



WOHIN DIE REISE GEHT

Tourismus heute und morgen

Wirtschaft

- Wachstum: Fluch oder Segen?
- Hausaufgaben für UnternehmerInnen
- Außenwirtschaft (Brexit, China, BIH)
- Compliance

Ökologie

- Tourismus-Best-Practices
- Bedeutung der Bienen

Bildung und Kultur

- Schule in Bewegung
- Alpbach-StipendiatInnen

Gesundheit

- Eine Stadt, die atmet
- Wohnen im Alter

Bedeutung für Wirtschaft, Gesellschaft, Freiheit und Frieden

- Digitalisierung
- Tourismus-Jobs in Veränderung
- Migration und Integration
- Tourismus und Ethik
- Social- und Incentive-Tourism
- Barrierefreier Tourismus
- Best- & Silver-AgerInnen



SENAT DER
WIRTSCHAFT

MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT.

MEHR FREIRAUM,
MEHR WIR.

Genießen Sie gemeinsame Momente, persönlichen Service und legeren Luxus an Bord des laut Berlitz Cruise Guide 2018 besten Kreuzfahrtschiffes der Welt. Die EUROPA 2 bietet Ihnen mehr Platz als jedes andere Schiff, um sich Ihre individuellen Wünsche zu erfüllen. Fernweh geweckt? Besuchen Sie uns auf hl-cruises.at/auszeit



WOHIN GEHT DIE REISE?

Eines der Kennzeichen unserer Zeit ist die ungeheure Mobilität, der wir uns nicht nur aufgrund des technologischen Fortschritts, der vermehrten medialen Information, aber auch infolge der inneren Unruhe heute hingeben. Positiv ist die Neugierde, die damit verbunden ist, weil wir dadurch mehr lernen!

Mehr lernen? Ich bin mir nicht ganz sicher, ob wir unsere Erfahrungen des Reisens dahingehend auch nutzen, um zu wissen, wo wir überhaupt gewesen sind, was die Menschen dort denken und was ihnen wichtig ist. Natürlich gibt es alle möglichen Erzählungen über schöne touristische Objekte und auch kulinarische Erfahrungen etc., gleichzeitig aber entstehen ganz eigentümliche touristische Landschaften, wie sie im Extremfall in Mallorca durch deutsche Urlauber existieren. Natürlich ist es auch eine Frage des Umfangs des Reisens bzw. der Nutzung von Landschaften durch touristische Gegebenheiten. Wir kennen alle die Diskussion, was unsere Alpen im Hinblick auf das Schifahren noch aushalten bzw. wie die damit auch verbundene Bautätigkeit manches verändert, was nicht immer unbedingt zur Schönheit beiträgt.

Diese Kritiken seien hier angeführt, weil sie existieren, man sich damit auch auseinandersetzen soll und ich will die die Frage nach dem Maß aller Dinge eröffnen. Ist es wirklich sinnvoll, in möglichst kurzer Zeit viele Meilen hinter sich zu bringen? Kann man wirklich noch von touristischer Erfahrung sprechen, wenn man in riesen Schiffen vor dem Markusplatz in Venedig ankert oder in Dubrovnik gleich die halbe Küste damit zudeckt? Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen, wäre aber nicht sinnvoll, weil es immer auch zur Eigenheit des Menschen zählt, in die eine oder andere Richtung maßlos zu werden. Das richtige Maß zu setzen, ist von ungeheurer Wichtigkeit, wobei ich nach wie vor dafür eintrete, dass wir „fern“reisen, denn auf diese Weise erobern wir uns unsere Welt. Was ist aber die Welt? Ist es nur eine geographische, allenfalls kulturelle Kenntnis? Sind dabei auch Menschen eingeschlossen und Beziehungen zu sozialen und wirtschaftlichen Verhältnissen? Erkennen wir, was gemeinsam und was unterschiedlich ist? Wissen wir, was wir davon lernen können oder von uns aus an andere abgeben, die auch davon profitieren?

Die Frage des Reisens und des Tourismus müssen wir Österreicher sehr ernst nehmen, denn wir sind auf diesem Gebiet quasi „Weltmeister“, sowohl als Reisende, als auch als ein Land in dem solche ankommen.

Damit sind auch europäische Fragen verbunden. Zum Beispiel die des Ausbaus der Infrastruktur. Können wir uns auf Autobahnen, mit Zügen, Flügen etc. entsprechen bewegen? Wie werden wir aufgenommen? Gibt es neuerdings nicht wieder viele Grenzkontrollen und Warteschlangen, am Walserberg, in Passau, am Brenner und in Kufstein? Verwechseln wir nicht manchmal die Migrationsfrage mit Tourismus? Wobei man für Österreich wohl auch sagen muss, dass viele MigrantInnen dazu beitragen, dass wir die Nachfrage nach Tourismus in Österreich selbst überhaupt bewältigen können. Auch dies kann man nicht davon trennen, wie wir heute mit dem Tourismus umgehen bzw. wohin die Reise unseres Kontinents Europa geht. Eins muss aber dem vorangestellt werden: Reisen ist ein Ausdruck der Neugierde! Neues kennenzulernen ist eine der Grundbefindlichkeiten der Menschen. Wir leben in einem Zeitalter, wo wir noch damit beschenkt sind, die Neugierde auch umsetzen zu können und damit unseren Horizont zu erweitern. Tun wir alles dazu, damit es dabei bleibt, vor allem aber, dass es in einer würdigen und eindrucksvollen Weise geschieht, von der alle, die davon betroffen sind – aktiv wie passiv – auch wirklich etwas davon haben. Gute Reise!

Dr. Erhard Busek

Präsident SENAT DER WIRTSCHAFT, Österreich





SCHWERPUNKTTHEMA WOHIN DIE REISE GEHT



06 WOHIN GEHT DIE REISE? BM Elisabeth Köstinger	26 SIND KREUZFAHRten MORALISCH VERTRETBAR? Karl J. Pojer
10 TOURISMUS: WIRTSCHAFTSTURBO MIT ZUKUNFT Michaela Reitterer	28 TOURISMUS UND ETHIK – EIN WACHSENDER KONFLIKT? Mag. Gerhard Grabner
12 WAS HAT FREIHEIT UND FRIEDEN MIT REISEN ZU TUN? MEP ret. Dr. Hannes Swoboda	30 INCENTIVE TRAVEL UND SOCIAL-TOURISM: WOHIN GEHT DIE REISE? Werner Widauer
14 NEUES ER“FAHREN“ ALS BASIS FÜR UNSER MITEINANDER Hans Harrer	34 FINANZIERUNG IM TOURISMUS NEU DENKEN Rainer Schönfelder
16 UNTERNEHMENSSICHERHEIT IM TOURISMUS Wolfgang Helpa	36 WENN DIE BEHINDERUNG DAS URLAUBSZIEL BESTIMMT Mag. Klaus Candussi
18 WELCHE CHANCEN DIE DIGITALISIERUNG FÜR DIE BRANCHE BEREITHÄLT Dominik Mayer	38 DÜRFEN UND MÜSSEN SICH MITARBEITERINNEN IM TOURISMUS AUCH WOHLFÜHLEN? Mag. a Ulrike Amon-Glassl & Markus Glassl, Bakk. techn.
20 DIE CHANCE DER MIGRATION UND INTEGRATION FÜR DIE HOTELLERIE Generaldirektor Horst Mayer	41 ROHDIAMANT IM WIRTSCHAFTSGEFÜGE Mag. a Karin Keglevich-Lauringer
24 WENN SICH JOBBILDER IM TOURISMUS VERÄNDERN – UND WO ES AUF BEWÄHRTES ANKOMMT Mag. Niclas Wright	42 WENN BEST- UND SILVER-AGER/INNEN REISEN Thomas Morgl, MBA

WIRTSCHAFT



44 WIRTSCHAFTSWACHSTUM: NOTWENDIG, SCHÄDLICH ODER BEIDES? Dr. Manfred Drennig
49 UNTERNEHMENSFINANZIERUNG IST DIE FOLGE ERLEDIGTER HAUSAUFGABEN! Alon Shklarek
52 EQUAL PAY –EIN THEMA FÜR DIE WIRTSCHAFT? Mag. a Christa Kirchmair



AUSSENWIRTSCHAFT

54 DIE 7 TODSÜNDEN IM INTERNATIONALEN VERTRAGSRECHT Dr. in Alix Frank-Thomasser MMag. Franz J. Heidinger, LL.M. (Virginia)
60 BREXIT: DIE KONSEQUENZEN FÜR DIE SICHERHEIT DER EUROPÄISCHEN UNION Botschafter a.D. Dr. Alexander Christiani
63 CHINA: 7 TAGE, 3 STÄDTE, 8 UNTERNEHMENSBESUCHE UND 4 FOREN Simon Frank
67 DER SENAT DER WIRTSCHAFT ERÖFFNET IN BOSNIEN-HERZEGOWINA

MITTELSTANDS-ALLIANZ



66 BANKEN IM WÜRGEGRIFF DES STAATES

Hans Harrer

68 COMPLIANCE IM MITTELSTAND

Mag. a (FH) Andrea Hollander, CSE

ÖKOLOGIE



DER GRÜNE STURM DER MOBILITÄT IM TOURISMUS

Philip Zimmermann - Richard Hirschhuber

TIROLER NACHHALTIGKEITSTOURISMUS AM PRÜFSTAND

Peter Unterlechner

WENN DIE IT AUF REISEN GEHT UND EIN ZWEITES LEBEN ERHÄLT

Ing. Kurt Essler

JEDER KANN ETWAS FÜR BIENEN TUN!

Dipl.-Ing. Frank Weiß

BILDUNG



84 ENGAGEMENT MIT UND FÜR DEN CLUB ALPBACH NÖ

Dipl.-Ing. Dr.techn. Johanna Grames

86 SCHULE IN BEWEGUNG

HR Mag. Wilfried Nagl

GESUNDHEIT



WENN „WOHNEN IM ALTER“ ZUM THEMA WIRD

Dir. Brigitta Hartl-Wagner

EINE NEUE PERSPEKTIVE FÜR MUKOVISZIDOSE-PATIENTINNEN

Dr. Maria Dietrich & Mag. Chris Müller

SENATS-AKTIVITÄTEN



94 SENATS-AKTIVITÄTEN

Rück- und Ausblicke

WIRTSCHAFTS-NEWS



103 WIRTSCHAFTS-NEWS

Top-Informationen aus Top-Unternehmen



BM Elisabeth Köstinger /

Bundesministerin für Nachhaltigkeit und Tourismus

WOHIN GEHT DIE REISE?

TOURISMUS HEUTE UND MORGEN AUS DER SICHT DER BUNDESMINISTERIN

Die Bedeutung des Wirtschaftszweiges Tourismus wird durch die Bundesregierung auch dadurch hervorgehoben, dass ein Bundesministerium diesen Begriff im Namen führt. Daher wurde die Bundesministerin für Nachhaltigkeit und Tourismus, Elisabeth Köstinger, gebeten, im Interview mit Jochen Ressel zu aktuellen Fragen Stellung zu nehmen und einen Einblick in die Sichtweise der Bundesregierung auf diesen wichtigen Bereich zu geben.



Frau Bundesminister, erstmals nimmt der Tourismus einen prominenten Platz in der offiziellen Bezeichnung eines Ministerium ein. Warum ist es der Bundesregierung besonders wichtig, damit ein Zeichen zu setzen?

Der Tourismus hat für Österreich, speziell für den ländlichen Raum, enorme Bedeutung. Die Erfolge der Vergangenheit sind gut, wir müssen aber den Tourismusstandort Öster-

reich stetig weiter entwickeln, um ihn zukunftsfit zu machen. Die Schaffung eines eigenen Tourismusministeriums ist mehr als ein Symbol. Im Arbeitsprogramm der neuen Regierung

finden sich zahlreiche Maßnahmen, um Urlaub in Österreich auch in Zukunft zur Erfolgsgeschichte zu machen.

Sie kommen gerade aus China zurück und haben dort Gespräche mit wichtigen EntscheidungsträgerInnen im Hinblick auf den Tourismus geführt. Wie bewerten Sie die künftige Bedeutung Chinas für unsere Tourismuswirtschaft? Welche wichtigen Erkenntnisse nehmen Sie von Ihrer Reise durch China für Ihre Tätigkeit mit?

China ist weltweit der bedeutendste touristische Herkunftsmarkt mit dem größten Wachstumspotenzial. Chinesinnen und Chinesen schätzen Urlaub in Österreich, wir liegen auf Platz 5 der interessantesten europäischen Destinationen, mit jährlich zweistelligen Zuwachsraten. Das ist

ein großes Potential für uns. Der Großteil der chinesischen Gäste kommt derzeit im Sommer zu uns, nur 30% reisen im Winter nach Österreich. Wir wollen das Verhältnis etwas ausbalancieren und forcieren nun stärker den Wintertourismus. Dazu nützen wir auch die Olympi-

schen Spiele 2022 in Peking. Sehr gut waren auch die Gespräche mit Vertretern von CTRIP, der größten Online-Buchungsplattform Asiens. 300 Millionen User kann man mit dieser Plattform erreichen. Wir freuen uns über eine verstärkte Kooperation in Zukunft!

Um die Zukunftsfähigkeit der gesamten Branche zu sichern haben Sie wesentliche Verbesserungen der Rahmenbedingungen auf Ihrer Agenda. Welche weiteren Schritte im Tourismusbereich haben nach der USt-Senkung für Sie Priorität?

Im Regierungsprogramm wurde eine Gesamttourismusstrategie vereinbart, um Impulse und Schwerpunkte für die nächsten fünf Jahre zu erarbeiten, umzusetzen und zu evaluieren. Die Arbeiten an dieser Gesamtstrategie, dem Masterplan Tourismus („Plan

T“) haben bereits begonnen, hier wollen wir im Frühjahr 2019 einen Entwurf vorlegen. Schwerpunkte werden sein: Digitalisierung, Marketing, Finanzierung, Kooperation Landwirtschaft mit Tourismus. Wir arbeiten aber auch an einem neuen

Indikatorensystem, um den Erfolg des Tourismus in Zukunft nicht nur an Nächtigungen zu messen, sondern um ein umfassenderes realistisches Bild zu bekommen.

Tourismus und Nachhaltigkeit werden sinnvollerweise bei Ihnen unter einem Dach zusammengeführt. Im Hinblick auf eine zunehmende Sensibilisierung der Gesellschaft: Was denken Sie: Werden wir in Zukunft noch reisen und wenn ja, zu welchem Preis? Wie schätzen Sie die Entwicklungen ein?

Die OECD spricht in ihrer Publikation „OECD Tourism Trends and Policies 2018“ von einem anhaltenden Wachstum des Tourismus. Vier Megatrends haben wesentlichen Einfluss auf diese Entwicklung: die anhalten-

de Besuchernachfrage, die technologischen Entwicklungen, die steigende Tourismusmobilität, aber auch das Wachstum im Bereich des nachhaltigen Tourismus. Ich bin daher überzeugt, dass die Menschen auch in Zu-

kunft reisen werden, aber sie werden 2030 voraussichtlich anders reisen als sie es heute tun, und darauf müssen wir vorbereitet sein.





Bundesministerin Elisabeth Köstinger

kommt aus Wolfsberg (Kärnten) und studierte an der Universität Klagenfurt Publizistik, Kommunikationswissenschaften und angewandte Kulturwissenschaften. Von 2009 bis 2017 war sie Mitglied des Europäischen Parlaments und seit 2014 Landwirtschafts-, Umwelt- und Frauensprecherin der ÖVP-Delegation im Europäischen Parlament. Im Jahr 2017 fungierte sie als Generalsekretärin der Österreichischen Volkspartei und wurde am 8. Januar 2018 als Bundesministerin für Nachhaltigkeit und Tourismus angelobt.

Für den Tourismus ist die ländliche Entwicklung ein wichtiger Faktor. Wie sehen Sie den im letzten Jahr von Ihrem Vorgänger entwickelten Masterplan?

Es geht darum, die Lebensqualität im ländlichen Raum zu steigern und der Abwanderung entgegenzuwirken. Der Masterplan ist dabei ein wichtiger Wegweiser. Die Herausforderung liegt natürlich in der Umsetzung, mit unseren Maßnahmen für den Touris-

mus leisten wir aber bereits einen wesentlichen Beitrag zur Attraktivierung des ländlichen Raums. Unsere Naturlandschaften sind ein wesentliches Reisemotiv für unsere Gäste. Und die können wir nur mit Hilfe und Pflege der Landwirtschaft erhalten. Dazu

kommen neue Geschäftsfelder, die Landwirtschaft und Tourismus noch enger miteinander verknüpfen. Der Urlaub am Bauernhof ist ein Wachstumsmarkt.

Abschließend eine persönliche Frage: Was sind Ihre beliebtesten Reiseziele?

Es wird Sie vielleicht nicht überraschen, doch ich liebe Urlaub in Österreich, denn das ist wahre Erholung.

Ganz besonders schätze ich natürlich Urlaub in Kärnten, nicht nur weil es meine Heimat ist, sondern weil es

selbst für mich als Tourismusministerin noch so vieles zu entdecken gibt.

Herzlichen Dank für das Gespräch! Wir wünschen Ihnen für Ihre Tätigkeit in der Bundesregierung viel Erfolg und stehen als SENAT DER WIRTSCHAFT gerne als unterstützende Kraft mit Fachinformationen und praxisbezogenen Handlungsempfehlungen zur Seite! 



Spielraum für das Ich

IN DEN TIROLER BERGEN

Willkommen im Urlaubsparadies für Erwachsene: In der prachtvollen Kulisse von Karwendel Gebirge und idyllischem Achensee bietet Ihnen das Posthotel Achenkirch einfach alles für essentielle Erholung und Selbstverwöhnung. Gäste ab 14 Jahren finden hier einen wundervollen Spielraum, um Kraft zu schöpfen und die Sinne zu wecken. In der Weite der Natur, der Saunalandschaft, der Wasserwelten und des luxuriösen Spas, entspannt sich der Körper und der Geist kommt zur Ruhe. Vom ersten Mal auf einem Pferd bis zum Eintauchen ins Wohlgefühl von Yoga, Traditioneller Chinesischer Medizin und Meditation. Im Posthotel kann die Reise beginnen - das Abenteuer Ich.

Romantik, Natur und Erholung pur

Drei Nächte mit Wohlfühlpension, beinhalten ein reichhaltiges Frühstücksbuffet, Vital-Lunch, mehrgängige Wahlmenüs kombiniert mit exquisitem Dinner-Buffet, eine Meersalzbehandlung zu zweit, betreutes Bewegungs- und Entspannungsprogramm (rund 60 Std. / Woche), Bade- und Saunalandschaft sowie Fitnessräume auf 7.000 m², Tiefgaragenplatz. Buchbar am Sonntag und Montag, ab € 554,- pro Person im Doppelzimmer.



Michaela Reitterer / Präsidentin,

Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV) & Hotelière

TOURISMUS: WIRTSCHAFTSTURBO MIT ZUKUNFT

**ÜBER DIE BEDEUTUNG EINES GROSSEN
WIRTSCHAFTSZWEIGES FÜR UNSER LAND**

16 % Anteil am BIP, über 210.000 Beschäftigte pro Jahr und treibende Kraft hinter dem Plus in der Leistungsbilanz – kurzum: die Pfeile zeigen steil nach oben. Wie keine andere Branche brachte der Tourismus Österreich souverän durch die Krisenjahre und auch abseits der nackten Zahlen ist schnell klar: Die heimischen Gastgeber sind und bleiben einer der zentralen Wirtschaftsmotoren des Landes. Und das wird sich auch so bald nicht ändern.

Während andere Wirtschaftszweige sich bald zur Gänze outgesourct haben oder das Heil der Shareholder in der Automatisierung suchen, ist Tourismus gekommen, um zu bleiben – und zwar vor Ort, bei den Menschen. Dienstleistung ist peoples

business und das wird es auch immer bleiben. GastgeberInnentum, Herzlichkeit und die Freude am Umgang mit Menschen lässt sich nur schwer in 0 und 1 pressen. Tourismus schafft wie keine andere Branche den Spagat zwischen lokal und international:

80 % aller Investitionen eines Hotels erfolgen im Radius von 90 Kilometern und das auch in den entlegensten Regionen. Beherbergungsbetriebe sind die Garanten gegen Landflucht und Entsiedelung.

Fachkräfte, Fachkräfte, Fachkräfte

Die Branche wächst und zwar schnell. Das ist natürlich erfreulich, stellt uns aber auch gleichzeitig vor eine der bis dato größten Herausforderungen: Das Fachkräftepotential im Land kann mit dem Wachstum nicht mehr komplett mithalten. Der demografische Wandel und eine gesunkene Attraktivität der Lehre befeuern die Entwicklung weiter. Dramatisch formuliert: Der Tourismus läuft Gefahr, Opfer seines eigenen Erfolges zu wer-

den. Zum Glück wird ja bekanntlich nicht so heiß gegessen, teilnahm und die Urkunde, mit der die Veranstaltung im Rahmen der KLIMA-ALIANZ klimaneutral gestellt wurde, überreichte wie gekocht wird. Die Branche ist sich der Herausforderung bewusst und greift mittlerweile zur Selbsthilfe. Bereits zum dritten Mal veranstaltet die Österreichische Hoteliervereinigung mit dem „Tag der offenen Hoteltüre“ am 12. Ok-

tober die größte Jugendarbeitsmarktoffensive aus der Branche für die Branche. Top-Ausbildungsbetriebe in ganz Österreich öffnen ihre Türen und gewähren interessierten Jugendlichen einen Blick hinter den Vorhang der Spitzenhotellerie: Dort erfahren sie hautnah, wie in Hotels gearbeitet wird und welche internationalen Karrieremöglichkeit die Branche jungen Menschen bietet. Und von denen gibt es reichlich.



Nächtigungen und Wertschöpfung – zwei Seiten der Medaille

Mehr als 43 Millionen Gäste nächtigten über 144,5 Millionen Mal im Jahr 2017 in unserem schönen Land. Ein Plus von 3,9 % bei den Ankünften bzw. 2,6 % bei den Nächtigungen. Jedes Jahr mehr Gäste, jedes Jahr mehr Hotelnächtigungen, jedes Jahr mehr Geld in den Taschen der Hoteliers? Diese Rechnung geht nicht ganz auf – leider. Zwar ist die Destination Ös-

terreich beliebter denn je, nichtdes-trotz ist der finanzielle Spielraum verschwindend dünn: Laut Österreichischer Hotel und Tourismusbank liegen die Gewinne von 3*-Betrieben bei rund 4 %. Ähnlich das Bild in der Premium-Klasse der heimischen Hotels: 4* und 5* Betriebe erwirtschaften Gewinne von 5 %. Vor dem Hintergrund von jährlich steigenden

MitarbeiterInnen-, Energie- und Marketingkosten, einer, im europäischen Vergleich, Spitzenbelastung des Faktors Arbeit – nicht vergessen, Dienstleistung ist wie gesagt peoples business und Top-Dienstleistung extrem mitarbeiterInnenintensiv – wird die Manövriermasse für Investitionen schneller weniger, als man „Renovierung“ sagen kann.

Investitionen = Wettbewerbsfähigkeit

Und genau hier kann es dann kritisch werden. Speziell wenn man so kurze Investitionszyklen wie in der Top-Hotellerie hat. Die Ansprüche der Gäste sind in den letzten Jahren gewachsen. Urlaub muss Erlebnis sein. Mit Strand und gutem Essen lockt man heute kaum noch jemanden hinterm Ofen hervor. Unmittelbarer Teil dieses Erlebnisses ist natürlich das Hotel

an sich. Ohne das passende Ambiente, keine Inszenierung. Was heißt das nun? Wir müssen uns auf unsere Stärken besinnen und um diese vollends auszuspielen, das Rahmenwerk entsprechend gestalten. Denn: Der Wettbewerbsdruck steigt, auch außerhalb Europas. Deshalb wird es in den nächsten Jahren noch wichtiger, unsere Trümpfe richtig

auszuspielen. Wir sind weder Silicon Valley noch Europas Werkbank. Unsere wertvollsten Ressourcen sind unser touristisches Know-how, Produkte, die ihres gleichen suchen, natürlich unsere Kultur, unsere Berge und Seen, die unsere Gäste aus aller Welt so sehr schätzen. Setzen wir auf unsere Stärken, setzen wir auf Tourismus! 

Michaela Reitterer

verantwortet seit 2002 die Leitung der HS Hotelbetriebs GmbH – Boutiquehotel Stadthalle in Wien. Zudem ist sie seit 2013 Präsidentin der Österreichischen Hotelvereinigung (ÖHV). Frühere berufliche Stationen waren die Leitung des eigenen Reisebüros KUONI Hippesroither in Wien und die Tätigkeit als Assistenz der Geschäftsführung im Vienna Catering Service Wien. 2002 erwarb Michaela Reitterer den elterlichen Betrieb, das Hotel „Zur Stadthalle“ und strukturierte es in das „Boutiquehotel Stadthalle Wien“ um. 2009 eröffnete Reitterer schließlich den Anbau des Gebäudes, das weltweit 1. Stadthotel mit Null-Energie-Bilanz. Für ihre Arbeit und ihr Engagement im Bereich „nachhaltiges Wirtschaften“ wurde Michaela Reitterer bereits mit mehreren Preisen ausgezeichnet – so zum Beispiel mit dem Sterne-Award der WKO in der Kategorie „Nachhaltigkeit“ (2011), der Auszeichnung Hotelière des Jahres (2010), dem Österreichischen Klimaschutzpreis (2010), dem Umweltpreis der Stadt Wien (2009), dem Österreichischen Staatspreis für Tourismus (2009) sowie der 6. Auszeichnung des Österreichisches Umweltzeichen in Folge (2016). Als erstes Hotel in Wien erhielt sie außerdem schon zum 2. Mal das Europäische Umweltzeichen. Zudem ist Michaela Reitterer Mastermind der GREEN TRAVEL CONFERENCE, die als Drehscheibe für nachhaltige Ideen und Konzepte gilt.





MEP ret. Dr. Hannes Swoboda / Präsident, Institut für den

Frieden & Europ. Toleranzgespräche Fresach

WAS HAT FREIHEIT UND FRIEDEN MIT REISEN ZU TUN?

Während ich hier diese Zeilen schreibe, sitze ich auf einer Hotelterrasse in Thessaloniki und blicke von Zeit zu Zeit aufs Meer. Der Anlass meines Aufenthalts in dieser nordgriechischen Stadt ist beruflich, aber vor dem Meeting habe ich ein wenig Freizeit. Der Blick aufs bzw. übers Meer schafft ein Gefühl der Unbegrenztheit und damit der Freiheit. Genauso wie der Blick von den Bergen oder das Eintauchen in eine fremde Stadt. Auch die „freie“ Natur und die fremde Stadt befreien von den Zwängen der Routine in der gewohnten Umgebung. Reisen bedeutet - fast / immer - ein Ausbrechen aus dem Gewohnten aus den Zwängen des Alltags. Wird die Reisefreiheit eingeschränkt oder gar unterbunden, dann bedeutet das eine wesentliche Reduzierung der Freiheit schlechthin.

Reisen schafft aber auch die Möglichkeit, also die Freiheit, Neues kennenzulernen. Es erweitert den Horizont. Das kommt aber nicht automatisch, sondern nur wenn man sich auf das Neue, das Ungewohnte einlässt. Das setzt eine Offenheit voraus und steht im Gegensatz zur leider wachsenden Tendenz der nationalen bzw. auch ethnischen Engstirnigkeit. Auch diese Engstirnigkeit ist eine Einschränkung der Freiheit - mitunter eine Selbstbeschränkung. Nun ist auch die Heimat ein Sehnsuchtsort geworden. Vor allem dann, wenn man sich nach einer stabilen, im Gewohnten verbleibenden, Heimat sehnt. Aber die gibt es nicht und sogar immer weniger. Technologische und gesellschaftliche Veränderungen bestimmen unseren Alltag. Auch wenn sie uns nicht dominieren und beherrschen sollten, müssen wir uns an bestimmte Ände-

rungen anpassen.

Man sagt auch oft: „Reisen bildet“. Aber auch dafür gilt, dass Offenheit und Empfangsbereitschaft notwendig ist. In diesem Sinn hat Reisen sehr viel gemein mit dem Lesen, das ja auch ein Eintauchen in eine andere Welt, manchmal in eine Welt der Vergangenheit, ist. Aber das kann einem auch beim Reisen passieren. In manchen Ländern und Regionen fühlt man sich in die Vergangenheit zurück versetzt und man kann nachempfinden, wie Menschen zu früheren Zeiten gelebt haben. Es gibt also durchs Reisen wie durch das Lesen eines Buches immer auch eine Horizonterweiterung.

Sicher gibt es heute einen gestiegenen Tourismus und er wird weiter wachsen, wenn Bevölkerungen mit geringem zu höherem Einkommen

und Vermögen kommen. Ich denke dabei vor allem an China und Indien, aber auch an Afrika. Wird jedoch ein solcher Massentourismus nicht die Freiheit in den besuchten Ländern einschränken? Das ist schon heute in von Touristen „überlaufenen“ Städten oder an manchen Stränden bemerkbar. Und so wird auch der Tourismus eine Regulierung brauchen. Sonst würde der Einen einen Freiheitsgewinn der Anderen bewirken. Die Aufgabe wird sein, die Regulierung so zu gestalten, dass Reisen nicht wieder zu einem Privileg der Reichen wird. Freiheit kommt also auch im Bereich des Reisens nicht ohne Regulierung aus - sonst kann es leicht zu Überforderungen mancher Regionen und der dort lebenden Menschen kommen.



Tourismus, Frieden und die Grenzen der Freiheit

Manche meinen, das Reisen liegt in den Genen. Das mag sein - ich selbst empfinde das so. Aber die Gesellschaft muss Grenzen setzen, will sie Konflikte vermeiden. Sonst werden mehr solche Aufschriften sehen, wie mir dieser Tage in Saloniki aufgefallen sind: „TOURISTS GO HOME“. Und das in einem Stadtteil, der nicht sehr von Touristen frequentiert ist. Der Tourismus verändert in jedem Fall seine Destinationen. So kann es passieren, dass unsere Sehnsuchtsorte nicht das bieten, was wir uns von ihnen erwarten. Auch aus diesem Grund müssen wir alle an einem möglichst sanften und rücksichtsvollen Tourismus interessiert sein.

Man kann natürlich auch Migration unter dem Begriff des Reisens subsumieren. Aber Migration hat immer etwas - relativ - Dauerhaftes an sich und stellt daher größere Herausforderungen an die MigrantInnen und an die Aufnahmegeressen-

schaften. Aber das Reisen und das Kennenlernen anderer Menschen und Gesellschaften kann helfen, mit MigrantInnen, vor allem jenen der erzwungenen Migration, umzugehen und auch im Fremden, primär den Menschen und nicht das Fremde zu sehen. Aber so wie das Reisen an sich, braucht auch die Migration Regeln und Begrenzungen. Wo Menschen auf Menschen stoßen sind Missverständnisse und Konflikte nicht zu vermeiden. Aber Offenheit und Aufnahmefähigkeit von allen Seiten hilft, Konflikte zu lösen.

Im Mai 1968, also vor 50 Jahren sprühten StudentInnen den Spruch „DIE PHANTASIE AN DIE MACHT“ auf die Mauern in Paris. Die Phantasie kommt selten an die Macht, zumindest nicht die guten Visionen. Aber ein bisschen können wir die Phantasie beim Reisen „spielen“ lassen und sie vielleicht auch nach Hause mitnehmen. Dann hat Reisen

einen besonderen und nachhaltigen Sinn.

Schließen möchte ich mit einer Aussage eines weit gereisten, nämlich Joseph Conrad: „Nur in der Phantasie der Menschen findet jede Wahrheit eine reale und unleugbare Existenz“. Dabei hatte Joseph Conrad selbst immer mit seinen eigenen Vorurteilen zu kämpfen. Er war aber auch ein heftiger Kritiker des grausamen, westlichen Kolonialismus in Afrika und hat so versucht Brücken zwischen den Kulturen zu schlagen.

Lassen wir also die Phantasie - nicht zuletzt durch das Reisen - zu einer besseren und das heißt friedlicheren und sich gegenseitig respektierenden Welt beitragen. Der Respekt gegenüber den Anderen, den wir auf unseren Reisen lernen können - wenn wir es nur wollen - ist die Basis einer friedlichen Welt. 

MEP ret. Dr. Hannes Swoboda

ist u.a. Präsident des Instituts für den Frieden, der Europ. Toleranzgespräche Fresach sowie Vorstandsmitglied des Bruno Kreisky Forums für internationale Dialog und des International Institute for Middle-East and Balkan Studies (IFIMES) und des CDRSEE (Center for Democracy and Reconciliation in Southeast Europe). Als bekennender Pro-Europäer wurde er direkt nach Österreichs EU-Beitritt 1996 ins Europäische Parlament berufen und führte die SPÖ-Delegation an. Swoboda ist bekannt als engagierter Parlamentarier, der in 15 Ausschüssen, 11 Delegationen und als Berichterstatter vieler Berichte gedient hat. Durch seinen Regionalfokus auf Südost-Europa, Zentralasien und Russland sowie seine beträchtlichen Beiträge im Kampf gegen politischen Extremismus und die Förderung der Minderheiten rechte, ist Swoboda als Experte der europäischen Integration anerkannt. Sein Ökonomie- und Jura-Studium, verbunden mit den Einsichten, die Swoboda als Vizepräsident der S&D-Fraktion 14 Jahre lange sammelte, wie auch Erfahrungen, in den Jahren als Mitglied der Wiener Arbeiterkammer (1972-1986), Mitglied des Wiener Landtages und Gemeinderates (1983-1988) sowie als Stadtrat (1988-1996) erlebt hat, haben dazu beigetragen, dass Swoboda ein fundiertes Verständnis zu internationalen Angelegenheiten, Stadtentwicklung und Stadtplanung, Bildungs-, Gesundheits-, Wohn- und Arbeitspolitik erlangt hat.





Hans Harrer / Vorstandsvorsitzender, SENAT DER WIRTSCHAFT –

Tourismus-Unternehmer

NEUES ER“FAHREN“ ALS BASIS FÜR UNSER MITEINANDER

ÜBER DIE GESELLSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES TOURISMUS
UND SEINE CHANCEN

Hans Harrer

ist Vorstandsvorsitzender des SENAT DER WIRTSCHAFT und darüber hinaus Projektentwickler erfolgreicher Tourismuskonzepte. Er ist seit Jahrzehnten in diesem Bereich international tätig und sammelte umfassende Erfahrungen. Auf der Basis seiner Ausbildung als Financial Engineer half er mit, eine Firmengruppe aufzubauen, die u.a. ein Hotel, eine Rehabilitations-Klinik und ein Weingut umfasst. Daher ist er nicht nur im Rahmen des SENAT DER WIRTSCHAFT, sondern auch durch seine unternehmerische Tätigkeit mit den Chancen, Herausforderungen und Rahmenbedingungen für Tourismus-Entwicklung befasst.



Im Wort „Erfahrung“ ist der touristische Aspekt bereits inkludiert: Das „Fahren“, das sich woanders hinbewegen, schafft die Basis für differenzierte Sichtweisen. Daraus erwachsen Chancen, die es zu nutzen gilt. Das gelingt nur dann, wenn wir verstehen, welcher Auftrag, welche Verantwortung und welche Kraft im Tourismus für die Entwicklung der Gesellschaft liegen.

Ein ganz wesentlicher und gleich am Beginn zu nennender Faktor ist der Bildungsauftrag des Tourismus. Wir lernen andere, bislang unbekannte Kulturen kennen und schätzen und verbreitern so unseren geistigen Raum. Das Motto für diese Bedeutung des Tourismus lautet somit: Raus aus dem Schrebergarten, wenn Du die Welt besser verstehen willst.

Dieses Verstehen hat auch eine politische Komponente. Das eigene Erleben und In-Kontakt-Treten mit Menschen anderer Kulturen gibt uns die Chance, sich von der vorgekauften medialen Meinung abzuheben. Dadurch wird das selbstständige Erfassen von Zusammenhängen überhaupt erst möglich. Das ist allerdings nur möglich, wenn wir als Reisende

bereit sind, Menschen vor-Ort wirklich kennenzulernen und sie auch verstehen lernen wollen. Tourismus wird auf dieser Wertebasis zu einem wirksamen Instrument gegen die Verblendung und schafft Raum für selbstbestimmte Entscheidungen, die essentiell für ein wertschätzendes Miteinander sind.



Innovation ohne Tourismus ist undenkbar

Egal ob es um Infrastruktur-Projekte geht, die entwickelt werden müssen, wie Straßen, Bahnverbindungen usw., oder um ökologische Projekte, z.B. zur Fluss-Sanierung: Der Tourismus wirkt als Katalysator für Innovation in allen Bereichen - und das ländereübergreifend. Verschmutzte Flüsse machen an Landesgrenzen nun einmal nicht Halt, verpestete Luft bleibt eben nicht nur innerhalb des Staatsgebiets, in dem der Verschmutzer sitzt. Diese Faktoren sind jedoch für erfolgreiche, multinationale Tourismus-Entwicklung essentiell und zwingt die Staaten daher zu einem ökologisch orientierten Miteinander. Allen ist mittlerweile bewusst: Ohne den Hintergrund des ökologischen Bemühens wird Tourismus unmöglich. Die Innovationskraft des Tourismus beinhaltet auch soziale Komponenten. Betrachten wir beispielhaft den afrikanischen Kontinent: Nur 3,5 Flugstunden entfernt finden sich

unglaubliche, aber bislang ungenutzte Voraussetzungen für nachhaltige Tourismus-Entwicklung, die Arbeitsplätze und Einkommen vor-Ort schaffen kann. Europa insgesamt investiert hier viel zu wenig, um dort Tourismus-Strukturen aufzubauen, die soziale Stabilität schaffen und damit auch Probleme einzudämmen helfen, mit denen wir in Europa vollkommen überfordert zu sein scheinen, wenn wir an die Wanderbewegung tausender Menschen denken, die diese Gegenden nicht aus Jux und Tollerei verlassen, sondern weil keine Einkommensmöglichkeiten vor-Ort geschaffen werden. Wir brauchen nur an unser Europa nach dem 1. und 2. Weltkrieg denken und daran, was für die Entwicklung von Wohlstand essentiell war.

Ein wesentlicher Faktor für den Wiederaufbau und für Einkommen war der Tourismus. Die Auswirkungen spüren wir noch heute. Egal, ob wir

Fotos mit Motiven aus dem Burgenland oder vom Arlberg aus der Zeit vor den Kriegen sehen: Sie zeigen eine von Armut und harter Landarbeit geprägte Bevölkerung. Es wäre für die BurgenländerInnen damals unvorstellbar gewesen, hätte man ihnen erzählt, dass Thermenlandschaften entstehen werden, die tausende Arbeitsplätze schaffen und eine ganze Branche aus der Taufe heben: den Wellness-Tourismus. Was hätte ein Bergbauer am Arlberg geantwortet, wenn man ihm 1910 erzählt hätte, dass der 1902 im Hospiz St. Christoph gegründete Skiclub Arlberg der Ausgangspunkt dafür sein würde, dass von überall aus der Welt Menschen in diese Region kommen werden, um eines der Top-Skigebiete der Welt zu erleben und dass das damals armselige Pilgerhospiz zu einem Hotspot der Tourismus werden würde.

Tourismus ist mehr als Reisen

Tourismus ist heute zwar ein Überbegriff für Reisen, aber in der Tiefe handelt es sich dabei um ein Instrument für soziale Gestaltung, Bildungstourismus, Gesundheitstourismus u.v.m. hat wesentlich dazu beigetragen, das Bewusstsein der Gesamtgesellschaft zu prägen. Dabei stand am Beginn immer eine Unternehmerin oder ein Unternehmer, der den Mut hatte, etwas zu schaffen, das für andere werthaltig ist. Damit wurde Nutzen für eine Zielgruppe geschaffen, der immer auch Rückkopplungen für die AnbieterInnen dieses Nutzens hatten.

Durch das Erleben und Erfahren bislang unbekannter Menschen und ihrer Wirkungsräume erfahren wir Geschichten - und diese sind es, die uns motivieren, uns zu weiter zu entwickeln. Das hält uns im mentalen Erneuerungsprozess, den wir niemals aufgeben dürfen. Damit verschwindet nämlich das Ungewisse, das Angstmachende, das wovor wir uns fürchten,

weil wir es nicht kennen. Werden wir damit bekannt, macht uns das Mut, um zu handeln, was auch ein Aspekt der Barrierefreiheit ist.

Sehr oft ist von der Tourismus-Industrie die Rede - meist im negativen Sinne, wenn es um ökologischen Raubbau durch touristische Strukturen geht, denen unbedingt Einhalt geboten werden muss. Der Begriff hat aber auch eine positive Deutung: Ganze Industrien, wie die Bauwirtschaft, die Logistik- oder Mobilitätswirtschaft, leben durch den Tourismus. Mitunter führt das zu einer Wiederbelebung ganzer, bereits totgelaufen Industrien, oder hätte jemand vor 25 Jahren geglaubt, dass das Fahrrad ein zukunftsfähiges Business ist? Die Branche lag am Boden, Produktionen wurden eingestellt. Heute sind durch E-Bikes, Mountain-Bikes & Co. mehr Räder in unseren Breiten im Einsatz, als je zuvor.

Wenn wir all diese Faktoren verstehen, dann erahnen wir wie wichtig

Rahmenbedingungen sind. Diese müssen mit Achtsamkeit zu tun haben, weil großer Schaden angerichtet werden kann, wenn ökologische und soziale Faktoren bei der Tourismus-Entwicklung nicht bedacht werden. Die Politik hat daher eine eminente Bedeutung bei der Entwicklung dieser Rahmenbedingungen, damit die Werte der Regionen und Kulturen inklusive deren Wirkungsräume nicht den Trampelpfaden einer nur auf den ökonomischen Gewinn orientierten Ausrichtung geopfert werden. Das ist die Verantwortung der Politik, aber nicht nur! Es ist auch ein gesundes Maß an Eigenverantwortung nötig, die wir als Reisende und auch als Tourismusbranche an den Tag legen müssen, damit diese Branche das bewirken kann, wofür sie sich perfekt eignet: Als ökologisch sensibilisierter Motor für Innovation und Völkerverständigung!



Wolfgang Helpa / Corporate Security Alliance,

Geschäftsführer - Helpa Partners GmbH



UNTERNEHMENSSICHERHEIT IM TOURISMUS

WEIL INDUSTRIE 4.0 AUCH TOURISMUS 4.0 BEDEUTET

Industrie 4.0 ist in aller Munde und bietet eine einzigartige Kraft und Geschwindigkeit der Veränderung durch Schaffung von digitalen Ökosystemen. Von Tourismus 4.0 sprechen noch wenige. Dabei schätzen wir heute die Bequemlichkeit unserer Smart-Phones, morgen wahrscheinlich unserer Smart-Homes und Smart-Hotels, an der Smart Factory, den Smart-Grids und Smart-Cities wird schon gearbeitet. Laut Expertenschätzung werden 2030 an die 500 Mrd. Geräte in einem Netzwerk verbunden sein. Die 4.0-Welle macht somit auch vor der Tourismuswirtschaft nicht halt und eine Auseinandersetzung mit dem Thema ist daher das Gebot der Stunde.

Die 4.0-Bewegung birgt immenses Potential und Chancen in sich, aber nicht, wie in der Vergangenheit, für die Großen, sondern für die Schnellen – und dafür ist die mittelbetriebliche Struktur der österreichischen Wirtschaft geradezu prädestiniert. Die Risiken sind sowohl strategischer, als auch operativer Art. So werden laut einer EY Digitalisierungsstudie

2016 20-40% der heutigen Fortune 500 Unternehmen 2020 nicht mehr am Markt sein, weil sie die digitale Überfuhr versäumen. Gemäß einer Brainloop Studie 2017 glauben zwar 64 % der österreichischen Unternehmen, dass ihre Zukunft eine digitale sein wird. Allerdings herrscht großer Aufholbedarf bei digitaler Kompetenz, die vom Topmanagement heute

noch nach unten delegiert wird und 70% der Unternehmen geben zu, keinen ausreichenden Datenschutz zu haben. Beides ein fataler Fehler.

Wir erleben eine digitale Verschränkung von Kunden – den unternehmensinternen Produktionsprozessen – und der Supply Chain. Eine Regelkette, die ein unabdingbares Element



beinhaltet: Risiko & Cybersecurity. Jedes Unternehmen in der Wert schöpfungskette muss sich darauf verlassen können, dass seine Vorlieferanten verlässliche Sicherheitsstandards anlegen. Mit zunehmender Globalisierung und Vernetzung steigen zwei Risikokategorien stark an: Wirtschafts/Industriespionage sowie Cyberkriminalität.

An 25. Mai 2018 tritt die EU Datenschutz-Grundverordnung in Kraft, welche jedes Unternehmen betrifft, das in irgendeiner Weise personenbezogene Daten erfasst und speichert. Diese Daten müssen entsprechend geschützt werden, wobei die Beweislast das Unternehmen trifft und das Strafausmaß bei Verletzung des Datenschutzes exorbitant sein kann. Sein Unternehmen DSGVO-fit zu machen ist nicht nur eine lästige Pflichtübung, sondern eine echte Chance für die Organisation, ihre KundInnendaten auf Reihe zu bringen, eine neue Basis für Marketingaktivitäten.

Gleichfalls Mitte 2018 tritt die EU Richtlinie zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen aus 2016 in Kraft. Geschäftsgeheimnisse werden einheitlich definiert und es wird festgelegt, wie diese gesetzlich geschützt werden. Bedeutend ist, dass in Artikel 2 festgehalten wird, dass „angemessene Geheimhaltungsmaßnahmen“ von Seiten des Unternehmens zu setzen

sind, welches diese im Klagsfall auch wird belegen müssen, widrigenfalls Schadensersatzansprüche verlustig gehen können. Eine vom Innenministerium präsentierte Studie zeigt, dass in den letzten fünf Jahren jedes zwanzigste Unternehmen Opfer von Wirtschafts- und Industriespionage geworden ist. Alle Unternehmensgrößen waren betroffen, der Gesamtschaden lag bei über einer Milliarde Euro. 60 % der Unternehmen gestehen ein, keine wirkliche Sicherheitsstrategie zu haben.

Fast täglich wird in den Medien über Cyber-Attacken auf Staaten, kritische Infrastruktur und Unternehmen berichtet, von DDoS-Attacken, Stillstand von Produktionsanlagen, CEO-Fraud etc. Die Datenschutzbehörde warnt, dass nur 15 % der Unternehmen auf gutem Weg sind, per 25.5.2018 in Entsprechung mit der gesetzlichen Lage zum Thema Datenschutz zu sein. Es gibt mittlerweile eine große Zahl von Sicherheitskonferenzen, bei denen Führungskräfte von zivilen und militärischen Geheimdiensten auftreten und vor den unterschätzten Gefahren warnen. Diese Flut von negativen Meldungen ist bedrückend, aber was tun?

Sicherheit ist nicht umsonst, kann aber schon durch einfache Maßnahmen, die an die Unternehmensgröße angepasst sind, deutlich erhöht werden. Eine Überprüfung der Perimeter und der VPN-Zugänge der IT-Systeme und der Webapplikationen durch sogenannte Penetrationstests, zeigt Schwachstellen auf, spezielle Firewalls und Programme auf Endgeräten können das Risiko von Verschlüsselungstrojanern deutlich reduzieren, ein Datensicherheitskonzept, wie es von der DSGVO ohnedies vorgeschrieben wird, und ein Awareness-Training für MitarbeiterInnen sind schon die halbe Miete. Für größere Unternehmen und jene, die in kompetitiven und professionellen Supply Chains arbeiten, bietet sich ein Informations-Sicherheits-Management-System gemäß ISO27001 an, dem internationalen Standard für Informationssicherheit. Dieser umfasst einen 360°-Risikofokus in einem Regelkreis Plan-Implementierung-Überprüfung-Verbesserung und behandelt 114 Standardsicherheits-Maßnahmen in 14 Themenbereichen, von Sicherheitsorganisation, Vermögenswerten, Sicherheit von Menschen, Systemen und Kommunikation, bis Business Continuity und Schulung.

Sicherheitsstandards im eigenen Unternehmen sind eine „Visitenkarte“ für die Supply Chain im Cyberzeitalter und können ein entscheidender Erfolgsfaktor bei Neukundengewinnung sein. Das gilt auch in besonderer Weise für Unternehmen der Touristik-Branche.

Wolfgang Helpa

Nach Abschluss des Studiums der Handelswissenschaften an der Wirtschaftsuniversität Wien schlug Wolfgang Helpa eine Bankenlaufbahn ein. Er hielt verschiedene Managementpositionen im Firmenkundengeschäft und Investmentbanking bei der Schöllerbank, der Bank Austria Creditanstalt Gruppe und der BNPParibas Gruppe. Seine letzte Position war als Mitglied der Direktion bei BNPParibas (Suisse) SA in Genf, mit Verantwortung für die internationalen Konzernkunden in der Schweiz. 2014 machte er sich als Unternehmensberater mit der Helpa Partners GmbH selbstständig und initiierte 2016 die Corporate Security Alliance, einem Verbund von Sicherheitsexperten, welche Firmenkunden ein 360°-Risikomanagementservice von Cybersecurity über Datenschutz, Informationssicherheit, bis hin zu investigativen Ermittlungen bieten.





Dominik Mayer | Geschäftsführer, EXTRABOOKING

WELCHE CHANCEN DIE DIGITALISIERUNG FÜR DIE BRANCHE BEREITHÄLT

UND WIE DIESE CHANCEN AUCH REALISTISCH GENUTZT WERDEN KÖNNEN!



Mag. Matthias Winter, Sacher Hotels Wien - Mag. Julia Skadarasy, Extrabooking - Armie-Angélique Lassiwe, Hotel Sacher Salzburg - Dominik Mayer, Extrabooking

Während Pixel, Facebook und Smartphones die Gefühlswelten und das Konsumverhalten der Menschen zwischen Onlinebusiness und stationärem Wirtschaften verändern, sind viele heimische Tourismus-Betriebe gedanklich gerade mal am Anfang der Digitalisierung angekommen. Und oftmals sind diese klein- und mittelständischen Unternehmen überfordert mit der Komplexität und der Geschwindigkeit dieser Entwicklungen. Das ist einerseits verständlich, andererseits aber auch nicht.

Verständlich, denn immerhin hat man ein intensives Tagesgeschäft zu bewältigen und ist mit unterschiedlichen Generationen an KundInnen- und Gästeschichten konfrontiert, die sich wiederum täglich in vielen unterschiedlichen Medienwelten bewegen. Und dabei so aktiv, mitteilungsbedürftig und konsumfreudig sind, wie selten zuvor. Sie „liken“, „teilen“ und

„kommentieren“ und sie kaufen immer häufiger, spontaner alles, was das digitale Angebot weltweit zu bieten hat. Andererseits sind die Sorgenfalten auf der Stirn, wenn das Wort „Digitalisierung“ fällt, auch nicht verständlich. Die schnelle Entwicklung der digitalen Märkte bietet enorme Chancen - auch für die heimischen Tourismus-Wirtschaftstreibenden.

Im Grunde kann beinahe jeder Betrieb neue Kunden im In- und Ausland erreichen - und das auch in vielen kreativen Nischenbereichen. Was das in der Praxis bedeutet und wie die Chancen für klein- und mittelständische Tourismusbetriebe genutzt werden können, zeigt folgendes Beispiel.

Digitalisierung ermöglicht Potenzialnutzung

Das Salzburger Startup EXTRABOOKING.com hat eine Softwarelösung entwickelt, die es klein- und mittelständischen Betrieben ermöglicht, „digitales Zusatzgeschäft“ über Webbrowser, Smartphones und

Facebook abzuholen. Und das möglichst einfach und automatisiert, ganz im Sinne der aktuellen Digitalisierungstrends.

Die Software deckt ein enormes Spektrum an zusätzlichen digitalen

Verkaufsflächen, Sales- und Marketing-Werkzeugen ab, die direkt mit der Marke des Hotel- oder Gastronomiebetriebes in Verbindung stehen. Innovative heimische Betriebe erlangen damit zusätzliche Umsatz-



potenzielle, Marketingeffekte und KundInnenbindung und lassen keine „digitalen Potenziale“ ungenutzt an sich vorbeiziehen. Durch die voll automatisierte Software wird dabei zusätzlich ein hohes Maß an Arbeit und Verwaltungsaufwand eingespart. So werden unter anderem die digitalen Gutscheine, die direkt auf der Website des jeweiligen Betriebes bestellt, gestaltet, bezahlt und an den glücklichen Empfänger versandt werden, komplett automatisiert verwaltet. Betriebe und deren Mitarbeiter können einfach und flexibel digitale Promotion-Kampagnen durchführen und aufsetzen. Auch die Einlösung der Gutscheine vor Ort im Hotel oder Gastronomiebetrieb ist durch die App einfach und schnell.

„Unser Ziel ist es, dem Namen entsprechend ein digitales „Extra“ für unsere Kunden in die stationäre Offline-Welt zu transferieren“, meint

Dominik Mayer, Mitgründer und Geschäftsführer von EXTRABOOKING. „Dafür haben wir mit vielen Ideen ein Produkt mit vielen Nutzen entwickelt, das unseren Kunden das tägliche Leben leichter gestaltet und digitalen Erfolg schnell spürbar macht.“

Sämtliche Anwendungen auf Smartphones und Tablets wurden optimiert entwickelt. Die kompletten Shop-Anwendungen sind der aktuellen „User-Psychologie“ auf kleine Bildschirme angepasst - und das macht Sinn, denn schon jetzt werden über 50% aller Onlineaktivitäten und Käufe auf dem Smartphone oder Tablet durchgeführt. Wer also sein Angebot leicht und schnell für seine KundInnen und Zielgruppen zugänglich macht, macht auch häufig das Geschäft. Seit Herbst dieses Jahres hat das Hotel Sacher Salzburg seinen ersten eigenen Online-Gutscheinshop, ein weiterer Clou der generellen Digi-

talisierungsstrategie des Hauses. Die Traditionsmarke hat sich das Thema Innovation als eines der fünf Grundwerte definiert und lebt auch den Gedanken der Digitalisierung mit allen Konsequenzen. Der Name Sacher ist mitunter weltweit bekannt und das Unternehmen umfasst viele Betriebe und Geschäftsmodelle, von den Hotelbetrieben über Kaffeehäuser und den Exportschlager „Sachertorte“ der hauseigenen Konditoreibetriebe. Um der geschichtsträchtigen Substanz der Marke und deren glanzvoller Wirkung auch im Hier und Jetzt einen zeitgemäßen Flair, moderne Angebote und ein digitales Handling zu ermöglichen, investiert die Eigentümerfamilie nicht nur Budget, sondern viel Herzblut und Professionalität von der modernen Managementstruktur bis in die kleinsten Kompetenzbereiche ihrer zahlreichen Mitarbeiter.

Traditionsbetriebe werden digital

Wenn die geschichtsträchtige Marke Sacher mit Bedacht auf die traditionellen Wurzeln des Hauses ihre Flügel zur Digitalisierung schwingt, dann spürt man den Aufbruch und die Motivation des etablierten Familienunternehmens. Im Bereich eCommerce und ePromotion kommt nun die neue Produktentwicklung aus Salzburg zum Zug. Für diese Entscheidung war unter anderem ausschlaggebend, dass man sich Innovation nicht aus Silicon Valley, sondern aus der Region holt.

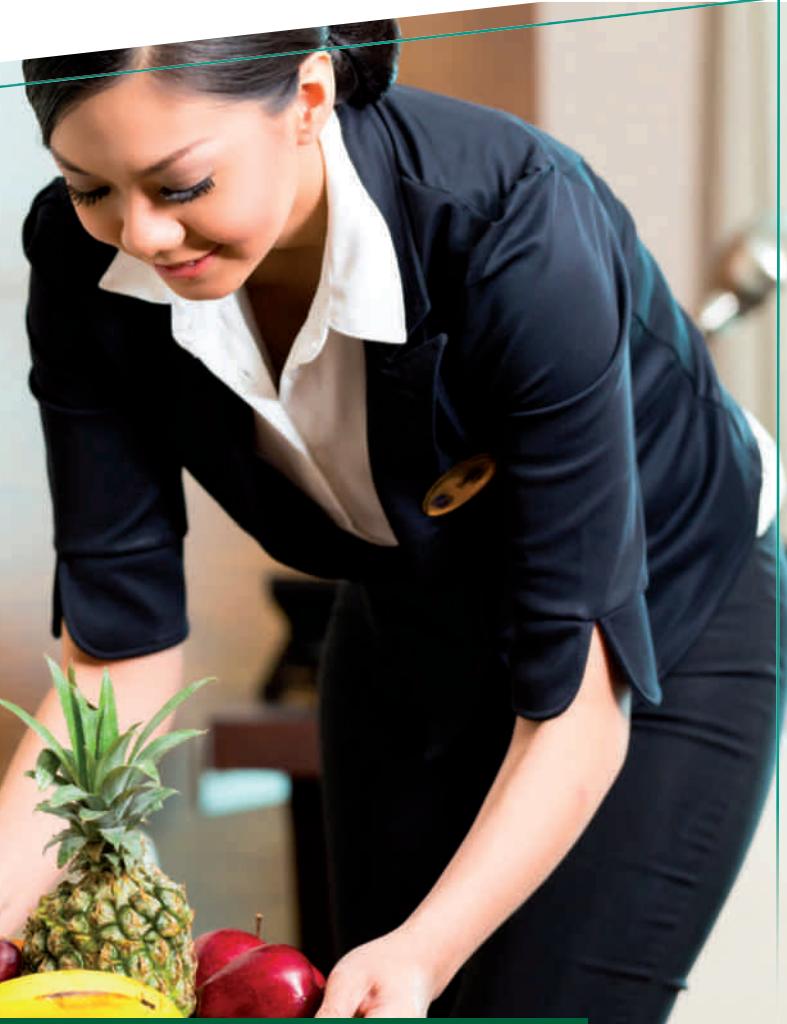
„Wir bekennen uns zu maximaler Professionalität und Qualität und verlangen das auch von unseren Partnern und Lieferanten.“ sagt Hotel

Sacher Salzburg Direktorin Angélique Lassiwe. „Allerdings bedeutet uns Innovation enorm viel und die kommt oftmals in hohem Maße von frischen Marktteilnehmern. Einem Startup eine Chance zu geben ist vielleicht mutig, aber es bringt auch viele Chancen, von Anfang an am Puls der Entwicklung zu sein. Das hat uns schon viele Vorteile gebracht. Besonders wichtig erscheint uns auch zu vielen Anbietern ein Gesicht zu haben. Wir verfolgen eine stringente Projektmanagementstrategie, bei der jede Form von Angeboten zu einem eigenen Projekt in unserem Team erhoben wird. Die Verantwortlichen können mit regionalen Kompetenzen auf menschlicher und professioneller

Ebene schneller, verlässlicher und effizienter arbeiten. Das hat auf viele Prozesse einen positiven Einfluss.“ so die erfolgreiche Hotelmanagerin. Wie man einem digitalen Angebot auch mit entsprechenden Reichweiten zwischen Facebook und Instagram Flügel zum Erfolg verleiht, hat der Digital-Experte Fritz Straub von der Socialmedia-Agentur beziehungsweise_digital (BZW GmbH) in einem Impuls vortrag auf den Punkt gebracht. Die Möglichkeit, zielgenau und kosteneffizient auf neue Märkte und noch größere Zielgruppen zuzugehen, ist mit smartem Social-Sales möglich - und das für Tourismusbetriebe jeder Größe! 

Dominik Mayer

ist Gründer und Geschäftsführer des Tourismus-Buchungs-Software-Startups EXTRABOOKING. Die Software bietet weitgehend voll automatisierte Verkäufe und administrative Abläufe, die klein- und mittelständischen Betrieben ermöglicht, einfach und unkompliziert genauso erfolgreich zu agieren wie große Marken - mit digitalen Promotions, Gutscheinen, Loyalitätsprogrammen und einem eigenen Facebook-Shop. Die spezialisierten jungen Entrepreneure haben ihr Talent zwischen Silicon Valley und Zell am See in Konzernen wie Sony, Facebook und Disney (Youtube-Division) geschärft und mit ihrer Expertise bei EXTRABOOKING gebündelt.



Generaldirektor Horst Mayer | Grand Hotel Wien

DIE CHANCE DER MIGRATION UND INTEGRATION FÜR DIE HOTELLERIE

BEST-PRACTICE-ERFAHRUNGEN AUS EINEM WIENER TOP-HOTEL

Im Interview mit Jochen Ressel gibt der Generaldirektor des Grand Hotel Wien, Horst Mayer, Einblicke in die Integrationsstrategie des luxuriösen Hauses an der Wiener Ringsstraße und zeigt, wie Integration zur Erfolgsstory für die Hotellerie werden kann – aber auch, welche Voraussetzungen es dafür braucht.

Sie sind Direktor eines internationalen Hauses und verfügen über Erfahrung bei der Führung großer Hotels auf der ganzen Welt. Wieviele Nationen beschäftigen Sie denn aktuell im Haus?

Unter unseren nahezu 260 Mitarbeitern finden sich aktuell 33 verschiedene Nationalitäten.

Wir haben somit ein Haus, in dem KollegInnen aus allen Teilen der Welt hier zusammenarbeiten und

Spitzenleistungen erbringen. Diese Vielfalt erweist sich als wichtiger Wettbewerbsvorteil.



In welchen Bereichen sind diese MitarbeiterInnen schwerpunktmaßig tätig?

Es gibt keine besonderen Schwerpunkte, denn überall – in allen Unternehmensbereichen – kommt internationales Personal zum Einsatz. Ein Aspekt, der es Wert ist, besonders erklärt zu werden ist folgender: Manchmal entsteht der Eindruck, die Mehrzahl von Personen mit

Migrationshintergrund sind z. B. im Housekeeping oder in der Küche tätig. Das ist aber nicht deswegen so, weil ein Hotel hier besonders viele Menschen aus dem Ausland beschäftigen will, sondern es liegt ganz einfach daran, dass diese Abteilungen ganz generell besonders personalin-

tensiv sind und daher ein sehr großer Teil aller MitarbeiterInnen in diesen Bereichen tätig sind. Daraus ergibt sich automatisch, dass auch die absolute Anzahl der Personen mit Migrationshintergrund dort höher ist. Der Prozentanteil ist aber nicht größer als in anderen Abteilungen auch.

Welche Bedeutung haben diese Personen aus Ihrer Sicht für einen funktionierenden Tourismusbetrieb?

Gerade für ein internationales Haus ist es selbstverständlich, die Internationalität auch im Mix der MitarbeiterInnen abzubilden. Ich denke sogar, es ist heute unmöglich ein Haus wie dieses ohne Personen mit Migrationshintergrund zu führen. Es gibt in einem Hotel keine Ruhezeiten,

es ist nie geschlossen. Wir sind 24 Stunden pro Tag, 7 Tage die Woche, 365 Tage im Jahr geöffnet und die Herausforderung, in jeder Minute perfekte Leistungen für die Gäste erbringen zu können, ist gewaltig. Ohne internationale MitarbeiterInnen wäre das gar nicht vorstellbar.

Dazu kommt natürlich der Aspekt der Unternehmensphilosophie: Ein internationales Hotel braucht internationale MitarbeiterInnen, denn das Grundverständnis für verschiedenste Kulturen und ihre Anforderungen an das Leistungsportfolio eines Hotels wird erst dadurch lebendig.

Welche Integrationsthemen kommen denn im Laufe eines Tages auf einen Hoteldirektor zu?

Wir sind laufend bemüht, ein generell gutes Betriebsklima zu bieten. Dafür braucht es laufenden Fokus. Ein Faktor, der für das Betriebsklima besonders wichtig ist, ist folgender: Jeder im Haus, egal von woher sie oder er kommt und egal, welche Auf-

gabe sie oder er hat, muss ein gleiches Wichtigkeitsempfinden der eigenen Leistung spüren.

Es darf daher keine hierarchischen Unterschiede im Umgang mit den Menschen geben, auch wenn es dis-

ziplinarische und organisatorische Strukturen geben muss. Jede und jeder muss verstehen, dass man mit der eigenen Arbeit zu einem perfekten Erlebnis für die Gäste beiträgt und dass daher jeder ganz besonders wichtig ist.

Gibt es bei den Arbeitszeiten-Regelungen und den verschiedensten religiösen Feiertagen verschiedenster Konfessionen nicht große Herausforderungen bei der Dienstplanerstellung?

Eigentlich nicht, denn wer im Hochqualitätstourismus tätig ist, weiß von Beginn an, dass nicht immer auf alles Rücksicht genommen werden kann, sondern, dass rund um die Uhr Leis-

tung erbracht werden muss. Wichtig ist, dass es ausgleichende Faktoren gibt, z. B. bei unseren christlichen MitarbeiterInnen haben diejenigen, die zu Weihnachten arbeiten, zum

Jahreswechsel frei. Besondere Bedürfnisse regeln die Abteilungen unter sich.





Welche Instrumente nutzen Sie, bzw. was haben Sie in Ihrer internationalen Karriere als hilfreiche Schritte zur Bewältigung von Integrationsthemen angewandt?

Ich habe vom Beginn meiner Laufbahn an ständig im internationalen Umfeld gearbeitet. Daher ist das für mich eine vollkommene Selbstverständlichkeit und ich bin von Grund

auf in die Internationalität, mit all ihren bereichernden und auch komplexen Aspekten, hineingewachsen. Internationalität, Migration und Integration sind daher für mich Faktoren,

die ich gar nicht als etwas Besonderes wahrnehme und für die ich daher auch noch nie externe Begleitung gebraucht habe.

Was sind aus Ihrer Sicht die sozialen Aufgaben, die sich aus der Zusammenarbeit von Menschen unterschiedlichster Kulturreise im Tourismus ergeben?

Einem Thema widmen wir uns im Haus in besonderer Weise, nämlich der Integration von Menschen ohne Ausbildung. Dabei handelt es sich um ein Zukunftskonzept für unsere Häuser, damit wir über das Ausbildungs-Know-how intern verfügen, um die Kräfte selbst auszubilden, die wir künftig benötigen, weil wir nicht darauf vertrauen können, genügend Personal zu bekommen, das über die nötigen Qualifikationen verfügt. Daher müssen wir die Qualifikationen mitunter selbst herstellen. Und dabei

spielen Menschen mit Migrationshintergrund eine wichtige Rolle. Wir stellen u.a. Lehrlinge an, die Flüchtlinge sind und ganz großartige Leistungen erbringen. Ein junger Mann aus Afghanistan z. B. hat eine Top-Platzierung beim österreichweiten Nachwuchswettbewerb „Amuse Bouche“ errungen. Er ist erst seit kurzer Zeit in Österreich und hat Kenntnisse erworben, die ganz außergewöhnlich sind. Natürlich geht das nur, wenn einerseits die Bereitschaft des Einzelnen vorhanden ist, aber das Umfeld

muss es auch ermöglichen, dass die Bereitschaft wirksam werden kann. Je internationaler die Belegschaft, desto leichter ist es, dieses Umfeld zu schaffen.



Wo sehen Sie die großen Chancen für einen Tourismusbetrieb im Top-Qualitätsbereich durch die gelungene Integration verschiedener Kulturen?

Durch die hohe Internationalität der Belegschaft entsteht ein Grundverständnis für andere Kulturen. Der interne Kulturaustausch ist dabei ganz wesentlich, damit dieses Verständnis

in den Umgang mit Gästen unterschiedlichster Kulturen einfließen kann. Dadurch steigt das Qualitätsniveau konstant und schafft dadurch messbare Wettbewerbsvorteile, gera-

de in einer Stadt wie Wien, in der die Internationalität der Gäste durch die Bereiche Kultur, Diplomatie und Politik ganz besonders hoch ist.

Generaldirektor Horst Mayer

übernahm mit November 2012 die Leitung der beiden renommierten Wiener Luxushotels Grand Hotel Wien und The Ring, Vienna's Luxury Hotel. Der gebürtige Deutsche blickt zurück auf eine steile Karriere in der Luxus-Hotellerie. Unter anderem fungierte er als Direktor des 5-Sterne Leading Hotels Schlosshotel Kronberg, als geschäftsführender Direktor des Leading Hotels Hessischer Hof in Frankfurt und zuletzt als Direktor des 5-Sterne Hotels Maritim in Frankfurt. Nach abgeschlossener Schulbildung am Andreanum-Gymnasium in Herrenberg startete er mit der Ausbildung zum Hotelkaufmann im Steigenberger Graf Zeppelin in Stuttgart. Seinen ersten Job als Assistent des Geschäftsführers übernahm er im ARAMIS Hotel in Gäufelden. Es folgte die Stelle des Direktionsassistenten im Steigenberger Axelmannstein in Bad Reichenhall. Seine erste Stelle als Direktor übernahm er im Jahr 2000 im Schlosshotel Kronberg. Heute ist Horst Mayer als geschäftsführender Direktor im Grand Hotel Wien mit derzeit an die 260 aktiven MitarbeiterInnen tätig und ist Senator im SENAT DER WIRTSCHAFT.





SPAREN WIE DIE GROSSEN

PROFESSIONELLES TRAVELMANAGEMENT IST KEINE FRAGE DER UNTERNEHMENSGRÖSSE

Mit zunehmender Geschäftsaktivität steigen für Unternehmen die Reisekosten - oft der drittgrösste Aufwandposten - und, nicht zu unterschätzen, die internen administrativen Kosten. Es fehlt meist am entsprechenden Know-how und Zeit der Mitarbeiter, um die Reiseplanung und -buchung kosteneffizient vorzunehmen.

Durch Einsatz von professionellem

Travel Management durch ein spezialisiertes Geschäftsreisebüro werden Reiseprozesse optimiert. Expertenwissen, kreative Buchungsansätze, individuell verhandelte Tarife bei Airlines, Hotels und Mietwagenanbietern sowie der taktische Einsatz von Vielfliegerprogrammen der Airlines können bis zu 30 % der Reisekosten einsparen.

Auch interne Kosten können durch das Outsourcing der Geschäftsreisewicklung reduziert werden: schnelle & persönliche Beratung, 24-Stunden Hotline, Kontrolle der Reiserichtlinien, übersichtliches Reporting und unkomplizierte Reisekostenabrechnung über Travelacountcards minimiert den administrativen Aufwand im Unternehmen.

KMU profitieren von erfahrenen Geschäftsreisespezialisten!

WIR OPTIMIEREN REISEKOSTEN.

**Mit persönlichem Service.
Für KMU. Seit 1960.**



**Ihr Partner für professionelles
Travelmanagement.**



 **Lufthansa**
City Center

Ihr persönlicher
Gärtner Reisen-Berater

Robert Putz
+43 2742 396-35

r.putz@gaertner.at

3100 St. Pölten
Brunngasse 28





Mag. Niclas Wright / Geschäftsführer, Gärtner Reisen GmbH



WENN SICH JOBBILDER IM TOURISMUS VERÄNDERN – UND WO ES AUF BEWÄHRTES ANKOMMT

EINE BESTANDSAUFGNAHME AM BEISPIEL „REISEBÜRO“

Was sich in der Reisebüro-Branche zweifelsohne verändert hat, sind die Verkaufskanäle. Führte früher kein Weg am klassischen Reisebüro vorbei, so gibt es nun eine große Anzahl „virtueller“ Reisebüros. Auf verschiedenen Webportalen werden Standard-Reisebuchungen wie Flüge, Städtehotels u.v.m. in einer Form angeboten, dass Reisewillige dies unkompliziert und autonom buchen können. Damit das funktioniert sind in diesem Bereich eine ganze Menge Jobs entstanden, die es früher in dieser Branche nicht gab: Datenbank-Manager, Technical Officers, ProgrammiererInnen, SpezialistInnen für elektronischen Zahlungsverkehr, App-ProgrammiererInnen,

Reputation ManagerInnen, die sich um die Bewertungen der Buchungsplattformen kümmern und so die Relevanz hochhalten u.v.m.

Und doch gibt es sie nach wie vor, die klassischen Reisebüros, für deren Zukunftsfähigkeit eines ganz besonders zählt: Die Positionierung! Sie ist von existentieller Bedeutung, um ein Geschäftsmodell aufzubauen, das in einer reiseaffinen Zielgruppe Relevanz hat und bei der die Beratung von ganz besonderer Wichtigkeit ist.

Dabei sprechen wir von Individualreisen, die nicht als 08/15-Standardangebote, oder als Web-Buchungs-Package abgebildet werden können. Wir

sprechen von einem Trip durch eine spezielle Region, bei der individuelle Reiseziele berücksichtigt werden sollen, bei der individuelle Erlebnisse die gesamte Reise zu etwas Besonderem machen, wo Transportwege abseits des Mainstream-Tourismus gewählt werden wollen, wo Kraftorte in der Natur angesteuert werden, die nur einer strikt begrenzten Personenzahl zugänglich gemacht werden können – mit einem Wort: Reisen, die ein Unikat sind und es in dieser Form kein zweites Mal gibt. Dort zählt etwas ganz almodisches: Die Beratung! Wir gehen soweit zu sagen, dass Beratung nicht Verkauf ist, sondern die Grundlage für den Verkauf schafft. Beratung ist eine Know-how-



Frage und dabei kommt es auf besondere Fähigkeiten an. Eine davon ist das Verstehen der Zielgruppe.

Während sich eine junge Generation mit hoher technischer Affinität und überschaubaren finanziellen Möglichkeiten ihren Urlaub selbst bucht, spricht der Individualtourismus Menschen an, die dem jugendlichen Low-Budget-Alter entwachsen sind und jetzt auch die finanziellen Möglichkeiten haben, sich besondere Reiseerlebnisse zu ermöglichen. Diese Zielgruppe braucht in der Beratung ein Gegenüber, das zwei Know-how-Bereiche in sich vereint:

1. Das Touristik-Know-how:

Das Wissen um besondere Hotspots, spezielle Übernachtungsmöglichkeiten, außergewöhnliche Transportwege usw. ist eine Kombination von eigenen Erfahrungen aus der

eigenen Reisetätigkeit und das Ergebnis eines umfassenden Netzwerks reiseaffiner Personen, von deren Erlebnisse man auf hoher Vertrauensbasis erfährt. Um diese Vertrauensbasis herzustellen, ist die soziale Kompetenz der MitarbeiterInnen entscheidend, denn zu diesem Netzwerk zählen auch KundInnen, die von ihren Reisen berichten und dabei Plätze entdecken, die ihrer Betreuerin bzw. Betreuer im Reisebüro noch nicht bekannt waren.

2. Das technische Know-how:

Der Umgang mit internationalen Verrechnungs- und Buchungssystemen erfordert ein konstantes Bemühen, in all diesen Bereichen up-to-date zu bleiben. Ergänzend werden laufend neue Technologien eingesetzt und erlangen mehr und mehr Bedeutung, wie z. B. gerade eben der Bereich der VR (Virtual Reality), wo Eindrü-

cke der künftigen Reise schon vorab erlebbar gemacht werden. So verändern sich auch Jobanforderungen der traditionellen Reisebüro-BetreuerInnen fortlaufend.

Für die Touristik-Branche gilt daher – wie auch für viele anderen Bereiche der Wirtschaft – dass traditionelle Jobs mit neuen Anforderungen hinterlegt werden und MitarbeiterInnen bereit sein müssen, sich mit diesen auseinanderzusetzen. Parallel entstehen neue Jobbilder, die auch in traditionellen Reisebüros mit dem technischen Fortschritt einhergehen. Über allem steht für ein erfolgreiches Unternehmen die Positionierung, die die Basis dafür darstellt, welches Portfolio angeboten wird und woraus sich die notwendigen Qualifikationsparamenter für MitarbeiterInnen ableiten. 

Mag. Niclas Wright

ist mit seinem Unternehmen Gärtner Reisen in seiner Funktion als Geschäftsführer Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT. Er hat das Unternehmen seit 2012 mit einem ExpertInnen-Team von über 20 Personen auf die Umsetzung hochwertiger Individualreisen spezialisiert. Schon neben seinem BWL-Studium war er im elterlichen Reisebüro aktiv und in weiterer Folge bei österreichischen Fluglinien und Touristikunternehmen tätig. Auslandserfahrung sammelte er bei der Europäischen Kommission, in der Abteilung „Tourismus“ in Brüssel. Mit seinem Unternehmen Gärtner Reisen zählt er in Österreich zu den größten privaten Anbietern von Geschäftsreisen.





Karl J. Pojer | Vorsitzender der Geschäftsführung, Hapag-Lloyd Cruises

SIND KREUZFAHRTERN MORALISCH VERTRETBAR?

WIE EIN WELTWEIT TÄTIGER MARKTFÜHRER AUF DIE SENSIBILISIERUNG DES ÖKOLOGISCHEN BEWUSSTSEINS REAGIERT

Hapag-Lloyd Cruises ist ein Unternehmen, bei dem Fortschritt Tradition hat. Denn es war der Hapag-Direktor Albert Ballin, der 1890 erstmals die Idee hatte, ein Passagierschiff in den Wintermonaten, wenn der Transatlantik-Liniendienst ruhte, auf eine „Excursion“ in sonnige Gefilde zu schicken. 1891 schickte Albert Ballin das Passagierschiff „Augusta Victoria“ auf die erste Lustreise in wärmere Gewässer. Die Idee zur Kreuzfahrt war geboren.

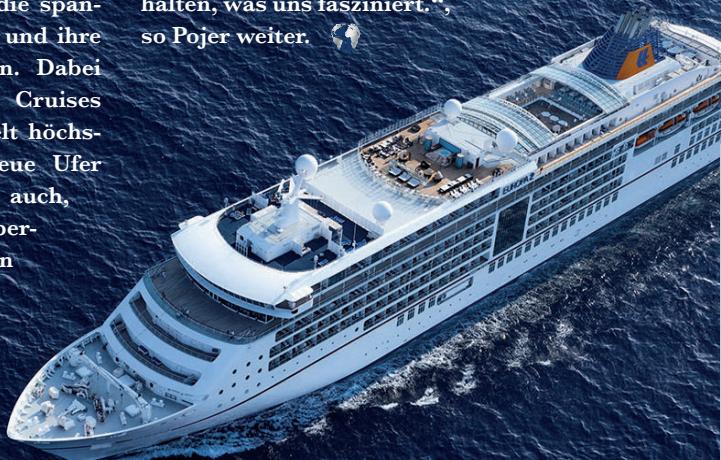
Auch 125 Jahre nach Erfindung der Seereise steht Hapag-Lloyd Cruises aus dieser Tradition heraus für Innovation im Kreuzfahrtmarkt. Das Hamburger Kreuzfahrtunternehmen gilt heute als einer der führenden Anbieter von Kreuzfahrten im Luxus- und Expeditionsbereich im deutschsprachigen Raum. Die Schiffe von Hapag-Lloyd Cruises sind herausragend in ihrer Klasse: Luxus pur bieten die klassische EUROPA und die moderne EUROPA 2, die beide als einzige Schiffe weltweit vom Berlitz Cruise Guide mit der Höchstnote 5-Sterne-Plus ausgezeichnet wurden. Die Expeditionsschiffe HANSEATIC (5-Sterne) und BREMEN (4-Sterne) gehen rund um den Globus auf Entdeckerkurs. Die „Erlebnisreisen im luxuriösen Privatjet ALBERT BALLIN“ sind zudem eine besonders exklusive Art des Reisens, die das Portfolio ergänzt. Und doch ist der Ökologiedenken im Zusammenhang mit Kreuzfahrten ein Dauerthema. Hat das Konzept Zukunft, wenn doch die ökologische Vertretbarkeit von Schiffsreisen immer mehr in Diskussion steht? Der Marktführer im Luxus und Expeditionssegment, Hapag-Lloyd Cruises, hat zu diesen Fragen klare Antworten und beweist, dass das Thema bereits seit langem

in die Unternehmensstrategie Eingang gefunden hat.

„Eine Kreuzfahrt ist die spannendste Art, die Erde und ihre Schönheit zu erfahren. Dabei hat für Hapag-Lloyd Cruises der Schutz der Umwelt höchste Priorität. Denn neue Ufer zu erkunden bedeutet auch, Verantwortung zu übernehmen. Wir setzen uns selbst - soweit möglich auch über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus - mit unterschiedlichen Maßnahmen einen hohen Standard in Bezug auf umweltbewusstes und nachhaltiges Handeln“, so Karl J. Pojer Vorsitzender der Geschäftsführung von Hapag-Lloyd Cruises.

„Die Schiffe von Hapag-Lloyd Cruises sind mit moderner Umwelttechnologie ausgerüstet, werden durch regelmäßige Werftaufenthalte gewartet und laufend auf dem neuesten Stand der Technik gebracht. So haben wir die EUROPA 2 als erstes Kreuzfahrtschiff weltweit mit SCR-Katalysatoren ausgestattet, die den Stickoxidausstoß um fast 95 Prozent reduzieren und zudem Landstrom-fähig sind. Dies gilt auch für unsere

Neubauten im Expeditionssegment, die 2019 auf dem Markt kommen. Denn wir wollen erhalten, was uns fasziniert.“, so Pojer weiter. 



Karl J. Pojer

Vorsitzender der Geschäftsführung, Hapag-Lloyd Cruises

AUSGEBRANNT TROTZ SONNENBRAND?

DIE WIRKUNG DER MIKRONÄHRSTOFFE

Trotz vermeintlich erholsamer Ferien im Süden fühlen Sie sich nach wenigen Tagen zurück im Job bereits genauso ausgebrannt wie zuvor, als ob der letzte Urlaub Monate zurück-



Dr. Günther Beck

Allgemeinmediziner,
Geschäftsführer Villa Vitalis
Medical Health Resort

liegt? Dieses Phänomen ist weit verbreitet und sollte als ernstes Warnsignal gesehen werden.

Dazu kommen noch weitere Symptome, wie chronische Müdigkeit, Energielosigkeit, Schlafprobleme oder Überforderungstendenzen in Beruf und Alltag? Dann sind dies sichere Anzeichen eines nahenden Burnout-Syndroms, denn Ihre Stress-Regulationssysteme sind nicht mehr in der Lage, sich in der Urlaubszeit effektiv zu regenerieren.

Bei derartigen Symptomen rate ich Ihnen, ein sogenanntes „Neurostress-Profil“ erstellen zu lassen. Konkret bedeutet dies die Bestim-

mung des aktiven Cortisol im Tagesverlauf und Dehydroepiandrosteron (DHEA) sowie eine Auswertung über die wichtigsten aktivierenden und beruhigenden Botenstoffe, darunter Dopamin und Serotonin.

Die Neurotransmitter Dopamin und Serotonin sind wesentlich für emotionale Glücksgefühle und die Motivation, aktiv zu sein. Bleibt die Ausschüttung von Dopamin und Serotonin durch Dauerstress und Reizüberflutung aus, sind Befindlichkeitsstörungen wie Depressionen, Ängste oder auch ein Burnout-Syndrom die Folge.



www.villa-vitalis.at

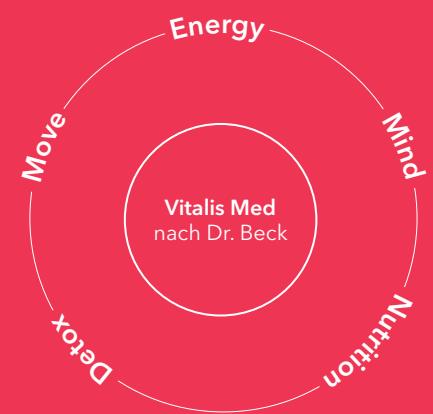
Revitalize yourself.

#beck2you

Das Vitalis MedConcept
nach Dr. Beck bildet die Basis
für nachhaltige Gesundheit,
Lebensqualität und Leistungsfähigkeit. **Finden Sie zurück**
zur neuen alten Stärke.



Villa Vitalis Medical Health Resort, Familie Beck
Revitalplatz 1, 5252 Aspach, Oberösterreich
Tel. +43 (0)7755/21001, office@villa-vitalis.at



Energy | Energiehaushalt & Immunsystem

Mind | Mentale Fitness & geistige Stärke

Nutrition | Ausgewogene, individuelle Ernährung und sinnvolle Ergänzung

Detox | Stoffwechsel & Entgiftung

Move | Körperliche Fitness



www.villa-vitalis.at



Mag. Gerhard Grabner / Mitglied des Ethik-Beirats des

SENAT DER WIRTSCHAFT und Wirtschaftsdirektor Stift Göttweig



TOURISMUS UND ETHIK – EIN WACHSENDER KONFLIKT?

WIE DIE ETHISCHEN HERAUSFORDERUNGEN DES TOURISMUS
BEWÄLTIGT WERDEN KÖNNEN

Die Anzahl der Meldungen in den Medien über „Probleme mit dem Massentourismus“ steigt seit einem Jahr sehr rasch an. Typische Schlagzeilen der letzten Wochen: „Unmut über Touristen steigt“; „Touristen ersehnt - zugleich verwünscht“; „Kreuzfahrtschiffe gefährden UNESCO-Weltkulturerbe“. Scheinbar gelingt es nicht, die richtige Balance für alle Betroffenen zu finden.

Bereits 1999 wurde von der Generalversammlung der Welttourismusorganisation UNWTO ein „Globaler Ethikkodex für Tourismus“ beschlossen. Dieser beinhaltet zehn Artikel, die als „Spielregeln für ethisches Verhalten im Tourismus“ für Hotellerie und Gastgewerbe, Reiseveranstalter und Reisebüros, Destinationen und Regierungen, ArbeitnehmerInnen und Reisende angesehen werden können. Diese Regeln sind schlicht

gefasst und bringen die wesentlichen Themen auf den Punkt. Sie umfassen folgendes:

1. Der Beitrag des Tourismus zu gegenseitigem Verständnis und Respekt zwischen Völkern und Gesellschaften.
2. Der Tourismus als möglicher Weg zu individueller und kollektiver Erfüllung.
3. Der Tourismus als Faktor für

eine nachhaltige ökologische Entwicklung.

4. Der Tourismus als Nutzer des Kulturerbes der Menschheit und Beitrag zu dessen Pflege.
5. Der Tourismus als Aktivität, die für das Gastland und seine Bevölkerungsgruppen förderlich ist.
6. Pflichten der an der touristischen Entwicklung beteiligten Anspruchsgruppen.



7. Das Recht auf Tourismus.
8. Touristische Freizügigkeit.
9. Die Rechte der Beschäftigten und UnternehmerInnen in der Tourismusindustrie.
10. Umsetzung der Grundsätze des Globalen Ethikkodexes für den Tourismus.

Der Ethikkodex ist textlich seit 1999 unverändert und offensichtlich leider kaum bekannt. Dies ist schade, da sich in den Unterpunkte teils sehr mutige Wünsche bzw. Aufforderungen finden. Hier wird z. B. angeführt, dass „die gastgebenden Gemeinschaften einerseits und die örtlichen Fachleute andererseits, sich mit den sie besuchenden Touristen vertraut machen sollten, sie respektieren und sich über ihren Lebensstil, ihre Vorlieben und Erwartungen informieren sollten. Auch folgender Passus erweckt Aufmerksamkeit: Touristen und Besucher sind verpflichtet, sich schon vor der Abreise mit den Besonderheiten der Länder, die sie besuchen wollen, vertraut zu machen.“

Im stark wachsenden Tourismusmarkt scheint bisher kaum jemand auf die berechtigten Anliegen des Ethikkodex Rücksicht genommen zu haben. Doch die Probleme in den besonders begehrten Tourismusregionen drängen alle Beteiligten zu raschen Lösungen. Der Aufschrei der Bevölkerung ist besonders in

den UNESCO-Weltkulturerbestätten nicht mehr zu überhören. Die Chancen und Optionen dieser Krise sollten nicht unterschätzt werden. Welcher Tourist möchte nicht gerne empfangen werden?

Damit dies so bleibt, ist ein rasches Handeln aller gefragt.

- Die politische Unterstützung zur Erreichung der Ethikkodexziele muss massiv ausgeweitet werden. Eine Versachlichung der Debatten setzt solides Zahlenmaterial voraus.
- Ein Verständnis der Beteiligten für positive und negative Aspekte kann nur im Austausch mit den Betroffenen erreicht werden. Diese Kommunikation muss institutionalisiert werden.
- Technische Erneuerungen für einen ökologisch nachhaltigen Tourismus sind voranzutreiben.
- Notwendige Infrastrukturmaßnahmen sollten gemeinsam finanziert werden. Die Mitfinanzierung durch Unternehmen führt zu schnelleren und für alle sinnvoller Ergebnissen.
- Reiseziele sind zeitlich und mengenmäßig zu beschränken. Dies hat nicht nur für sensible Naturlandschaften zu gelten sondern auch für den Städtetourismus - ein Umstand, der für uns sehr rasch zum Alltag gehören sollte.

Die Tourismuswirtschaft Österreichs spielt in der österreichischen Volkswirtschaft eine bedeutende Rolle und hat entscheidenden Einfluss auf Einkommen, Beschäftigung und regionale Entwicklung. Eine hohe Zufriedenheit aller Betroffenen ist daher von enormer Bedeutung. Mit der Schaffung des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus besteht die Hoffnung, dass die Umsetzung der Ziele des Ethikkodex für Tourismus mit einem neuen Elan in Österreich verfolgt wird. 

Mag. Gerhard Grabner

sammelte erste berufliche Erfahrungen in einer Wirtschaftstreuhankanzlei. Nach Erlangung der Wirtschaftsprüferbefugnis setzte er seine Laufbahn bei Ernst & Young mit Schwerpunktaktivitäten in financial services (Prüfung österreichischer und internationaler Banken und von über 500 Investmentfonds) fort. Seit 2012 leitet und koordiniert der studierte Jurist heute die Wirtschaftsbetriebe des Benediktinerstiftes Göttweig. Mag. Gerhard Grabner ist Mitglied des Ethik-Beirats des SENAT DER WIRTSCHAFT.



Große Tipps zum österreichischen Steuersystem im kleinen Format.

Jetzt kostenlos die Broschüre bestellen und profitieren:
service@tpa-group.at oder unter [www\(tpa-group.at](http://www(tpa-group.at)





Werner Widauer | Geschäftsführer, CASCAR

INCENTIVE TRAVEL UND SOCIAL-TOURISM – WOHIN GEHT DIE REISE?

ÜBER MEGA-TRENDS IN EINER BESONDEREN TOURISMUS-SPARTE

Sustainability, CSR (Corporate Social Responsibility) – Was soll das schon wieder? Ich habe ohnedies genug um die Ohren. Seit einer Dekade soll ich mehr und mehr „Green Events“ abhalten und dabei meinen ökologischen Fußabdruck bedenken. Mein Leben ist aber täglich voll mit Themen a la: Wie kann ich meine Organisationseinheiten optimieren, wie löse ich den Konflikt mit Zielen und Aufgaben meiner Marketingabteilung und meiner Finanzplanung und soll dabei noch Produktentwicklung und zukünftige Ausrichtung planen und die Gehälter meiner Mitarbeiter langfristig absichern – dabei treffe ich gleich wieder gesetzliche Rahmenbedingungen und Auflagen, die mir wieder zusätzliche Bürokratie- und Ablaufhürden in den Weg werfen. Wie stemme ich mich gegen mögliche Cyber-Attacken und wie setze ich die DSGVO richtig um?... Kurzum: die Liste ist lang und herausfordernd. Leadership ist gefragt.

Unsere Welt präsentiert sich jeden Tag schnellerbiger, besser und gleichzeitig schlechter... Mein Schiff braucht einen Kapitän, der die Ruhe behält. So atme ich kräftig durch, halte inne und gehe langsam, dann stolpere ich nicht. Was ist das Wichtigste für mich? Meine MitarbeiterInnen – mein Team und meine KundenIn-

nen, denn ohne die, ist alles nichts. Genau das bringt uns zum Thema. Wir spüren und fühlen – und das in jeder Organisationseinheit – wenn etwas nicht richtig ist und umrund läuft. Diese Emotionen sind die Motoren für Angst, Unzufriedenheit, Frustration und auf der anderen Seite Energie für Motivation und Begeisterung für

die Erreichung von Zielen bzw. Neuorientierungen.

Diese Ausrichtung von Motivation und Energie auf den gewünschten Kurs führt zu essentiellen Initiativen, welche im Team Ideen offen und ohne Furcht entwickeln und diskutieren lässt. Neue Ressourcen und Lösungswege werden mit dieser



Bewusstseinsbildung gefunden. Wie oft treffen wir auf Unternehmen, in denen wesentliche Einheiten den anderen nicht vertrauen und in den Abläufen viel gegenseitige Kontrollmechanismen eingebaut sind, ganz nach dem Motto: Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser. Etliches mag

nötig sein, aber wie viel Energie geht dabei in die falsche Richtung und schafft hohe Reibungsverluste?

Nehmen wir ein Orchester: Der Dirigent führt - der ‚Meister des Taktes‘ - und die Musiker vertrauen einander, dass der Erste Geiger und

alle Streichinstrumente, wie auch Bläser, Pauke und Co., zu wahrhaftem Künstlertum erwachsen und der Gehörgenuss unsere Begeisterung weckt. Hier führt diese positive Energie zu einem sensationellen Erlebnis für uns als Zuhörer.

Energieflüsse kanalisieren = Incentives

Das Kanalisieren dieses Energieflusses haben führende Unternehmen, ausgehend aus dem anglosächsischen Raum, erkannt und seit Dekaden spielen Incentives eine zentrale Rolle im Geschäftslauf. Der ROI hat sich ganz klar als logische Konsequenz und Sinnhaftigkeit eingestellt. Incentives stellen eine sich selbst finanziende Marketingaktivität dar, welche MitarbeiterInnen für außergewöhnliche geschäftliche Erfolge mit einzigartigen und besonderen Reiseerfahrungen belohnt. Diese Wertschätzung

bestätigt Einsatz, Integrität und Erfolg des jeweiligen ‚Top Performers‘. Wir brauchen keinen Neurowissenschaftler oder Psychologen der bestätigt, dass es uns gut tut, Erfolge zu feiern.

Leben ist Veränderung. So hat sich auch die Incentive Welt, wie auch das gesamte MICE Business weiter entwickelt und die neuen Herausforderungen konsequent angenommen. War Ende der 80er Jahre ein Incentive noch vieler Orts eine Luxusreise, haben sich über Green Events

und in jüngerer Zeit verstärkt die Erkenntnisse um die Auswirkungen der Globalisierung ihren Einzug und Ausprägung im Incentive Bereich gefunden. Viele haben erkannt, dass wir alle miteinander vernetzt und verbunden sind und jeder unserer Handlungsschritte weitreichende Wellen schlägt. Schauen Sie sich diverse größere Unternehmen an und Sie finden genug Beispiele zu deren Nachhaltigkeitskonzepten. Wie setzen wir dieses komplexe und vielschichtige Thema in Sinne eines Incentives um?

Incentives und Social Tourism: Ein Praxis-Beispiel

Hier ein Beispiel: Optus Australia veranstaltet jährlich ein Incentive und belohnt herausragende MitarbeiterInnen, welche die Kernphilosophie des Unternehmens am besten repräsentieren: Fokus auf Kundenservice, Teamwork, Integrität, „Challenger Spirit und Personal Excellence“. Jährlich werden dazu bis zu 400 Teilnehmer für fünf Tage eingeladen und nützen diese Tage für Feiern, Netzwerken, für vertiefte Inspiration und Motivationskraft des Teams im Zuge dieser Belohnung. Das jüngste Programm führte nach Vietnam und beinhaltete diverse Schlüsselhighlights und Seminare höchster Qualität, feierlich angemessene Abendessen und

eine starke Corporate Social Responsibility-Komponente.

Dazu hat Optus mit Habitat for Humanity einen Partner für dieses Element gefunden. Die Aktivität bestand darin, in zwei Tagen sechs Häuser zu errichten und zwei Schulen zu reparieren und auszumalen. Bei hoher Luftfeuchtigkeit und über 35 Grad mit Einbeziehung des gesamten Teams über alle Altersgruppen und Fähigkeiten verteilt, wurde Tag und Nacht intensiv gearbeitet und als alles vollendet war, kam die ganze Dorfgemeinschaft zusammen und sechs Familien erhielten ein neues Zuhause, die Dorfbewohner erfreuten sich

über die Schulen und die selbstlose Hilfe. Tränen der Freude und Dankbarkeit haben diese Menschen zusammengeführt und das Team von Optus hat vieles nach Hause mitgenommen:

- Das CSR-Programm hat sie nicht nur während des Incentives engagiert und motiviert.
- Dieser Spirit wurde mitgenommen und gelebt - das Engagement für weiteren Erfolg, die Ziele zu erreichen und die Wichtigkeit der Zusammenarbeit als Gemeinschaft zu erkennen und zu leben.



Große Tipps zum österreichischen Steuersystem im kleinen Format.

Jetzt kostenlos die Broschüre bestellen und profitieren:
service@tpa-group.at oder unter [www\(tpa-group.at](http://www(tpa-group.at)





Die zeitgemäße Neuausrichtung von Incentives

Incentives spielen eine wichtige Rolle im Geschäftsleben. In der Planung und Durchführung setze ich auf qualitative Kommunikation - der Incentive Manager ist Meister des Prozesses und Kreativität, meine KundInnen liefern ihre Wertvorstellungen und Ziele. Aus diesem Grund läuft ein Incentive nicht mehr nur als Anreiz einer tollen Erfahrung mit einer Aneinanderreihung selektierter Bausteine, sondern ein Thema sozusagen als Nordstern, der sich als Teil eines Prozesses der Unternehmensführung darstellt und als neuer Sinnesreiz die se Awareness unterstützt.

Diese Leidenschaft bis in alle SupplierInnen eines solchen Events zu transportieren macht das Schöne an dieser Tätigkeit aus - wenn die Philosophie zur DNA aller involvierten Kräfte wird, dann garantiert dies die besondere Erfahrung und springt nachhaltig auf alle Beteiligten über. Tolle Incentives der letzten zwanzig Jahre mit diversen internationalen Herausforderungen und kulturellen Adaptierungen, je nach Location und Eventstrategie, mit der Vereinigung der Mund- und Fußmalenden Künst-

ler hat letztes Jahr auch zum Gewinn des SITE Crystal Awards, quasi den Oskar im Incentive Business, als „Best Destination-Based Experiential Incentive Travel Program“ weltweit geführt.

Im Grunde wollen wir handeln und Dinge tun, die Sinn machen. Daher geht's um das „bewusst Sein“ und es gilt, Aufnahme und Wahrnehmung zu schärfen, indem wir unsere fünf Sinne trainieren und unsere Rezeptoren für die Außenwelt sensibilisieren. Unser Gefühl liefert die Motivation und Emotion für das weitere Handeln und die Entwicklungen in Regionalität der Küche, Mobilität und geologischer Fußabdruck, soziales Handeln und unsere Vernetzungen und Abhängigkeiten spiegeln diese Entwicklung wider. Die Schnittmenge aus Wirtschaft, Umwelt und gesellschaftlicher Entwicklung ist wahre Nachhaltigkeit - ein komplexer und sich ständig verändernder Prozess, wie unser Leben.

Im Zuge einer Eventplanung habe ich letzte Woche mit Nicolai Padoan vom Hilton in Wien gesprochen und war positiv überrascht, wie eine

internationale Hotelkette hier bereits sensationelle Schritte in lokaler Produktwahl und Zulieferkette gesetzt hat. Unternehmen, welche den Schritt zur Nachhaltigkeit bereits gesetzt haben, nützen laufend diese Werte und Orientierungen um Sie zu analysieren und zu justieren. Die Summe der Schritte wird somit messbar und ist Teil der Geschäftsgesbarung geworden. Im SENAT DER WIRTSCHAFT finden wir etliche SpezialistInnen mit besten Zutaten und Bausteinen für ein schönes Bild im Mosaik der Nachhaltigkeit, die sich perfekt ins MICE Business einfügen. Unsere regionale Vielfalt und hohe Qualität in allen Bereichen wird den Standort Österreich weiter festigen und mit der KLIMA-ALLIANZ und Co gehen wir den Weg voran - gestalten wir eine bessere Welt für uns und unsere Mitmenschen - denn „life is beautiful“. Nachhaltigkeit ist in unserem Leben angekommen - nehmen wir diese Aufgaben mit Freude an und jetzt ist der beste Zeitpunkt für den nächsten bewussten Schritt. 

Werner Widauer

studierte Informatik an der TU Wien und war während und nach seinem Studium als Tour Manager tätig. Bis 1994 war für die Incentives und das Marketing der Amadeus Tours in Deutschland, Niederlande, Italien und Südafrika verantwortlich. Seit 1997 plant und organisiert er die Incentives und Conventions der Vereinigung der Mund- und Fussmalenden Künstler in aller Welt e.V. - von Buenos Aires bis Shanghai, von Mexico City bis Singapur, in Wien, Barcelona, Lissabon, Atlanta. Er ist laufend für Incentives und Fortbildungsprogramme im Versicherungsbereich tätig und ist außerdem der Geschäftsführer der CASCAR - Classic and Sports Car Assekuradeur GmbH und der Winsurance - Widauer & Dr. Glavanovitz Versicherungsmakler OG sowie der WINsider Consulting GmbH. Er ist Senator im SENAT DER WIRTSCHAFT.



AUSSERGEWÖHNLICHE UMSETZUNG VON EVENTS & INCENTIVES

WIR KREIEREN ERFOLGSERLEBNISSE

Ob groß oder klein, bei Ihnen im Unternehmen oder an den Top-Locations dieser Welt – jede Veranstaltung hat es verdient, unvergesslich zu werden. Dies ist unsere Mission. Seien Sie GastgeberIn – wir kümmern uns für Sie ums große Ganze sowie um die feinen Details.

Corporate Events

GALAVERANSTALTUNG · KONFERENZ · TAGUNG · SYMPOSIUM · ROADSHOW

- Kreative Inszenierung
- Zuverlässige, innovative Technik
- Hotels- und Tagungsräume
- Professionelles TeilnehmerInnen-Management
- Locationauswahl



Incentive Reisen

WAS BLEIPT BESSER IN ERINNERUNG ALS EINE REISE?

- Einzigartige Destinationen im In- und Ausland
- Individuelle, kreative Konzepte
- Teambuilding und Motivation



Kultur Events

VIP- REISEARRANGEMENTS FÜR FESTSPIEL-AUFFÜHRUNGEN IN
SALZBURG · WIEN · BREGENZ · BAYREUTH · BADEN BADEN
MÜNCHEN · LUZERN

- Nachhaltige Kundenbindungsprogramme
- Attraktive Reisen und Veranstaltungen

festival
service
live communication
destination management

festival service gmbh
Maxglaner Hauptstraße 12 · 5020 Salzburg
+43 662 855107
info@festivalservice.com
www.festivalservice.com

bezahlte Anzeige

BEEKEEPING FOR CEOS

ONE DAY SEMINAR ON JUNE 22ND, 2018.

GET OUT OF OFFICE AND LEARN FROM NATURE!

BEEHIVE = 50.000 EMPLOYEES (BEES) AND ONE CEO (QUEEN), SUCCESSFULLY IN OPERATION SINCE 80 MILLION YEARS - WORLDWIDE!

Why are they successful?

How do they cooperate and communicate?

How do they optimize resource use?

Why are they so energy efficient?

Morning: understanding the beehive as super organism

Afternoon: open the beehive, hear, feel, smell, enjoy, ...

Max. 8 participants, location will be defined (Vienna or Salzburg)

Fee: 1200.-Euro, members of the Senat: 950.-Euro (excl. VAT)

THE SEMINAR WILL BE HELD IN ENGLISH.



Trainers:

- Prof. Dr. Wolfgang Wimmer / beekeeper & managing director ECODESIGN company GmbH
- Dr. Helena Prokova certified beekeeper & international management

bezahlte Anzeige

INTERESTED? RESERVE YOUR PARTICIPATION UNDER:

WIMMER@ECODESIGN-COMPANY.COM



Rainer Schönfelder | ÖSV-Skirennläufer a.D.

Hotellier & Tourismus-Projektentwickler

FINANZIERUNG IM TOURISMUS NEU DENKEN

ZUKUNFTSORIENTIERTE KONZEPTE DURCH EINEN
MODERNEN FINANZIERUNGS-MIX WAHR WERDEN LASSEN



Rainer Schönfelder erlangte als erfolgreicher ÖSV-Ski-Rennläufer große Bekanntheit, der bei Olympischen Spielen und Weltmeisterschaften Medaillen gewann und auch den Slalom-Gesamtweltcup für sich entscheiden konnte. Jetzt widmet er sich einer weiteren großen Leidenschaft: Dem Investment! Mit seiner Firma „You Will Like It“ setzt er Investmentkonzepte für AnlegerInnen mit dem Schwerpunkt Immobilien um. Gemeinsam mit Hermann Maier und der REWE-Tochter DerTouristik realisierte er das Hotelprojekt „Cooee alpin“, wo mittels mehrerer Standorte in Toplagen der Alpen eine preiswerte Unterkunft für UrlauberInnen im Winter, wie auch Sommer angeboten wird. Aktuell sind drei Standorte eröffnet und weitere in Planung. Im Interview mit Jochen Ressel gibt er Einblick in seine Tourismusprojekt-Finanzierungserfahrungen.

Wie hat man denn Tourismusprojekte früher im Vergleich zu heute finanziert?

So alt bin ich nicht, als dass ich nun von früher und heute reden kann,

aber ich denke, dass natürlich früher wie heute die klassische Finanzierung

mit Eigenkapital und Bankkredit noch immer die häufigste ist!



Rainer Schönfelder

holte als aktiver Schirennläufer unter anderem 2 x Bronze bei Olympischen Spielen, 2 x Silber bei Weltmeisterschaften, 1 x gewann er den Slalom-Gesamt Weltcup und konnte auch den legendären Slalom am Ganslernhang in Kitzbühel gewinnen! Sein Interesse galt auch dem Entertainment, betätigte sich auch gesanglich und schaffte es auch in den Ö3 Charts unter die Top10! Mit dem Sieg bei Dancing Stars 2013 entschied er sich in das Leben nach dem Sport einzutreten und widmete sich einer weiteren großen Leidenschaft: Dem Investment!



Warum muss man heute neue Wege gehen?

1. Es wird immer schwieriger, den Auflagen der Banken gerecht zu werden! Die Personen, die einen Kredit oder eine Finanzierung gewähren sind mehr darauf bedacht, ihren internen Auflagen gerecht zu werden, als dass man das Geschäftsmodell sinnvoll durchleuchtet. So kommt es

nicht selten vor, dass Banken viel risikoreichere Investitionen finanzieren, weil sie halt in ihren „Anforderungskatalog“ passen und richtig gute Ideen und Geschäftsmodelle sich sehr schwer tun.
2. Eigenkapital ist immer schwerer aufzubringen bzw. werden eigenka-

pitalfähige Werte immer seltener bis gar nicht mehr von Banken akzeptiert! Die InitiatorInnen haben in der Regel schon eine Menge an Kapital in das Unternehmen gesteckt und können daher nicht weiter Eigenkapital zuschiesen! Da wird es dann meistens eng...

Wie sieht Dein Weg aus?

Mein Weg ist der, dass ich versuche, unterschiedliche neue Möglichkeiten mit klassischen zu kombinieren! Wir haben gemeinsam mit der ÖHT (Österr. Tourismusbank) eine

Crowd-Kampagne abgewickelt und eine tolle Finanzierung für unseren nächsten Standort in Bad Kleinkirchheim aufgestellt! Dies ist natürlich nicht immer möglich und sinnvoll,

aber wir versuchen, den bestmöglichen Weg aufzuzeigen und dann Partner zu gewinnen, die diese Wege mit uns gehen!

Worauf achtest Du dabei besonders?

Das Investment muss sich nachhaltig rechnen, sodass das geliehene Kapital zurückgeführt werden kann! Hierzu sind gut kalkulierte Businesspläne

und ein gutes Verständnis des finanzierenden Instituts notwendig! Außerdem sollte man sich auch einen Plan B einräumen, denn man kann in den

meisten Fällen nicht immer punktgenau die geplanten Zahlen, die man ja schließlich in die Zukunft gerechnet hat, einhalten.

Was ist aufgrund Deiner Erfahrungen für die EntscheiderInnen in der Tourismus-Wirtschaft wichtiger denn je?

Ich hätte gerne mehr Orientierung an der Idee, mehr Emotion, mehr Chance für Investitionen und weniger Zahlen, die man in die Zukunft gerichtet ja sowieso nur so gut es geht abschätzen und hochrechnen kann!

Da habe ich oft den Eindruck, wir Menschen machen es uns besonders schwer: Wir rechnen auf gegenwärtigen Daten basierend in die Zukunft, wo KEINER weiß, ob das dann so eintritt! Das dauert und schafft den

FinanzierungsnehmerInnen wahnsinnige Aufwendungen! Und dann, wenn nicht 100% alles so eintritt wie „geplant“, dann brennt der Hut. Da ist mehr Spielraum gefragt!

Herzlichen Dank für das Gespräch!



Mag. Klaus Candussi / Co-Gründer & Co-Geschäftsführer, atempo

WENN DIE BEHINDERUNG DAS URLAUBSZIEL BESTIMMT

DIE BEDEUTUNG DER BARRIEREFREIHEIT FÜR DEN TOURISMUS

Ein paar Schönwetterfotos mit Sandstrand und Meer, einem idyllischen Alpenpanorama, einem glücklich verliebten Paar im Wellness-Relax-Modus im Katalog oder auf der Webseite – und schon ist die Köder für die Urlaubs-Entscheidung ausgelegt. Jetzt noch ein attraktiver Preis und die Buchung ist gebongt! Im Einzelfall mag dieses touristische Konzept stimmen – viel öfter als gedacht sind die potentiellen Gäste an diesem Punkt aber schon verloren.

Klar, wir alle haben das längst gelernt: Die Fotos zeigen das Ferienhaus stets von der „Schokoladenseite“, die hundert Meter zum Strand können sich vor Ort allemal als sechshundert herausstellen und der Wellnessbereich verdient eher den Titel Kellersauna. Werbung betreibt halt Schönfärberei, das wissen wir doch alle. Und alle buchen wir dennoch, wenn denn der Preis - auch angesichts erwartbarer Qualitätsabstriche - attraktiv genug ist.

Aber sind das wirklich „alle“, die das in dieser Form tun und tun können?

Menschen mit Behinderung, seien es Allergien oder Lebensmittelunverträglichkeiten, Sinnes-Einschränkungen oder Mobilitätsprobleme, können genau so NICHT buchen. Die berühmte „eh nur eine“ Stufe beim Einstieg in die Dusche, ein im Hinblick auf spezielle Ernährungs-Bedarfslinie unflexibles Küchenteam

oder zu enge Liftkabinen können sie nicht als bloße Ärgerlichkeit abtun. Im schlimmsten Fall bedeuten diese für sie das Ende des Urlaubs, bevor dieser noch richtig begann. Sie können erst und nur dann buchen, wenn die verfügbare Vorinformation alle ihre Fragen ausreichend und zweifelsfrei positiv beantwortet.



Barrierefreiheit als Buchungs-Multiplikator

TouristikerInnen, die jetzt meinen, auf diese paar wenigen und komplizierten Gäste gern verzichten zu können, sei ein Blick in die Statistik empfohlen. Je nach Definition spricht diese von bis zu 15 Prozent der Bevölkerung, die von irgendeiner Art von Behinderung betroffen sind. Und es kommt noch dicker: In aller Regel verreisen wir nicht allein, sondern mit FreundIn, Ehefrau bzw

-mann und Familie. Die 15 Prozent können also getrost verdoppelt werden. Die Laktose-Intoleranz der Mutter und der Rollator des Ehemanns bestimmen dann definitiv, wo alle gemeinsam urlaufen.

Vielfach sind sich Beherbergungsbetriebe dieses Fakts gar nicht wirklich bewusst. So meint die RezeptionistIn eines Hotels zunächst,

man habe sich vom barrierefreien Ausbau mehr einschlägige Nachfragen von Gästen erwartet. Ok, immer öfter machen jetzt PensionistInnen-Busse hier Station, statt wie üblich im billigeren Quartier im Nachbardorf. Immer dann halt, wenn RollstuhlnutzerInnen dabei seien. Erst als sie das ausspricht wird ihr klar: Der eine Rolli bestimmt darüber, wo die ganze Gruppe nächtigt.

Ein Rolli-Klo macht noch keine barrierefreie Destination

Was TouristikerInnen auch lernen mussten: Urlauberinnen und Urlauber mit Behinderung sind zunächst mal Urlauberinnen und Urlauber. Sie suchen nicht primär nach barrierefreien Unterkünften. Sie suchen nach attraktiven Destinationen, je nach persönlicher Vorliebe – also Sport-, Kulinarik-, Kultur- oder Wellness-Angebote – die zusätzlich alle Anforderungen erfüllen, um auch

von Personen mit allen Arten von Behinderung genutzt zu werden. Der Begriff „Destination“ darf dabei durchaus umfassend verstanden werden, denn kein Gast wählt einen Urlaubsort, nur weil die Unterkunft dort rollstuhltaugliche Zimmer anbietet. Gäste mit Behinderung haben dieselben Bedürfnisse und Wünsche wie andere auch. Sie möchten Zugang zu Freizeiteinrichtungen, Museen, zu

den Kaffeehäusern, Buschenschanzen und Shopping-Angeboten der Region. Und – was in der touristischen Angebotskette oft übersehen wird – es ist ihnen nicht damit geholfen, wenn sie zwar barrierefrei in unser Land fliegen können, dann aber kein barrierefreies Mobilitätsangebot vorhanden ist, um sie von dort zum Quartier und zu den attraktiven Freizeitangeboten hinzubringen.

Zurück an den Start

Wenn also die Statistik belegt, wie groß die Zielgruppe und damit verbunden, wie attraktiv die Chancen auf diesem Markt sind (rund ein Drittel der Zielgruppe muss gar nicht anderen Betrieben oder Destinationen abgeworben werden, sondern verreist aufgrund fehlender Angebote bislang gar nicht), wie ist dann dieses brachliegende Potential zu heben?

Höchste Bedeutung kommt hier dem Internet als erste Informationsquelle

und wichtigstes Buchungsportal zu. Tourismus Websites, die selbst nicht barrierefrei programmiert, gestaltet und getextet sind, werden hier vermutlich weniger als attraktive Visitenkarte denn als „Warnhinweis“ wirken. Essentiell aber ist jedenfalls die Qualität der angebotenen Information zur Barrierefreiheit. Selbstgeschneiderte Qualitätskriterien oder ungeprüft übernommene QuartiergeberInnen-Angaben können sich

schlimmstenfalls schnell als Keim für saftige Schadenersatzansprüche herausstellen. Das gut gemeinte Angebot, den Rollstuhl eh gern über die drei Zugangsstufen zu tragen, wird wohl nur von ganz wenigen Gästen freudig angenommen, wenn es nicht ohnehin am schieren Leergewicht eines Elektro-Rollis von gern mal 120 kg aufwärts scheitert.

Mag. Klaus Candussi

ist Co-Gründer und Co-Geschäftsführer von atempo, eines Sozialunternehmens, das sich seit vielen Jahren mit barrierefreiem Tourismus beschäftigt. Insbesondere bietet atempo Lösungen zur Analyse von touristischen Angeboten und zur transparenten Information über Urlaubsangebote. atempo ist ein Mitgliedsunternehmen im SENAT DER WIRTSCHAFT.





Mag.^a Ulrike Amon-Glassl & Markus Glassl, Bakk. techn.

Geschäftsleitung, INDIVIDUAL COACHING

DÜRFEN UND MÜSSEN SICH MITARBEITERINNEN IM TOURISMUS AUCH WOHLFÜHLEN?

ODER LIEGT DER FOKUS AUSSCHLIESSLICH AUF
DEM WOHL DER GÄSTE?

Wie eine Geschäftsstrategie erfolgreich mit einem ganzheitlichen Personalmanagement verbunden werden kann, wird an Hand von Best-Practice-Beispielen gezeigt.

Neben dem Wunsch nach Top-Personal gibt es weitere Faktoren, die ein Tourismus-Unternehmen zum Erfolg führen: Er beginnt an der „Grundphilosophie“ der Unternehmensführung. Wie geht z. B. ein Hotel, welches Wellness anbietet, mit der Gesundheit seiner Beschäftigten

um? Wie steht es um Personalpolitik und Personalführung? Wirken die Agierenden selbst entspannt und verbreiten gute Laune oder zeigen sie sich demotiviert und abgearbeitet? Und worauf ist das Haus spezialisiert, welche Besonderheiten bietet es den Gästen? Was ist denn das Sinnstiftende

für die MitarbeiterInnen? Wo liegt das Alleinstellungsmerkmal? Oder ist es eines von vielen und man könnte sowohl als Gast als auch als BewerberIn beim nächsten Mal ebenso gut im Nachbarhotel „einchecken“?

Tourismus - eine attraktive Branche?

Regelmäßig berichten Medien über spezielle Herausforderungen sowie schlechte Arbeitsbedingungen und Bezahlung. Überraschende Ergebnisse liefert die aktuelle Tourismusauswertung des Arbeitsklimaindex 2017 (Quelle: Auswertung von ifes im Auftrag der AK-Wien, Datenbasis der AK-Oberösterreich): Zwischen

2014 und 2017 besserten sich die Arbeitsbedingungen, sodass nun 61 % der Beschäftigten beim gleichen Arbeitgeber verbleiben möchten (2014 waren es nur 50 %)! In allen 4 Belastungsdimensionen – physische Belastung, Innovationsdruck, psychischer Stress und Zeitdruck – liegen die Werte unter dem Durchschnitt an-

derer Branchen. Einzig die Gehaltszufriedenheit wird mit einem Wert von 55 im Vergleich zu 62 signifikant schlechter bewertet. Die detailliertere Auswertung des Arbeitsklimaindex 2016 zeigt insgesamt schlechtere Werte bei Beschäftigten in Wien im Vergleich zu den anderen Bundesländern.

Humanvermögen Personal - Human Asset - und Kundenorientierung im Einklang

Zwei Praxisbeispiele zeigen, dass es sich rentiert, Arbeitsbedingungen sowie Potenziale zu analysieren und bewusst Maßnahmen zu setzen, damit das Personal motivierter, gesünder und leistungsfähiger arbeitet und gleichzeitig die Attraktivität als Arbeit- und GastgeberIn gestärkt wird:

Eines von vielen Hotels inmitten eines wunderbaren Skigebietes mit ca. 500 Betten lebte im Sommer von WandererInnen und im Winter von WintersportlerInnen. Nach eingehender Analyse und Bewertung verhalf eine neue Strategie zur gewinnbringenden Auslastung des

Hotels: Im Sommer Familienhotel, in den übrigen Monaten renommierter Event- und Seminarveranstalter im flexibel gestaltbaren Konferenzzentrum. Dazu das traditionelle Saisongeschäft sowie modernste und speziell konzipierte Programme im Fitness- und Wellnessbereich, die



sich an Privatpersonen wie auch an Unternehmen richten, welche in die Gesundheit ihrer Beschäftigten investieren möchten. Dazu wird auf heimische und gesunde Kulinarik großer Wert gelegt. Dies ermöglicht dem Großteil der Belegschaft, die aus der Region kommt, eine ganzjährige Fixanstellung.

Szenenwechsel in eine familiengeführte Frühstückspension mit ca. 30 Betten in ruhiger Altbau-Lage. Auch hier herrscht großer Preisdruck, vor allem durch Buchungsportale. Drei

Eigentümer-Generationen und zwei Angestellte verwöhnen persönlich den Gast mit einem knackig frischen und äußerst reichhaltigen biologischen Frühstücksbuffet. Beste Laune inklusive! In den liebevoll mit Familien-Sammelstücken ausgestatteten Räumlichkeiten taucht man in eine Oase zum Wohlfühlen und Entspannen inmitten einer Großstadt ein. Der Gast ist hier spürbar König und kommt gerne wieder!

Das Geheimnis des Erfolges liegt also tiefer als in rein finanziellen In-

vestitionen. Jedes paar Hände wird als wertvolles Kapital hoch geschätzt, inklusive der Erfahrung älterer Generationen. Auf gemeinschaftliches Erstellen von Dienstplänen, Einschulungen mittels Mentoringsystemen in altersgemischten Teams, gute und laufende Aus- und Weiterbildung wie auch auf faire Bezahlung wird großer Wert gelegt. Der Lohn ist in beiden Fällen ganzjährig beschäftigtes Stammpersonal, eine hohe MitarbeiterInnen-Bindung, motivierte Beschäftigte sowie zufriedene und treue Gäste.



Die ideale Vorgehensweise

Am Beginn steht die Analyse als Basis für innovative Organisationsentwicklung. Kennzahlen aus der Erfassung von Ressourcen und Stressoren aus dem Arbeitsumfeld liefern wichtige Ansatzpunkte. Mit speziellen Verfahren wie z. B. EWOPLOSS® - European Workplace Assessment (das auch Teil der Gesundheits-Toolbox des SENAT DER WIRTSCHAFT

ist) erhebt man zusätzlich zu den Belastungen auch bereits Gelungenes. Die Dringlichkeitsstufen von Verbesserungen werden ebenfalls aufgezeigt: Der Blick richtet sich darauf, wo der Hut wirklich brennt und ermöglicht, sofort nach der Analyse gezielt an den „Knackpunkten“ anzusetzen, die auch erfolgskritisch für die Erreichung Ihrer Geschäftsziele sind.

Zusätzlich bietet EWOPLOSS® ein Monitoringssystem, um die Wirksamkeit von Investitionen und Maßnahmen auch wirtschaftlich darzustellen. Zusätzlich erfüllen Sie mit diesem Tool auch die gesetzliche Verpflichtung zur Evaluierung arbeitsbedingter psychischer Belastungen gemäß ASchG.





Besonders für Unternehmen des SENAT DER WIRTSCHAFT

Für Mitgliedsunternehmen bietet die Senatorin Mag. Ulrike Amon-Glassl eine ganzheitliche Erstanalyse inklusive Evaluierung psychischer Belastungen speziell für Gastronomie- und Tourismusbetriebe an. Die Befragung findet im Zeitraum September bis Oktober 2018 statt. (ulrike.amon-glassl@individualcoaching.at). 



Mag. a. Ulrike Amon-Glassl und Markus Glassl, Bakk. techn.

stehen seit mehr als 25 Jahren für die Entwicklung performance-steigernder Arbeitswelten. Die Geschäftsführer der INDIVIDUAL COACHING GmbH beraten als Organisationsentwickler, Arbeitspsychologen und SAP-Spezialisten Unternehmen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Sie liefern die Grundlagen für wissenschaftlich fundierte Strategieentwicklung inklusive Arbeitsgestaltung, Prozessanalysen und Evaluierungen zur nachhaltigen Sicherung der Ergebnisse. Mit ihrem internationalen Analysetool EWOPLASS® - European Workplace Assessment unterstützen sie Organisationen bei der Analyse, Evaluierung und Gestaltung von gesunder Arbeit und Führung für nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft unter Arbeit 4.0. INDIVIDUAL COACHING ist Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT.



www.mcberatungsgruppe.com

Kräfte bündeln.

Die .mcberatungsgruppe hat Verstärkung bekommen.

.mctax Steuerberatung GmbH
 .mcbrain Unternehmensentwicklung GmbH
 JB - O WT Steuerberatungsgesellschaft mbH
 JB - WT Steuerberatungsgesellschaft mbH
 Loizenbauer Wirtschaftstreuhand GmbH
 morepayroll Steuerberatung GmbH
 e-acit GmbH

Gemeinsam zuverlässig, unabhängig und zukunftsorientiert.

.mc
beratungsgruppe





Mag.^a Karin Keglevich-Lauringer | Geschäftsführerin, Special Public Affairs

ROHDIAMANT IM WIRTSCHAFTSGEFÜGE

Er ist ein echter Wirtschaftsmotor, sogar oftmals die einzige Möglichkeit, Geld zu verdienen. Er ermöglicht es, Kulturgüter zu erhalten, die Natur zu pflegen, Traditionen erlebbar zu machen. Er ist immer wieder Basis für Innovationen und Kreativität und er fördert, durch das Begegnen vieler Kulturen und unterschiedlicher Menschen, die Toleranz.

Wenn ich jetzt frage, wovon ich spreche, würden es viele wahrscheinlich nicht erraten: Ich spreche vom Tourismus – der uns allen leider viel zu selbstverständlich geworden ist. Er ermöglicht all das, was ich eingangs erwähnt habe und noch viel mehr. Trotzdem wird in der Debatte z. B. über Auswirkungen kultureller Einflüsse, vorwiegend über Gefahren diskutiert, ohne die Chancen zu betrachten. Denn Tourismus ist mehr als ein Hotel, ein Restaurant, ein See oder das Meer. Dabei werden viel zu oft jene, die im Tourismus arbeiten, als „Leidende“ hingestellt, da sie nicht nur am Wochenende, sondern auch abends arbeiten müssen.

Ist Freizeit aber das Einzige, was zählt? Nur wer soll dann die nötige Arbeit verrichten? Haben wir verlernt, positiv zu denken? Wenn sogar einer der besten Köche Österreichs und Eigentümer eines der besten Restaurants der Welt, Heinz Reitbauer, vom Steirereck in Wien, darlegen muss, dass er kaum mehr Mitarbei-

terInnen findet und darüber hinaus ganze Regionen ihre Gäste nicht mehr optimal bedienen können, da sie kein Personal finden, dann läuft etwas falsch in der Diskussion um die Tourismuswirtschaft. Denn an der Bezahlung allein kann es nicht liegen. Da sind die Gehälter, inklusive des steuerfreien Trinkgelds, durchaus attraktiv geworden.

Unsere freizeitverliebte Gesellschaft will auf Händen getragen, in einer intakten Natur mit regionalen Produkten verwöhnt und stets aufmerksam bedient und bespaßt werden. Sie bringt aber all jenen, die sich bemühen, all das zu gewährleisten, kaum Wertschätzung entgegen. Denn Kosten soll es schließlich wenig. Das kann sich nicht ausgehen. Wenn wir so weiter tun, dann wird es noch weniger Menschen geben, die sich diese schöne Arbeit aussuchen. Aber wer soll dann die Natur, Kulturgüter und Traditionen pflegen? Auch heimische Produkte wachsen nicht von allein. Wenn wir die, die im und für

den Tourismus arbeiten, wertschätzen beginnen und uns bewusst werden, dass unsere Lebenslust, Umwelt, Kultur - ja jedes Essen - sehr stark von ihnen abhängt, kann es gelingen, diesen Rohdiamanten, der einen großen Anteil am wirtschaftlichen Erfolg und Ansehen Österreichs hat, wieder zum Glänzen zu bringen. Denn die Gäste zu verwöhnen und umgekehrt dem Personal entsprechend Wertschätzung entgegenzubringen, ist nichts Verwerfliches, sondern etwas sehr Schönes.

Die Politik hat mit der Rücknahme der erhöhten Mehrwertsteuer bereits einen ersten Schritt getan, um Investitionen wieder möglich zu machen. Nun muss die Entbürokratisierung folgen, bevor die Betriebe daran erstickten. Es gibt kaum eine Branche, wo man so unmittelbar unterschiedlichste Menschen zusammenführen und Toleranz lernen kann. Gebt dieser Branche Mut zum Weitermachen!

Mag.^a Karin Keglevich-Lauringer

ist Gründerin und Geschäftsführerin von Special Public Affairs und gilt als arrivierte Expertin in ihrem Kommunikations-Fachbereich. Der Schwerpunkt der PR-Beratungskompetenz ihres Unternehmens liegt im Industrie- und Finanzbereich. Mag. Keglevich-Lauringer ist Senatorin im SENAT DER WIRTSCHAFT.





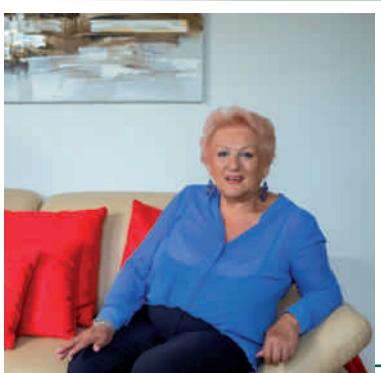
Thomas Morgl, MBA / Geschäftsführer, Silver Living



WENN BEST- UND SILVER-AGER/INNEN REISEN...

WELCHE FAKTOREN FÜR DIE HIGH-POTENTIAL-ZIELGRUPPE DER SENIOR/INNEN WICHTIG SIND

Sie kleiden sich chic, sind voll Energie und Tatendrang und lieben das Leben – auch wenn das Leben es nicht immer so gut mit ihnen meinte – schlussendlich leben sie heute alleine. Sie gönnen sich – manche von ihnen sogar erstmals im Leben – ein klein wenig „Luxus“. Sie achten auf sich und ihr Wohlergehen. Thomas Morgl, Geschäftsführer von Silver Living, hat Maria S. und Edith L. befragt, worauf es für sie beim Reisen ankommt oder ankommen würde. Das Ergebnis ist eine Reise zu den Bedürfnissen einer ganz besondere Tourismus-Zielgruppe.



FRAU MARIA S.

Sie war ihr Leben lang selbständig tätig, zuletzt in der Modebranche. Sie ist 73 Jahre jung. Sie lebt seit April 2016 in der Seniorenresidenz Mödling, ist also eine derjenigen, die das Haus schon am längsten ihr Zuhause nennen.

Sie ist in ihrem Leben sehr viel gegeist, allerdings vorwiegend geschäftlich. Dabei hatte sie das eine oder andere Mal auch die Gelegenheit, die Kultur des jeweiligen Landes kennenzulernen und zu genießen.



Ihre Reisen haben sie sehr oft nach Holland, aber auch nach Frankreich, Marokko, Amerika, Spanien und Griechenland geführt.

Heutzutage ist sie eher vorsichtig. Man hört viel über Anschläge, Terror und Kriege und fühlt sich dann nicht mehr so sicher. Gerade als alleinstehende Frau wäre das für sie ein Risiko und man will sich nicht unnötigen Gefahren aussetzen. Daher bevorzugt sie Gruppenreisen, bei denen alles organisiert ist und sie sich sicher fühlen kann. Am liebsten wäre es ihr, mit ihren MitbewohnerInnen in einem Silver Living Bus Tagesausflüge

und Kurzreisen zu erleben.

Bevorzugte Destinationen wären für sie der Grüne See in der Steiermark, der Gardasee oder Südtirol - wobei wichtig ist, dass es Sehenswürdigkeiten gibt, die man in der Gruppe genießen und sich darüber austauschen kann. Der Urlaub muss nicht luxuriös sein. Sehr wichtig ist ein Einzelzimmer, sofern man alleinstehend ist. Dieses soll natürlich sauber und ordentlich sein. Die Ausflüge sollen pünktlich starten, gut organisiert und betreut sein und das bieten, was versprochen wurde.

Im Ausland sind für sie ReiseleiterInnen wichtig, die sehr gut Deutsch

sprechen und auch wirklich alle Fragen beantworten können. Buchungen über das Internet kommen für sie gar nicht in Frage. Die persönliche Beratung ist nach wie vor das Beste.

Unterm Strich bleibt noch zu sagen, dass man im Alter, auch wenn es einem finanziell gut geht, trotzdem auf sein Geld schauen muss. Man benötigt immer mehr Hilfe, sei es im Haushalt oder pflegerisch, die natürlich auch mit Kosten verbunden ist. Somit muss man mit seinem Geld gut haushalten und plant keine großen, langen Reisen.

FRAU EDITH L.

88 Jahre ist sie jung und lebt ebenfalls seit Eröffnung des Silver Living Hauses in der Seniorenresidenz in Mödling. Frau L. war bis zu ihrer Pensionierung als Lehrerin in Wien tätig. Ihr Gatte war Architekt und musste beruflich viele Messen im Ausland besuchen und nach Möglichkeit hat sie ihn auf seinen Reisen immer gerne begleitet. Manchmal konnte sie aufgrund ihrer Lehrtätigkeit zumindest nachkommen.

Ihre Reisen führten sie zwei Mal nach Afrika, nach Bulgarien, Rumänien und Italien. Neben den Messen besuchten sie Museen und erlebte vor-

wiegend kulturelle Programme. Ein Entspannungsurlaub am Pool wäre nichts gewesen für ihren Gatten, außerdem hatten sie zu Hause selbst ein Schwimmbad.

Heute reist Frau L. gar nicht mehr, da sie alleine ist. Auch sie würde dementsprechend nur in der Gruppe auf Reisen gehen. Nördliche Länder haben sie noch nie interessiert, sie würde nur in den Süden ans Meer fahren wollen. Dabei würde sie auf eine gute Unterkunft und das kulturelle Angebot wertlegen. Die Organisation einer Reise würde sie auch nicht über das Internet machen, da sie sich

damit überhaupt nicht auskennt. Das persönliche Gespräch bzw. die persönliche Beratung sind auch ihr sehr wichtig.



Thomas Morgl, MBA

hat seine berufliche Laufbahn mit einer Lehre als Bankkaufmann bei einer führenden österreichischen Bank begonnen. Eine langjährige Tätigkeit in Management-Positionen in verschiedenen österreichischen und ausländischen Banken prägte seinen weiteren Werdegang. Er verfügt über 15 Jahre Erfahrung im Aufbau und Betrieb von ausländischen Niederlassungen österreichischer Unternehmen. Seine fachliche Kompetenz hat er durch ein MBA-Studium an der IMADEC University Wien sowie durch einen MBA der California State University abgerundet. Aufgrund seiner umfassenden Erfahrung in Organisation und Steuerung von Unternehmen ist er seit 2011 im Management von Silver Living verantwortlich für die Unternehmensentwicklung, für den Vertrieb und für das Beratungsgeschäft. Silver Living ist Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT.





WIRTSCHAFTSWACHSTUM: NOTWENDIG, SCHÄDLICH ODER BEIDES?

WACHSTUM FÜR EIN BESSERES LEBEN?

Die Bedingungen, unter denen in der Frühzeit der Industrialisierung die einfachen Arbeiter beschäftigt wurden, waren erbärmlich, der Hungertod eine ständige reale Bedrohung – und nach Marx sogar der übliche Mechanismus des Ausgleichs eines Überangebots an Arbeitskräften. Verhungern als Problemlösung wurde mit der allmählichen Durchsetzung der Teilhabe auch der wirtschaftlich Schwächeren an der politischen Willensbildung in Europa immer weniger akzeptiert. In Russland ging man den Weg der Revolution, in Westeuropa den der Schaffung und dann des Ausbaus eines Systems sozialer Absicherung in der bestehenden Gesellschaft. Ökonomen und Politiker versuchen seither, durch Wachstum Krisen entgegenzuwirken.



Vor diesem Hintergrund hat Keynes das Konzept entworfen, die Konjunktur und damit auch die Beschäftigung über den Umfang der Ausgaben im Staatshaushalt zu beeinflussen. Das ist im klassischen Marktmodell gedacht: Ist die gesamtwirtschaftliche Nachfrage zu gering, um vorhandene Produktion und damit Beschäftigung zu sichern, dann sollte sie nach Keynes durch höhere Staatsausgaben ausgeweitet werden. Die Mehrausgaben könnten ja in besseren Zeiten durch Sparsamkeit und Mehreinnahmen, soll heißen Steuern, wieder ausgegli-

chen werden. Bevor das Rezept in größerem Umfang auf seine Wirksamkeit getestet werden konnte, hat der zweite Weltkrieg uns ganz andere Sorgen beschert.

Danach stand ganz Europa buchstäblich an der Kippe. Der Wiederaufstieg grenzte an ein Wunder. Es ist anzunehmen, dass dieser Wiederaufstieg Europas auf eine Kombination singulärer Ereignisse zurückzuführen ist, darunter der bloße Umfang der zu beseitigenden Zerstörungen und der Marshall-Plan. Deshalb kann

daraus keineswegs ein allgemein gültiger Trend quasi sicheren Aufstiegs nach Katastrophen abgeleitet werden. Wichtige neue Technologien waren daher bereits verfügbar, als nach dem Weltkrieg die Nachfrage nach allem da war und wuchs und wuchs. Nach dem Bedarf am Nötigsten stieg in den nächsten Jahrzehnten die Nachfrage nach den vielen wunderbaren, neuen Dingen, die auf den Markt kamen, oder die bisher nur ganz wenigen vorbehalten waren: Autos, Fernseher, Telefone und Elektrogeräte der unterschiedlichsten Art.



Wachstum zum Erhalt der Vollbeschäftigung

Arbeitskräfte standen 1945 reichlich und billig zur Verfügung. Aber nach etlichen Jahren konnten sie fast alle auch beschäftigt werden. Technologisch war Europa zumindest gegenüber der Dritten Welt unbestritten führend. Außerdem verschoben sich auch die Terms of Trade zugunsten der Industriestaaten: Rohstoffe und Nahrungsmittel aus der Dritten Welt wurden billiger (auch weil beides zum ersten gehörte, das die Dritte Welt in größerem Umfang exportieren konnte), während die Industriewaren aus den westlichen Industrieländern immer begehrter und daher auch immer teurer wurden.

Der erfolgreiche Wiederaufbau in Europa führte nicht zu einer nüchternen Analyse der vielfältigen Ursachen des unverschämten Glücks, das man gehabt hatte. Vielmehr setzte sich in Europa großer Optimismus durch, und der selbstgefällige Glaube, man könne in wirtschaftlichen Belangen zu einer Art „Feinsteuierung“ übergehen, nachdem man die Dinge so schön im Griff habe. Dieser Optimismus wurde in der Folge wiederholt bitter enttäuscht. Es kam zum Ende des 1944 in Bretton Woods konzipierten internationalen Systems stabiler Wechselkurse, in manchen Ländern zum Phänomen der „Stagflation“, dem Zusammentreffen von Stagnation und Inflation, und zu einem Anstieg der Arbeitslosigkeit.

So begann hinter der Speerspitze namens Margaret Thatcher der Neoli-

beralismus neue Anhänger zu finden, der die Schuld an der beginnenden Misere der allgemeinen Überregulierung und der Erfolgslosigkeit der bisherigen Wirtschaftspolitik in die Schuhe schob und dem Staat so ziemlich jede Kompetenz absprach, auf die wirtschaftliche Entwicklung nutzbringenden Einfluss zu nehmen. Nach der schweren Krise ab 2008 schlug das Pendel wieder in die andere Richtung aus, in jene der verstärkten Kontrolle und Regulierung der Märkte. Zugleich konnten nur wenige Wirtschaftspolitiker der Versuchung widerstehen, teils konform, teils quer zur jeweiligen Strategie auf ein altes Rezept zurückzugreifen. Viele Regierungen, nunmehr wieder „slaves of a defunct economist“ namens Keynes, haben versucht, über staatliche Investitionen und mit Budgetmitteln das Wirtschaftswachstum zu beschleunigen.

Das hat immer seltener funktioniert. Die sogenannten Neo-Keynesianer-Innensetzen daher statt auf direkte Effekte staatlicher Ausgaben, eher auf die Steuerung der Erwartungen von Unternehmen und Haushalten. Die solcherart erhofften Effekte beruhen allerdings auf angenommenen Wirkungszusammenhängen, die der Politik zu komplex sind, um sie diskutieren zu wollen, geschweige denn sie zu verfolgen und vor der Öffentlichkeit zu vertreten. Die Alternativen der Neo-Keynesianer sind daher aus dem Mainstream der gängigen wirtschaftspolitischen Dis-

kurse verschwunden. Parallel hat die Budgetpolitik der meisten Industriestaaten in den letzten Jahrzehnten die Staatsschulden so ausgeweitet, dass die weitere Erhöhung der Staatsausgaben immer mehr Probleme macht. Kenneth Rogoff und Carmen Reinhart, die Autoren von „Dieses Mal ist alles anders“ meinen, dass ab einer Staatsverschuldung von 90 % des Sozialproduktes von einem „Schuldenüberhang“ zu sprechen sei, der zur Folge habe, dass wirtschaftliches Wachstum immer schwieriger zu erreichen sei.

Die Wirksamkeit sowohl der keynesianischen Politik als auch die expansiver Geldpolitik hat Grenzen, von den limitierten Möglichkeiten der Finanzierung ganz abgesehen. Den begrenzten Möglichkeiten beider steht die hohe Dringlichkeit einer Problemlösung gegenüber. In einer Arbeitsgesellschaft wie der heutigen ist Vollbeschäftigung ein unverzichtbares Mittel zur Sicherung der Existenz der Meisten und nicht minder zur Finanzierung von Sozialleistungen aus Steuern. Umso schlimmer ist Arbeitslosigkeit und umso größer ist die Herausforderung, wenn sie nicht mehr nur als ein gelegentlich auftretendes Problem zu sehen ist, dessen man durch Steuerung der Konjunktur Herr werden könnte, sondern wenn man ihr nachhaltig nur durch Wachstum der Wirtschaft begegnen zu können meint.

Wie Wettbewerbsfähigkeit steigt und wie sie sinkt

Die deutsche Industrie, und in wenigen Regionen auch die der Habsburger-Monarchie, konnten im 19. Jahrhundert einen eindrucksvollen Aufschwung verzeichnen. Zu ver danken ist das laufenden Innovationschüben, aber auch viel ausländischem, vor allem englischen Kapital,

und, auch nicht ganz belanglos, so manchem an Industriespionage in England. Beispielsweise haben die damals neuen englischen Techniken der Stahlerzeugung die bis dahin noch weitgehend auf der Basis der alten Holzkohlentechnologie operierende und zuvor auch international

bedeutende steirische Stahlindustrie, an den Rand gedrängt. Bei deren Modernisierung haben die Besuche des Erzherzogs Johann in England, und die dabei von ihm selbst angefertigten Skizzen, eine nicht ganz geringe Rolle gespielt.





Nach der Machtergreifung Hitlers erfolgt ein neuerlicher massiver Ausbau der deutschen Industrie, diesmal allein zur Vorbereitung auf den Krieg. Aber diese Industrie hat den 2. Weltkrieg überraschend gut überstanden. Deutschland hat sich nach dem Krieg so rasch erholt, dass vielfach von einem Wirtschaftswunder gesprochen worden ist. Jahrzehnte danach ist Deutschland wegen mancherlei Problemen zum „Kranken Mann Europas“ hochstilisiert worden, hat aber nach der Jahrtausendende erneut und immer mehr an Wettbewerbsfähigkeit gewonnen. Die Ursachen waren diesmal etwas anders zusammengesetzt: Erstens die hohe Flexibilität, auch der ArbeitnehmerInnen, bei der Anpassung der Beschäftigung und der Arbeitszeiten an die Flaute.

Dazu kam freilich die Fähigkeit der deutschen Industrie, in Technik und Qualität Weltpolitze zu bleiben. Eine weitere Ursache aber war, dass die deutschen Reallöhne von 2000 bis 2010 gesunken sind und zwar per Saldo um 4,2%.

In der gleichen Periode sind die Reallöhne in den meisten anderen europäischen Ländern teils recht kräftig gestiegen. Die Schlussfolgerung, die sich aufdrängt, ist nicht erfreulich: Für die Behauptung auf dem Weltmarkt, trotz vieler Konkurrenten mit niedrigeren Lohnkosten, sind Opfer bei den eigenen Lohnkosten manchmal unerlässlich. Doch auch die reichen nur dann, wenn man technisch hervorragend aufgestellt ist. Mit moralischen Kategorien hat das alles nichts

zu tun, damit kommt man der Härte des Marktgeschehens nicht bei.

In den Jahren vor Einführung des Euro hat sich die zunehmende Leistungsfähigkeit der Deutschen Wirtschaft immer wieder in Erhöhungen des Wechselkurses der damaligen Deutschen Mark gegenüber anderen Währungen niedergeschlagen. Das hat anderen Staaten geholfen, wettbewerbsfähig zu bleiben. Mit der Einführung des Euro ist dieser Ausgleichsmechanismus weggefallen. Die Ungleichgewichte in der EU nehmen seither zu, die Politik weigert sich allerdings bisher, die Schuld für diese negative Entwicklung bei ihrer eigenen Entscheidung zur Einführung des Euro zu sehen.

Wachstum wollen und zugleich erschweren

Vollbeschäftigung erreicht man nur unter bestimmten Voraussetzungen. Diese Rahmenbedingungen sind, wie könnte es in einer Demokratie anders sein, Resultat permanenter Bemühungen der verschiedensten Interessensgruppen. Dabei geht es keineswegs nur um manchmal etwas direktere Formen von Einfluss, sondern um das Einbringen von Argumenten. Am Sitz der EU - Behörden gibt es nach aktuellen Schätzungen rund 15.000 Lobbyisten, d.h. knapp einer für zwei Funktionsträger in der EU. Sie haben nicht zuletzt deshalb Einfluss auf das Entstehen von Gesetzen und Verordnungen, weil sie über sehr viel spezielles Fachwissen verfügen, das umso mehr Bedeutung hat, je komplexer die jeweilige Rechtsmaterie ist. Das ist ein in seiner Bedeutung noch ziemlich unterschätztes Mittel der Beeinflussung, aber natürlich nicht das einzige, das Lobbyisten zur Verfügung steht.

Der hohe Bürokratisierungsgrad in der EU, der durch eine nicht sehr glückliche Kombination von ständiger Suche nach Kompetenzer-

weiterung, Perfektionismusdrang, massiver Lobbyarbeit und etwas zuviel Machtbewusstsein noch ständig weiter gefördert wird, ist in diesem Zusammenhang zu einer geradezu unheimlichen Normenproduktionsmaschine geworden. Von 2000 bis 2014 sind allein im relativ überschaubaren Österreich mehr als 95.000 Seiten an neuen Gesetzen und Verordnungen erschienen. Ein guter Teil der neuen Regelungen ist auf Verlassung der EU erfolgt. Wenn diese Regelungen alle ernsthaft dringenden Notwendigkeiten geschuldet sein sollen, wie schrecklich ungeregelt muss man da vorher gelebt haben. Aber es sind nicht nur die Behörden in Brüssel. Die Manie immer perfekterer Detailkontrolle in einer immer unübersichtlicheren, aber eben deshalb (zumindest in der Meinung von Politikern und Behörden) umbedingt zu kontrollierenden Welt findet sich auf nationaler wie auf übernationaler Ebene. Über die Notwendigkeit kann man streiten.

Die Belastungen werden immer unglaublicher. Die deutschen Hand-

werkskammern schätzen 2017, dass sich die Chefs in den Meisterbetrieben zu rund 40 % ihrer Arbeitszeit allein mit Bürokratie herumschlagen müssen. Wer meint, das sei denn doch übertrieben, sei auf das deutsche Statistische Bundesamt verwiesen, das ausgerechnet hat, deutsche Unternehmen hätten jährlich allein auf Grund deutscher Rechtsvorschriften - EU-Recht ist da noch gar nicht berücksichtigt - 45 Milliarden Euro nur für die Erfüllung der diversesten Melde- und Informationsverpflichtungen gegenüber Behörden und Konsumenten aufzuwenden. Dass solchen, allmählich irrwitzig gewordenen Aufwand Großunternehmen leichter bewältigen können als Kleinbetriebe, liegt auf der Hand. Die Probleme des gewerblichen Mittelstands sind keineswegs nur Folge der weiteren Rationalisierung und Automatisierung. Sie sind leider auch der Kollateralschaden einer Regulierungswut, die keineswegs nur edle Motive hat. Es ist der Mittelstand, in dem arbeitsintensivere Produktionstechnologien dominieren, der einen guten Teil der Beschäftigung sichert,

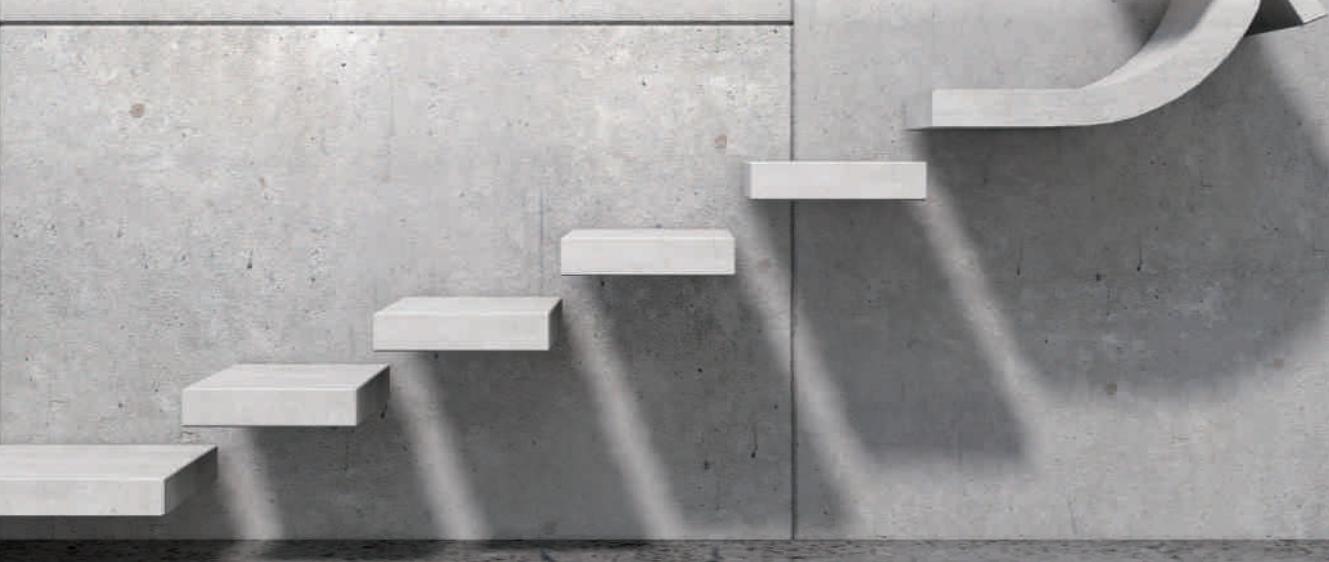


und es ist der Mittelstand, der als Reaktion auf seine Belastung nur mehr wenig investiert und der sich daher immer schwerer tut, Innovationen zu bringen, voranzutreiben und auch zu finanzieren.

Die Effizienz der für öffentliche Investitionen eingesetzten Mittel ist ein

weiteres Thema. Eine generelle Antwort ist wegen der zu unterschiedlichen Verhältnisse von Land zu Land problematisch. Für Österreich haben Wifo und Joanneum Research die Folgewirkungen von Mehrausgaben zu errechnen versucht. Wenn eine Milliarde einmal tatsächlich aus-

gegeben wird, beträgt der positive Beschäftigungseffekt (unter Berücksichtigung des Umstandes, dass viele DienstleisterInnen aus Nachbarländern stammen) nach diesen Berechnungen gerade einmal 6200 Personen.



Wachstum als Bedrohung

Politik steckt tief im Dilemma: Sie soll das herausfordernde Problem der Beschäftigung lösen, aber gleichzeitig sich mit einem ganz anderen Problem auseinandersetzen: Mit dem Verbrauch der natürlichen Ressourcen, der Zerstörung von Fauna und Flora, ja der Umwelt überhaupt und mit einem Klimawandel mit schwer zu präzisierenden Folgen.

Der Club of Rome hat bereits 1972 mit seinem Bericht über „die Grenzen des Wachstums“ gewarnt, dass ständiges weiteres Wachstum zur Erschöpfung der Ressourcen dieser Erde führen werde. Das war zunächst als Problem der ausreichenden Verfügbarkeit formuliert worden, hat aber im Zug der politischen Diskussion auch die radikalere Ansicht

produziert, dass eine Fortsetzung des bisherigen Wachstums unsere Gesellschaft selbst zerstören würde. Wir stecken ganz schön in der Falle. Gibt es Wirtschaftswachstum, dann kann das zu Lasten der Umwelt und des Klimas gehen. Haben wir keines, dann hat das schlimme Folgen für die Beschäftigung.

Der Konflikt im Herzen der Marktwirtschaft

Schlagworte wie etwa „ökologisches Wachstum“ klingen gut, bringen aber keine wirkliche Lösung. Wirtschaftswachstum und Schutz der Umwelt sind nicht einfach harmonisch auf einen Nenner zu bringen und Vollbeschäftigung, Produktivitätszuwachs und Verzicht auf Wachstum auch nicht. Jeremy Rifkin hat es ziemlich drastisch formuliert. Er hat von ei-

nem „unüberbrückbaren Konflikt im Herzen der Marktwirtschaft“ gesprochen: Ohne Wachstum gibt es nur mehr Zerstörung durch Verdrängung und immer mehr Menschen bleiben dann ohne Brot und Arbeit. Und Wachstum, das gerade einmal die Rate des technischen Fortschrittes kompensiert, kann zwar den Beschäftigtenstand halten, aber nicht zusätz-

liche Menschen beschäftigen. Das wird man nur dann nicht als Problem sehen, wenn man den die zu erwartenden Ströme von MigrantInnen einfach ausblendet – oder aber unterbindet –, und das wird mit humanen Mitteln nicht gut möglich sein.

Trotzdem kann man vermehrten Kapitaleinsatz nicht undifferenziert





als generellen oder auch nur hauptsächlichen Problemverursacher sehen. Die Fortschritte der Industrialisierung in den früheren Entwicklungsländern haben weltweit - bei teils dramatischen Folgen für die Umwelt - die schlimmsten Formen der Armut deutlich reduziert. Trotzdem gibt es immer noch in vielen Entwicklungsländern und am Rand der industriellen Gesellschaften schreckliche Formen der Armut. In so man-

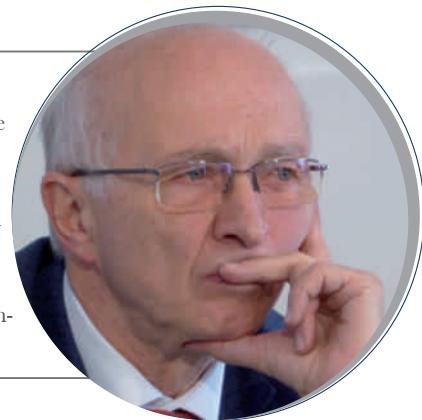
chen Entwicklungsländern wird noch auf Jahre hinaus Wachstum durch mehr Beschäftigung und damit zugleich Verringerung von Armut nur durch vermehrten Kapitaleinsatz möglich sein. Der muss aber keineswegs immer die Form großer industrieller Kombinate annehmen. Auch bescheidener Kapitaleinsatz kann manchmal geradezu Wunder wirken. In so manchen Ländern genügen heute immer noch ein paar Haustiere

oder eine Schaufel, ein Satz Werkzeuge oder eine Nähmaschine, um Menschen in Arbeit (und Brot) bringen zu können. Akzeptieren wir, dass die Probleme der Industriestaaten nicht die Probleme der ganzen Welt sind, akzeptieren wir aber auch die Größe und den Ernst der Verantwortung, mit der wir in der sogenannten westlichen Welt konfrontiert sind.



Dr. Manfred Drennig

war langjährig im Vorstand verschiedener Großbanken tätig (Länderbank, Erste Österreichische Sparkasse) und bekleidete außerdem verschiedene wirtschaftspolitische Funktionen, u.a. als Mitglied und zeitweise Vorsitzender des Österreichischen Beirates für Wirtschafts- und Sozialfragen und als Sektionsobmann für das Kreditgewerbe der Wiener Wirtschaftskammer. Von 1992 bis 2002 verschiedene Funktionen in der Bauwirtschaft, zuletzt Leiter für Finanzen und Projektentwicklung bei STRABAG Deutschland. Derzeit ist er als Geschäftsführender Gesellschafter der Privatconsult Vermögensverwaltungs GesmbH tätig.



JETZT ENTSTEHT EINE ZUKUNFTSFÄHIGE GESELLSCHAFT UND WIRTSCHAFT!



JETZT AKTIV MITGESTALTEN!

Im SENAT DER WIRTSCHAFT verbinden sich GründerInnen, EigentümerInnen und EntscheiderInnen, um gemeinsam eine Ökosoziale Marktwirtschaft, die dem Gemeinwohl dient, zu etablieren.

Gestalten Sie jetzt im Rahmen dieser vollkommen überparteilichen Wirtschaftsorganisation aktiv mit! Seien Sie dabei, denn jetzt entsteht eine zukunftsfähige Gesellschaft und Wirtschaft.

Um zu erfahren, wie Sie der SENAT DER WIRTSCHAFT mit seinen über 540 Mitgliedsunternehmen dabei aktiv unterstützt, wenden Sie sich an uns, um ein persönliches Gespräch zu vereinbaren!

+43-1-505 35 48-0 oder office@senat-oesterreich.at



**SENAT DER
WIRTSCHAFT**





Alon Shklarek / Impact-Investor

UNTERNEHMENSFINANZIERUNG IST DIE FOLGE ERLEDIGTER HAUSAUFGABEN!

DER INTERNATIONALE STAR-INVESTOR ALON SHKLAREK ZEIGT
SECHS UNTERNEHMERISCHE ERFOLGSFAKTOREN.



Beim Social Entrepreneurship Forum des SENAT DER WIRTSCHAFT begeisterte der international agierende Star des Impact-Investments, Alon Shklarek, mit klaren Aussagen zu den Erfolgsprinzipien von Unternehmen. Als erfolgreicher Gründer und Investor von über 20 Unternehmen in 16 Ländern fasste er seine Erfahrung in sechs Bereiche zusammen und gibt damit UnternehmerInnen eine klar formulierte Empfehlung für die Erledigung eigener Hausaufgaben.

Die Geschäftsidee: Meist überschätzt

Es gibt kaum eine Idee, die nicht schon irgendwer, irgendwo, irgendwann am Globus hatte oder gerade jetzt parallel hat. Gerade GründerIn-

nen sind oftmals in die eigene Idee verliebt und erkennen ihren realistischen Wert. Shklarek macht unumwunden klar: „Eine Idee ist noch

kein Geschäftsmodell. Dazu gehört mehr!“, und führt in Folge einiger dieser Faktoren an.





Der Kontext: Meist unterschätzt

Ob eine Idee unternehmerisch erfolgreich wird oder nicht, hängt wesentlich davon ab, an welchem Platz, zu welcher Zeit und in welchem Umfeld sie umgesetzt wird. Diese Analysearbeit wird meist grob fahrlässig unter-

schätzt. Unternehmen sind auch im Rahmen ihres Innovationsmanagements angehalten, dem Kontext viel mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Ist der optimale Kontext im eigenen Umfeld nicht vorhanden, muss man

diesen zuerst schaffen oder die Idee mitunter auch geographisch dorthin bringen, wo der Kontext erfolgsversprechend ist, so Shklarek.

Das Geschäftsmodell: Meist vernachlässigt

In engem Zusammenhang mit dem Wert der unternehmerischen Idee, sieht Shklarek die Geschäftsmodell-Entwicklung. Dabei muss klar und strukturiert überlegt werden: Wer hat den Nutzen meiner Idee,

wer stellt diesen her und wo erfolgt die Monetarisierung? Dabei müssen alte Denkmodelle über Bord geworfen werden. Früher erfolgte in der Zielgruppe, die den Nutzen hatte, meist auch die Monetarisierung. Das

ist heute, vor allem durch die stark steigende Zahl von SozialunternehmerInnen, grundlegend anders. Modelle mit „alten Geschäftslogiken“ haben daher keine Marktberechtigung.

Das Team: Größer denken

Shklarek zeigt auf, dass sich die agierenden Personen im Zuge der Gründung meist zufällig zusammenfinden. Es bedarf aber eines klaren Bildes, wen man für die erfolgreiche Entwicklung in Wahrheit braucht. Die

benötigten Kompetenzen sind in den seltensten Fällen in den vorhandenen, bisherigen WegbegleiterInnen repräsentiert. Daher empfiehlt er: „Trennen Sie sich von Personen, die Sie zwar bisher am Weg begleitet ha-

ben, von denen Sie aber überzeugt sind, dass Sie Ihnen jetzt nicht mehr weiterhelfen können. Suchen Sie sich neue, mitunter teure, aber wirklich gute Leute, die Sie wirklich weiterbringen.“

Die Umsetzung: Meist halbherzig

Diese neuen Personen können unvorbelastet an die Umsetzung herangehen. Menschen, die seit der ursprünglichen Ideenentwicklung mit dabei sind, bleiben oftmals in der

Entwicklung der Idee und des Geschäftsmodells verhaftet. Es braucht aber UmsetzerInnen, die ganz strukturiert Aufgaben abarbeiten und damit Praxiserfahrung generieren.

Erfolgreiche Unternehmen legen den Fokus auf diesen Bereich, denn damit entsteht Marktwissen.

Die Finanzierung: Die logische Folge

Alon Shklarek stellt abschließend fest: „Haben Sie die bisherigen Punkte gut im Griff, dann ist die Finanzierung eine unvermeidbare, logische Folge. Es gibt viele Menschen, die Investment-Möglichkeiten suchen, die aber die auch gut begründete Antworten auf ihre Fragen brauchen.“

Er fasst zusammen: „Wenn Sie Ihre Idee gut darstellen können, die mit einem schlüssigen Geschäftsmodell glaubhaft untermauert ist, wenn Sie zeigen können, mit welchen umsetzungsfokussierten KompetenzträgerInnen sie an die Realisierung herangehen und genau beantworten

können, warum Sie diese Region mit dieser Zielgruppe und genau zu diesem Zeitpunkt bearbeiten, dann haben Sie jede Investorin und jeden Investor überzeugt!“ 

Alon Shklarek

ist Gründer und Investor von über 20 Unternehmen in 16 Ländern. Er machte seinen Abschluss an der Harvard Business School und ist Gastprofessor am MIT. Unter anderem gründete und finanzierte er Indiens größtes Gesundheitsversorgungs-Programm „docplexus“, an dem über 250.000 Ärzte teilnehmen. Im Rahmen des SEF (Social Entrepreneurship Forum), das vom SENAT bereits seit vier Jahren regelmäßig im Herbst veranstaltet wird, war Alon Shklarek als Keynote-Speaker zu Gast.



Thomas Partel, Regionaldirektor

FINANZIEREN WIR GEMEINSAM IHREN WOHN(T)RAUM. ICH BIN FÜR SIE DA.

**PERSÖNLICHE
BERATUNG
UND TOP-
KONDITIONEN!**

Repräsentatives Beispiel für einen HYPO NOE Wohnkredit mit 5-jähriger Fixzinsphase und grundbürgerlicher Besicherung:

Kreditwunsch	EUR 100.000,-
Laufzeit	25 Jahre
Monatliche Rate für 300 Monate	EUR 394,28
* Sollzinssatz	1 % p. a. FIX auf 5 Jahre, danach 1,375 % p. a. variabel auf 20 Jahre (6M-Euribor + 1,625 % p. a. Aufschlag)
Bearbeitungsgebühr	2 % (EUR 2.000,-) einmalig
Kreditaufnahme	01. 03. 2018
Ratenbeginn	01. 04. 2018
Besicherungspauschale	EUR 700,- einmalig
Eintragungsgebühr	EUR 1.320,-
Kontoführungsgebühr	(Höchstbetragshypothek über 110.000,-/1,2 %) EUR 72,- p. a.
Effektiver Jahreszinssatz	1,7451 % p. a.
Ausbezahlt Kreditbetrag	EUR 95.980,-
Gesamtkosten (gemäß § 2 Abs 9 HkrG)	EUR 22.304,-
Gesamtbetrag (gemäß § 2 Abs 10 HkrG)	EUR 122.304,-



HYPO NOE

Mit Sicherheit unsere Bank.

thomas.partel@hyponoe.at
www.hyponoe.at

Diese Konditioneninformation stellt kein Angebot im rechtlichen Sinn und keine Finanzierungszusage dar. Es kann kein Anspruch auf Abschluss eines Kreditvertrages abgeleitet werden. Eine Kreditgewährung ist sowohl an den Abschluss einer Kreditvereinbarung als auch an die Zustimmung der entsprechenden Gremien gebunden. Diese Marketingmitteilung wurde von der HYPO NOE Landesbank für Niederösterreich und Wien AG, Hypogasse 1, 3100 St. Pölten, erstellt und dient ausschließlich der unverbindlichen Information. Die Produktbeschreibung erfolgt stichwortartig. Irrtum und Druckfehler vorbehalten. Aktion gültig bis 30. 6. 2018. Bis auf Widerruf. Stand 4/2018. **Werbung**

Eine Information der HYPO NOE



Mag.^a Christa Kirchmair | Equal Pay Business Consultant

EQUAL PAY – EIN THEMA FÜR DIE WIRTSCHAFT?

WARUM EINKOMMENGERECHTIGKEIT MEHR UND MEHR BEACHTET WERDEN MUSS.

Gut dokumentiert sind die Einkommensunterschiede zwischen Frauen und Männern – wenn es um die Gründe dafür geht, fehlen oft die Grundlagen. Es gibt eine Vielzahl von Faktoren und Vermutungen, warum Frauen weniger verdienen als Männer. Angeblich verhandeln sie „kaum“ über ihr Gehalt, geben sich „naturgemäß“ mit weniger zufrieden, oder arbeiten so viel unbezahlt, dass die Zeit für bezahlte Arbeit nicht mehr reicht.



Equal Pay ist essentiell für unsere Gesellschaft - und damit für uns alle. Die Arbeit von Frauen gleichwertig zu beurteilen und zu entlohen ist nicht nur ein Schritt in Richtung Gleichstellung, sondern ein wesentlicher Schritt in ein modernes, nachhaltiges Wirtschaften.

Die Einkommensunterschiede in den Berechnungen zeigen zumeist, dass Ungleichheit herrscht - doch sie zeigen auch, dass Einkommensgerechtigkeit - sofern sie bewusst angestrebt wird - möglich ist. Selten werden strukturiert Maßnahmen gesetzt, um Ungleichheiten zu beseitigen. Die nachvollziehbare Bewertung

von Arbeit sowie die regelmäßige Evaluierung und Anerkennung von Leistung sind es, die das Engagement von MitarbeiterInnen sicherstellen. Gleichzeitig unterstützen professionelle HR-Prozesse Führungskräfte in der Personalführung, reduzieren Konflikte und erleichtern eine fundierte Entscheidungsfindung.



Zeitgemäß und zukunftsweisend

Ein Gehaltssystem, das nachvollziehbar und fair ist, agiert als Motor für eine positive Unternehmenskultur und verbessert dadurch die Wettbewerbsfähigkeit und Marktposition eines Unternehmens. Es braucht mehr Transparenz und Information, sogar einen Kulturwandel, hin zu einer Gesellschaft und Wirtschaftspraxis, die entweder gleichstellungsbewusst und nicht diskriminierend mit Entlohnungssystemen umgeht oder einfach offen über Gehälter spricht - eine öf-

fentliche Diskussion, in der auf den gesellschaftlichen Wert der Arbeit fokussiert wird und in der Lösungen für Ungerechtigkeiten gesucht und gefunden werden.

Das Beratungsprogramm Equal Pay unterstützt dabei, Unternehmen und Gehaltssystem strukturiert zu durchleuchten und zukunftsfit zu machen. Das hat eine positive Wirkung nach innen wie außen und hilft mit, die Attraktivität des Unternehmens zu steigern.

Das Programm Equal Pay steht für eine Kultur des Vordenkens in der Wirtschaft. Ein Team von ExpertInnen unterstützt beim Aufräumen des bestehenden und der Einführung eines neuen Gehaltssystems sowie bei der Professionalisierung relevanter HR-Prozesse. Das macht sich bezahlt, denn es ist nicht nur eine Investition im MitarbeiterInnen, sondern auch in den wirtschaftlichen Erfolg. 

SENATs-Unternehmen können eine kostenlose Einkommensanalyse in Anspruch nehmen!
Jetzt Informationen anfordern: kirchmair@equalpay.at

Weitere Informationen: www.equalpay.at | www.equal-pay-day.at



Mag. a Christa Kirchmair

studierte Betriebswirtschaft. Human Resources mit dem Schwerpunkt Personal- und Organisationsentwicklung prägten ihren Karriereweg sowohl in der Beratung als auch in der Funktion als Leiterin HR. Ihr Beratungsunternehmen gründete sie 1997. Die Entwicklung der Zivilgesellschaft, Chancengleichheit und des Potentials jedes einzelnen Menschen sind ihr ein weiteres wichtiges Anliegen. Daher engagiert sie sich seit 2003 ehrenamtlich bei Business & Professional Women. Von 2013 bis 2017 hatte sie die Funktion der Präsidentin von BPW Austria inne und fungiert national als Equal Pay Beauftragte sowie international im Rahmen der UN-Akkreditierung. Equal Pay Consulting für Unternehmen und Institutionen ist ein weiterer Meilenstein in ihrem Portfolio.





Dr. in Alix Frank-Thomasser & Rechtsanwalt

MMag. Franz J. Heidinger, LL.M. (Virginia) | Internationale Vertragsrechtsexperten

DIE 7 TODSÜNDEN IM INTERNATIONALEN VERTRAGSRECHT

WAS SIE TUN MÜSSEN, UM IHR INTERNATIONALES GESCHÄFT
ERFOLGREICH WERDEN ZU LASSEN.

In den letzten 30 Jahren ist die Österreichische Wirtschaft sehr international geworden. Große Unternehmen und Weltmarktführer sind nicht nur aufgrund ihres technologischen Vorsprungs erfolgreich, sondern weil sie auch wissen, wie sie ihren wirtschaftlichen Erfolg vertragsrechtlich absichern und ihre Ansprüche international durchsetzen. Dies ist für viele KMUs nicht in jenem Maße selbstverständlich. Viele kleine und mittelständische Unternehmen bezahlen einen hohen Preis für mangelnde rechtliche und wirtschaftliche Absicherung. Da man nicht jeden Fehler selbst begehen muss, um daraus zu lernen, wollen wir die 7 größten „Todsünden“ im internationalen Geschäftsleben darstellen und Ihnen aufzeigen, was Sie tun müssen, um diese Probleme zu vermeiden.

Was früher Großkonzernen und Weltmarktführern vorbehalten war, nämlich sich weltweit zu engagieren und dabei auch noch erfolgreich zu sein – ist heute auch für viele Start-ups und KMUs der heimischen Wirtschaftsszene Alltag geworden. Ob ich in der Slowakei produzieren lasse, in Russland oder Südamerika Rohstoffe und Halbfertigwaren einkaufe, ob

ich Beteiligungen in mehreren Ländern erwerbe, oder meine Waren und Dienstleistungen in die Vereinigten Staaten oder nach Australien verkaufe, all diese Geschäfte unterliegen den besonderen Regeln des internationalen Wirtschaftslebens, die sich nicht selten beträchtlich von den Gepflogenheiten in Österreich unterscheiden. Gerade junge Unter-

nehmen unterschätzen die Dynamik internationaler Wirtschaftsaktivitäten und verkennen, dass ein nicht adäquat vertragsrechtlich abgesichertes Geschäft massive Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg haben kann, ja das Unternehmen sogar insgesamt bedrohen kann.

Wenn man hingegen bei allen grenzüberschreitenden Aktivitäten gewis-



se Prinzipien beachtet und ein Mindestmaß an wirtschaftlicher Sorgfalt anwendet, kann das Schlimmste vermieden und der Unternehmenserfolg nachhaltig abgesichert werden. Informieren Sie sich über die „7 Todsünden“ und lernen Sie, wie Sie Fehler

vermeiden. Auch wenn Sie vielleicht bereits 6 der 7 Todsünden in Ihrem System nachhaltig vermeiden, kann es gerade diese verbleibende 7. Todsünde sein, die Ihrem Unternehmen das Genick bricht. Wenn Sie mehr über Best Practice zur Vermeidung

der 7 Todsünden wissen wollen, stehen wir als SENATs-Unternehmen mit internationaler Expertise gerne zur Verfügung.

1. Todsünde: Keine Rechtswahl

Sobald Vertragsparteien aus verschiedenen Ländern ein Rechtsgeschäft abschließen oder dieses Rechtsgeschäft eine Auslandsbeziehung hat, stellt sich die Frage, welches Recht auf die Transaktion anzuwenden ist. Diese Rechtswahl steht in fast allen Ländern dieser Erde den Parteien frei, d.h. Sie bestimmen, welches Recht auf eine Transaktion anzuwenden ist. Grenzen gibt es, was

die Natur des Geschäfts anbelangt (Liegenschaftsrecht, Familienrecht, Konsumentenschutzrecht). Kritisch wird es, wenn die Parteien keine ausdrückliche Wahl getroffen haben, weil sie darauf vergessen haben, oder sich nicht einigen konnten. In diesem Fall muss zunächst ermittelt werden, welches Recht zur Anwendung gelangt, was nicht selten zu unliebsamen Überraschungen führen kann.

Diese Ermittlung erfolgt durch ein im Streitfall angerufenes Gericht, oder falls ein alternativer Streitbeilegungsmechanismus gewählt wurde (z.B. Schiedsgerichtsbarkeit), durch die Schiedsrichter. Nicht selten kommt bei diesem Bestimmungsvorgang ein von den Parteien nicht gewolltes Recht zur Anwendung, was zu bösen Überraschungen führen kann.

Tipp:

In jedem Fall sollten Sie bei einem grenzüberschreitenden Sachverhalt ausdrücklich die Anwendung eines bestimmten Materienrechts vereinbaren. Handelt es sich dabei um ein Ihnen nicht bekanntes Recht (weil z.B. Ihr französischer Partner übermäßig ist und französisches Recht verlangt), dann machen Sie sich kundig, welche Bedeutung dies für Sie haben kann (rechtlich wie wirtschaftlich).

(Siehe auch Todsünden-Nr. 7)

2. Todsünde: Wenn es ein Problem gibt, werden wir uns schon irgendwie zusammenraufen!

Bei vielen Geschäftsbeziehungen, die von Kaufleuten eingegangen werden, denkt man an alle wirtschaftlichen und kaufmännischen Belange, aber nicht selten vergisst man darauf, was zu tun ist, wenn ein unlösbares Problem entsteht. Spätestens dann stellt sich die Frage, wie eine Auseinandersetzung zu erfolgen hat, nämlich entweder gerichtlich oder unter zur Hilfenahme einer alternativen Streitbeilegungsmaßnahme (typischerweise Schiedsgerichtsbarkeit). Wird nichts vereinbart, sind automatisch Gerichte zuständig, die Frage ist aber, welche Gerichte. Will ich meine/n

GeschäftspartnerIn klagen, muss ich mich im Zweifel an den Ort seines Geschäftssitzes begeben und die dort zuständigen Gerichten in Anspruch nehmen. Dies können die Gerichte z.B. in Sizilien, New York, Moskau oder Singapur sein.

Will mein/e VertragspartnerIn mich verklagen, wird sich er oder sie gewöhnlich zu meinem Geschäftssitz nach Österreich begeben müssen, es sei denn, die vertraglichen Vereinbarungen sehen etwas anderes vor. Haben die Vertragspartner einen Gerichtsstand vereinbart, kommt es

darauf an, ob dieser exklusiv oder nicht exklusiv ist und darüber hinaus stellt sich die Frage, ob eine von dem vereinbarten Gericht schlussendlich ergangene Entscheidung dann auch gegen den anderen tatsächlich durchsetzbar ist, was sehr oft nicht der Fall sein wird. Ist von den Parteien ein Internationales Schiedsgericht vereinbart (dessen Entscheidungen nahezu weltweit durchsetzbar sind), so kann dies, je nach den Umständen der Geschäftsbeziehung, positiv oder negativ sein.



Tipp:

In jedem Fall sollten die Vertragsparteien der Frage des Streitbeilegungsmechanismus besondere Bedeutung zumessen. Will ich vor ein Gericht (ein Gericht am Ort des Vertragspartners oder ein Gericht an meinem Ort oder vielleicht ein Gericht an einem neutralen dritten Ort?) und welche Auswirkung hat diese Wahl auf die mögliche Durchsetzung eines allenfalls ergehenden Urteils. Schließlich ist auch zu entscheiden, ob sich die Parteien auf eine alternative Streitbeilegung (in der Regel Schiedsgerichtsbarkeit) einigen, was eine erhöhte Wahrscheinlichkeit der Rechtsdurchsetzbarkeit zur Folge hat, aber nicht selten auch Probleme mit sich bringen kann. In jedem Fall ist hier eine kluge und informierte Entscheidung notwendig und nach Möglichkeit sollte das gewählte Gericht mit dem anwendbaren Recht zusammenpassen: Ergo, der Richter sollte das anwendbare Recht kennen!

3. Todsünde: Keine Klarheit über die Vertragsgrundlagen

Wie oft passiert es, dass Kaufleute in ihrer Freude über ein entstehendes Geschäft, welches auch noch wirtschaftlich attraktiv erscheint, eine Geschäftsbeziehung beginnen, ohne Klarheit über die anwendbaren Rechtsgrundlagen zu schaffen. Wenn dann das erste (oft kleine Geschäft) erfolgreich abgeschlossen wird, folgt das nächste, die Beziehung wird in niger und umfangreicher, keiner bedenkt (im Trubel des Alltags) die grundlegenden Parameter. Wie oft

passiert es, dass Unternehmen Waren bestellen (unter Zugrundelegung ihrer Einkaufsbedingungen), der Vertragspartner die Bestellung bestätigt (unter Zugrundelegung seiner Geschäftsbedingungen), mannigfaltiger Schriftwechsel folgt und am Ende des Tages weiß keine der Parteien, was eigentlich tatsächlich Grundlage der Geschäftsbeziehung wurde. Wenn dann ein Problem auftritt, braucht es oft detektivische Kleinarbeit über mehrere Landesgrenzen hinweg, um

festzustellen, was überhaupt rechtliche Grundlage der Geschäftsbeziehung wurde. Sehr oft ist dies gar nicht mehr eindeutig feststellbar. Was immer Kaufleute an wirtschaftlichen Berechnungen über deren angestrebten (zukünftigen) Erfolg zu wissen glauben, ist oft massiv gefährdet durch große Unsicherheiten die sich aus der - oft im Nachhinein erst festgestellten - vertraglichen Realität ergeben.

Tipp:

Schaffen Sie Klarheit über die gewollten Rechtsbeziehungen. Es ist besser einen klaren und damit einschätzbarer Vertrag zu haben, als im „Nirvana der Rechtsunsicherheit“ herumzuschwirren.

4. Todsünde: Keine Risikoabsicherung

Gerade wenn sich das Geschäft anfangs positiv entwickelt und der Ausblick erfreulich scheint, vergessen auch erfahrene Kaufleute oft darauf, eine Gesamtrisikoabschätzung vorzunehmen und entsprechende Vorkehrungen zu treffen, damit auch bei unvorhergesehenen Entwicklungen das

Geschäft erfolgreich abgewickelt werden kann und die Sicherheit des Unternehmens nicht gefährdet ist. Ob diese Sicherheitsabwägungen Finanzierungsthemen sind (Zahlungsziele, Vorauszahlungen, Sicherungsmittel), oder Eigentumsvorbehalte (diese funktionieren in vielen Ländern sehr

unterschiedlich bis gar nicht), oder ob Themen wie Wechselkursrisiko, Hedging, immaterialgüterrechtliche Themen etc. berücksichtigt werden müssen, ist natürlich vom Einzelfall und von der Natur des Geschäfts abhängig.

Tipp:

In jedem Fall lohnt es sich (auch wenn das vorliegende Geschäft so besonders attraktiv und zeitkritisch zu sein scheint) darauf zu achten, die Sicherheit beim Vertragsabschluss stets zu berücksichtigen, aber diese auch danach (das heißt für die Dauer des aufrechten Bestandes der Wirtschaftsbeziehung) stets zu überwachen.



5. Todsünde: Keine Haftungsbeschränkung

Jede Geschäftsbeziehung und jeder Vertrag hat einen kaufmännischen Wert, der sich aus dem potenziell zu erwirtschaftenden Ertrag und dem eingegangenen Risiko ergibt. Scheinbar kleine Verträge mit einer geringen wirtschaftlichen Geschäftschance

können ungeahnte Risiken in sich bergen und Haftungen auslösen, die ein Vielfaches des zu lukrierenden Ertrages ausmachen, ja sogar existenzgefährdend sein können. Dies gilt es kaufmännisch zu erkennen, abzuwägen und zu beurteilen. Daraus

kann sich durchaus die Entscheidung ergeben, ein Geschäft mangels Ertragskraft eben nicht abzuschließen, wenn das resultierende (und sei es auch nur das potenzielle Risiko) zu groß ist.

Tipp:

Kein Vertrag der Welt sollte abgeschlossen werden, wenn er nicht – soweit jeweils aus rechtlicher Sicht zulässig – die Gesamthaftung des Unternehmens beschränkt. Ist ein Vertragspartner zu einer solchen kaufmännischen Haftungsbeschränkung nicht bereit, sollten bei Ihnen die Alarmglocken läuten und Sie sollten die angeführte Risikoabwägung nochmals ausdrücklich vornehmen und erst dann entscheiden, ob Sie diese potentielle Gefahr auf sich nehmen wollen.

6. Todsünde: Den Vertragspartner nicht kennen

Ein neues Geschäft mit einem noch nicht marktbekannten oder persönlich vertrauten Geschäftspartner ist immer ein Risiko und kann zu unliebsamen Überraschungen führen. Viele Aspekte dabei sind nicht immer rechtlich und wirtschaftlich quantifizierbar, sondern haben auch andere Elemente in sich (Imageproblem, Shitstorm etc.). Es lohnt sich daher sowohl am Beginn einer Ge-

schäftsbeziehung wie auch im Laufe einer solchen (insbesondere auch bei Wachstum und Schönwetter), den Geschäftspartner zu durchleuchten und Wissen über ihn anzusammeln, um zu entscheiden, ob man mit diesem in eine Wirtschaftsbeziehung eintreten möchte, oder eine solche aufrechterhalten will. Erst wenn der Hintergrund des Geschäftspartners bekannt ist (gesetzliche Auflagen

beachten, Antigeldwäsche und Terrorismusfinanzierungsvorschriften beachten), wenn die Bonität des Vertragspartners gewährleistet ist (entsprechende Auskünfte holen) und auch die laufende Geschäftsbeziehung zum Geschäftspartner unauffällig ist (Internetrecherchen und öffentliche Meinung), kann das Geschäft uneingeschränkt zu einem Erfolg werden.

Tipp:

Vor Vertragsabschluss sorgfältig die potentiellen VertragspartnerInnen recherchieren (Bonitätsanschrift, Firmenbuchauszug, Internetrecherche) und auch während der Vertragsbeziehung eine diesbezügliche Routine einrichten.





7. Todsünde: Wir kennen unser Geschäft und brauchen daher niemanden, der uns sagt, was wir tun sollen!

Viele Unternehmen begeben sich nach positiven wirtschaftlichen Erfahrungen im eigenen Land auf das internationale Parkett, welches nicht selten sehr glatt ist. Die Ihnen zu Hause vertrauten BeraterInnen (SteuerberaterIn, RechtsanwältInnen, etc.) sind möglicherweise in Österreich versiert, aber nicht im Umgang mit grenzüberschreitenden und internationalen Sachverhalten. Das kann zu großen Defiziten und wirtschaftlichen

Nachteilen führen. Hier lohnt es sich jedenfalls BeraterInnen zu finden, die mit internationalen Usancen bestens vertraut sind (sei es auf dem Fachgebiet, wo Sie als UnternehmerIn tätig sind oder mit der Rechtsordnung und den Usancen des Ziellandes Ihres Interesses). Nicht zu empfehlen ist es, wenn ein/e solch grenzüberschreitende BeraterIn selbst auf den fremden Märkten beratend tätig ist, ohne dort qualifiziert zu sein, oder Erfahrung zu

haben. Besondere Vorsicht gilt auch bei der Auswahl der „erstbesten“ BeraterInnen vor Ort, von dem man nicht weiß, ob sie tatsächlich halten, was sie versprechen, ob sie im Zweifel auch für Sie da sind sowie nach ähnlichen Mustern und zu ähnlichen Preisen arbeiten und kämpfen, wie man dies aus der Heimat gewohnt ist.

Tipp:

Wählen Sie bei Ihrem internationalen Engagement BeraterInnen Ihres Vertrauens, die tatsächlich mit dem internationalen Geschäft versiert sind und über entsprechende Erfahrung verfügen. Lassen Sie sich bei der Auswahl Ihrer BeraterInnen vor Ort (z.B. Anwälte und Steuerberater in den USA oder in Russland) gründlich helfen, von Personen, von denen sichergestellt ist, dass Sie hier keine Überraschungen erleben, sondern Service auf Augenhöhe bekommen. In keinem Fall sollte diese Beratung vor Ort wirtschaftlich wesentlich anders entlohnt werden, als Sie das aus der Heimat kennen. In jedem Fall empfehlen wir immer, im Vorhinein über die wirtschaftlichen Parameter einer solchen Beratung zu sprechen, damit Sie keine bösen Überraschungen erleben.

Wenn Sie die vorstehenden „7 Todsünden“ verstehen und wissen, dass diese in Ihrem Unternehmen definitiv nicht passieren können, sind Sie

schon einen sehr großen Schritt weiter, um Ihren internationalen Erfolg abzusichern. Wenn Sie jedoch bei der einen oder anderen Fragestellung

Schwächen erkennen, dann lohnt es sich hier anzusetzen, um Ihre eigene Organisation zu verbessern.



**Dr. Alix Frank-Thomasser und
MMag. Franz J. Heidinger, LL.M. (Virginia)**

sind Gründungs-Partner der Alix Frank Rechtsanwälte GmbH, einer international ausgerichteten Wirtschaftskanzlei mit Sitz in Wien und ausgeprägter Expertise im Bereich der Gestaltung grenzüberschreitender Vertragsverhältnisse. Die Kanzei begleitet Klienten rund um den Globus bei ihren wirtschaftlichen Aktivitäten. Beide Autoren sind gefragte Vortragende zu internationalen Vertragsrechtsfragen bei Seminaren und universitären Lehrgängen und sind Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT.



HEISSER FRÜHLING BEI DEN BETRIEBLICHEN VORSORGEKASSEN



Für Österreichs Vorsorgekassen ist der beginnende Frühling wieder besonders herausfordernd! Denn in dieser Zeit sind alle KundInnen in der Abfertigung NEU termingerecht mit den aktuellen Kontoinformationen zu versorgen. Mehr als 3,4 Millionen Erwerbstätige befanden sich Ende 2017 im neuen Abferti-

gungssystem. Sie alle warten darauf, über die abgelaufene Berichtsperiode informiert zu werden. Manche von ihnen verfügen aufgrund unterschiedlicher Arbeitsverhältnisse über mehrere Konten bei verschiedenen Vorsorgekassen.

Alleine der Marktführer der Branche, die VBV-Vorsorgekasse, hat

aktuell innerhalb weniger Wochen rund 1,7 Millionen AdressatInnen zu kontaktieren. An Spitzentagen sind oft bis zu 2.000 telefonische Anfragen zu bewältigen. Und das alles mit einem kleinen, aber überaus engagierten VBV-Team! Eines seit Jahren ausgezeichneten „Great Place to Work“ - Unternehmens.

VBV mit neuem Online-Service „Meine VBV“

Mit einem Wachstum in allen relevanten Kennzahlen hat die VBV erneut ihre Position als Branchenprimus der österreichischen Vorsorgekassen bestätigt und kann heuer mit einem weiteren einzigartigen Goodie für ihre KundInnen punkten: Im neuen Online-Service „Meine VBV“ bietet die VBV als einziges Vorsorgeinstitut die Möglichkeit, sich die persönliche künftige Gesamtpension aus dem angesparten Kapital...

- in der VBV-Vorsorgekasse,
- der VBV-Pensionskasse und
- optional auch aus den Beiträgen anderer Vorsorgemodelelle sowie
- der individuellen staatlichen Pensionsanwartschaft

...hochzurechnen. Mit diesem zusätzlichen Alleinstellungsmerkmal bietet die VBV-Vorsorgekasse all ihren KundInnen wieder einmal einen ganz besonderen Mehrwert und unterstreicht damit den Pioniergeist als Marktführer und Trendsetter.

Engagierte Unternehmensziele
Nachhaltige Top-Qualität und Einzigartigkeit. Ziel der VBV ist es seit der Gründung im Jahr 2002, sich durch besondere Leistungen, Innovationen und Strategien vom Mitbewerb abzuheben. Mit diesem Engagement

konnten über Jahre besondere Erfolge erzielt werden. So auch in den letzten Monaten:

- **Gewinner des Staatspreises Unternehmensqualität**, vergeben vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsuniversität und Quality Austria für herausragende Spitzenleistungen und Top-Qualität.
- **Auszeichnung als Beste Vorsorgekasse** durch den VKI: Nach 2016 konnte sich die VBV auch 2017 als Testsieger aller Vorsorgekassen behaupten. Eine Bestätigung durch den Verein für Konsumenteninformation für alle Kunden der VBV, einen guten Partner gewählt zu haben.
- **Gewinn des Austrian Sustainability Reporting Award** (ASRA), vergeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhänder für den besten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht! Und zwar als Kategorie Sieger für KMUs sowie als Gesamtsieger aller eingereichten Berichte in Österreich. Eine besondere Würdigung für die Bemühungen, den Kunden höchste Transparenz zu bieten.
- **ÖGUT-Gold für gelebte Nachhaltigkeit**. Seit 2004 lässt sich die VBV von der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT) überprüfen und erhielt jedes Jahr die bestmögliche Auszeichnung. Viele Nachhaltigkeitsleistungen, die die VBV vorgelebt hat, wurden nach und nach zum „Standard“ für die gesamte Branche.
- **Erfolgreiche Veranlagung**: Die VBV - Vorsorgekasse setzt seit Beginn ihrer Tätigkeit auf eine vorausschauende, stabile und sichere Veranlagung des ihr anvertrauten Kundenkapitals. Seit 2003 liegt die kumulierte durchschnittliche Nettorendite pro Jahr bei 2,94 Prozent - langfristig die beste Gesamtperformance der Branche aller seit 2003 aktiven Vorsorgekassen (Veranlagungszeitraum 2003 bis 2017).
- **Great Place to Work**: mit dem 2. Platz (Kategorie KMU) konnte 2018 das hervorragende Ergebnis im Bereich der „besten Arbeitgeber Österreichs“ wiederholt werden. Im Vorjahr erzielte die VBV ebenfalls den 2. Platz.



Botschafter a.D. Dr. Alexander Christiani |

Vizepräsident, Austro British Society

BREXIT: DIE KONSEQUENZEN FÜR DIE SICHERHEIT DER EUROPÄISCHEN UNION SICHERHEIT ALS BASIS FÜR WIRTSCHAFTLICHE INTERAKTION.

Lediglich 52 % der britischen Bevölkerung hat für den Austritt des Landes aus der Europäischen Union gestimmt. Ein viel größerer Teil allerdings lehnt die Integration der britischen Streitkräfte in eine „kombinierte, zentral-gesteuerte EU-Militärstrategie“ – analog zur CSDP – ab. Der Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU bedeutet die volle demokratische Kontrolle über die Verteidigungs-politik als Teil der NATO und anderer internationaler Verträge. Vor allem wurde und wird eine enge „Involvierung“ in die Verteidigungs-politik anderer Länder abgelehnt, selbst wenn diese engste Verbündete darstellen, wie in der NATO. Für die Wirtschaft ist Stabilität und Sicherheit eine Grundvoraussetzung für ihre Aktivitäten. Daher ist ein grundsätzliches Verständnis der Zusammenhänge wirtschaftlich höchst relevant.

Das Hauptargument für den Austritt des UK besteht in dem Willen demokratische Kontrolle über alle Entscheidungen zu behalten und das betrifft besonders die Verteidi-gungs- und Sicherheitspolitik. Es gibt allerdings einen Aspekt, der noch zu größeren Problemen führen könnte: Das UK ist in die Pläne zur europäischen Verteidigungsunion via SDIP

und EDAP voll eingebunden, zu-mindest für die Dauer ihrer EU-Mit-gliedschaft, und der Zeithorizont des Austrittes 2019 macht eine Loslösung nach diesem Zeitpunkt viel schwie-riger. Mehrere Szenarien für die Auswirkungen von BREXIT auf die europäische Sicherheits- und Ver-teidigungspolitik sind denkbar. Von einer Beschleunigung der Integrati-

on, zu einer begrenzten Auswirkung, bis zu einer Fragmentierung und schließlich zum Zusammenbruch des Systems des CSDP. Eine besondere Bedeutung wird in dieser Hinsicht der zukünftigen strategischen Zusam-menarbeit zwischen Berlin und Paris zukommen.

Die Bedeutung für die europäischen Kernländer

Für Frankreich bedeutet BREXIT besondere Herausforderungen. Die französische Regierung könnte sich sehr bald in einem Dilemma befin-den: Einerseits um die bilateralen Verbindungen zum Vereinigten Kö-nigreich gemäß den Lancaster House Verträgen zu stärken, andererseits jedoch bestehen die Verpflichtungen gegenüber der NATO und der weite-ren europäischen Verteidigungsinteg-

ration. Das französisch-deutsche Ver-hältnis wird für die weitere Richtung der europäischen Sicherheits- und Verteidigungspolitik entscheidend sein. Es könnte sehr gut sein, dass Deutschland nach BREXIT das ein-zige EU-Mitglied sein wird, welches die EU-Geschicklichkeit auch in diesem Be-reich entscheidend beeinflussen wird (können). Deutschland muss nach BREXIT ein strategisches Interesse

haben, die britische Kapazitäten und Expertise vor allem für den weiteren Kampf gegen den IS zu sichern. Im „Strategic Defense and Security Re-view (SDSR“ von 2015 verpflichtet sich das UK u.a. zu einer Vertiefung der zukünftigen militärischen Ausrüs-tung zwischen den beiden Staaten.

Großbritannien hat stets – vor al-lem auch aufgrund der Insistenz der



USA – allen Tendenzen widerstanden, dass die Europäische Union u.a. auf dem Gebiet der Ressourcen die NATO schwächen könnte. In militärischen Belangen basiert die militärische Zusammenarbeit zwischen dem UK und der USA auf einer weitreichenden Angleichung der Waffensysteme, der Entwicklung der Systeme und den Bereichen Ausbildung und Operationen. Die „Sicherheit“ ist ein weites Feld von Systemen und politischen Veranlassungen - von nuklearer Abschreckung bis zur Nachbarschaftssicherheit - kurz das Bündel aller Maßnahmen, um uns ein Gefühl der Abschirmung vor bedrohenden Ereignissen zu vermitteln.

Man unterscheidet zwischen äußerer und innerer Sicherheit. Unter äußerer Bedrohung ist all das zu verstehen, was an kriegerischen, weltweiten Auseinandersetzungen Phänomene der Instabilität und des Terrorismus hervorruft - eine Herausforderung primär an militärische Strukturen, während die innere Bedrohung Angelegenheit der Polizei und Justizbehörden ist. Die Unsicherheit über die Auswirkungen von BREXIT betrifft vor allem die äußere Sicherheit. Hier scheint die übereinstimmende Meinung zu herrschen, dass das Vereinig-

te Königreich als Mitglied der Union besser aufgehoben wäre. In Angelegenheiten der inneren Sicherheit, wie Asyl und Migration, Verbrechensbekämpfung und allgemeiner Polizeikooperation ist das UK derzeit nicht an EU-Richtlinien gebunden, hat jedoch eine „opt-in“ Möglichkeit. Es ist davon auszugehen, dass Großbritannien nach dem Austritt diesen Kooperationsrahmen durch andere Formen der bilateralen oder multilateralen Zusammenarbeit ersetzen wird.

Die gemeinsame Bekämpfung des Terrorismus bleibt oberstes Ziel. Die erfolgten Anschläge, u.a. in London, werden - ungeachtet des großen Potentials und des Professionalismus der britischen Behörden - nie ohne engste europäische Zusammenarbeit aufgeklärt und wirksam bewältigt werden können. Jedoch gibt es keinen Automatismus, der die Teilnahme des Vereinigten Königreichs an europäischer, polizeilicher oder justizialer Zusammenarbeit sicherstellen würde. Ob allerdings ein solches potentielles Defizit auf die ungeteilte Zustimmung anderer Länder, wie Frankreich, Benelux oder Deutschland fallen würde, bleibt abzuwarten. Es wäre allerdings im besonderen Interesse der Europäischen Union und

ihrer Mitgliedstaaten, weiterhin von der berühmten „British Intelligence“ zu profitieren.

Jedenfalls bedeutet der Verlust des Vereinigten Königreichs für Frankreich sowohl eine Herausforderung wie auch eine Chance für seine Rolle in multilateralen Verteidigungsorganisationen. Andere EU-Mitgliedsstaaten, mit denen das UK enge bilaterale Verteidigungsabkommen hat, wie Deutschland, Dänemark, die Niederlande, Polen, Schweden und die Baltischen Staaten, werden ebenfalls ihre strategische Ausrichtung nach BREXIT neu definieren müssen. Darüber hinaus gibt es auch neue Herausforderungen für Spanien und Zypern wegen ihrer Grenzen zu Nicht-EU-Staaten.

Außerhalb Europas unterhält das UK in Verteidigungs- und Sicherheitsangelegenheiten eine enge Partnerschaft mit den Vereinigten Staaten, insbesondere nachrichtendienstlich und in nuklearer Technologie. Entgegen den Äußerungen des amerikanischen Präsidenten, dürften die USA besonderes Interesse haben, die negativen Auswirkungen von BREXIT möglichst gering zu halten.

Die sicherheitspolitische Chance des BREXIT

Abgesehen von diesen, meist kritisch zu sehenden Konsequenzen und Herausforderungen von BREXIT auf das System der Verteidigungs- und Sicherheitspolitik in Europa und weltweit, gibt es aber auch Chancen, u.a. um die sich teilweise duplizierenden Verbindungen zwischen NATO und der Europäischen Union in konstruktiver Weise neu zu überdenken.

Genau vor einem Monat hat London ein Papier unter dem Titel „Foreign Policy, Defense and Development“

veröffentlicht, worin das UK den 27 EU-Staaten in diesen Bereichen breite Kooperationsbereitschaft zusichert. Es soll praktisch keine Einschränkungen in der bisherigen Zusammenarbeit geben. Das UK schränkt lediglich ein, dass es selbst entscheiden müsse, an welchen künftigen Militäroperationen und Kooperationsfeldern es teilnehme und an welchen nicht. London ist zudem bereit, sich nach einem BREXIT an der EU-Rüstungsagentur, an den einschlägigen Rüstungsforschungen

und am satellitengestützten Ortungssystem GALILEO, wie in der Vergangenheit zu beteiligen. Dies würde auch finanzielle Verpflichtungen einschließen. In Zukunftsfeldern wie Cybersecurity, bietet das Vereinigte Königreich der EU ebenfalls eine umfassende Kooperation an.

Nicht erstaunlich ist, dass – wie bereits mehrfach erwähnt – die britische Regierung die NATO als den wichtigsten Anker der europäischen Sicherheits- und Verteidigungspolitik





ansicht und allen Versuchen, hier Parallelstrukturen, wie eine europäische Armee, aufzubauen, eine Absage erteilt. In der Einschätzung der europäischen und globalen Bedrohungsszenarien bestünde weitgehende Einheit zwischen Großbritannien und der Europäischen Union. Diese Bedrohungen betreffen:

- Terrorismus, Extremismus und Instabilität,
- Auswirkungen der Technology

in den Bereichen Cyber-Kriminalität und

- Abschreckung von staatsbasierten Bedrohungen

Dem soll vor allem dadurch begegnet werden:

- Der Möglichkeit auf Krisen unmittelbar und effizient zu begegnen,
- der Festigung innerstaatlicher Abwehrmechanismen,

- der Reduzierung von Konflikten,
- der Herbeiführung von Stabilität, Menschenrechten und guter Regierungsarbeit
- der Unterstützung der verteidigungs- und sicherheitsrelevanten Industrien und
- der Stärkung der Kapazitäten gegen bedrohliche und organisierte Kriminalität.

BREXIT und Cybersecurity

Auch bei der Cybersecurity hat das Vereinigte Königreich eine führende Rolle inne. In der „2016 National Security Cyber Strategy“ wird die Verpflichtung ausgesprochen, in den nächsten fünf Jahren eine Summe von 1,9 Milliarden Pfund für Cyber-Capability auszugeben. Großbritannien hat seine Beiträge geleistet, damit das EU-Völkerrecht auch in den Bereichen „Cyberspace“ zum Tragen kommt und dass Menschenrechte „online“, genauso wie „offline“ beachtet werden. Großbritannien hat entscheidende Beiträge zur Entwicklung der „EU Network and Information Security-(NIS) Directive“ geleistet und beteiligt sich an der Entwicklung des „NIS Computer Security and Incident Response Team“ (CSIRT). Darüber hinaus stellt das UK wichtige Beiträge zur „European Union Agency for Network and Information Security“ (ENISA) zur Verfügung.

Zusammengefasst zeigt sich das Vereinigte Königreich entschlossen, in den Bereichen der Verteidigung

und Sicherheit eine zukünftige Zusammenarbeit mit der Europäischen Union einzugehen, die über jede derzeitige Partnerschaft mit Drittländern hinausgeht und auf gemeinsamen Interessen und Werten ein starkes und prosperierendes Europa sicherstellt. Alles in allem sind die Dinge als Folge des BREXIT naturgemäß nicht nur in wirtschaftspolitischen Fragen und den vier Grundfreiheiten der Europäischen Union, sondern insbesondere auch im Bereich der Sicherheits- und Verteidigungspolitik sehr im Fluss. Gerade in dieser Frage besteht ein größeres Potential zu sinnvollen, zukunftsweisenden und für beide Seiten akzeptablen Entscheidungen zu kommen.

Für die Europäische Union und Europa als Ganzes wird das große Gewicht des Vereinigten Königreichs im Verteidigungs- und Sicherheitsbereich auch nach dem Austritt aus der Europäischen Union essentiell bleiben. Der gegenwärtige Trend verfolgt eindeutig das Ziel, Parallelstrukturen

zur NATO aufzubauen. Vor allem auch, um sich aus der Dominanz der Vereinigten Staaten zu lösen und sich nicht diktieren zu lassen, die jeweiligen Verteidigungsbudgets auf 2% aufzustocken, nur um die Vereinigten Staaten finanziell zu entlasten. Dass davon unabhängig allerdings die jeweiligen Budgets der europäischen Staaten erheblich vergrößert werden müssen, dürfte auf der Hand liegen. Diese europäischen Bemühungen haben durch die neue amerikanische Administration zwar besondere Aktualität erlangt – neu sind sie allerdings nicht.

So sehr ich auch die Entscheidung für BREXIT kritisiere und diese (etwas überspitzt) als „Selbstmord in Raten für Großbritannien“ und schädlich für die Europäische Union ansehe, so sehr bin ich auch überzeugt, dass eine weitere engste Zusammenarbeit mit dem Vereinigten Königreich post-BREXIT im Verteidigungs- und Sicherheitsbereich für uns alle unverzichtbar bleiben wird.



Botschafter a.D. Dr. Alexander Christiani

Nach seinem Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Wien und dem Besuch der Diplomatischen Akademie Wien war er im Außenministerium in der Abtl. für Internationale Organisationen tätig. Von 1970 bis 1975 war er für die Österr. Vertretung bei den Vereinten Nationen tätig, u.a. als Delegierter im Sicherheitsrat der Vereinten Nationen. Bis 1981 war er Mitglied der österreichischen Delegation zu den Generalversammlungen der Vereinten Nationen in New York. In weiterer Folge war er als Botschafter in der Republik Südafrika, als Leiter der Abteilung für den Nahen und Mittleren Osten sowie Afrika im Außenministerium, als Botschafter im Königreich der Niederlande und zuletzt als Botschafter im Vereinigten Königreich von Großbritannien und Nordirland tätig. Als Vizepräsident der Austro-British Society leitet er die Expertengruppe „Brexit“, die fortlaufend hochqualitative Policy Papers zum Thema publiziert.





Simon Frank | Geschäftsführer, Frank Enterprise GmbH

CHINA: 7 TAGE, 3 STÄDTE, 8 UNTER- NEHMENSBESUCHE UND 4 FOREN

BERICHT DER DELEGATIONSREISE NACH CHINA



Die China-Reise der Bundesregierung war in aller Munde. In Zusammenarbeit mit dem JUNGEN SENAT DER WIRTSCHAFT wurde im September 2017 eine Delegationsreise zum Thema „Wo findet Innovation statt und wie manifestiert sich diese?“ durchgeführt. Sie war intensiv, fordernd und ein voller Erfolg. Ausgestattet mit einem sehr straffen Zeitplan, reisten wir aus Wien, Berlin und Frankfurt in Chongqing an, um gleich am Abend das berühmt berüchtigte Hotpot zu genießen.

Simon Frank

ist Geschäftsführer der Frank Enterprise GmbH, die sich auf Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen und Beratungsdienstleistungen für deutschsprachige und chinesische Unternehmen spezialisiert hat, die internationale Märkte erschließen wollen. Mit seinem Unternehmen ist Simon Frank Mitglied im JUNGEN SENAT DER WIRTSCHAFT und eröffnet Senatorinnen und Senatoren dadurch die Möglichkeit der Teilnahme an Wirtschafts-Delegationsreisen nach China.



Der Schnaps und das scharfe Essen half den Jetlag zu überwinden, ging es doch gleich morgens früh zum ersten Forum ins „Big data Valley“. Dort angekommen, hatten wir ein zweistündiges Forum um über Themen wie Schweißausbildung, Zerstörungsfreie Werkstoffkunde, Additive Fertigung, neue Materialien sowie Big Data und deren Nutzen zu diskutieren.

Gekrönt wurde das Forum mit der Unterzeichnung eines MOUs zwischen dem Big Data Valley, der Frank Enterprise GmbH sowie der HTW Berlin.



Im Anschluss daran besuchten wir noch zwei weitere Chinesische 3D Druck-Hersteller, bevor wir am Abend mit der Vertriebsleiterin der SILIAN Group zusammenkamen, um uns auf den nächsten Tag vorzubereiten.





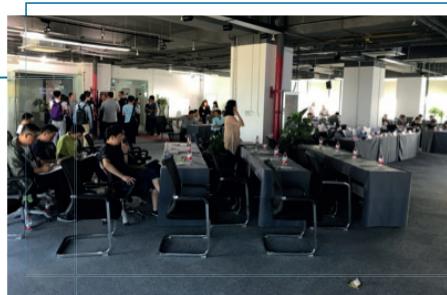
Die SILIANGGroup selbst ist ein Konglomerat von über 30 Firmen, wovon zwei an der Börse in Shanghai gehandelt werden. Deren Produktpotfolio ist mit dem von Siemens zu vergleichen und wir freuten uns sehr über angeregte Diskussionen zum Thema Schweißtechnik, Additive Fertigung, Einkaufsmanagement und Marktpotentiale von Europa und Iran.

Leider war die Zeit sehr knapp und bevor unser Flug nach Wuhan ging, besuchten wir noch den größten Automobilhersteller Chongqings, „Changan“. Mit der üblichen Verspätung für Flüge innerhalb Chinas, kamen wir spät Abends in Wuhan an und freuten uns schon auf den nächsten Tag. Am frühen Morgen ging es zur WAE-Wuhan Asia-Europe Logistics, einem staatlichen Logistik Anbieter & Importeur, welcher die Bahnstrecken zwischen China und Europa bzw. Wuhan (China) und z.B. Duisburg (Deutschland) unterhält.

Themen unter anderem waren der Warenverkehr auf der Schiene zwischen Europa und Asien, der Import und Export von europäischen Marken nach China und der Markteinstieg Chinesischer Marken in Europa. Leider hatten wir wenig Zeit und eilten nach einer spannenden Diskussion schon zum nächsten Termin, dem Forum für kleine und Mittelständische Unternehmen aus China und Deutschland ausgerichtet von der Donde Group, einem Konglomerat von knapp 200 Technologiefirmen sowie dem Amt für Auswärtige Angelegenheiten der Hubei Provinz. Mit knapp 150 TeilnehmerInnen war das Forum ein voller Erfolg und wir sind sehr glücklich, ein MOU zwischen der HTW Berlin, der Donde Group sowie der Frank Enterprise GmbH unterzeichnet zu haben.



Nach einem kurzen Abstecher zu dem größten Weinhändler Wuhans, der uns den Chinesischen Weinmarkt erklärte, sowie einem Unternehmensbesuch bei einem Werkzeugmaschinenherstellers (spezialisiert auf Atomkraftwerke) gab es am Abend ein Wiedersehen mit alten Freunden der Executive MBA Abschlussklasse, welche uns im März 2017 in Deutschland und Wien besucht hatten.



Einen Großteil dieser Unternehmer sahen wir am nächsten Morgen wieder, wo wir ein halbtägiges Forum mit über 50 lokalen Unternehmen aus Wuhan ausrichteten. Themen unter anderem waren Additive Fertigung, Schweiß- und Klebetechnik, zerstörungsfreie Werkstoffkunde, wie man den passenden Geschäftspartner in deutschsprachigen Märkten findet und im Anschluß daran gab es noch eine generelle Diskussion und Kooperationsbörse.



Erneut mussten wir den Flug rechtzeitig bekommen (der wieder Verspätung hatte) und machten uns auf den Weg zur letzten Station nach Shenzhen. Wir fokussierten uns voll und ganz auf die Teilnahme am Forum der „GIC - Global Innovators Conference“, ausgerichtet vom APEC Counsel Chinas. Mit Sprechern von z.B. Google, Amazon und weiteren globalen Internet Unternehmen war für jeden unserer TeilnehmerInnen etwas dabei, sei es der Umgang zwischen Menschen und Robotern, über Selbstlernende Systeme in der (Tele-) Medizin oder computergestützte Assistenzsysteme wie Amazons Alexa.

Nach 7 Tagen und 7 Nächten waren wir alle froh, müde und glücklich sowie voller positiver Eindrücke von einem sich stetig wandelnden China. Ich freue mich schon auf ein Wiedersehen mit unseren GastgeberInnen in China und freuen uns darauf, 2018 wieder nach China zu kommen.



DER SENAT DER WIRTSCHAFT ERÖFFNET IN BOSNIEN-HERZEGOWINA

Mit der Eröffnungsfeier am 11. Mai 2018 beginnt der SENAT DER WIRTSCHAFT Bosnien-Herzegowina seine Tätigkeit. In Sarajevo wird damit ein deutliches Signal für die weitere Stärkung der Außenwirtschaftskompetenz des SENATs gesetzt.



Der international anerkannte Südost-Europa-Experte und Präsident des SENAT DER WIRTSCHAFT, Dr. Erhard Busek, betont immer wieder, dass die wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit eine Wechselwirkung auf die politische Stabilität durch eine Festigung der

Gesamtgesellschaft bewirkt. Daher ist er eine der treibenden Kräfte, um den Ländern Südost-Europas auch eine wirtschaftlich orientierte Perspektive aufzuzeigen. Andererseits sind es gerade österreichische mittelständische Unternehmen, die mit ihrem Know-how wesentliche Beiträge in diesen Ländern leisten können – ein Effekt, der bereits in den Nachbarländern Bosnien-Herzegowinas zu sehen ist.

Der SENAT DER WIRTSCHAFT ist bereits seit mehreren Jahren in Serbien und Kroatien tätig und bietet über Partnerschaften mit gleichgesinnten, überparteilichen Wirtschaftsorganisationen darüber hinaus auch Möglichkeiten zur Herstellung wirtschaftlicher Vernetzungen in anderen Ländern Südost-Europas. Die Eröffnung in Bosnien-Herzegowina ist daher ein logischer nächster Schritt für den SENAT.



Unterzeichnung der Gründungsdokumente mit SENAT-Österreich-Präsident Dr. Busek, Dr. Nedzad Brankovic (Präs. elect SENAT-BIH), Erol Rasumovic (Vorstand elect, SENAT-BIH) und dem Vorstandsvorsitzenden des SENATE OF ECONOMY International Dieter Härtle

Detailinformationen anfordern:

Gabriele Stowasser | Mitglied des Vorstands, International Relations
g.stowasser@senat-oesterreich.at





Hans Harrer / Vorstandsvorsitzender, SENAT DER WIRTSCHAFT

BANKEN IM WÜRGEGRIFF DES STAATES! DER REGIONALE KAPITALMARKT BRAUCHT RESPEKT UND VERTRAUEN!

Für den Mittelstand ist die Bankenfinanzierung nach wie vor eine der Säulen für Innovation und Investitionen. Doch gerade lokalen Banken wird durch eine überbordende Regulierungswut die Basis genommen, überhaupt noch Geschäfte machen zu können. Das gefährdet den Mittelstand und dagegen muss aktiv angegangen werden!

Dabei gilt es sich bewusst zu machen, dass der aktuelle Regulierungswahn den Versäumnissen großer Konzernbanken geschuldet ist, die mit ihrem teils verantwortungslosen Umgang mit dem Geld anderer sogar den Staat in Schräglage bringen konnten. Doch leittragend sind vor allem regionale Banken, die von zwei Seiten in die Mangel genommen werden: Einerseits durch die nationalen Regulie-

rungen, die über verschiedene Institutionen, wie z. B. die FMA, exekutiert werden und zusätzlich kommen noch ein Menge von Vorschriften aus dem EU-Umfeld, die in nationales Recht umgewandelt werden (müssen).

Die Folgen für die Wirtschaft und - noch viel wichtiger - für die Gesamtgesellschaft sind fatal. Das mitunter über Jahrzehnte aufgebaute Vertrau-

en in die Unternehmerfamilie, geprägt mit wechselseitigem Respekt, wird nachhaltig untergraben. Diese Werte, die über lange Zeit hinweg Wirtschaftsentwicklung erst möglich gemacht haben, sind ganz plötzlich eben nichts mehr Wert. Daher sind verschiedenste Maßnahmen nötig, um dieses Vertrauensverhältnis wieder herzustellen.

Wissen hilft!

Der SENAT DER WIRTSCHAFT leistet im Rahmen der MITTELSTANDS-ALLIANZ partikularinteressensbefreite Bildungsarbeit, um UnternehmerInnen mit aktuellem

Wissen über verschiedene Finanzierungsinstrumente auszustatten und so gemeinsam mit der Hausbank Strategien für Investitionsfinanzierungen zu entwickeln. Dabei können Crowd-In-

vesting, Private Equity, Venture Capital, Mittelstands-Anleihen u.ä. zusammenspielen, um die Basis für weitere Finanzierungsmöglichkeiten über die Hausbank zu schaffen.



Miteinander reden hilft!

Der zweite wesentliche Erfolgsfaktor ist der Dialog. Die über Generationsaufgebauten vertrauenensvolle Gesprächsbasis mit der Hausbank muss neu belebt werden, damit der regionale Kapitalmarkt nicht zum Erliegen kommt, sondern neue Kraft entwickeln kann. Daraus müssen positive Energien entstehen, die in konkrete Veränderungsvorschläge münden und an eine Regierung herangetragen werden, die aus eigenem Wunsch daran gemessen werden wird, wieviel an Veränderung sie zum Wohl der Gesamtgesellschaft bewirkt. Daher kommt auch den Landesorganisationen der regionalen Mittelstandsbanken in diesem Prozess große Verantwortung zu!

Bei der kürzlich stattgefundenen Generalversammlung der Geschäftsstel-

lenleiterInnen und DirektorInnen aller regionalen Raiffeisenbanken des Landes Salzburg standen all diese Themen auf der Agenda. Vor über 200 RepräsentantInnen lokaler Raiffeisenbanken hatte ich im Namen des SENAT DER WIRTSCHAFT die Gelegenheit, auf diese Punkte aufmerksam zu machen und aufzuzeigen, was von Seiten der Banken getan werden kann, um zu einer Verbesserung der Gesamtsituation aktiv beizutragen.

Dabei wurde deutlich spürbar, dass eine große Bereitschaft vorhanden ist, das Ruder in die Hand zu nehmen und Allianzen zu bilden, um Regulierungen dort einzusetzen, wo sie sinnvoll und nötig sind, und gleichermaßen Vertrauen und Respekt dort einzusetzen, wo Regularien

nicht mehr weiterhelfen, sondern der Wirtschaft ganz relevanten Schaden zufügen.

Der SENAT DER WIRTSCHAFT ist für alle Stakeholder ein parteipolitisch unabhängiger Ansprechpartner und ein Sprachrohr hinein in die UnternehmerInnenschaft, wie auch in die Politik, um praxisbezogene Handlungsempfehlungen zu geben, die eine Renaissance von Vertrauen und Respekt auf der Basis eines gesunden Dialogs und auf einer guten fachlichen Wissengrundlage ermöglicht. Nur so entsteht Zukunftsfähigkeit auf der Basis eines ökosozialen Grundgedankens, der auf dem Prinzip des Dialogs und auf dem Bemühen um wirtschaftlichen, aber auch sozialen und ökologischen Gewinn basiert.



v.l.n.r.
Dir. Dkfm. Matthias Breidt,
Dir. Nikolaus Huber,
Mag. Dr. Günther Reibersdorfer, Hans
Harrer,
Dir. Martin Huber

Hans Harrer

Nach seiner Ausbildung im Financial Engineering und seiner Tätigkeit im Finanzwirtschaftsbereich wurde Hans Harrer als international agierender Unternehmer tätig. Zu seiner Firmengruppe zählen Projekt- und Immobilienentwicklungsunternehmen genauso wie Hotels, Kliniken und gastronomische Unternehmen. Er ist der Vorstandsvorsitzende des SENAT DER WIRTSCHAFT.





Mag.^a (FH) Andrea Hollander, CSE / Interne Revision, ÖSW

COMPLIANCE IM MITTELSTAND

SIND PRAKTIKABLE LÖSUNGEN MÖGLICH?

Der aus dem angelsächsischen kommende Begriff „Compliance“ ist an sich sehr einfach erklärt: Es geht um die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien und zwar um allgemein gültige und unternehmensintern festgelegte. Sämtliche Grundsätze und Maßnahmen, die Unternehmen zur Vermeidung von Regelverstößen treffen, werden als Compliance Management System (CMS) bezeichnet.

Eine von Deloitte herausgegebene Studie hat sich damit beschäftigt, ob Compliance Management auch im Mittelstand angekommen ist und mit welchen spezifischen Merkmalen.



Der Mittelstand bildet das Rückgrat der Wirtschaft. Mittelständische Unternehmen sind die wahren Champions der nationalen Volkswirtschaft und tragen in erheblichem Maße zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung bei. Von Großunternehmen

und Konzernen unterscheiden sie sich durch schlankere Strukturen, besondere Unternehmenskulturen und flexiblere Geschäftsmodelle. Der Vorteil der Flexibilität und rascheren Prozessumsetzung wird jedoch zunehmend durch komplexe

Gesetzgebungen zunehmend gemacht. Man denke nur an die neue EU-Datenschutzgrundverordnung - per 25. Mai 2018 in Österreich in Kraft - die sämtliche Juristen, Unternehmensberater und die Unternehmen massiv beschäftigt.

Welche Bedeutung hat Compliance im Mittelstand?

Vor mehr als zehn Jahren war Compliance in Österreich noch gänzlich unbekannt. Ein funktionierendes Compliance Management System (CMS) umfasst alle Maßnahmen, Grundsätze und Richtlinien innerhalb eines Unternehmens, die zur

Sicherstellung eines Regelkonformen Verhaltens dienen. Dieses System sorgt für eine zielgerichtete Planung, Steuerung und Kontrolle aller compliance-relevanten Vorgänge in einem Unternehmen und ist letztendlich ein integrierter Bestandteil der Unterneh-

mensüberwachung, bestehend aus Corporate Governance, Compliance, Internem Kontrollsysten, Interne Revision und Risikomanagement. (Abbildung 1 zeigt die Zusammenhänge der unterschiedlichen Funktionen innerhalb eines Unternehmens.)

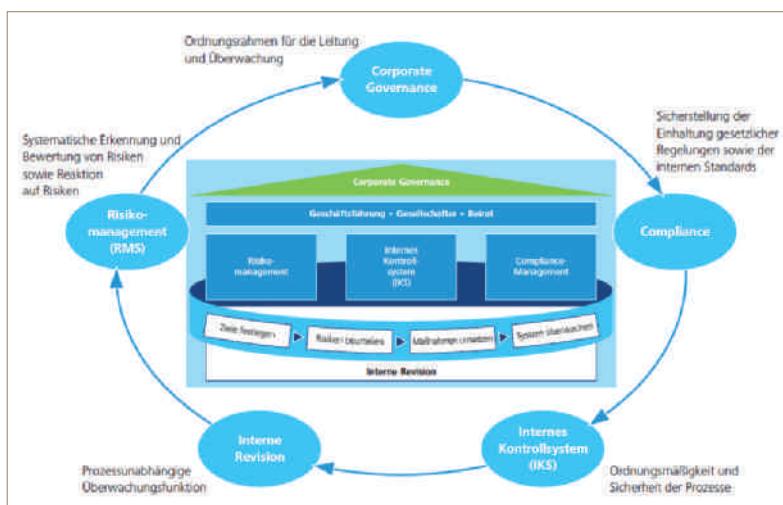


Abbildung 1: Compliance als Teil der Unternehmensüberwachung
Quelle: „Compliance im Mittelstand“
Deloitte 2017

Das zentrale Thema in Zusammenhang mit Compliance stellt nach wie vor die Einhaltung von Gesetzesvorschriften dar, um persönliche Haftungsrisiken auszuschließen. Bei der Einhaltung von Gesetzesvorschriften spielt die Unternehmenskultur eine maßgebliche Rolle. Je nach Risikoapetit werden Gesetze mehr oder weniger eingehalten. Die Herausforderung, in der wir uns derzeit befinden

ist aber auch, sämtliche Gesetze zu kennen, die man beachten muss bzw. entsprechende Maßnahmen rechtzeitig einzuleiten. Da wir allein in Österreich zwischen 20.000 und 25.000 geltende Gesetze haben, sprechen wir von einem unüberschaubaren Dschungel an Vorschriften. Mit den EU-Verordnungen und EU-Richtlinien kommt man dann auf ca. 110.000 Regulative.

Dabei zählen Gesetzesverstöße längst nicht mehr zu den Kavaliersdelikten. Das Strafausmaß und die Bußgelder für Vergehen haben sich in den letzten Jahren dramatisch erhöht und zugleich auch die Anzahl der einzuhaltenen Gesetze. Die sorgfältige Einhaltung von Vorschriften soll Strafen für das Unternehmen und persönliche Haftungen für Manager verhindern.

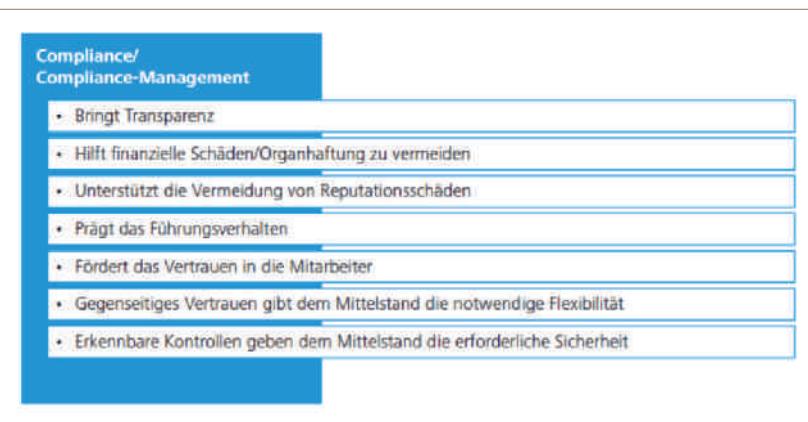


Abbildung 2: Was bringt ein Compliance Management System?
Quelle: „Compliance im Mittelstand“
Deloitte 2017

Welche Instrumente werden in der Praxis für ein Compliance Management herangezogen?

Um von einem funktionierenden Compliance Management System zu sprechen, sollten unterschiedliche Instrumente eingesetzt werden. Beginnend mit der Vorbildfunktion der Führungskräfte („Tone from the Top“), Verankerung im Unternehmensleitbild, Erstellung eines Ethik-

kodeks als integraler Bestandteil des Dienstvertrages, interne Anweisungen und Vorschriften, Dokumentationen, Schulungen, Reporting und regelmäßige Schulungen.

Der Aufwand für all diese Instrumente ist überschaubar und auch direkt

in mittelständischen Unternehmen anwendbar. Die Frage stellt sich, ob ein systemischer Unterschied festzustellen ist zwischen managergeführten und eigen tümergeführten Unternehmen. Vermutlich ist es so, dass eigen tümergeführte Unternehmen hauptsächlich allgemein gehaltene





Instrumente einsetzen, wohingegen Manager strengere Maßstäbe anlegen, um der persönlichen Haftung und strafrechtlichen Folgen zu entgehen. Den Unternehmen bleibt es selbst überlassen, ein anonymes

Hinweisgeber-System („Whistle-Blowing-Hotline“) einzurichten, um Gesetzesverstöße und Verstöße gegen interne Vorschriften aufzudecken. In der Praxis kommt ein solches System im Mittelstand wenig zur Anwen-

dung, weil es auch einen zusätzlichen Aufwand darstellt. Jeder Hinweis muss auf Zulässigkeit der Weitergabe geprüft werden.

Ist Compliance Chef-Sache?

Sofern im Unternehmen ein eigener Compliance Beauftragter bestellt wird, ist es wesentlich, diesem eine gewisse Unabhängigkeit und Weisungsbefugnis einzuräumen. Außerdem ist vor dem Hintergrund der organisatorischen Zuordnung die Klärung der Frage bedeutend, ob sich dieser ausschließlich um das Compli-

ance Management kümmert. In den meisten Fällen nimmt der oder die Compliance-Beauftragte im Mittelstand weitere Funktionen ein, z.B. Leitung der Internen Revision, Leitung Rechtsabteilung,... Für die Beurteilung der Stellung im Unternehmen ist die hierarchische Zuteilung der einzelnen Aufgaben von

wesentlicher Bedeutung. Eventuell auftretende Interessenkonflikte sind im Vorfeld abzuwägen. Ist ein Aufsichtsgremium vorhanden, so scheint sich das auf die Bestellung einer/r Compliance Beauftragten auszuwirken. In Unternehmen mit einem Beirat oder Aufsichtsrat existiert häufiger ein/e Compliance Beauftragte/r.

Wie führt man ein Compliance Management System ein?

Ein funktionierendes Compliance Management System ist u.a. abhängig von der Größe des Unternehmens, der Branche, der internen Prozesse und der IT-Landschaft.

Um ein erfolgreiches System einzuführen ist es im ersten Schritt wesentlich, die Compliance Risiken

zu identifizieren (Top-Down und Bottom-Up). Anschliessend soll eine Bewertung nach Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenspotential erfolgen, gemäß den Anforderungen eines klassischen Risikomanagement Systems. Die Ergebnisse daraus werden in Folge zusammengeführt und verdichtet, um ein gemeinsames Ver-

ständnis der gesamten Risikosituation zu erzielen. Die Festlegung von Verantwortlichkeiten für die Umsetzung von Reaktionsmöglichkeiten (z.B. Risiko abwälzen, verringern, verhindern oder zur Gänze tragen) stellt den letzten Schritt im Weg zum Compliance Management System dar.

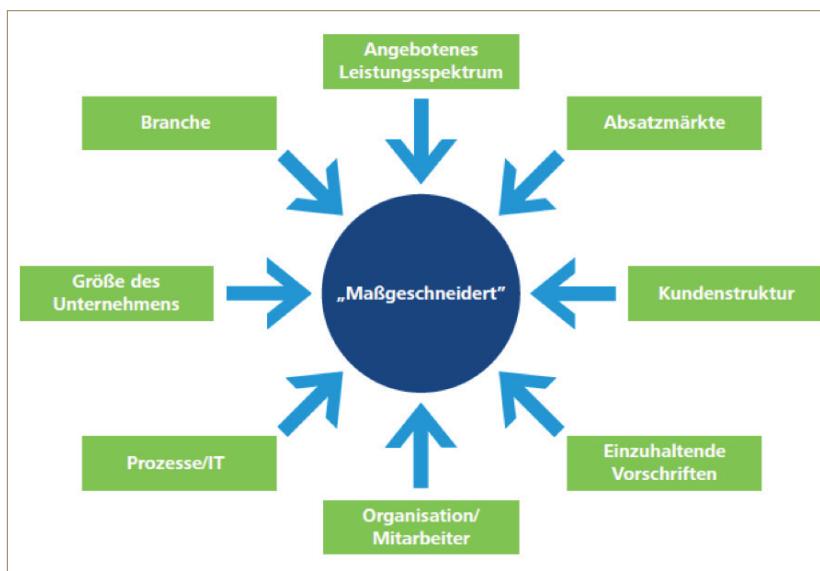


Abbildung 3: Compliance Management System nach Mass
Quelle: „Compliance im Mittelstand“
Deloitte 2017



Compliance wird häufig nur in Zusammenhang mit der Annahme von Geschenken bzw. Essenseinladungen erwähnt. Das Feld für Compliance-Verstöße ist jedoch wirklich mannigfaltig und umspannt sämtliche Unternehmensbereiche. Für

eine valide Gesamtbetrachtung der Unternehmensrisiken muss die Kategorie Compliance zu den strategischen, operationalen und finanziellen Risiken aufgenommen werden. Anschliessend hat die Klassifizierung nach Höhe und Eintrittswahrschein-

lichkeit zu erfolgen. Die Erstellung einer Risikomatrix dient sozusagen als Kochrezept für die Umsetzung eines Compliance Management Systems und könnte folgendermaßen aussehen:

Nr.	Risiko	Ø SP	Ø EW	Risk Score	Risiko-Verantwortlicher	Maßnahmen
1	Unternehmensrichtlinie zur Annahme von Geschenken nicht durchgängig allen Mitarbeitern zugänglich und bekannt	2,67	2,94	7,85	Geschäftsführer Personal	Kommunikationsplan zur Bekanntmachung von Richtlinien entwickeln und umsetzen
2	Lieferanten halten vertraglich vereinbarte Produktionsbedingungen nicht ein und Verfehlungen werden Gesellschaft zugesehen	2,28	2,78	6,33	Abteilungsleiter Beschaffung	Vereinbarung von Prüfungsrechten und Durchführung bei Kunden des wesentlichen Lieferanten in 2012
3	Mitarbeit in Verbänden und ähnlichen Institutionen könnte kartellrechtlich als bedenklich eingestuft werden	2,67	1,78	4,74	Bereichsleiter Recht	Implementierung Prozess, um alle Aktivitäten zu erfassen und zu beurteilen
4	Wichtige Informationen zu Kunden und Konditionen können verdeckt bzw. Dritten zugänglich gemacht werden	2,94	2,89	8,51	Leiter IT	Überprüfung, Optimierung und Umsetzung IT-Sicherheitskonzept
5	Firmenkultur: ungleiche Firmenkultur, geringe Vernetzung der Mitarbeiter, Leitbild, Vorstellungen, keine ethischen Instrumentarien (Komunikation)	2,50	2,89	7,22	Vorstand der Geschäftsführung	Aktualisierung Intranet, Prüfung Implementierung Ombudsmann
6	Risiken aus Abrechnungen nicht transparent (Bürobaurecht, Beliebungstheorie)	1,67	2,00	3,33	Bereichsleiter Recht	Verträge sichern, katalogisieren und bewerten, rechtliche Möglichkeiten prüfen
7	Steuerliche Anforderungen für neu zu erschließende Auslandsmärkte nicht bekannt	3,11	3,11	9,68	Geschäftsführer Finanzen	Identifizierung Märkte und Selektion Partner für Information Anforderungen

Abbildung 4: Risikomatrix
Quelle: „Compliance im Mittelstand“
Deloitte 2017

COMPLIANCE

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Einführung eines erfolgreichen Compliance Management Systems die EigentümerInnen und ManagerInnen eines Unternehmens ruhiger schlafen lässt. Je nach Unternehmensgröße, Branche und

Risikoexposition kann man ein derartiges System sehr pragmatisch und mit Augenmaß in jedem Unternehmen einführen. Sollten im Unternehmen ungesetzliche Handlungen aufgedeckt und sanktioniert werden, ist es in jedem Fall strafmildernd,

wenn man geeignete Maßnahmen für ein Compliance Management System nachweisen kann. Es zahlt sich also aus!

Mag. (FH) Andrea Hollander, CSE

ist Certified Compliance Officer, diplomierte interne Revisorin und Certified Supervisory Expert. Sie war in unterschiedlichen kaufmännischen Führungsfunktionen in unterschiedlichen Konzernbereichen der Industrie, des Anlagenbaus (Projektmanagement, Prozessmanagement, Risk Management, IKS, Einkauf, Vertrieb, Logistik, internationales Außenhandelsrecht, Compliance) und der Immobilienwirtschaft tätig. Sie ist Mitglied der Task Force „Compliance and Advocacy“ der Internationalen Chamber of Commerce (ICC Austria), sie ist Mitglied des Compliance Officer Verbundes, der Akademie der Internen Revision und verantwortet diesen Bereich im ÖWS (Öst. Siedlungswerk).





MITTELSTANDS
ALLIANZ



SELBSTBESTIMMT STATT FREMDBESTIMMT

Die Mittelstands-Allianz als Stärkung der heimischen Wirtschaftsbasis

**WERDEN SIE JETZT BOTSCHEFTER/IN
DER MITTELSTANDS-ALLIANZ!**

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

SENAT DER WIRTSCHAFT Österreich

Rotenturmstraße 5-9 | 1010 Wien

www.senat-oesterreich.at

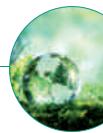
www.mittelstands-allianz.at

T +43-1-505 35 48-0 | office@senat-oesterreich.at

Eine Initiative des



SENAT DER
WIRTSCHAFT



Philipp Zimmermann - Richard Hirschhuber | Geschäftsführende Gesellschafter,

Greenstorm Mobility GmbH

DER GRÜNE STURM DER MOBILITÄT IM TOURISMUS

EIN BEST-PRACTICE-BEISPIEL FÜR INNOVATIVE KONZEPTE ZUR GÄSTEMOBILITÄT

Gäste-Anforderungen ändern sich genauso wie Geschäftsmodelle und Monetarisierungspunkte. Was das im Bereich der Gästemobilität im Tourismus bedeutet, erfragte Jochen Ressel im Interview mit Philipp Zimmermann und Richard Hirschhuber, beide geschäftsführende Gesellschafter von Greenstorm Mobility.



Greenstorm Mobility gewinnt zur Zeit viele Preise und steht bei Wirtschaftsrangings ganz vorne. Was ist das Phänomen des grünen Sturms, wie sind Sie, Richard Hirschhuber und Philipp Zimmermann, als Quereinsteiger auf die Idee gekommen und worum geht es bei Greenstorm Mobility?

Wir haben Greenstorm 2016 aus der Firma Trendhouse Vertriebs- und Marketing GmbH heraus gegründet und uns dabei auf ein Win-Win-Win-Konzept konzentriert. Da wir aus der Hotellerie und Gastronomie kommen, Richard Hirschhuber als Inhaber und Leiter des Boutique Hotels Träumerei #8 by Auracher

Löchl und Philipp Zimmermann als Sommelier und Führungskraft in der Gastronomie, kennen wir die Hotellerie und wissen, was sie braucht: Mehr Auslastung ohne weitere Investitionen. Unser Modell: Hoteliers bekommen von uns die neuesten Modelle an E-Bikes zum kostenlosen Verleih oder zur kostenpflichtigen

Vermietung zur Verfügung gestellt und geben uns dafür Gutscheine für Übernachtungen in ihren Häusern. Und da ist ein unglaubliches Potenzial, denn allein in Österreich stehen von 600.000 Hotelbetten jährlich 350.000 leer.

Ist das für Hoteliers vorteilhaft, wenn sie in der Hochsaison plötzlich Gutscheingäste einbuchen müssen?

Die Hoteliers dürfen wählen, wann die Gutscheine eingelöst werden können. Sie bekommen also in der Zwischensaison neue Gäste, die sie sonst nicht hätten, die eventuell weitere

Leistungen buchen und bestenfalls wieder kommen. Außerdem schaffen die Hoteliers mit den E-Bikes einen Mehrwert für ihre Kunden, ohne diese finanzieren, warten oder über den

Winter lagern zu müssen. Dasselbe Prinzip funktioniert mit E-Autos und E-Tankstellen.





Sie sprachen von drei Gewinnern, bisher sind es nur zwei. Wer profitiert noch von dem Konzept?

Im Grunde sind es sogar mehr als drei Parteien, die davon profitieren. Neben Hoteliers profitieren Perso-

nen, die gerne günstig reisen und diese Hotelgutscheine kaufen und Gäste in den Partnerhotels, die E-Bi-

kes, E-Autos testen oder ihr E-Auto an einer Ladestation aufladen wollen.

Das heißt, Greenstorm konzentriert sich ausschließlich auf die Hotellerie?

Der Service für den Tourismus war unser Ursprungsgedanke. Schlus- sendlich profitieren auch Endkunden

von diesem Angebot an hochwertigen E-Bikes, die nach einer Saison von unseren Profis gewartet und mit

einer 2-Jahres-Garantie auf den Akku um bis zu 50 % Preisnachlass verkauft werden.

Bedeutet das, dass Greenstorm auch Fahrradhändler ist?

Ursprünglich: ja. Mittlerweile haben wir ein Netzwerk an registrierten Fahrradhändlern, bei denen Endkunden quasi ums Eck unsere Vorführ-E-Bikes kaufen können.

Dadurch können kleine Fahrradfachhändler bei besserer Qualität preislich mit den großen Sportgeschäften mithalten, müssen die E-Bikes weder finanzieren noch lagern und bekom-

men pro verkauftem E-Bike neben zufriedenen Kunden auch Leihbikes oder Provisionen. Im Jahr 2018 werden wir damit 6.000 E-Bikes am Markt bewegen.

Weder Hoteliers noch Fahrradhändler müssen die E-Bikes finanzieren. Wie macht Greenstorm das?

Das ist eine sehr gute Frage. Banken davon zu überzeugen, dass diese E-Bikes einen realen Wert haben, ist schwierig. Also mussten wir uns auch in diesem Zusammenhang etwas Neues überlegen. Für wen hat ein E-Bike einen Wert? Für einen Nutzer. Also sprechen wir Investoren

an, die E-Bikes wollen und diese gegen Beteiligungen an unserem Unternehmen tauschen. Einerseits durch Crowdfunding, das sehr gut funktioniert, und andererseits durch unser Initial Coin Offering, kurz ICO. Es ist eine Methode des Crowdfunding, bei dem, ähnlich wie bei Aktien, Be-

teiligungen vergeben werden. Anleger profitieren von einem materiellen Gegenwert, Ausgeber profitieren von einer leichteren Finanzierung durch Investitionen. Unsere Experten arbeiten gerade mit Hochdruck an dem Token888, unserer eigenen Kryptowährung mit realem Gegenwert.

Wohin will Greenstorm bis 2020?

Unsere Zentrale ist in Söll, Tirol und wir haben bereits Niederlassungen in München, Luzern, Palma und Bozen. Bis 2020 wollen wir ein Prozent

der europäischen Hotels - also rund 15.000 Häuser - als Vertragspartner gewinnen. Aus diesem organischen Wachstum ergeben sich folgende

Zahlen für unseren Fuhrpark: 15.000 E-Bikes, 400 E-Autos, 400 E-Tankstellen und ein Umsatz von rund 30 Millionen Euro.

Herzlichen Dank für das Gespräch! 

TOURISMUS AUF DER BASIS EINER ÖKOSOZIALEN MARKTWIRTSCHAFT

BEST PRACTICE AUS DEM BURGENLÄNDISCHEN SEEWINKEL

Generaldir. KR Bert Jandl konnte nach einer soliden touristischen Ausbildung in Österreich, Liechtenstein und der Schweiz durch zahlreiche Auslandsaufenthalte viel Erfahrung und Wissen sammeln, ehe er nach jahrelanger Tätigkeit in der internationalen Tophotellerie 1992 die Führung des VILA VITA Hotels und Feriendorf Pannonia übernahm.

Herr Generaldirektor, bereits 2009 haben Sie mit der Implementierung einer Nachhaltigkeitsstrategie begonnen. Was war für Sie die Motivation, so früh in das Thema einzusteigen?

Wir wollten im Seewinkel am Rande des Nationalparks ein Leuchtturmprojekt ins Leben rufen. Mit der Errichtung der neuen Gebäude wurde ein deutliches Zeichen in diese Richtung gesetzt. Es war von Beginn an unser Ziel, als ein Informationszentrum zu wirken, um sich qualitätsvoll zu Umweltfragen informieren zu können. Wir haben als Tourismuseinrichtung einen Bildungsauftrag den wir wahrnehmen, indem wir Umwelt erlebbar machen. Das hat viel bewirkt und große Aufmerksamkeit erzeugt, was durch unsere vielfältigen Auszeichnungen, wie dem Staatspreis, dem Innovationspreise usw. erkennbar ist.



Was umfasst die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens heute?

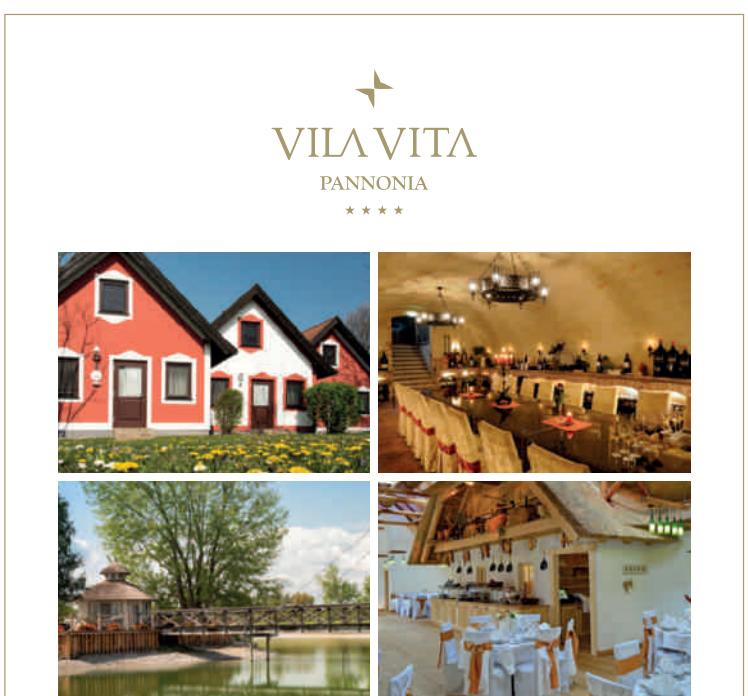
Wir investieren in MitarbeiterInnen, die unseren 200 ha großen Naturpark mit Gemüseanbau, Freilandgehege für Geflügel u.v.m. betreuen. Wir haben frühzeitig voll auf E-Mobilität gesetzt und haben 600 Fahrräder im Einsatz, die ganze Anlage ist autofrei. Durch Photovoltaik, Biomasse und Solarenergie decken wir unseren Bedarf mehrheitlich mit erneuerbaren Energien!!

Die Ökosoziale Marktwirtschaft geht davon aus, dass ökologischer und sozialer Erfolg die Grundlage für ökonomischen Erfolg ist. Können Sie das durch Ihre Aktivitäten bestätigen? Wie ist das Feedback der Gäste?

Die Sensibilisierung für das Thema ist in der Gesellschaft und damit bei unseren Gästen stark spürbar. Die Menschen suchen Kraftankstellen, vor allem auch junge Menschen, die wir speziell ansprechen. Für uns ist die Naturpädagogik daher ein Teil unseres Erfolgskonzepts. Interessanterweise betrifft das auch den Seminar- & Konferenzbereich. Wir begrüßen bei uns immer mehr Firmen, die auch auf unsere Werte setzen und sich dafür interessieren, wie eine gesamtheitliche Orientierung im Unternehmen funktionieren kann, denn das wird bei uns erlebbar.

Was würden Sie sich im Hinblick auf die Rahmenbedingungen im Tourismus an Verbesserungen konkret wünschen?

Für eine positive Entwicklung im Tourismus wird es extrem wichtig sein, positive Rahmenbedingungen im Verordnungs- und Regulierungsbereich seitens des Gesetzgebers zu schaffen. Die Unternehmen müssen aus Eigenverantwortung die Möglichkeit haben, mit Schnelligkeit und Menschenorientierung gleichermaßen zu agieren. Dabei spielt die Arbeitsflexibilisierung eine Rolle, damit wir als ArbeitgeberInnen den Wünschen des Personals gerecht werden können, denn wir sind an einer möglichst guten MitarbeiterInnen-Bindung interessiert und wollen ein attraktiver Arbeitgeberbetrieb bleiben. Im Zuge dessen braucht es auch eine zukunftsgerichtete Ausbildung von Fachpersonal - sowohl im Unternehmen, wie auch im schulischen Bereich. Herzlichen Dank für das Gespräch!



Urlaub mit viel Freiraum

80 km von Wien entfernt grenzt das Hotel und 200 ha große Feriendorf VILA VITA Pannonia **** direkt an den Nationalpark Neusiedler See - Seewinkel. Die Anlage ist ein besonderes Hideaway der Ruhe und Erholung. Anspruchsvolle Hotellerie im Einklang mit der Natur wird hier sehr intensiv gelebt.

VILA VITA Pannonia ****
Storchengasse 1 • 7152 Pamhagen • T +43 (0) 21 75/21 80-0
info@vilavitapanonia.at • www.vilavitapanonia.at



Peter Unterlechner | Hotellier, Biohotel Grafenast

TIROLER NACHHALTIGKEITS-TOURISMUS AM PRÜFSTAND

EIN BEST-PRACTICE-BEISPIEL AUS DEM ALPIN-TOURISMUS BEWEIST ZUKUNFTSFÄHIGKEIT

Es ist ein ganz besonderes Fleckchen Erde, das Biohotel Grafenast am Pillberg und die romantische Vorstellung Tirols bei den StädterInnen wird vollinhaltlich erfüllt: Idylle, Abgeschiedenheit, Ruhe. Was vordergründig wunderschön wirkt, ist unternehmerisch eine Herausforderung. Denn kann man abseits der Masse in Tirol Erfolg haben? Welche Unternehmensausrichtung ist zukunftsfähig? Im Interview mit Jochen Ressel gibt Hotelier Peter Unterlechner Einblick in sein nachhaltiges Geschäftsmodell.



„Meine Eltern haben es geschafft, mir ein positives Bild des Tourismus mitzugeben“, sagt er. Dass er das Grafenast übernimmt, war nicht immer klar, schlussendlich aber doch eindeutig. Wir sprachen mit Unterlechner über Tirol und das Tourismusleben in einer Nische.

Was erwarten die Gäste aus Ihrer Sicht, wenn sie nach Tirol kommen?

Es kommt natürlich immer darauf an, was er an Wünschen und Ideen mitbringt. Ich glaube, es gibt den Gast, der ein Klischee erwartet, genauso wie jenen, der Kontakt zu anderen oder nach bestimmten Spezialange-

boten sucht. Über allem steht meiner Meinung nach jedoch immer die Energie der Berge. Das Kraftfeld Sport und Natur ist das verbindende Element, das jeder sucht, der nach Tirol kommt. Das ist stark verbun-

den mit der Tatsache, dass man bei uns von oben hinunterschauen kann. Dieser glorreiche Moment befreit die Seele und den Kopf. Genauso wie der Gast erleben das auch jene, die in Tirol leben – etwa bei einer Ski-



tour oder wenn man mit dem Lift in die Berge fährt und dort unterwegs ist. Nur nehmen wir das leider nicht mehr so stark und intensiv wahr. Ich versuche mir dessen immer wieder

bewusst zu werden und nehme es allein schon deshalb wahr, weil ich hier oben im Hotel sitze. Ich habe das Glück, an einem Ort zu arbeiten und zu leben, der anderen als Urlaubs-

punkt dient. Dieses Aufhalten an einem Platz, der einem gut tut, ist etwas sehr wertvolles.

Das Grafenast gibt es schon seit 1907.

Wie konnte diese Zeit der Veränderung erfolgreich bewältigt werden?

Um 1900 herum waren es die ersten Pioniere, die dem „Bergkoller“ verfallen sind und begonnen haben, daraus etwas zu entwickeln. Auch mein Urgroßvater war so ein Typ. Er war der älteste Sohn von zwölf Kindern, die Familie hatte eine Gerberei und Seilerei betrieben. Theoretisch hätte er diese übernehmen können, hat aber den Bergfloh bekommen, genau zu einer Zeit, in der die ersten Skifahrer aufkamen. Die ersten Skiclubs entstanden, Bergsteigen wurde interessant.

Ein Grund war vielleicht auch, dass

man einfach Zeit dafür hatte. Jene, die in der Landwirtschaft groß wurden, haben den Rhythmus zwischen Wochentag und Wochenende nicht gekannt, jene, die in den Städten und im Umland in den verschiedenen Industrien gearbeitet haben, die zu der Zeit entstanden, aber sehr wohl. Sie haben den Ausgleich gesucht und mein Urgroßvater hat hier am Pillberg das erste Häuschen gebaut. Er hatte den Mut, den Berg zur Basis seiner Existenz zu machen und das Grafenast für all jene, die rauf aufs Kellerjoch unterwegs waren, als

Zwischenstopp zu etablieren und ihnen eine Möglichkeit zur Einkehr zu geben.

Man hat dann relativ rasch erkannt, dass man mit der strategischen Position in der Nähe von Schwaz mit dem Bahnhof auch Übernachtungsgäste anziehen kann. 1920 wurde das Haus also derart umgebaut, dass man hier schlafen konnte. Bald kamen Strom und das Telefon in diese durchaus exponierte Lage. Meine Vorfahren waren schon damals sehr technikaffin und haben viel bewegt in der Zeit.

Wann kam schließlich der Punkt, ein Biohotel aus dem Grafenast zu machen? Und kann man als Hotel heute überhaupt noch ohne Spezialisierung erfolgreich sein?

Eine Spezialisierung ist sicher wichtig. Man muss als Betrieb, unabhängig von der Branche, ein Thema finden, für das man Kompetenzen entwickelt. Genauso braucht es auch in der Hotellerie ein Kernthema, für das man steht. Ich glaube aber, dass es zentral ist, nicht nur stur und steif auf eine Spezialisierung zu bauen, die man zu 100 % stringent umsetzt. Das kann schnell ins Fanatische, Dogmatische und Uncharmantere gehen. Man muss offen bleiben für Entwicklungen. Es ist wichtig, eine Kernkompetenz zu haben und diese zu transportieren, aber es ist genauso wichtig, sich nicht zu sehr auf ein Element zu versteifen. Im Grafenast sind wir stolz auf die Abgeschiedenheit, die Ruhe, dass

man niemandem begegnet, wenn man vors Haus geht. Dazu kommen Aspekte wie Bewegung oder Ernährung, die damit einhergehen. Dass wir zum Biohotel wurden, hat seinen Ursprung Anfang der 1980er-Jahre, als eine diplomatische Vereinigung in unsere Region kam und im Nachbarhotel nicht genug Platz für sie war. Also kamen ein paar davon zu uns und stellten uns vor die Herausforderung, zwei Wochen lang vegetarisch zu kochen. Das war zu dieser Zeit völlig abnorm, doch wir haben uns darauf eingelassen. Und eigentlich ist der Ansatz, mit der Natur zu leben, kein wirklich neuer, nur im Zuge der zunehmenden Industrialisierung völlig verloren gegangen. Wir gehen da-

mit einfach einen Schritt zurück. Wir müssen wieder lernen, mit der Natur umzugehen.

Es ist zentral, dieses Erbe anzunehmen und das Verantwortungsbewusstsein unserem Lebensraum gegenüber zu stärken – jeder für sich aber auch die Betriebe und ganz stark jene im Tourismus, weil sie daraus ihr Potenzial für die Zukunft schöpfen. Die Natur und die Berge sind Tirols Schätze. Wenn wir diese nicht hüten und respektvoll behandeln, verlieren wir irgendwann die Kontrolle darüber und damit die Chance, diese Potenziale zu nutzen. ►



Der Tourismus in Tirol lebt von seiner kleinteiligen Strukture. Sehen Sie diese als Vorteil?

Der Tourismus ist heute eine hochentwickelte Industrie. Wenn wir ehrlich sind, hat das nichts mehr mit nachbarschaftlicher Beziehung zu tun. Sieht man sich die Übernachtungszahlen in den Hochburgen des Tourismus an, wäre es naiv zu sagen, der Bauer von nebenan kann diese Anzahl an Gästen stemmen. Das funktioniert nicht. Ich denke, die touristische Entwicklung steht ein wenig auf dem Scheideweg. Die vielfach gewachsenen Betriebe, die aktuell in zweiter oder dritter Generation geführt werden, haben ein massives

Nachfolgeproblem, weil sich viele Junge mit der Branche nicht mehr identifizieren können und ihre Zweifel haben. Ihnen stehen alle Möglichkeiten offen, der Familienzusammenschnitt, der für den Fortbestand von Unternehmen extrem wichtig ist, ist heute nicht mehr so stark. Die jetzige Generation ist die am besten ausgebildete und hadert mit dem Thema.

In dieses Vakuum greifen Entwicklungen, die für Investoren, Konzerne und Hotelgruppen Raum schaffen. Das Problem ist, dass investorenge-

triebene Projekte in der Regel gewinnorientiert sind. Ihnen geht es nicht um Visionen oder Regionalentwicklung, die der Tourismus in unserem Land maßgeblich mitträgt. Die Erschließung der Berge hatte etwas heroisches, die Entwicklung der Täler war überhaupt erst durch den Tourismus möglich. Ausländischen Investoren ist das egal. Nun kann man sagen, dass Hotelketten und große Namen neue Kundengruppen erschließen, ich glaube aber nicht, dass es für die Entwicklung im Land positiv ist.

Experten sind sich einig: Der Tiroler Tourismus kann sich nur qualitativ entwickeln, nicht mehr quantitativ. Stimmt das aus Ihrer Sicht?

Ja. Wir sollten den Tourismus generell nicht nur unter dem Thema Wachstum betrachten, wir sollten ihn auch unter einem ideologischen Gesichtspunkt sehen. Es geht um das Gemeinwohl. Ideologisches Wachstum ist in kleineren Gegenden wie der unseren sicher einfacher, funktioniert mit Sicherheit aber auch in Ischgl oder anderen Hotspots. Der sorg-

same Umgang untereinander und mit der Natur wird immer wichtiger. Wir sehen schon am Arbeitsmarkt, dass mangelnde Wertschätzung der Mitarbeiter dazu geführt hat, dass die Tourismusbranche nicht mehr unbedingt den besten Ruf hat. Es wird eine große Aufgabe für die nächsten Jahre sein, zu versuchen, ein guter Arbeitgeber zu sein, das Familienzu-

sammenleben zu erhalten und das Interesse am Beruf zu wecken. Das spannendste an meinem Beruf ist für mich, dass man mit Menschen zu tun hat, die grundsätzlich positiv gestimmt sind. Dieses Umfeld ist etwas sehr Wertvolles und das müssen wir auch nach außen vermitteln.

Herzlichen Dank für das Gespräch!

Peter Unterlechner

führt das Grafenast mittlerweile in vierter Generation. Er ist ein klassisches Tourismuskind und deshalb – oder trotzdem – selbst in der Branche geblieben. Seine Ausbildung erhielt er in Hotelfachschule Villa Blanka und sammelte Erfahrungen in der Hotellerie an der Cote d'Azur, in New York und in Jamaika. Parallel zum FH Studium am MCI für Tourismus Management stieg er in den elterlichen Betrieb ein, den er 2008 übernahm und als Biohotel positionierte. Er gewann den Innovationpreis der Hogast 2013, den Trigos Tirol 2014, den Euregio Umweltpreis 2016 und erstellte im Jahr 2018 erstmalig eine Gemeinwohl-Bilanz. Seit 2017 agiert das Unternehmen als CO2-neutrales Hotel und ist Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT.





Ing. Kurt Essler | Geschäftsführer, AfB Österreich

WENN DIE IT AUF REISEN GEHT UND EIN ZWEITES LEBEN ERHÄLT

AFB SOCIAL & GREEN IT – EUROPAS ERSTES GEMEINNÜTZIGES IT-UNTERNEHMEN

Ein Leben ohne Internet, Computer, E-Mail-Kommunikation, Smartphone und soziale Medien? Das scheint heute fast undenkbar. Es gibt eigentlich keine Branche, an der die dynamische technologische Entwicklung spurlos vorüber gegangen ist. Wenn man sich bewusst macht, dass die erste Seite im „World Wide Web“ am 6. August 1991 in der Schweiz öffentlich gemacht wurde und das Internet erst zwei Jahre später massentauglich geworden ist, lässt dies annähernd erahnen, wie die revolutionäre und rasante Dynamik der so oft zitierten „digitalen Transformation“ die nächsten 25 Jahre weiter gehen wird.

Zieht man die Tourismus-Branche als exemplarisches Beispiel heran: Wer kann sich heute die Buchung einer Reise ohne Vergleichsportale, Online-Buchungsplattformen oder

ohne das Analysieren von Online-Bewertungen vorstellen? Was verraten Facebook, Instagram, Youtube, Twitter und Co. über das Reiseverhalten von Herr und Frau Österrei-

cher? Wie haben sich Fluglinien, Bus- und Bahnunternehmen, sowie Reisebüros und Reiseveranstalter auf das veränderte Konsumverhalten einstellen müssen?

Digitalisierung zu Ende gedacht?

Ein umfassendes und sensibles Nachdenken über die Wechsel- und Folgewirkungen durch die globale Ausbreitung der neuen Technologien auf Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt scheint unerlässlich. CO2-Emissions-

reduktion vor dem Hintergrund der gesetzten Klimaschutzziele, insbesondere der Ressourcenschonende Umgang mit Rohstoffen bekommt vor dem Hintergrund der Digitalisierungsdynamik einen neuen Fokus.

Denn was passiert am Ende der Digitalisierungs-Wertschöpfungskette vor allem mit der gebrauchten Hardware, die in immer kürzer werdenden Zyklen ausgetauscht oder technologisch aufgerüstet werden muss? ►

Wussten Sie beispielsweise, dass für die Herstellung eines einzigen PCs 1,9 Tonnen Rohstoffe oder 1.500 Liter Wasser notwendig sind?



Verantwortungsvolle Entsorgung von Elektroschrott

Eine groß angelegte Interpol-Studie, an der auch die UNO beteiligt war, hat vor ein paar Jahren gezeigt, dass die Entsorgung von Elektroschrott in der EU nicht funktioniert. Von 9,5 Millionen Tonnen Elektromüll, die jährlich anfallen, wird nur ein Drittel ordnungsgemäß entsorgt. Ein weiteres Drittel des Schrotts wird zwar recycled, allerdings nicht nach

europäischen Mindeststandards. Bis zu 1,5 Millionen Tonnen werden exportiert, davon ein Großteil jedoch undeklariert. Aus dem Elektroschrott lassen sich wertvolle Rohstoffe, wie Gold, Silber oder Kupfer gewinnen. Die Freilegung passiert allerdings oft in unkontrollierter Umgebung, was für Umweltverschmutzung sorgt. Ein grassierendes Problem beispielsweise

in Dritte-Welt-Ländern wie Ghana oder Nigeria. Die Digitalisierung zu Ende gedacht - zumindest was den Umgang mit gebrauchter Hardware am Ende eines Lifecycles anbelangt - hat im Jahre 2004 möglicherweise Unternehmer Paul Cvilak, Visionär und Gründer der AfB social & green IT.

Die Idee

Die AfB (Arbeit für Menschen mit Behinderung) verbindet professionelle IT-Dienstleistungen mit sozialem und ökologischem Mehrwert. Ziel der AfB ist es, in den nächsten Jahren 500 Arbeitsplätze in Europa für Menschen mit Behinderung zu schaffen und gleichzeitig durch IT-Remarketing, einen wertvollen Beitrag zur

Reduzierung des CO2-Ausstoßes zu leisten. Als Europas erstes gemeinnütziges IT-Unternehmen hat sich AfB darauf spezialisiert, ausgemusterte IT-Hardware von Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen zu übernehmen. Die Hardware wird aufbereitet, eine zertifizierte Vernichtung vorhandener Daten vorgenom-

men und die Geräte anschließend in AfB-Stores oder über den AfB-Onlineshop mit mindestens einem Jahr Garantie wiederverkauft. Defekte oder zu alte Geräte werden zur Ersatzteilgewinnung in ihre einzelnen Bestandteile zerlegt, die übrigen Rohstoffe gehen an zertifizierte Recyclingbetriebe.

Die Umsetzung

Durch die Wiedervermarktung von gebrauchten PCs, Notebooks, TFTs und Druckern etc. wird die umwelt- und menschengefährdende Rohstofftrennung an IT-Geräten an Dritte-Welt-Länder eingedämmt. Die Weiternutzung der Geräte verlängert deren Lebenszeit und trägt so erheblich zur Ressourcenschonung und zur Vermeidung von Elektroschrott bei. Auf diese Weise werden pro Jahr mehr als 320.000 IT-Geräte bear-

beitet - Tendenz steigend. Eine von der TU Berlin erstellte Ökobilanz weist die Einsparungen an Energie, Treibhausgasemissionen und Metallen nach. Mittlerweile beschäftigt das Integrationsunternehmen rund 300 Mitarbeiter an 18 Standorten in Europa (Deutschland, Österreich, Frankreich, Schweiz). Die Hälfte der MitarbeiterInnen sind Menschen mit Behinderung, die durch dieses Konzept einer hochwertigen

Beschäftigung nachgehen können. In Österreich ist AfB seit 2010 vertreten. Über 100 Unternehmen sind bereits Partner von AfB in Österreich, darunter u.a. die Erste Bank und Sparkassen Gruppe, Unicredit Bank Austria, die Österreichische Nationalbank, die Vienna Insurance Group, die REWE-Group, Strabag, Infineon, T-Systems, T-Mobile, ATOS, Bayer uvm. 

Ing. Kurt Essler,

belegte eine HTL-Ausbildung in Elektrotechnik und startete seine Berufslaufbahn 1970 bei Philips im Organisations- und EDV-Bereich. Der erfolgreiche Einsatz von IT-Systemen unter Berücksichtigung des menschlichen Umfeldes hat seinen Karriereweg maßgeblich geprägt. Dieser führte ihn 1981 durch seinen Wechsel in die damalige Girozentrale in den Banken-IT-Bereich. Hier zeichnete er über 30 Jahre in verschiedenen Führungspositionen im IT-Management der heutigen Erste Bank Group verantwortlich. Nach seiner in 2012 erfolgten Pensionierung nutzte Kurt Essler die Chance, seine langjährige Experten-Erfahrung, sein umfassendes Netzwerk, seine Energie und Tatkräft für IT-Themen in Zusammenhang mit ökologischem und sozialem Engagement einzusetzen. Bis heute ist er für die AfB social & green IT in Österreich in der Funktion als Geschäftsführer tätig. Das Unternehmen ist Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT und Umsetzungspartner der KLIMA-ALLIANZ.



ECODESIGN-BEST PRACTICE

**Eine Kolumne zur Vorstellung ökologischer Produktkonzepte von
Dr. Wolfgang Wimmer - Geschäftsführender Gesellschafter,
ECODESIGN company engineering & management GmbH**

In meiner Kolumne würde ich Ihnen gerne ein weiteres österreichisches Produkt mit hervorragender Umweltperformance vorstellen. Es ist mehr als ein Produkt - es ist eine neue Technologie: FILCOTEN®. Eine neues Verfahren zur Herstellung von Leichtbetonteilen. Die FILCOTEN® Technologie der BG-Graspointner GmbH & Co KG in Oberwang/Oberösterreich eignet sich für eine Vielzahl an Produkten - konkret werden Entwässerungsgräben für Verkehrsflächen und Kabeltröge für Gleistrassen hergestellt.

Im Gegensatz zu konventionellen Betonrinnen kommt die FILCOTEN®-Rinne mit weniger als einem Drittel des Gewichts aus, um in derselben Belastungsklasse zu bestehen. Die Gestaltung der Bauteile erfolgt durch Gießen in Formen und ist damit sehr flexibel.

Mit der FILCOTEN® Technologie ist es möglich Leichtbetonteile mit besonders glatten Oberflächen zu erzeugen, die temperatur-, frost- und UV-beständig sind, eine verbesserte Schlagzähigkeit und höhere Druckfestigkeit haben.



Entwässerungsrinne - FILCOTEN®

In der Lebenszyklusbetrachtung zeigen sich folgende Vorteile:

Entwässerungsrinne - FILCOTEN®

Materialeinsatz

Es kommen im Produkt keine relevanten Mengen erdöl-basierter Materialien bzw. keine potentiellen Schadstoffe zum Einsatz.

Herstellung

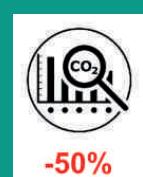
Der Strombezug erfolgt ausschließlich über zertifizierten Ökostrom und das Unternehmen hat ein integriertes Umwelt-, und Qualitätsmanagementsystem.

Nutzung

In der Anwendung bzw. der Montage der Produkte sind diese wesentlich einfacher zu handhaben, da diese nur ein Drittel des Gewichts wiegen. Die Lebensdauer beträgt mehr als 25 Jahre.

Nach Gebrauch

FILCOTEN®-Produkte sind vollständig recycelbar.



Umweltauswirkungen:

In Summe ergibt sich je nach erforderlicher Belastungsklasse in etwa eine Halbierung des Product Carbon Footprints durch die FILCOTEN® Technologie im Vergleich zu Produkten, die mit klassischer Betontechnologie gefertigt sind. Eine entsprechende Ökobilanzierung zum Nachweis der guten Umweltperformance ist in Fertigstellung.

Dr. Wolfgang Wimmer

ist geschäftsführender Gesellschafter der ECODESIGN company engineering & management GmbH und Ao. Univ. Prof. an der Technischen Universität Wien, Fakultät Maschinenbau. Er hat drei Fachbücher zum Thema Ecodesign/umweltgerechte Produktgestaltung geschrieben und in den letzten 20 Jahren zahlreiche Industrieprojekte zur Verbesserung der Umweltperformance von Produkten geleitet. Er ist mit seinem Unternehmen Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT.



Auch Ihre Erfolge stellen wir hier gerne vor,
indem wir Ihr Produkt porträtieren.

Schreiben Sie mir Ihre Erfolgsgeschichte unter: wimmer@ecodesign-company.com.

Gerne zeige ich in der nächsten Kolumne auf, wie Sie in Ihren Produkten

Umweltüberlegungen integriert haben.



Dipl.-Ing. Frank Weiss / Initiator, Beefuture

JEDER KANN ETWAS FÜR BIENEN TUN!

ÜBER DIE BEDEUTUNG EINES DER WICHTIGSTEN NUTZTIERE
DER LANDWIRTSCHAFT FÜR UNSERE EXISTENZ.

Wie Albert Einstein einst zu sagen pflegte:

„Wenn die Biene einmal von der Erde verschwindet, hat der Mensch nur noch vier Jahre zu leben. Keine Bienen mehr, keine Bestäubung mehr, keine Pflanzen mehr, keine Tiere mehr, kein Mensch mehr.“ Dass die Biene einen enormen Einfluss auf die Umwelt und damit auch auf uns Menschen hat, ist ein Faktum.

Bienen sind die tragende Säule unseres Ökosystems, denn mehr als 80% der einheimischen Blütenpflanzen sind auf ihre Bestäubung angewiesen. Somit ist die Biene mit ihrer Bestäubungsleistung nach dem Rind und dem Schwein das dritt wichtigste

Nutztier in der Landwirtschaft. Der ökonomische Wert der Bienenbestäubung beträgt weltweit hunderte Mrd. Euro.

Das fortschreitende Sterben der Bienen, vor allem in den vergangenen

Jahrzehnten, kann ebenfalls nicht mehr geleugnet werden. Ursachen hierfür sind Krankheiten, Pestizide, Klimaveränderungen, Monokulturen und Ausbeutung.

Beeindruckende Fakten

Um ein Glas mit Honig zu füllen, müssen Bienen ungefähr 150.000 Kilometer fliegen, also in etwa dreimal die Welt umrunden. Da eine Biene in ihrem Leben ungefähr achttausend

Kilometer zurücklegen kann, ist es eine ganze Schar, die für ein Glas Honig in der Luft unterwegs ist. Um ein Honigglas zu füllen, müssen etwa fünf Millionen Blüten von den Bienen be-

sucht werden. Die Lebensdauer einer Arbeiterbiene beträgt ca. 20 Tage bis 6 Monate. Eine Bienen-Königin kann 3 bis 5 Jahre alt werden.

Wie kommt es zum Honig?

Einmal im Jahr wird die Überproduktion als Ganzjahreshonig im September dem Bienenstock entnommen. Von ersten Frühlingsblüten wie Apfel, Kirsche bis zu unzähligen

Naturkräutern haben die Bienen Nektar das ganze Jahr in den Bienenstock eingetragen. Diese Vielfalt unterschiedlicher Blüten- und Kräuterpflanzen, ergänzt durch den lang-

samen Reifeprozess im Bienenstock, findet sich im Honig wieder.

Das „Honigschleudern“ erfolgt kalt, per Hand und nur einmal jährlich.



Dadurch bleiben alle wertvollen Inhaltsstoffe der Kräuter und Wildpflanzen im Honig enthalten.

Was uns bewusst sein muss: Öffent-

lich zugänglichen Studien zufolge sind zwischen 60 und 70% des in China lokal produzierten Honigs ist Quellen zufolge gepanscht. Fertigen

Fructose-, Rüben- oder Reis-Sirup in Honig unterzumischen, ist schließlich profitabler.

Was getan werden kann

Das weltweite Bienensterben ist ein Thema, dessen sich Beefuture angenommen hat. Beefuture betreibt nachhaltigen Natur- und Umweltschutz mit Hilfe von Unternehmen und deren Investitionen in Bienenvölker. Das bedeutet, Unternehmen

leisten durch ihre Investition in naturnahe und artgerechte Haltung von Bienen einen wichtigen Beitrag zum direkten Umweltschutz. Beefuture hat sich darauf spezialisiert, Unternehmen auf ihren Firmengrundstücken oder auf Beefuture-Flächen

Bienenstöcke zur Verfügung zu stellen und die Pflege der eingesetzten Völker zu übernehmen. Denn die biologische Artenvielfalt soll auch für zukünftige Generationen erhalten bleiben.

Der Nutzen für Unternehmen

Durch die Verantwortung der UnternehmerInnen können sie einen wertvollen Beitrag zum Schutz von Umwelt und Natur leisten. Aktiver Umweltschutz und Nachhaltigkeit anhand gelebter sozialer Verantwortung führen so zu einer höhere Reputation in der Öffentlichkeit. Dies ist ein Wettbewerbsvorteil für die Unter-

nehmen durch ein sichtbares Nachhaltigkeitskonzept und bringt auch finanzielle Vorteile durch Marketing, Werbung und die Honiggewinnung, denn der firmeneigene Honig wird in Gläsern mit dem Firmenlogo geliefert.

Beefuture ist sich sicher, dass wir nur

mit Hilfe von Kooperationen, FörderInnen und den Unternehmen eine positive Symbiose zwischen Mensch, Flora und Fauna erschaffen können, welche wir in den letzten Jahrzehnten zerstört haben. 

www.beefuture.eu



Der SENAT veröffentlichte ein PLÄDOYER zu diesem Thema. Intensive Gespräche mit den Bereichsverantwortlichen des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus haben bereits begonnen.

Zum PLÄDOYER auf www.senat-osterreich.at:



Dipl. Ing. Frank Weiß

hat die Bienen-Initiative ins Leben gerufen. Seine ersten Erfahrungen in Sachen Umwelt sammelte er auf der Fachhochschule Weihenstephan, auf der er Umweltsicherung studierte. Von 1999 bis 2003 war der diplomierte Ingenieur für die Oetinger Gruppe tätig. Von 2002 bis 2008 war Weiß Werksleiter der Oetinger Gruppe im Stammhaus Weißenhorn. Er wechselte daraufhin als Betriebsleiter zu der größten Lohnhärterei der Welt, die er von 2008 bis 2016 leitete. Im Jahre 2016 gründete er Beefuture, um das Überleben der gefährdeten Insekten zu sichern. Beefuture ist ein Mitgliedsunternehmen im SENAT DER WIRTSCHAFT.





Dipl.-Ing. Dr.techn. Johanna Grames / Vizepräsidentin, Club Alpbach NÖ

ENGAGEMENT MIT UND FÜR DEN CLUB ALPBACH NIEDERÖSTERREICH

WIE DER SENAT DER WIRTSCHAFT STIPENDIATINNEN UNTERSTÜTZT

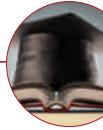


Der SENAT DER WIRTSCHAFT hat wie im vorangegangenen Jahr Stipendiatinnen und Stipendiaten des Club Alpbach Niederösterreich unterstützt, ihre Ideen und Tatendrang beim Europäischen Forum Alpbach im August 2018 einzubringen. Bereits bei der Stipendienverleihung in den Gärten Tulln im Juni war die Vorstellung der jungen Stipendiatinnen und Stipendiaten beeindruckend. Start Up-Gründer, Jungforscher, Jungpolitiker und Top-Studierende mit technischen, wirtschaftlichen, rechtlichen, sozialen und humanistischen Ausbil-

dungen waren vertreten und lernten vor Ort die RepräsentantInnen des SENAT DER WIRTSCHAFT kennen.

In Alpbach selbst bot der Club Alpbach Niederösterreich seine Infrastruktur für JungsenatorInnen an und lud sie auch zu exklusiven Veranstaltungen ein. Ein besonderes Format war sich „Niederösterreich wandert“, wo hochrangige Vertreterinnen und Vertreter der Wirtschaft und der Politik mit den StipendiatInnen zu einer Hütte wanderten und dabei über

Visionen und die Wirtschaftswelt in Niederösterreich in den nächsten Jahren diskutierten. Wie üblich waren neben den zahlreichen Programmpunkten unter dem Generalthema „Conflict and Cooperation“ auch viele Kamingespräche am Programm. Unter anderem mit Club Alpbach Niederösterreich-Mitglied Sebastian Kurz sowie den BundesministerInnen Rendi-Wagner, Brandstetter, Sobotka, Rupprechter, Schelling, dem EU-Kommissar für Gesundheit, Vytenis Andriukaitis und zahlreichen VertreterInnen aus der Wirtschaft,



wie z. B. von Deloitte oder proALPHA. Besonders spannend war auch der öffentlich zugängliche, spontan organisierte Workshop über Blockchains, bei dem die Teilnehmenden die Raumkapazitäten sprengten.

Der SENAT DER WIRTSCHAFT unterstützte außerdem das Clubleben, das über das ganze Jahr hinweg organisiert wurde. In den letzten Jahren hat sich eine gute Kooperation zwischen dem Club Alpbach Niederösterreich und speziell dem JUNGEN SENAT DER WIRT-

SCHAFT etabliert, bei der beide Institutionen ihre Veranstaltungen auch für Mitglieder der jeweils anderen Organisation öffnen. So waren die JungsenatorInnen eingeladen, bei Workshops zur Geldveranlagung, bei „Energie-Runden“ mit Personen aus der Energie-Branche, oder auch sozialen Events, wie einem Schiwochenende, dabei zu sein.

Besonders die „Blau-Gelben-Salon“-Formate, bei denen immer eine spannende Persönlichkeit zum Abendessen und zur Diskussion ein-

geladen war, erfreuen sich großer Beliebtheit. Nachdem Hans Harrer bereits einmal Gastgeber war, luden im vergangenen Jahr Maria Zesch und Umwelt-Landesrat Stephan Pernkopf zum Meinungsaustausch. Außerdem baten Clubmitglieder wie der Astro-Physiker Johannes Leitner und Flüchtlingstrainerin Stephy Gasche zum reMEMBER – einer Diskussionsreihe mit und über das Leben bestehender Club Alpbach Niederösterreich-Mitglieder.

Mehr zum vergangenen Jahresprogramm unter www.club-alpbach.at

Hintergrund-Geschichten zum Programm und den Erlebnissen beim Europäischen Forum Alpbach gibt es im Blog des Club Alpbach Niederösterreich. <https://www.club-alpbach.at/category/clubleben/alpbach-blog-2017/>





HR Mag. Wilfried Nagl / Landesschulrat Oberösterreich

SCHULE IN BEWEGUNG

INNOVATION UND ENTWICKLUNG ALS PRINZIP MODERNER SCHULEN



*„Nichts in der Geschichte ist beständiger als der Wandel“
Charles Darwin (1809 – 1882)*

Unbestritten leben wir in einer Zeit, in der sich die Innovationszyklen verkürzen und die Geschwindigkeit der technologischen Veränderungen den gesellschaftlichen Wandel steuert. Davon sind alle Lebensbereiche betroffen, daher natürlich auch die Schule. Das ist wenig überraschend angesichts der Aussage Darwins, dass nichts beständiger als der Wandel sei. Allerdings erzeugt die Tatsache und gelebte Praxis des nahezu immer möglichen Zugangs zur unendlich erscheinenden Fülle der Informationen über mobile Endgeräte sowie die Orientierung von Menschen durch ständige Kommunikation in sozialen Netzwerken eine wichtige Diskussion in den Konferenz- und Klassenzimmern über die Aufgaben der Schule in diesem Kontext.

Unbestritten ist, dass es notwendig ist, die Lebenswelten und Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen in die Vermittlungs- und Lernprozesse zu integrieren, anstatt sie zu ignorieren. Anders gesagt: es ist bedeutsamer, Technologie(n) in einem didaktischen Kontext für das Lernen zu verwenden und dabei ein Bewusstsein eines kritischen und verantwortungsvollen Umgangs zu vermitteln, als Mobiltelefone und iPads als Werkzeuge für das Lernen grundsätzlich auszusperren oder gar zu verbieten.

Selbst wenn die Herangehensweisen an die mobile Kommunikation durch überalterte Lehrkörper, die eher zu den ImmigrantInnen in die digitale Welt, als zu den Eingeborenen des digitalen Zeitalters zählen, im Vergleich zu Jugendlichen und Kindern sehr unterschiedlich sein mögen, wird es nicht ausbleiben können, sich mit dieser die gesellschaftlichen Vorgänge bestimmenden Technologie auseinanderzusetzen. Der Zugang zur Technologie als Werkzeug hilft da allemal und ermöglicht erst die Vermittlung von Werthaltungen

und die Förderung eines kritischen und verantwortungsvollen Bewusstseins im Gebrauch von Geräten, die für Kinder und Jugendliche ebenso faszinierend wie alltäglich sind, für manche Erwachsene allerdings bedrohlich erscheinen. Darüber hinaus lässt sich nicht sagen, wie die mobile Kommunikation in zehn Jahren aussehen wird, denn umgekehrt konnte 2008 kaum jemand voraussagen, dass es zehn Jahre später multifunktionale Smartphones für jedermann geben wird, die man auch zum Telefonieren verwenden kann.



Die Anforderung an Fort- und Weiterbildung

Aus diesen Beobachtungen lässt sich die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Fortbildung der LehrerInnen ableiten, um innovative Entwicklungen in der Pädagogik und die durch die technologische Innovation bedingte Veränderung der Gesellschaft in unsere Lernprozesse, in den Schulen zu integrieren.

Ein weiterer bestimmender Faktor, vor allem für die Berufsbildung, ist die sich durch Digitalisierung und Vernetzung rasch wandelnde Arbeitswelt, die vor allem Unternehmen in Europa, die bisweilen sehr in einer industriegeschichtlichen Tradition verwurzelt sind, herausfordert. Die hohe Komplexität von cyber-physischen Systemen in einem Internet der Dinge erfordert ein neues Denken von MitarbeiterInnen, damit die Beziehungen zwischen Menschen und Maschinen gelingen und vor allem Menschen die globale Infrastruktur der Vernetzung physischer und virtueller Dinge und Prozesse unter Wahrung ethischer Prinzipien gestalten.

Die Anforderungen sind hoch, die Erwartungen ebenso. Daher wird es nicht ausbleiben können und dürfen, dass wir uns im Bildungswesen mit diesen Phänomenen möglichst früh auseinandersetzen, vor allem im technischen Schulwesen der HTL, aber nicht nur dort, sondern in allen Bildungsbereichen und auf allen Ausbildungsstufen. Das kann nur durch einen kontinuierlichen Austausch zwischen Bildungseinrichtungen und Unternehmen gelingen, der in berufsbildenden Schulen zwar gut etabliert ist, aber durch die rasanten globalen Entwicklungen neue Herausforderungen erfährt.

Diese Herausforderungen haben wir im technischen Schulwesen sicher offen angenommen, dem extremen Mangel an Fachkräften wird man aber nur durch die sehr frühe Förderung des Interesses an Technik und Naturwissenschaften bereits von Kindern in der Volksschule (und davor) begegnen können.

Die gegenwärtige Diskussion über eine Bildungsreform, die eigentlich eine Verwaltungsreform sein soll, löst diese Probleme nicht. Vielmehr ist es Aufgabe der Bildungsbehörden, Bedingungen für LehrerInnen wie SchülerInnen zu schaffen, in denen sie sich mit Optimismus, Neugier und einer Offenheit für das Neue und die Veränderung bewegen können, um aktiv Innovation zu leben.

Heraklit von Ephesos (520 - 460 v.Chr.), dem antiken Philosophen des kontinuierlichen Werdens und Wandels als Kennzeichen der Welt, wird der Satz zugeschrieben, dass man nicht zwei Mal in denselben Fluss steigen könne, weil alles fließt. Diese Tatsache entspricht der menschlichen Wahrnehmung im Kontinuum der Zeit, beschreibt den Menschen aber auch als eine handelnde Person in der aktiven Veränderung seiner Welt. Schon deshalb muss Schule in Bewegung sein und bleiben!



HR Mag. Wilfried Nagl

studierte an der Universität Graz „Anglistische Philologie und kombinierte Religionspädagogik“. Er verfügt über umfassende Lehr-Erfahrung an verschiedenen Schultypen (HTBLA, Religionspäd. Institut Linz, Päd. Institut OÖ) und hatte die Leitung mehrerer LEONARDO Mobilitätsprojekte für Lehrer/innen im eLearning Cluster OÖ sowie SOKRATES-Projekte inne. Er ist Landesschulinspektor für technische und gewerbliche Lehranstalten in Oberösterreich und Leiter der Abteilung für berufsbildende mittlere und höhere Schulen in OÖ sowie Projektleiter am Landesschulrat für Oberösterreich für schulische Projekte im Rahmen des Europäischen Sozialfonds (ESF) und ist Unterstützer der SENATs-Bildungsinitiative „Weitblick-Champions“.





ZUKUNFTSWEISENDE MITARBEITER/INNEN-FÜHRUNG

EXKLUSIV FÜR SENATOR/INNEN DES IM SENAT DER WIRTSCHAFT
AM 12. UND 13. NOVEMBER 2018 IM WEINGUT POLZ

Das Geschäftsleben ist ständigen Veränderungen unterworfen – Verkäufermärkte werden zu Käufermärkten und umgekehrt.

UnternehmerInnen und Führungskräfte müssen sich den Herausforderungen stellen, die die Veränderungen des Marktes, der Gesetzgebung und des Wettbewerbsumfelds mit sich bringen. Eine Schlüsselrolle kommt

dabei dem Recruiting, dem Training und Coaching, der Motivationsförderung und der langfristigen Bindung guter Mitarbeiter zu, die für das Unternehmen die bestmöglichen Ergebnisse erzielen.

Das Training „Zukunftsweisende MitarbeiterInnenführung®“ vermittelt Ihnen Informationen und Fähigkeiten, die notwendig sind, um Mit-

arbeiterInnen erfolgreich zu führen und dauerhaft an Ihr Unternehmen zu binden. Dazu gehören neben dem Rekrutierungsprozess und der Qualifizierung auch die Einarbeitung und die Organisation neuer MitarbeiterInnen, damit diese bereits in der Pro- bezeit produktiv und erfolgreich sein können.

Was lernen Sie?

- Das Kennenlernen unterschiedlicher Führungsstile
- Auswirkungen meines Führungsstils auf interne und externe KundInnen
- Wie kann ich Einfluss auf meinen Führungsstil nehmen?
- Verhaltensprofil - ACES Analyse
- Grundlagen beim Recruiting von Führungskräften und MitarbeiterInnen
- Recruiting ist ein Verkaufsprozess
- 5 unausgesprochene Fragen
- 10 Schritte zur MitarbeiterInnen-Bindung
- 5 UnternehmerInnen-Herausforderungen

Wie profitieren Sie?

- Höhere Treffsicherheit bei der MitarbeiterInnenauswahl
- Erkenntnisse zu MitarbeiterInnenmotivation und MitarbeiterInnenbindung
- Erkennen, dass Sie nicht „Nicht-Vorbild“ sein können und welche gravierenden Auswirkungen dies auf Ihr Unternehmen hat.

Was bekommen Sie?

Die Leistungen umfassen 2 Tage

Training im Weinhotel POLZ - Gut Pössnitzberg inkl. einer Nächtigung mit Frühstücksbuffet, zwei 3-gängige Businesslunches zu Mittag, ein 4-gängiges Abendmenü mit Weinbegleitung sowie eine Raritätenweinverkostung mit einem Winzer aus der Familie Polz. Weiters sind hochwertige Seminarunterlagen, die Kosten für Seminarraum und Seminartechnik und das BEITRAINING® Digitale Lernkartensystem zur flexiblen und mobilen Wissensvertiefung sowie ein persönliches Vertiefungsgespräch bei Ihnen vor Ort im Preis eingeschlossen.

Ihre Investition

€ 1.480,- exkl. 20% MwSt.

Jetzt Buchungsinformationen anfordern bei:
Senator Walter Baumgartner
(walter.baumgartner@bei-training.at)





Dir. Brigitta Hartl-Wagner | Direktorin, Residenz Josefstadt

WENN „WOHNEN IM ALTER“ ZUM THEMA WIRD

WELCHE ASPEKTE FÜR EINE BESONDERE ZIELGRUPPE
WIRKLICH ZÄHLEN



Die Wienerinnen und Wiener fühlen sich länger jung und sind daher auch in reiferen Jahren noch aktiv und voller Tatendrang. Einerseits ist dies verbunden mit dem Wunsch, möglichst lange ein selbstständiges Leben in den eigenen vier Wänden zu führen, andererseits suchen SeniorInnen nach einer behaglichen Umgebung mit adäquater Ausstattung sowie nach Sozialkontakten, Gemeinschaft und liebevoller Unterstützung, wann immer sie benötigt wird.

Brigitta Hartl-Wagner und Dagnmar Ludwig-Penall, die Direktorinnen der Senioren-Residenz Josefstadt, haben die Erfahrung gemacht, dass „Wohnen im Alter“ zu einem durchaus spannenden Thema geworden ist, da viele Menschen nach Alternativen zu herkömmlichen Betreuungsmodellen suchen. „Unabhängigkeit, Selbst-

bestimmtheit, körperliche Mobilität und Gesundheit sind so präsent wie noch nie. Wir alle wünschen uns, bis ins hohe Alter unbeschwert durch das Leben zu gehen und unseren Alltag so lebenswert wie möglich zu gestalten. Genau hier setzt das Konzept der Senioren Residenz Josefstadt im Hamerling an. Senioren Residenzen

sind kein Tabu-Thema mehr, immer mehr Menschen überzeugen sich gerne schon frühzeitig davon, wie es denn einmal sein könnte, wenn sie sich in eine altersgerechte Umgebung begeben - Probewohnen in der Senioren Residenz ist zum Trend geworden.“, erläutert Brigitta Hartl-Wagner.

Mit dem Thema zeitgerecht beschäftigen

Mitunter geht es darum, sich zeitgerecht mit dem Thema zu beschäftigen – auch wenn für einen selbst das Thema noch in weiter Ferne liegen

mag. In vielen Fällen ist die aktive Mitwirkung von Kindern und Enkeln gefragt, um für die Eltern und Großeltern eine adäquate und für alle Sei-

ten befriedigende Lösung fürs Wohnen im Alter zu finden.





Detailreiches Anforderungsprofil

Um die Bedürfnisse von SeniorInnen erfüllen zu können, muss an viele Details gedacht werden. Brigitta Hartl-Wagner: „Das beginnt bei speziell angefertigten Sitzmöglichkeiten, die ein klein wenig höher und stabiler sind als üblich, sodass das Aufstehen leichter fällt und reicht bis zur extra hellen Beleuchtung, wodurch die Orientierung erleichtert wird. Jedes unserer 59 Appartements verfügt über einen separaten Wohn- und Schlafbereich sowie eine voll ausgestattete Küche. Barrierefreie Bäder mit bodengleicher Dusche sind großzügig genug für einen Rollstuhl und über die Sprechanlage kann jederzeit Kontakt mit dem Concierge sowie dem Ärzte- und Pflegeteam aufgenommen werden. Unverzichtbar ist der rote

Notfall-Knopf in allen Räumen – ein Sicherheitstool, das beruhigt. Die im Haus angesiedelte Pflegeabteilung ist rund um die Uhr besetzt.“

Die Appartements können entweder eingerichtet angemietet oder mit eigenen Möbeln gestaltet werden. Dagmar Ludwig-Penall erzählt: „Manche bringen vertraute Erinnerungsstücke mit, andere nutzen den Umzug, um sich neu einzurichten. Auf jeden Fall helfen wir auch bei der Übersiedlung. Unsere ResidentInnen sollen sich komplett umsorgt in allen Lebenslagen fühlen, unsere jahrelange Erfahrung aus dem Hotellerie- und Pflegebereich hilft uns dabei, diese Herausforderungen täglich zu erfüllen.“

Die Bedürfnisse älterer Menschen sind vollkommen unterschiedlich, weshalb spezielle Wohnmodelle entwickelt wurden – vom „Aktiv Residieren“ (inkl. aller Einrichtungen und Dienstleistungen, wobei die ResidentInnen individuell und selbstständig in ihren Appartements wohnen), über das „Urlaubs- & Probe-Residieren“ ein paar Tage oder Wochen, bis hin zum „Betreut Residieren“, wenn das Alleine-Wohnen und Auf-sich-selbst-gestellt-sein im Alter zur Herausforderung werden. Nach Operationen oder einem Krankenhausaufenthalt kommt das „Gepflegte Residieren“ zum Tragen, mit individueller Betreuung in der Pflegeabteilung.

Die Bedeutung des sozialen Umfelds im Alter

Was jedoch alle ResidentInnen gleichermaßen schätzen, ist das soziale Umfeld. „Auch SeniorInnen wollen mitten im Leben stehen. Dafür braucht es im Alter allerdings spezielle organisatorische Unterstützung, weil es das Sich-selbst-etwas-organisieren eben schwer fällt. Daher werden z. B. Aufführungen und Proben im Theater gemeinsam besucht, es wird miteinander geturnt und vieles mehr. Das Residenz-Leben spielt sich innerhalb und außerhalb des Hauses ab – hier muss niemand alleine sein“, erzählt Brigitta Hartl-Wagner. „Unter

einem Dach befinden sich die SeniorInnen Residenz Josefstadt, hochwertige Eigentumswohnungen, ein Ärztezentrum sowie ein Kindergarten. Daher handelt es sich um ein Gebäude, in dem alle Generationen individuell, aber doch gemeinsam leben.“

Es kommt auf einen veränderten Blickwinkel an, der die Personengruppe der SenatorInnen in eine andere Wertigkeit hebt. „Wir verstehen uns nicht als klassische Senioren-Einrichtung, sondern sehen unsere ResidentInnen als Gastgeber, die uns in

ihrem Zuhause willkommen heißen. Daher legen wir auch größten Wert darauf, dass jede Residentin und jeder Resident am Haupteingang eine eigene Klingel und einen persönlichen Briefkasten hat“, so Brigitta Hartl-Wagner. „Durch die einzigartige Lage im traditionsreichen achten Wiener Gemeindebezirk und unser besonderes Leistungsangebot haben wir es seit der Eröffnung 2016 geschafft, das Thema ‚Wohnen im Alter‘ auf eine neue Ebene zu heben.“

Dir. Brigitta Hartl-Wagner

ist seit Juli 2016 Direktorin der Residenz Josefstadt.

Sie sammelte langjährige Erfahrung in der Hotellerie, zuletzt 10 Jahre als Chief Sales & Marketing Officer im Hotel Sacher, davor im In- und Ausland in der Tourismus-Branche, darunter als Area Manager Central Europe für Swiss International Airlines, British Airways und American Airlines. Sie ist Mitglied im Direktionsrat der Handelskammer Österreich-Schweiz-Liechtenstein und Senatorin im SENAT DER WIRTSCHAFT.





Dr. in Maria Dietrich & Mag. Chris Müller | COO bzw. CEO & Founder CMb.industries,

InitiatorIn ATMOS Selfness Resort

EINE NEUE PERSPEKTIVE FÜR MUKOVISZIDOSE-PATIENTINNEN

DAS ATMOS SELFNESS RESORT – EIN SILBERSTREIF AM HORIZONT



Das Größtmögliche wagen: In einer europäischen Gesamtanstrengung die Erbkrankheit Mukoviszidose ausmerzen und einen Ort der Kreativität schaffen. Dazu haben Chris Müller und Wolf D. Prix einen biomechanischen Musentempel entwickelt, der einer atmenden Lunge nachempfunden ist. Wie ein Silberstreif am Horizont funkelt ATMOS tausendfach in mediterraner Sonne und kündet in zukunftsreudiger Architektur von gutem Leben. Konzipiert als avantgardistisches Selfness Resort und Quellgebiet der Inspiration ist ATMOS ein Leuchtfeuer an der Costa de la Creatividad. Das neueste Projekt des renommierten Wiener Architekturbüros Coop Himmelb(l)au gibt Mukoviszidose-PatientInnen eine neue Perspektive.

Die Cystische Fibrose (CF) – oft auch Mukoviszidose genannt – ist eine angeborene Stoffwechselkrankheit. Sie zeigt einen chronischen, fortschreitenden Verlauf. Bei CF sind Wasser- und Salzhaushalt der Schleimhäute gestört. Zäher Schleim verklebt die Lunge und verstopft die Bauchspeicheldrüse. CF ist die häufigste Erbkrankheit in der österreichischen Be-

völkerung, jeder 20. in unserem Land ist Merkmalsträger.

ATMOS will einen gewichtigen Beitrag für die Erreichung eines ehrgeizigen Ziels leisten: In zehn Jahren soll diese bislang unheilbare Erbkrankheit heilbar sein. Aktuell beläuft sich die durchschnittliche Lebenserwartung der PatientInnen bei guter medizinischer Betreuung und günstigen

Lebensumständen auf etwa 40 Jahre. Pro Jahr kommen in Österreich etwa 25 Kinder mit CF zur Welt, in Deutschland etwa zehnmal so viel. CF ist die häufigste Erbkrankheit der europäischen und nordamerikanischen Bevölkerung. In Deutschland sind aktuell rund 8.000 Kinder, Jugendliche und Erwachsene Mukoviszidose krank.





Ein visionäres und bahnbrechendes Konzept

ATMOS - eine Stadt der Lüfte für jene, denen die Luft zum Atmen oft fehlt. Das betrifft Gäste, Mukoviszidose-PatientInnen und deren Angehörige. Das wunderschöne Resort ist zugleich Ort des Aufatmens und Forschungslabor. Vom Strand bis zur Bergspitze, von der Rezeption bis zur Suite - in ATMOS weht frischer Wind, der eine Brise heilbringenden Salzes in sich trägt.

Initiatoren von ATMOS sind Chris Müller und Wolf D. Prix. Chris Müller, Direktor für Entwicklung, Gestaltung und künstlerische Agenden der Tabakfabrik Linz sowie CEO von CMb.industries, ist selbst familiär von Mukoviszidose betroffen: Er ist Vater eines CF-kranken Kindes. Wolf D. Prix ist Gründungsmitglied des international renommierten Architekturbüros Coop Himmelb(l)au und

gilt als Mastermind visionärer Architektur - so übernahm er die Kreation von ATMOS.

Sie lernten einander über den Bauunternehmer Erwin F. Soravia kennen. Gemeinsam mit vielen Mitstreitern schaffen sie - im Sinne von Joseph Beuys - eine soziale Plastik. Als „AREAListen“ sind sie davon überzeugt, mit der Entwicklung von Orten und Ökologien unsere Gesellschaft ein Stück weit besser machen zu können. Sie kennen die Kraft von positiven Visionen. Es liegt an den AREA-Listen, Plätze zu schaffen, die durch soziale und politische Konstellationen sowie räumliche Rahmenbedingungen dazu beitragen, Pioniergeist, Schaffenskraft, Forschungsdrang und Mitmenschlichkeit zu stimulieren. Gemeinsam haben sie sich das Größtmögliche vorgenommen:

Sie bauen ATMOS, als funkelnches Sinnbild guten Lebens, als Quellgebiet der Innovation und Symbol der Hoffnung. Denn ATMOS ist auch ein Ort des Durchatmens, besonders für jene, die ansonsten große Schwierigkeiten damit haben.

Gemeinsam wälzten sie viele Gedanken zu dem Thema, tauschten sich aus, entwickelten Ideen, kreierten Visionen und skizzierten Wege und brachten ihr bahnbrechendes Konzept zu Papier: ein biomechanischer Musentempel, der einer atmenden Lunge nachempfunden ist. Ein Resort, in dem durch jede Pore das lindernde Salz weht. ATMOS - Raum für Kreativität, Experimentierfeld des Schaffens, Platz der Musen, Markt der Ideen. Und: Eine große Vision, die Wirklichkeit wird.



ATMOS – eine Stadt, die atmet

ATMOS ist dem Palast von Knossos nachempfunden: eine Kombination aus privaten Einheiten, öffentlichen Gärten und großzügigen Plätzen, die sich in die Umgebung einfügt. Das Resort ist für ein Grundstück an der Meeresküste konzipiert, das den Salzgehalt der Luft optimal nutzt. Aerosole, winzig kleine, salzhaltige Meerwassertröpfchen, die in die Luft gelangen, wenn sich die Wellen brechen, lockern Sekrete in den Schleimhäuten und fördern so das Abhusten bei verschleimten Bronchien. Sie wirken auf der Haut außerdem entzündungshemmend. Zudem

hat das Meeresklima einen beruhigenden und stärkenden Einfluss auf die Bronchien. Der hohe Gehalt an Salz, Jod, Magnesium und Spurenelementen in der Meerluft regt die Immunreaktion der Haut und der Atemorgane an. Auch Kreislauf und Stoffwechsel werden dadurch aktiviert. Die spezifische Bauweise und die Bio-Dächer der einzelnen Chalets lassen das gesamte Resort heilbringendes Salz atmen.

Traditionelle Bauweise (hohe thermische Masse) ermöglicht die Ansammlung von Sonnenwärme während des

Tages und die langsame Freisetzung von Wärme in der Nacht. Natürliche Querbelüftung kühlst den Innenraum. Wasserdampf geht über die Pools und erzeugt ein angenehmes Mikroklima. Gärten sorgen für höhere Sauerstoffgehalte in der Umwelt. Luft aus der Hauptwindrichtung kühlst die Wohneinheiten und schafft ein erfrischendes Klima auf den privaten Terrassen. Natürliche Wasserressourcen (Oberflächenabfluss und Niederschlag) werden gesammelt, um Wasser sowohl für den internen Gebäudegebrauch als auch für den Außen-Grünraum zu liefern.



Leuchtfeuer – Inhalieren an der Costa de la Creatividad

In ATMOS geht es nicht nur um vorübergehende Entspannung und Wohlbefinden an einem exquisiten Ort. Es geht um dauerhafte und positive Veränderung des eigenen Lebens, um Pioniergeist, um Schaffenskraft, Entrepreneurship und Mitmenschlichkeit – inspiriert und stimuliert durch außergewöhnliche Rahmenbedingungen und Angebote. Kreativität und innovative Ideen sind gefragter denn je zuvor. Sie sind der Motor von Wirtschaft, Forschung, Wissenschaft und Kultur. Sie sind es, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Und doch lässt sich Kreativität nicht erzwingen, ganz im Gegenteil. Kreativität braucht Freiräume physischer und psychischer Natur – und atmosphärische Orte zum Luftholen wie ATMOS, an denen die Einschränkungen des alltäglichen Arbeitslebens außer Kraft gesetzt sind. ATMOS verfügt über unterschiedliche Raum- und Rahmenprogramme für verschiedene Anforderungen – vom Firmen-Headquarter über Ateliers und Studios bis hin zum

Wochenendapartment oder Chalet. Dauer und Art des Aufenthaltes bestimmt der eigene Bedarf. Sämtliche Angebote im Bereich Freizeit, Gesundheit, Gastronomie und Mindness sind frei kombinierbar, genauso wie auch der jeweilige Platz- und Ausstattungsbedarf. Das Spektrum reicht von hervorragend ausgebildetem Personal über ausgezeichnetes Interieur, intelligentes Design, erlesene Kunst und Kultur bis hin zu innovativer Technik und neuen ökologischen Maßstäben.

ATMOS ist Tech-Shop und Werkstatt der Kreativen. Im Sinne der Shared Economy und der kollaborativen Produktion, kann die neue Verknüpfung vorhandener Ressourcen Innovation hervorbringen. In den Maker Units und Open Labs greift man auch zu Handwerks-Maschinen, wie Laser-Cutter, Schweißgeräte, Holzpressen oder Fräsen. Klassische Zünfte kombiniert mit zukunftsweisenden Laboren, wie sie sonst nur in San Franciscos Garagen zu finden sind. Tischlerei, Schlosserei, Elekt-

ronik-Werkstatt, Programmier-Shop oder 3D-Druck – hier lässt sich aus jeder Idee ein Prototyp erschaffen, der als Innovation ATMOS verlässt. Das „Neue Handwerk“ findet (Werk)statt. Neben dem einzigartigen Service für Gäste bietet ATMOS auch für Mukoviszidose-PatientInnen sowie deren Angehörige Hilfe, Entspannung und einen Platz des freien Atmens. Ein Teil der Suiten ist speziell für die Bedürfnisse dieser PatientInnen eingerichtet. Eine eigene Health-Sphäre stellt die medizinische Versorgung sowie erstklassige Therapie-Möglichkeiten sicher.

ATMOS benötigt nicht nur finanzielle Kraft, medizinische Expertise und Bau-Know-how, es braucht auch ein Tourismus-Netzwerk und die Kompetenz, Neuartiges zu erkennen. Jetzt ist die Zeit, an zukunftsbildenden Konzepten wie ATMOS anzudocken und mitzuhelfen, die Zukunft zu erschaffen – in der Kombination von Elementen, die bisher noch nicht gemeinsam gedacht wurden!

Mag. Chris Müller

ist Spross einer Bergarbeiterdynastie und so geht als Urban Miner an jedes Projekt heran. So hat er den ehemaligen Austria Tabakwerken zur Evolution verholfen. Als Direktor für Entwicklung, Gestaltung und künstlerische Agenden sorgt er dafür, dass nun zündende Ideen anstatt Zigaretten die Produktivität der Tabakfabrik befeuern. Das nach Einstellung des Betriebs im Jahr 2009 von der Stadt Linz erworbene Industriejuwel im Stil der Neuen Sachlichkeit entwickelt sich sukzessive zu einem Brennpunkt für kreative Industrien und zu einer international gefragten Location für Großausstellungen, Kongresse, Festivals oder Firmenevents. Mit CMb.industries widmet er sich den Fragen der Entwicklung von Brownfield-Arealen und deren Bedeutung für Europa. ATMOS Selfness Resort ist das größte aktuelle Vorhaben der Projektentwicklungsgesellschaft. Gemeinsam mit Coop Himmelb(l)au entsteht ein Resort, das einerseits die Grenzen zwischen Arbeit, Urlaub, Wohnen aufhebt und damit ein Ort der Muse und Kreativität wird und andererseits ein Erholungstempel für Mukoviszidose-PatientInnen sein soll. Chris Müller ist selbst Vater eines Mukoviszidose-kranken Kindes. Es ist die häufigste Erbkrankheit in Europa und Nord-Amerika und gilt derzeit noch als unheilbar.



Dr. Maria Marlène Dietrich

ist COO CMb.industries, ATMOS Selfness Resort. Die Niederösterreicherin studierte Journalismus und Unternehmenskommunikation in Graz an der FH JOANNEUM und absolvierte ein Doktorat der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften an der Universität Graz. Parallel dazu arbeitete sie für die Agentur BSX-Bader & Schmölzer GmbH in Graz, Linz und Wien und betreute KundInnen im Kultur- und Architekturbereich. Danach leitete sie die Unternehmenskommunikation der Volkshilfe Steiermark, anschließend der Rotkreuzkliniken Süd des Bayerischen Roten Kreuz e.V. in München sowie schließlich des PGA (Verein für prophylaktische Gesundheitsarbeit) in Linz. Für das Brucknerhaus Linz war sie sodann Pressesprecherin und später für die gesamte LIVA (Linzer VeranstaltungsGmbH) Leiterin der Unternehmenskommunikation. Sie unterrichtet an der Fachhochschule Linz und ist ehrenamtlich stv. Präsidentin der Volkshilfe Oberösterreich, Vorstandsvorsitzende der Volkshilfe Linz sowie Vorsitzende des sozialpolitischen Beirats als auch der Generalversammlung der Volkshilfe Arbeitswelt GmbH. Seit Gründung der CMb.industries GmbH leitet sie die Agenden als Chief Operating Officer und betreut u.a. das Projekt ATMOS Selfness Resort. CMb.industries ist ein Mitgliedsunternehmen im SENAT DER WIRTSCHAFT.





SENATS-AKTIVITÄTEN

Informationen aus dem SENAT / Rück- und Ausblicke

Politische Arbeit: Bereits drei PLÄDOYERs erschienen

2018 | Nr.1: MASSNAHMEN ZUR VARROA MILBEN-BEKÄMPFUNG

Die landwirtschaftliche Produktion ist durch das Bienensterben aufgrund des Milbenbefalls bereits jetzt wesentlich beeinträchtigt. In diesem PLÄDOYER wird dem Nachhaltigkeits-Ministerium eine konkrete, vollkommen biologische Maßnahme empfohlen, die auf die Liste der förderwürdigen Imkerei-Geräte gesetzt werden müsste: Der von Senator **Univ.Prof. Dipl.-Ing. Dr. Wolfgang Wimmer** entwickelte und international bereits erfolgreich wis-

senschaftlich getestete Varroa-Controller. Im veröffentlichten Dokument wird die Wirkungsweise genauso dargestellt, wie die momentane Situation der Imker. Auch auf die aktuelle Budgetmittelverwendung für Chemieprodukte wird eingegangen.

Als Folge der Veröffentlichung dieses PLÄDOYERs fand bereits ein umfassendes Informationsgespräch mit dem Bereichsverantwortlichen des Bundesministeriums statt. Über die Ergebnisse halten wir Sie auf dem Laufenden.

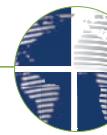


2018 | Nr.2: SOCIAL ENTREPRENEURSHIP – RAHMENBEDINGUNGEN

Im Bereich des Sozialunternehmertums entstehen bereits jetzt eine Menge Jobs – und im Zuge der Digitalisierung werden dort noch viele Arbeitskräfte eine sinnvolle Tätigkeit finden, um soziale Aufgaben auf unternehmerischer Basis zu übernehmen. Österreich verliert allerdings den internationalen Anschluss, wenn die Rahmenbedingungen nicht umgehend entsprechend modernisiert werden, denn im Rennen um Impact-Investments steht man als Land im internationalen Konkurrenz-

kampf. Gemeinsam mit Senator **Dr. Keyvan Rastegar LL.M (Harvard)** wurde daher ein entsprechendes Vorschlagsdokument publiziert, in dem das Thema der Rechtsform für Sozialunternehmen, das benötigte regressive Fördermodell sowie die Bildung einer Interessensvertretung für SozialunternehmerInnen thematisiert wurde. Dieses PLÄDOYER ist somit die Zusammenfassung der Ergebnisse des SEE-Social Entrepreneurship Forums des SENAT DER WIRTSCHAFT und der bisher geleisteten Arbeiten der verschiedenen InputgeberInnen.





2018 | Nr.3: LEBENSMITTEL- TEL-EINZELHANDEL – DIE MACHT BEGRENZEN

Bereits seit 2014 arbeitet der SENAT gemeinsam mit Senator **KR Dr. Peter Schneider** am Thema der Monopolisierung der Nahrungsmittelkette und hat in verschiedensten Fachgesprächen mit EntscheidernInnen auf die Risiken für die mittelständischen ProduzentInnen, die bäuerlichen Strukturen und die Auswirkungen auf die Allgemeingesundheit durch sinkende Lebensmittelqualität verbunden mit der

Machtausübung des LEH hingewiesen. Durch die im April 2018 veröffentlichte diesbezügliche EU-Richtlinie wurde nun die Möglichkeit geschaffen, die Oligopolmacht des Lebensmittelhandels und die Auswirkungen auf den Mittelstand auch in der Öffentlichkeit darzustellen und den Bundesministerinnen für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort sowie für Nachhaltigkeit und Tourismus konkrete Empfehlung an die Hand zu geben, was bei den nun folgenden Diskussionen auf EU-Ebene berücksichtigt werden muss.



Demokratieplanspiel ZAG: Studie fertiggestellt!



Als Mastermind des Projekts hat Senator **Karl Kaiblinger** – wie bereits in den letzten Ausgaben des SENATE-Magazin berichtet wurde

– die Entwicklung des Demokratieplanspiels „ZAG – Zukunft aktiv gestalten“ mit besonderem Engagement vorangetrieben. Die Initiative wurde durch die Bildungswissenschaftlerin **Mag. a Zuzana Kobesova** begleitet, die nun gemeinsam mit Karl Kaiblinger und mit Unterstützung des SENATs eine Studie fertiggestellt hat, die die höchst relevante Wirkungsweise dieser Lernsystematik auf das Demokratieverständnis von jungen Menschen darstellt. Die Studie wird nun an die Bildungspolitik herangetragen, um die Förderung innovativer Konzepte zur Demokratiebildung zu forcieren. Mittlerweile ist es auch gelungen, ZAG an den ersten Pädagogischen Hochschulen zu platzieren,

damit Lehrkräfte ZAG erlernen und selbstständig an ihren Schulen multiplizieren können.



Aktivitätenübersicht COMMUNIQUÉ erschienen



Anlässlich des Neujahrsempfangs des SENAT DER WIRTSCHAFT wurde die aktuelle Aktivitätenübersicht publiziert. Neben der Arbeitsweise und den vom SENAT, im Rahmen der vier Aktivitätssäulen Wirtschaft, Ökologie, Bildung und Gesundheit

genutzten Instrumente, werden die Hauptprojekte kurz umrissen und so ein umfassender Überblick über die SENATs-Tätigkeit geboten. Das COMMUNIQUÉ kann per Email an office@senat-oesterreich.at angefordert werden.



Der SENAT wirkt!

„Durch die Unterstützung des SENATs-Teams und die KompetenzpartnerInnen im SENAT DER WIRTSCHAFT ist es für unser Unternehmen möglich geworden, auch komplexe Herausforderungen zu bewältigen und so zukunftsfit zu bleiben! Daher bin ich mit Freude und Stolz Senatorin und Teil dieser Wertegemeinschaft!“



Senatorin Eva Burtscher, Geschäftsführerin – Securo Zaunbau

Über 20 hochkarätige Veranstaltungen des SENATs im 1. Quartal 2018

Mit einer großen Anzahl inhaltlich höchst wertvoller Veranstaltungen in ganz Österreich, erreichte der SENAT eine große Anzahl von UnternehmerInnen mit aktuellen Themen. Unter anderem wurden folgende Themen aufgegriffen:

Den Auftakt bildete ein **Außenhandels-Roundtable** mit Senatorin Dr. Alix Frank-Thomasser und Senator MMag. Franz J. Heidinger zum Thema „Die 7 Todsünden im internationalen Vertragsrecht“.



Beim ersten **KLIMA-ALLIANZ-Workshop** im Jänner mit power solution und Senator DI Roland Kuras wurde das Thema der eMobilität aufgegriffen



Dr. Linhart (SENAT), DI Kuras (power solution), Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Wimmer

Im Rahmen der ArtInnsbruck fand ein vielbeachteter **Kunst- & Wirtschafts-Dialog** in Zusammenarbeit mit Messe-Organisatorin Senatorin Johanna Penz statt, bei dem SENATs-Präsident Dr. Erhard Busek die Keynote als Basis für die darauffolgende Diskussion, an der u.a. auch der neue Innsbrucker Bischof MMag. Hermann Glettler teilnahm, hielt.



ART-Direktorin Senatorin Johanna Penz, Künstler Michael Prachensky, Moderatorin Mag. Christine Frei, Dr. Erhard Busek, Bischof Hermann Glettler, Museumsdirektor Wolfgang Meighörner, Galeristin Birgit Fraisl



Beim **Gesundheits-Business-Breakfast** mit Senatorin Mag. Andrea Ristl wurde Heart2business als Teil der SENATs-Gesundheits-Toolbox im Wiener Looshaus vorgestellt. Über 70 Gäste erhielten hochinteressante Inputs zum Thema Betriebliche Gesundheitsvorsorge.



Senatorin Mag.^a Andrea Ristl

Ende Jänner organisierte der SENAT, vertreten durch MITTELSTANDS-ALLIANZ-Geschäftsführer Dr. Johannes Linhart, gemeinsam mit Peter Brandner von der Plattform „Weis[s]e Wirtschaft“ eine **Diskussion des neuen Regierungsprogramms** im Hinblick auf die Wirtschaftspolitik, an der über 100 Personen teilnahmen.



Dr. Johannes Linhart (SENAT), Georg Kofler (Joh. Kepler-Uni, Linz), Moderatorin Astrid Petermann (ORF-Radio), Helmut Hofer (IHS), Markus Marterbauer (AK Wien), Peter Brandner (Weis[s]e Wirtschaft)

Unter dem Motto „**Ihre Region braucht exzellente Unternehmen**“ fanden in Bregenz und Linz zwei Events in Zusammenarbeit mit der VBV-Vorsorgekassa und Quality Austria statt. Dabei wurde optimaler Wissenzugewinn über die Verbesserungsmöglichkeiten bei der Gesamt-ausrichtung von Unternehmen vermittelt.



Der Vorstandsvorsitzende des SENAT DER WIRTSCHAFT, Hans Harrer, bei seinem Intro der Excellence-Roadshow bei der Hypo Vorarlberg.

„**Gewerbe und Handwerk jetzt stärken**“ zeigte die Herausforderungen für den Mittelstand anhand einer Schneiderei. Der gemeinsam mit Senator Peter Hennemann organisierte Talk fand direkt im Schneiderei-Atelier Erlach statt.



SENATs-GF Jochen Ressel, Peter Hennemann, Schneidermeister A. Erlach, A. Sael, MITTELSTANDS-ALLIANZ-GF Dr. J. Linhart

Monatlich fand in Graz ein **MITTELSTANDS-ALLIANZ-Frühstück** statt, das regelmäßig von Senator Norbert P. Ulbing organisiert wird.



Senator Norbert P. Ulbing im Gespräch mit SENATs-Kollegen

Datensicherheit stand bei den gemeinsam mit Senator Wolfgang Helpa organisierten Fachinformations-Veranstaltungen in Linz, Graz und Salzburg auf der Agenda. Cyber Crime, Hacking und CEO-Fraud wurden dabei praxisorientiert für UnternehmerInnen behandelt und gezeigt, wie man sich sinnvoll schützen kann.



Senator Wolfgang Helpa



Beim **Franchise-Symposium**, das gemeinsam mit Senatorin Mag.a Waltraud Martius und dem Österreichischen Franchise-Verband (ÖFV) mit seinem Präsidenten Dkfm.(FH) Andreas Haider organisiert wurde, stand die Chance für den Mittelstand im Zentrum, durch dieses Unternehmenskonzept Zusatzeinkommen zu generieren. Großartige Praxisbeispiele und ausreichend Raum für Dialog wurde geboten



Dkfm.(FH) A. Haider (Unimarkt), RA Dr.in N. Ollinger, M. Lehner (Body Street), SENATs-Vorstandsmitglied G. Stowasser, Mag.a W. Martius (Syncor), Mag.a M Mathoi (StoreMe), Markus Schuch (Bus dich weg)

Auch der JUNGE SENAT DER WIRTSCHAFT war höchst aktiv. Neben einer JUNGEN SENATs-Lounge zum Thema **Blockchain**, wurde gemeinsam mit TeachForAustria ein Frühstück zum Thema „**HR neu denken**“ veranstaltet, sowie die große Charity-Kunstauktion in Kooperation mit Delta Cultura vorbereitet, die traditionell Anfang Mai stattfindet.



„HR neu denken“ als Thema im JUNGEN SENAT.

Neujahrsempfang des SENAT thematisiert „Veränderung“

„Ferenterunk, VERÄNDERUNG oder Veränderüngchen“. Das war das Motto des Neujahrsempfangs des SENAT DER WIRTSCHAFT, im neuen und futuristischen ÖAMTC-Hauptgebäude. An die 200 Gäste waren gekommen, um die Inputs eines hochkarätigen Podiums mitzuverfolgen und zu diskutieren, welche Veränderungen Wirtschaft und Gesellschaft jetzt brauchen. SENATs-Präsident **Dr. Erhard Busek** wies daher gleich am Beginn darauf hin, dass es höchst an der Zeit ist, sich endlich mit den Dingen zu

befassen, um die es in Wahrheit geht und die die Zukunft bestimmen, statt in der Öffentlichkeit Diskussionen um Kleinigkeiten zu führen. In der Einleitung sprach **Jochen Ressel**, Geschäftsführer-Operations des SENAT, die Fragen an, die im Rahmen der Veranstaltung diskutiert werden: Wie radikal kann oder muss Veränderung sein, damit sie passiert? Wie stark darf sie sein, damit sie von allen mitgegangen werden kann und wie kann ein veränderungsförderndes Gesamtklima in Wirtschaft und Gesellschaft geschaffen werden?

Ein hochkarätig besetztes Podium nahm zu unterschiedlichen Aspekten der Veränderung Stellung. Der bekannte Neurologe **Univ.Prof. Dr. Wolfgang Lalouschek** zeigte, wie unser Gehirn auf Veränderung reagiert, **Dr. Hannes Androsch** akzentuierte, dass zwar alle vorgeben, Veränderung zu wollen, aber die Handlungsnotwendigkeit meist bei den Anderen sehen. Das muss sich ändern. In seinen Unternehmen bewirkte er Veränderung durch die Bewusstmachung der Dynamik der Zeit. **Thomas Polak**, Chief

Innovation Manager der UNIQA, ergänzte, dass vor allem Vorstände und Geschäftsführungen aufgerufen sind, der Innovation Platz einzuräumen. **Mag. Markus Breitenegger**, CEO von ProSieben/SAT1/Puls4-Österreich, ließ mit klaren Worten zur Verantwortung der Medien für Veränderung aufhorchen. Mit **Raphael Thonhauser** als Mitglied des JUNGEN SENAT DER WIRTSCHAFT, wurde die Perspektivenerweiterung durch den Blick der Jugend auf Veränderung eingebracht und bewusst gemacht, wie groß die



SENATs-Präsident Dr. Erhard Busek eröffnet den Neujahrsempfang 2018.

Herausforderung für junge Menschen ist, in einer zunehmend volatilen Welt Stabilität im eigenen Leben zu finden. Abschließend referenzierte die Nationalratsabgeordnete **Dr. Maria Theresia Niss**, die im Rahmen der Regierungsverhandlungen den Bereich „Digitalisierung und Innovation“ mitverhandelt hatte, aus Regierungssicht auf das bisher gesagte. Sie zeigte auf, wie die jetzt im Amt befindliche Regierung mit sinnvollen Lösungen für Veränderung stehen will.



„Digitalisierung und Innovation“ mitverhandelt hatte, aus Regierungssicht auf das bisher Gesagte. Sie zeigte auf,

vlnr: NR-Abg. Dr. Niss, Mag. Breitenecker, T. Pollak, Dr. Androsch, Univ.-Prof. Dr. Lalouschek, R. Thonhauser

Im Zuge des Neujahrsempfangs wurden **Dr. Hannes Androsch** sowie **DI Rudi Roth** als Ehrensenatoren im SENAT DER WIRTSCHAFT geehrt sowie über 40 neue SenatorInnen mit ihrer Ernennungsurkunde willkommen geheißen. Der Vorstandsvorsitzende des SENAT, Hans Harrer, dankte allen Podiumsgästen und BesucherInnen für die wertvollen Inputs, die uns alle antreiben, für die Veränderung einzutreten, die Zukunft aktiv mitzugestalten und dabei nicht die Risiken, sondern die Chancen zu sehen.



vlnr: SENATs-Vorstandsvorsitzender H. Harrer, Ehrensenator DI Rudi Roth, Finanzvorstand E. Ullmann, Ehrensenator Dr. Hannes Androsch, Dieter Härtle (Vorstandsvorsitzender SENATE OF ECONOMY International)

Umfassende Rückblicke und Fotogalerien
finden Sie auf unserem Webportal.
www.senat-oesterreich.at



Der SENAT wirkt!

„Es muss VorausdenkerInnen geben, damit etwas in Bewegung kommt. Im SENAT sind Menschen mit dieser Geisteshaltung versammelt. Die VBV-Vorsorgekasse hat gemeinsam mit der vollen Unterstützung des SENAT die Ökologisierung der Kapitalmärkte ganz wesentlich positiv beeinflusst. Daher bin ich mit meinem Unternehmen ein Teil des SENAT DER WIRTSCHAFT und gemeinsam werden wir noch viel in diese Richtung bewegen!“

Senator KR Heinz Behacker, Vorstand - VBV Vorsorgekasse





Der SENAT zeigt Präsenz und inhaltliche Kompetenz

Das Team des SENATs nutzt viele Gelegenheiten, um Inhalte zu thematisieren, die für Wirtschaft und Gesellschaft im Zusammenhang mit einer Ökosozialen Marktwirtschaft wesentlich sind. Hier ein Auszug der Aktivitäten, bei denen der SENAT einen aktiven Beitrag leistete:

Dr. Erhard Busek nahm in seiner Funktion als SENATs-Präsident am Podium eines **Pressegesprächs zur Mietzinsthematik** teil, bei der die Revitalisierung und architektonische Aufwertung der Wiener Gründerzeithäuser im Zentrum stand. Durch seine Funktion als langjähriger Vizebürgermeister Wiens konnte er zur Problematik des Erhalts dieser Kulturgüter fundiert Stellung nehmen. Er unterstützt damit die Etablierung eines Unterstützungsvereins durch Persönlichkeiten aus Kultur, Politik und Wirtschaft, das im Rahmen einer Petition an den Wiener Landtag Vorschläge für eine sinnvolle Reform einbringen wird.



Das SENATs-Mitgliedsunternehmen BEITRAINING Steiermark mit Geschäftsführer Senator Walter Baumgartner organisierte bereits zum siebten Mal den **People Skills Day** – einen internationalen Aktionstag zur Steigerung der Sozialkompetenzen – in Graz. Zeitgleich fand dieser auch an verschiedenen Standorten in Deutschland, der Schweiz und Moskau statt. Für den SENAT nahm Vorstandsmitglied Gabriele Stowasser in Graz teil.



SENATs-Vorstandsvorsitzender Hans Harrer nahm am **Jahreskongress des Bundesverbandes Photovoltaic Austria** teil, der unter dem Motto vom „Vom linearen Wachstum zum exponentiellen“ stand. Die Vielfalt der Neuerungen, die stark verbesserte Förderlandschaft, die erste bundesweite Speicherförderung, die Möglichkeiten der Nutzung in Mehrparteiengebäuden, die Digitalisierung und der Aufbau der Infrastruktur für die E-Mobilität standen im Mittelpunkt der Veranstaltung. Das gemeinsam erarbeitete Know-how stellt der SENAT im Rahmen der KLIMA-ALLIANZ interessierten Mitgliedsunternehmen zur Verfügung



DI Vera Liebl (Generalsekretärin Photovoltaic Austria), Dr. Hans Kronberger (Präsident des Bundesverband Photovoltaic Austria), Generalsekretär DI Josef Plank (Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus), MEP Claude Turmes (Mitglied des Europ. Parlaments) und Hans Harrer (Vorstandsvorsitzender, SENAT) ©Photogreissler

125. „Jubiläums“-Generalversammlung der Raiffeisenbank Bruck-Fusch-Kaprun am Kitzsteinhorn
Die 125. ordentliche Generalversammlung der Raiffeisenbank Bruck-Fusch-Kaprun fand bei strahlendem Sonnenschein im Alpincenter am Kitzsteinhorn statt. 250 Mitglieder, KundenInnen und Ehrengäste folgten der Einladung zur Jubiläumsveranstaltung und waren begeistert vom speziellen Ambiente bei diesem besonderen „Gipfeltreffen“, bei dem Hans Harrer als SENATs-Vorstandsvorsitzender teilnahm und die Urkunde, mit der die Veranstaltung im Rahmen der KLIMA-ALLIANZ klimaneutral gestellt wurde, überreichte.



Dir. Martin Huber, Peter Burgschwaiger AR-Vors.
RVS, Sebastian Schönbuchner - Obmann RVS, Hans Harrer, Herbert Steger - Obmann Raiffeisen Bruck-Fusch-Kaprun, Franz Eder AR-Vors. Raiffeisen Bruck-Fusch-Kaprun, Geschäftsleiter Eduard Kendlbacher



Jurysitzung zur Vergabe der Franchise-Awards: Der Österreichische Franchise-Verband vergibt im Rahmen der jährlich stattfindenden Franchise-Convention verschiedene Awards, mit dem die besten Multiplikationssysteme ausgezeichnet werden. Der SENAT DER WIRTSCHAFT vergibt dabei in Zusammenarbeit mit dem Franchise-Verband den Sonderpreis „Social Franchise Award“. Der Vorstandsvorsitzende des SENATS, Hans Harrer, war auch dieses Jahr als Jurymitglied aktiv. Bei der Jurysitzung wurden die Einzelvotings gemeinsam diskutiert, um zu einer gemeinsamen Entscheidung zu kommen.



Hans Harrer mit den Jurymitgliedern des Franchise-Awards.

EEDF – EUROPEAN ECONOMIC DANUBE FORUM

GEHT IN SMARTE PROJEKTUMSETZUNG



Die seit 2013 etablierte Initiative zur Wirtschaftsentwicklung im Donauraum, das EEDF - EUROPEAN ECONOMIC DANUBE FORUM hat nun als Folge der Tätigkeit seit den Symposien im Oktober 2017 die Themenfelder konkretisiert, die nun zur Projektumsetzung bereitstehen.

Es sind für mehrere der folgenden Bereiche bereits Vorschläge eingegangen:

1. Ship Wreck Removal
2. Eco- & Green-Tourism
3. Early Warning
4. Shared E-Mobility
5. Smart Waste Collection & Upcycling
6. Urban Farming
7. Smart Urban Spaces
8. Smart Heating & Cooling
9. Smart Regional Energy Cooperatives

Bei mehreren Projekt-Roundtables werden nun mittelständische Unternehmen mit Know-how in verschiedenen Bereichen mit Stadt- und Regionalverwaltungen des Donauraums verknüpft und durch Finanzierungsinstrumente ergänzt. Im Rahmen der Projektumsetzung werden mittelständische Unternehmen in den Donauländern die Möglichkeit erhalten, vom Know-how-Transfer anhand konkreter Projekte zu lernen und sich zukunftsorientiert auszurichten.

Städte, Dörfer, Regionalverwaltungen, InvestorInnen und Unternehmen,

die aktiver Teil der Umsetzung sein wollen, können jetzt andocken.

Wenden Sie sich an Jochen Ressel, Geschäftsführer-Operation des SENAT DER WIRTSCHAFT

j.ressel@senat-oesterreich.at



Im Rahmen des EEDF stehen konkrete Projekte zur Realisierung im Donauraum bereit!



Der SENAT wirkt!

„Ohne Orientierung an politischen Befindlichkeiten oder an den Interessen starker Lobby-Gruppen spricht der SENAT immer wieder Themen an, die zukunftsrelevant sind. Eines dieser Themen ist die Monopolisierung der Nahrungskette durch die Ausnützung der Marktmacht des Lebensmitteleinzelhandels, was einen dramatischen Qualitätsrückgang der Lebensmittel bewirkt. Nur mit dem SENAT ist es möglich, diese Themen anzusprechen und vernünftige Handlungsempfehlungen für die Politik zu entwickeln.“



Dr. Peter Schneider, Experte für Lebensmittelproduktion und -handel

Weitblick-Champions:

Bereits über 30 Einreichungen von HTLs eingelangt!

Diese neue Bildungsinitiative, die vorerst in Oberösterreich etabliert wurde, verfolgt zwei Ziele:



1. AbsolventInnen von HTLs, die ihre technische Lösungen in Form der Abschlussarbeiten einreichen, sollen durch eine Kurzdarstellung zu ökologischen und sozialen Implikationen der entwickelten Lösung zu „WeitblickerInnen“ werden und so mit Kompetenzen ausgestattet werden, die die Wirtschaft heute braucht. Eine Fachjury beurteilt die Einreichungen und vergibt den Weitblick-Champions-Award.
2. Mittelständische Unternehmen, die AbsolventInnen suchen, stehen in der Regel im Schatten der großen Technologie- und Industrieunternehmen. Daher wird dem Mittelstand eine Bühne geboten, um sich als ArbeitgeberInnen bei AbsolventInnen und Bildungseinrichtungen zu präsentieren.

Über 30 Abschlussarbeiten wurden von den verschiedensten HTLs in Oberösterreich bereits eingereicht, die nun von der Fachjury bewertet werden. Die Award-Verleihung findet am 28. Juni 2018 in Linz statt.

Unternehmen, die diese Möglichkeit nutzen wollen, können jetzt noch am Projekt partizipieren! Wenden Sie sich an
Fr. Sylvia Foissy, Projekt-Koordination „Weitblick-Champions“
+43 664 384 349 4 | s.foissy@foissy.at



www.weitblick-champions.at



WIRTSCHAFTS

NEWS

Top-Informationen aus Top-Unternehmen

SWAP und DELTA Architekten und Ingenieure gewinnen

Wettbewerb „Neubau für die Universität für Bodenkultur Wien“



Das SENATs-Mitgliedsunternehmen DELTA freut sich gemeinsam mit „SWAP und DELTA Architekten und Ingenieure“ über den ersten Platz beim offenen Wettbewerb. Das Projekt konnte sich unter 59 eingereichten Beiträgen durchsetzen. Die Begründung lt. Juryprotokoll lautet auszugweise wie folgt: „Das Erscheinungsbild und die positive Anmutung des neuen BOKU-Gebäudes wird von der Jury als zeitgemäßes „Holzbau“- Statement gelobt, welches den notwendigen Akzent im heteroge-

nen städtebaulichen Umfeld setzt.“ Nachhaltigkeit wird bei SWAP und DELTA großgeschrieben, weswegen nicht nur die Holzbauweise, sondern auch die Kompaktheit des Baukörpers hinsichtlich Energieeffizienz berücksichtigt wurde. Außerdem konnten DELTA und SWAP den ersten Platz des Holzbaupreises 2018 in der Kategorie „Öffentliche Bauten“ für das Büro- und Laborgebäude IFA Tulln gewinnen. Der SENAT gratuliert herzlich!

Sonderausstellung im Mozarthaus Vienna:

Mozarts Weg in die Unsterblichkeit

Bis in den Jänner des nächsten Jahres ist die Österreichische Nationalbibliothek mit der Ausstellung „Mozarts Weg in die Unsterblichkeit. Das Genie und die Nachwelt“ zu Gast im Mozarthaus Vienna, einem Museum der Wien Holding und Mitgliedsunternehmen im SENAT DER WIRTSCHAFT. Mozart – der Name steht für musikalische Vollendung und für ein überragendes Genie. Doch wie kam es zu Mozarts Weltgeltung

und zur Ausbreitung seines Ruhms? Anhand zahlreicher Handschriften, Werkausgaben, Hommagen und Legenden zeigt die Schau außergewöhnliche Objekte aus den Beständen der Österreichischen Nationalbibliothek; darunter das Autograf von Frédéric Chopins Variationen über „Là ci darem la mano“ aus Mozarts Oper „Don Giovanni“, das erstmals der Öffentlichkeit gezeigt wird.





Senatorin Johanna Penz erhält Unternehmerinnen-Award



Senatorin Johanna Penz

Die Direktorin der Kunstmesse „ART Innsbruck“, Senatorin Johanna Penz, hat sich unter den mehr als 200 Einreichungen durchgesetzt und holte sich in der Kategorie „Besondere unternehmerische Leistungen“ den verdienten Sieg. Mit der ART

setzt sie alljährlich einen Kunstschwerpunkt in Tirol. Seit 2017 wurde das Messekonzept auch auf Salzburg ausgeweitet. Der SENAT gratuliert zu dieser besonderen Auszeichnung!

TPA: 11 Länder – 11 Steuersysteme – 1 Kollektion

Die aktuelle Wirtschaftsentwicklung in den Ländern Mittel- und Südosteuropas bringt auch laufende Änderungen in den Steuersystemen mit sich. Zahlreiche für InvestorInnen relevante Aspekte sind die Folge. Das SENATs-Mitgliedsunternehmen

TPA bietet für 11 Länder Mittel- und Südosteuropas die wichtigsten Neuerungen im Überblick. Es handelt sich dabei um Albanien, Bulgarien, Kroatien, Österreich, Polen, Rumänien, Serbien, Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn.



VBV Vorsorgekasse beweist: Nachhaltigkeit wirkt!



Senator KR Heinz Behacker

Seit dem Start der Abfertigung NEU vor 15 Jahren in Österreich schreibt das SENATs-Mitgliedsunternehmen VBV - Vorsorgekasse zahlreiche Erfolge. „Wir erwirtschaften seit unserer Gründung die langfristig beste Performance der Branche für unsere KundInnen – aus 100 Euro im Jahr 2003 wurden bis Ende 2017 rund 154 Euro. Seit Veranlagungsbeginn investieren wir nach strengen ethischen, ökologischen und sozialen

Kriterien“, betont Vorstandsvorsitzender Senator KR Heinz Behacker. Insgesamt verwaltet der Finanzdienstleister ein Veranlagungsvolumen von rund 3,5 Milliarden Euro. Der Staatspreis für Unternehmensqualität 2017 sowie das abermalige Top-Ranking „Sehr gut“ durch den Verein für Konsumenteninformation, bestätigen den eingeschlagenen Weg. Der SENAT DER WIRTSCHAFT gratuliert zu diesen Erfolgen!



Wolfmair Beschichtungen mit dem Guute-Award 2018

in Gold ausgezeichnet

Innovativ, kreativ, leistungsorientiert, kooperativ und regional bestens verwurzelt: Das sind neben unternehmerischen Spitzenleistungen wesentliche Voraussetzungen, um sich für den regionalen Wirtschaftspris GUUTE-AWARD zu qualifizieren. Zu GewinnerInnen 2018 zählt das

SENATs-Mitgliedsunternehmen Wolfmair Beschichtungs GmbH mit Geschäftsführerin Birgit Wolfmair. Sie widmet diese Auszeichnung ihrem engagierten 15-köpfigen Team. Der SENAT DER WIRTSCHAFT gratuliert sehr herzlich!



v.l.n.r WKO-Obmann Reinhard Stadler, Julia und Thomas Mayr, Birgit Wolfmair, Johann Schütz, WKOÖ-Präsidentin Doris Hummer und WKO-Bezirksstellenleiter Franz Tauber.

EUROPEAN CLUB FOR EXCELLENCE IN LEADERSHIP AND MANAGEMENT

Summerschool 2018



Nach einer erfolgreichen ersten Summerschool 2017 freuen wir uns sehr, für diesen Sommer ein weiteres **viertägiges Führungskräfte-Seminar** ankündigen zu dürfen: Von 17.-20. Juli 2018 findet unsere zweite **EULEAD - Summerschool** im Stift Göttweig zum **Thema „Be(Werte)s von gestern – Bausteine für ein erfolgreiches Morgen“** statt. Folgende renommierte **Referenten** werden die diesjährige Summerschool mit ihren umfangreichen Erfahrungswerten sowie ihrer fachlich herausragenden Kompetenz bereichern:

Prof. Dr. MMag. Judith Girschik, KR Margarete Kriz-Zwittkovits, Herr Univ.-Lektor Privatdozent Dr. Andreas Klein, Herr Univ.-Prof. Mag. DDr. Matthias Beck, Herr Pater Johannes Paul Abramovicz, Herr Mag. Dr. Josef Fritz, Prof. Dipl.-Ing. Wolfgang Mathera, Dr. Christoph Pollak, Mag. Jürgen Pretsch und Dr. Josef Mayer.

Die Themen der Summerschool reichen von Industrie 4.0 und Wissensmanagement der Zukunft bis zur kultursensiblen Gesundheitsversorgung. **EULEAD** steht für Werteorientierung gepaart mit Innovation und Digitalisierung. Der Fokus wird auf die Umsetzung gelegt. Wir bieten grenz- und branchenüberschreitende Best-practice-Beispiele und verfolgen mit aktuellen Inhalten das Ziel der Stärkung der Persönlichkeit und der erfolgreichen Führung in einem komplexen Umfeld.

Wir sind überzeugt, dass ethisch basiertes Führen und wertebasiertes Handeln zu einer mittel- und langfristigen Steigerung des Unternehmenswertes führt.

Unser **abwechslungsreiches Rahmenprogramm** mit dem Fokus auf Networking und Erfahrungsaustausch mit anderen Führungskräften beinhaltet unter anderem eine Weinverkostung sowie eine Begehung der Fabrik der Zukunft.

Der **Preis** für die Summerschool beträgt **€ 990,--** für Mitglieder bzw. **€ 1.490,--** für Nicht-Mitglieder.

Für Letztere haben wir ein ganz besonderes Angebot vorbereitet:

Mit der Teilnahme an unserer Summerschool erfolgt der **Erwerb der Mitgliedschaft bei EULEAD** inklusive des Mitgliedsbeitrags für das Jahr 2018.

Weitere Informationen über das Seminar und die Anmeldung finden Sie auf unserer Website unter <https://www.eulead.at/summerschool-2018/>.

Bei weiteren Fragen wenden Sie sich jederzeit gerne an office@eulead.at.



EPAMEDIA startet mit Impact

Brigitte Ecker, CEO des SENATs-Mitgliedsunternehmens EPAMEDIA, lässt mit der neu ins Leben gerufenen IMPACT-Studie aufhorchen. Seit Jänner werden in einer Testphase die größten nationalen und überregionalen Kampagnen im EPAMEDIA-Netzwerk mithilfe von Online-Interviews hinsichtlich ihrer Leis-

tungswerte wie Recall, Recognition und Impact abgefragt. Die Stichprobe wird nach einem repräsentativen Verteilungsschlüssel nach demografischen Aspekten ausgewählt, was eine österreichweit valide Hochrechnung ermöglicht. Kampagnen, die besonders erfolgreich waren, mit dem IMPACT-Award ausgezeichnet.



Als UnternehmerIn zur Demokratiebildung junger Menschen aktiv beitragen!

Stellen Sie der Schule in Ihrer Nähe ZAG zur Verfügung!

Der Nutzen:

- Sie fördern damit das Demokratiebewusstsein junger Menschen.
- Das sind Ihre politisch mündigen, künftigen MitarbeiterInnen!
- Sie erhalten in Bildungsinstitutionen als ArbeitgeberIn oder Ausbildungsbetrieb eine Bühne und kommen mit jungen Menschen in Kontakt.
- Sie leisten einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung einer Gesellschaft mit Zukunft!

Was ZAG bietet:

- Ein Schultag, bei dem spielerisch gelernt und live erlebt wird, wie Demokratie funktioniert.
- Begleitet vom führenden Bildungsexperten im Planspielbereich, Senator Karl Kaiblinger und seinem Team, sowie vom SENAT DER WIRTSCHAFT.
- Inkl. Diskussionsrunde mit Ihnen als UnternehmerIn und RepräsentantInnen der lokalen Politik.
- Regionale Presseberichterstattung.



Weitere Informationen anfordern bei:

Jochen Ressel | Geschäftsführer – Operations,
SENAT DER WIRTSCHAFT
j.ressel@senat-oesterreich.at



www.zag-demokratieplanspiel.eu

99

FRAGE NICHT, WAS DEIN LAND
FÜR DICH TUN KANNFRAGE VIELMEHR,
WAS DU FÜR DEIN LAND
TUN KANNST!

JOHN F. KENNEDY

Für Nachhaltigkeit und
eine Ökosoziale Marktwirtschaft6B47
REAL ESTATE INVESTORS

6b47.com

EDA
European Danube Academy

donaauakademie.eu

IDM

idm.at

backaldrin®

backaldrin.com

Das
Gesundheits
politische
FORUM

gesundheitspolitischesforum.at

powered by
PORR

porr.at

Sedlak
Immobilien

sedlak-immobilien.at

KARL LANDSTEINER
GESELLSCHAFT

karl-landsteiner.at

INTERNATIONALE SPEDITION
SCHNECKENREITHER

schneckenreither.com

steinmayr & CO

steinmayer.co

LENZING
PAPIER

lenzingpapier.com

Partner-Institutionen und Partner-Unternehmen des

SENAT DER
WIRTSCHAFT

IMPRESSUM

Herausgeber: Dr. Erhard Busek, Dieter Härthe, Hans Harrer // Verantwortlich für Inhalt, Veröffentlichung und Druckauflage: SENAT DER WIRTSCHAFT Österreich, Rotenturmstraße 5–9, A-1010 Wien, Telefon +43 1 505 35 48, www.senat-oesterreich.at //

Chefredaktion: Jochen Ressel //

Rechnungsprüfer: Ulrich Lankmayer, Steuerberater // Dr. Thomas Freylinger, Jurist // Mag. Dr. Eduard Tschofen, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer

Autoren dieser Ausgabe: BM Elisabeth Köstinger, Michaela Reitterer, MEP ret. Dr. Hannes Swoboda, Hans Harrer, Wolfgang Helpa, Dominik Mayer, Generaldirektor Horst Mayer, Mag. Niclas Wright, Karl J. Pojer, Mag. Gerhard Grabner, Werner Widauer, Rainer Schönfelder, Mag. Klaus Candussi, Mag.^a Ulrike Amon-Glassl & Markus Glassl, Bakk. techn., Mag.^a Karin Keglevich-Lauringer, Thomas Morgl, MBA, Dr. Manfred Drennig, Alon Shklarek, Mag.^a Christa Kirchmair, Dr.^a Alix Frank-Thomasser & MMag. Franz J. Heidinger, LL.M. (Virginia), Botschafter a.D. Dr. Alexander Christiani, Simon Frank, Mag.^a (FH) Andrea Hollander, CSE, Philipp Zimmermann, Richard Hirschhuber, Peter Unterlechner, Ing. Kurt Essler, Dipl.-Ing. Frank Weiß, Dipl.-Ing. Dr.^a techn. Johanna Grames, HR Mag. Wilfried Nagl, Dir. Brigitta Hartl-Wagner, Dr. Maria Dietrich, Mag. Chris Müller //

Abbildungen: © 2003-2017 Shutterstock Inc. Cover, 4, 10, 11, 16, 20, 24, 25, 28, 30, 32, 34, 36, 38, 41, 42, 44, 47, 49, 52-54, 57, 60, 63, 66, 68, 71, 73, 79, 82, 83, 86 //

Layout: REX Werbeagentur OG, Prinz-Eugen-Str. 35, 4020 Linz, www.rex-werbeagentur.at //

Druck: Bösmüller Print Management, Wien - Stockerau, T: +43/1/214 70 07, www.boesmueller.at, office@boesmueller.at //

Hinweis: Hinweis zur Gender-Formulierung: Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit die männliche Form verwendet wurde.

CO₂-neutral produziert durch die Bösmüller-for-Climate-Zertifikate
auf Papier aus wiederaufgeforsteten Wäldern

KLIMA
ALLIANZBÖSMÜLLER
FOR CLIMATE
CO₂-NEUTRALklimaaktiv
Partner - Senat der WirtschaftPEFC™
PEFC/06-39-256



**KLIMA
ALLIANZ**



„Klimawandel ist die prägende Aufgabe unserer Zeit“

Ban Ki-moon

Eine Initiative des
**SENAT DER
WIRTSCHAFT**



Im Rahmen der KLIMA-ALLIANZ des SENAT DER WIRTSCHAFT werden Unternehmen praxisgerecht unterstützt, um in vier Schritten optimale Energieeffizienz und CO₂-Neutralität zu erreichen.

Bei Rückfragen zur KLIMA-ALLIANZ:

SENAT DER WIRTSCHAFT Österreich

Tel: +43 1 505 35 48

office@senat-oesterreich.at
www.senat-oesterreich.at