einrichtungen praktisch umsetzen.

„Die Gesundheitsreform hat das Ziel, dass niedergelassener Bereich und Spitäler besser zusammenarbeiten und Patienten nicht wegen jedem Problem in überlaufene und teure Spitalsambulanzen müssen, sondern vor Ort bei niedergelassenen Einrichtungen eine optimale und rasche Versorgung finden. Wir wollen hier nun mit den eigenen Einrichtungen vorangehen und Pilotprojekte schaffen“, sagt die Obfrau der Wiener Gebietskrankenkasse, Ingrid Reischl. Konkret kooperieren nun im neuen Gesundheitsverbund der WGKK das Hanusch Krankenhaus, fünf Gesundheitszentren sowie ein Hämatologie-Verbund, ein Labor-Verbund, ein Netzhautzentrum, ein Pysiko- und ein Radiologieverbund.

Optimale Betreuung als Ziel

Reischl: „Im Dienste der Patientinnen und Patienten arbeiten die eigenen Einrichtungen noch enger und effizienter zusammen.“ Dazu habe man in den vergangenen Monaten die technischen Voraussetzungen für die Vernetzung geschaffen und ermöglicht, dass sich Ärzte eines Fachbereichs quer über alle Einrichtungen regelmäßig



WGKK-Obfrau Ingrid Reischl will Expertise aus dem Spital mit niederschwelligem Zugang der Gesundheitszentren vernetzen.

austauschen, betont die Obfrau. „Die Vision ist, Patientinnen und Patienten unter einem Dach umfangreich medizinisch zu betreuen. Wohnortnahe WGKK-Gesundheitszentren bieten nicht zuletzt durch die Zusammenarbeit mit dem Hanusch-Krankenhaus hochqualifizierte Ansprechpartner für diverse medizinische Bedürfnisse“, sagt Primaria Elisabeth Zwettler, stellvertretende Leiterin des Gesundheitsverbunds. So sei es etwa möglich, in den Gesundheitszentren Abklärungsuntersuchungen durch mehrere verschiedene Fachärzte machen zu können. Bisher ist das Hanusch-Krankenhaus vor allem ein Referenzkrankenhaus für die Sozialversicherung, damit alle Kassen aktuelle fachliche In-

formationen erhalten, die sie nicht zuletzt für Vertragsverhandlungen brauchen. Nun soll das Alleinstellungsmerkmal zu einem Pilotprojekt werden, das zeigt, wie die Gesundheitsreform künftig die Versorgung verbessern soll. „Die großen Spitalsverbünde in den Ländern arbeiten optimal zusammen – aber eben nur im stationären Bereich. Wir haben mit unseren Einrichtungen die Möglichkeit, Spital und ambulanten Bereich optimal abzustimmen“, erklärt Reischl.

Personal sucht Austausch

Das führe etwa dazu, dass nun Krankenhausärzte am Nachmittag in den Gesundheitszentren Dienst machen. Allerdings nicht, weil sie

dazu angehalten werden, sondern der Wunsch aus der Belegschaft komme. Man sei als Arbeitgeber im Gesundheitswesen attraktiv, wenn die Beschäftigten *unterschiedliche* Tätigkeiten machen können und nicht laufendem Druck ausgesetzt seien. Gleichzeitig bringe das auch einen Qualitätsschub, wenn sich das Personal aus dem Spital mit jenem in den niedergelassenen Zentren austausche.

„Wir vernetzen somit unsere hohe fachliche Expertise aus dem Krankenhaus mit dem niederschweligen Zugang in den Gesundheitszentren“, sagt Zwettler. Damit wolle die Kasse eine optimale, moderne und für die Patienten sinnvolle Betreuung anbieten und auch Prävention ausbauen.

Innovation Hanusch-Krankenhaus der Wiener Gebietskrankenkasse startet Pilotprojekt und verkürzt Behandlung

Herzkatheter-Untersuchung nun ambulant

Wien. Druck in der Brust, Atemnot oder geringe körperliche Belastbarkeit – Beschwerden wie diese können auf Durchblutungsstörungen des Herzens hinweisen und sind nicht selten Anlass für eine Herzkatheter-Untersuchung. Das Hanusch-Krankenhaus der Wiener Gebietskrankenkasse (WGKK) bietet diesen Eingriff nun erstmals in Österreich auch in Form einer Tagesklinik an. Ingrid Reischl, Obfrau der WGKK, bei einer Pressekonferenz: „Angebote wie diese sind eine Win-Win-Situation. Die Patientinnen und Patienten wünschen sich, am gleichen Tag wieder nach Hause gehen zu können. Das Krankenhaus kann im Gegenzug die Betten effizienter nutzen.“

Sämtliche Voruntersuchungen, wie Blutabnahme und Lungenröntgen sowie ein entsprechendes Aufklärungsgespräch, werden bei der tagesklinisch durchgeführten diagnostischen Herzkatheter-Untersuchung ambulant abgewickelt. Danach wird ein Termin vereinbart, die Patienten werden um 8:00 Uhr morgens aufgenommen und im Laufe des Vormittags untersucht.

Bei reibungslosem Ablauf und sofern keine weiteren Behandlungen notwendig werden, können die Betroffenen das Krankenhaus abends wieder verlassen. Möglich wird der Ablauf, weil der Katheter über die Hand und die Unterarmarterie eingeführt wird. Johann Sipötz, Vorstand 2. Medizinische Abteilung des Hanusch-Krankenhauses: „Bei dieser Methode kommt es im Bereich der Punktionsstelle deutlich

seltener zu Blutungskomplikationen als bei Untersuchungen, die über die Leiste erfolgen. Zusätzlich erhalten die Patientinnen und Patienten eine Einschulung, worauf zu Hause zu achten ist.“

1.300 Untersuchungen

Rund 1.300 Herzkatheter-Untersuchungen werden jedes Jahr im Hanusch-Krankenhaus durchge-

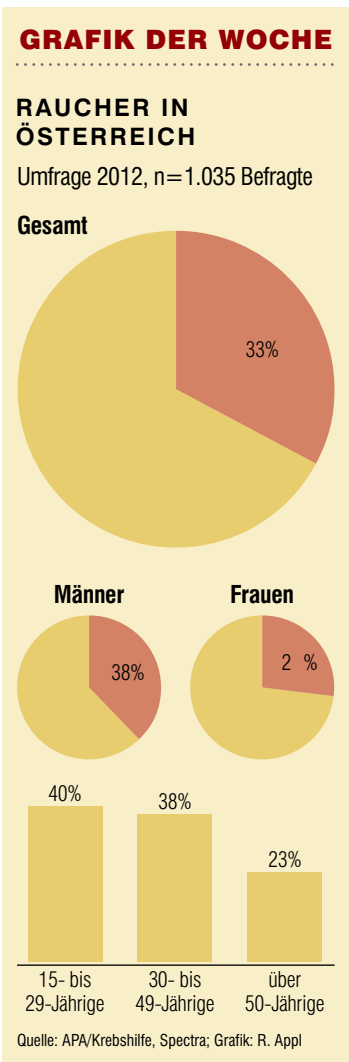
führt. Nicht immer kann danach Entwarnung gegeben werden. Im vergangenen Jahr gab es knapp 550 Fälle, bei denen aufgrund der starken Verkalkung der Gefäße weitere Behandlungen notwendig waren. Sipötz: „Die Engstellen der Herzkranzgefäße können mittels Stents erweitert oder durch einen Bypass umgangen werden. In solchen Fällen werden die tagesklinischen Patienten sofort in den stationären Bereich übernommen.“

Pilotprojekt für 6 Monate

Im ersten Schritt wird die Tagesklinik als Pilotprojekt aufgesetzt. Innerhalb der nächsten sechs Monate sollen rund 50 Personen betreut werden – im Endausbau könnten es mehr als 50% der Fälle sein, ist Sipötz überzeugt. Reischl dazu: „Die tagesklinische Versorgung ist ein wichtiger Bestandteil der Gesundheitsreform. Wie sehr sich dieser Ansatz bewährt, zeigt unsere Augentagesklinik im Hanusch-Krankenhaus, die seit nunmehr vier Jahren sehr gut angenommen wird.“ (rüm)



Das Hanusch-Krankenhaus will Patientenaufenthalte verkürzen und verbessern.



Statistik Ein neues, mathematisches Modell erlaubt eine weitgehend exakte und personalisierte Risiko-Einschätzung für Erkrankungen

Präventivtherapie mit Risikoscore

In einer vertiefenden Studie wurden Erkrankungsrisiken für Diabetes-Patienten ermittelt.

ULLI MOSCHEN

Wien. Ein Forscherteam am Institut für die Wissenschaft Komplexer Systeme der MedUni Wien (MUW) unter der Leitung von Peter Klimek und Stefan Thurner hat in Kooperation mit dem Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger sämtliche vom Gesundheitssystem erfassten Erkrankungen in den Jahren 2006 und 2007 analysiert und ausgewertet. Die Forscher entwickelten anhand dieser anonym analysierten Daten von rund acht Mio. Österreichern ein mathematisches Modell, das eine Einschätzung zulässt, wie hoch das zukünftige Erkrankungsrisiko für jede einzelne Krankheit in unterschiedlichen Teilen der Bevölkerung, abhängig von Alter und Geschlecht der Patienten, ist.

Insgesamt wurden 1.642 Erkrankungen, von Alzheimer bis hin zu Zahnschmerzen, erfasst. Die For-

scher versichern, dass die Analyse weltweit die erste dieser Art gewesen sei. Aus den Daten lassen sich aber nicht nur Prognosen für Einzelpersonen ableiten, auch die Gesundheitspolitik könnte davon profitieren.

Denn anhand der Daten lässt sich prognostizieren, welche Kosten statistisch gesehen auf das Gesundheitssystem zukommen und wo Vorsorgeprogramme Sinn machen könnten – „vorausgesetzt, dass sich an der grundsätzlichen Qualität der medizinischen Versorgung in Österreich nichts ändert“, schränkt Klimek die Prognostizierbarkeit ein.

In einer weiteren Studie gingen Klimek und Thurner in Kooperation mit Alexandra Kautzky-Willer von der Gender Medicine Unit an der MUW ins Detail, indem sie ermittelten, inwiefern sich die personalisierten Erkrankungsrisiken für Diabetes-Patienten von jenen der Restbevölkerung unterscheiden. „Aus unseren Ergebnissen lässt sich eine genaue ‚Erkrankungs-Demografie‘ für Österreich ablesen“, erklärt Thurner. „Man kann etwa sehen, an welchen weiteren Erkrankungen, mit welcher Wahrscheinlichkeit und wann im weiteren Leben etwa 25-Jährige, die heute Diabetes haben, in zehn Jahren leiden werden.“

Gerade für junge Diabetes-Patienten ist zum Beispiel das Risiko, in späterer Folge an Schlafstörungen zu erkranken, doppelt so hoch, diesen kann jedoch, wie auch zahlreichen anderen Erkrankungen, bei rechtzeitigen Hinweisen frühzeitig vorgebeugt werden.

Im Zuge der Datenerfassung konnten mehr als 100 sogenannte „Erkrankungspaare“ identifiziert werden: Anhand der Auswertung der Daten wurde etwa deutlich, dass sich durch Diabetes das Risiko für koronare Herzkrankheiten um ein Siebenfaches erhöht, und für Depressionen um ein Fünffaches.



Statistisch kann erfasst werden, welche Kosten das Gesundheitssystem belasten.

Kontrollen Mitarbeiter Gesunde Firmen

Linz. Im internationalen Vergleich macht Österreich in Sachen Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz keine gute Figur. Acht von zehn Erwerbstätigen sind in der Arbeit einem körperlichen oder psychischen Gesundheitsrisiko ausgesetzt. Laut einer aktuellen Studie der Statistik Austria befürchten 73% der Arbeitnehmer, durch ihren Job körperlich und 40% psychisch krank zu werden.

Die Hälfte der Beschäftigten leidet unter Zeitdruck. Dennoch trifft die Mehrzahl der betreffenden Unternehmen wenig Anstalten, entsprechende Maßnahmen zu treffen, um ihrer Verantwortung für den Schutz der Beschäftigten gerecht zu werden. In Österreich evaluieren nur 56% der Unternehmen ihre Arbeitsbedingungen – im Vergleich zu 76% EU-weit; nur 20% der österreichischen Betriebe beziehen bei der Evaluierung psychische Belastungen mit ein.

Arbeiterkammer bremst

Aus diesem Anlass fordert Johann Kalliauer, Präsident der Arbeiterkammer Oberösterreich, schärfere Kontrollen in den Betrieben. Er fordert unter anderem die Einrichtung des Arbeitsinspektors als Behörde, die bei Rechtsverletzungen Verwaltungsstrafverfahren verhängen kann, außerdem sollen Betriebsräte bei der Evaluierung der körperlichen und psychischen Belastungen besser eingebunden werden. (um)



ÖÖ-AK-Präsident Johann Kalliauer fordert strengere Kontrollen.

HEALTHCARE IT. ONLINE NEWS. AUSTRIA.

Der News-Channel von CGM in Österreich.

Der österreichische eHealth-Marktführer zeigt Profil.
Tauchen Sie ein in die Welt von CGM und lernen
Sie uns noch besser kennen.

Tagesaktuelle Branchennews sowie Innovatives und
Wissenswertes rund um IT-Lösungen für Krankenhäuser
und Arztpraxen finden Sie ab sofort auf:

www.cgm-media.at

Synchronizing Healthcare



CompuGroup
Medical

SHORT

Hustenmittel senkt Blutzuckerspiegel

Wien. Der Wirkstoff Dextromethorphan, der in rezeptfreien, hustenstillenden Mitteln enthalten ist, kann bei Typ-2-Diabetikern die Blutzuckerwerte senken. Das ist das Ergebnis einer Studie unter Mitarbeit des Zentrums für Physiologie und Pharmakologie der Medizinuniversität Wien, die jetzt in der Fachzeitschrift *Nature Medicine* veröffentlicht worden ist. Die Forschergruppe am Institut für Physiologie und Pharmakologie unter der Leitung von Marjan Slak Rupnik konnte mithilfe elektrophysiologischen Methoden, die Ströme durch Zellmembrane messbar machen, zeigen, dass der Wirkstoff Dextromethorphan die Perioden der elektrischen Aktivität in Betazellen der Bauchspeicheldrüse verlängern kann.

Haniel nach Verkauf von Celesio im Aufwind



Die ehemalige Celesio-Mutter Haniel will wieder zukaufen.

Duisburg. Die Duisburger Familien-Holding Haniel ist nach dem Verkauf des Pharmagroßhändlers Celesio in Einkaufslaune. Das Unternehmen verfüge über „genügend finanziellen Spielraum“, um „jederzeit in neue profitable Geschäftsbe- reiche investieren zu können“, erklärte Haniel-Chef Stephan Gemkow. Für Zukäufe stünden gut eine Mrd. Euro zur Verfügung. Der Metro-Großaktionär hat durch den Celesio-Verkauf rund 2 Mrd. € eingenommen und die Holding fast komplett entschuldet.

Hintergrund Amazon-Konkurrent Alibaba rüstet in China für Versandhandel mit rezeptpflichtigen Arzneimitteln

Apotheken: Onlinehandel wirft die Schatten voraus

Ab 25. Juni dürfen heimische Apotheken Medikamente in Österreich über das Internet vertreiben.

MARTIN RÜMMELE

Wien. Knapp zwei Monate bevor in Österreich und der gesamten EU der Versandhandel für Medikamente geöffnet wird, lässt eine Meldung aus China aufhorchen: Der chinesische Online-Händler und Amazon-Konkurrent Alibaba bringt sich für das milliardenschwere Geschäft mit verschreibungspflichtigen Arzneien in der Volksrepublik in Stellung. Dafür konzentriert der Konzern seine Pharma-Aktivitäten künftig in der Tochterfirma Alibaba Health.

Der in Hongkong notierte Betreiber von Online-Apotheken übernehme von Alibaba und einem weiteren Investor für 2,4 Mrd. € das komplette Online-Pharmageschäft, teilten die Firmen am Mittwoch mit. Durch die Transaktion fällt Alibaba die Mehrheit an Alibaba Health zu.

China plant, den auf 160 Mrd. USD geschätzten Markt mit verschreibungspflichtigen Medikamenten auch für Internet-Apotheken zu öffnen. Bisher dürfen übers Netz nur rezeptfreie Mittel wie Vitamintabletten und Hustensäfte verkauft werden. Die Regierung in Peking will durch die Reform den bis jetzt von Krankenhäusern dominierten Medikamenten-Verkauf auf breitere Füße stellen. Am Mittwoch schnellten die Aktien von Alibaba Health um mehr als 80% nach oben.

Auch in Österreich wirft der Versandhandel seine Schatten voraus. Wie berichtet, dürfen heimische Apotheken rezeptfreie Medikamente ab 25. Juni auch über das Internet vertreiben. Eine entsprechende Verordnung des Gesundheitsministeriums ist in Begutachtung und soll den Versandhandel genau regeln. Auffallend dabei:



Experten erwarten, dass auch große Versandhandelskonzern wie Amazon und Co. ins Geschäft mit Arzneimitteln einsteigen.

Klick- und Kollektssysteme, wie sie etwa in deutschen Drogerien angeboten werden und Kunden die Möglichkeit bieten, bestellte Waren in Filialen abzuholen, sollen in Österreich nicht erlaubt sein.

Wachstum in Deutschland

Kurz vor dem Start des Versandhandels kommen auch interessante Daten aus Deutschland: Wie bei den vor-Ort-Apotheken sorgte die Ende des vergangenen Jahres angelaufene Erkältungswelle auch bei den Versandapotheken für überdurchschnittlich steigende Umsatz- und Absatzzahlen. Nach aktuellen Daten des Branchenbeobachters IMS-Health verbuchte der

Umsatz mit Arzneimitteln über den elektronischen und telefonischen Bestellweg im Dezember 2014 das größte monatliche Plus des Jahres. Erneut bestimmte das OTC-Segment das positive Geschäftsgeschehen.

Insgesamt zog der Umsatz des Versandhandels mit Arzneimitteln um 13% auf 69 Mio. € im Dezember an. Der Teilmarkt OTC legte sogar um 19% zu, während der Umsatz mit rezeptpflichtigen Präparaten um fünf Prozent sank. In Deutschland dürfen auch rezeptpflichtige Medikamente im Versandhandel vertrieben werden, was auch künftig in Österreich verboten sein wird. Im Gesamtjahr 2014 lag die Entwicklung im deutschen Ver-

sandhandel im mittleren einstelligen Bereich mit einem Plus von sechs Prozent

Rund 10% Marktanteil

Für Österreich rechnet das Gesundheitsministerium, dass etwa bis zu zehn Prozent aller Apotheken in den Online-Handel einsteigen werden. Beobachter schätzten, dass sich maximal zehn Versandapotheken am Ende am Markt etablieren werden; versuchen könnten es allerdings tatsächlich mehr. Die genaue Zahl dürfte allerdings erst im Juni feststehen. Das Marktvolumen wird wie in Deutschland auch in Österreich auf etwa zehn Prozent geschätzt.

Impfstoffe Ehemalige Intercell punktet in China

Valneva meldet Deal

Wien. Die börsennotierte Biotechfirma Valneva, die 2013 aus dem Zusammenschluss der Wiener Intercell mit der französischen Vivalis hervorgegangen ist, hat, wie nun bekannt geworden ist, eine exklusive Lizenzvereinbarung mit dem chinesischen Partnerunternehmen Jianshun Biosciences Ltd abgeschlossen.

Die Vereinbarung betreffe die Vermarktung und Herstellung von

Human- und Veterinärimpfstoffen durch Jianshun Biosciences auf chinesischem Territorium, wobei der chinesische Lizenznehmer von Valnevas EB66-Zelllinie auch Sub-Lizenzen an chinesische Impfstoffunternehmen vergeben darf, teilte das Unternehmen in einer Aussendung mit.

Valneva erhält im Gegenzug eine Vorauszahlung in Höhe von 2,5 Mio. € sowie weitere 500.000 € im Jahr 2016. Darüber hinaus umfasse der Deal jährliche Lizenzgebühren und umsatzbezogene Zahlungen – wie auch 50% der Einnahmen, die der chinesische Partner von seinen Sub-Lizenznehmern erhält.

120 Mitarbeiter in Wien

Valneva ist an der NYSE Euronext in Paris und an der Wiener Börse gelistet und hat Standorte in Frankreich, Österreich, Schottland und Schweden. Von den rund 400 Mitarbeitern des Unternehmens arbeiten knappe 120 am Wiener Standort des Impfstoffherstellers.

(APA/red)

Arzneimittel Laut einer neuen Studie ist das Vertrauen in Homöopathie groß

Homöopathie-Markt wächst

Wien. Die Hälfte aller Österreicher nutzte im Jahr 2014 homöopathische Arzneimittel, wie eine aktuelle GfK-Studie zeigt. „59 Prozent der Befragten gaben an, dass sie großes Vertrauen in die Homöopathie setzen. 71 Prozent sind der Meinung, dass homöopathische Arzneimittel gut wirksam sind“, sagt Martin Peithner, Geschäftsführer der Dr. Peithner KG und Vorsitzender des Fachausschusses

OTC, Homöopathie und Phytopharmaka bei der Pharmig.

Zu den Hauptanwendungsgebieten zählen traditionell Erkältungskrankheiten, geschwächtes Immunsystem und Unruhezustände. Aufholbedarf besteht bei Problemen im Magen-Darm-Bereich, denn auch hier bieten homöopathische Arzneien Hilfe sowohl für akute als auch für chronische Beschwerdebilder.

Spitzenreiter bei der Homöopathienutzung sind die Kärntner mit 60%, gefolgt von den Salzburgern (55%), den Oberösterreichern (51%) und den Niederösterreichern (50%). Im guten Mittelfeld liegen Wien und die Steiermark: Jeweils 49% verwenden in diesen Bundesländern homöopathische Arzneimittel.

Diskussion um Studien

Wie die aktuelle GfK-Studie zeigt, genießt die Homöopathie hohe Beliebtheit und Vertrauen – zu Recht, wie Michael Frass, Facharzt für Innere Medizin und Internistische Intensivmedizin, bei einer Pressekonferenz argumentiert: „Die gute Wirksamkeit ist subjektiv wahrnehmbar und auch in großen systematischen Reviews und Metaanalysen bewiesen.“

Vielen Skeptikern, welche die Homöopathie ungeachtet der guten Datenlage weiterhin diskreditieren wollen, fehlt es laut Frass „an einer naturwissenschaftlichen, geschweige denn medizinischen Ausbildung und ausreichendem Wissen zur Homöopathie“. (rüm)



Experten präsentierten eine aktuelle Studie zum Thema Homöopathie.



Valneva notiert in Paris und in Wien und beschäftigt weltweit rund 400 Mitarbeiter.

Innovation Start-up begeistert auch in Österreich immer mehr Kinder und deren Eltern mit Technologie für Mundhygiene

Zahnbürsten werden mit App zu Gaming-Controller

Zwei Österreicher und ein Nigerianer entwickelten Idee gemeinsam mit Zahnärzten für die Anwendung.

INA SCHRIEBL

Wien. Eine neue Technologie soll Gesundheit bringen: Mit Playbrush macht Zähneputzen sogar Kindern Spaß. Viele Eltern kennen das Problem, ihre Kleinen zwei Mal täglich zur Zahnpflege zu motivieren. Das Ziel des Start-up-Unternehmens Playbrush ist es, die tägliche Mundhygiene spielerisch zu verbessern. Dazu haben die Gründer ein Gadget entwickelt, das an jede herkömmliche Zahnbürste gesteckt werden kann und die Putzbewegungen misst. Die dazugehörige App für Smartphones stellt spannende und lehrreiche Spiele bereit, die Kinder nur durch perfektes Zähneputzen gewinnen können.

Vor Kurzem startete im Internet auf www.kickstarter.com eine 30-tägige Crowdfunding-Kampagne, bei der Playbrush mit unterschiedlichen Beträgen unterstützt werden kann. Dafür erhalten die Investoren je nach Betrag eine Gegenleistung wie etwa das Playbrush-Gadget, Playbrush-Cases mit diversen Goodies oder eine Spende an ein soziales Projekt, bei dem Kinder in Uganda mit Zahnbürsten versorgt werden. Mit dem gesammelten Geld soll die erste Produktion finanziert und über den Playbrush-Webshop vertrieben werden.

Von Idee zu Entwicklung

Playbrush wurde von den Österreichern Paul Varga und Matthäus Ittner sowie dem Nigerianer Tolulope Ogunsina gegründet und operiert von London aus. Inspiriert wurden die drei Jungunternehmer von Paul Vargas Patenkind, das nicht zum Zähneputzen zu motivieren war. So entstand die Idee, zusammen mit renommierten



Das mit Österreichischer Beteiligung gegründete Start up Playbrush verbessert Mundhygiene, weil Spaß beim Putzen dazukommt.

Zahnärzten eine Technologie zu entwickeln, die das Zähneputzen spielerisch erleichtert. Varga erklärt: „Playbrush ist die erste Technologie, die das Putzverhalten von Kindern spielerisch positiv beeinflusst und damit nachhaltig die tägliche Mundhygiene verbessert. Das Feedback von Eltern und Kindern ist fantastisch.“

Im Gegensatz zu anderen Zahnputz-Apps, die nur das richtige Putzen demonstrieren oder währenddessen unterhalten, bestimmen Playbrush-Nutzer mit ihren Zahnbürsten aktiv das Geschehen am Bildschirm. Je besser man

putzt, desto besser ist man im Spiel.

Die Tester jedenfalls sind begeistert. Julia Köberl ist Mutter zweier Buben und lebt in Wien: „Mein Sohn Ferdi liebt Playbrush. Je gründlicher er putzt, desto besser ist er im Spiel. Es ist faszinierend zu sehen, wie Playbrush sein Putzverhalten positiv beeinflusst hat.“

Spiele beim Putzen

Mit dem Gadget von Playbrush wird jede herkömmliche Zahnbürste zu einem Gaming Controller. Kinder und Junggebliebene kön-

nen während des Putzens mobile Games spielen.

Playbrush wird vom University College London, dem Eastman Dental Hospital und mehreren Zahnärzten im Vereinigten Königreich und Österreich unterstützt. Bis dato hat das junge Unternehmen drei Preise gewonnen, in Schulen, Kindergärten und auf Konferenzen gesprochen und mit über 250 begeisterten Kindern die Applikation getestet.

Das Londoner Technologie-Start-up wurde im August 2014 von den beiden Österreichern und dem Nigerianer gegründet.

SHORT

Trockene Raumluft belastet die Augen

Wien. Die für die Augen anstrengende Heizsaison ist vorbei, doch schon warten mit Staub und Pollensaison neue Belastungen für das Sehorgan. Dazu kommt der Arbeitsplatz: Die Mischung aus zu trockener oder zugiger Büroluft und permanenter Bildschirmarbeit ist Gift für die Augen. Das Office Eye Syndrom kann Büromitarbeitern stark zusetzen, warnt die unabhängige Plattform MeineRaumluft.at. Beschwerden sind meist auf eine unzureichende Benetzung der Augenoberfläche zurückzuführen. Die Luftfeuchtigkeit sollte nicht unter 40 Prozent sinken.

Versandapotheke „Zur Rose“ hat sich erholt



Nach schlechtem Ergebnis 2013 steht Zur Rose wieder gut da.

Frauenfeld. Die Schweizer Versandapotheke Zur Rose schreibt für 2014 einen Unternehmensgewinn von 7,2 Mio. CHF (6,9 Mio. €), nach einem Verlust von 15,5 Mio. CHF im Jahr zuvor. Das operative Ergebnis hat sich beinahe vervierfacht, das Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Amortisationen betrug 17,3 Mio. CHF, nach 4,7 Mio. im Jahr 2013. Der Umsatz stieg aber um lediglich 5 Mio. auf 915,6 Mio. CHF. Den Gewinnprung beim operativen Ergebnis führt das Unternehmen auf Prozessoptimierungen, konsequentes Kostenmanagement und den Wegfall von Einmal-effekten im Jahr 2013 zurück.

Bürgerbeteiligung Psychische Forschung nun öffentlich

„Reden Sie mit!“ läuft

Wien. Knapp ein Fünftel der Bevölkerung fühlt sich aktuell gefährdet, psychisch zu erkranken. Fast 80 Prozent kennen in ihrem persönlichen Umfeld jemanden, der entweder psychisch krank ist oder psychisch erkrankt war. Vier von fünf Befragten sind davon überzeugt, dass psychische Erkrankungen nach wie vor ein Tabuthema sind. Dabei sprechen sich neun von zehn Befragten für eine Gleichstellung



Experten: Transparenz in der Forschung muss erhöht werden.

psychischer und physischer Erkrankungen aus. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Studie des österreichischen Gallup-Instituts, das im Auftrag der Initiative „Open Innovation in Science“ der Ludwig Boltzmann Gesellschaft 1.000 Personen befragt hat.

Unter dem Motto „Reden Sie mit!“ können sich Betroffene, Spezialisten und Interessierte seit dem 16. April unter www.redensiemit.org aktiv an der Entwicklung von wissenschaftlichen Forschungsfragen zum Thema psychische Erkrankungen beteiligen.

„Die Befragung zeigt, dass psychische Erkrankungen sehr weit verbreitet, aber noch immer stark tabuisiert sind“, sagt dazu Ulrike Schmidt, Leiterin der Trauma-Ambulanz des Max-Planck-Instituts für Psychiatrie in München und Mitglied im Beirat der Initiative „Open Innovation in Science“. „Deshalb ist die Initiative ‚Open Innovation in Science‘ auch so wichtig, um betroffene Bürger am Forschungsprozess zu beteiligen und die Transparenz zu erhöhen, das Bewusstsein zu steigern.“ (iks)

Kooperation Wozabal ist Partner der Gesundheits- und Krankenpflegeausbildung

Hygiene der Wäsche im Fokus

Linz. Hochqualifiziertes Pflegepersonal ist für ein funktionierendes Gesundheitssystem eine der wichtigsten Voraussetzungen. Um die Anforderungen des demografischen Wandels zu meistern, muss der Ausbildung von Pflegekräften ein besonderer Stellenwert zugewiesen werden. Deshalb unterstützt Wozabal die Ausbildungen der Pflegekräfte in Österreich bereits seit Jahren. „Es ist uns ein großes

Anliegen, den Menschen, die Pflege als ihre Berufung sehen, zur Seite zu stehen und die Ausbildung bestmöglich zu fördern“, erklärt Franz Schweighofer, der Geschäftsfeldleiter Seniorenheime der Unternehmensgruppe Wozabal.

Wozabal arbeitet eng mit den Schulen für die Gesundheits- und Krankenpflege wie zum Beispiel dem BFI Oberösterreich und dem Institut für Bildung im Gesund-

heitsdienst zusammen: Bei Betriebsbesichtigungen lernen die Schüler die Grundzüge der textilen Vollversorgung kennen und bekommen wertvolle Hinweise für die künftige Tätigkeit im Seniorenheim oder Krankenhaus vermittelt; Schwerpunkte sind dabei der Umgang mit Textilien und Hygiene.

Lebenserwartung steigt

Die Lebenserwartung ist in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich gestiegen. Je älter man wird, desto anfälliger ist man aber auch für Infektionen. Hygienische Präventionsmaßnahmen sollen daher den Bewohnern in Seniorenheimen möglichst lange ein gesundes Leben ermöglichen. Wichtig dabei ist auch die Aufbereitung der Wäsche, da diese in Seniorenheimen oft mit Ausscheidungen kontaminiert wird. „Bei Wozabal wird desinfizierend gewaschen. Unsere Wäsche ist nicht nur sauber, sondern hygienisch rein. Das heißt, dass die aufbereitete Wäsche frei von Keimen ist, die Infektionen auslösen können“, sagt Schweighofer. (red)



Schweighofer (v.li.) mit drei Diplomandinnen und Markus Krämer (Wozabal).

SHORT

Erste Absolventinnen von Schwarzach



Jubel bei den ersten neun Absolventinnen des neuen Pflege-Moduls.

Salzburg. Grund zum Feiern hatten neun Studentinnen der Schule für Gesundheits- und Krankenpflege am Krankenhaus Schwarzach. Im Rahmen der Sponson an der Privatmedizinischen Uni Salzburg wurde ihnen nun der akademische Titel „Bachelor of Science in Nursing (BSnN)“ verliehen. Damit schlossen sie als erste Absolventen das neue „2in1-Modell Pflege“ ab, erklärte Agnes Wimmer, Direktorin der Schwarzacher Schule.

WGKK eröffnet ein neues Kundencenter



Ingrid Reischl bei der Eröffnung des neuen WGKK-Kundenzentrums.

Wien. Die Wiener Gebietskrankenkasse (WGKK) hat eine neue Außenstelle: Das barrierefreie Kundencenter Breitensee in der Hütteldorfer Straße 112 im 14. Bezirk ersetzt nun die Bezirksstellen 16 und 17, die mit Ende März geschlossen wurden. „Mit der neuen Außenstelle setzen wir einen weiteren Schritt hin zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen“, betonte WGKK-Obfrau Ingrid Reischl bei der Eröffnung.

Veranstaltung Kompetenzen im Gesundheitsbereich wandern von Österreich nach Europa und wieder retour

Gesunder Zentralismus

Experten waren sich weitgehend einig: Gesundheitspolitik müsse in der EU neu gedacht werden.

INA SCHRIEBL

Wien. Wie können europäische Gesundheitssysteme nachhaltiger gestaltet werden? Wie sieht eine sinnvolle Aufteilung der Gesundheitskompetenzen zwischen der EU und den Mitgliedsländern aus? Wie hängen Gesundheit und Wohlstand einer Gesellschaft zusammen? Und wer macht heute überhaupt Gesundheitspolitik? Darüber diskutierte eine international besetzte Expertenrunde im Rahmen einer gemeinsamen Veranstaltung von EHFG (European Health Forum Gastein) und FOPI (Forum der forschenden pharmazeutischen Industrie in Österreich) unter dem Motto „Gesundheitspolitik neu denken – von Österreich nach Europa und retour“ in der Aula der Wissenschaften in Wien. „Als Österreich Mitglied der EU wurde, war eine EU-weite Gesundheitspolitik nur formal im Maastricht Vertrag verankert. Seither nimmt der Einfluss der EU auf die Gesundheitspolitik und Gesundheitssysteme ihrer Mitgliedsstaaten stetig zu“, fasste Natasha Azzopardi-Muscat, designierte Präsidentin der European Public Health Association (EUPHA), die Entwicklung zusammen. Die Gründung der Europäischen Arzneimittellagentur EMA und des Europäischen Zentrums für Prävention und Kontrolle von Krankheiten ECDC sowie zahlreiche EU-weit gültige Richtlinien zeigten die zunehmende Zentralisierung am Gesundheitssektor. FOPI-Präsident Ingo Raimon sprach davon, dass nachhaltige Gesundheitspolitik die pharmazeutische Forschung und Entwicklung forcieren müsse. EHFG-Präsident Helmut Brand forderte mehr internationalen Austausch, und Josef Probst, Generaldirektor des Hauptverbands, rief zu einem internationalen Schulterschluss auf.



Natasha Azzopardi-Muscat (mi.): Gesundheitskompetenzen wandern nach Europa.

Aufklärung Diabetesinfos in Oberösterreichs Apotheken Sensibilisierung der Bevölkerung

Linz. Auch heuer fanden in allen oberösterreichischen Apotheken Vorsorgetage mit Schwerpunkt Diabetes statt. Im Rahmen der



Ulrike Mursch-Edlmayr, Präsidentin der Apothekerkammer Oberösterreich.

Aktion haben alle oberösterreichischen Apotheken ihren Kunden die Möglichkeit geboten, sich kostenlos in Form eines Schnelltests auf ihr Diabetes-Risiko überprüfen zu lassen. „Die Aktion wurde gut angenommen, und wir freuen uns, dass die Awareness zum Thema Diabetes langsam, aber nachhaltig gesteigert werden kann, und wir als Apothekerkammer mit den Vorsorgetagen einen wesentlichen Beitrag dazu leisten können“, erläutert Ulrike Mursch-Edlmayr, die Präsidentin der Apothekerkammer Oberösterreich, das Ergebnis. Fehlendes Risikobewusstsein, zunehmender Bewegungsmangel, falsche Ernährung und Nikotinsucht gelten als Hauptursachen für die steigende Zahl an Diabetikern. Die Aktion sollte dem gegensteuern. (red)

Jubiläum Linzer Initiative zieht eine erfreuliche Bilanz Schon ein Jahr „Krebsakademie“

Linz. Hochspezialisierte Onkologen, wissbegierige Jungmediziner in Facharztausbildung, Hausärzte, Arztassistentinnen, Angehörige



Onkologieexperten ziehen eine erfolgreiche Bilanz in Linz.

und Patienten – diese Kombination, gepaart mit Kommunikation und Wissensaustausch, macht die Linzer „Krebsakademie“ aus. Rund ein Jahr nach ihrer Gründung sind die Reaktionen begeistert. „Wir erleben, wie sehr allein das Wissen, wie die jeweils anderen Kollegen denken und handeln, die Versorgungskette von Patienten mit Krebs dramatisch verbessern kann“, freuen sich die Initiatoren Holger Rumpold (Leiter des Zentrums für Tumorerkrankungen und der Krebsakademie am KH der Barmherzigen Schwestern Linz), Wolfgang Hockl (Präsident der Oberösterreichischen Gesellschaft für Allgemein- und Familienmedizin) sowie Christine Wolf (Präsidentin des Berufsverbands der ArztassistentInnen). (red)

Arabische Welt Wachstumsmarkt für Gesundheitsfirmen Abendland begegnet Morgenland

Berlin. Die arabische Welt ist einer der Top-Wachstumsmärkte im Gesundheitssektor. Nicht nur das enorme Bevölkerungswachstum – über 360 Mio Menschen leben hier – bietet große Chancen. Auch wird die Nachfrage nach Gesundheitsdienstleistungen aufgrund der zunehmenden Zahl älterer Menschen und der Behandlung von Zivilisationskrankheiten weiter wachsen. Um die deutsch-arabische Kooperation zu fördern, veranstaltete die „Ghorfa – Arab-German Chamber of Commerce and Industry“ kürzlich das „8th Arab-German Health Forum“. Das hochkarätige Forum brachte Experten aus Business, Politik und Wissenschaft zum Austausch zusammen. Über 300 deutsche und arabische Teilnehmer diskutierten über aktuelle Entwicklungen aus den Bereichen Krankenhaus, Pharmazeutik, Medizintechnologie, Ausbildung und Medizintourismus. Auch Österreich hat gute Kontakte in den arabischen (Gesundheits-)Raum. (red)



Berlins Bürgermeister Michael Müller hatte die Schirmherrschaft über das Forum.

MENSCHEN, ÜBER DIE MAN SPRICHT

Christina Schwarz Neue Chefin des Rudolfinerhauses

Wien. Christina Schwarz übernimmt die kaufmännische Geschäftsführung im Wiener Rudolfinerhaus. Damit ist sie auch für das große Bauvorhaben „Rudolfinerhaus 2020“ verantwortlich, bei dem das Spital modernisiert und erweitert werden soll. Schwarz absolvierte an der Wirtschaftsuniversität Wien das Studium der Handelswissenschaften und spezialisierte sich dabei auf Unternehmensführung und Controlling. Dem folgten Ausbildungsaufenthalte im Ausland und schließlich der CEMS-Master der Community of European Management Schools. Nach Aufgaben für Xe-rox Österreich sammelte Schwarz Spitalerfahrung bei den PremiOaMed Privatkliniken – als Verwaltungsdirektorin in der Privatklinik Döbling.



DIMITRE STAYKOV, NEUER ABTEILUNGSLEITER IN EISENSTADT

Dimitre Staykov wurde im Krankenhaus der Barmherzigen Brüder in Eisenstadt zum Abteilungsleiter der neu zu gründenden Abteilung für Neurologie inklusive Stroke Unit ernannt. Staykov stammt aus Varna (Bulgarien) und hat nach dem Medizinstudium in Wien seine berufliche Laufbahn als Assistenzarzt an der Neurologischen Klinik Kreische begonnen. Dann ging er an die Neurologische Klinik mit Poliklinik am Uniklinikum Erlangen, von wo er jetzt nach Eisenstadt kam.



DIETMAR THURNHER, NEUER PROFESSOR, MEDUNI GRAZ

Dietmar Thurnher wurde zum Professor für das Fachgebiet „Hals-, Nasen- und Ohrenkrankheiten“ an der Medizinischen Universität Graz berufen. Thurnher wurde 1967 in Lustenau in Vorarlberg geboren und promovierte 1994 zum Doktor der gesamten Heilkunde an der Universität Wien. Nach seiner Tätigkeit in der Ausbildung von Pharmareferenten setzt er seinen beruflichen Weg als wissenschaftlicher Mitarbeiter am AKH Wien fort, bevor er nach Graz wechselte.



HEINZ HAMMER, GASTROENTEROLOGE AN DER MEDUNI GRAZ

Heinz Hammer von der Klinischen Abteilung für Gastroenterologie und Hepatologie der Med Uni Graz wurde zum Chair des Education Committee der United European Gastroenterology gewählt. Damit ist der Facharzt die nächsten vier Jahre auf internationaler Ebene für postgraduale Aus- und Weiterbildung von Medizinern im Fachbereich der Gastroenterologie zuständig. Hammers Forschungen werden regelmäßig in hochrangigen Fachjournalen publiziert.

technology



KERAMIK-DRUCKER

Ein TU-Spin-off hat einen 3D-Printer für Keramikteile vorgestellt

Seite 45

© photographystudio



DATEN-AUSWERTUNG

Microsoft konzentriert sich verstärkt auf massive Big Data-Analysen

Seite 46

BUSINESS-NOTEBOOK

TECRA Z50-A-16M IM PRAXISTEST

© Toshiba

SHORT



© fotinet.com

Wien. Fortinet und Spirent Communications plc. haben die Ergebnisse der Leistungstests des FortiGate-3810D bekannt gegeben: Die Leistung übertrifft den Messungen zufolge jene aller anderen verfügbaren 3U-Firewalls auf dem Markt. Die Tests mit den Spirent-Systemen zeigten, dass das Fortigate-3810D mit sechs 100 GbE-Ports einen durchgängigen TCP-Durchsatz (Transmission Control Protocol) von 292 Gbps und einen UDP-Durchsatz von stolzen 317 Gbps ohne Paketverluste bei einer Paketgröße von 512 Bytes leistet. (red)



© Panasonic

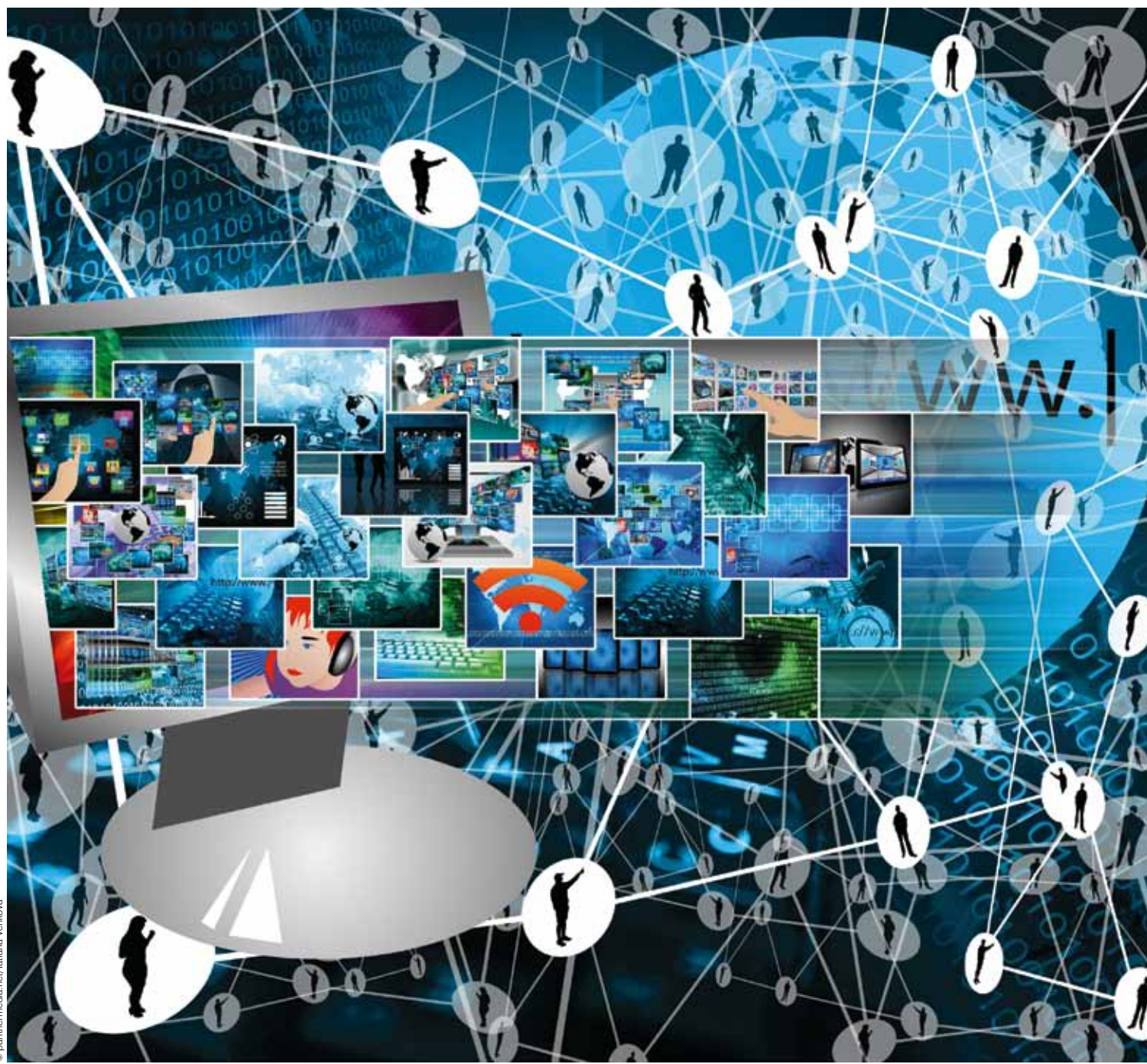
Wien. Die Technical Image Press Association (TIPA) hat zwei kompakte Lumix-Kameras als weltweit Beste ihres Fachs prämiert. Die Lumix GM5 ist die beste kompakte Systemkamera im Premiumbereich, während die Lumix LX100 die Jury als beste Profi-Kompaktkamera überzeugt hat. Die GM5 bietet 16 Megapixel, einen Live View Finder mit 100% Anzeige bei 1,16 Mio. Bildpunkten, Wechselobjektiv und Fernsteuerung über Smartphone oder Tablet. Die Lumix LX100 überzeugte als Profi-Kompaktkamera mit FourThirds-Hochempfindlichkeits-MOS-Sensor und lichtstarkem Leica-Objektiv. (red)



© Microsoft

Wien. Gabe Aul, Leader des Windows Insider-Programms, hat die Verfügbarkeit des neuen Windows 10 Technical Previews für Smartphones, für die Teilnehmenden des Programms, vorgestellt. Der Build 10051 enthält eine Reihe neuer Funktionen und Updates wie das Outlook Mail-Programm, den Project Spartan-Browser und diverse Apps für Telefonie und Messaging, Kontakte und Fotos sowie den aktualisierten App Switcher. (red)

Marketiers wissen zu wenig über ihre Klientel



© panthermedia.net/italiana Veronova

Der Kunde, das unbekannte Wesen Laut einer aktuellen Studie von IBM und Econsultancy fühlen sich Kunden von Markenunternehmen zu wenig als Individuen wahrgenommen. Das führt zu vorzeitigen Online-Kaufabbrüchen. **Seite 44**

infoWAN Eine neue Vertriebspartnerschaft mit Secunia Sicherheitsexperten kooperieren



Sonja Tietz, Regional Director D-A-CH, beim Lösungsanbieter Secunia.

© Secunia/Hartmann

Wien. infoWAN, Microsoft Gold Certified Partner und Spezialist für Unified Communications sowie Cloud Computing, kooperiert ab sofort mit dem Unternehmen Secunia. „infoWAN ist ein Unternehmen, das nicht nur durch fundiertes Know-how im Bereich Unified Communications langjährige Erfahrung vorweisen kann, sondern auch über ein exzellentes Team mit hoher technischer Expertise im Bereich Security verfügt und damit ein optimaler Partner für Vertrieb und Implementierung unseres Produktportfolios ist“, sagt Sonja Tietz, Regional Director D-A-CH bei Secunia. (red)

Atos Präsentation mit Siemens bei der Hannover Messe Gemeinsam entwickelte Lösungen



Thierry Breton, Chairman und CEO des Technologieanbieters Atos.

© Atos/Marc Bertrand

Hannover/Wien. Atos und Siemens haben im Rahmen der heute zu Ende gehenden Hannover Messe Lösungen präsentiert, die im Rahmen des gemeinsamen Investitionsprogramms für Industrial Data Analytics entwickelt wurden. Grundlage ist die Data Analytics Foundation, bestehend aus Technologie-Plattformen sowie einer großen Anzahl angeschlossener Unternehmens- und IT-Services. „Der Zugriff auf die richtigen Daten zur richtigen Zeit ist entscheidend, damit im Rahmen von Industrie 4.0 die Ausstattung effizienter genutzt werden kann“, sagt Thierry Breton, Chairman und CEO von Atos. (red)

KOMMENTAR

Bit-Torrent und kein Ende in Sicht



CHRIS HADERER

Der illegale Download von Inhalten aus dem Internet ist für manche Anwender so etwas wie ein Kavaliersdelikt. Will man beispielsweise schnell in das neue Album von Pink Floyd reinhören oder die aktuelle Folge von Doctor Who schon zehn Minuten nach der BBC-Erstrahlung sehen – kein Problem: einfach eine Tauschbörse besuchen, den Bit-Torrent-Client anwerfen und schon wandert der gesuchte Inhalt mit Lichtgeschwindigkeit auf die eigene Festplatte. Das geht so unkompliziert, dass es eigentlich gar nicht wie ein Verbrechen aussieht – und in Österreich tatsächlich nicht wirklich eines ist. Der Download von Inhalten, die auf Tauschbörsen zu finden sind, ist in Österreich nämlich nicht strafbar. Während in Deutschland längst das Abmahnunwesen grassiert, können alpenländische Torrent-Klienten sorglos Inhalte aus dem Netz saugen. Wie die Story unten zeigt, ist das allerdings alles andere als ein Kavaliersdelikt: Die Schadenssummen sind in astronomischen Höhen zu finden – allerdings denke ich, dass eine stärkere Kontrolle der Netze der falsche Weg ist. Gefragt ist hingegen Bewusstseinsbildung: einerseits bei den Anwendern, die sich der von ihnen vernichteten Werte gewahr werden müssen. Und andererseits bei den Anbietern, von denen leistbare Geschäftsmodelle gefragt sind.

ORS DVB2 in Vorarlberg HD-Programm



DVB in Vorarlberg nun in HD-Qualität.

Wien. Nicht jeder TV-Konsument empfängt sein Lieblingsprogramm via Satellit, Kabel oder Internet. Viele Anwender vertrauen auf das digitale DVB-T-System, das Fernsehprogramme wie früher terrestrisch übermittelt. In Vorarlberg wird nun der Umstieg auf das DVB2-System vollzogen, das Konsumenten auch Inhalte in HD-Qualität auf die Schirme bringen soll. Federführend ist dabei die ORF-Tochter ORS (Österreichische Rundfunksender), die für die Umsetzung des Projekts gute zwei Mio. € investiert hat. Ab dem 5. Mai sollen TV-Kunden in Vorarlberg in den Genuss der neuen HD-Bildqualität kommen. Notwendig sind allerdings neue Empfangsgeräte. (red)

IBM Laut einer von Econsultancy durchgeführten Studie fühlen sich Konsumenten nicht als Individuum wahrgenommen

Marketiers kennen ihre Kunden nicht gut genug

Nur 37% der Marketiers verfügen über effektive Werkzeuge zur Kommunikation auf allen Medienkanälen.

CHRIS HADERER

Wien. Eine von IBM veröffentlichte Studie zeigt eine große Lücke zwischen der unternehmensinternen Wahrnehmung des Marketings und der tatsächlichen Erfahrung von Verbrauchern. Die vom Marktforschungsunternehmen Econsultancy entwickelte und in den USA durchgeführte Umfrage hat ergeben, dass nahezu 90 Prozent der Marketingexperten die individuell zugeschnittene Customer Experience als entscheidend für den Erfolg betrachten. Diesem breiten Konsens stehen allerdings 80 Prozent der Verbraucher gegenüber, die angeben, dass Markenunternehmen sie nicht als Individuum wahrnehmen. „Das Denkmuster hinter dem digitalen Marketing hat sich verlagert“, sagt meint Stefan Tornquist, Vice President Research Nord- und Südamerika bei Econsultancy. „Das Ziel, die richtige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt an die richtige Person zu senden, ist nur noch Teil eines größeren Puzzles. Die wahre Herausforderung ist heute, das richtige Erlebnis für die richtige Person im genau richtigen Moment zu bieten. Dreh- und Angelpunkt ist die Verbindung von Marketing und Technologie sowie konsequente Innovation, orientiert an den individuellen Kundenbedürfnissen.“

Mangel an Verständnis

Die Umfragen haben ergeben, dass 80 Prozent der Marketingexperten fest daran glauben, bei allen Interaktionen und in allen Kommunikationskanälen stets die einzelnen Kunden und Marktsegmente umfassend im Blick zu haben. Außerdem sind sie überzeugt von ihrer Fähigkeit, herausragende Einkaufserlebnisse zu bieten, und



Zwischen der Meinung von Konsumenten und Marketingfachleuten herrscht eine Diskrepanz in der Wahrnehmung.

zwar sowohl offline (75 Prozent), online am PC (69 Prozent) als auch über Mobilgeräte (57 Prozent). Trotz dieser großen Übereinstimmung geben nur 47 Prozent der Marketingfachleute an, für relevante Kommunikation sorgen zu können. Tatsächlich ist diese Zahl möglicherweise sogar noch zu hoch gegriffen: Als die Verbraucher gefragt wurden, ob Unternehmen das Einkaufserlebnis ihrer Meinung nach individuell gestalten (Produkte, Sonderangebote und andere Informationen), kam als Antwort ein klares Nein, selbst bei den Marken ihres Vertrauens. Nur 37 Prozent der Befragten finden, dass ihr bevorzugter Händler sie als Individuum wahrnimmt. Nur 22 Prozent der Befragten glauben, dass der

durchschnittliche Händler sie als Individuum wahrnimmt. 21 Prozent der Verbraucher meinen, dass erhaltene Mitteilungen im Durchschnitt „meistens relevant“ sind. Schwache 35 Prozent der Verbraucher sind der Meinung, dass Mitteilungen von ihren bevorzugten Händlern „meistens relevant“ sind. Dieser Mangel an Verständnis und Relevanz könnte erklären, weshalb viele Kunden den Kaufvorgang auf Webshops von Unternehmen vorzeitig beenden. Laut dem „IBM Digital Analytics Benchmark“ brechen immer mehr Kunden ihre Online-Einkäufe vorzeitig ab – im Februar 2015 waren es 72,9 Prozent. Eine Erklärung für diese Diskrepanz in der Wahrnehmung könnte sein, dass Unternehmen sich noch

nicht auf unseren aktuellen, von zahlreichen Kommunikationskanälen geprägten Lebensstil eingestellt haben. So gaben in der Studie nur 34 Prozent der Marketingexperten an, das Einkaufserlebnis online und offline erfolgreich zu verknüpfen. Zwar besteht für die Verbraucher bereits eine gewisse Verknüpfung, denn sie recherchieren zu Produkten überwiegend online, aber sie geben das meiste Geld dann offline aus. Um hier jedoch Fortschritte zu machen, muss das Marketing diese Lücke schließen. Ein Problem ist dabei die technische Umsetzung. Nur 37 Prozent der Marketingfachleute gaben an, über die Werkzeuge zu verfügen, um eine außergewöhnliche Customer Experience zu schaffen.

Tru Optic Data Laut aktuellen Zahlen haben Internetanwender im Vorjahr Inhalte um 791 Mrd. € aus dem Netz geladen

Illegale Downloads um Milliarden-Beträge

Wien. Der illegale Download von Inhalten über Tauschbörsen oder sogenannte Peer-to-Peer-Netzwerke wird von den Anwendern immer wieder gern ein bisschen verniedlicht dargestellt – hat aber enorme finanzielle Folgen, wie aus dem „Digital Media Unmonetized Demand and Peer-to-Peer File Sharing Report“ der Tru Optik Data Corp hervorgeht. Demnach haben Internet-Anwender im Jahr 2014

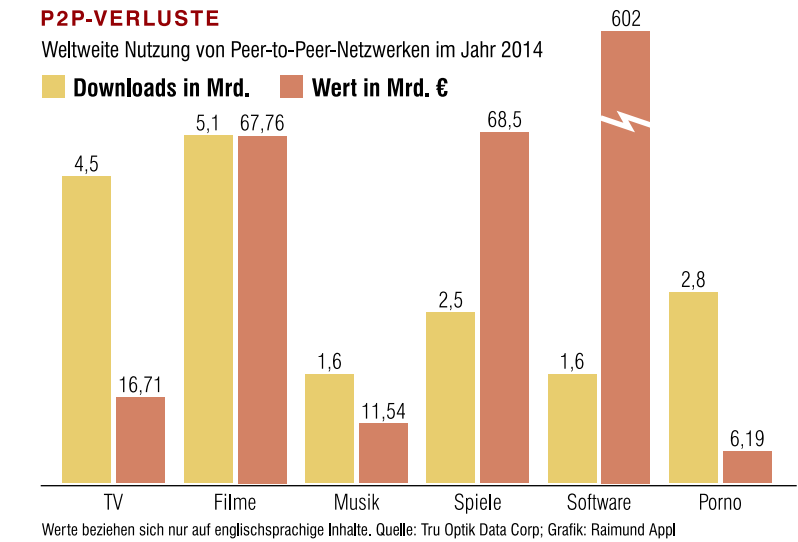


Illegale Downloads via Peer-to-Peer-Netz.

weltweit Inhalte (Filme, Software, Musik, etc.) im Wert von etwa 791 Mrd. € illegal aus dem Netz heruntergeladen (siehe Infografik). Laut dem Report haben im Vorjahr über 500 Mio. Menschen P2P-Netzwerke für 18 Mrd. Downloads genutzt. Den Großteil machen Serien und Filme aus (9,6 Mrd. Downloads). Der wirtschaftliche Schaden ist allerdings bei illegalen Software-Downloads mit rund 602 Mrd. € laut Tru Optik am höchsten – obwohl die Anzahl der Downloads von Tru Optik mit „nur“ 1,6 Mrd. beziffert wird. Der Report enthält allerdings nur Angaben über englischsprachigen Content, weshalb der Gesamtschaden noch weit höher ausfallen kann.

Neue Systeme

Peer-to-Peer-Netzwerke haben sich seit einigen Jahren im Internet etabliert und dienen im Allgemeinen als Grundlage für diverse Tauschbörsen. Die ersten File-sharing-Netzwerke waren zentral und server-basiert. Das bedeutet: Während der Austausch der Da-



ten direkt zwischen den Clients mittels einer entsprechenden Software erfolgt, verwaltet ein zentraler Server die Liste mit den von den Clients angebotenen Inhalten. Fast alle dieser Systeme der ersten Stunde wurden in den letzten Jahren aus rechtlichen Gründen geschlossen. Als Reaktion darauf wurden dezentrale Systeme entwickelt, wie sie auch heute immer

noch eingesetzt werden. „Napster“ war beispielsweise eines der ersten Systeme, das Bit-Torrent-Netzwerk ist aktuell heute noch in Betrieb. Zu den bekanntesten Tauschbörsen auf Bit-Torrent-Basis gehört beispielsweise die „Pirate Bay“, die mit Regelmäßigkeit geschlossen wird und wenige Wochen später trotzdem wieder in Betrieb geht. (red)

TU Wien Das Spin-off-Unternehmen Lithoz hat einen 3D-Drucker zur preiswerten Herstellung von präzisen Keramikteilen entwickelt und vorgestellt

Keramikbauteile aus dem Drucker

Das Gerät kann Materialschichten von 25 bis 100 Mikrometer verarbeiten.

CHRISTOPH FELLMER

Wien. Die Fertigung von Einzelstücken oder Kleinserien ist meistens ein recht teurer Prozess. Hier setzen 3D-Drucker an, mit denen solche Objekte vergleichsweise preiswert hergestellt werden können. Allerdings verarbeiten die meisten dieser Geräte Metall- oder Plastiksubstanzen, was verschiedene Einsatzbereiche ausschließt. Die TU Wien allerdings hat mit dem aus ihr hervorgegangenen Spin-off-Unternehmen Lithoz ein Verfahren für den 3D-Druck von Hochleistungskeramik entwickelt, das den Präzisionsansprüchen der Keramikindustrie gerecht wird.

Exakte Details

„Rapid Prototyping“ oder „Additive Manufacturing Technologies“ nennt man die Verfahren, mit denen dreidimensionale Objekte auf Knopfdruck produziert werden können. Anstatt das gewünschte Objekt aus einem festen Material herauszuarbeiten, wird eine Flüssigkeit an den gewünschten Stellen mit Licht ausgehärtet. Schicht für Schicht können so auch komplizierte Formen hergestellt werden, die man durch Fräs- oder Schleiftechniken gar nicht fertigen könnte. Bei anderen 3D-Druckern besteht oft das Problem, dass das Material porös bleibt – dadurch verschlechtern sich die Materialeigenschaften. „Mit dem CeraFab 7500 lässt sich eine hohe Dichte, extreme Festigkeit und äußerste Genauigkeit erreichen“, sagt Jo-

hannes Patzer, CTO der Lithoz GmbH. „Auch die Oberflächenqualität ist hervorragend, eine Nachbearbeitung ist nicht zwingend nötig.“ Für den Anwender ist der Herstellungsprozess ähnlich einfach wie das Drucken von Text auf Papier. Direkt aus den CAD-Daten am Computer kann das gewünschte Objekt erstellt werden.

Nachhaltige Bauweise

Die einzelnen Materialschichten, die der Drucker zu einem 3D-Objekt zusammenfügt, sind mit 25 bis 100 Mikrometern extrem fein. So lassen sich auch winzige

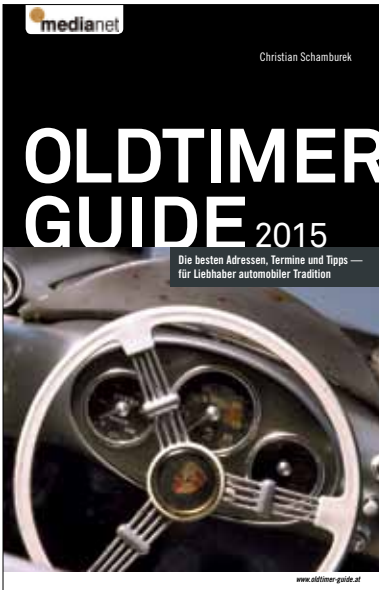
Details zuverlässig ausdrucken. „Der 3D-Druck bringt für die Keramikindustrie große Vorteile“, sagt Johannes Homa, CEO von Lithoz. „Man benötigt weder Gussformen noch teure Spezialwerkzeuge. Will man die Geometrie des Objekts ändern, macht man das ganz einfach per Mausklick am Computer und druckt es dann ein weiteres Mal aus.“ Durch die materialsparende Fertigung im 3D-Drucker lassen sich außerdem Ressourcen sparen. Auch auf Energieeffizienz wurde bei der Entwicklung des Druckers speziell geachtet, sodass sich ein durchaus nachhaltiges Gesamtbild des Systems ergibt.



Auch komplexe Geometrien in Spritzguss-Qualität sind mit dem 3D-Drucker möglich.

WENN OLDTIMER DEINE WELT SIND, IST DAS DEIN GUIDE.

Die PREMIUM GUIDES von



Man muss nicht alles wissen.
Man muss nur wissen,
wo man nachschauen kann.

Weitere Informationen und Bestellung unter
www.oldtimer-guide.at

LANGSAMES LICHT

Licht ist ein sehr nützliches Instrument für die Quantenkommunikation, doch es hat einen entscheidenden Nachteil: Es bewegt sich normalerweise mit Lichtgeschwindigkeit und kann nicht festgehalten werden. Ein Forschungsteam der TU Wien hat nun gezeigt, dass sich dieses Problem beheben lässt – und zwar nicht bloß in exotischen Quantensystemen, sondern in den bereits existierenden Glasfasernetzwerken. Durch die geschickte **Kopplung von Atomen an die Glasfaser** konnte das Licht auf 180 km/h verlangsamt werden. Es gelang sogar, das Licht für kurze Zeit komplett anzuhalten und dann wieder abzurufen. Diese Technik ist eine wichtige Voraussetzung für ein zukünftiges, **glasfaserbasiertes Quanten-Internet**, in dem man Quanten-Information über große Distanzen teleportieren kann. Im freien Raum ist die Lichtgeschwindigkeit immer gleich groß – ungefähr 300 Mio. Meter pro Sekunde. Schickt man Licht durch ein Medium wie Glas oder Wasser, wird es durch seine Wechselwirkung mit dem Medium allerdings ein bisschen abgebremst. „Bei unserem System ist dieser Effekt extrem, weil wir gezielt eine äußerst starke **Wechselwirkung zwischen Licht und Materie** erzeugen“, sagt Arno Rauschenbeutel (Atominstitut der TU Wien Vienna Center for Quantum Science and Technology). „Die Geschwindigkeit des Lichts in unserer atombesetzten Glasfaser beträgt bloß 180 km/h – der Railjet der Österreichischen Bundesbahn ist schneller.“ Information von Lichtteilchen zu speichern, ist ein wichtiger technologischer Schritt auf dem Weg zur **Quanten-Kommunikation über große Distanzen**. „Quantenphysikalisch kann man eine Verbindung zwischen Sender und Empfänger herstellen, die von außen nicht abgehört werden kann“, erklärt Rauschenbeutel. „Die grundlegenden Gesetze der Quantenphysik verhindern, dass irgendjemand in diese Verbindung eingreift, ohne dass die beiden beteiligten Personen das bemerken.“

SHORT

Generationsübergreifend lernen ist sehr wichtig



Große Beteiligung beim A1 Forum Digitale Bildung in Wien.

Wien. Beim A1 Forum Digitale Bildung, das Ende März stattfand, stand das Thema „Vernetzung der Generation 60+“ im Fokus. Klaus Thien, Geschäftsführer des Österreichischen Instituts für Erwachsenenbildung, Gerlinde Zehetner, Geschäftsführerin des Pensionistenverbands Österreichs, Gerti Zupanich, Initiative Grüne SeniorInnen, und Barbara Ratzenböck von der Universität Graz diskutierten über Seniorinnen und Senioren und ihren Zugang zur Digitalisierung. Das Fazit: Aktives Altern heißt die Möglichkeit der Teilhabe an vielen Lebensbereichen. Digitale Kompetenz und technische Ausstattung sind dafür Grundvoraussetzung. Wichtig: Generationenübergreifendes Lernen und ein differenziertes Bild der älteren Generation. (red)

Spannendes Wachstum am RZ-Switchmarkt

Wien. Huawei wurde vor Kurzem als der im Jahr 2014 am schnellsten wachsende Anbieter im globalen Rechenzentrums-Switchmarkt gelistet, mit einer Zuwachsrate von 137%, lt. IDC Worldwide Quarterly Datacenter Networks Qview (Weltweite, vierteljährliche Rechenzentrumsnetzwerkbetrachtung der IDC). Der Bericht zeigt im Jahresvergleich ein 10%iges Wachstum im globalen Rechenzentrums-Switchumsatz. Der Umsatz von Huawei im Q4/2014 stellte vier Prozent des globalen Gesamtumsatzes dar. (APA/red)

„Casper“ erstellt Profile von Computer-Usern



Eset vermutet hinter „Casper“ eine Regierung oder einen Geheimdienst.

Wien. Der Security-Software-Hersteller Eset warnt vor einer neuen Malware, die es auf sensible private Daten abgesehen hat: „Casper“. Die Schadsoftware wurde über eine offizielle Website der syrischen Regierung verteilt und ist dazu in der Lage, einen detaillierten Bericht über das Gerät des Opfers zu erstellen. Die Nutzung von Zero-Day-Exploits deutet darauf hin, dass bei der Erstellung von Casper eine mächtige Institution involviert ist, womöglich eine Regierung oder ein Geheimdienst. Die Zielgruppe, bestehend aus syrischen Staatsangehörigen, deutet auf ein Interesse an der dortigen Politik hin. (red)

Microsoft Der Softwarekonzern hat die baldige Übernahme des Statistikanbieters Revolution Analytics angekündigt

Verstärkte Konzentration auf Big Data-Analysen

„R“ soll als Programmiersprache für Statistikanwendungen auch Predictive Analytics ermöglichen.

CHRISTOPH FELLMER

Wien. Der IT-Konzern Microsoft hat die Übernahme von Revolution Analytics angekündigt, einem Anbieter von Software und Services rund um „R“, die quelloffene und weltweit meistgenutzte Programmiersprache für Statistikanwendungen und Predictive Analytics. „R“ ist bereits in vielen Unternehmen im Einsatz und wird zum Beispiel auch von Microsoft innerhalb von Azure Machine Learning-Services verwendet, um prädiktive Workflows und Experimente umsetzen zu können.

Analysen in Echtzeit

„Diese Akquisition wird für einen neuen Schub in den Unternehmen sorgen, die moderne Echtzeit-Analysemethoden für die explosionsartig wachsenden Datenmengen einsetzen wollen“, sagt Georg Droschl, Leiter des Geschäftsbereichs Cloud & Enterprise bei Microsoft Österreich. Die Echtzeitverarbeitung großer und unstrukturierter Datenmengen steht bei Unternehmen aller Branchen und Größen auf der digitalen Agenda ganz oben. „Durch Predictive Analytics dieser Datenmengen lassen sich bisher unmögliche Einblicke in Geschäftsabläufe sowie völlig neue Geschäftsmodelle generieren, die Unternehmen helfen, mit dem internationalen Wettbewerb Schritt zu halten. Big Data spült unzählige Informationen in die Unternehmen, mit denen Leistung planbarer und strategische Entscheidungen einfacher werden“, sagt Droschl. Ihr wahres Potenzial entfalten Daten erst beim Anwender, der mit den richtigen Fragen eine Brücke zwischen ihnen und den für das Unternehmen sinnvollen Antworten schlägt.



Georg Droschl, Leiter des Geschäftsbereichs Cloud & Enterprise bei Microsoft Österreich: „Big Data Analysen sind gefragt.“

Anders als früher erlauben Predictive Analytics nicht nur Entscheidungen auf der Basis vergangener Daten, sondern mit Informationen, die im Jetzt entstehen und valide Vorhersagen für die Zukunft ermöglichen. Im besten Fall erhalten Unternehmen Antworten auf Fragen, von denen sie vorher nicht einmal wussten, dass sie diese überhaupt stellen können – über Prognosen, Szenarien und Simulationen in Echtzeit. Predictive Analytics-Ansätze sind bisher aber häufig sehr aufwendig, erfordern spezielles Know-how, sind riskant und meist kostspielig in der Realisierung. In vielen Unternehmen klafft zudem noch eine große Kompetenzlücke zwischen dem Wollen und dem Können – nicht umsonst herrscht derzeit große Nachfrage nach hochqualifizierten „Data Scientists“, die diese aufklaffende Lücke schließen helfen. „Diese Übernahme wird dazu beitragen, Advanced Analytics auf Basis der Microsoft-Datenplattform in lokalen, in Hybrid Cloud-Umgebungen sowie in Microsoft Azure nutzen zu können. Durch die Technologien und Services von Revolution Analytics versetzt Microsoft Unternehmen, R-Entwickler und Data Scientists in die Lage, einfacher und effektiver kostengünstige Anwendungen und Analyselösungen erstellen zu können“, sagt Georg Droschl.

EURO-VISION

Microsoft, die EBU (European Broadcasting Union) und der ORF haben zur Übertragung des Eurovision Song Contest eine Technologiepartnerschaft geschlossen. Die Cloud-Plattform Microsoft Azure kommt für den weltweiten Austausch von Videos von bis zu 45 TV-Sendern und für Video on Demand-Lösungen zum Einsatz. Azure wird auch die offizielle Eurovision Song Contest App hosten. Zur Koordination der 800 Crew-Mitarbeiter, 1.300 internationalen Delegierten und 800 Freiwilligen setzt der ORF auf die Kommunikationsplattform Yammer, eigene interne Anwendungen und Lumia 535 Smartphones. Letztere für 800 freiwillige Helfer, die nach dem Motto „Building Bridges“ Delegationen aus ganz Europa betreuen.

Akamai Technologies Der Anbieter ortet einen dringenden Bedarf beim Ausbau der weltweiten Netzwerk-Infrastruktur

Internet-Verbindungsgeschwindigkeit steigt

München/Wien. Akamai Technologies, ein Anbieter von Content-Delivery-Network-Services, hat seinen State-of-the-Internet-Bericht für das vierte Quartal 2014 vorgelegt. Über die Akamai Intelligent Platform werden Daten gesammelt, die Einblick in wichtige Statistiken zur weltweiten Internetnutzung geben. „Im Verlauf des Jahres 2014 konnten wir weltweit ein gesundes Wachstum aller unserer Kennzahlen verzeichnen. Dazu gehören Verbindungsgeschwindigkeiten, Breitbandverbindungen und die 4K-Fähigkeit“, sagt David Belson, Autor des Berichts. „Diese positiven Trends bilden eine interessante Ergänzung zu einer jüngst veröffentlichten Studie, der zufolge 4,4 Milliarden Menschen auf der Welt nicht online sind, und die damit offenbart, wie dringend an der Verbesserung und Verbreitung einer globalen Internet-Infrastruktur weitergearbeitet werden muss.“

Der Akamai-Report beleuchtet intensiv die Traffic-Geschwindigkeiten in den einzelnen Ländern: Nach einem Anstieg von 3,5% auf 14,6 Mbit/s wies Schweden im vierten Quartal 2014 die höchste durchschnittliche Verbindungsgeschwindigkeit aller europäischen Länder auf und überholte damit die Schweiz. Diese war in den letzten drei Quartalen noch durchgängig der Spitzenreiter, erreichte mit 14,5 Mbit/s denselben Wert wie im Vorquartal und rangiert damit in Europa nun auf dem zweiten Platz. Beide Länder lagen mit ihrer durchschnittlichen Verbindungsgeschwindigkeit ebenso über der High-Broadband-Schwelle von 10 Mbit/s wie die Niederlande, Irland, die Tschechische Republik, Finnland, Dänemark, Rumänien, Norwegen, Großbritannien und Belgien. Der Vergleich der durchschnittlichen Verbindungsgeschwindigkeiten mit dem Vorjahr fällt für die europäischen Länder durchwegs positiv aus. Der niedrigste Anstieg fand sich dabei in Österreich mit 3,9%, Wachstumsspitzenreiter war Rumänien mit 61%. Gute Zahlen auch in Finnland, Schweden und Portugal: In allen drei Ländern wuchs die durchschnittliche Verbindungsgeschwindigkeit im Vergleich zum vierten Quartal 2013 um mehr als 30%. Die durchschnittliche Spitzengeschwindigkeit legte im vierten Quartal 2014 weltweit mit 8,4% nur leicht zu und kam auf 26,9 Mbit/s. In Europa reicht das Wachstumsspektrum von 1,3% in Portugal (44,3 Mbit/s) bis zu 14% in Rumänien (67,0 Mbit/s). Auch der Vorjahresvergleich fällt positiv aus: Österreich war hier mit einem Anstieg von 9,4% das einzige europäische Land, das ein Plus von weniger als 10% aufwies; Spitzenreiter war Finnland +40%. (red)

Beständiges Wachstum

Österreich hatte im vierten Quartal 2014 das geringste Geschwindigkeitswachstum.



Österreich hatte im vierten Quartal 2014 das geringste Geschwindigkeitswachstum.

Polycom Laut einer aktuellen Studie verhindern alte Vorurteile oft den Einsatz moderner Video-Kollaborations-Lösungen

Video-Kommunikation wird zu wenig genutzt

90 Prozent der Videonutzer im Unternehmen sind der Meinung, damit produktiver arbeiten zu können.

CHRISTOPH FELLNER

Wien. Polycom, Inc., ein Anbieter von Video-Konferenzlösungen, hat die Ergebnisse einer neuen, globalen Studie zu Video Collaboration veröffentlicht, die von Quocirca im Auftrag von Polycom durchgeführt wurde. Die Studie untersucht, wie und für was Unternehmen aktuell Video Collaboration-Lösungen nutzen. Befragt wurden 800 kleine, mittlere und große Unternehmen aus über 80 Ländern weltweit, die bereits Video einsetzen. Die wichtigsten Ergebnisse: Von den Befragten, die regelmäßig Video nutzen, arbeiten über 90 Prozent damit produktiver, und die Zusammenarbeit im Team funktioniert besser. Zudem sinken Reisekosten und andere Ausgaben. Über 80

FACTS & FIGURES

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie aus EMEA im Überblick:

- Über 90% der Unternehmen in EMEA nehmen an Videomeetings über eine Raumlösung teil.
- Bereits 45% der Unternehmen in EMEA nutzen mobile Videolösungen.
- Knapp 66% nutzen virtuelle Meetingräume, um sich zu verbinden – das ist die höchste Zahl im Vergleich zu Nordamerika und APAC.
- Von den Unternehmen in EMEA gaben nur 37% an, dass sie IT-Unterstützung für 1% bis 25% aller Video Calls benötigen – obwohl die Schwierigkeit in der Bedienung der Hauptgrund ist, Video nicht zu nutzen.
- Die Einsparung von Reisekosten ist immer noch der wichtigste Vorteil von Videokommunikation in EMEA: Für 98% hat das „mittlere bis hohe Priorität“.
- 71% der Befragten in EMEA gaben an, dass die Nutzung von Video im Arbeitsalltag zunimmt.

Prozent der Befragten gaben an, dass die Einsparungen direkt auf schnellere Entscheidungsprozesse und eine bessere Work-Life-Balance bei den Angestellten zurückzuführen sind. Trotz dieser Vorteile, die Video Collaboration heute schon Unternehmen bringt, zeigt die Studie: Es gibt immer noch einige Hindernisse für den großflächigen Einsatz von Video. Hauptsächlich sind das schlechte Erfahrungen aus den Anfangszeiten von Video Collaboration wie schwierige Bedienbarkeit oder schlechte Qualität. Diese Probleme haben sich in der Wahrnehmung vieler Nutzer festgesetzt und halten sich hartnäckig, obwohl moderne Videolösungen sie längst gelöst haben. Ebenso hält sich das Vorurteil hartnäckig, dass Video immer noch ausschließlich dem Management vorbehalten ist.

Großes Potenzial bei Video

„Die Art und Weise, wie wir arbeiten, verändert sich. Trends wie erhöhte Mobilität, BYOD, Soziale Netzwerke und Collaboration-Lösungen wie Video Conferencing zwingen Unternehmen dazu, ihre traditionellen Büroausstattung zu überdenken“, sagt Jim Kruger, Chief Marketing Officer bei Polycom. „Wir sehen den messbaren Nutzen von Video – aber nur wenige Organisationen weltweit setzen Video bisher regelmäßig ein. Im Hinblick darauf zeigt unsere Studie das große Potenzial, das in der Videokommunikation in jeder Arbeitsumgebung steckt.“ Wenn Unternehmen das volle Potenzial von Videokollaboration ausschöpfen wollen, müssen sie ihre Mitarbeiter davon überzeugen, dass Video längst nicht mehr schwierig in der Anwendung ist. Moderne Lösungen



Jim Kruger, Chief Marketing Officer beim Kollaborations-Lösungsanbieter Polycom.

sind nutzerfreundlich und intuitiv zu bedienen. Zudem sollten Unternehmen die Verfügbarkeit von Video erhöhen: Ein Drittel der Befragten gab an, dass ein besserer Zugang zu Videolösungen deren Nutzung erhöhen würde – beispielsweise auf mobilen Geräten. 45 Prozent der Befragten gaben an, regelmäßig über mobile Geräte wie Smartphones oder Tablets an den Videomeetings teilzunehmen. 35 Prozent der Digital Natives (25 Jahre oder jünger) nutzen Video häufig und von überall. Diese Zahlen werden mit der weiteren

Zunahme an mobilen Geräten und Trends wie BYOD weiter steigen, und Unternehmen sollten sich darauf einstellen. Wenngleich sich Video ausgebreitet hat, wird es immer noch am meisten von der Führungsetage und dem Management genutzt. Hier sind Führungskräfte gefragt, die Nutzung von Video in der breiten Belegschaft weiter voranzutreiben. In vielen der befragten Unternehmen steht Video nicht flächendeckend zur Verfügung, obwohl es mittlerweile viele Lösungen gibt, die auf Desktop-Ebene einfach umzusetzen sind.

DocuMatrix Der Output-Management-Anbieter lud zu einer Branchenveranstaltung über effektive Dokumentenverwaltung

Gelebter Pragmatismus im Familienbetrieb

Wien. Ende März lud DocuMatrix unter dem Motto „Facing the Future“ Interessierte ein, der Zukunft des Output-Managements entgegenzublicken. Dabei stand nicht nur das Thema Dokumenten-Management, sondern auch die Arbeitsweise des niederösterreichischen Familienunternehmens im Mittelpunkt der Veranstaltung. Knapp 40 Branchenexperten folgten der Einladung ins Tech Gate Vienna.

Professionelle Lösungen

Die Automatisierung von Unternehmensprozessen wird zwingend mit dem Trend der Vernetzung einhergehen. Dies führe nicht nur zur Verkürzung von Geschäftsprozessen, sondern ermögliche es Unternehmen auch, Mitarbeiter effizienter einzusetzen. Natürlich seien der Mensch und dessen Gewohnheiten beim Blick auf Zukunftstechnologien immer zu berücksichtigen. Das gilt auch im Dokumenten-Management: Laut den Experten wird der Kunde künftig entscheiden, wie er den Unternehmens-Output

erhalten, archivieren oder weiterverwenden will. Keineswegs werde das Ende des Papiers postuliert, jedoch müssten Unternehmen sich der Herausforderung stellen, möglichst viele Kommunikationskanäle einfach und gleichzeitig abdecken zu können. „Von der Datenaufbereitung über die individuelle For-

matierung bis hin zum Versand von Dokumenten bieten professionelle Dienstleister entsprechende Lösungen an“, sagt Herbert Naderer, Geschäftsführer bei hpc Dual.

Ganz im Sinne der Keynote mit dem Titel „die or do it yourself“ blickt das Familienunternehmen DocuMatrix mit neugierigem Blick



DocuMatrix-Familienbetrieb: Geschäftsführer Markus, Gerhard & Josef Gruber (v.l.n.r.).

auf die Innovationen der Zukunft: „Wir leben den Pragmatismus. Das heißt, wir versuchen nicht, den Nagel mit einer Zange in die Wand zu schlagen, sondern nehmen den Hammer. Das ist unser Asset“, erklärt Markus Gruber, Junior-Chef. „Wir haben die Freiheit, zu gestalten. Wenn etwas zu ändern oder weiterzuentwickeln ist, dann setzen wir das sofort um, weil wir es können.“

Output-Experten

DocuMatrix ist ein österreichisches Familienunternehmen mit über 15 Jahren Erfahrung in der Planung und Realisierung von automatisiertem Outputmanagement. DocuMatrix richtet sich mit seinem Leistungsportfolio an national und international tätige Unternehmen mit hochvolumigem Dokumenten-Output wie auch an die öffentliche Verwaltung und den Mittelstand. Die Softwarelösungen von DocuMatrix ermöglichen ein einfaches, effizientes und flexibles Visualisierungsmanagement für die Kundenkommunikation. (red)

Ecos Kostenkalkulation Telearbeitsplatz



Heimarbeitplätze sind recht beliebt.

Wien. Tele- oder Heimarbeitsplätze erfreuen sich in Unternehmen und Behörden wachsender Beliebtheit. Mitarbeiter schätzen die zusätzliche Flexibilität, die oft mehr Raum für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf bietet. Entscheidend ist jedoch, sich bereits im Vorfeld mit wichtigen IT-Sicherheitsfragen, Datenschutzbestimmungen und auch personalpolitischen Fragen auseinanderzusetzen. Ecos Technology hat im Rahmen einer Checkliste mehrere wichtige Punkte zusammengestellt, die bei der erfolgreichen Einführung von Heimarbeitsplätzen unterstützen.

Hohe Kosten

Ein wichtiger Punkt wäre, Maßnahmen zum Schutz der IT-Infrastruktur zu treffen. Hierzu zählen Maßnahmen wie eine VPN-Verbindung auf Applikationsebene, digital signierte Applikationen, das Ausführen der Clients innerhalb einer Sandbox oder einer gekapselten Umgebung, das Tarnen des Clients im Netz und eine Firewall zum Schutz gegen Angriffe aus dem gleichen (W)LAN. Spätestens bei der Kostenbetrachtung stellt sich die Frage, ob firmeneigene Hardware oder private Geräte zum Einsatz kommen. Beim Firmen-PC ist die reine Anschaffung nur ein Teil der Kosten; hinzu kommen Wartung, Lizenzen, 2-Faktor-Authentisierung, Support etc. Selbst wenn man einigermaßen konservativ kalkuliert, ergeben sich hier – auf einen Zeitraum von drei Jahren betrachtet – schnell Beträge von 2.000 bis 3.000 €. (red)

Ergoneers Eye-Tracking Virtual Reality



Head-Mounted Displays erlauben exakte Blickanalysen bei Anwendern.

Wien. Eye-Tracking in der virtuellen Realität ist eine der Neuigkeiten, die Ergoneers auf seiner „Peak Performance-Tagung“ bei Garmisch-Partenkirchen vorstellt. Gemeinsam mit der Partnerfirma Sensics, einem US-Hersteller für HMDs (Head-Mounted-Displays oder VR-Brillen), hat Ergoneers hierzu seine Dikablis Eye-Tracking-Technologie nahtlos in die HMD-Modelle von Sensics integriert. Dadurch können Unternehmen schon in der Frühphase von Projekten Blickstudien in den Bereichen Usability, Marktforschung und Design durchführen, etwa für Tests zur Gebrauchstauglichkeit von Produkten. (red)

SHORT

Neue Oberfläche für die Smartphones von HTC



HTC baut die Benutzeroberfläche seiner Smartphones aus.

Wien. HTC stellt Nutzern von HTC Smartphones mit der Benutzeroberfläche HTC Sense 6 ab sofort einen wesentlichen Teil der Features, Apps und Individualisierungsmöglichkeiten aus HTC Sense 7 zur Verfügung. Nutzer können ihr Gerät via Updates aus dem Google Play Store auf den neuesten Stand bringen und eine Vielzahl der mit HTC Sense 7 eingeführten Apps auf ihren Geräten nutzen. Zu den im Google Play Store zur Verfügung gestellten Updates zählen unter anderem eine aktualisierte Version des HTC BlinkFeed, der App Launcher aus HTC Sense 7 oder die App „Themes“, die es Anwendern erlaubt, die Benutzeroberfläche nach ihrem Geschmack zu gestalten. Geräte, die bereits ein Update auf Android 5 „Lollipop“ erhalten haben, können darüber hinaus das mit dem HTC One M9 vorgestellte HTC Sense Home und den Lockscreen nutzen. (red)

Neue Tools für intensive Big Data-Analysen

Wien. Teradata bringt mehrere Lösungen auf den Markt, die die Handhabung und Analyse von Big Data vereinfachen. Zum einen reduziert Teradata Loom 2.4 Zeit und Aufwand für die Verwaltung von Daten in sogenannten Data Lakes, die auf Apache Hadoop basieren. Zum anderen erleichtern die Big Data Apps Unternehmen den Zugang zu multistrukturierten Daten und ermöglichen zielgerichtete Analysen für diverse Branchen. Die Big Data Apps sind ab Ende der ersten Jahreshälfte über das Teradata Aster AppCenter erhältlich. (red)

Oki erweitert seine Managed Print Services



Die MPS von Oki fungieren als eigenständige Arbeitsstationen.

Wien. Oki erweitert seine Lösungskompetenz für Managed Print Services im Softwarebereich. Gemeinsam mit dem Solutionspartner EDV Consulting Zoichter GmbH wird professionelles Dokumentenmanagement auf Basis von DocuWare angeboten. Die Oki Multifunktionsgeräte dienen dabei als Arbeitsterminals für die Digitalisierung, Beschlagwortung und Archivierung von Dokumenten. Die Oki Multifunktionsdrucker können dabei als eigenständige Arbeitsstationen eingebunden werden. (red)

Test Das Tecra Z50-A-16M-Notebook von Toshiba ist zwar nicht das billigste, bringt aber eine solide Performance mit

Business-Notebook mit interessanten Features

Fix ins Gerät integrierte 4G/LTE-Telekom-Module sorgen für stabile Kommunikation auf Geschäftsreisen.



Das Toshiba Tecra Z50-A-16M: Ein solides Notebook mit Magnesitgehäuse, das von den Ausstattungsmerkmalen her für Business-User zugeschnitten ist.

Für den Geschäftseinsatz bietet Toshiba eine Reihe von Zusatzfeatures an: Toshiba EasyGuard bündelt beispielsweise Schutz-, Sicherheits- und Verwaltungstools zu einem Komplettpaket. Kritische Geschäftsdaten sind bei Verlust oder Diebstahl des Geräts durch ein TPM (Trusted Platform Module), einen Fingerabdruckleser sowie ein BIOS mit Computrace-Unterstützung vor einem Fremdzugriff geschützt. Alle neuen Modelle (die Z50-Linie ist in verschiedenen Ausstattungsvarianten verfügbar) finden Anschluss an die Toshiba Docking-Station Hi-Speed Port Replicator III – damit eignen sich die

Z-Familien für Unternehmen, die ihre Mitarbeiter je nach Einsatzgebiet mit unterschiedlichen Notebooks ausstatten.

Gute Leistungsdaten

Das Fazit: Mit dem Tecra Z50-A-16M erhält man ein gut bestücktes Business-Notebook, das eigentlich kaum Wünsche offen lässt. Der Intel Core-Prozessor der 4. Generation bringt genug Leistung auch für relativ anspruchsvolle Aufgaben – was seinen Niederschlag leider im doch etwas hohen Preis findet; die Performance des Notebooks entschädigt dafür aber.

CHRIS HADERER

Wien. Mit dem Tecra Z50-A-16M (1.449 €) hat Toshiba ein Notebook mit 15-Zoll-Display vorgestellt, das vor allem für Vielreisende recht interessant sein dürfte. Das Gerät ist leicht, liegt gut in der Hand und weist eine Reihe von Features auf, die nicht in jedem Notebook zu finden sind, aber das Arbeiten „on the road“ erheblich erleichtern.

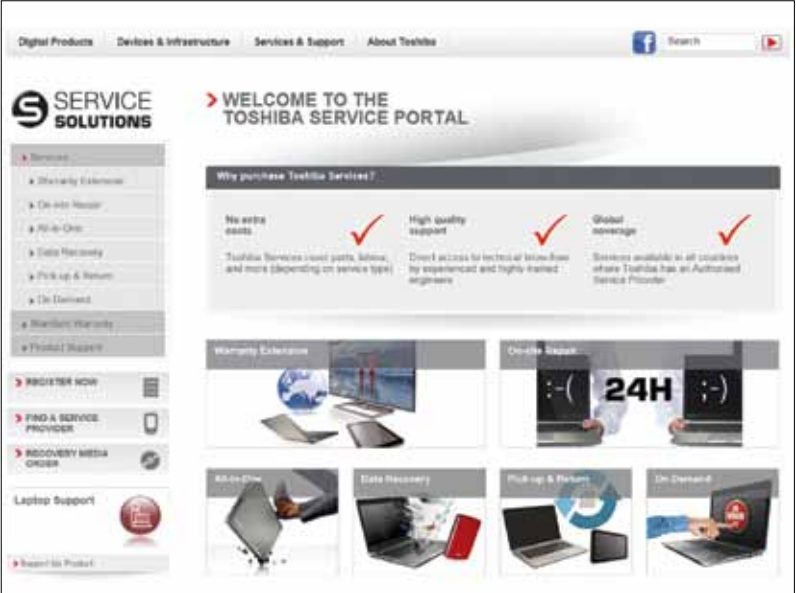
Solide Ausstattung

Zu diesen Features gehört beispielsweise die Ausstattung mit 4G-/LTE-Modulen und einer Akkulaufzeit von acht bis zehn Stunden. Außerdem sorgen entspiegelte Displays für reduzierte Reflexionen, was sich bei wechselnden Lichtverhältnissen wie im Zug oder Flugzeug als besonders hilfreich erweist. Das Gehäuse ist aus leichtem Magnesium gefertigt und basiert auf einer Wabenstruktur,

die das Chassis verstärkt und die Gesamtstabilität verbessert (die Gehäusehöhe beträgt an der dünnsten Stelle 15,9 mm; das Gewicht beläuft sich auf 1,36 kg).

Neue Sicherheits-Features

Das Gerät ist außerdem mit einer spritzwassergeschützten Tastatur ausgestattet, wodurch man als Anwender bei verschütteten Flüssigkeiten (maximal 30 ml) bis zu drei Minuten Zeit hat, um Daten zu speichern und das Gerät ordnungsgemäß herunterzufahren. Dadurch können im Ernstfall massive Datenverluste vermieden werden. Treten während des Betriebs starke Vibrationen auf, wird der Schreib-/Lesekopf der Festplatte automatisch in einer sicheren Position geparkt. Als Betriebssystem ist Windows 7 Professional (64 Bit) vorinstalliert, Windows 8.1 kann jedoch im Bedarfsfall von einer mitgelieferten DVD nachinstalliert werden.



Über die Toshiba-Homepage erhalten Geschäftskunden zusätzliche Features zur Verfügung gestellt, die Haltbarkeit und Datensicherheit des Geräts vergrößern.

Canon Das Unternehmen erweitert sein professionelles Videoportfolio um eine neue Kamera mit 4K-Aufnahmemodus

Handlicher Camcorder mit Profi-Qualitäten

Wien. Mit dem XC10 (1.999 €) ergänzt Canon sein professionelles Video-Portfolio um einen neuen, kompakten und leichten Camcorder für Fotos und Videos und ermöglicht so Filmern Aufnahmen in 4K-Videoqualität. Mit zahlreichen Funktionen aus der Cinema EOS-Serie bietet der XC10 große Vielseitigkeit für den Einsatz als Standalone-Kamera für unabhängige Filmemacher oder als Zweitkamera für große Produktionen.

Foto und Video möglich

Zur nahtlosen Integration in bestehende Workflows oder in Produktionen mit Cinema EOS-Kameras ermöglicht der XC10 die Aufzeichnung von UHDTV-Material (3.840 x 2.160) in 4K mit bis zu 305 Mbps auf eine CFast 2.0 Speicherkarte. Alternativ lässt sich Full-HD (1.920 x 1.080) mit bis zu 50 Mbps auf eine SD-Karte aufzeichnen, jeweils mit 4:2:2 Farbsampling. Das Gerät bietet eine ISO-Empfindlichkeit bis zu ISO 20.000 und

ermöglicht damit Ergebnisse bei Low-Light-Aufnahmebedingungen. Der große Dynamikumfang von 12 Blenden sorgt für einen hohen Detailreichtum in besonders hellen und dunklen Bildbereichen.

Das vollständig neu entwickelte Videoobjektiv sorgt mit 10fach optischem Zoom und dem branchenführenden optischen Canon Bildstabilisator für Fle-

xibilität bei 4K-Aufnahmen. Der Brennweitenbereich von 27,3 bis 273 mm (entsprechend Vollformat, im Videomodus) deckt mit nur einem Objektiv den Bereich vom weiten Panorama bis zur präzisen Nahaufnahme ab. Es können sowohl Videos als auch Fotos mit dem neuen Camcorder aufgenommen werden. Fotos können direkt mit 12,0 Megapixeln aufgezeichnet

oder mit 8,29 Megapixeln als Einzelbild aus einem 4K-Video extrahiert werden.

Hilfreiche Bedienelemente

Mit dem verstellbaren Drehgriff kann der Camcorder an die Aufnahmeposition angepasst werden; die wichtigsten Steuerelemente sind so positioniert, dass sie jederzeit im Zugriffsbereich liegen. Zoom und Fokus werden über jeweils einen Objektivring gesteuert. Um sich jeder Aufnahmesituation anpassen zu können, ist der XC10 mit einem dreh- und schwenkbaren, 7,66 cm großen LCD-Touchscreen ausgestattet. Er bietet 100% Bildfeldabdeckung und per Kreuztasten den direkten Zugriff auf das Menü. Die im Lieferumfang enthaltene Sucherlupe lässt sich auf das LCD aufsetzen, was zu einer besseren Handhabung in schwierigen Lichtsituationen führt. (red)



Wirkt ein wenig wie eine DSLR-Kamera, ist aber ein Camcorder mit 4K-Qualität.



industrialtechnology



© LineMetrics

INTERNET DER DINGE
Großes Interesse für den Nachwuchs-Wettbewerb von LineMetrics
Seite 50

© Tell Logistics

MEHR M&A-AKTIVITÄTEN
Laut KPMG steigen heuer Übernahmen und Beteiligungen im T&L-Segment
Seite 53

LAGERROBOTIK
SSI SCHÄFER STÄRKT SPARTE

© SSI Schäfer/Peter Eve



Verpackung - Koffer - Flightcase

www.vsl.at
Tel: +43 2236 615 72 0

Wir automatisieren. Sicher.



the spirit of safety

Pilz GmbH pilz@pilz.at www.pilz.at

SHORT

Wien. Vor Kurzem hat DB Schenker sein neues Logistikzentrum in Serbien in Betrieb genommen. Es liegt in Stara Pazova, 25 Kilometer von Belgrad und 50 Kilometer von Novi Sad entfernt und direkt an der Autobahn E-75 in unmittelbarer Nähe zum Belgrader Flughafen Nikola Tesla. Die über 3.000 Quadratmeter große Anlage bietet neben einem Hochregallager auch Platz für Spezialcontainer, z.B. zur Lagerung von Gefahrstoffen. Zudem sorgt ein innovatives Belüftungssystem unabhängig von äußeren Einflüssen und der jeweiligen Wetterlage für gleichbleibende Lagerbedingungen. (red)



Grevenmacher/Madrid. Vor 25 Jahren gründete der internationale Logistiker Logwin seine erste Niederlassung in Spanien, um einen großen Kunden bei seinen Aktivitäten auf diesem Markt zu begleiten. Diese Kundenbeziehung besteht noch heute, viele nationale und internationale Kunden, besonders aus der Modebranche, sind inzwischen hinzugekommen. Der Aufschwung der spanischen Wirtschaft zeigt sich derzeit in einer steigenden Nachfrage nach innereuropäischen und internationalen Logistikleistungen von und nach Spanien. (red)

Hohe Erwartungen und ebenso viele Bedenken



Industrie 4.0 Rund um die Hannover Messe wurden zahlreiche Studien zur Einschätzung hinsichtlich der smarten Fabriken der Zukunft präsentiert. medianet hat sie analysiert und die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst. **Seite 50**

incubed IT Robotic Award der Deutschen Messe AG Intelligente Roboter-Shuttles



Minister Olaf Lies, incubed IT-CEO Stephan Gspand (re.) bei der Verleihung.

Hannover/Graz. Den von der Deutschen Messe AG im Rahmen der Hannover Messe verliehenen Robotics Award für angewandte Roboterlösungen konnte sich heuer die steirische incubed IT GmbH sichern. Bei dem Projekt handelt es sich um frei navigierende Transportroboter (Shuttles), die sich autonom im Raum bewegen und in der Lage sind, Hindernissen selbstständig auszuweichen. Die Softwarelösung umfasst sowohl die Steuerung der einzelnen Shuttles als auch eine übergeordnete Koordination für den Einsatz mehrerer Shuttles. (red)

Industrieforschung Vier weitere Stiftungsprofessuren Stärkung für Standort Österreich



Technologieminister Alois Stöger hat eine weitere Ausschreibung gestartet.

Wien. Das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (bmvit) richtet vier weitere Stiftungsprofessuren für industrielle Forschung mit einem Förder-volumen von insgesamt sechs Millionen Euro ein. In der laufenden Ausschreibung werden Professuren zu den Themen „Nachhaltige Transportlogistik 4.0“, „Innovative Werkstoffe und Fertigungstechniken mit Schwerpunkt Luftfahrt“, „Data Science“ und „Industrie 4.0“ über einen Zeitraum von bis zu fünf Jahren mit jeweils maximal 1,5 Mio. Euro aus bmvit-Mitteln gefördert. (red)

KOMMENTAR

Rosige oder düstere Zukunft



BRITTA BIRON

Die einen sehen in der digitalen und vernetzten Produktion fast schon einen Garanten für Wachstum und eine brummende Industrie. Auf der anderen Seite stehen die Kritiker, die im Zuge der zunehmenden Automatisierung der Arbeitswelt ein weiteres Aufklaffen der sozialen Schere prophezeien. Gute Argumente haben beide Seiten. Hätte man sich in der Vergangenheit dem technischen Fortschritt verschlossen, müssten wir heute auf viele, ganz selbstverständliche Annehmlichkeiten verzichten bzw. würden sie gar nicht kennen. Und natürlich hat dieser Fortschritt immer auch Opfer gefordert. Stillstand und Verweigerung aber auch.

Natürlich müssen die Betriebe in neue Technik investieren, wenn sie weiter bestehen wollen (und brauchen dafür die entsprechenden Rahmenbedingungen), und natürlich wird das gravierende Auswirkungen auf die Arbeitswelt haben.

Neue Technologien brauchen neue Fertigkeiten, und wer glaubt, die smarten Fabriken der Zukunft würden menschenleer sein, der sitzt einem Trugschluss auf. Denn auch weiterhin werden Menschen diese Technik erfinden, weiterentwickeln, bauen und überwachen. Insofern ist Industrie 4.0 nicht allein ein Thema der Politik und der Unternehmen, sondern geht auch den Einzelnen an.

B&C Management
Neue Leitung



Felix Strohbichler wechselt von Palfinger zur B&C Industrieholding.

Wien. Mit Anfang Mai kommt es in der B&C Industrieholding GmbH, Österreichs größter privater Industrieholding, zu einem Führungswechsel. Felix Strohbichler und der bisher für Finanzen zuständige Geschäftsführer, Patrick Prügger, werden das Unternehmen führen.

„Das klare Bekenntnis der B&C-Gruppe zum Wirtschaftsstandort Österreich und zur österreichischen Industrie hat mich überzeugt“, erklärt Strohbichler, der seit 2000 in verschiedenen Führungspositionen, zuletzt als General Manager für den Kranhersteller Palfinger tätig war. (red)

Industrie 4.0 Die praktische Umsetzung läuft vergleichsweise zögerlich, Hauptgrund sind hohe Investitionskosten

Internationaler Wettlauf gewinnt künftig Tempo

Einerseits sehen die Unternehmen deutliche Vorteile, gleichzeitig aber auch wachsende Konkurrenz.

BRITTA BIRON

Hannover. Im Mittelpunkt der Hannover Messe, die heute zu Ende geht, stand klarerweise das Top-Thema Industrie 4.0. Dazu wurden neben einer Fülle von Produktinnovationen auch eine Reihe aktueller Studien präsentiert. So zeigt eine von der Bitkom durchgeführte Befragung von Unternehmen aus den Sektoren Automobil, Maschinenbau Chemie und Elektro, dass rund

„Österreichische Unternehmen sind bei Industrie 4.0 gut aufgestellt, sie haben schon jetzt ein globales Mindset.“

HANNES PICHLER, PARTNER BEI BOSTON CONSULTING GROUP

40% bereits Industrie 4.0-Anwendungen eingesetzt, und weitere 18% dies zumindest schon planen. Nur für 14% ist Industrie 4.0 aktuell gar kein Thema.

Hinsichtlich der Erwartungen dominieren klar die Vorteile: Rund drei Viertel der Befragten glauben, dass Industrie 4.0-Lösungen die Abläufe in ihrer Fabrik optimieren können, 72% gehen davon aus, dass sich die Produktionskosten verringern lassen, weil die Effizienz durch den Einsatz von IT steigt. 71% erwarten durch IT eine bessere Kapazitätsauslastung, und 70% eine flexiblere Organisa-

tion der Arbeit. Gut die Hälfte der Unternehmen, die bereits Industrie 4.0-Anwendungen nutzen oder dies planen, erwarten zudem eine Umsatzsteigerung.

Groß sind aber nach wie vor die Bedenken: Fast 80% halten die eigene Branche für zu zögerlich bei der Umsetzung von Industrie 4.0. Als Grund dafür wurden von 72% der Befragten die hohen Investitionskosten genannt.

Winfried Holz, Mitglied des Bitkom-Präsidiums: „Wer seine Produktion für die Zukunft fit machen will, muss in aller Regel erst einmal investieren. Denn andernfalls wird es künftig keine moderne, effiziente Produktion mehr geben.“

Chancen jetzt nutzen

Wie sich Industrie 4.0 auf die volkswirtschaftlichen Zahlen auswirken könnte, hat eine Studie von Boston Consulting ermittelt. Sie prognostiziert allein für Deutschland bis zu 390.000 neue Arbeitsplätze, ein zusätzliches Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von rund 30 Mrd. Euro sowie ein Investitionsvolumen von 250 Mrd. Euro. Für Österreich geht die Studie von einem Wachstumseffekt von 3 Mrd. Euro jährlich aus, das entspricht einer Umsatzsteigerung der österreichischen Produzenten von rund 0,7% des BIP.

„Die deutsche Industrie mit ihrem führenden Automatisierungsgrad hat alle Chancen, bei Industrie 4.0 ganz vorn mitzuspielen“, sagt Michael Rüßmann, BCG-Partner und einer der Studienautoren.

Allerdings werden Software- und IT-Unternehmen eine zunehmende Konkurrenz für Industrieausrüster und Maschinenbauer. Markus Lorenz, BCG-Partner und Koautor der Studie: „Bei Partnerschaften



Eingesetzt werden die neuen Technologien erst bei rund 40% der Industriebetriebe.

mit IT-Unternehmen muss die Industrie deshalb darauf achten, eigenes Anwendungs- und Fertigungs-Know-how zu schützen. Gleichzeitig sollten die Unternehmen die eigenen Kompetenzen in der Softwareentwicklung weiter ausbauen.“

„Österreichische Unternehmen sind gut aufgestellt, sie haben schon jetzt ein globales Mindset. In Zukunft könnten Kooperationen zwischen Unternehmen noch eine größere Rolle spielen, um neues Know-how aufzubauen“, so Hannes Pichler, Partner bei BCG. „Elementare Voraussetzung für den Erfolg ist dabei, schon jetzt in Bildung und Ausbildung zu investieren, um die zunehmende Nach-

frage nach gut ausgebildeten Mitarbeitern decken zu können.“

Nach einer Umfrage des VDE schätzt aber die deutsche Industrie ihre Lage gegenüber der internationalen Konkurrenz deutlich weniger optimistisch ein: 70% bemängeln die unzureichende IT-Sicherheit, die Hälfte fehlende Normen und Standards.

Und auch die wachsende internationale Konkurrenz bereitet Sorge: Waren vor zwei Jahren noch 51% überzeugt, dass Deutschland zur Industrie 4.0-Leitnation wird, glauben dies jetzt nur noch 40%, und man rechnet damit, dass der Digitalisierungswettlauf noch an Tempo gewinnen wird – mit Vorteilen für Amerika und Asien.

Internet der Dinge LineMetrics fördert mit Partnern junge, heimische Techniktalente mit dem IoT Junior Cup

Große Resonanz und viele frische Ideen

Wien. „Die Welt befindet sich im Umbruch. Wir müssen Talente fördern, um auch weiterhin international vorn mit dabei zu sein“, ist Wolfgang Hafenscher, CMO und Mitgründer des Hochttechnologie-Start-ups LineMetrics, überzeugt. Dazu hat er – mit Unterstützung von Conrad Österreich, Linz AG Energieservice, Microsoft Österreich, Phoenix Contact Österreich, Telekom Austria Group M2M und TTTech Computertechnik AG – den IoT Junior Cup, einen österreichweiten Internet der Dinge-Projektwettbewerb für Schüler und Studenten, ins Leben gerufen.

Große Bandbreite

Und die Resonanz war äußerst gut: 128 Nachwuchstechniker aus sechs Bundesländern haben Projektideen eingereicht.

Die Bandbreite reicht dabei vom Selbstbausatz für einen 3D-Drucker aus Recyclingmaterial über eine kostengünstige E-Tankstelle auf Basis von Open Source Software bis zu einem smarten Sensor zur Überwachung des per-

sönlichen Trinkverhaltens, einem intelligenten Schlüsselsystem mit Eintrittsmanagement oder einer Internet der Dinge-Lösung für Gartenbesitzer.

Ein Drittel der Projekte widmet sich dem Thema ‚Energie und Umwelt‘, stark im Trend liegen auch Projekte zur Heimautomatisierung und Energieeffizienz im Bereich

Gebäude. „Wir sind vom Erfindergeist schlichtweg begeistert“, freut sich Hafenscher.

Umsetzung läuft

Mittlerweile haben alle Teilnehmer kostenfrei die notwendige Hard- und Software aus dem Produktportfolio des Veranstalters



Wolfgang Hafenscher, CMO und Mitgründer von LineMetrics.

und der Cup-Partner erhalten, um ihre Ideen umzusetzen. Ende April werden die Zwischenberichte dazu bekannt gegeben. Alle Projekte werden zudem bereits schon jetzt

„Noch nie war es möglich, neue Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle so kostengünstig zu entwickeln wie jetzt.“

WOLFGANG HAFENSCHER, CMO UND MITGRÜNDER LINEMETRICS, LEITUNG IOT JUNIOR CUP

auf der Wettbewerbs-Website www.iotcup.at/projekte im Detail vorgestellt.

Bei einer Veranstaltung am 3. Juli werden dann die Gewinner des Wettbewerbs präsentiert. (red)

Standortqualität 2014 haben sich 276 ausländische Unternehmen in Österreich angesiedelt und insgesamt 371 Millionen Euro investiert

Plus bei Betriebsansiedlungen

Die Werbekampagne „Forschung in Österreich“ wird heuer mit vier neuen Sujets weitergeführt.

Wien. Über die Betriebsansiedlungsagentur ABA-Invest in Austria und deren Regionalgesellschaften haben sich im Vorjahr 276 neue internationale Unternehmen in Österreich angesiedelt; das entspricht einem Plus von 21% gegenüber 2013 und einem Rekord in der bisher 33jährigen Unternehmensgeschichte. Gestiegen ist zudem auch der Investitionswert, und zwar um sieben Prozent auf 371 Mio. Euro.

Investitionen in F&E

„Das gestiegene Vertrauen internationaler Investoren ist ein positives Signal, muss aber vor allem ein Ansporn für weitere Reformen sein. Denn die internationale Konkurrenz wird härter, daher müssen wir die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts schrittweise verbessern“, so Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner.

Besonders erfreulich ist der deutliche Ansiedlungs-Zuwachs bei Unternehmen, die Forschung & Entwicklung betreiben (13 gegenüber vier im Jahr 2013). Seit dem Start der Marketingkampagne „Forschungsplatz Österreich“ haben 72 internationale Unternehmen F&E-relevante Investitionen in Höhe von 282 Mio. Euro getätigt und 1.442 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen.

Deutschland auf Platz 1

Wichtigstes Herkunftsland mit 88 Ansiedlungen und einer Investitionssumme von 274,5 Mio Eu-

ro ist Deutschland. So hat etwa Schäflein Logistics in Hallein ein Logistikcenter errichtet, und Poly-Clip eine Poly-Clip ein Werk für die Herstellung von Metall- und Kunststoffclips sowie den dazugehörigen Maschinen.

„Viele Unternehmen, die sich bei uns ansiedeln, schätzen die Drehscheibenfunktion in Richtung Zentral-, Südost- und Osteuropa. Dazu kommen langfristige Erfolgsfaktoren wie die qualifizierten Fachkräfte und unsere Stabilität und Rechtssicherheit, was gerade in einem schwierigen geopolitischen Umfeld eine besondere Stärke ist. Darüber hinaus punkten wir mit

der guten Lebensqualität und einer hohen Energie-Versorgungssicherheit", so Mitterlehner zu den wichtigsten Standortvorteilen. Damit Österreich auch künftig für ausländische Unternehmen attraktiv ist, wird ab 2016 die Forschungsprämie von 10 auf 12% erhöht.

Darüber hinaus wird die Marketingkampagne „Forschungsplatz Österreich“ weitergeführt. In den nächsten Monaten werden in internationalen Wirtschafts- und Wissenschaftsmagazinen vier neue Werbesujets geschaltet, mit denen auf die enge Vernetzung von Wissenschaft und Wirtschaft hingewiesen wird. (red)



Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner freut sich über mehr Ansiedlungen.

Dürr Messeneuheiten
Gut gereinigt

Filderstadt. Die Qualität nachfolgender Bearbeitungsschritte beziehungsweise die Güte und Funktionssicherheit fertiger Produkte hängen entscheidend von der Bau-teilsauberkeit ab. Dürr Ecoclean präsentiert dafür auf der diesjäh-rigen Fachmesse parts2clean vom 9. bis 11. Juni neue Entwicklungen, die sowohl technisch als auch op-tisch Maßstäbe setzen.

Weniger Energiebedarf

Dazu zählt etwa das neue Trockenreinigungssystem EcoVac. Es wurde für die energiesparende Zwischenreinigung von Powertrain-Bauteilen wie Zylinderköpfen und Kurbelgehäusen in der Motoren- und Getriebefertigungslinien entwickelt. Im Gegensatz zu den herkömmlich für die Reinigung zwischen spanenden Bearbeitungsschritten eingesetzten Systemen erfolgt der Prozess dabei komplett ohne energieintensiv erzeugte Druckluft. Dies ermöglicht Energieeinsparungen von mehr als 50%. Ein weiterer Vorteil ist, dass Verunreinigungen nicht nur vom Bauteil, sondern gleichzeitig aus der Arbeitskammer entfernt werden.

Das bewährte EcoCWave für die Entfettung und Reinigung von Bauteilen in der allgemeinen Industrie wurde weiter optimiert und ist jetzt auch in einer neuen Zweitank-Ausführung erhältlich, deren Geometrie die Bildung von Schmutznestern in den Tanks verhindert und damit für eine verbesserte Reinigungsqualität sorgt. (red)



Das neue Trockenreinigungssystem
EcoCVac.arbeitet ohne Druckluft.

DUVENBECK D
THE CULTURE OF LOGISTICS

WIR BRINGEN
DIE KULTUR
AUF DIE STRASSE.

WWW.DUVENBECK.DE

Duvenbeck Logistik GmbH
Styriastrasse 35 | A-8042 Graz
P +43 316 4075 66 12
F +43 316 4075 66 50
sales@duvenbeck.de

SHORT

Symposium zu dem Top-Zukunftsthema



Mechatronikcluster will umfassend über Industrie 4.0 informieren.

Lin. Industrie 4.0 ist derzeit für Wirtschaft, Wissenschaft und Politik eines der heißesten Themen. Die Erwartungen hinsichtlich der Stärkung der europäischen Industrie sind dabei ebenso so hoch wie der Informationsbedarf, denn noch sind etliche Fragen offen.

Daher veranstaltet der Mechatronikcluster gemeinsam mit bmwfw und IV OÖ am 8. Oktober das Symposium Industrie 4.0 in der voestalpine Stahlwelt. Behandelt werden dabei die Produktion der Zukunft, Trends und Herausforderungen, konkrete Beispiele aus Wirtschaft und Wissenschaft, die Chancen und Risiken der Vernetzung sowie die Auswirkung auf die Arbeitswelt. (red)

Tyczka-Gruppe gibt in Oberösterreich Gas



Die neue Luftzerlegungsanlage in Braunau ist in Betrieb gegangen.

Braunau. 23 Mio. Euro hat die bayerische Tyczka-Unternehmensgruppe in den Bau ihrer neuen Luftzerlegungsanlage im Industriepark Braunau/Neukirchen investiert. Die Luftzerlegungsanlage für technische Gase, mit der Tyczka seine Marktpräsenz im Dreiländereck Österreich, Deutschland und Tschechien ausbauen möchte, hat eine tägliche Produktionskapazität von 225 Tonnen.

Tyczka-Geschäftsführer Frank Götzelmann dazu: „Die Anlage wird 24 Stunden täglich und sieben Tage die Woche betrieben. Die optimale Lage am Standort Braunau wird von den Kunden honoriert. So haben sich neben der AMAG Austria Metall AG bereits zahlreiche weitere Kunden für die Versorgung mit technischen Gasen durch die Tyczka Air Austria entschieden.“ (red)



Aktuelle Umfrage Die zunehmende Digitalisierung der Produktion hat auch Auswirkungen auf die Chefetagen

Neue Herausforderungen für die Industriemanager

Social Media, Big Data sowie mehr Kooperation machen neue Kompetenzen notwendig.

BRITTA BIRON

Hamburg. Anlässlich der Hannover Messe präsentierte Intersearch eine aktuelle Studie, die zeigt, dass Führungskräfte in der deutschen Industrie im Zuge der Digitalisierung große Veränderungen der Unternehmenskultur erwarten, etwa neue Jobprofile, wie 72 Prozent der Industriemanager angeben. Positionen wie Chief Digital Officer, Data Scientists und Data Architects sind in der Mehrheit der industriellen Betriebe in Deutschland entweder schon vorhanden oder sollen in naher Zukunft geschaffen werden.

„Die deutsche Industrie steht wegen der wachsenden Konkurrenz im Ausland unter besonders hohem Innovationsdruck.“

JULIA BÖGE
CLIENT PARTNER INTERSEARCH

Im Vergleich mit anderen Branchen zeigt die Studie, dass sich die Führungsriege aus der Industrie von den Veränderungen deutlich stärker betroffen sieht als der Durchschnitt.

„Die deutsche Industrie steht unter besonders hohem Innovationsdruck, vor allem wegen der wachsenden Konkurrenz im Ausland“, sagt Julia Böge, Client Partner der Personalberatung InterSearch Exe-



66% der Industriemanager erwarten, dass Datenverständnis als Führungskompetenz künftig stark an Bedeutung gewinnen wird.

cutive Consultants. „Unternehmen werden im internationalen Wettbewerb nur bestehen, wenn das Projekt Industrie 4.0 an Fahrt gewinnt. Das geht nicht ohne einen Wandel in der Unternehmenskultur – hin zu schnellerer Kommunikation und vernetztem Arbeiten.“

Auch die dafür notwendigen neuen Führungsqualitäten haben in der Industrie mehr Gewicht als in anderen Branchen.

Know-how zu Big Data

So gehen 66% der Industriemanager davon aus, dass das Datenverständnis als Führungskompetenz stark an Bedeutung gewinnen wird. Fast ebenso viele, nämlich 63%, rechnen damit, dass die Be-

reitschaft zu kooperativem Handeln zukünftig wichtiger wird, beispielsweise weil Manager für einzelne Projekte in wechselnden Konstellationen zusammenarbeiten. Jeweils 58% glauben, dass auch Kommunikationsstärke sowie die Bereitschaft zu vernetztem Handeln künftig wichtiger sein wird.

„Die Fähigkeit, Daten gründlich zu analysieren und die richtigen Schlüsse aus ihnen zu ziehen, sind für Führungskräfte der Industrie besonders wichtig, gerade vor dem Hintergrund von Industrie 4.0“, erläutert Böge die Ergebnisse. „Doch sollten sich Unternehmen im Recruiting nicht auf diese Hard Skills versteifen. Ein guter, moderner Manager fördert aktiv

das vernetzte Arbeiten über alt-hergebrachte Strukturen und Hierarchien hinweg“, ist die Expertin überzeugt.

Und die Hierarchien sind den Managern wichtig, wie eine Intersearch-Befragung vom Februar gezeigt hat. Mehr als die Hälfte geht davon aus, dass sich hier nichts ändern wird, entsprechend wenige Maßnahmen für Neuorganisationen werden daher gesetzt.

„Die Unternehmen können nicht erwarten, dass die Arbeitskultur dynamischer wird, die Hierarchien aber so bleiben wie sie sind“, meint Böge. Notwendig seien nicht komplett neue Strukturen, sondern es gehe darum, „die Vorteile aus bewährten und neuen Modellen miteinander zu vereinen“.

Maßfertigung Die zunehmend individualisierten Produkte erfordern spezialisierte Konzepte für die Fertigung

Industrie-Cockpit für flexiblere Produktion

Berlin. Kunden erwarten nicht nur verstärkt individuell auf sie zugeschnittene Produkte, sondern wollen zunehmend auch deren Herstellungsprozesse mitbestimmen.

„Unser Industrie-Cockpit verbindet Produkte, Maschinen, Informationssysteme und Menschen miteinander.“

NICOLE OERTWIG, IPK

Das macht für die Industrie flexiblere Herstellungs- und Verwaltungsprozesse notwendig.

Wie diese aussehen könnten, präsentiert das Fraunhofer-Institut für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik IPK zurzeit auf der Hannover Messe mit seinem Industrie-Cockpit. „Es verbind-

et Produkte, Maschinen, Informationssysteme und Menschen miteinander“, erläutert Nicole Oertwig, wissenschaftliche Mitarbeiterin am IPK. „So lässt sich schnell überprüfen, ob und wie sich ein Kundenwunsch realisieren lässt und die Produktion entsprechend steuern.“

Im Alltag des Produktionsleiters heißt das: Er kann den Herstellungsprozess für ein spezielles Produkt am Cockpit lückenlos durchlaufen – samt individuellen Kundenwünschen – und auch notwendige Änderungen über wenige Klicks einstellen. Programmierfah- rung ist nicht notwendig, das

Tool lässt sich auch über Gesten steuern. Die Daten stehen anschließend allen an der Produktion beteiligten Personen und Stellen zur Verfügung. So sieht beispielsweise der Werker die Prozessdaten und kann diese kontrollieren.

Anpassungsfähig

„Unser Tool ist dynamisch. Es arbeitet produktbezogen. Wir können erstmals flexibel Produkte, Prozesse, Rollen oder auch Maschinensysteme betrachten“, sagt Oertwig.

Flexibler müssen aber auch die Bearbeitungsmaschinen werden. „Deshalb entwickeln wir Bearbeitungsroboter. Denn im Gegensatz zu großen Werkzeugmaschinen, die teuer und wenig flexibel sind, können Roboter auf individuelle Kundenwünsche eingestellt werden“, so Sascha Reinkober, Abteilungsleiter Produktionssysteme am IPK.

Eine solche Roboterzelle mit allen notwendigen Komponenten sowie Steuerungs- und Regelungsverfahren wird ebenfalls am Fraunhofer-Stand auf der Hannover Messe vorgeführt. (red)



Abläufe und Anlagen werden unternehmensweit in einem Prozessnetz verknüpft.

Studie T&L-Übernahmen nehmen an Fahrt auf

Ein Plus bei Fusionen

IT- und e-Commerce sind wesentliche Treiber.



Seit diesem Februar sitzt die Japanische Post bei Toll Logistics am Steuer.

Berlin. KPMG rechnet für heuer mit einem hohen M&A-Geschehen im Transportsektor. Darauf deutet ein starker Jahresauftakt hin: Im ersten Quartal wurden bisher Transaktionen im Wert von 11,36 Mrd. Euro abgeschlossen, weitere im Wert von 12,31 Mrd. Euro wurden angekündigt. Dazu zählen unter anderem die Übernahme der australischen Toll Logistics durch die Japanische Post und der Verkauf der Logistiktochter APL der Reederei NOL an Kintetsu World Express.

Steffen Wagner, Partner und Leiter des weltweiten Transportsektors bei KPMG: „Neben großvolumigen Transaktionen für Zwecke anorganischen Wachstums prägen zunehmend gezielte Übernahmen spezialisierter IT- und e-Commerce Unternehmen die M&A-Strategien der Transportunternehmen.“

Dieser Trend zeigt sich auch schon in der eher traditionellen Schifffahrtsbranche: Im Februar 2015 beteiligte sich die Reederei-gruppe CMA CGM an der Kapitalerhöhung des Start-ups Traxens, das sich auf Big Data-Lösungen für das Monitoring von Containern spezialisiert hat.

dfasadfsdafsdafsdfsdfs

Auch die Zunahme von privaten Investitionen in die Transport-Infrastrukturbetreiber wird ein wesentlicher Treiber des Transaktionsgeschäfts im T&L-Sektor bleiben. Denn den Staaten fehlt sowohl in den Emerging als auch in den reifen Märkten zunehmend der finanzielle Spielraum, um ausreichende Investitionen in die Infrastruktur sicherzustellen. (red)

SSI Schäfer Mehrheitsbeteiligung an der MoTuM NV Ausbau der Zukunftstechnologie

Neunkirchen. „Wir entwickeln und realisieren für Kunden weltweit ganzheitliche Intralogistik-Lösungen. Dabei gewinnt der Bereich der Fahrerlosen Transportsysteme zunehmend an Bedeutung“, erklärt Harrie Swinkels, Geschäftsführer bei SSI Schäfer. „Mit MoTuM als strategischem Partner kompletieren wir unser Produktspektrum in diesem Segment. Wir führen nun ein FTS-Portfolio, das auf sämtliche Kommissionierstrategie-

gien ausgelegt ist – von einfachen Transport-Anwendungen über das Person-zur-Ware-Prinzip bis hin zur vollautomatischen Kommissionierung. Dabei kann das breite Spektrum an FTS sowohl Kleinladungsträger, Rollcontainer als auch Paletten befördern.“

MoTuM NV verfügt über eine umfassende Erfahrung in der Entwicklung kundenspezifischer FTS. Neben der Produktion von FTS besetzt das Unternehmen eine starke Position im schnell wachsenden Marktsegment für die Automation von Lagerfahrzeugen. Das Sortiment umfasst automatische Stapler, Schubstapler und Schmalgangstapler. Durch das sich ergänzende Produktportfolio beider Unternehmen kann SSI Schäfer maßgeschneiderte Lösungsangebote für alle Anforderungen im Bereich der Fahrerlosen Transportsysteme anbieten.

Darüber hinaus nutzen die belgischen FTS-Spezialisten eine innovative dezentrale Steuerungstechnik, die unter dem Stichwort „Schwarmintelligenz“ für zukünftige Konzepte eine wichtige Rolle spielen wird. (red)



Harrie Swinkels, SSI Schäfer (re.) und Pieter Van Caesbroeck, MoTuM.

Hoch flexibel: Die neue Multitouch- Panel-Generation.



www.beckhoff.at/multitouch

- Die neue Beckhoff-Panel-Generation mit industrietauglichem Multitouch-Display bietet die passende Lösung für jede Anwendung. Die große Variantenvielfalt reicht von verschiedenen Displaygrößen und -formaten bis zur kundenspezifischen Ausführung. Auch für Singletouch-Anwender ist die neue Panel-Generation, aufgrund ihres optimierten Preis-Leistungsverhältnisses, eine elegante Alternative:
- Displaygrößen von 7 bis 24 Zoll (16:9, 5:4, 4:3)
 - Landscape- und Portrait-Modus
 - Multitouch (PCT): z. B. für 5-Finger- oder 2-Hand-Touch
 - Hohe Touchpunktdichte zur sicheren Bedienung
 - Hochwertiges Aluminiumgehäuse, aus dem Vollen gefräst
 - Umlaufender Metallschutz für die Displayfront
 - Einbau- oder Tragarmgeräte
 - Control Panel mit DVI/USB-Anschluss
 - Panel-PCs mit CPUs von Intel® Celeron® bis Core™ i7
 - optionale elektromechanische Tastererweiterung

IPC	<div>SMART[®] AUTOMATION AUSTRIA</div> <div>Design Center Linz Zone A, Stand 235</div>
I/O	
Motion	
Automation	

New Automation Technology **BECKHOFF**

SHORT

TU Wien: Neuheiten für die Energieeffizienz

Wien/Hannover. Der Auftritt der TU Wien auf der zurzeit laufenden Hannover Messe steht ganz im Zeichen von Umwelt, Energie- und Rohstoffeffizienz. Gezeigt wird unter anderem ein neues Tool, mit dem in Echtzeit der Energieverbrauch der Produktion – elektrisch, pneumatisch, thermisch, von einzelnen Maschinen und deren Produkten bis hin zu ganzen Unternehmensbereichen – vorausgerechnet und überwacht werden kann.

Ebenfalls präsentiert wird ein Verfahren, das mit Bio-reaktoren spezielle Mikroorganismen kultiviert, mit denen aus Abwasser hochpreisige Substanzen – etwa Carotinoide und Biokunststoffe – gewonnen werden können.

Eine positive Bilanz für den SolarCampus



Seit 5 Jahren in Betrieb: Photovoltaik-Forschungskraftwerk Eberstolz.

Linz. Die Energie AG kann eine positive Bilanz über fünf Jahre Betrieb von Österreichs größtem Photovoltaik-Forschungskraftwerk, dem SolarCampus in Eberstolz, ziehen.

Energie AG-Generaldirektor Leo Windtner: „Wir haben bewiesen, dass Photovoltaik auch in Österreich sinnvoll sein kann, wenn die Voraussetzungen passen.“

So hat sich etwa gezeigt, dass die Wechselrichter ein zentraler Faktor für die Leistungsfähigkeit sind, sich nachgeführte Module derzeit aufgrund der Wartungs- und Instandhaltungskosten für Elektronik und Motore noch nicht rechnen, und bei entsprechender Oberflächenbehandlung die Panele zum Schutz vor Verschmutzungen keine Spezialreinigungen oder Nanoversiegelungen benötigen.

Überschäumendes Nachhaltigkeitsprojekt



Vertreter von Brau Union, Gösser sowie der Politik beim Spatenstich.

Göss. Kürzlich erfolgte der Spatenstich für den Bau der neuen Biertrebervergärungsanlage, mit der die Brauerei Göss ein gänzlich CO₂-neutraler Betrieb wird. Die in der neuen Anlage aus den in der Brauerei anfallenden Reststoffen erzeugte Energie wird zur Dampferzeugung verwendet und Überschussgas in elektrischen Strom umgewandelt.

Großes Umweltprojekt Neue Anlage erzeugt Energie, die sie für die Abwasserreinigung benötigt, ab 2020 selbst

Wiener Kläranlage wird zu Öko-Kraftwerk umgebaut

Die Bauarbeiten haben Anfang der Woche begonnen und erfolgen während des laufenden Betriebs.

BRITTA BIRON

Wien. Kläranlagen zählen zu den größten Energieverbrauchern in Städten. So benötigt die Wiener Hauptkläranlage zur Reinigung der gesamten in Wien anfallenden Abwässer rund ein Prozent des Gesamtstromverbrauchs der Stadt. Allerdings enthält der Klärschlamm selbst Energie und diese wird man in Wien ab 2020 durch ein neues Verfahren nutzen.

„Davon profitiert auch die Wiener Klimabilanz: Der Ausstoß von CO₂ sinkt ab 2020 um rund 40.000 Tonnen pro Jahr.“

ULLI SIMA
WIENER UMWELTSTADTRÄTIN

„Bei Schlammfaulungsanlagen standen bisher vor allem die Stabilisierung und Reduktion des Klärschlamm, der als Reststoff bei der Abwasserreinigung anfällt, im Mittelpunkt des Interesses“, erläuterte ebswien-Generaldirektor Christian Gantner. Beim Projekt E_OS (Energie Optimierung Schlammbehandlung) stand dagegen von Anfang eine möglichst hohe Energieausbeute im Vordergrund.

Dafür entwickelte ebswien gemeinsam mit dem Institut für Gewässergüte der TU Wien ein neues Verfahren.



ebswien-Generaldirektor Christian Gantner, Umweltstadträtin Ulli Sima, Bgm. Michael Häupl und Bezirksvorsteherin Eva-Maria Hatzl.

Bei diesem wird der Klärschlamm, von dem jährlich rund zwei Mio. Kubikmeter anfallen, durch Wasserentzug eingedickt, auf 38 Grad Celsius erwärmt und in spezielle Faulbehälter geleitet. Dort bauen Bakterien unter Luftabschluss die organischen Inhaltsstoffe des Klärschlamm ab.

Die neue Anlage wird insgesamt über sechs jeweils 30 Meter hohe Faulbehälter mit einem Gesamtvolumen von 75.000 Kubikmeter verfügen.

Hoher Wirkungsgrad

Der ausgefaulte Schlamm wird verbrannt, das Klärgas gelangt über Filteranlagen von den Gasbehältern in Blockheizkraftwerke,

wo es in Gasmotoren verbrannt wird. Dabei entsteht einerseits mechanische Energie, die mittels Generatoren in elektrischen Strom umgewandelt wird, sowie andererseits auch Wärme, die für Heizung und Warmwasserbereitung verwendet werden kann. Durch diese Kombination bringen es die Blockheizkraftwerke auf einen hohen Gesamtwirkungsgrad von mehr als 80%.

Investition in Umwelt

Zusätzlich zu der neuen Anlage werden auch die Becken für die Vorklärung und die erste biologische Reinigungsstufe des Abwassers erneuert und um 50% vergrößert. Da die Belebungs- und

Zwischenklärbecken aber in Zukunft deutlich höher sein werden, kommen sie mit einer wesentlich kleineren Grundfläche aus; der dadurch frei werdende Platz kann für die neue Schlammbehandlungsanlage genutzt werden.

Die Bauarbeiten, die Anfang der Woche mit der offiziellen Grundsteinlegung begonnen haben und bei laufendem Betrieb erfolgen, werden bis 2020 laufen.

Unter Berücksichtigung der zu erwartenden Indexsteigerungen werden sich die Gesamtkosten für das Projekt E_OS auf rund 250 Mio. Euro belaufen.

Die Umweltstadträtin dazu: „Wien investiert in die Umwelt, gerade auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.“

Energieautonomie Kürzlich wurden elf Best-Practice-Beispiele mit unterschiedlichen Ansätzen vorgestellt

Vorarlberger Betriebe setzen auf Ökologie

Bregenz. Ab 2050 will Vorarlberg seinen gesamten Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen beziehen.

„Mit dem Programm Energieautonomie Vorarlberg setzen wir wichtige Akzente zur Attraktivierung der Rahmenbedingungen, sind aber auch auf private Initiativen angewiesen“, so Landesrat Erich Schwärzler. Und von diesen gibt es eine ganze Reihe: Erst kürz-

lich wurden elf Best Practice-Beispiele von Vorarlberger Unternehmen präsentiert.

Darunter die Offsetdruckerei Schwarzach, Hersteller und Veredler von Feinkartonagen und Etiketten. Mit der im Jahr 2012 installierten Druckluftsteuerung konnten die Prozesse stark vereinfacht und damit zugleich deutlich Energie eingespart werden. Der

Strombedarf des Unternehmens hat sich um jährlich 100.000 kWh reduziert, das entspricht dem jährlichen Strombedarf von durchschnittlich 25 Haushalten. Mit der auf dem Firmendach installierten Photovoltaikanlage wird der jährliche Strombedarf von 100 Haushalten produziert.

Investition in Umwelt

„Zehn Prozent unserer eingesetzten Energie sind fossile Brennstoffe, bis zum Jahr 2020 wollen wir gänzlich auf Gas und Öl verzichten“, erläutert Geschäftsführer Eduard Fischer die weiteren Pläne.

Zu den ökologischen Vorzeigebetrieben zählen auch die Beiser GmbH & Co KG, die durch die Nutzung der anfallenden Prozessabwärme ihren Gasverbrauch von 3,4 Mio. kWh im Jahr 2010 um 43% auf 2,1 Mio. kWh im Jahr 2013 senken konnte.

Bei der Metall & Form konnte durch umfangreiche Sanierungsmaßnahmen der Energieverbrauch um 72% reduziert sowie nachhaltig gestaltet werden: Statt 11.000 Li-

tern Heizöl kommt das Unternehmen heute mit jährlich acht Raummeter Hartholz aus.

Getzner Textil betreibt ein eigenes, 900 m langes Nahwärmenetz

„Mit der am Firmendach installierten Photovoltaikanlage wird der jährliche Strombedarf von 100 Haushalten produziert.“

EDUARD FISCHER, OFFSET-DRUCKEREI SCHWARZACH

mit einem Wärmeeintrag von rund 6,2 GWh/Jahr, und die Vorarlberger Kraftwerke AG konnte durch den Umbau ihres Rechenzentrums den erforderlichen Kühlluftbedarf um 50% reduzieren.



Landesrat Erich Schwärzler und Landesstatthalter Karlheinz Rüdiger bei der Besichtigung der Photovoltaikanlage am Dach der Offsetdruckerei Schwarzach.



automotivebusiness


AMERIKA ZEIGT GRÖSSE

Die New York Auto Show stand ganz im Zeichen von SUV und Crossover **Seite 57**

WILLHABEN.AT-UMFRAGE

Vielfältige Entscheidungsfaktoren beim Gebrauchtwagenkauf **Seite 59**

HONDA CR-V FACELIFT FÜR DEN POPULÄREN SUV



SHORT



Brüssel/Wien. Die Neuwagenverkäufe in Westeuropa konnten in den ersten drei Monaten 2015 weiter gesteigert werden. Laut Angaben des Branchenverbands ACEA legten die Zulassungen von Jänner bis März um fast neun Prozent zu, der März brachte ein Plus von elf Prozent. Hervorgestochen ist der spanische Markt mit einem Plus von 40 Prozent. In Österreich stiegen die Neuwagenverkäufe zwar im März um 4,7 Prozent, liegen seit Jahresbeginn aber um 7,5 Prozent unter dem Vorjahr. *(red)*



Moskau. Der russische Automarkt gerät immer mehr unter Druck. Im März seien mit knapp 140.000 Neuwagen 42,5 Prozent weniger Autos verkauft worden als im Jahr zuvor, teilte der Branchenverband AEB mit. Damit beschleunigte sich die Talfahrt, nachdem der Absatz im Februar um 38 Prozent zurückgegangen war. Auswirkungen hat die aktuelle Krise auch auf den Nutzfahrzeugmarkt, MAN hat daher seine Produktion in Sankt Petersburg vorerst gestoppt. *(APA/red)*



Paris. Um mehr Kontrolle über Renault ausüben zu können (Ziel ist es, bei der nächsten Renault-Hauptversammlung einen Antrag zu verhindern, der den staatlichen Einfluss begrenzen soll), stockt der französische Staat seine Anteile am Automobilhersteller auf fast 20 Prozent auf. Wie das französische Finanzministerium mitteilte, erhöht Frankreich mit dem Ankauf von 14 Mio. Aktien seinen Anteil um insgesamt 4,73 Prozent – als Kaufpreis stehen zwischen 814 Mio. Euro und 1,23 Mrd. Euro im Raum. *(red)*

Autoindustrie lässt Big Data vielfach außen vor



Berylls Strategy Advisors Im Vergleich zu anderen Industrien tut sich die Automobilbranche laut einer aktuellen Studie der Unternehmensberatung mit ihren Big Data-Strategien schwer. Viele Chancen bleiben aktuell noch ungenützt. **Seite 56**

Mini Hersteller präsentiert innovative Mini Augmented Vision Mit neuer Datenbrille in die Zukunft



Sieht cool aus, soll aber auch praktisch sein: die Mini Augmented Vision.

München/Shanghai. Mini zeigt derzeit auf der Auto Shanghai mit „Mini Augmented Vision“ eine Datenbrille, die alle relevanten Daten des Fahrzeugs wie Geschwindigkeit, Tempolimits und Navigations-Anweisungen im direkten Sichtfeld des Fahrers anzeigen soll. Der Prototyp wurde in Zusammenarbeit mit mehreren Qualcomm-Unternehmen entwickelt und von Designworks gestaltet. Die Brille ermöglicht darüber hinaus auch einen virtuellen Blick durch Fahrzeugteile wie die A-Säule und erleichtert durch das Einspielen der Bilder einer im Spiegel verbauten Kamera das Einparken. *(red)*

Shell Ölriese entwickelt Stadtflyter mit Verbrennungsmotor Trendwende vorerst aufgeschoben



Shell will mit neuem Stadtflyter die Effizienz von Verbrennungsmotoren zeigen.

Duisburg. Billige Treibstoffe bremsen nach Ansicht des Auto-Experten Ferdinand Dudenhöffer den Absatz von Elektro- und Hybrid-Autos aus. „Billiges Benzin und Diesel treiben den Wunsch nach mehr PS und mehr SUV und lassen alternative Antriebe verkümmern“, so Dudenhöffer. Vor dem Hintergrund der anhaltend niedrigen Treibstoffpreise können auch die Bemühungen von Shell gesehen werden, bis November gemeinsam mit Fahrzeugkonstrukteur Gordon Murray und dem Motoringenieur Osamu Goto einen kompakten Stadtflyter zu entwickeln – freilich mit Verbrennungsmotor. *(APA/red)*

KOMMENTAR

Mehr Schutz für Fußgänger



JÜRGEN ZACHARIAS

Die Fortschritte, die in den vergangenen Jahren bei der Verkehrssicherheit erzielt wurden, sind unglaublich. Noch 1972 zählten die Statistiker im schwärzesten Jahr der rot-weiß-roten Unfallgeschichte 2.948 Verkehrstote, im Vorjahr waren es 430. Keine Frage, das sind immer noch viel zu viele, die Fortschritte sind aber trotzdem nicht von der Hand zu weisen und umso deutlicher, wenn man bedenkt, dass sich das Verkehrsaufkommen seit den 1970er-Jahren vervielfacht hat. Konnten Hersteller und Gesetzgeber damals mit der Einführung von Nackenstützen oder der Gurtpflicht große Wirkung erzielen, zählt heute die Summe an kleinen Verbesserungen. Große Hoffnungen setzen Verkehrssicherheitsexperten in die immer besser werdenden Fahrerassistenzsysteme, aber auch im Bereich der Fußgängersicherheit gibt es noch große – ungenutzte – Potenziale. So plant Google (Volvo arbeitet an ähnlichen Konzepten), sein selbstfahrendes Auto auch außen mit Airbags auszustatten. Wie bei konventionellen Airbags würden diese bei einem Unfall automatisch ausgelöst, anders als die Innen-Airbags sollen sie Personen aber nicht zurückfedern, sondern die Kraft des Aufpralls mildern. Bis sich derartige Systeme flächendeckend durchsetzen, wird wohl noch einige Zeit vergehen, das Potenzial, die Statistik weiter zu verbessern, haben sie aber allemal.

VDA Oberklasse-Erfolg Top in Südkorea



Klaus Bräunig, Geschäftsführer des Verbands der Automobilindustrie.

Seoul. Die deutschen Premiumhersteller spielen in Südostasien nicht nur am chinesischen Markt eine gute Rolle. Laut Klaus Bräunig, Geschäftsführer des Verbands der Automobilindustrie (VDA), schreiben Daimler, BMW und Audi auch in Südkorea gute Verkaufszahlen. Laut Bräunig hat sich das Land in den vergangenen Jahren als Markt für Oberklasse-Modelle etabliert: Auf Pkw im oberen Preissegment entfielen demnach 70 Prozent der importierten Autos, 86 Prozent davon seien deutsche Oberklasse-Modelle. (red)

Berylls Strategy Advisors Studie der Unternehmensberater zeigt in der Autoindustrie große Potenziale für Big Data auf

Autoindustrie: Big Data noch nicht im Mittelpunkt

Konsequente Implementierung könnte Deckungsbeiträge von mehreren Hundert Euro pro Auto bringen.

MORITZ KOLAR

München. Daten, Daten, Daten – nichts geht über Daten. Längst beeinflussen die gesammelten, verknüpften und möglichst effizient gebündelten Informationen die Entwicklung vieler Unternehmen, und die Auswertung der gesammelten Datenmengen wird in den kommenden Jahren ökonomisch wohl weiter an Relevanz gewinnen. Diese Entwicklung macht naturgemäß auch vor der Automobilindustrie nicht Halt, wobei die Unternehmensberater von Berylls Strategy Advisors in einer aktuellen Studie dabei noch Nachholbedarf sehen. Verglichen mit anderen Industrien, tue sich die Branche bei der Umsetzung ihrer Big Data-Strategien noch schwer, Big Data werde bislang nur sehr limitiert innerhalb einzelner Fachbereiche eingesetzt.

Branche mit Nachholbedarf

Typische Anwendungsfälle in der Automobilindustrie sind laut der Studie sehr stark auf den Bereich Marketing und Vertrieb – wie beispielsweise das Customer Relationship Management – fokussiert. Dabei hätten die Automobilisten aktuell vor allem damit zu kämpfen, dass ihre Datenhaushalte stark fragmentiert und über viele Fachbereiche und Tochtergesellschaften sowie Vertriebsstufen und Ländergrenzen hinweg verteilt sind. Zwar haben bereits einige Automobilhersteller große IT-Transformationsprojekte gestartet, um ihre IT-Systemlandschaft zu konsolidieren und so einen „Golden Record“ der Kundendaten zu erlangen. Doch bis diese Bemühungen Früchte tragen werden, dürfte noch einige Zeit ins Land ziehen. „Umso wichtiger ist es, dass die



Die Bedeutung von Big Data wird in den kommenden Jahren weiter steigen.

Automobilhersteller, aber auch deren Zulieferer, entscheidende Weichen rechtzeitig stellen, um Big Data in ein paar Jahren vollumfänglich zu ermöglichen“, so Jan Burgard, Partner bei Berylls.

Potenziale sind enorm

Damit die richtigen technologischen Weichen gestellt werden können, ist es aus Sicht der Unternehmensberater unabdingbar, dass sich Vertreter der Automobilbranche aktiv mit den Potenzialen von Big Data auseinandersetzen und Prioritäten festlegen. So wurden allein im Rahmen der von Berylls durchgeführten Studie über 20 mögliche Anwendungsfälle identifiziert; anhand von zwei konkreten Beispielen aus den Bereichen Entwicklung sowie Vertrieb wurden mögliche Potenziale auch quantifiziert: „Unsere Studie und Projekter-

fahrungen zeigen, dass bereits einzelne konsequent implementierte Use Cases Einsparpotenziale in Höhe von mehreren Hundert Euro Deckungsbeitrag pro Fahrzeug leisten können“, so Christian Kick, Associate bei Berylls. „Sollten nicht alle Stakeholder innerhalb des Unternehmens von den Potenzialen überzeugt sein, eignen sich Piloten, um die tatsächlichen Effekte aufzuzeigen, da diese letztlich sehr unternehmensspezifisch sind und von vielen Variablen abhängen“, ergänzt Burgard.

Kultur und Organisation

Dass es bei einer erfolgreichen Big Data-Implementierung aber nicht allein auf technologische Entscheidungen sowie die Priorisierung der richtigen Use Cases ankommt, wurde durch die Ergebnisse einer mit Managern der Au-

tomobilindustrie sowie Big Data-Experten durchgeführten Befragung deutlich. Einstimmig haben alle Befragte angegeben, dass Big Data für die Automobilindustrie weniger eine technologische als vielmehr eine kulturelle und organisatorische Herausforderung darstellt. Kernherausforderungen sind insbesondere die Fragen der Governance sowie der Ansiedlung der Verantwortung von Big Data-Initiativen. „Auf den Bereich Kultur und Organisation sollte im Zusammenhang mit Big Data-Initiativen in der Automobilindustrie folglich ein besonderes Augenmerk gelegt werden“, so Simon Chanias, Consultant bei Berylls.

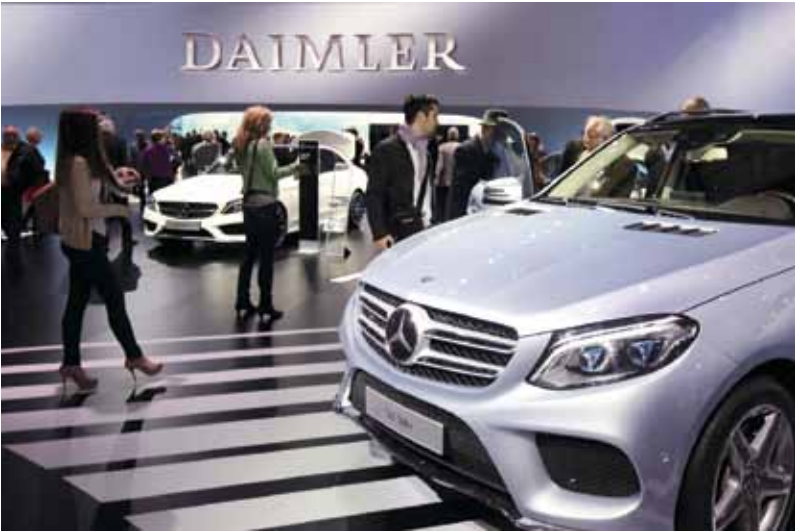
Die Mischung macht's

Damit wird laut den Studienautoren auch deutlich: Erfolgreiche Big Data-Initiativen sind vielschichtig und erfordern eine gesamtheitliche Betrachtung. Im Gegensatz zur geläufigen Meinung stehe etwa nicht allein die notwendige Infrastruktur als ausschlaggebendes Schlüsselement im Vordergrund; diese sei eher als ein wichtiger Baustein neben anderen anzusehen. Berylls unterscheidet aus diesem Grund die „Big Data“-Handlungsfelder „Strategie“, „Kultur und Organisation“, „Talent-Management“ sowie „Technologie“. Nur wenn sich diese in der richtigen Balance befinden, könnten mit Big Data nachhaltige Erfolge erzielt werden. Die Autoindustrie sollte diesbezüglich, so die Berylls-Experten abschließend, Unternehmen wie Google als Inspiration betrachten, um in einer eigenen evolutionären Vorgehensweise das Zielbild der „datengetriebenen“ Organisation systematisch voranzutreiben.

Daimler Deutscher Premiumhersteller mit Absatzzuwachs Erstes Quartal mit Rekordergebnis

Stuttgart. Der Nachfrageboom in Europa, China und in den USA hat das Geschäft von Daimler im ersten Quartal in neue Höhen getrieben. Laut Angaben des Premiumherstellers stieg die Zahl der weltweit verkauften Fahrzeuge in den ersten drei Monaten um 14,8 Prozent auf 429.602 „Mercedes-Benz verzeichnete im März (Anm. plus 15,7 Prozent auf 183.467 Fahrzeuge gegenüber dem Vorjahr) den stärksten

Absatzmonat und gleichzeitig das beste erste Quartal der Unternehmensgeschichte“, sagte Vertriebsvorstand Ola Källenius. Damit kommt der Autobauer seinem Ziel, bis 2020 größter und profitabelster Premiumhersteller zu werden, einen weiteren Schritt näher. In China konnte Daimler im März seinen Absatz um 20,8 Prozent steigern, in Europa um 16,3 Prozent und in den USA um 9,2 Prozent. (red)



Daimler konnte seinen Absatz in den ersten drei Monaten um 14,8 Prozent steigern.

Lotus Britischer Hersteller legt 2014/15 um 55 Prozent zu Sportautobauer auf der Überholspur

Hethel. Der britische Sportwagenbauer Lotus konnte im zurückliegenden Geschäftsjahr 2014/2015 seinen weltweiten Absatz auf 1.296 Fahrzeuge steigern – das bedeutet ein Plus von 55 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das größte Absatzplus konnte der Hersteller laut eigenen Angaben in China verbuchen, wo ein Verkaufsplus von 186 Prozent erzielt werden konnte. Ähnlich deutlich fielen

die Zuwächse in Frankreich (plus 177 Prozent) und in Deutschland (plus 130 Prozent) aus. In Japan und Großbritannien konnte der Sportwagenhersteller ein Plus von 103 Prozent beziehungsweise 102 Prozent erzielen und in den USA immerhin Zuwächse von 24 Prozent. Absatztreiber war die Elise-Modellreihe mit 729 verkauften Fahrzeugen und einem Absatzplus von mehr als 80 Prozent. (red)



Von der Elise-Modellreihe konnte Lotus 2014/2015 weltweit 729 Autos verkaufen.

New York Auto Show 2015 Auf der amerikanischen Branchenschau standen SUV und Crossover-Modelle im Mittelpunkt

Big is beautiful im Big Apple

Messehighlights waren u.a. der neue Mercedes GLE und der Jaguar XF.

MORITZ KOLAR

New York. Die New York Auto Show ist zurück: Im Windschatten des Aufschwungs am US-Automarkt hat die Branchenschau im Javits Convention Center in den vergangenen Jahren Schritt für Schritt viel von ihrem einstigen Glanz zurückgewonnen und bei ihrer diesjährigen Auflage Anfang bis Mitte April nun wieder auf der ganz großen Klaviatur der PS-Neuheiten gespielt. Untrügerisches Zeichen dafür war die Anwesenheit praktisch aller namhaften Hersteller, die sich nicht nur opulent in Szene zu setzen versuchten, sondern auch noch zahlreiche Neuvorstellungen mit im Gepäck hatten.

Für Porsche-Sprecher Hans-Gerd Bode ist die wiedergewonnene Bedeutung der New York Autoshow eine fast logische Konsequenz: „In New York ist das Kapital, die Börse, hier werden die großen Geschäfte gemacht. Und hier sind auch die Meinungsmacher und unsere Kunden.“ Ähnlich sieht das Jaguar Land Rover-Chef Ralf Speth: „Wir werden künftig nicht



Mit dem Beetle will VW sein schleppendes US-Geschäft auf Touren bringen.



Nissan schielt mit dem Maxima Platinum auf den Oberklasse-Markt.

Volkswagen 500 Mio. Euro Slowakei-Ausbau

Bratislava. Trotz des laufenden Sparprogramms will Volkswagen in den kommenden Jahren mit einer halben Mrd. Euro seine Produktion in der slowakischen Hauptstadt Bratislava ausbauen. Laut Angaben des deutschen Automobilherstellers soll mit dem Geld ab 2017 das Werk erweitert werden, es sollen Hunderte neue Arbeitsplätze entstehen. Fast die gesamte Produktion der Fabrik geht ins Ausland, rund ein Drittel davon nach Deutschland. (red)



Bratislava entwickelt sich zu einem der wichtigsten VW-Produktionsstandorte.

mehr alle Messen machen, aber New York ist für uns ein absoluter Fixpunkt.“

Zahlreiche Neuheiten

Um das zu verdeutlichen, haben die Briten in Manhattan erstmals ihre Oberklassen-Katze XF aus dem Käfig gelassen.

Andere Messehighlights kamen mit dem neuen GLE und dem G 65 AMG aus dem Hause Mercedes und entsprachen damit voll dem Mesetrend hin zu großen SUV und Crossover-Modellen. Der deutsche Oberklassehersteller präsentierte dem nordamerikanischen Publi-

kum nichtsdestotrotz auch den neuen smart und durfte sich gleich über drei Auszeichnungen beim „World Car of the Year Award“ freuen.

Fords edle Tochter Lincoln meldete sich in New York mit dem fünf Meter langen Continental zu Wort, von Chevrolet gab es den (schon bekannten) Z06 zu sehen, und bei VW vier seriennahe Konzeptfahrzeuge wie den VW Beetle. Nissan will mit dem Maxima Platinum künftig wieder verstärkt in der Oberklasse mitreden, Infiniti zeigte sein QX30 Concept, Toyota den RAV4 als Hybrid, Porsche den Boxster Spyder und Cadillac den CT6.



Der in NY präsentierte Jaguar XF soll noch in diesem Jahr in den Handel kommen.

MASERATI GIBLI.
AB MONATLICH 499,- €*.
JETZT TESTEN: WWW.MASERATI-TESTDRIVE.AT

JETZT FAN WERDEN!
MASERATI AUSTRIA

JETZT AUCH MIT DEM INTELLIGENTEN ALLRADSYSTEM .
INKL. 3 JAHRE HERSTELLERGARANTIE.

* MASERATI GIBLI DIESEL 3.0 V6 275 PS, UNVERBINDLICHE PREISEMPFEHLUNG 75.891,56€
LAUFZEIT 36 MONATE, FAHRLEISTUNG PRO JAHR 20.000 KM, BZPREIS: 73.615,-€, ANZAHLUNG 22.085,-€, RESTWERT 37.310,-€, GESAMTKREDITBETRAG 74.002,-€, GEBÜHREN INKL. STAATL. VERTRAGSGEBÜHR 1.758,-€, SOLLZINSSATZ FIX 1,65%, EFF. JAHRESZINS 3,12%, FCA RATENSCHUTZ ABLEBEN (OPTIONAL) 387,-€, GESAMTBETRAG 78.005,-€, VORAUSSETZUNG: BANKÜBLICHE BONITÄTSKRITERIEN, WOHNSTZ/ BESCHÄFTIGUNG IN ÖSTERREICH. ANGEBOT DER FCA LEASING GMBH, GÜLTIG BIS 30.6.2015.

KRAFTSTOFFVERBRAUCH: KOMBINIERT 10,5–5,9 L/100 KM - CO₂-EMISSION: KOMBINIERT 246–158 G/KM
EFFIZIENZKLASSE G–B, ERMITTELT NACH EG-RICHTLINIE 1999/94/EG

MASERATI
Ghibli

SHORT

Einstiegs-Elektroauto aus Kalifornien



Der neue Einstiegs-Tesla ist zur Preisen ab 76.400 Euro erhältlich.

Palo Alto. Tesla bietet ein neues Einstiegs-Modell des Model S an, das den S 60 ersetzt. Die neue Version trägt den Namen Model S P70D, das D steht für Dual-Motor und verfügt über Allradantrieb. Jeweils ein E-Motor treibt die Vorder- und die Hinterachse an. Die Systemleistung beträgt 334 PS, ist also weniger als die Hälfte des Flaggschiffs S P85D mit 700 PS. Dennoch sind die Leistungsdaten sportwagenverdächtig: Von Null auf 100 sprintet der neue P70D in 5,4 Sekunden, die Höchstgeschwindigkeit gibt Tesla mit 225 km/h an. Nach dem NEDC (New European Driving Cycle) soll die Reichweite bei bis zu 442 Kilometern liegen. Die Serienausstattung des ab 76.400 Euro erhältlichen Tesla ist alles andere als einstiegshaft. Mit dabei sind bereits Navigationssystem, schlüsselloser Zugang, 17-Zoll-Touchscreen, Parksensoren, Notbremsassistent oder auch die Autopilot-Hardware. (red)

Frischer Wind im SUV-Segment



Ob und wann der Citroën Aircross auf den Markt kommt, ist noch offen.

Shanghai. Citroën präsentiert auf der Shanghai Auto Show den Aircross Concept. In Form und Aussehen ist er dem C4 Cactus ähnlich, die Außenmaße sind mit 4,58 Meter Länge, 2,1 Meter Breite und 1,8 Meter Höhe aber angewachsen. Angetrieben wird der Aircross von einem 1,6 Liter-Turbobenziner, der es auf 218 PS und 200 Nm bringt. Ein E-Motor an der Hinterachse steuert nochmal 70 kW und 200 Nm bei, was zu einer Systemleistung von 313 PS führt. Das verhilft dem SUV zu einer Null auf 100-Beschleunigung in 4,5 Sekunden. Der Plug-n-Hybrid soll dank einer Lithium-Ionen-Batterie rein elektrisch Strecken bis zu 50 Kilometern zurücklegen. Der Akku lässt sich in 3,5 Stunden wieder voll aufladen. Den Normverbrauch gibt Citroen mit 1,7 Litern auf 100 Kilometer an. Durch vier gegenläufige Türen gelangt man in den Innenraum, der mit vier Einzelsitzen und jeder Menge Ablagen auf die Passagiere wartet. Ob und wann der fesche Franzose auf den Markt kommen soll, steht derzeit noch in den Sternen. Citroën gibt mit der Studie aber einen Ausblick, wohin die französische Cross-over-Reise gehen kann. (red)

Honda CR-V Der populäre SUV wurde außen ein wenig aufgepeppt – richtig zur Sache geht es jedoch im Inneren

Angemessene Alternative im boomenden Segment

Wem deutsche SUVs zu glatt und die koreanischen zu bieder sind, der schaut am besten nach Japan.

GREGOR JOSEL

Wien. Auf dem Pariser Automobilsalon konnte sich das Publikum erstmals vom neuen Honda CR-V überzeugen. Wobei, komplett neu ist der japanische SUV nicht, vielmehr verpassten ihm die asiatischen Designer und Techniker ein Facelift, das, je nachdem wo man hinblickt und auf was man achtet, schwächer oder stärker ausfiel. Außen zeigt der CR-V Selbstbewusstsein. Darf er auch, schließlich ist er eines der meist verkauften Modelle von Honda. Die neu gezeichneten, flacheren Scheinwerfer fügen sich nicht zuletzt dank des Kühlergrills mit den zwei Chromstreben gekonnt ins vordere Gesamtbild ein. Nebelscheinwerfer und Stoßfänger legten sich ebenfalls unters Messer. Das Heck des 2015er-Modells erkennt man durch leicht veränderte Rückleuchten und üppige Chromeinlagen in der Heckklappe sowie im Stoßfänger. Trotz der Design-Kur wurde eine großartige Eigenschaft des CR-V nicht verändert: Er tiefstapelt gern. Wo andere mit Motorhauben-Sicken, Ecken und Kanten auf sich aufmerksam machen, punktet der neue Honda CR-V mit sympathischen Understatement.

Neu gegen Alt

Richtig zur Sache geht es unter dem aufgefrischten Außenkleid. Der Honda CR-V muss künftig ohne seinen starken 2,2-Liter Diesel auskommen. Auch die Fünfgang-Automatik wird beim Selbstzünder nicht übernommen. Stattdessen sorgt ein 1,6 Liter-Biturbo-Diesel mit 160 PS und 350 Nm für Vortrieb. Und wer lieber schalten lässt, der kommt unter anderem in den Genuss einer neuen Neungang-



Die überarbeitete Version des Honda CR-V beginnt bei 26.950 Euro. Erstmals ist auch eine Neungang-Automatik erhältlich.

Automatik von ZF. Obwohl die Kombination ausschließlich mit Allradantrieb erhältlich ist, liegt der Normverbrauch bei 5,1 Liter auf 100 Kilometern. Der Motor hat keine Mühe, den 4,6 Meter langen und mit 1,7 Tonnen richtig schweren CR-V zu bewegen. Der Spurt von null auf 100 gelingt in glatten zehn Sekunden, Ende mit dem Vortrieb ist bei 197 km/h.

Perfekte Automatik

Das neue Automatikgetriebe zeichnet sich durch eine optimale Getriebe-Übersetzung aus, anfangs kurz und noch oben hin immer länger übersetzt, findet man sich stets im richtigen Gang wieder. Kaum spürbare Schaltvorgänge runden das gut abgestimmte Antrieb-Getriebe-Paket ab. Dazu kommt, dass

Honda zusätzliche Dämmungen verbaut hat, wodurch die Fahrt noch ruhiger verläuft. Die Techniker nahmen sich auch den Multimedia-Bereich zur Brust und implementierten das von Smartphones bekannte Android-Betriebssystem. Zum einen wirkt es vertrauter und lässt sich mittels Touchscreen leicht bedienen, zum anderen sind internetbasierte Anwendungen verfügbar. So kann man beispielsweise Orte und Sehenswürdigkeiten suchen, die anschließend gleich ins Navigationssystem übertragen werden. Natürlich steht auch die Mirror-Link-Funktion zur Verfügung, die es erlaubt, die Bedienoberfläche des Smartphones auf den CR-V-Bildschirm zu spiegeln. Derzeit funktioniert diese Funktion aber nur bei ausgewählten Geräten. Sicherheit

wird im neuen CR-V groß geschrieben, Honda vereint die Funktionen unter dem Begriff „Sensing“. Besonders eindrucksvoll ist der neue intelligente, adaptive Tempomat, der nicht nur den Abstand zum Vordermann durch Radarsensoren und eine Kamera hält. Der I-ACC, wie ihn Honda nennt, überwacht auch die benachbarten Spuren und warnt den Fahrer, wenn ein Fahrzeug vor ihm einscheren will. Daneben unterstützen Spurhalte-, Toter-Winkel-, Auspark- und Fernlichtassistent den Fahrer in allen Fahrsituationen. Der Honda CR-V beginnt bei 26.950 Euro (155 PS-Benziner), wer den Diesel bevorzugt, legt 28.550 Euro ab. Allradantrieb ist ab 29.620 Euro erhältlich, und für den CR-V mit Neungang-Automatik werden schon 37.995 Euro fällig.

Cadillac Escalade ESV 2,7 Tonnen Lebendgewicht und purer Luxus auf drei Reihen treffen 428 Pferde

Die Superlative der US Fullsize SUV-Welt

Wien. Wo die deutschen Konkurrenten um jedes Kilo kämpfen und immer ranker und schlanker werden, bekennen sich die Amerikaner bei ihrem weltweit meistverkauften Modell zum Big Mac und satteln sogar nochmal eine Nummer drauf. Denn zum ersten Mal gibt es den Escalade jetzt auch bei uns in der ESV-Version. Die kostet zwar noch einmal 2.200 Euro mehr, bietet dafür aber etwa 35 Zentimeter mehr Radstand und insgesamt sogar 51 Zentimeter mehr Länge.

Ausschließlich Fünftürer

Bei dann insgesamt 5,70 Metern sieht ein Porsche Cayenne dagegen fast schon wie ein Spielzeug aus, und auch ein Mercedes GL oder ein Audi Q7 haben in der Komfortwertung kaum mehr eine Chance. Denn während die Hinterbänker bei den deutschen Herstellern die Knie bis zu den Ohren ziehen müssen, kann man beim Caddy auch in der dritten Reihe noch lässig lümmeln. Der Escalade ESV ist weniger ein Wagen als eine Wohnung auf Rädern und umgarnt die Kunden mit

einer Opulenz, wie man sie nur von Hotelsuiten kennt: Die Sessel sind bequemer als daheim in der guten Stube. Der Nachwuchs hat auch in der dritten Reihe mehr Platz als in den meisten Kinderzimmern. Und der Kofferraum fasst mit maximal 3,5 Kubikmetern mehr als manche Kellerräume. Schon im Standard-Format von 5,18 Metern ist der Escalade ein imposantes Auto, das dem Betrachter mit seinem kan-

tigen Design und den wuchtigen 22-Zöllern einen gewissen Respekt abringt und einen angesichts des üppigen Chrom-Zierrats auch in der Dämmerung zur Sonnenbrille greifen lässt. Aber als ESV wirkt der Escalade auf europäischen Straßen gar vollends wie Goliath auf einer Spritztour im Land der Lilliputaner. Zwar machen auch bis zu 1.000 elektronische Justierungen pro Sekunden aus dem

Schwergewicht keinen Sportwagen. Und egal wie das Auto gerade programmiert ist, arbeitet man am Lenkrad wie ein Busfahrer. Aber bequemer als mit dem Escalade kann man kaum über die Autobahn bummeln. Unter der Haube werkelt ein Kraftwerk nach alter Väter Sitte: Diesel? Hybrid? Downsizing? Von wegen! Ein großes Auto braucht einen großen Motor, und was gibt es da besseres als einen soliden Achtzylinder.

Qualität hat ihren Preis

Also fährt auch der neue Escalade wieder mit einem 6,2 Liter großen V8-Motor mit 428 PS und 610 Nm Drehmoment, der allerdings mittels Zylinderabschaltung einen Normverbrauch von rund 13 Liter anstrebt. Groß und großzügig, lässig und luxuriös und mit Rear-Seat-Entertainment, Head-up-Display, Touchscreen-Navigation im XXL-Format und einem Heer elektrischer Helfer gibt es den neuen Escalade um 122.900 Euro oder in der Premiumversion um 136.000 Euro. (red)



Der Cadillac Escalade kommt in komplett neuer Optik und opulenter Ausstattung.

willhaben.at Motornetzwerk Umfrage zu Entscheidungen und Motiven rund um den Gebrauchtwagenkauf

Traum und Wirklichkeit sind zwei Paar Schuhe

Die meisten Gebrauchtautos werden auf Online-Börsen und im Bekanntenkreis gefunden.

MORITZ KOLAR

Wien. Die heimische Fahrzeugbörse willhaben.at untersucht mit Unterstützung des Marktforschungsunternehmens Marketagent.com die wichtigsten Entscheidungsfaktoren beim Gebrauchtwagenkauf. Die mit großem Vorsprung beliebteste Gebrauchtwagenmarke Österreichs ist demnach Volkswagen. 48,2 Prozent (im Vorjahr betrug dieser Wert noch 55,1 Prozent) der insgesamt 2.750 Befragten präferieren jedenfalls Fahrzeuge des deutschen Herstellers, gefolgt von Audi (40,4 Prozent, im Jahr 2014: 44,3 Prozent) und BMW (25,2 Prozent, im Jahr 2014: 34,1 Prozent).

Großteils Alltags-Nutzung

Die Befragten gaben an, dass sie das Fahrzeug durchschnittlich fünf bis sechs Mal pro Woche nutzen. In einem Drittel aller Fälle wird das Auto von nur einer Person genutzt. Immerhin in knapp der Hälfte aller Fälle verwenden meist zwei Personen das Auto.



Markus Auferbauer ist Leiter des Motornetzwerks auf willhaben.at.



Am beliebtesten bei den heimischen Gebrauchtwagenkäufern sind Fahrzeuge von VW, gefolgt von BMW- und Audi-Modellen.

Zum Einsatz kommen die Fahrzeuge bei 83,3 Prozent der Befragten im Alltag. 17 Prozent nutzen das Fahrzeug als Zweitauto für die Familie, 11,2 Prozent als Wochenendfahrzeug und 10,4 Prozent als Urlaubsauto.

Online-Autobörsen im Fokus

Die meisten passenden Gebrauchtwagen wurden unter den Befragten auf Online-Autobörsen (47,7 Prozent, in der Vorjahresbefragung waren es 43,8 Prozent) gefunden, im Bekanntenkreis (12,6 Prozent) und beim Besuch von Gebrauchtwagenhändlern (12,6 Prozent). Mehrheitlich stammen die gekauften Autos von Kfz-Händlern (53,6 Prozent), 46,4 Prozent wählten ein Angebot eines Privatverkäufers. „Die Umfrage zeigt also ganz klar, dass sich Online-Autobörsen als das mit Abstand wichtigste Instru-

ment für den Gebrauchtwagenkauf etabliert haben“, sagt Markus Auferbauer, Leiter des willhaben.at Motornetzwerks. „Ausgeklügelte Suchfunktionen und der Zugang zu umfangreichem Bildmaterial ermöglichen eine schnelle Suche. Sowohl Käufer als auch Verkäufer profitieren davon, da nur mehr ein minimaler Zeit- und Ressourcenaufwand notwendig ist, um beide Seiten miteinander zu verknüpfen.“

Traummarken BMW & Audi

Im Zuge der Erhebung wurde die Frage nach der Traumautomarke gestellt. Die Antworten fielen auch hier eindeutig für die deutschen Automarken Audi (42,9 Prozent), BMW (29,4 Prozent) und VW (24,9 Prozent) aus. Bei den Marken Aston Martin (für 15,4 Prozent Traumauto, von 1,6 Prozent tatsächlich gesucht), Porsche (18,2 Prozent

Traumauto, 3 Prozent gesucht) und Jaguar (16,3 Prozent Traumauto, 2,4 Prozent gesucht) geht die Schere zwischen Traum und Wirklichkeit am weitesten auseinander.

Gezieltere Nutzung

Knapp jeder Dritte sieht das Auto als Mittel zum Zweck (28,5 Prozent). Die Nutzung fällt für ein Viertel gezielter aus als früher. Jeder Siebente wählt, wenn möglich, öffentliche Verkehrsmittel oder verzichtet auf das Auto, so oft es geht. Jeder Zwölfte braucht ein Fahrzeug immer seltener, nur 6,3 Prozent könnten jedoch auf ein Auto gänzlich verzichten, während 47 Prozent darauf angewiesen sind. Ein interessantes Detail: 8,9 Prozent gaben an, dass sie ihr Auto als Statussymbol beziehungsweise als Teil ihrer Persönlichkeit empfinden.

SHORT

Autos: für Frauen wichtiger als für Männer



Die Hälfte der befragten Österreicher fährt im Jahr weniger als 10.000 km.

Wien. Eine von der Wiener Städtischen Versicherung durchgeführte Umfrage hat ergeben, dass für 40 Prozent der Frauen das Auto einen sehr hohen Stellenwert hat; bei Männern liegt der Wert bei lediglich einem Viertel. Für ein Fünftel der Befragten hat das Auto nur eine geringe oder gar keine Bedeutung. Die Umfrage zeigt auch, dass Österreich kein Land der Vielfahrer ist. Knapp die Hälfte aller Österreicher fährt pro Jahr nach eigenen Angaben bis zu 10.000 Kilometer. Frauen liegen dabei mit 52 Prozent knapp vor den Männern. Der Anteil jener, die mehr als 20.000 Kilometer im Jahr zurücklegen, beträgt lediglich 14 Prozent. Auf die Frage, wie häufig die Befragten ihr Fahrzeug nutzen, antwortet jede zweite und jeder zweite mit „mehrmals täglich“. 40 Prozent verwenden das Auto mehrmals die Woche. Rund die Hälfte der Österreicher erneuert ihr Auto innerhalb von fünf Jahren. Beim Autokauf ist der Faktor Preis für 86 Prozent das Top-Kriterium, Frauen sind die preisbewussteren Käuferinnen. Die Anschaffung eines Elektroautos ist für die große Mehrheit der Befragten kein Thema, da die Anschaffungskosten nach wie vor zu hoch und die Reichweite zu gering sei. Auch bei selbstfahrenden Autos sind die Befragten skeptisch; sie erwarten, dass ein automatisiertes Fahren erst in durchschnittlich 22 Jahren Realität auf Österreichs Straßen sein wird. (red)

Goodyear rundet sein Pneu-Portfolio weiter ab



Goodyears TreadMax Kmax D bietet ein hohes Laufleistungspotenzial.

Wien. Goodyear bietet für seine Kmax Lkw-Reifenfamilie mit besonders hoher Laufleistung weitere Runderneuerungsoptionen, die Flottenbetreibern dabei helfen sollen, ihre Gesamtbetriebskosten noch stärker zu senken. Zum einen erweitert der Reifenhersteller sein Premium-Heißrunderneuerungsangebot TreadMax um die beliebten Größen 295/60R22.5 und 315/60R22.5 bei der TreadMax Kmax D-Reihe. Zum anderen baut Goodyear sein UniCircle-Portfolio an Laufflächen für die Kalterneuerung aus und führt das Kmax D-Laufflächendesign in den Größen 315/70R22.5 und 315/80R22.5 ein. (red)

Opel Der deutsche Autohersteller rüstet seine Fahrzeuge ab dem Spätsommer mit dem neuen OnStar-System aus

Den Servicegedanken noch weiter gedacht

Rüsselsheim. Opel führt ab dem Spätsommer seine neue Rundumsorglos-Lösung OnStar mit leistungsstarkem WLAN-Hotspot und zahlreichen Services in alle Pkw-Baureihen ein. Egal in wel-

che Notsituation der Fahrer im Straßenverkehr gerät, das System des deutschen Herstellers soll Unterstützung bieten – 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr. Immer steht ein Ansprechpartner bereit,

und wird bei einem Unfall der Airbag ausgelöst, tritt Opel OnStar – so die Ankündigung – automatisch in Aktion. „Opel OnStar wird das Autofahren sicherer und spannender machen“, ist sich Opel Group-

Chef Karl-Thomas Neumann sicher. In den USA, in Kanada, China und Mexiko nutzen bereits rund sieben Mio. Kunden das Angebot.

Weitere Funktionen

Über die Opel OnStar Smartphone-App lassen sich Angaben von Opel zufolge zudem zahlreiche Fahrzeuginformationen wie Reifendruck und Öllebensdauer per Smartphone ablesen. Auch Auf- und Abschlüssen funktioniert auf diese Weise. Und im Falle eines Diebstahls „arbeitet“ Opel OnStar mit der Polizei zusammen und lokalisiert das entwendete Auto. Ebenso praktisch ist die Fahrzeugdiagnose: Opel OnStar sendet monatlich einen Statusbericht mit den wichtigsten Fahrzeugdaten; bei Bedarf kann der Check auch direkt per Knopfdruck angefordert werden. Zugleich kommen Opel-Fahrer mit Opel OnStar in den Genuss einer Hochgeschwindigkeits-Mobilfunkanbindung. Bis zu sieben mobile Endgeräte können sich gleichzeitig in das System einloggen. (red)



Bei Unfällen verständigt das System automatisch den Notruf; auch bei anderen Notsituationen soll es Unterstützung bieten.

**HYBRID
TEST
TAGE**
4.-9.5.



NICHTS IST
UNMÖGLICH



**„Um zu verstehen,
musst du Hybrid erleben.“**

Alexander Wurz, WEC-Weltmeister auf Toyota Hybrid

Testen Sie Toyota Hybrid mit den Experten der ÖAMTC-Fahrtechnik und profitieren Sie von der 0 % Drittelfinanzierung! Gleich anmelden unter toyota.at/hybrid-testen

Normverbrauch kombiniert/Palette: 2,1 – 4,4 l/100 km, CO₂-Emission: 49 – 101 g/km. Symbolfoto.

Toyota Frey Austria



**TOYOTA
HYBRID**

destination

© David Davidson

WORLD TOURISM FORUM 2015
In Luzern diskutieren internationale Profis über die Zukunft des Tourismus
Seite 62

© Wörthersee Tour

WÖRTHERSEE-INNOVATIONEN
Mautfreie Anreise und mobiles Ticketing mit einer neuen Smartphone App
Seite 64

MEIN SCHIFF
YOGA & FITNESS
KREUZFAHRTEN

© TUI

SHORT



Genua/Linz. Nach einer Transatlantik-Kreuzfahrt von Miami erreichte die Costa Mediterranea den Hafen von Triest. Mit 11. April lief sie erstmals von dort aus und startete damit ihre Saison 2015 im Mittelmeer. Bis zum 21. November wird die Costa ab Triest 33 Kreuzfahrten durchführen.

Dazu Ulrike Soukop, Geschäftsführung Costa Kreuzfahrten Österreich: „Triest ist von Österreich aus schnell und bequem zu erreichen. Bei Kreuzfahrten ab Triest bietet sich natürlich auch eine Kombination mit einem Landprogramm an.“ (gb)



Rostock. Auf der Mitsubishi-Werft im japanischen Nagasaki erhält in diesen Tagen das neue Flaggschiff von AIDA Cruises sein strahlendes Lächeln. Ende März begannen am 300 m langen, weißen Rumpf von AIDAprima die vorbereitenden Arbeiten, um die AIDA-typische Bugbemalung mit Kussmund, Augen und Wellen aufzubringen.

Da an jedem Schiff in der Flotte das Markenmotiv von AIDA Cruises individuell gestaltet ist, lieferte der Rostocker Künstler Feliks Büttner eine Vorlage für das Schiff. Zur Jungfernfahrt startet AIDAprima am 1. Oktober 2015. (gb)



Zell am See. Der Salzburgerhof im Salzburger Land gilt als Inbegriff für Luxus, Wohlbefinden und feinste Kulinarik. Gisela und Wilhelm Holleis (Bild) freuen sich über das Upgrade zum Fünf Sterne Superior-Betrieb. Die Superior-Auszeichnung als höchstmögliche Bewertung der Wirtschaftskammer Österreich unterstreicht die Vorreiterrolle des Zeller Familienbetriebs. (gb)

Niederösterreich ist ein Reiseziel mit Tradition



20 Jahre Niederösterreich-Werbung Viele Projekte haben dazu beigetragen, die Tourismusangebote vom Mitbewerb deutlich abzuheben und Niederösterreich als starke touristische Destination bekannt und attraktiv zu machen. **Seite 62**

Kroatien

Istrien

Kempinski Hotel Adriatic ♦♦♦♦♦ in Umag-Savudrija
3 Nächte im Doppelzimmer mit Frühstück
Anreise täglich, z.B. 03.-23.07.2015
Preis pro Person, eigene Anreise **€ 334**
Preis gültig bei Buchung bis 60 Tage vor Anreise!
Weitere Informationen in Ihrem Reisebüro oder unter www.dertour.at

Urlaub mit DERTOUR und Sie bestimmen, wo's langgeht.

Rail Tours

Sonderzug zum Grand Prix 2015 in Spielberg
€ 169,- pro Person

Leistungen:

- Bahnfahrt im Sonderzug ab Wien nach Spielberg und zurück
- Shuttle-Bus Bahnhof Spielberg - Red Bull Ring und zurück
- Eintrittskarte (Stehplatz) für den „Großen Preis“ von Österreich in Spielberg am 21.6.15*

Bahnfahren und mehr.

Alle Infos und Buchung bei ÖBB Rail Tours unter 01/89930, kombitickets@railtours.oebb.at bzw. auf railtours.oebb.at

*vorbehaltlich Änderungen durch die FIA

©: GEPA pictures/Red Bull Content Pool

KOMMENTAR

Sinnsuche wird zum Tourismus-Trend



GEORG BIRON

Gerade in Krisenzeiten gewinnt die Sinnsuche auch während des Urlaubs zunehmend an Bedeutung. Das geht aus einer Forschungsarbeit hervor, die im Rahmen des Tourismusmanagement-Studiengangs an der Hochschule Zittau/Görlitz verfasst wurde.

Demnach verschiebt sich die Urlaubsmotivation in Zeiten einer persönlichen oder wirtschaftlichen Krise merkbar und führt zu einem anderen Urlaubsverhalten. Je mehr Menschen von einer Krise betroffen sind, umso stärker verschiebt sich auch die Gesamtnachfrage, so das Ergebnis der Arbeit, die dem Travel Industry Club Austria vorliegt.

Laut einer Studie des Münchner Instituts für Freizeitwirtschaft hat sich das gesundheitliche Befinden der arbeitenden Bevölkerung in den vergangenen zehn Jahren deutlich verschlechtert.

Einkehr, innere Ruhe und Gelassenheit, ein verbessertes Wohlfühl und Entspannung sind jene Erwartungen, die viele Menschen zu allererst mit ihrer Freizeit oder ihrem Urlaub verknüpfen.

Klöster und spirituelle Einrichtungen sprechen mit ihren gezielten Sinnstiftungsangeboten schon seit Langem diese Zielgruppe an. Touristische Anbieter sind hingegen eindeutig noch in der Anfangsphase. In der Hotellerie aber gibt es erste Reaktionen auf den Trend ...

VIE Airport Moldawien

Air Moldova fliegt ab Wien

Wien. Ab sofort verbindet die Air Moldova den Flughafen Wien mit Chisinau, der Hauptstadt Moldawiens. Jeden Montag, Mittwoch und Freitag startet ein Embraer 190-Jet um 13:50 Uhr in Chisinau und landet um 14:30 Uhr in Wien. Der Rückflug startet um 15:20 Uhr in Wien und landet um 17:50 Uhr in Chisinau. (gb)



Nikolaus Gretzmacher, VIE Airport (li.), Vasile Hincu, CCO Air Moldova.

Niederösterreich-Werbung Die offizielle Tourismusorganisation wurde vor 20 Jahren gegründet und zieht Bilanz

Destinationsmanagement als Schlüssel zum Erfolg

Im Landhaus St. Pölten wurden die Tourismusentwicklung sowie die aktuellen Highlights vorgestellt.

GEORG BIRON

St. Pölten. „Niederösterreich wurde als Land für Genuss und Lebenskultur positioniert. Wir waren eines der ersten Bundesländer, die auf die Angebotspalette Genuss – Wein, Kulinarik und hohe Qualität in der regionalen Versorgung – gesetzt haben“, sagt Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav.

Die Niederösterreich-Werbung hat in den vergangenen 20 Jahren mit kreativer Produktentwicklung, professioneller Qualitätssicherung, gezielten Kommunikationsstrategien und einem kompetenten Destinationsmanagement das Land als attraktives Tourismusziel gestärkt und als starke Marke positioniert. Die Nächtigungszahlen erhöhten sich seit 1995 von 5,83 auf 6,72 Mio.

Starker Wirtschaftsfaktor

„Besonders erfreulich ist, dass der Zuwachs im hochqualitativen Bereich erzielt wurde. Die Steigerung der Nächtigungen geht vor allem auf die Vier Sterne-Kategorie zurück – 1995 waren es hier noch 1,49 Mio. oder 25,7% aller Nächtigungen, derzeit sind es 2,47 Mio. oder 36,7%, also schon über ein Drittel“, so Bohuslav.

Vor 20 Jahren begann man mit einer innovativen Angebotsentwicklung, um neue Marktsegmente zu erschließen. 1996 wurde das neue Programm „Weinherbst“ aus der Taufe gehoben, um Niederösterreich als Destination für die Weinreisenden zu vermarkten.

„Dieses Ziel haben wir erreicht“, freut sich Christoph Madl, Geschäftsführer Niederösterreich-Werbung.

Der Ausflugstourismus ist eines der wichtigsten Standbeine und



Jubiläumsfeierlichkeiten für den Aufschwung in Niederösterreichs Tourismusbranche: Christoph Madl, Geschäftsführer Niederösterreich-Werbung, Petra Stolba, Geschäftsführerin Österreich-Werbung, und Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav (von li.).

der Bereich mit der höchsten Wertschöpfung im Tourismus. Hier wurde 2005 mit der Niederösterreich-Card ein Erfolgsmodell entwickelt. Im Vorjahr wurden bereits 144.000 Cards verkauft und über 1,18 Mio. Eintritte erzielt.

Petra Stolba, Geschäftsführerin Österreich-Werbung, zeigt sich höchst erfreut über das enorme Potenzial und den Aufschwung in der niederösterreichischen Tourismusbranche: „Als Ex-Mitarbeiterin der Niederösterreich-Werbung freut es mich besonders, dass das Land im Kulturtourismus, bei Kulinarikreisen und im Gesundheitssegment ganz vorn dabei ist. Die Zusammenarbeit zwischen der Landesorganisation und den einzelnen

Destinationen ist ein gelungenes Beispiel für optimal abgestimmtes Tourismusmarketing.“

Die Highlights in 2015

Heute werden Ausflugs- und Urlaubstourismus, Gesundheitstourismus, Gruppenreisen und Wirtschaftstourismus bearbeitet.

Die Zielmärkte sind Österreich, Deutschland, Tschechien, Slowakei und Ungarn.

Das Sport.Land-Team kümmert sich um Sponsoring des Spitzensports, holt internationale Fußballmannschaften zu Trainingslagern nach Niederösterreich und aktiviert Zielgruppen im Breiten-, Gesundheits- und Schulsport.

Nach dem Frühlingsstart „Tor auf zum Kultur- und Weinfrühling“ mit Wein- und Kulturgenuss stehen in diesem Sommer v.a. die Abenteuerferien „Da staunst du!“, der Bergsommer, die Landesausstellung „Ötscher:Reich – die Alpen und wir“ sowie der Gartensommer im Fokus.

Gegen Herbst zieht dann an der längsten Weinstraße der Welt (830 km) wieder der Weinherbst mit zahlreichen Kellergassenfesten und Veranstaltungen durchs Land.

Dazu Madl: „Produktinnovation ist das Gebot der Stunde. Authentizität, regionale Produkte, Nachhaltigkeit und Qualität werden auch weiterhin bei unseren Gästen sehr gefragt sein.“

World Tourism Forum Luzern 2015 Am 23. und 24. April zeigt interdisziplinäre Plattform die neuesten Trends

Entscheidungsträger und junge Talente

Luzern. Das 4. World Tourism Forum (WTF) in Luzern bietet eine Plattform für die Tourismusszene und bringt den privaten und öffentlichen Sektor an einen Tisch. Referenten wie die Königin Mutter Sangay Choden Wangchuck aus Bhutan, Buchautor Jeremy Rifkin sowie der Schweizer Bundesrat Johann N. Schneider-Ammann haben ihre Teilnahme zugesichert.

Partnerland Aserbaidshan

Mehr als 400 internationale Entscheidungsträger aus Tourismus, Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Finanzen werden im Kongresszentrum in Luzern über die Trends im Tourismus diskutieren.

Mit Aserbaidshan wird erstmals ein Partnerland im Fokus des WTF stehen.

Dazu der Kultur- und Tourismusminister von Aserbaidshan, Abulfaz Garayev: „Der Wirtschaftssektor Aserbaidshans wächst stetig und schnell. Die nachhaltige Entwicklung des Tourismus in unserem Land ist einer unserer Stützpfeiler dieses Wachstums.“

Und Martin Barth, WTF General Manager, merkt dazu an: „Es ist uns ein Anliegen, dass wir neben den großen touristischen Regionen auch die touristischen Emerging Markets in unsere Diskussion mit einbeziehen. Wir freuen uns, mit Aserbaidshan einen spannenden Partner mit großem touristischen Potenzial gefunden zu haben.“

Aserbaidshan bietet eine Vielzahl historischer, kultureller und

natürlicher Schätze. Offiziell besuchten 2014 rund 2,3 Mio. Touristen das Land.

Deshalb wurden auch die internationalen touristischen Marketingaktivitäten in jüngster Vergangenheit deutlich ausgebaut, internationale Tourismusstandards adaptiert und die touristische Infrastruktur verbessert.

Das Forum ist heuer sehr stark auf die kommende Generation von

Führungskräften im Tourismus konzentriert. Daher sind teilnehmende Manager eingeladen, sich von ihren besten Nachwuchskräften begleiten zu lassen.

Außerdem werden die qualifiziertesten Studierenden der zahlreichen internationalen Partnerhochschulen des WTF nach Luzern eingeladen – drei von ihnen erhalten den Young Talent Award.

Start-up Innovation Award

Prämiert werden auch innovative Jungunternehmen. Vertreter der interessantesten Start-ups kommen nach Luzern, drei von ihnen bekommen den Start-up Innovation Award verliehen. Er wird für herausragende Start-up-Geschäftsmodelle vergeben und von den Finalisten vor Ort im Plenum präsentiert.

Dazu Barth: „Innovation ist ein entscheidender Wachstumsmotor. Die eingereichten internationalen Konzepte haben die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen auf einen nachhaltigen Tourismus im Fokus.“ (gb)



Exotisches Baku: Aserbaidshan ist das erste Partnerland des World Tourism Forum.

Golf & Spa Hotel Balance Am Wörthersee verwöhnt die Familie Grossmann ihre Besucher im Golfhotel nach allen Regeln der 4-Elemente-Kunst

Vier Elemente und elf Golfplätze

Vier Nächte „Mutter und Tochter“ Package zum Muttertag mit ganz speziellem Wellnessangebot bereits ab 598 € p.P. buchbar.

Alice Hefner

Pörschach. Die Gästebewertungen überschlagen sich nur so vor Lob über den hervorragenden Service, die ausgezeichnete und hochprämierte Küche sowie über die unverwechselbare und einzigartige Philosophie des Hotels im Sinne der 4-Elemente-Lehre. Schon das Gustieren auf der Homepage des Hotels (balancehotel.at) macht Lust und Laune, dieses Haus am Wörthersee kennenzulernen.

Individuelle Packages

Über einen schnellen, unkomplizierten Test kann man bereits vorab seinen eigenen Elemente-Typ bestimmen und ein individuelles Elemente-Verwöhnpaket danach schnüren lassen.

Etwas, das in allen Gästebewertungen gleichermaßen auffällig betont wird, ist der liebenswür-

dige, freundliche, aber gleichzeitig unaufdringliche Service des kompetenten Hotelpersonals und der Familie Grossmann. Man hat das Gefühl, für die Dauer des Aufenthalts ein gern gesehener Freund des Hauses zu sein.

Die Lage des Hotels und das Überangebot an Sonnenstunden im „mediterranen Süden Österreichs“ bieten viel Freizeitvergnügen.

Bereits im April können Golfer ihre Abschlüge trainieren; elf Golfplätze befinden sich in der Nähe.

Panoramawanderwege, Alpen, Berggipfel und herrliche Badeseen laden dazu ein, die Landschaft mit allen Sinnen zu genießen.

Ein besonderes Highlight ist die geführte Vollmond-Wanderung mit Laternen und Fackeln zu den Klängen der Mondscheinsonate, die zweifelsohne nicht nur für Romantiker ihre Reize hat.

Für den Muttertag hat man im Vier Sterne Superior Hotel ein ganz besonderes Wellnesspaket inklusive vier Nächte im DZ mit Verwöhn-HP aus der Hotel-Balance-Haubenküche, Benützung des Spa mit Wellnessgutschein à 20 €, eine Aromaölmassage, eine Gesichtsbehandlung, ein Tages-Make-up und ein gemeinsames Studiofoto. Das Angebot ist zu bestimmten Terminen ab 598 € p.P. buchbar.



Bereits jetzt im April können passionierte Golfspieler ihre Abschlüge trainieren.

Traisental Eröffnung Saison-Beginn

Wieselburg. Auf der ITB in Berlin wurde der Traisental-Radweg 2015 vom ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) mit dem Gütesiegel „ADFC-Qualitätsradroute“ und vier von fünf möglichen Sternen abermals ausgezeichnet. Damit bestätigt der Traisental-Radweg seinen Ruf als Top-Radweg, denn bisher tragen erst 29 Radfernwege in Europa dieses Qualitätsgütesiegel. Nur eine Route erhielt fünf Sterne.

Genuss-Radler, Familien und Rad-Pilger schätzen den 111 km langen Radweg – von den sanften Hügeln südlich der Donau bis hinauf in die imposante Bergwelt. Zahlreiche sehenswerte Stationen laden zu Stopps, radfreundliche Gastgeber – vom Café bis zu gemütlichen Landgasthöfen und Hotels – bitten zur genussvollen Rast.

Highlight der Saison-Eröffnung am 19. April ist der Dampfsonderzug von St. Pölten nach St. Aegyd. Abfahrt ist um 10:40 Uhr von St. Pölten. In Lilienfeld fährt der Zug um 11:42 Uhr ein. In Hohenberg (Ankunft 13:00 Uhr) reichen Marketerinnen den Zugreisenden am Bahnhof ein Begrüßungsackerl oder ein Stampferl. In St. Aegyd schließlich (Ankunft 13:50 Uhr) haben die Fahrgäste die Möglichkeit, am örtlichen Festgeschehen teilzunehmen. Um 16:10 Uhr fährt der Zug wieder retour und erreicht St. Pölten um 18:12 Uhr. Die Hin- und Rückfahrt kostet für Erwachsene 38 €, für Kinder 19 €.



Besonders im Frühling ist der Traisental-Radweg für Familien eine Reise wert.

Das Hotel Beau Rivage Pineta

Jesolo. In der ruhigsten und grünsten Gegend von Lido di Jesolo, im Herzen der träumten Pineta, in einer Pinienoase mit 13.000 m² Grundfläche direkt am Meer, liegt das Hotel Beau Rivage Pineta. Die Gäste des Hauses fühlen sich in diesem familiengeführten Hotel so wohl, dass sie sich gleich zuhause fühlen. Die meisten sind seit vielen Jahren Stammgäste. Mit einer Bewertung von 5,2 von 6 Punkten und einer Weiterempfehlungsrate von 87% (Stand Saisonabschluss 2014) liegt das Beau Rivage im Spitzenfeld in der Gästezufriedenheit bei Holidaycheck. Auch Tripadvisor hat dem Haus das Zertifikat für Exzellenz verliehen.



BUCHUNGEN

Hotel Beau Rivage Pineta ****

Piazza Europa 6 – 30016 – Jesolo – Italia
www.beaurivagepineta.com
info@beaurivagepineta.com
www.facebook.com/hotelbeaurivagejesolo
Tel. 0039 0421 961074

SHORT

Internationale Gäste in Oberösterreich wichtig



Sophie Schick, die Landesvorsitzende der ÖHV in Oberösterreich.

Linz. „Seit zwei Jahren gehen die Nächtigungen in den Hauptmärkten Österreich und Deutschland zurück, die Aufenthaltsdauer sinkt. Unterm Strich kann das nur eines bedeuten: Wir müssen uns international breiter aufstellen“, so Sophie Schick, Landesvorsitzende der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV) in Oberösterreich.

Funktioniert einer der Hauptmärkte nicht wie erwartet, drückt das sofort auf Auslastung oder Preise. Mit einer wachsenden Zahl an internationalen Gästen steigen Aufenthaltsdauer und Umsätze.

„Der Schlüssel zu weltweiten Märkten ist der Online-Vertrieb; das ermöglicht eine differenziertere Bearbeitung“, so Schick. Oberösterreichs Tourismus, Destinationen und Betriebe sind gefordert, in Auftritt, Online-Werbung und Angebote zu investieren. Zentrales Ziel dabei muss auch die Stärkung des Direktvertriebs sein.

(gb/OTS)

Young Hotelier Award in Wien vergeben



26 Bewerber versuchten sich dieses Jahr am Young Hotelier Award.

Wien. Zwei strahlende Gewinner im Ballsaal des Palais Hans en Kempinski: Das General Manager Council Vienna hat den Young Hotelier Award 2015 vergeben, der sich in zwei verschiedene Wettbewerbe gliedert – so konnte Lars Heesbeen aus dem Hotel Imperial den Diversey Contest für sich entscheiden, während Christoph Santin aus dem Palais Hansen Kempinski als Sieger im Modul Contest ausgezeichnet wurde.

„Wir sind stolze Gastgeber des diesjährigen Young Hotelier Award“, so Markus Lück, Generaldirektor des Palais Hansen Kempinski. „Dass wir darüber hinaus auch einen Sieger in den eigenen Reihen haben, freut uns natürlich ganz besonders. Dieser Wettbewerb ist für Nachwuchstalente ebenso wie für erfahrenere Hotelmitarbeiter eine großartige Möglichkeit.“

Insgesamt 26 Bewerber versuchten sich an den vorgegebenen Themen des Young Hotelier Awards, die „Auswirkungen des Eurovision Song Contest auf die Stadt Wien“ sowie das „Konzept des Productive Aging“ – also dem Alters- und Generationenmanagement im Personalwesen..

(gb)

Joglland Waldheimat Steirische Region ist nach den ersten zehn Monaten mit einer neuen Website auf Erfolgskurs

35 starke Wandertouren

www.joglland-waldheimat.at überzeugt mit klarer Struktur, großen Bildern und leicht leserlichen Texten.

DINO SILVESTRE

St. Jakob im Walde. Im Sommer 2014 ging der Relaunch des Joglland Waldheimat-Webauftritts über die Bühne. Nach den ersten zehn Monaten online ist das Resümee sehr positiv. Allein im heurigen Jahr wurden bereits mehr als 5.000 Besucher via Klicks auf Betriebe der Region weitergeleitet.

Karten mit GPS Download

Wenn man bedenkt, dass 53% der Wanderer Informationen im Internet suchen und zum Großteil direkt bei der Unterkunft buchen (Quelle T-MONA Urlauberbefragung, Thema Wanderer), so ist das Portal die Antwort auf diese Anforderungen.

Die neue Website mit der interaktiven Karte Alpstein bietet über 35 Wandertouren mit Tourdaten zum GPS-Download und zusätz-

lich zahlreiche Wander-Urlaubsangebote – optimal, um sich einen Überblick über die Urlaubsdestination zu verschaffen.

Das Portal www.joglland-waldheimat.at, umgesetzt von crosseye Marketing, besticht durch Struktur, Bilder, Text und interaktive Elemente. Dazu crosseye-Geschäftsführerin Evelyn Götz: „Die Website ermöglicht den Direktkontakt zum jeweiligen Betrieb.“

Das heurige Wanderopening „Zu Fuß durch das Joglland und die Waldheimat“ wird von 1. bis 3. Mai mit einem vielfältigen Programm begleitet.

Die Wege in unterschiedlichen Längen und Schwierigkeitsgraden bieten für jeden etwas Passendes. Höhepunkt ist die Sternwanderung auf die Wildwiese; von hier hat man eine herrliche Aussicht, und die Gäste erwarten musikalische Unterhaltung und kulinarische Schmankerln.

(gb/OTS)



Das Wander-Opening in der Region Joglland Waldheimat findet am 1. Mai statt.

Niederösterreich Spannende Sommerabenteuer in allen Facetten zwischen Almen, Hütten und Gipfelkreuz erleben

Sinnliches Gipfeltreffen im Bergsommer



Der Bergsommer Niederösterreich bietet auch heuer wieder spektakuläre Ausblicke.

St. Pölten. Reine Luft, grüne Wiesen und Berghütten mit regionalen Köstlichkeiten locken zahlreiche Urlaubs- und Ausflugsgäste in die Bergregionen Niederösterreichs. Uralte Pfade führen Wanderer über sanfte Hügel zu malerischen Gebirgsbächen, weiten Almen und markanten Gipfeln.

Vielfältige Naturerlebnisse

„Durchatmen und sich der Entspannung hingeben“, heißt es in den Luftkurorten. Wilde Schluchten und abwechslungsreiche Kletterparks, zahlreiche Bergbahnen und rasante Sommerrodelbahnen sorgen für nötige Action, Bewegung in der Natur und beeindruckende Panoramablicke.

„Niederösterreich bietet mit seiner Bergwelt eine natürliche Grundlage für Genießer, Naturliebhaber, Abenteurer und Erholungssuchende. Sie finden zahlreiche Möglichkeiten für einen perfekten Sommerurlaub“, so Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav.

Dazu Christoph Madl, Geschäftsführer Niederösterreich-Werbung: „Gerade beim Bergtourismus versuchen wir stetig die Angebote zu attraktivieren, um unvergessliche Wow!-Erlebnisse zu schaffen, die in den Köpfen und in den Herzen der Urlaubsgäste hängen bleiben. Außerdem arbeiten wir heuer erstmals mit dem Carsharing-Unternehmen ‚zipcar‘ zusammen. Unsere Gäste dürfen sich über Sonderkonditionen freuen.“

(gb)

Wörthersee Urlaubsgäste genießen einen virtuellen Service, der dabei hilft, den Urlaub zu planen und Zeit zu sparen

Mautfreie Anreise und mobiles Ticketing

Klagenfurt. Die Mobile Ticket Wörthersee App ermöglicht ab dem 1. Mai 2015 mit nur drei Klicks, Tickets für Ausflugsziele mit dem Smartphone vorab zu kaufen. Was bisher bei vergleichbaren Systemen nicht möglich war: Die Einlösung erfolgt vor Ort auch direkt mit dem Gerät – ohne Scannen oder Ausdruck des Tickets.

Faszinierende Vorteile

Online oder via Bluetooth wird der Öffnungsmechanismus des Drehkreuzes gesteuert; damit ist kein Anstellen an der Schlange bei der Kassa mehr nötig.

Eine Registrierung in der App ist über einen Facebook Log-In mit einem Klick möglich. Nach der Registrierung werden die Tickets in einer Cloud gespeichert und sind somit im Falle eines kaputten oder verlorenen Smartphones sofort wieder verfügbar.

Zusätzlich kann man über die App auch Mauttickets für alle Asfinag-Mautstrecken kaufen und nach Eingabe des Auto-Kennzeichens die Videomautspur benutzen.

Mit dem neuen System werden viele Hoteliers am Wörthersee künftig ihren Gästen auch eine mautfreie Anreise an den schönsten See im Süden Österreichs ermöglichen können.

„Das Interesse der Betriebe am Wörthersee ist immens, und wir haben bereits zahlreiche Zusagen von Betrieben, die Pakete mit der mautfreien Anreise anbieten wer-

den“, freut sich Roland Sint, Geschäftsführer der Wörthersee Tourismus GmbH.

Strategische Partnerschaft

Die Wörthersee Tourismus GmbH setzte sich zum Ziel, ein Ticketing-System zu entwickeln, das einerseits die Tickets direkt auf das Smartphone liefert, und gleich-

zeitig auch die Möglichkeiten der Einlösung sehr einfach gestaltet – sowohl online als auch offline.

Mit der Liland IT GmbH wurde ein lokaler Entwicklungspartner gefunden, der die Herausforderung angenommen hat, dieses Neuland im Bereich des mobilen Ticketings zu betreten.

KärntenCard ist interessiert

„Als wir uns mit Roland Sint über die Anforderungen des ange-dachten Systems unterhielten, fanden wir den Ansatz so spannend, dass wir nicht anders konnten, als hier eine strategische Partnerschaft einzugehen“, so Michael Steindl, Geschäftsführer der Liland IT GmbH.

„Die Liland IT war auch der einzige Partner, der sich an unser vielleicht etwas utopisch klingendes Vorhaben heranwagte“, ergänzt Sint. „Wir führen auch konstruktive Gespräche mit der IG Kärnten-Card und haben ein Konzept fertig, um die KärntenCard und auch die Bonuspartner mobil buchbar zu machen.“

(gb/OTS)



Roland Sint, Geschäftsführer Wörthersee Tourismus (li.) und Michael Steindl, Geschäftsführer Liland IT, präsentierten in Klagenfurt die MobileTicket Wörthersee App.

Travel24.com 138-Städte-Studie des Portals zeigt, dass Metropolen bei Gästenächtigungen nach wie vor wachsen

Nicht nur Großstädte sind bei den Urlaubern gefragt

In Österreich haben 2014 die Städte Villach (–4,2%), St. Pölten (–2,0%) sowie Wels (–0,9%) verloren.

MICHAEL BÄR

Leipzig. In einer umfangreichen Studie von Travel24.com, dem in acht europäischen Ländern aktiven Reisebuchungsportal, zeigt sich, dass nach wie vor Metropolen wie Berlin, Hamburg, München, Wien oder Zürich bei den Gästeübernachtungen wachsen.

Doch nimmt man als Basis die absoluten Touristenzahlen („Gästeübernachtungen“) und rechnet diese auf die Zahl der Einwohner um, dann zeigt sich Erstaunliches: Nicht die Metropolen führen im Ranking „Touristen-Übernachtungen pro Einwohner“, sondern kleinere und mittelgroße Städte.

Berlin, München, Hamburg

So gesehen ist der absolute Renner bei Städtereisen in Deutschland, Österreich und der Schweiz die österreichische Mozartstadt Salzburg. Hier kamen 2014 auf einen Einwohner 18 Touristen-Übernachtungen, was Platz eins der 138 in der Studie untersuchten Städte entspricht. Das sind mehr Gästeübernachtungen pro Einwohner als in Berlin, München, Köln, Zürich, Wien oder Hamburg.

Auf Platz zwei folgt das süddeutsche Städtchen Baden-Baden mit 17 Übernachtungen pro Einwohner. Baden-Baden ist berühmt für sein Casino, aber auch für das exklusive Fabergé Museum, das vom russischen Oligarchen Alexander Ivanov finanziert wird.

Platz drei geht an das schweizerische Luzern mit 15 Gästeübernachtungen pro Einwohner.

Nimmt man die klassischen Gästeübernachtungszahlen pro Stadt als Basis für das Touristenranking, dann tauchen die bekannten Favoriten auf. So sind Berlin, München



Zürich konnte im Jahr 2014 die 2,9 Mio.-Marke überwinden und verzeichnete einen Zuwachs von 3% bei den Übernachtungen.

und Hamburg beliebt wie nie zuvor. Allein im Jahr 2014 konnten die 120 größten deutschen Städte mehr als 139 Mio. Übernachtungen verbuchen; das waren fast sieben Mio. Übernachtungen mehr als im Vergleichszeitraum 2013.

Deutschlandweit verzeichnete man ebenfalls ein Plus: mehr als neun Mio. auf über 420 Mio. Übernachtungen.

Aber auch die Schweiz legte in der Touristengunst zu. Die Eidgenossen konnten immerhin eine Zunahme von 0,3 Mio. Logiernächten (+0,9%) auf fast 36 Mio. gegenüber 2013 verbuchen.

In Österreich ging es hingegen leicht bergab; dort wurden rund 0,7 Mio. Übernachtungen weniger registriert: 131 Mio. (–0,5%).

Auch wenn in Österreich die Übernachtungszahlen (–0,7 Mio.) im Jahr 2014 rückläufig waren, konnte Wien über 13,5 Mio. Übernachtungen verbuchen. Auch Salzburg (+3,2%, 2,6 Mio.), Graz (+4,5%, 1,0 Mio.) und Innsbruck (+3,5%, 1,5 Mio.) widersetzten sich dem österreichischen Trend. Weniger erfolgreich verlief das Touristikjahr für die Villach (–4,2%), St. Pölten (–2,0%) sowie Wels (–0,9%).

Schweizer Trends fraglich

Zwischen Bodensee, Genfer-See und Lago Maggiore in der Schweiz zählte man 2014 insgesamt 35,9 Mio. Logiernächte – immerhin 0,3 Mio. Übernachtungen mehr als im Jahr 2013.

So konnte etwa Zürich im vergangenen Jahr die 2,9 Mio.-Marke überwinden; dort verzeichnete man ein Plus von 3% bei den Übernachtungen. Auf Platz zwei findet sich Genf mit 2,0 Mio. Logiernächten (+0,3%). Richtig in Schwung gekommen sind im Jahr 2014 Luzern und Basel: Beide Städte etablieren sich mit mehr als 1 Mio. Übernachtungen. Am Vierwaldstädter-See waren es 1,2 Mio. (+3,6%), und am Oberrhein 1,1 Mio. (+5,1%).

Ob sich die Touristenzahlen für 2015 ebenso positiv entwickeln, ist nach Freigabe des Wechselkurses von Euro zu Franken Mitte Jänner diesen Jahres durchaus fraglich; erste Anzeichen sprechen für einen negativen Trend. Im Jänner 2015 wurden –1,1% verzeichnet.

TUI Cruises 2016 finden zwei besondere Sport-Events mit internationalen Yoga- und Fitness Top-Präsentern statt

Mein Schiff mit Yoga- und Fitness-Woche

Wien. Bei der Mein Schiff Yoga-Woche und der Mein Schiff Fitness-Woche im Jahr 2016 präsentieren internationale Profis die neuesten Trends der beiden Branchen und bieten High End-Sportkurse für interessierte Passagiere an.

Aber auch abseits der Kursflächen hat die Wohlfühlflotte für Sportbegeisterte ein perfektes Angebot. Mit dem Premium AI-Konzept von TUI Cruises sind die meisten Speisen und Getränke, auch außerhalb der Essenszeiten, inklusive.

Entspannen & Wohlfühlen

Für eine gesunde und ausgewogene Ernährung bieten die Restaurants das „Ganz Schön Gesund-Angebot“ an, bei dem ohne Reue genossen werden kann.

Entspannung finden die Gäste nach dem Workout in der großzügigen finnischen Sauna mit einzigartigem Panoramablick oder bei einer verwöhnenden Anwendung im Spa & Meer-Bereich.

Die Mein Schiff Yoga-Woche findet vom 18. bis 26. Juni 2016 auf

der Mein Schiff 4 statt und steht unter dem Motto Entspannung trifft Wohlfühlen.

Die Vielfalt des Programms geht von Power-Yoga über Functional-Yoga, Chakra-Yoga, Yoga-move bis Hatha-Yoga und weiteren Kursen, die gezielt helfen, Verspannungen und Blockaden zu lösen.

Die achttägige Reise startet in Kiel und geht von Bergen über Haugesund, Stavanger und Ko-

penhagen durch einzigartige Fjordlandschaften, bis sie schließlich in Kiel endet.

Die Reise auf der Route „Süd-norwegen mit Kopenhagen II“ kostet mit Premium AI in einer DZ Innenkabine ab 1.598 € pro Person.

Das Yoga-Eventpaket liegt bei 159 € pro Person. Für alle, die bis zum 31. August 2015 buchen, gibt es einen limitierten Frühbucher-Rabatt von 120 € pro Person.



Mit Om und Functional Training auf hohem Niveau an Bord der Mein Schiff von TUI.

Vom 21. bis 28. November 2016 lädt die Mein Schiff 3 das zweite Mal zur Mein Schiff Fitness-Woche, der Convention auf hoher See, ein; während der siebentägigen Reise durch den Orient erleben die Gäste den einzigartigen Mix aus Sport und Urlaub.

Fitness tanken im Orient

Angeboten werden unter professioneller Leitung von internationalen Spitzentrainern u.a. Aerobic, Step Dance, Rückenfitness, Pilates, etc. sowie Aquakurse im schiffseigenen 25 m-Außenpool.

Die Route bietet mit Dubai, dem Oman, Abu Dhabi und Bahrain orientalischen Charme und westliche Moderne. Die Reisenden erwarten zwei Übernachtungen im Hafen von Dubai, Khasab/Oman, das Emirat Abu Dhabi und Manama/Bahrain. Die Tour kostet mit Premium AI in einer DZ-Innenkabine ab 978 € pro Person. Das Fitness-Eventpaket liegt bei 179 € pro Person. Für alle, die bis zum 31. August 2015 buchen, gibt es einen Rabatt von 150 € pro Person. (gb)

SHORT

Ein neues Juwel an der türkischen Küste



Lobby des JW Marriott Bodrum: Eröffnung am am 15. Mai 2015.

London/Bodrum. Mit dem JW Marriott Bodrum eröffnet Marriott International am 15. Mai 2015 sein zweites Haus dieser Marke in der Türkei. Die 107 Zimmer umfassende Anlage befindet sich an einem Privatstrand auf der Halbinsel von Bodrum, mit Blick über die Ägäis und eigener Bootsanlage. Zur Eröffnung bietet das JW Marriott Bodrum eine Zimmerrate ab 399 € p.P.

„Die Eröffnung des zweiten Hotels in der Türkei kennzeichnet eine Zeit bedeutenden Wachstums für die Marke JW Marriott“, so Mitzi Gaskins, Vice President und Global Brand Manager für JW Marriott Hotels & Resorts. „Das neue Haus vereint traditionelle Elemente der türkischen Kultur mit modernem Design und besonderem Service.“ (gb)

Yoga über London: Blick über die Stadt

London. Andernorts schweben Yogis dank gekonnter Verrenkungen in höheren Sphären – in The View from The Shard bringen zwei Hochgeschwindigkeits-Aufzüge auch Anfänger in himmlische Höhen.

Fürs Yoga-Programm sorgt dann die Schule Yogasphere mit Kursen, die jeden Samstag auf Europas höchster Aussichtsplattform stattfinden. Buchungen unter www.theviewfromtheshard.com. (gb)

Familien-Residence bei Jahn Reisen Austria



Private Liegewiese und Lagunen-Badelandchaft am Gardasee.

Wien. Bei den „Familienwelten“ von Jahn Reisen Austria ist im Sommer 2015 die Familien-Residence Gasparina Village neu im Programm. Die Vier Sterne-Anlage bietet eine private Liegewiese direkt am Gardasee – und zu Fuß lässt sich vom Hotel aus ganz bequem der berühmte Vergnügungspark Gardaland erreichen.

Wer den Gardasee genießen will, findet abseits vom Trubel direkt am Seeufer eine große hoteleigene Liegewiese. Sportliche können im See schwimmen, Beachvolleyball spielen oder in der Nähe den Trimm-dich-Parcours absolvieren. Golfreunde finden mehrere Plätze in der Umgebung. Im Sunshine Kids Club sorgen Animatoren für Spiel und Spaß für – auch für Jugendliche. (gb)

GOURMET-CORNER



ALEXANDER JAKABB

Aufgetischt



Das Lokal Nummer Fünf der Figlmüllers: Das „Lugeck“.

Wien. Figlmüller und Schnitzel ist in Wien Kult geworden, besonders das Format – hauchdünn und riesig groß – wird besonders von Wienbesuchern in den Gasthäusern an der Bäckerstraße gewürdigt. Die Figlmüllers haben sich weiterentwickelt und ihr neuestes Wirtshaus wurde von den Urenkeln des Gründers, Hans und Thomas, konzipiert. In einem vor über 120 Jahren neu aufgebauten Haus – dem Regensburgerrhof – wurde eine Einkehr im Zeitgeist zu ebener Erde und im ersten Stock hergerichtet und ausgestattet. Die österreichische Küche bleibt auch am Lugeck das kulinarische Aushängeschild, modern interpretiert. Die Weinauswahl weitab vom Mainstream gewährt der Biodynamie sowie der Orange- und Natural-Wein-Fraktion eine Bühne, dazu ein vielfältiges Programm an Craft Bieren von Mikrobrauereien, die gerade einen Hype erleben. Die Speisekarte offenbart das A-Z der Wiener Küche, wie „Himmel auf Erden“, das verspricht, was es ist – Dormayer Blunzn, Erdapfel und Boskop Apfel, die Krautfleckerl oder der Zimtschnecken-Scheiterhaufen. Pfliffiges Service, gute, belebte Lunch-Location.

Lugeck – Figlmüller
Lugeck 4, 1010 Wien
Tel. _ 01 512 50 60, www.lugeck.com

Öffnungszeiten: Tägl. 11:30–24 Uhr

Bewertung (1–10; 10 = top):
Genuss: **Business**
Küche: 7 Kommunikation: 7
Service: 7 Lage/Parkplatz: 7
Getränke: 8 Image/Publikum: 7
Ambiente: 7 Frequenz: 8
Preis: 8 Webinfos: 8

Eingeschenkt

Wieninger St. Laurent Grand Select 2011
Bei Wein aus Wien denkt man zuerst einmal an Weißwein. Immer mehr gewinnen auch Rotweine aus Wiener Rieden an Bedeutung. Der Biodynamiker Fritz Wieninger, Gebär Vater der WienWein Gruppe, hat sich leidenschaftlich französischen Reb- insbesondere Burgundersorten verschrieben und neuerlich auch des St. Laurent angenommen. Unter der Bezeichnung Grand Select werden die besten Fässer ausgewählt, um Spitzenweine wie diesen St. Laurent abzufüllen.

Wieninger St. Laurent Grand Select 2011
13,5%/trocken/Kork/Barrique/
28 € ab Hof. Röstaromen,
Zwetschke, Kirsche, Mandeln.
Leder, Zedern, animalische
Noten, rote Beerenfrucht,
Sandelholz, rassige Säure,
griffiges Tannin, mittlerer
Körper. Gebäudelter und
belebender Ausklang.

Weingut Wieninger
1210 Wien, 01/2901012
www.wieninger.at



Gourmet-Event Neben der erfolgreichen Veranstaltungsreihe „LöffelWeise“ traten Haubenköche im Hotel Aurelio an

Berühmte Haubenköche

Sieben Gänge-Menü mit verschiedensten Aromen und Kochtechniken begeisterte Kulinarik-Junkies.

ALICE HEFNER

Lech am Arlberg. Axel Pfefferkorn lud zum Saisonfinale fünf internationale Top-Köche in das edle Fünf Sterne Superior Luxus-Hotel „Aurelio“ – und hat damit in Summe 13 Gault Millau Hauben zum Einsatz gebracht.

Als „kleine Extrawurst“ (Pfefferkorn) neben der Veranstaltungsreihe „LöffelWeise“ zauberten Christian Rescher, gastgebender Chefkoch und Initiator der amikalen Zusammenkunft im Gourmet-Restaurant Aurelio's, und seine Kollegen Manuel Grabner (À la Carte-Restaurant „Rote Wand“ in Lech), Mansour Memarian („The Chedi“ in Andermatt), Thorsten Probst („Griggeler Stubä“ in Lech) sowie Christoph Zangerl (Hotel Tannenhof in St. Anton) ein Sieben Gänge-Menü auf die Teller, das im Hinblick auf verschiedenste Aromen und ausgefallene Kochtechniken



Viele Köche verderben nicht immer den Brei: Christoph Zangerl, Mansour Memarian, Manuel Grabner, Thorsten Probst und Christian Rescher am Arlberg (von li.).

selbst die verwöhntesten Gourmet-Freunde gründlich ins Schwärmen brachte.

Scheinbar mühelos und in spielerischer Leichtigkeit trafen einander der Natural Art Cuisine, Moderne

Tradition, persisches Sterne-Koch-Handwerk, Kräuterküche und Alpine Creative-Küche.

Küchenmagier Rescher scherzte abschließend über die gelungene Initiative: „Bei einer freundschaft-

lichen Küchenschlacht wie dieser sind die Grenzen zwischen Genuss und Sucht fließend. Gern werde ich auch in Zukunft wieder meinen Herd mit anderen ausgezeichneten ‚Küchenzauberern‘ teilen.“

Saisonpause bis zum Juli

Noch bis 19. April verwöhnt das „Aurelio's“ mit kulinarischen Hochgenüssen, bevor es dann bis 9. Juli in die wohlverdiente Saisonpause geht.

Genießer können sich tagsüber an der intimen Atmosphäre der Licca Lounge, dem Bergpanorama der Sonnenterrasse oder an kulinarischen Erlebnissen erfreuen. Die „Natural Art Cuisine“ des Hauses wurde im aktuellen Guide Gault Millau mit der dritten Haube ausgezeichnet. „Zusätzlich zur À la carte Auswahl können Gäste auch unser veganes Menü genießen“, so Rescher.

Da Vinci Wien Neues Restaurantkonzept und neuer Schanigarten möchte gastronomisches Gesamtkunstwerk sein

Italienische Kochtraditionen, neu gestylt



Auf 18 mal 3 m entstand im ersten Bezirk ein moderner Schanigarten für 56 Gäste.

Wien. Nach nur wenigen Wochen kann der neue Da Vinci-Chefkoch Alexander Zerava bereits Erfolge für seine innovative italienische Küche verbuchen. Auch die Falstaff-Bewertung (83 Punkte) zeigt, dass das Team auf dem richtigen Weg ist. Wenn Zerava die Gäste mit Molekularküche-Spielereien, Nouvelle Cuisine-Zitaten oder New Scandinavian Style-Einflüssen verwöhnt, dann zeigt sich italienische Tradition in modernem Stil.

„Der Grundsatz liegt in der Frische der Zutaten, im Betonen des Eigengeschmacks und im Verzicht auf Fertig- und Chemieprodukte“, so Zerava.

Inhaber Felemon Nasan überzeugt nun mit seinem dritten Lokal – neben Campanile im 16. Be-

zirk und Leonardo im 13. Bezirk – wieder mit einem innovativen Lokalkonzept, diesmal im ersten Bezirk.

Die Gäste können die Gerichte der umfangreiche Speisekarte jetzt auch mit Freiluft-Flair genießen.

Cooler Gartengestaltung

Der neue 18 mal 3 m große Schanigarten für 56 Personen besteht aus einer Metallkonstruktion mit Holzauflege und Glasumrahmung. Sechs große Schirme sorgen für die wetterunabhängige Überdachung. Als Architekt fungierte Ernst Aichbauer, der darauf spezialisiert ist, hochwertige kunden- und trendorientierte Konzepte für Gastronomie und Hotellerie zu entwerfen. (APA)

Inns Holz Natur- & Vitalhotel Veranstaltungsteam des Hauses organisiert Rahmenprogramm für jeden Geschmack

Firmenfitness auf höchstem Niveau buchen

Ulrichsberg. Wer in Ruhe arbeiten und tagen möchte, ist im Inns Holz Natur- & Vitalhotel und Chaletdorf Böhmerwald gut aufgehoben. Egal ob Sitzungen, Seminare, Präsentationen, Businessstreffs, Events, Vernissagen oder Pressekonferenzen – Gruppen von fünf bis 50 Personen finden den richtigen Raum (zwei Seminarräume: 36 m² für 15 Personen, 160 m² für 50 Personen).

Sport und Wellness

Für Zerstreuung und Ausgleich sorgen neben den Sportmöglichkeiten der hoteleigene Wellness- und Spabereich sowie das bestens ausgestattete Fitnessstudio.

Allen Gästen stehen verschiedene Saunen, eine Infrarotkabine, ein Dampfbad, Whirlpools im Innen- und Außenbereich sowie Räume für Massage-, Kosmetik- und diverse Körperbehandlungen zur Verfügung.

Das großzügige Badehaus bietet über die Seesauna einen direkten Zugang zum Naturbadesee mit beeindruckendem Ausblick; der Outdoorpool ist beheizt.

Das professionelle Team des Hauses erfüllt gern individuelle Wünsche und organisiert vielfältige Rahmenprogramme: Alpaka-Wanderungen, Golf, Wassersport, Wandern, Laufen, Biken, etc. Veranstalter von Teambuildingevents schwören auf die Bedingungen für gruppenspezifische Programme in der Region.

Die Terrasse lädt zum Verweilen ein. In der Holzfällerhütte zaubert

der Chef des Hauses am offenen Kamin köstliche Menüs für maximal acht Personen.

Luxuriöses Chaletdorf

Die elf Chalets im Chaletdorf Böhmerwald bezaubern mit ländlichem Charme und jedem erdenklichen Luxus zur Sonderpreisen.

Das Hotel wurde mit dem HolidayCheck Award ausgezeichnet.



Erholung für Mitarbeiter: Seminare im Inns Holz in der OÖ Region Böhmerwald.

Gesunde und motivierte Mitarbeiter sind ein Erfolgsfaktor in jedem Unternehmen. Aus diesem Grund bietet das Inns Holz Programme, die das körperliche Wohlbefinden jedes einzelnen steigern können – Workshops, Vitalchecks, Kräuterwanderungen, Trainings, Gesundheitsstraßen, Vorträge, Brain-Fitness, Stressmanagement u.v.m. begleiten auf Wunsch die Seminare und Incentives zur Gänze oder teilweise.

Professionelles Coaching

Das außergewöhnliche Angebot rund um Firmenfitness und Gesundheit findet großen Anklang.

Erste Erfahrungen zeigen, dass in Sachen Motivation und Leistungsfähigkeit große Erfolge erzielt werden können.

Der bekannte Fitnesstrainer und Heilpraktiker Max Karlsböck findet für seine Programme in den großen, lichtdurchfluteten Räumlichkeiten im Vier Sterne Vitalhotel sowie in der unberührten Natur des Böhmerwalds die besten Voraussetzungen dafür. (gb)

careernetwork



© Victoria Schaffer



DEN SINN IM JOB FINDEN

Harald Pichler über Burn-out-Prävention, Mitarbeitermotivation und Work-Life **Seite 69**



FLEISSIGE BIENEN FÖRDERN

Es sind die „normalen“ Mitarbeiter, die die Unternehmen am Laufen halten **Seite 71**

MARTINA JOCHMANN
ENERGIECOMFORT



„Der Königsweg zur Selbstständigkeit“

Profil Waltraud

Martius hat

Franchising in

Österreich salon-

fähig gemacht. **Seite 68**

Marketing & Sales

Wie die WU Execu-

tive Academy ihren

Universitätslehrgang

runderneuert und noch

attraktiver macht. **Seite 70**



© Festo

NEUE LEHRBERUFE

Zusätzliche Ausbildungsangebote in Tourismus & Handwerk, Schwerpunkte auf Mechatronik und Einzelhandel. **Seite 69**

Wenn der Karrieretraum platzt Das Bildungsangebot muss erweitert werden

Auch Kicker müssen vorsorgen

Wien. Die Situation im österreichischen Fußball hat sich in den letzten Jahren massiv verändert. Oliver Prudlo, in der Vereinigung der Fußballer (VdF) für soziale Belange verantwortlich: „Jedem jungen Spieler muss heute bewusst sein, dass der Traum von der Karriere sehr schnell wieder zu Ende sein kann.“

Die Krux an der Sache: Junge Spieler werden in den Akademien bestens ausgebildet und drängen in den Profibereich. Die bestehende Jugendregelung, die Vereine der Erste Liga dazu verpflichtet, eine Anzahl junger Spieler einzusetzen, fördert diese Tendenz. Die



Fußballer müssen die Möglichkeit haben, sich für „später“ abzusichern.

Kehrseite der Medaille laut Prudlo: „Viele Spieler werden dann mit 23, 24 Jahre wieder ausgemustert und durch jüngere Spieler ersetzt.“

Vorsorgefonds für Kicker

Die VdF fordert seit Jahren mehr Weiterbildung und Berufsorientierung. Prudlo, selbst Ex-Kicker: „Aktive Fußballer müssen die Möglichkeit haben, sich für die Zeit nach dem Karriereende besser abzusichern.“ Die VdF schlägt u.a. die Installierung eines Vorsorgefonds vor, wie es in vielen europäischen Ländern schon der Fall ist. (pj)

Warnruf Diskriminierung gehört an den Unis zum Alltag

Abwertung und Witze



An den heimischen Universitäten gehört Diskriminierung zum Alltag.

Wien. Fast jeder vierte Studierende (23%) hat sich während seines Studiums bereits diskriminiert gefühlt – das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie des IHS. Überdurchschnittlich häufig betroffen sind Studierende an Kunstunis (32%), seltener jene an Fachhochschulen (17%). Frauen (27%) fühlten sich häufiger diskriminiert als Männer (18%), Lesben, Schwule, Bisexuelle und Transgender (31%) ebenfalls häufiger als der Durchschnitt. Bei den Ausländern machten Personen von außerhalb der EU (42%) häufiger Diskriminierungserfahrungen als etwa Deutsche (32%). (red)

Österreichs Franchise-Pionierin

Waltraud Martius (56) hat eine in Österreich faktisch unbekannte Idee über drei Jahrzehnte hinweg kontinuierlich gefördert und gepusht – Hunderte Franchisegeber und -nehmer wurden von ihr „entdeckt“, betreut und erfolgreich beraten.



10 Fragen

AN WALTRAUD MARTIUS

Als Kind wollte ich immer schon ...
... Um die Welt reisen.

Erfolg ist ...
... Persönliche Ziele zu erreichen und damit nicht nur sich selbst, sondern auch anderen Gutes zu tun.

Für die Karriere ist wichtig ...
... Miteinander zu arbeiten – nicht gegeneinander. Nur mit meinem Team schaffe ich tolle Projekte und zufriedene Kunden. Empfehlen uns diese Kunden weiter, ist das für meine ‚Karriere‘ das Wichtigste.

Mein Lebensmotto:
Achtsamkeit und Wertschätzung für das, was ist.

Jungen Menschen würde ich raten ...
... sich nicht entmutigen lassen von den vielen negativen Impulsen der heutigen Zeit. Sucht euch eure Vorbilder und erkennt, was sie erfolgreich macht! Oft ist es Lebensfreude, Optimismus und die Fähigkeit, Positives zu sehen und das Bedürfnis, Gutes zu tun. Der Blick nach hinten zeigt nie einen Weg nach vorne!

Die Bedeutung von Geld ist:
... nicht der zentrale Fokus meines Lebens, entziehen kann ich mich seiner Bedeutung allerdings auch nicht.

Zwei Bücher, die mich berührt haben:
... „Das Dschungelbuch“ von Rudyard Kipling und „Schicksal als Chance“ von Thorwald Dethlefsen.

Wohin ich unbedingt reisen möchte
... Überall hin ...

Woran ich glaube ...
An das Gute im Menschen!

In 20 Jahren werde ich ...
... noch gesund sein, sehr gern arbeiten und mein Wissen weitergeben.

ZUR PERSON

Waltraud Martius (geb. am 14.9.1958) **1977–82** Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Uni Innsbruck **1982** Assistentin der Geschäftsleitung, Verkaufsleitung Gössl Trachtenmoden **1983** Gründung einer GmbH gemeinsam mit Gerhard Gössl als Service-Zentrale für ausgewählte Gössl-Kunden **1983–89** GF der Service-Zentrale der Firma Gössl Trachtenmoden **1986** Durchführung des 1. Österreichischen Franchise-Tages **1989** Kauf der Franchise-Beratungslizenz „Syncon Österreich“, Gründung der Syncon Intern. Franchise Consultants **1990** Unternehmensberaterprüfung **2000** Einstieg als geschäftsführende Gesellschafterin in die Syncon Deutschland, Mitgesellschafterin und permanente Vortragende des DFI, Deutsches Franchise-Institut **2005** Eingetragene Mediatorin nach den Bestimmungen der Republik Österreich **2008** Ernennung zur Ehrenpräsidentin des öster. Franchise-Verbandes (ÖFV) **2013** Aufnahme ins internationale ASN-Netzwerk (Ashoka), Pro-Bono-Expertin. Waltraud Martius (geb. Frauenhuber) ist verheiratet, Buchautorin und u.a. Vorsitzende des Aufsichtsrats der EFM Versicherungsmakler AG.
waltraud.martius@syncon.at

PAUL CHRISTIAN JEZEK

Salzburg. Österreich war eine Franchise-*Wüste*, als Waltraud Martius diese Vertriebsidee für sich entdeckt und 1981 – mit etwas mehr als 23 Jahren – die erste Diplomarbeit zum Thema hierzulande verfasst hat.

Wobei ... „Franchise ist ja viel mehr als eine Vertriebsidee“, hält Martius fest. Und zwar? „Es geht um eine auf langfristige Zusammenarbeit angelegte Unternehmer-Partnerschaft: Vertrauen schaffen und gegenseitig Anerkennung geben – diese weichen Faktoren sind ebenso wichtig wie ein klares Konzept!“ Man kauft sich in eine erprobte Geschäftsidee ein, erwirbt betriebliches Know-how und wird von einer erfahrenen Systemzentrale in Marketing, Vertrieb und Organisation unterstützt. Auch im wichtigen Bereich der Finanzierung habe Franchising Startvorteile zu bieten, und die Beschaffung von Fremdkapital gestaltet

ZUM UNTERNEHMEN

Die **Syncon Consulting GmbH** in 5020 Salzburg und mit Sitz in München wurde 1987 gegründet und steht zu 100% im Eigentum der Geschäftsführerin Waltraud Martius. Prokuristin ist Michaela Jung, derzeit beschäftigt die Syncon sechs Personen. Das Unternehmen offeriert 14 Kernthemen, von der Franchisestrategie und der Know-how-Dokumentation bis zu Systemexpansion und Qualitätssicherung. Dazu kommen Kooperationspartner, die in ihren jeweiligen Fachbereichen die Franchiseberater der Syncon Gruppe mit spezialisierten Fachkenntnissen ergänzen.

sich oft einfacher. Martius: „Gute Systeme stellen ihren neuen Partnern eine professionelle Bankennmappe zur Verfügung – Kreditgeber können diese Zahlen und Daten sofort verwerten, bekommen ein gutes Bild vom Geschäftskonzept und können sich schnell auf die Gründer selbst konzentrieren.“

Ein Erfolgs-„Run“ beginnt

Wenn unser Land in den vergangenen drei Jahrzehnten also doch eine gewisse Franchise-„Kultur“ entwickelt hat (immer noch kein Vergleich z.B. zu den USA!), ist dies zu einem Großteil das Verdienst von Waltraud Martius. Inzwischen verdanken viele erfolgreiche heimische Unternehmen ihre österreichweite und internationale Verbreitung einem rasanten Wachstum durch Franchise-Standorte.

Von den Kunden in vielen Fällen unbemerkt, steckt hinter dem Großteil der Standorte von (alphabetisch) A1, Allianz, Body Street, EFM, Re/Max, Shape Line, Sonnentor, Team 7, Wolford, Zotter und vielen anderen keine „große“ Firma, sondern viele einzelne Unternehmer.

Ein Paradebeispiel ist immer noch McDonald’s: Als 1977 erste Standorte in Wien eröffneten, hatten nicht wenige daran gezweifelt, dass der amerikanische Burger-Laden im Land des Schnitzels jemals erfolgreich Fuß fassen wird. Sie wurden eines Besseren belehrt: Nach und nach schossen neue Filialen aus dem Boden, knappe vier Jahrzehnte später zierte das gelbe M fast jedes größere Städtchen hierzulande – und dieses rasante Wachstum ist wohl vor allem auf

die Franchise-Unternehmensstruktur zurückzuführen.

Die Strukturen auch für Hunderte (!) andere Firmen wurden durch Waltraud Martius mitbestimmt. Sie war 1986 Mitbegründerin des Österreichischen Franchise-Verbandes und hat mit ihrem Consulting-Unternehmen Syncon mehr als 1.200 Firmen in Sachen Franchising beraten und begleitet – allein im

„Franchising bedeutet Existenzgründung mit Sicherheitsnetz.“

WALTRAUD MARTIUS

Vorjahr waren es mehr als 50 Projekte, darunter „discovering hands“ als Social Franchise-System für die standardisierte Tastuntersuchung der Brust durch sehbehinderte bzw. blinde Frauen, „basenfasten“ nach der Wacker-Methode als System für Hotel- und Wellness-Betriebe oder AIS, wo mittels 24-Stunden-Betreuung hilfsbedürftigen Menschen ein Leben mit Würde und Selbstbestimmung in der gewohnten Umgebung ermöglicht wird.

Handel vor Dienstleistungen

Die „Szene“ sei weit professioneller als vor drei Jahrzehnten, lobt Martius. Mehr als 420 Franchisesysteme sind 2015 in Österreich an 8.000 Standorten vertreten; rund 61.000 Mitarbeiter sind in diesen

Betrieben tätig, rund acht Mrd. € im Jahr werden in Österreich durch diverse Franchisesysteme umgesetzt. Aus „Spartensicht“ dominiert der Handel, gefolgt vom Dienstleistungsbereich, von der Gastronomie und von der Produktion.

Vom Konzept über Systementwicklung und Know-how-Transfer bis hin zur intensiven Betreuung der Franchisepartner – heutzutage muss einfach alles bestens zusammenpassen. Und das nicht „nur“ in der Alpenrepublik, sondern auch beim großen Nachbarn, wo Martius 2014 die Syncon Cooperation gegründet hat – eine Vereinigung verschiedener Berater in Deutschland unter einem Dach, wo Experten komplementärer Fachrichtungen ein umfangreiches und qualifiziertes Beratungs-Portfolio für Franchisegeber anbieten.

„Auf der Metaebene unterstützen wir Trends und Themen rund um das Thema Nachhaltigkeit im Franchising, wie z.B. Social Franchising oder Studien zum Wissenstransfer in Franchisesystemen“, beschließt Waltraud Martius das medianet-Gespräch. „Heuer werden wir gemeinsam mit Alexander Petsche von Baker&McKenzie neben dem Intensiv-Workshop ‚Franchise-Aspekte‘ auch erstmals einen Erfahrungsaustausch unter den ‚Big Franchise Playern‘ in Österreich realisieren, unsere Seminare und Franchise-Frühstücke weiterführen und ein Buch zum Forschungsprojekt ‚Wissenstransfer und Innovation in Franchise-Systemen‘ gemeinsam mit der Privatuniversität Seeburg präsentieren.“
www.franchise.at
www.syncon.at

AmCham Harald Pichler referierte über Sinnfragen des heutigen Wirtschaftens – vor allem, was den Job betrifft

Der Sinn am Arbeitsplatz

Gestaltbarkeit als Burn-out-Prävention, Mitarbeitermotivation durch sinnstiftende Tätigkeiten.

Wien. Erfolg allein macht nicht glücklich – das war die Quintessenz eines Vortrags von Harald Pichler, Berater am Viktor Frankl Zentrum Wien für Mitarbeiterführung. Auf Einladung von AmCham Austria-Präsident Norbert B. Lessing referierte Pichler im Hilton Vienna am Stadtpark über die Sinnfrage in unserem heutigen Wirtschaftssystem.

Spaßfaktor ist unerheblich

„Personen, die einer ehrenamtlichen Tätigkeit nachgehen, sind vielfach glücklicher als hochdotierte Manager, denen der Sinn in ihrer Tätigkeit fehlt“, erklärte dazu Pichler. „Es war bereits das Credo Viktor Frankls, dass es nichts auf der Welt gibt, das einen Menschen so sehr befähigt, äußere Schwierigkeiten zu überwinden, wie das Wissen, eine Aufgabe im Leben zu haben.“ Pichler distanzierte sich klar von der Forderung, dass ein Job Spaß machen müsse. Einem Feuerwehrmann mache es sicherlich keinen Spaß, sein Leben auf Spiel zu setzen, um andere Leute zu retten. „Aber es macht *Sinn* und ist somit erfüllend.“ Darüber hinaus räumte Pichler auch mit der heute so immanenten Forderung nach Work-Life-Balance und der Trennung von Beruf und Privatleben auf. Die beste Burn-out-Prävention für Mitarbeiter ist demnach nicht, Berufliches im privaten Alltag komplett auszuschalten, sondern Rahmenbedingungen



© privat

zu schaffen, die eine gewisse individuelle Gestaltbarkeit ermöglichen – und ein Verständnis für den Sinn der Tätigkeit.

Dünger fürs Gehirn

„Ein Mitarbeiter, der die Sinnhaftigkeit seiner Tätigkeit erkennt, ist bereit, höhere Leistungen zu

erbringen und motiviert, belastende Situationen durchzustehen“, erklärt Pichler das Potenzial, das eine zeitgemäße Mitarbeitermotivation für Unternehmen hat. Da das Sinnerlebnis jedoch individuell und situativ ist, gibt es keine einheitliche Strategie, Mitarbeiter durch Sinnstiftung zu motivieren. In Anlehnung an den deutschen

Harald Pichler erklärte, worauf es im (Berufs-)Leben wirklich ankommt.

Neurobiologen Gerald Hüther verbindet er die Sinnfrage mit der Forderung nach *Begeisterung*: „Begeisterung ist Dünger für das Gehirn.“ Mitarbeiter, die, basierend auf einem gemeinsamen Wertekatalog, ein einheitliches Ziel verfolgen, tragen eine Unternehmenskultur, die auch externe Anspruchsgruppen, insbesondere Kunden, schätzen, und die letztlich zum Erfolg des Unternehmens beiträgt. Im Anschluss an den Vortrag, „der uns alle nachdenklich gemacht und berührt hat“, hieß Daniela Homan, Generalsekretärin der AmCham Austria, die neuen Mitglieder, Sabre Austria GmbH und LieberLieber Software GmbH, im Netzwerk willkommen. Dann berichtete sie über Neuigkeiten der Netzwerkpartner DHL und PwC. „Wir gratulieren DHL Express zur Auszeichnung beim diesjährigen Stevie Award in Silber und Bronze in den Kategorien ‚Sales Process of the Year‘ und ‚Telesales Team of the Year‘“, so Homan.

Weibliche Millennials

Darüber hinaus wurde der PwC-Report über weibliche Millennials vorgestellt, der Frauen zwischen 20 und 35 Jahren in 75 Ländern zu ihrer Einstellung zur Arbeitswelt und Karriere befragte. (pj)

SHORT

Masterday an der FH Campus Wien



© FH Campus Wien

Do., 24.4., ab 16 Uhr: FH Campus, 1100 Wien, Favoritenstraße 226.

Wien. Beim Master Day der FH Campus Wien am 24. April steht wieder die akademische Weiterbildung im Mittelpunkt. Ab 16 Uhr wird zur Beratung und Information zum gesamten Master- und Lehrgangsangebot der Fachhochschule eingeladen. Im Foyer offerieren Lehrende und Studierende individuelle Beratung und Information zum Masterangebot. Zusätzlich gibt es folgende Infovorträge: 16.30–17.30 Uhr: zum Masterlehrgang Biomedizinische Analytik 18–19 Uhr: zu Ausbildungsmöglichkeiten am Department Bauen und Gestalten 18–19 Uhr: zum Masterstudium Sozialraumorientierte & Klinische Soziale Arbeit. (red)

Aus „Linde-Seminare“ wird „Lindecampus“



© Linde Verlag/Press

Linde Verlag-Geschäftsführer Eduard Müller: „Einfach mehr wissen!“

Wien. Alles neu macht in diesem Fall der April: Unter der Marke „Lindecampus“ bzw. unter dem Motto „Einfach mehr wissen!“ bietet der Linde Verlag eine Plattform für exklusiven Wissenstransfer und gemeinsamen Austausch. Die Bandbreite der Veranstaltungsformate hat sich dabei in den letzten Jahren stark erweitert. Hinzugekommen sind neue Formate wie zum Beispiel Live- und On-Demand-Webinare Business-Breakfasts und zertifizierte Lehrgänge. Außerdem ist auch der Kreis der Kooperationspartner stetig gewachsen. Der Linde Verlag arbeitet u.a. gemeinsam mit dem Wifi, der FH Campus Wien und der Donau-Universität Krems an neuen Weiterbildungsformaten. (pj)

Focus Das größte Lehrberufspaket seit den 1980er-Jahren enthält 18 neue bzw. modernisierte Ausbildungsordnungen

Vier plus zwei ganz frische Lehrberufe



© Fesko

Vor kurzem wurde das Lehrberufspaket 2015 in die Begutachtung versandt.

Wien. Das aktuelle Lehrberufspaket enthält die vier neuen Lehrberufe Hotelkaufmann (Rezeptionist), Medizinproduktekaufmann, Ofenbau- und Verlegetechniker (als Kombination der Berufsbilder Hafner sowie Platten- und Fliesenleger) sowie Zimmereitechniker.

Für Hightech-Berufe

Zudem werden zwei neue Modul-Lehrberufe eingerichtet:

- Die neue Labortechnik besteht aus den Hauptmodulen Chemie, Lack- und Anstrichmittel und Biochemie sowie dem Spezialmodul Labor-Automatisierung.
- Der neue Modullehrberuf Mechatronik umfasst die Hauptmodule Automatisierungstechnik, Elek-

tromaschinenteknik sowie Büro- und EDV-Systemtechnik (statt bisheriger mechatronischer Einzellehrberufe) plus Spezialmodule Robotik und SPS-Technik. Darüber hinaus werden zwölf Lehrberufe modernisiert: Einzelhandel, Geoinformationstechnik, Gold- und Silberschmied sowie Juwelier, Hafner, Land- und Baumaschinenteknik, Metallurgie- und Umformtechnik, Platten- und Fliesenleger, Prozesstechnik, Reinigungstechnik, Stuckateur und Trockenausbauer, Textilgestaltung und Zimmerei. Darüber hinaus soll der Ausbildungsversuch „Hufschmied“ nach einer positiven Evaluierung in einen regulären Lehrberuf übergeleitet werden. (pj)

jobbörse

Die Auf- und Umsteiger der Woche im Kurzporträt.



© Reed Exhibitions/C. Huser

B. Binder-Kriegelstein
Reed Exhibitions
Am Standort Wien hat Benedikt Binder-Kriegelstein (37) als operativer Geschäftsführer die Verantwortung für die Eigenmessen von Reed Exhibitions Messe sowie für österreichweites Marketing, Database und Digital Services übernommen.



© Victoria Schaffler

Martina Jochmann
Energiecomfort
Martina Jochmann (54) wird zur alleinigen Geschäftsführerin von Energiecomfort bestellt. Die Juristin ist seit 1997 bei Energiecomfort tätig und will den Fokus auf den noch stärkeren Ausbau des Facility-Management-Geschäfts legen.



© Eke Mayr

Michael Robl
Henkel CEE
Michael Robl (46) hat als Vice President den Geschäftsbereich Beauty Care Retail der Henkel CEE übernommen. Der gebürtige Linzer leitet damit von Wien aus das Business für Marken wie Fa, Syoss oder Schwarzkopf in Zentral- & Osteuropa.



© SES/eva trifft

Verena Wegscheider
Shopping-Center Forum 1
Verena Wegscheider (32) hat die Leitung des Salzburger SES-Einkaufszentrums Forum 1 übernommen und folgt Beatrix Marvan nach. Wegscheider war 2006 in den Spar-Konzern eingetreten und 2014 zur Konzernschwester SES gewechselt.

SHORT**FH OÖ: In die weite Welt hinaus**

Doris Hummer: Internationalisierung der Ausbildung an der FH OÖ.

Linz. 2014 studierten an der FH OÖ fast zehn Mal so viele internationale reguläre Studierende wie 2003, nämlich 558; 2003 waren es noch 57.

Auch immer mehr österreichische Studierende der FH OÖ zieht es ins Ausland: Waren es 2003 noch 349, so studierten 2014 schon 611 für ein oder mehr Semester an einer der rund 240 Partnerhochschulen im Ausland.

„Internationalität und Welt-offenheit sollen von früh an verankert werden – das ist wichtig für ein exportorientiertes Land wie Oberösterreich!“ kommentiert Bildungs-Landesrätin Doris Hummer. (pj)

Ministerpreis für das WU-Mobilitätsnetzwerk

Prag. Am 9.4. wurde der GEEPUS-Ministerpreis im Rahmen einer feierlichen Zeremonie an die Wiener Wirtschaftsuniversität für „Amadeus“ als erfolgreichstes akademisches Netzwerk innerhalb von CEEPUS (Central European Exchange Program for University Studies) verliehen.

Das Netzwerk Amadeus war eines der ersten, das im Studienjahr 1994/95 unter dem Dach von CEEPUS initiiert wurde. Es umfasst heute 14 Unis in 12 Ländern; rund 400 Studierende sowie 100 Lehrende haben an Amadeus-Austauschprogrammen teilgenommen. (red)

Es gibt fast 10 Mio. € für gute Studienerfolge

Exzellente Studienleistungen werden mit 9,6 Millionen € gefördert.

Wien. Die Leistungs- und Förderstipendien 2015 sind ein zusätzlicher Anreiz für Studierende mit hervorragenden Studienleistungen an (Privat-)Unis, FHs und Theologischen Lehranstalten. Ausbezahlt werden mindestens 750 €, die Obergrenze beträgt 1.500 € pro Jahr.

Voraussetzungen für die Zuerkennung sind u.a. Einhaltung der Mindestdauer des jeweiligen Studienabschnitts sowie ein Notendurchschnitt nicht schlechter als 2,0 (wobei die einzelnen Institutionen strengere Regeln festlegen dürfen). Im Studienjahr 2013/14 wurden 10.746 Leistungs- und 526 Förderstipendien vergeben – diesmal hat das Wissenschaftsministerium 9,6 Mio. € budgetiert.

Curriculum Ein umfassender Relaunch soll den Universitätslehrgang ab Herbst noch attraktiver machen

WU Executive Academy erneuert Werbelehrgang

Neues Format, neue Inhalte und neuer Name für den Universitätslehrgang Marketing & Sales.

PAUL CHRISTIAN JEZEK

Wien. Mehr als 4.500 Absolventen wurden in den vergangenen 65 Jahren von renommierten Universitätsprofessoren und Top-Managern zum „Akademischen Marketing & Sales Manager“ berufsbegleitend und praxisbezogen ausgebildet und prägen nun die Marketinglandschaft in Österreich.

„Marketing ist schon seit langem viel mehr als nur Werbung und wird heute als ganzheitliche Führungskonzeption eines markt- und kundenorientierten Unternehmens verstanden“, sagt Dieter Scharitzer, Lehrgangsleiter des Programms und Assistenzprofessor am Institut für Marketing Management an der WU. „Bei der Neugestaltung des Universitätslehrgangs haben wir speziell auf die enge Verzahnung von Marketing und Sales geachtet. Unsere Studierenden lernen, welches enorme Potential frei wird, wenn diese beiden so zentralen Bereiche eng zusammenarbeiten und an einem Strang ziehen. Denn: Das Ziel jedes Unternehmens ist es, Kunden zu gewinnen und zu halten, und das geht nur gemeinsam. Marketing kennt den Markt und präsentiert das Angebot – Sales hat den Draht zu den Kunden und macht den Abschluss!“

Die neuen Inhalte

Inhaltlich besticht das Programm mit seinem ganzheitlichen Ansatz, bei dem die Bereiche Marketing, integrierte Kommunikation und Sales gleichwertig im Vordergrund stehen. „Von der Idee zum Konzept, über die Strategie in die Umsetzung, von der Promotion zum erfolgreichen Vertragsabschluss – diesen Spannungsbogen umfasst der Universitätslehrgang Marke-



© WU Executive Academy/VonZett Photography

Ab Herbst 2015 wird der Universitätslehrgang Marketing & Sales mit vielseitigen inhaltlichen und formellen Neuerungen punkten.

ting & Sales und anhand dieses roten Fadens haben wir unsere Ausbildungsinhalte konzipiert“, sagt Scharitzer. „Wir verbinden bewährtes Wissen und Erfahrungen unserer Vortragenden mit aktuellsten Entwicklungen zu einem zukunftsfähigen Aus- und Weiterbildungsprogramm für Menschen in Marketing und Sales.“

Zusätzlich zu grundlegenden theoretischen Inhalten und Konzepten bietet das Curriculum den Teilnehmern einen starken Praxisbezug. So wurde beispielsweise die neue Kampagne „Extrem begehrt!“, die dem Relaunch des Lehrgangs

zugrunde liegt, von Studierenden im Rahmen ihrer Abschlussarbeit entwickelt.

Studieren am Wochenende

Neben den inhaltlichen Neuerungen wurde auch das Format grundlegend geändert. Die Unterrichtseinheiten finden ab Herbst in geblockten Modulen an Freitagnachmittagen und Samstagen statt. Die neuen Zeiten ermöglichen eine noch bessere Integration der Weiterbildung in den Berufsalltag und kommen speziell Teilnehmern entgegen, die nicht in Wien wohnen.

Das neue Format bietet auch nach dem Abschluss des Programms noch Vorteile: Der Universitätslehrgang Marketing & Sales kann zur Gänze für das Universitätsstudium Diplom BetriebswirtIn angerechnet werden. Durch diesen nahtlosen und ab sofort unkomplizierteren Übergang können Absolventen des Programms diese neue berufsbegleitende Alternative eines Bachelorstudiums an der WU in nur drei zusätzlichen Semestern abschließen.

Lesen Sie ein Interview mit Lehrgangsleiter Dieter Scharitzer in einer unserer nächsten Ausgaben!

WM Würth unterstützt die besten Fachkräfte Österreichs

Werkzeug für die WorldSkills 2015

Böheimkirchen. Die Berufsweltmeisterschaften 2015 finden vom 11. bis 16. August in Brasilien statt. Fünf Damen und 30 Männer aus Österreich kämpfen bei den 43. WorldSkills um einen Platz an der internationalen Spitze. Rund 1.000 Teilnehmer aus über 70 Nationen werden in knapp 50 verschiedenen Berufen in Sao Paulo ihre Fertigkeiten unter Beweis stellen.

15 Teilnehmer aus unternehmensnahen Branchen bereiten sich



WorldSkills-Teilnehmer bereiten sich mit Würth-Werkzeug auf die Berufs-WM vor.

mit Würth-Werkzeug auf die Wettbewerbe vor, darunter Michael Haydn und Alexander Hiesberger aus Niederösterreich, die als Doppel-Team im Beruf Betonbau antreten. Sie fiebern bereits ihrem ersten Brasilien-Aufenthalt entgegen, immerhin ist der Wettkampf vor ca. 200.000 erwarteten Besuchern an vier Wettbewerbstagen eine einzigartige Ausnahmesituation. Ihr Vorteil: Sie vertrauen sich blind. „Wir sind eingespielt und müssen uns nichts erklären; sollte einer von uns unter Stress geraten, können wir uns gegenseitig weiterhelfen“, so die beiden Weltmeister-Anwärter.

Welt- und Werkmeister

Das hohe Niveau und die Leistungsbereitschaft der beiden Strabag-Mitarbeiter wurden schon während ihrer Ausbildung im Lehrbauhof erkannt; bei den Staatsmeisterschaften konnten sie sich gegen insgesamt sechs Teams durchsetzen.

Beide haben auch nach der Weltmeisterschaft klare Ziele, nämlich Werkmeister zu werden. (pj)

Zentralmatura Für Externisten frühestens 2018

Eine Zielgruppe wurde vergessen

Wien. Das Chaos rund um den Zentralmatura-Probelauf 2014 ist noch im kollektiven Gedächtnis, Anfang des Jahres 2015 startete die Zentralmatura – wieder mit Pannen – erstmals an den AHS, 2016 folgen die berufsbildenden höheren Schulen (BHS).

Nach wie vor ausgenommen von der neuen Form der Reifeprüfung sind jedoch Externisten. Für sie gibt es derzeit noch keine zentrale Reifeprüfung – und das aus einem



Die neue Form der Reifeprüfung ist für Externisten frühestens 2018 vorgesehen.

einfachen wie gleichermaßen skurrilen Grund: „Die Externisten wurden bei der Einführung der Zentralmatura schlichtweg vergessen. Dabei legen unsere Schüler ihre Reifeprüfung seit jeher bei externen Prüfungskommissionen ab“, sagt Matthias Roland, Leiter der Maturaschule Dr. Roland.

Auch keine VWA

Nach Rücksprache mit dem Ministerium und dem Stadtschulrat wird die Zentralmatura für Externisten frühestens 2018 eingeführt – und selbst dann wird sie nur jene Schüler betreffen, die dann erst mit der AHS-Matura starten.

„Unsere Schüler müssen in einem Bescheidantrag angeben, in welchen Fächern sie zur mündlichen und schriftlichen Matura antreten werden; von einer vorwissenschaftlichen Arbeit (VWA) ist darin noch keine Rede“, ergänzt Roland.

Wer also bis 2018 in die Maturaschule wechselt, profitiert von einer entsprechenden Übergangsfrist und kann seine Matura noch nach dem alten System abschließen. (red)

Mitarbeiterführung Auf die „fleißigen Bienen“ kann man sich bestens verlassen – sie stärken das Rückgrat des jeweiligen Unternehmens

„Normale“ viel stärker beachten

Es sind die Mitarbeiter, die schlicht ihre Aufgaben erfüllen, die den Betrieb am Laufen halten.

HANS-PETER MACHWÜRTH

Wien. Die Aufmerksamkeit vieler Führungskräfte konzentriert sich im Betriebsalltag auf folgende Mitarbeitergruppen:

- die Low-Performer – also die Mitarbeiter, deren Arbeitseinstellung und -verhalten nicht den Erwartungen entspricht, weshalb man ihnen regelmäßig „auf die Füße treten“ muss. Und auf
- die High-Performer – also die Mitarbeiter, die fachlich fit und hochmotiviert sind und bei Bedarf auch eigenständig neue Problemlösungen entwerfen. Denn diese Mitarbeiter sind meist recht selbst- und karrierebewusst. Außerdem fordern sie von ihren Führungskräften Information und wenn nötig aktiv eine Unterstützung.

Die „fleißigen Bienen“

Recht wenig Beachtung schenken die Führungskräfte hingegen meist den „grauen Mäusen“, die kompetent und ausdauernd sowie ohne große Forderungen zu stellen ihre Arbeit verrichten. Sich mit diesen Mitarbeitern zu befassen, besteht für die Führungskräfte auch kein Anlass: Sie funktionieren ja ...

Dabei bestünde hierzu Anlass. Denn die „grauen Mäuse“ oder treffender formuliert „fleißigen Bienen“ machen in der Regel mindestens zwei Drittel der Beschäftigten aus. Sie sind zudem zwar nicht das Herz und Hirn, aber das Rückgrat jedes Unternehmens. Und sie leisten aufgrund ihrer Zahl und Zuverlässigkeit meist den größten Beitrag zur Wertschöpfung der Organisation. Also sollten Führungskräfte diesen Mitarbeitern die verdiente Beachtung schenken – auch wenn es darum geht, die Leistung ihres Bereichs zu steigern.

Zum Steigern ihrer Leistung sind die „fleißigen Bienen“ in der Regel fähig und bereit. Unter folgenden Voraussetzungen:

- Ihre Führungskraft nimmt die (Leistung der) „fleißigen Bienen“ überhaupt wahr und wertschätzt sie,
- sie sucht den Dialog mit ihnen und
- ihre Anforderungen und Erwartungen sind realistisch.

Ein starkes Rückgrat

Anders ist es, wenn Führungskräfte die „fleißigen Bienen“ mit überzogenen Forderungen konfrontieren wie: „Im kommenden Jahr muss Ihr Output um 50% steigen.“ Eine solche Forderung wird als Affront erlebt. Nicht nur, weil die „fleißigen Bienen“ sie als Ausdruck mangelnder Wertschätzung ihrer bisherigen Arbeit erfahren, sondern auch weil sie wissen: Wenn ich diese Vorgabe auch nur annäherungsweise erfüllen möchte, dann bedeutet das so viel Mehrarbeit, dass ich noch spätabends hier sitze, wenn mein Lebenspartner die Kinder ins Bett bringt.

Das heißt: Die „fleißigen Bienen“ erleben einen so überzogenen Anspruch auch als mangelnde Rücksichtnahme auf ihre persönlichen Interessen. Also beginnen sie (innerlich) zu rebellieren und zu opionieren. Das heißt, das Rückgrat der Organisation wird geschwächt.

Anders reagieren diese Mitarbeiter jedoch, wenn sich eine Führungskraft mit ihnen zusam-

men setzt und z.B. sagt: „Frau (oder Herr) Müller, Sie haben bisher von 100 Angeboten im Schnitt 27 in Aufträge umgewandelt – eine gute Quote! Erachten Sie es unter gewissen Umständen als möglich, im Schnitt 30 von 100 Angeboten zu Aufträgen zu machen?“ Dann antwortet jede „fleißige Biene“: „Unter gewissen Voraussetzungen ja“.

Also steht die Führungskraft „nur“ noch vor der Herausforderung, mit dem Mitarbeiter zu klären, was die „Voraussetzungen“ sind. Das können die unterschiedlichsten Dinge sein. „Wenn ich besser im Verhandeln geschult wäre, ...“, „Wenn ich mehr Ent-

scheidungsspielräume hätte, ...“ „Wenn ich ...“ Die Aufgabe der Führungskraft ist es dann, die nötigen Voraussetzungen zu schaffen. Tut sie dies, kann sie sich auf die „fleißigen Bienen“ verlassen – auch weil diese im Kontakt mit ihrer Führungskraft die Erfahrung gesammelt haben:

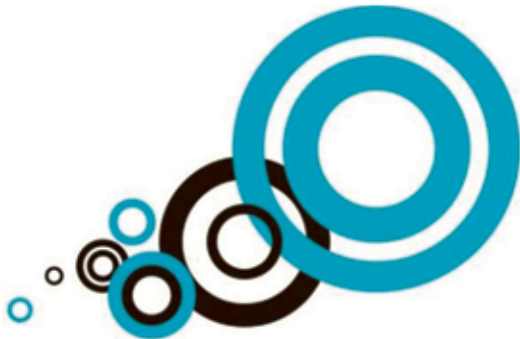
- Ich und meine Leistung werden wahrgenommen und wertgeschätzt.
 - Mein „Chef“ fordert nichts von mir, was unrealistisch ist. Und:
 - Er bietet mir die nötige Unterstützung.
- Ungeachtet dessen sollte die Führungskraft am Ball bleiben

– also regelmäßig die einzelnen Mitarbeiter fragen „Wie läuft’s? Schaffen Sie es?“ Und wenn das Signal „Nein“ oder „Ich weiß nicht“ lautet? Dann sollte man dem Mitarbeiter das Angebot unterbreiten: „Lassen Sie uns noch mal zusammensitzen und ...“. Das ist wichtig! Denn selbst wenn die vereinbarten Ziele realistisch sind, dann setzt ihr Erreichen bei dem betreffenden Mitarbeiter doch ein teilweise verändertes Verhalten voraus. Das heißt, er muss punktuell seine „Komfortzone“ verlassen. Das fällt vielen „fleißigen Bienen“ schwer. Also benötigen sie eine angemessene Unterstützung.



Hans-Peter Machwüth ist GF der international agierenden MTI Consultancy.

Petra Falk
Sprech-, Stimm- und Kommunikationstraining
Getreidemarkt 3/1/Top 8, 1060 Wien
mobil: +43(0)699 11 520 570
mail: petra.falk@sprechtraining.at



sprechtraining.at
prägnant - präsent - am Punkt

Sprech-, Stimm- und Kommunikationstraining für

- hohe Präsenz beim Sprechen
- mehr Prägnanz in den Botschaften
- eine sauberere Aussprache
- eine festere und lautere Stimme
- kompetenteres Auftreten





Extrem begehrt!

Der Universitätslehrgang Marketing & Sales^{WU}

- › Der „neue“ Werbelehrgang
- › Neues Format – geblockte Module Freitag nachmittags und Samstag ganztägig
- › Parallel zur beruflichen Karriere
- › 18 Monate kompakte und praxisbezogene Weiterbildung

Infoabend
6. Mai 2015, 18 Uhr
Welthandelsplatz 1
1020 Wien

ulg@wu.ac.at, +43-1-313 36-4816, www.executiveacademy.at/ulg

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**