INSIDE YOUR BUSINESS. TODAY. 14. JG. NO. 1860 € 4,– FREITAG/SAMSTAG/SONNTAG, 26.–28. SEPTEMBER 2014

medianet

TREVISION
visual solutions
www.trevision.at

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung
info@marketagent.com | tel.: +43 (0) 2252 – 909009
Wir haben mehr als 550.000 Konsumenten, die darauf warten, Ihre Fragen zu beantworten

Plakativ
01-536 26-0
www.plakativ-werbetechnik.at

bp bellutti planen
„Your" Inflatable
0512-264 150
www.bellutti.at

INHALT

prime news & market watch
> Industrie präsentiert ihr Steuermodell „neu" *3*

© Heinen

> Feature: Nichts bewegt uns mehr als das Fahrrad *4/5*

marketing & media

© ViennaPress/Andreas Tischler

> W24: „Wööd-Inhalte für eine Wööd-Stadt" *8*
> Beacons: Die Zukunft wird zur Realität *9*

retail

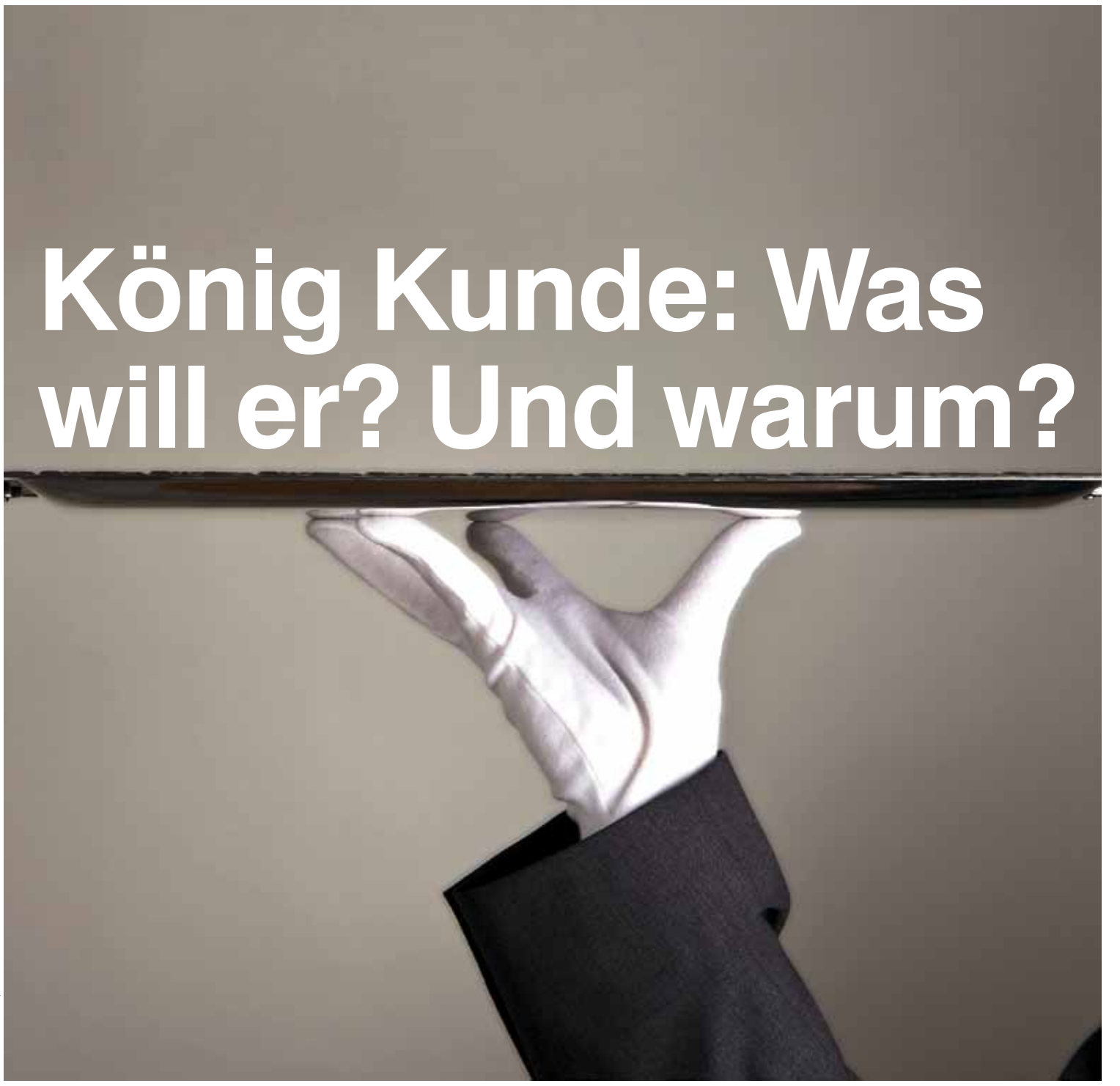
© APA/Gindl; APA/Techt; APA/dpa

> Benkos Signa-Team: Wo bleibt der Zentren-Profi? *14*
> Cash & Carry: Metro mit 786 Millionen Euro Erlös *15*

business weekend

> Heute mit luxury brands & retail: Luxus in rot-weiß-rot
> McKinsey übertrumpft jetzt Boston Consulting *32*

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



© Panthermedia.net/Thorsten Schmitt

König Kunde: Was will er? Und warum?

Beziehungsmanagement „Eine einfache Weisheit der Konsumgesellschaft: Wenn der Kunde sich alles wünschen darf, immer recht hat und der König ist, dann ist das in erster Linie eines: sehr anstrengend": Wolf Lotter, Autor und Journalist (*brand eins*), referierte beim Marketing Breakfast in Wien. Thema: Was will der Kunde? **Seite 2**

INDIVIDUELLE AUFHÄNGER FÜR INDIVIDUELLE BOTSCHAFTEN.
WWW.WELLDONE.AT
SERVICE STRATEGIEN SCHABERNACK
WELLDONE WERBUNG UND PR GMBH

Gesucht:
Eventagentur mit sechs Buchstaben
m_____o
Lösung im Fachteil Marketing & Media

© Point of origin/Alexander Längauer

„WAS KUNDEN WOLLEN“

Will der Kunde immer gefragt werden, was er will? Nicht unbedingt. Ein Prozent der Kunden engagiert sich wirklich; die anderen müssen schon deswegen Feedback geben, um den Schaden zu begrenzen (Bild: Wolf Lotter und Nicole Prieller, point of origin).

König Kunde Bei einem Marketing Breakfast erzählte Wolf Lotter, *brand eins*, vom Kundenverständnis im Marketing

Zwischen guter Fee und Begrenzung des Schadens

Unternehmen im Dilemma zwischen der Einbeziehung des Kunden – und dessen völliger Überforderung.

SABINE BRETSCHNEIDER

Wien. „Warum sachlich, wenn es auch persönlich geht“ – leitete Wolf Lotter, Mitbegründer des deutschen Wirtschaftsmagazins *brand eins*, am vergangenen Dienstag seinen Vortrag zum Thema „Was der Kunde wirklich will“ mit einem Zitat des Essayisten Anton Kuh ein – und definierte das Thema denn auch aus einer sehr persönlichen Warte. Also, was will er, der Kunde? „Die einen werden sagen: Der Kunde will alles, aber nichts dafür zahlen“, beschreibt Lotter das Dilemma des Customer Relationship Marketings auf saturierten Märkten, „die anderen werden sagen: Der Kunde will immer das, was wir gerade *nicht* haben – und der dritte: Der Kunde will das, was wir ihm erfolgreich einreden.“

Notwehrüberschreitung

Aber genau *diese* Form von Marketing und Werbung mutiere in einer Aufmerksamkeitsgesellschaft wie der unsrigen inzwischen zu einer Notwehrhandlung – im Kampf gegen die ständige Ablenkung und die totale Überfrachtung von König Kunde. Unter Kundenorientierung versteht die Betriebswirtschaftslehre die Marketingausrichtung, mithilfe derer die Abhängigkeit der Unternehmen vom Kunden in den Mittelpunkt unternehmerischer Entscheidungen gestellt wird. Probleme jedoch bereitet die Diskrepanz zwischen der Herangehensweise des Unternehmens zu den vermuteten Kundenerwartungen und deren *tatsächlichen* Vorstellungen.

Ein neuer Zugang zum Kundenverständnis im Marketing ist – seit dem Sprung von der Industrie- in die Wissensgesellschaft – jener, ihn in alle Prozesse *einzubinden*: Aber, zitiert Lotter „eine einfache Weisheit der Konsumgesellschaft: Wenn der Kunde sich alles wünschen darf, immer recht hat und der König ist, dann ist das in erster Linie eines: sehr anstrengend“. Für alle, für das Unternehmen *und* deren Kunden. Lotter: „Wer die unbegrenzte Wahl hat, der hat auch die ultimative Qual.“ Manchmal wünsche sich der Konsument in einer komplexen Welt nämlich ganz einfach eine *Reduktion* der Komplexität. „Es ist alles sehr kompliziert“, zitiert Lotter Ex-Bundeskanzler Sinowatz – „Nix Gscheiteres hat man seitdem in der Politik gehört.“ Aber auch die Reduktion der Komplexität hat Grenzen: „Wer nur einen Hammer hat, für den sieht alles wie ein Nagel aus“, verweist Lotter auf ein in der Managementliteratur gern genutztes indonesisches Sprichwort.

> „Die einen werden sagen: Der Kunde will alles, aber nichts dafür zahlen, die anderen: Der Kunde will immer das, was wir grade *nicht* haben – und der dritte: Der Kunde will das, was wir ihm erfolgreich einreden.“
>
> WOLF LOTTER

Der Geist aus der Flasche

Die Industriegesellschaft mit ihrer Orientierung auf eine Standardisierung aller Prozesse und mit ihrer Massenproduktion hingegen war „ein Mittelding aus guter Fee – alles ist rationiert, man hat nur drei Wünsche – und bezaubernder Jeannie, die, „All you can wish“, mehr Wünsche erfüllt als einem lieb ist. Man erfüllte die Wünsche der Kunden nämlich samt und sonders, solange sie *standardisierbar* waren – „ganz im Sinne Henry Fords, der sein berühmtes T-Modell ‚in jeder Farbe‘ anbot, „vorausgesetzt, sie ist schwarz“. Hätte er seine Kunden nämlich *tatsächlich* gefragt, was sie denn wollten, erzählte Ford damals selbst, hätten die sich kein Auto gewünscht, sondern ein schnelleres Pferd.

Fans, Freaks und Experten

Aber: *Will* der Kunde überhaupt immer gefragt werden, was er will: „Die Kundenforschung gibt andere Antworten“, schrieb Lotter in einem Essay in *brand eins* zum Thema: Nur ein Prozent der Kunden engagiert sich *wirklich* für das Produkt, die Marke und die Dienstleistung, die sie kaufen. „Fans, Freaks, Kunden-Experten, die alles rund um ein Thema konsumieren. Das Problem ist nur: Die restlichen 99 Prozent laufen mit. Aber weil eben nur ein Prozent kommuniziert – und das mit voller Lautstärke –, werden auch nur die wahrgenommen.“

> „Wer die unbegrenzte Wahl hat, der hat auch die ultimative Qual.“
>
> WOLF LOTTER

Heute sei die Welt voller Betaversionen und sogenannter Bananen-Produkte, die erst beim Kunden reifen – und auf seine Kosten. Der Kunde müsse schon deswegen Feedback geben, um seinen Schaden zu begrenzen. Noch einmal: Was also will der Kunde? „Eine faire Ansprache“, meint Lotter, „und ein klares Angebot, auf deren Basis Vertrauen als Basis einer Geschäftsbeziehung entsteht.“

Wolf Lotter referierte bei einer Sonderedition des „Marketing Breakfast“ der Wiener Marketingberater von point of origin (www.pointoforigin.at).

ZUR PERSON

Wolf Lotter (Jahrgang 1962) ist ein dt.-öst. Journalist und Autor. Noch während des Studiums schrieb er für die Stadtzeitung *Falter* und die Wirtschaftsmagazine *Trend*, *profil* und *Cash Flow*. Bei *Cash Flow* wurde er 1988 ständiger Mitarbeiter, ein Jahr später Redakteur für Reportagen. 1992 gehörte Lotter als Gründungsredakteur dem Magazin *News* an, wechselte aber schon ein Jahr später in die Wirtschaftsredaktion von *profil*, wo er – mit Unterbrechungen – bis 1999 tätig war. 1998 wurde er Mitglied der Redaktion des Hamburger Wirtschaftsmagazin *econy*. 1999 gehörte Lotter zur Gründungsredaktion von *brand eins*, wo er seit 2000 die Leitartikel (Einleitungen) zu den Schwerpunktthemen verantwortet. Diese „Grundsatz-Artikel“ begründen seinen Ruf „als einer der führenden Publizisten auf dem Gebiet der Beschreibung der Transformation von der alten Industriegesellschaft hin zur neuen Wissensgesellschaft“ (Wikipedia). Seit 2000 ist Wolf Lotter auch gefragter Keynoter bei Unternehmen, Institutionen und Parteien im deutschsprachigen Raum. Er ist außerdem häufig Gast und Kommentator bei Rundfunkanstalten. *www.wolf-lotter-de*

Steuerreform Die Industriellenvereinigung (IV) hat am Donnerstag ihr – adaptiertes – Steuerkonzept vorgestellt

Industrie legt Konzept vor

Die Begünstigung des 13. und 14. Monatsgehalts soll in den Steuertarif eingerechnet werden.

Wien. „Das heimische Steuersystem ist widersprüchlich, unausgewogen und für die Unternehmen kaum noch administrierbar", erklärte Industriellenvereinigungs-Präsident Georg Kapsch in einer Pressekonferenz am Donnerstag. „Die Steuerlast ist viel zu hoch, der Faktor Arbeit bei Weitem zu stark belastet. Wir verlieren so immer mehr an Wettbewerbsfähigkeit – die Gefährdung von Arbeitsplätzen ist die Folge." Mit dem Konzept „FAIRSteuern" legt man eine Reform zum Steuer- und Abgabensystem vor, die zu mehr Wachstum beitragen und bis 2020 rund 168.000 zusätzliche Arbeitsplätze in Österreich schaffen soll.

© IV

IV-Präsident Kapsch (re.) und Generalsekretär Neumayer präsentieren ihre Pläne.

Entlastung von über 10 Mrd. €

Die Industrie schlägt ein Fünf-Stufen-Modell vor: Ausnahmen, Absetzbeträge, Steuerbegünstigungen werden gestrichen, der Tarifsteuersatz an den effektiven Grenzsteuersatz herangeführt. Der Einstiegssteuersatz wird dabei wesentlich gesenkt, von 32,1% effektiver Grenzsteuersatz auf zehn Prozent bei einer Steuerbemessungsgrundlage von 9.780 €. Der effektive Grenzsteuersatz steigt in Stufen von zehn auf 20, 30, 40 bis 43,75% an. Die Tarifstufen werden angepasst, wobei der effektive Spitzensteuersatz in Höhe von 43,75% erst ab 100.000 € einsetzt (bislang 70.000 € unter Einberechnung des begünstigten 13./14. Monatsgehalts). Insgesamt ergebe sich aus dem Einkommensteuertarif „neu" eine Entlastung von rund 10,2 Mrd. €. Wesentliche Hebel aus Sicht der IV sind die weitere Senkung des Unfallversicherungsbeitrags sowie eine Senkung des Beitrags zum Familienlastenausgleichsfonds (FLAF).

Des Weiteren bestehe Potenzial zur Senkung des Krankenversicherungs-, Arbeitslosenversicherungs- und Wohn-bauförderungsbeitrags sowie der Kommunalsteuer. Ein weiterer zentraler Eckpunkt des Konzeptes ist Familie und Gesellschaft. Eine einheitliche neue Transferleistung („Familienbeihilfe Neu") und eine einheitliche neue Steuerleistung („Kinderbildungsbonus") sollen die Förderung der Kinder unterstützen und allen Familien finanzielle Erleichterung bringen. Als „dritte Säule" sollen Einrichtungen zur Kinderbetreuung insbesondere für Unter-Dreijährige verstärkt ausgebaut werden. Ein klares Nein kommt von der Industrie weiterhin zu Vermögensteuern.

Senkung der Zusatzkosten

Die Wirtschaftstreuhänder unterstützen in einer ersten Reaktion das Steuerkonzept der Industrie. Besonders positiv wird bewertet, dass das Papier neben der Senkung der Einkommensteuer auch niedrigere Lohnnebenkosten und „eine auf echten Reformen beruhende Gegenfinanzierung" vorsieht: „Die Vorschläge zur Steuerreform decken sich in vielen Bereichen mit dem im Vorjahr publizierten Steuerreformplan der Kammer der Wirtschaftstreuhänder", so die Vorsitzende des Fachsenats für Steuerrecht, Verena Trenkwalder.

Als besonders wichtig erscheint Trenkwalder die auch im Reformplan der Wirtschaftstreuhänder enthaltene Forderung nach Entrümpelung des Steuersystems durch die Streichung der Bagatellsteuern. Die Wirtschaftstreuhänder fordern überdies die radikale Vereinfachung der Lohnverrechnung, die Vereinheitlichung der Bemessungsgrundlagen im Steuer- und Sozialversicherungssystem und die Reduzierung der Zahl der Sozialversicherungsträger.

Kritik am neuen Modell kam von Arbeiterkammer und der NGO Attac. *(red)*

www.fairsteuern.at

SHORT

Hoch hinaus: 3. Lyoness Kinderflugtag in Graz

Graz. Vergangene Woche ging der 3. Lyoness Kinderflugtag in Graz unter dem Motto „Hoch hinaus" über die Bühne. Veranstaltet vom Verein „Lyoness Child & Family Europe", bot der Charity-Event mehr als 300 Kindern und Jugendlichen, die von Sozialdienstleistern betreut werden oder in Sozialeinrichtungen untergebracht sind, die Gelegenheit, einen Rundflug um und über Graz zu erleben.

Weitere Informationen unter: *www.lyoness-cff.org* *(red)*

Klaus Liebscher ist neuer ÖVAG-Präsident

© APA/Hans Klaus Techt

Liebscher drängt in seiner neuen Funktion auf Sanierungstempo.

Wien. Klaus Liebscher ist am Donnerstag neuer Aufsichtsratschef der teilstaatlichen Volksbanken AG (ÖVAG) geworden. Er folgt Hans Jörg Schelling, der nach seiner Angelobung zum Finanzminister Anfang September das Mandat zurückgelegt hat. Liebscher war seit Dezember 2012 im Aufsichtsrat. *(APA)*

Schwarmintelligenz heißt das Phänomen.

APA-Science heißt das Netzwerk.

Gebündeltes Wissen zu sämtlichen Gebieten der Wissenschaft, Forschung, Innovation und Bildung auf einer einzigen Plattform.
Finden Sie hier aktuelle News aus der Forschungslandschaft Österreichs, erfahren mehr über den Innovationsgeist dieses Landes sowie über jene Unternehmen, Menschen und Projekte, die tagtäglich unsere Zukunft gestalten. Tagesaktuell. Partizipativ. Vernetzt.

SCIENCE.APA.AT
twitter.com/apa_science

APA-Science
Tel.: +43 1 360 60-5834
science@apa.at
science.apa.at

APA

DRAZEN MARIO ODAK
Unternehmens- u. Personalberater, www.jobfinance.de

© privat

ALEXANDRA HILDEBRANDT

Inmitten der heutigen Unüberschaubarkeit von Möglichkeiten suchen Menschen nach etwas, das sie im buchstäblichen Sinn *selbst* bewegt, das mit dem Spüren ihres Körpers verbunden ist und der Freude am Ursprünglichen. Sie suchen so etwas wie: das *Fahrrad*. In ihm sammelt sich das Symbolische, Wirkliche und Mögliche. Der Mensch mit seiner kleinen Kraft bewegt sich auf einer tragenden größeren Energie. Wer sie nutzt und sich auf den Weg macht, verändert sich – genauso wie seine Wahrnehmung und sein Denken. Diese Verbindung von innen und außen fördert zugleich die Kultur der *Achtsamkeit* („Mindfulness"), die nicht sofort alles Geschaute in den Kategorien des bereits Bekannten und Gewussten ablegt. Vielmehr ist sie mit einem ständigen Lernprozess in einer Umgebung verbunden, die in ständiger Veränderung begriffen ist.

Gedanken-Gänge

Die Gänge des Fahrrads sind mit den Gedanken-Gängen eng verzahnt, denn es werden neue Dimensionen und Wege erschlossen – auch „Holzwege", die sich außerhalb üblicher Erfahrungstouren befinden und genauso zum Ziel führen; das Denken ist dabei nie an Resultate gebunden. Die Verbindung zu jener wachsenden Gemeinde von Enthusiasten, die alte Räder sammeln und noch ohne Tacho auskommen, ist offensichtlich: Ihnen geht es ums *Fahren* und nicht um Leistung.

Einer der bekanntesten Retro-Orte ist Gaiole im Chianti: Seit 1997 treffen sich hier jährlich im Oktober Tausende Retro-Anhänger zur „L'Eroica". Veranstalter verlosen mittlerweile Startplätze, „weil das Vintage-Peloton zur Lawine angeschwollen ist". In Flandern findet die „Retro Ronde" statt, in Frankreich unter anderem die „Anjou Velo Vintage". Der Nürnberger Künstler und Gastronom Ralf Siegemund dagt: „Es geht auch um Wertschätzung für klassische Handwerkskunst." Deshalb profitieren vom Radfahr-Boom auch Unternehmen wie etwa Ortlieb, deren Satteltaschen aus wasserdichter Plane unter Radwanderern legendär sind. Das Unternehmen erhält heute noch Taschen zur Reparatur, die bereits 25 Jahre alt sind. Dabei wird den Kunden ein kostenloser Tausch gegen neue Taschen angeboten. Aber viele möchten sich nicht von den alten Produkten trennen, weil sie Erinnerungen damit verbinden. An diesen Beispielen wird besonders deutlich, dass Menschen heute nicht nur konsumieren wollen, sondern auch ein neues Verhältnis zu den Dingen suchen, indem sie diese mehr achten. Die Humanwissenschaften sprechen auch von einem „Material Turn". Dabei macht es keinen Unterschied, ob die Dinge alt oder neu sind.

Stil ist wichtiger als Speed

So wie unsere Lebensbereiche zunehmend nach persönlichen Vorlieben gestaltet werden, erleben wir auch eine „neue Blütezeit für Maßfahrräder", die das Magazin *Fahrstil* vor einiger Zeit feierte.

Das Besondere ist die Bauart dieser Räder, die sie zuweilen so teuer werden lässt wie einen Kleinwagen. So bestellte Wladimir Klitschko im Sommer 2013 das Individualmodell von Corratec, ein maßgefertigtes Mountainbike, dessen Karbonrahmen kaum mehr wiegt als ein Profirennrad. Entworfen und hergestellt wurde es von Mauro Sannino, der seit vielen Jahren für den Fahrradproduzenten in Raubling bei Rosenheim arbeitet. Zwischen 150 und 200 Sannino-Rad-Bestellungen nimmt Corratec jährlich entgegen. Die urbanen Individualisten werden „vermessen", nach ihrem Fahrradverhalten befragt und erhalten zwei Monate später ihr Fahrrad, das bis zu 10.000 Euro kostet – auf Wunsch auch mit Signatur.

Nicht in erster Linie Technik, sondern vor allem urbane Lebensqualität verkauft auch Michael Vogt. Mit der Idee, Fahrräder als Lifestyle-Objekte zu präsentieren und zu verkaufen, gründete er 2008 mit Tina Umbach die stilrad GmbH. Inzwischen ist stilrad mit Showrooms in Berlin, Frankfurt, München, Wien und Zürich präsent. Ihr Credo: „Wir müssen das Rad sexy machen" – nur dann steigen die Menschen vom Auto aufs Rad um. Die Herausforderung besteht für Vogt darin, „Nachhaltigkeit nicht mit Zwang und Einschränkung zu verbinden, sondern zu zeigen, dass am Ende des Tages jeder Einzelne davon profitiert." Beide Geschäftspartner haben sich nie von ihrem Weg abbringen lassen, ihren Kunden ausschließlich die beste Produktauswahl „in Sachen urbaner Mobilität mit einer Premium-Dienstleistung anzubieten." Bei stilrad hängen in aufgeräumter Eleganz die Modelle wie Exponate im Museum vor weißen Wänden.

> Es ist für einen Personalberater im Finanzbereich sehr irritierend, wenn man in einem hochdotierten Managervertrag zum ersten Mal den Passus ‚Dienstfahrrad' liest – dort, wo sonst detailverliebt eine Dienst- oder Firmenwagen-Regelung beschrieben wird."

Online-Verkauf und Social Media sind bei ihm eng verbunden: „Es ist ganz erstaunlich, wie gut sich die Kunden teilweise bereits online informiert haben. Viele sind dann zwar noch in einem der Showrooms, um auch das haptische Erlebnis zu haben, bestellen dann aber über den Online-Shop. Facebook und Co. nutzen wir natürlich, nicht nur, weil es zeitgemäß ist, sondern weil wir sowieso eine enge Beziehung zu unseren Kunden pflegen." Technik ist für Michael Vogt weniger relevant, „da sie bei einem Fahrrad obligatorischer Bestandteil ist. Der Genuss, sich gut angezogen auf einem schönen Fahrrad zu bewegen, ist allerdings in der Tat ein Zugewinn an Lebensqualität." In Kopenhagen, wo bereits ein Drittel der Bewohner zur Arbeit radelt, wurde der Blog „Cycle Chic" erfunden. Die Dänen wollen durch gutes Aussehen zum Radfahren inspirieren. Das Auto als Statussymbol hat dort längst ausgedient.

Geteilte Zukunft

„Mit der Abnahme der Autos steigt auch die Lebensqualität; 13 der 20 lebenswertesten Städte der Welt sind inzwischen Fahrradstädte", sagt Vogt. Ihre Bewohner und Entscheider haben erkannt, dass die zunehmende Mobilität des Menschen künftig umweltfreundlicher, effizienter und intelligenter sein muss, denn die steigende Bevölkerung in den größten Ballungszentren sowie der zunehmende Verkehr führen zur Verkehrslähmung. Allein in den 30 größten Metropolregionen der Welt summieren sich die volkswirtschaftlichen Kosten, die durch Verkehrsprobleme entstehen, auf mehr als 266 Mrd. US-Dollar pro Jahr. Die Verkehrskonzepte der Zukunft stehen unter dem Motto „Teile und kombiniere!" Sie sind „multimodal", bestehen nicht aus einer Einzellösung, sondern aus einem Ideenmix in einem ganzheitlichen Konzept; Besitz hat dabei einen viel geringeren Stellenwert als früher. Was heute zählt, sind *Zugang*, *Nutzung* und *Dienstleistung*.

So entwickelt sich beispielsweise das Lastenrad vor allem in Großstädten zu einer kostengünstigen und sauberen Alternative zum Auto, welches immer weniger an Bedeutung gewinnt. Künftig werden sich Menschen möglicherweise von zu Hause zum Bus, vom Bus in die Bahn und mit dem (Elektro) Fahrrad zum Arbeitsplatz bewegen. Zu den Begriffen, die mit dem neuen Mobilitätsgefühl assoziiert werden, gehören *Funktionalität, Unabhängigkeit, Dynamik* und *Selbstverwirklichung*.

Firmen erfinden das Rad neu

War das Auto früher ein konkurrenzloses Objekt der Begierde, und der Führerschein ein Initiationsritus vieler Generationen, so ist das einstige Statusdenken heute nicht mehr zeitgemäß. Das bestätigt auch Drazen Mario Odak von der Stephan Unternehmens- und Personalberatung GmbH: „Es ist für einen Personalberater im Finanzbereich sehr irritierend, wenn man in einem hochdotierten Managervertrag zum ersten Mal den Passus ‚Dienstfahrrad' liest – dort, wo sonst detailverliebt eine Dienst- oder Firmenwagen-Regelung beschrieben wird. Dem ersten Schmunzeln folgt ein Nachdenken. Warum will der Jungmanager mit sechsstelligem Jahresgehalt keinen Pkw, sondern ein Fahrrad? Ist es etwa ein Ausländer mit anderen Sitten, ein Exot ohne Führerschein, ein Öko? Nein. Er ist einfach ein Fahrradfahrer, der das Rad als Dienstfahrzeug in Banken ‚neu erfunden' hat." Bei weiterem Nachdenken scheint es dem Personalexperten so, dass Fahrradfahrer jedes Mal aufs Neue das Rad für sich selbst und damit sich neu erfinden: „Ein Kleinkind, das zum ersten Mal auf dem Fahrrad sitzt, erfindet sich als ‚Jetzt bist du schon ganz groß' ebenso neu wie der Mittvierziger, der sich ein Trekkingrad zulegt, um seine Cholesterinwerte zu verbessern, oder der urbane Dink, der neue Werte, Düfte und Sinn findet, wenn er oder sie am Wochenende durchs Grüne radelt."

Was bestätigt die beschriebene Entwicklung nun aber? Allem voran eines: Wenn „Status" im privaten und beruflichen Kontext überhaupt noch eine Rolle spielt, dann im Zusammenhang mit funktionaler Zweckmäßigkeit und nachhaltiger wirtschaftlicher Ausrichtung sowie ökologischem und sozialem Engagement.

Alexandra Hildebrandt ist Wirtschaftspsychologin & Nachhaltigkeitsexpertin. Mehr von ihr: www.gesichter-der-nachhaltigkeit.de

Bewegte

Auf zwei Rädern Kein Fortbewegungsmittel bewegt uns derzeit so wie das Fahrrad und steht zugleich für eine größere gesellschaftliche Bewegung, die sich nur begreifen lässt, wenn wir die *Motive* dahinter sehen. Es geht um Aufbruch, ums Entdecken, unerwartete Begegnungen und den Wunsch nach Unabhängigkeit und Ungebundenheit, der seinen Ausdruck auch in der Do-it-yourself-Bewegung, der Liebe zum Handwerk oder dem Urban Gardening findet.

Zeiten

© Heinen

medianet

LEITARTIKEL

Attacke auf die heiligen Kühe

Die Steuerreform steht. Bis auf Details. Offen ist nur hoch, wie hoch sie ausfällt, wer davon profitiert, wer dafür bezahlt – und wann sie kommt.

SABINE BRETSCHNEIDER

Milch & Honig Lange Zeit wurde sie außerhalb kleiner Zirkel innerhalb der SPÖ herumgereicht wie eine heiße Kartoffel; jetzt regnet es allerorten Ideen – und Applaus. Bevor jedoch Milch und Honig die Arbeitnehmer ertränken – und auch die Arbeitgeberfraktion ergötzen –, müsste man sich jetzt noch einigen. Wen wollen wir entlasten? Wie? Und: wovon? Ja, und: ab wann? Aber seit wir allerorts nachlesen durften, dass es in Wahrheit ja gar nicht die Lohnsteuer ist, die uns am Monatsende zu Boden drückt, sondern vielmehr die tonnenschweren Sozialversicherungsbeiträge, ist ja die Freud ohnehin ein bissl getrübt.

Kein Weihnachtsgeld?

„Es wird keine große Reform sein", wird Bert Rürup, der frühere „Wirtschaftsweise", in der *Presse* zitiert. „SPÖ und ÖVP werden schwächer und verlieren an gestalterischem Mut", sagte er; dabei müssten sie im Zuge einer Steuerreform „hart sein und auch die eigenen Pfründe in Frage stellen". 500 „Ausnahmetatbestände" ortet Rürup im heimischen Steuersystem – darunter auch das steuerbegünstigte 13. und 14. Monatsgehalt. Dies käme – und da hat er natürlich recht – vor allem Besserverdienern zugute. Allerdings gewinnt man mit solchen Argumenten vielleicht das eine oder andere Damenscharmützel – in die Schlacht ziehen kann man damit nicht. Wer sich zweimal im Jahr über eine Ferien- bzw. Weihnachtszulage freut, der akzeptiert keine Streichung – auch wenn man, Neidkomplex hin oder, den „Bonzen" viel mehr wegnimmt. Und die Berechnung von Jahresgehältern hat in Österreich keine Tradition, wie wir wissen. Und: Wem es gelingt, Urlaubs- und Weihnachtsgeld anzutasten, der schafft es auch, nach skandinavischem Vorbild eine Transparenzdatenbank einzuführen, die sämtliche beim Finanzamt angegebenen Einkünfte der Österreicher transparent und online verfügbar macht. Wetten werden angenommen.

Nur mehr Kleinigkeiten

Wie man lesen durfte, gibt ja die Bundesregierung am Wochenende zumindest einmal das Steuerreformvolumen bekannt. Das wäre sozusagen Schritt eins … und dann wäre nur mehr festzulegen, wie das mit der Gegenfinanzierung aussähe. Details also. Das Thema Vermögenssteuern wird allerdings zunehmend unpopulär … Man darf also durchaus gespannt sein.

mail to s.bretschneider @medianet.at

ZITAT DES TAGES

Robert Lugar, ehem. Klubobmann Team Stronach, sucht Mitarbeiter

Politische Kenntnisse werden nicht vorausgesetzt (…). Ihre politischen Überzeugungen sind nicht relevant.

HEUTE IM BUSINESS WEEKEND

© Deutsche Bank

„Das Gewinnwachstum der Unternehmen ist dabei, sich zu stabilisieren. Was auf die Stimmung drückt, sind die negativen politischen Meldungen."

GÉRARD PIASKO, DT. ASSET & WEALTH MANAGEMENT, S. 20

© Payment Servi. A/medwed Fotogr.

„Konkret hat sich die Nutzung des kontaktlosen Bezahlens allein von Jänner bis Juni 2014 fast verdoppelt."

RAINER SCHAMBERGER, PAYMENT SERVICES AUSTRIA, S. 44

Gastkommentar Nahezu alle Händler bereiten sich schon vor

Lebensmittel aus dem Onlineshop

Zukunftskonzepte Wer hat vor 20 Jahren damit gerechnet, dass etwa 30 Prozent aller Bücher über das Internet gekauft werden und die Bestellung von Kleidung über das Internet eine Selbstverständlichkeit darstellt? Amazon verkaufte 1995, vor knapp 20 Jahren, sein erstes Buch über das Internet und ist heute mit 74,4 Milliarden US-Dollar Umsatz der mit Abstand führende Einzelhändler im weltweiten Netz.

In Österreich haben laut Statistik Austria im Vorjahr bereits mehr als die Hälfte aller 16- bis 74-Jährigen im Internet Waren oder Dienstleistungen eingekauft; die führenden Kategorien sind Elektroartikel, Computer, Bücher und Textilien.

Aber welche Bedeutung haben Lebensmittel im Onlineeinkauf? Manche Branchenexperten sind skeptisch und erwarten ein Scheitern des Onlinehandels mit Lebensmitteln, aber nahezu alle Händler in Österreich hat bereits begonnen, Konzepte für diese neue Vertriebsform zu entwickeln.

„Manche Branchenexperten sind skeptisch und erwarten ein Scheitern des Onlinehandels mit Lebensmitteln (…)."

NIKOLAUS HARTIG, ECR AUSTRIA

Drei mögliche Varianten

Derzeit gibt es für den Onlinehandel mit Nahrungs- und Genussmitteln drei Formen. *Click and collect*: Ein Konzept, das in Frankreich unter anderem bei Auchan umgesetzt ist. Der Kunde bestellt über Internet und bezahlt die Ware, spätestens nach zwei Stunden sind die Produkte kommissioniert und vorbereitet, der Kunde fährt zum Markt und erhält seine Artikel innerhalb von fünf Minuten in sein Auto eingeladen.

Onlinebestellung mit Abholung am Pick up-Point: Nach Bestellung und Kommissionierung wird die Ware in Schließfächern, die drei verschiedene Temperaturzonen aufweisen, gelagert, der Kunde identifiziert sich mit einem QR-Code auf dem Smartphone, die Fächer werden geöffnet und die Abholung der Ware kann 24 Stunden sieben Tage die Woche unabhängig von den Ladenöffnungszeiten erfolgen. Erste Schließfachanlagen sind vor Supermärkten errichtet, geplant sind aber auch Standorte in Gemeinden ohne Lebensmittelgeschäft und in großen Bürohäusern.

Onlinebestellung mit Hauszustellung: Die komfortabelste, aber teuerste Variante. Der Kunde bestellt und erhält die Ware nach Hause geliefert.

Welches der oben angeführten Konzepte wird von den Kunden präferiert und welche Lösung wird sich durchsetzen? Dies ist eines der Themen des großen ECR Austria Infotags am 13. November im Austria Trend Hotel in Wien. Unter dem Titel „Marketing 4.0 – die neue Konsumentenansprache" werden u.a. Markus Böhm, Geschäftsführer der Handelsgruppe Pfeiffer, und Peter Umundum, Vorstandsdirektor der Post, ihr neues Online-Konzept mit der Umsetzung der Logistiklösung präsentieren. Im Anschluss erläutern in der von Armin Wolf moderierten Podiumsdiskussion Branchenexperten von Rewe und Spar die von ihnen gewählten Strategien.

© GS1 Austria/Gregor Schweinester

Nikolaus Hartig, ECR Austria-Manager; www.ecr-austria.at

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

IMPRESSUM

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

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

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

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

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

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

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

Offenlegung gem. § 25 MedienG: http://www.medianet.at/footermenu/mediadaten-impressum/

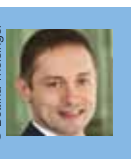
CLIP! MEDIASERVICE
Medienbeobachtung
Infos: www.clip.at • +43(0)1 503 25 35

marketing & media

© Vienna Marriott Hotel

© APA/Georg Hochmuth

PLANUNG
Neue Daten durch Fusion von GfK Consumer Panel und Teletest **Seite 10**


© Bettina Theisinger

VERMARKTUNG
Fernsehsender DMAX ab Oktober auch in Österreich zu buchen **Seite 10**

CHARITY
Radeln im Wiener Marriott für den guten Zweck **Seite 12**

SHORT

© Richard Tanzer

Thomas Hinterleitner, Gründer LOC-Place, erläutert das Potenzial von Beacons, einer Technologie, die beispielsweise im Location Based Marketing zum Einsatz kommt. Derzeit laufen intensive Versuche, Österreich könne dabei eine Vorreiterrolle einnehmen, so Hinterleitner. *Seite 9*

© Heute

Eva Dichand, Geschäftsführerin der Gratistageszeitung *Heute,* begrüßt Serviceplan-Manager Rainer Newald als neues Mitglied in der Geschäftsführung. Der bisherige Digitalchef Christof Hinterplattner scheidet auf eigenen Wunsch aus, Dichand selbst übernimmt seine Digitalagenden. *Seite 10*

© Christian Mikes

Daniel Wiesinger, Geschäftsführer der Agentur marbet, erläutert im **media**net-Gespräch seine Ansprüche im Eventgeschäft: Man wolle nicht nur fiktiv glänzen, sondern auch tatsächlich erfolgreiche Konzepte liefern; Angebote von der Stange würde man bei ihm nicht finden. *Seite 11*

MEDIANET TV HEUTE

© TBWA\Wien

TBWA\Wien realisiert die neue Kampagne samt Spot für die Arbeiterkammer. *Seite 8*

W24: „Wöod-Inhalte für eine Wöod-Stadt“

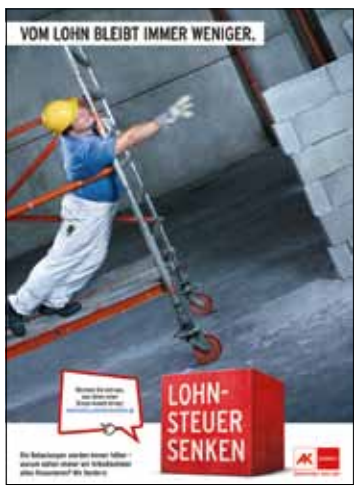
© ViennaPress/Andreas Tischler

Von links nach rechts: GF Marcin Kotlowski, Moderatorin Eva Pölzl, GF Markus Pöllhuber und Programmdirektor Michael Kofler.

Programminhalte Der Stadtsender W24 verstärkt unter dem neuen Claim „Wöod“ seine Berichterstattung auf lokaler Ebene. Neben einem Plus an Information und Service setzt man auch auf Dokus, Musik und 1.000 Stunden live. **Seite 8**

TBWA Steuerreform

AK-Kampagne



© AK

Anhand der Kampagne fordert die AK die Senkung der Lohnsteuer.

Wien. In der neuen Herbst-Kampagne der Arbeiterkammer, realisiert von TBWA\Wien, wird das innenpolitische Top-Thema aufgegriffen: die seit Langem diskutierte Steuerreform. Gleichzeitig mit der Gewerkschaft fordert die Arbeiterkammer die Senkung der Lohnsteuer. „Der Faktor Arbeit ist in Österreich hoch besteuert: Immer mehr Menschen bleibt immer weniger vom Lohn übrig – und die Belastungen steigen weiter", so Wolfgang Mitterlehner, Leiter der Kommunikation der Arbeiterkammer. Die Kampagne zeigt unter anderem einen Maurer, dem trotz 20jähriger Berufsausübung kaum Lohn übrig bleibt. Anhand der jetzigen Kampagne fordert die Arbeiterkammer mit einem konkreten Reformvorschlag den Ausweg aus der Steuer-Schieflage.

„Trifft den Nerv"

Irene Sagmeister, Geschäftsführerin bei TBWA\: „Die aktuellen politischen Entwicklungen und die Regierungsumbildung bringen Bewegung in das Thema unserer neuen Kampagne für die AK, die punktgenau den Nerv der Österreicher trifft." Die Kampagne startet Ende September und wird durch einen umfangreichen Mix an Anzeigen, Außenwerbung, Online- und Below-the-line-Maßnahmen in den Bundesländern begleitet. *(red)*

Programmpräsentation Sender setzt auf mehr Live-Berichte aus der Stadt und Besetzung glaubwürdiger Nischen

Stadtsender W24 stärkt seine lokale Kompetenz

Neues Format „Österreich Blick" im R9-Verbund stärkt die Bestrebungen in der Vermarktung.

JÜRGEN HOFER

© Richard Tanzer

Marcin Kotlowski, WH Medien- und R9-Geschäftsführer, Moderatorin Eva Pölzl, Eigentümervertreter Niko Pelinka (Kobza Media).

Wien. „Im Kern steht die Suche nach Nähe", umreißt WH Medien-Geschäftsführer Marcin Kotlowski die Positionierung des zur Holding gehörenden Fernsehsenders W24; „die Zukunft der Medien liegt in der Besetzung glaubwürdiger Nischen. Konstruktive, gute Geschichten werden überleben." Deshalb will man den Wiener Sehern noch mehr von der Stadt zeigen und Inhalte mit lokalem Bezug und Relevanz in der Region senden.

Dieses Bestreben, das die Macher im Rahmen der Programmpräsentation für 2015 vorstellten, steht unter dem neuen Slogan „Wööd", man wolle „Wööd-Inhalte für eine Wööd-Stadt" bieten. Neben einer im Oktober startenden, flächendeckenden Citylight-Kampagne zieht sich der Claim wie ein roter Faden durch das Programm des Stadtsenders.

1.000 Stunden live

W24-Programmdirektor Michael Kofler stellte fünf inhaltliche Programmhighlights in Aussicht: Forciert wird die Live-Schiene mit über 1.000 Stunden Live-Berichterstattung von den Wien-Wahlen, dem Song Contest, dem Life Ball oder etwa dem Donauinselfest. Am Donnerstag bietet man künftig in Kooperation mit der Viennale ein mal pro Monat Dokumentationen vom Filmfestival. Verstärkt wird auch die Austrozone, wo man mit bekannten Gesichtern wie Eberhard Forcher oder Udo Huber voll auf Musik setzt. Der Programmschwerpunkt „24 Themen für Wien" erörtert brennende Thematiken der Bundeshauptstadt wie beispielsweise die Herausforderung durch den Bevölkerungszuwachs. Und: „Guten Abend Wien" sendet aus einem neuen Studio und zeitlich ausgebaut künftig täglich von 18 bis 21 Uhr, dazu bietet man im Bereich Information und Service drei Stunden „Guten Morgen Wien", „Mahlzeit" von 12 bis 14 Uhr und zudem 13 Mal pro Tag ein stündliches News-Update, wie W24-Chefredakteur Kurt Raunjak erläuterte. Weiterhin Bestand haben wird das Kultformat „Nachtschiene", künftig kann man die durch Wien kurvenden Busse und Bims mit Musik von Lounge FM untermalt sehen. Diese Schwerpunkte sollen auch dazu beitragen, die „Schallmauer von 100.000 regelmäßigen Sehern" zu durchbrechen, gibt Kotlowski die Zielsetzung vor. Erst dann würde man auch in der Wahrnehmung der Mediaagenturen eine gewichtige Rolle spielen – unterstützt wird dieses Vorhaben durch die Aufnahme in den Teletest.

Im Verbund mit R9

Beitragen soll aber auch das neu geschaffene Format „Österreich Blick" mit Moderatorin Eva Pölzl, das im vor einem Jahr geschaffenen Verbund R9, immer freitags um 20 Uhr durchgeschaltet, auf allen neun teilnehmenden Regionalsendern ausgestrahlt wird. Mit dieser neu geschaffenen Fläche habe man sich auch für die Werbewirtschaft gut aufgestellt, so Kotlowski, der gleichzeitig auch als R9-Geschäftsführer agiert. Großkunden wie ÖBB, Post oder Verbund würden diese neue Form der nationalen Schaltbarkeit mit lokaler Möglichkeit der Differenzierung wahrnehmen, rund 600.000 € an Werbeumsätzen konnte man bisher rund um Österreich Blick generieren. „Damit liegen wir bereits jetzt 20 Prozent über Plan", so Kotlowski. Davon profitieren die im R9-Verbund teilnehmenden Sender insofern, als dass 51% des Umsatzes – ähnlich wie beim Radiopendant RMS – nach einem alle zwei Jahre nach Teletestquoten festgelegten Schlüssel ausgeschüttet werden.

Derzeit erreicht der R9-Verbund zwei Mio. Haushalte, etwa 900.000 davon sähen regelmäßig zu, so Kotlowski.

TIPP DES TAGES

© DVA

Die geprellte Gesellschaft
Warum wir uns mit der Steuerflucht von Reichen und Großkonzernen wie Amazon und Apple nicht abfinden dürfen und Steuern zahlen glücklich macht? Dafür liefert das Buch des Wirtschaftsredakteurs Bastian Birkmann schlagende Argumente. Der Helmut-Schmidt-Journalistenpreis-Träger spricht ein Thema an, das in der Öffentlichkeit sonst zumeist nur für Furore sorgt, wenn ein prominenter Steuersünder auffliegt, so wie zuletzt Alice Schwarzer. Doch: Steuerflucht untergrabe unsere Gesellschaft – wie, das ist in dieser Lektüre auf 254 Seiten nachzulesen. 20,60 €, erschienen im DVA Verlag, ISBN: 978-3-421-04646-8

Etatgewinn Demner, Merlicek & Bergmann als Partner

Neupositionierung bei Merkur

Wien. Der Lebensmittel-Konzern Merkur vertraut künftig im Zuge einer Neupositionierung auf die Leistungen der Agentur Demner, Merlicek & Bergmann.

Die Neuausrichtung der Kette aus dem Rewe-Konzern umfasst dabei sämtliche Kanäle; man präsentiert sich in TV, Print, Hörfunk, Flugblättern und auch vor Ort am Point of Sale. Das Image der Marke soll dadurch erneuert werden, was auch in den Merkur-Märkten selbst deutlich spür- und erlebbar sein soll.

„Qualität und Genuss"

Kerstin Neumayer, Merkur-Vorstand: „Merkur steht schon immer für Qualität und Genuss, das bleibt auch in Zukunft im Fokus. Wir freuen uns, mit Demner, Merlicek & Bergmann den passenden Partner für die Neupositionierung gefunden zu haben." *(red)*

© Rewe International; medianet/Katharina Schiffl

Kerstin Neumayer, Merkur-Vorstand; Mariusz Jan Demner, Agenturchef D,M&B.

Karriere Heidi Schuller-Hrusa verstärkt Wiener Agentur

Neue Agenturleiterin bei Yield PR

Wien. Die gebürtige Wienerin Heidi Schuller-Hrusa ergänzt seit Kurzem das Team der Wiener Agentur Yield PR. Gemeinsam mit den beiden Geschäftsführern Nikolaus Pjeta und Alexander Langgruber ist sie für die Bereiche New-Business sowie Eigen-PR und -Marketing von Yield PR verantwortlich.

Auch die operative Beratung von diversen Key-Clients der Agentur fällt künftig in ihren Tätigkeitsbereich. Vor dem Antritt der neu geschaffenen Position als Agenturleiterin bei Yield PR war die Kommunikationsexpertin sieben Jahre lang bei der Agentur Aigner PR als Agenturleitung und Mitglied der Geschäftsführung tätig; ihr Aufgabenbereich umfasste die Personal-Agenden, die Leitung der Kundenprojekte sowie den Bereich New Business.

Perfekte Team-Ergänzung

Ihren beruflichen Werdegang startete Schuller-Hrusa bei der Werbeagentur Lowe GGK, bevor sie bei W.& A. Jonak für die Luxusmarken Hermés, Armani, Versace und Ferré im Marketing anheuerte. Nach einem Wechsel zu der Werbeagentur The Form, arbeitete sie ab 2007 schließlich als Agenturleiterin bei Aigner PR.

„Heidi Schuller-Hrusa ist mit ihrer langjährigen Erfahrung und ihrem umfangreichen Branchennetzwerk die perfekte Ergänzung für unser Team; mit ihr gemeinsam möchten wir das stetige Wachstum unserer Agentur weiter vorantreiben", betont Nikolaus Pjeta. *(red)*

© Katharina Schiffl

Heidi Schuller-Hrusa als neue Agenturleiterin bei Wiener Agentur Yield PR.

Mahlzeit! „Was i net kenn, iss i net“, üben sich Beacons-Anwender in Zurückhaltung, doch „gegessen“ wird längst, auch in Österreich

Die Zukunft bekommt Realität

Bluetooth Smart als „Trittstein auf unserem Weg, wie fiktionale Charaktere in Science-Fiction Movies zu werden“.

DANIELA LINDNER

Wien. Wer denkt, dass die beginnende Verschmelzung von virtueller und realer Welt mehr Science-Fiction ist als banale Realität, der irrt. Datensender von der Größe eines Lippenstifts sind im Begriff, die Grenzen zwischen digitalem Raum und Offline-Leben zu verwischen.

Per Smartphone zum gewünschten Produkt im stationären Store navigiert werden? Kein Problem mit den sogenannten Beacons, der Technologie, die dem Offline-Handel den Aufbau einer Online-Präsenz vor Ort ermöglicht: Die Funktechnik Bluetooth sendet die Signale der Beacons mit einer Reichweite von bis zu 100 Metern aus, die App des Händlers reagiert darauf und ermöglicht individuelle, auf die Kauf-Situation abgestimmte Informationen und Angebote in Form von Push-Nachrichten für den Konsumenten.

Auch Vorreiter Apple ist auf diese Erweiterung der Smartphone-Erfahrung mit Beacons aufgesprungen und setzt in den USA auf die firmentypisch benannten iBeacons.

© Richard Tanzer

Thomas Hinterleitner erläutert die Anwendungsgebiete der sogenannten Beacons.

Nur Zukunftsvisionen?

Aktuell werden auch in Österreich Technologien wie Beacons von der selbsternannten Wissens- und Innovations-Plattform LOC-Place auf Herz und Nieren getestet, und jeder mit dem nötigen Kleingeld kann im Burgenland einen Einblick erhaschen: Der erste offene Feldtest zum Thema Location Based Services und Marketing mit dem klingenden Titel „Best To Sun“ soll die Akzeptanz von Location Based Tools im Alltagseinsatz überprüfen und die Erarbeitung von allgemeingültigen Aussagen und Handlungsempfehlungen möglich machen. Bei geführten Touren durch die Locations der teilnehmenden Partner wie einem Flagship-Store im Outletcenter Parndorf zeigt LOC-Place live den Einsatz der Beacons.

Vorsicht vor Missbrauch

LOC-Place-Gründer und DMVÖ-Vorstand Thomas Hinterleitner sieht Österreich in Europa als Vorreiter-Land für mobile Technologien, wenn auch die Anwender eher zurückhaltend seien, ganz nach der Devise ‚Was i net kenn, iss i net.‘ Grund genug, „warum der LOC-Place.com Feldtest bewusst hier in Österreich implementiert wurde“.

Wird *doch* gegessen, stellt sich die Frage: Bekommt die Mahlzeit denn? Die Dosis macht auch hier das Gift. Hinterleitner warnt vor einer Spam-Überflutung: „Die Möglichkeit, den Kunden direkt am PoS persönlich ansprechen zu können, darf nicht als Werbe-Kanal für plumpe Spam-Nachrichten missbraucht werden.“ Als sinnvolle Einsatzgebiete erachtet er die Möglichkeit der Bestellung von nicht vorrätiger Ware direkt über die App oder der Verweis auf den Onlineshop außerhalb der Öffnungszeiten. „Apps, die diese Mehrwert-Kriterien nicht erfüllen, werden schnell Gefahr laufen, dass Kunden Bluetooth oder die Nachrichten-Services gezielt ausschalten.“

> Beacons-Lösungen: „Einfach anzuwenden und von Apple und Google bereits auf Betriebssystem-Ebene userfreundlich intgriert.“
>
> THOMAS HINTERLEITNER, LOC

Laut Hinterleitner haben Beacons Potenzial; auch bei Nicht-Digital Natives stünde die Tür weit offen. „Beacons-Lösungen sind sehr einfach anzuwenden und von Apple und Google bereits auf Betriebssystem-Ebene vollkommen userfreundlich integriert“, befindet er. „Die angesprochenen Zielgruppen müssen eine Affinität zur echten Nutzung von Smartphones, die über simples Telefonieren hinausgeht, haben.“ Der LOC-Place-Gründer räumt aber auch ein: „Ein Thema, das im Bezug auf Akzeptanz noch gewisse Vorbehalte und das besonders bei Nicht-Digital Natives auslösen könnte, ist Data-Privacy & Security.“

Gewiss ist nur: Beacons werden die Art, wie wir leben, revolutionieren, wie Informatiker Christian Goosen erwartet, der im Mai seine Abschlussarbeit am Institut für Datenbanken und Informations-systeme an der Universität Ulm vorgelegt hat und wie folgt Resümee zieht: „Die Zukunft bekommt Realität und Bluetooth Smart ist nur ein Trittstein auf unserem Weg, wie die fiktionalen Charaktere in Science-Fiction Movies zu werden.“ Goosen prophezeit, wir könnten eines Tages Beacons implantiert haben, um uns Menschen Teil des Internets der Dinge werden zu lassen – aber wollen wir das auch?

GROSSER AUFTRITT FÜR IHR FLUGBLATT

POST PROSPEKT AWARD '14

Das Flugblatt gehört mit 79 %* Werbeerinnerung zu den effizientesten Werbemedien des Landes. Deshalb laden wir auch heuer wieder Österreichs Konsumenten ein, ihren Werbeliebling unter den erfolgreichsten und kreativsten Flugblättern zu wählen.

LIEBLINGSFLUGBLÄTTER WÄHLEN UND GEWINNEN!

3,3 Mio. Stimmkarten werden am 17./18. September dem KUVERT beigelegt und – heuer zum ersten Mal – auch in den Filialen aufgelegt, um die hohe Kundenfrequenz am POS zu nutzen. Zudem können Konsumenten von 17.09.–10.10.2014 ihre Lieblingsflugblätter auch online unter **www.postprospektaward.at** wählen und tolle Preise gewinnen. Bei einer glanzvollen Gala am 4. November werden die besten Flugblätter mit dem Goldenen Poldi ausgezeichnet.

1. PREIS:
FIAT PANDA CROSS
Der trendige Allrad-Panda im Gelände-Outfit, Wert EUR 20.000,–
2.-5. PREIS:
iPad Air Wi-Fi & Cellular, 64 GB
6.-15. PREIS:
iPhone 5s mit 32 GB, vertragsfrei

BIS 10.10.2014: LIEBLINGSFLUGBLÄTTER WÄHLEN WWW.POSTPROSPEKTAWARD.AT

www.postprospektaward.at

*Quelle: Gallup Branchenmonitor LEH, April 2014

Post

PKP BBDO 12 Points

Claim für Song Contest 2015

© PKP BBDO/Oliver Gast

Alfred Koblinger, CEO PKP BBDO, konnte mit dem Slogan punkten.

Wien. Auf der Suche nach dem passenden Claim für den Eurovision Song Contest 2015 konnte die Wiener Kreativagentur PKP BBDO mit ihrer vorgeschlagenen Lösung „Building Bridges“ unter Hunderten von Vorschlägen siegen. Inspiration für den Claim lieferte das Zitat von Isaac Newton: „Die Menschen bauen zu viele Mauern und zu wenig Brücken“. Voraussetzung für die Entwicklung des Leitmotivs war es, den Grundgedanken des Eurovision Song Contests, Musik als wichtigste Brücke zwischen Menschen und Kulturen zu verstehen, mit der Toleranz-Botschaft von Conchita Wurst und Österreich als Austragungsort zu verbinden.

„Völkerverbindend“

Die Brücke steht sinnbildlich für die Verbindung von Welten, als Vermittlungs- und Friedenssymbol und weist darüber hinaus einen starken Europa-Bezug auf – sind doch auch auf den Rückseiten aller Euro-Banknoten Brücken abgebildet.

ORF-Generalsekretär Alexander Wrabetz zeigt sich begeistert und begründet seine Wahl wie folgt: „Mit „Building Bridges“ kommt ein Leitmotiv zum Einsatz, das die europäische Idee mit dem völkerverbindenden Charakter der Musik vereint.“ *(red)*

Optimierung Fusion des GfK Consumer Panel mit Daten des Teletest für noch genauere Kundendaten

„Wir wollen mit Kanonen auf Spatzen schießen“

Optimierung der Mediaplanung: mit gezielter Käuferansprache Streuverluste möglichst vermeiden.

DANIELA LINDNER

Wien. Ein Auslandssemester da, ein Wohnortswechsel dort. Mal diese Partei, mal jene. Der Konsument von heute nimmt sich die Freiheit heraus, Wechselwähler zu sein oder so viele Lebensabschnittspartner zu haben, wie er will – weil er es kann. Die Sprunghaftigkeit des Menschens macht sich auch im Handel deutlich.

> „Die Loyalität hat komplett abgenommen, gleichzeitig sind Flexibilität, Mobilität und Wertepluralismus extrem gestiegen.“
>
> ULF SCHÄTZEL, GFK

Illoyale Kunden

Das gilt es auch bei der Mediaplanung zu berücksichtigen, wie man sich bei der Präsentation der GfK und der Arbeitsgemeinschaft Teletest zu TV-Käuferzielgruppen in Österreich am Dienstag einig war: Käufer sind illoyaler geworden, und Stammkunden einem nicht mehr gewiss, bleiben doch nach drei Jahren von einem Anteil an 41% First Choice Buyern nur 18% übrig.

Dagegen gilt es vorzugehen, um Käuferabwanderungen zu unterbinden. Ulf Schätzel von der GfK erklärt: „Die Loyalität hat komplett abgenommen, gleichzeitig sind Flexibilität, Mobilität und Wertepluralismus extrem gestiegen.“

© APA/Georg Hochmuth

Eine Masse an Konsumenten, über die nun neue Daten vorliegen.

Wie man die teuren Streuverluste vermeiden, Erhaltungs- und Eroberungsstrategien zielgerichtet verfolgen und die Effizienz des Mediaeinsatzes signifikant steigern will?

Statistische Zwillinge

Die Datenfusion zweier Studien, dem GfK Consumer Panel und dem Teletest, erlaubt es erstmals in Österreich, TV-Planungen auf Käuferzielgruppen vornehmen zu können. Für alle 1.600 vom Teletest gemessenen Haushalte wurde dafür aus dem Pool an 4.000 Haushalten des Consumer Scan Panels ein statistischer Zwilling herangezogen. „Das gemessene Einkaufsverhalten ist eine harte Währung“, so Schätzel.

„Charme des Systems“

Barbara Evans, Facit Media Efficiency-Geschäftsführerin, berichtete von der Umstellung der TV-Planung auf Käuferzielgruppen in Deutschland und den positiven Effekten auf Absatz und Werbewirkung der von Mediaplus betreuten Marken. „Wir wollen mit Kanonen auf Spatzen schießen; das ist, was den Charme des Systems ausmacht.“

„Viel hilft nicht viel“

Dass es nicht immer auf das höchste Werbebudget ankommt, verdeutlichte media plus-Geschäftsführer Oliver Hey: „Viel hilft nicht viel.“ Mediaplanung müsse nicht immer ausschließlich basierend auf soziodemografischen Variablen stattfinden, bei gleichbleibenden Budget könne man die Effizienz von Kampagnen mit Zielgruppen steigern. Auch für Adalbert Lechner, Geschäftsführer von Lindt & Sprüngli Deutschland, ist es sinnvoll, „mit weniger Schüssen genauer zu zielen, um treffer zu landen“.

> „Wir wollen mit Kanonen auf Spatzen schießen; das ist, was den Charme des Systems ausmacht.“
>
> BARBARA EVANS
> FACIT MEDIA EFFICIENCY

„Ich erreiche jede Woche mehr Netto-Reichweite, ich habe eine höhere Aufmerksamkeit und ich habe um 30 Prozent mehr Werbedruck auf die richtige Zielgruppe, als wenn ich auf eine soziodemografische Zielgruppe adressiere“, so mediaplus-Geschäftsführer Andrea Malgara.

Neues Hinterplattner geht, Newald kommt, Dichand wechselt; zudem Relaunch vollzogen

Personalrochaden bei „Heute“

Wien. Wechsel an der Spitze der Gratistageszeitung *Heute*: Am Dienstag vermeldete man Rainer Newald, derzeit an der Spitze der Agentur Serviceplan, als neuen Geschäftsführer. Einen Tag später, am Mittwoch, vermeldete dann Heute-Digitalchef und Verantwortlicher für netdoktor.at, Christof Hinterplattner, seinen Abschied via Twitter. Eva Dichand selbst verlautbarte am Kurznachrichtendienst bereits am Tag davor, dass Newald ihre Agenden aus dem Printgeschäft übernehmen werde und sie sich künftig „voll um den Aufbau unseres Digitalgeschäfts“ kümmere.

Dazu zählt auch der Relaunch des Portals, der zuletzt kommuniziert wurde: Ab sofort ist die Website übersichtlicher und mit mehr Inhalten gestaltet. „Das neue Design folgt der Devise ‚Mobile first‘ und ist die konsequente Umsetzung dessen, was unsere Leser von uns wollen“, erläuterte der scheidende Hinterplattner. „Und für unsere Werbekunden bedeutet dieser Relaunch, dass wir wie auch bei *Heute* in Print sicherstellen, dass ihre Werbung in einem qualitativ hochwertigen Umfeld platziert wird, um so maßgeblich zum Werbeerfolg beizutragen“, so Dichand.

© NetDoktor.at/Elisabeth Kessler; Serviceplan

Christof Hinterplattner (links) verlässt *Heute*, Rainer Newald ist neu an Bord.

Zu den wichtigsten Änderungen zählen ein Newsticker am unteren Rand des Computer-Bildschirms, der immer die neuesten Storys anzeigt, und eine mobile Vollversion, die den Upload von Bildern und Videos ohne Einschränkung erlaubt. Auch der Leserreporterbereich wurde benutzerfreundlicher gestaltet.

Die gesamte Website ist nun im Responsive-Design; darüber hinaus werden die Seiten dank neuer Technologie mit Power-Speed geladen. Für alle Anzeigenkunden gibt es dadurch ab sofort viel geringere Ladezeiten der Werbemittel, eine deutliche Erhöhung der Visibility und somit auch eine wesentliche Qualitätssteigerung. *(hof)*

Format Goldbach Media Austria als Exklusiv-Vermarkter

DMAX in Österreich

Wien. Ab 1. Oktober ist DMAX, der erste weltweite Free-TV-Kanal von Discovery Networks, auch als Österreich-Version über Astra und Kabel empfangbar. Mit 25. Oktober können Auftraggeber nun auch hierzulande dieses Umfeld für die Bewerbung männeraffiner Produkte nutzen.

Goldbach Media Austria Geschäftsführer Josef Almer ist überzeugt, dass „der einzigartige Programm-Mix aus hochqualitativen Non-Fiction-Inhalten bei den österreichischen Werbetreibenden auf großes Interesse stoßen wird“.

© Bettina Theisinger

Kai-Uwe Jürgens will nun auch in Österreich die Erfolgs-Story DMAX fortsetzen.

Laut den Angaben des Kultsenders hat DMAX mit dem Stand 1. September hierzulande eine technische Reichweite von 65% und erzielt im laufenden Jahr einen Marktanteil von 1,4% in der Zielgruppe der 12- bis 49-Jährigen.

Vermarktungs-Partner

„Nach intensiven Gesprächen und Marktsondierungen hat uns Goldbach Media Austria mit seiner Kompetenz und Erfahrung in der Vermarktung von TV-Zielgruppen-Sendern als Exklusiv-Partner für DMAX Austria überzeugt. Gemeinsam mit Goldbach Media und dem Medien-Profi Markus Andorfer, der uns mit seinem Know-how beim Österreich-Start tatkräftig unterstützt, werden wir die Erfolgs-Story DMAX auch in Österreich fortsetzen“, kommentiert Kai-Uwe Jürgens, Director Ad Sales Discovery Networks Deutschland, die Entscheidung. *(red)*

Portrait Live-Kommunikationsagentur marbet will „nicht nur fiktiv glänzen, sondern schließlich auch in der Realität erfolgreich sein“

„Wollen nicht nur fiktiv glänzen“

Geschäftsführer Daniel Wiesinger über Anforderungen und Herausforderungen am Markt.

Wien. Daniel Wiesinger, Österreich-Geschäftsführer der internationalen Live-Kommunikationsagentur marbet, strebt ein klares Ziel an: eine Platzierung unter den besten fünf Agenturen des Landes. Der Schwerpunkt liegt dabei im Bereich Corporate Events, Incentives und Promotions.

„No monkey business“

Anders als bei vielen anderen Mitbewerbern zeichne die marbet laut Wiesinger eine spezielle Denk- und Arbeitsweise aus: „No monkey business“ lautet hier einer der Leitsätze des Unternehmens. „Übersetzt bedeutet dies, dass den Kunden nichts versprochen wird, das später nicht eingehalten werden kann. Das beginnt bereits in der Konzeptionsphase, bei der wir dem Kunden nichts x-Beliebiges ‚zusammenbasteln‘, das toll klingt, am Ende aber nicht umsetzbar ist. Wir und unsere Kunden wollen schließlich auch in der Realität erfolgreich sein und nicht nur fiktiv glänzen“, erläutert Wiesinger.

Das Angebot der marbet richtet sich vor allem an Kunden, die Konzepte mit intelligenter Kreativität suchen: „Angebote von der Stange wird man bei uns nicht finden. Uns geht es um Nachhaltigkeit, individuelle maßgeschneiderte Konzepte und langfristige Kundenbindung“, führt Wiesinger weiter aus.

> „Angebote von der Stange wird man bei uns nicht finden. Uns geht es um Nachhaltigkeit, individuelle, maßgeschneiderte Konzepte und langfristige Kundenbindung.“
>
> **DANIEL WIESINGER, MARBET**

Eines der größten Projekte in diesem Geschäftsjahr war die „One-Night-Stand“-Promotion-Aktion für die Automarke Hyundai. Des Weiteren sind sowohl national als auch international Projekte u.a. für Samsung Electronics Austria, Almirall Österreich und das Deutsche Maklerforum umgesetzt worden.

In der Entscheidungsfindung bei Projektvergaben werde nach Beobachtung von Wiesinger die Einkaufsabteilung immer einflussreicher. Das habe zur Folge, dass die Kosten oft zum alleinigen Entscheidungsfaktor werden. Das größte Problem dabei sei, dass essenzielle Kommunikations-Tools und Stilmittel teilweise wahllos dem Rotstift zu Opfer fallen und dabei der rote Faden des Events Gefahr läuft, verloren zu gehen. „Dieser Herausforderung gilt es sich zu stellen und final den optimalen Mix zu finden. Der Erfolg eines Events steht zudem nicht primär im direkten Zusammenhang mit der Budgetgröße, sondern ist vor allem vom Konzept und dessen Umsetzung abhängig. Und das muss nicht zwingend teuer sein“, so Wiesinger.

„Dass die goldenen Zeiten in der Eventbranche vorbei sind, und die aktuelle allgemeine Wirtschaftslage nach wie vor angespannt ist, ist kein Geheimnis. Auch dass die Zahlen mehr denn je im Vordergrund stehen, ist eine Tatsache, die sich nicht so schnell – wenn überhaupt je wieder – ändern wird“, sagt Wiesinger. Das bekämen in der Regel als erste die Mitarbeiter der Unternehmen zu spüren. Weihnachtsfeiern, Incentive-Programme und Ähnliches werden in solchen Situationen schnell einmal eingespart – „ein völlig falscher Ansatz meiner Meinung nach, da das Kapital eines jeden Unternehmens motivierte und zufriedene Mitarbeiter sind. Natürlich bin ich nicht so realitätsfremd, dass ich die Einsparung in den meisten Fällen nicht nachvollziehen kann, aber man kann in solchen Fällen mit einer abgespeckten Variante Kosten sparen und trotzdem den Mitarbeitern einen Benefit bieten.“

Dialog statt Monolog

Im Bereich Branchentrends sieht der Agenturgeschäftsführer vor allem die Neuen Medien und speziell das Thema Social Media stark im Kommen. Dieses Thema habe riesiges Potenzial, um die Art und Weise der Kommunikation bei Events grundlegend auf den Kopf zu stellen. „Genau wie es im Internet den Wandel vom Web 1.0 zum Web 3.0 gegeben hat, wird es diesen auch bei Events geben. Der Monolog wird – hoffentlich bald – ausgestorben sein, und der Dialog bzw. in weiterer Folge die Interaktion mit dem Publikum wird sich immer stärker durchsetzen.“ Hier sieht Wiesinger die künftige Challenge: On- & Offline-Kommunikation im Event zusammenzuführen und daraus Live-Interaktion zu schaffen. *(cw)*

© Christian Mikes

Daniel Wiesinger, Österreich-GF der Live-Kommunikationsagentur marbet.

FÜR DIE GUTE SACHE

© Vienna Marriott Hotel (5)

1. Florian Gosch (ÖOC), Christoph Sieber (Windsurfer) und Peter Mennel (ÖOC); 2. Angelika Mayer-Horngacher (Vienna Marriott Hotel); 3. Entertainer Louie Austen und Hausherr Dieter Fenz (Vienna Marriott Hotels); 4. Marina Sladek (Vienna Marriott Hotel).

660 Kilometer für das SOS Kinderdorf

Charity-Radeln

In die Pedale getreten Im Vienna Marriott Hotel radelten Profi- und Hobby-Sportler bei der Charity-Aktion „24hours Cycling Bonanza“ für das SOS Kinderdorf in Wien. Insgesamt rund 660 Kilometer legten prominente Teilnehmer sowie Mitarbeiter des Hauses für den guten Zweck auf Hometrainern zurück. Neben den Spenden der Radfahrer sponserte das Vienna Marriott Hotel einen Euro pro gefahrenen Kilometer und so konnte eine Gesamtsumme von rund 900 Euro für das SOS-Kinderdorf Wien gesammelt werden. Die langjährige Zusammenarbeit zwischen der Marriott-Gruppe und SOS-Kinderdorf umfasst neben Hauspatenschaften eine Vielzahl von kreativen Aktivitäten. „Den Charity-Sportevent ‚24hrs Cycling Challenge‘ tragen alle Marriott Hotels in Europa mit, in jedem Haus stehen an diesem Tag Hometrainer im Hotelbereich für die gute Sache bereit. Wir freuen uns, dass viele Profi-Sportler und Hotelmitarbeiter an diesem Tag kräftig in die Pedale getreten haben“, freut sich Marriott-General Manager **Dieter Fenz** über den Erfolg der Aktion. *(red)*

Louie Austen jubelte über seine Leistung und seinen Geburtstag.

COCA-COLA BEIM „TAG DES SPORTS“

© Colombo Optical Engineers (3)

1. (v.li.) Charity Run: Sporthilfe-Chef Anton Schutti, Petra Burger (Coca-Cola), Leichtathlet Günther Matzinger, Philipp Bodzenta, Sportminister Gerald Klug und Christoph Stadler (Drei); 2. Micro Soccer; 3. Coca-Cola-Cup.

Rund 500.000 kamen zum Heldenplatz

Getting active

Sportlich Das Kaiserwetter sorgte am 20. September für einen neuen Besucherrekord beim Tag des Sports am Wiener Heldenplatz. Coca-Cola war heuer erstmals mit vielen Mitmachstationen und dem Coca-Cola CUP am Wiener Heldenplatz dabei. „Get active“ lautete das Motto für die mehr als 500.000 Besucher. Talentierte Nachwuchskicker nahmen am Coca-Cola CUP Mini-Turnier teil, im Anschluss an die Balljagd wurden die Nachwuchshoffnungen von ÖFB-Präsident **Leo Windtner** geehrt.

Für einen guten Zweck bewegten sich dann die Teilnehmer des Sporthilfe Charity Runs, den Coca-Cola als Hauptpartner unterstützte: Gemeinsam mit zahlreichen Sportstars wie **Andy Onea**, **Kathrin Zettel** und **Günther Matzinger** wurden viele Kilometer und damit Fördermittel für den österreichischen Sport gesammelt. **Philipp Bodzenta**, Unternehmenssprecher von Coca-Cola: „Der Tag des Sports ist ein hervorragender Event, der die Wichtigkeit von Sport und Bewegung unterstreicht und die Besucher gleich vor Ort zur Bewegung motiviert; genau diese Botschaft ist auch uns wichtig.“

medianet termine

Die Werbeartikelmesse marke[ding]plus findet am 1. und 2. Oktober in der Messe Wels in Oberösterreich statt. Weitere Informationen unter: *http://markeding-plus.at/*

MEDIANET FUNDSTÜCK DES TAGES

Buch „Stoppt die Banken“

Vorgestellt Esther Mitterstieler, ehemalige Chefredakteurin beim *WirtschaftsBlatt* präsentiert ihr Buch „Stoppt die Banken – wie Finanzinstitute unsere Zukunft verzocken“. An den Beispielen USA, Deutschland, Österreich und der Schweiz zeigt Mitterstieler, wie der Staat in den vergangenen Jahren von den Banken in die Rolle eines Geldautomaten gedrängt wurde und wie die Finanzkrise nicht nur passieren, sondern zugunsten einiger Banken zum Teil sogar künstlich verlängert werden konnte, so erläutert die Autorin die Inhalte auf ihrer Website www.stopptdiebanken.com. Das Buch soll dabei aufzeigen, wie mit Finanzen verantwortungsvoll umgegangen werden kann und was man aus Lehman, Hypo und Co. lernen kann. Präsentiert wird das Buch am 14. Oktober um 19:30 Uhr in der Buchhandlung Kuppitsch in Wien.

© WirtschaftsBlatt

TIPP DES TAGES

© Fischer Krüger

Ein Mann namens Ove
Seit Oves geliebte Frau Sonja gestorben ist und man ihn vorzeitig in Rente geschickt hat, sieht er keinen Sinn mehr und trifft praktische Vorbereitungen zum Sterben. Doch dann zieht im Reihenhaus nebenan eine junge Familie ein. Eine Geschichte über Freundschaft, Liebe, das richtige Werkzeug und was sonst noch wirklich zählt im Leben. Erschienen bei Fischer Krüger, 368 Seiten, 18,99 €, ISBN: 978-3-8105-0480-7

KARRIERE

Andreas Eisenwagen
Lowe GGK

Wechsel Andreas Eisenwagen kommt von Dirnberger de Felice Grüber, wo er als Creative Director vorrangig die Marken Billa, Teekanne und Internorm betreute, zur Lowe GGK. Zuvor war er über acht Jahre als CD für Publicis tätig. Eisenwagen leitet in seiner neuen Rolle als CD/Text gemeinsam mit Daniel Senitschnig das Kreativteam.

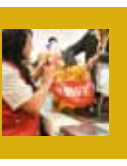
© Lowe GGK

retail

medianet retail eCommerce ab 3. Oktober 2014

© APA/Keystone/epa

KEINE KÄSE-FÖRDERUNGEN
Die EU-Kommission setzt die Hilfszahlungen für Käsehersteller aus **Seite 16**



© Rewe Group

HANDELSPOWER
Die Konzentration im deutschen LEH schreitet voran **Seite 16**

© Almdudler

ZURÜCK IN DIE HEIMAT
Hanna Mohr ist Produktmanagerin Deutschland bei Almdudler **Seite 18**

SHORT

© Metro/Stephan Huger

Metro-Bilanz In 2013 schaffte die Metro Österreich 786 Mio. € Umsatz (international: 31,2 Mrd. €). Das laufende Geschäftsjahr endet im September und dürfte im Erlös bei rund 800 Mio. € stehen – was eine Steigerung entgegen dem rückläufigen Handelstrend bedeutet. Bereits 100 Mio. € hiervon macht der Handelskonzern mit dem seit sieben Jahren aufgebauten Gastro-Zustelldienst, berichtet Marc Groenewoud (Bild), GD von Metro Cash & Carry Österreich. *Seite 15*

© www.bigshot.at / Christian Jungwirth

Unito-Bilanz Harald Gutschi (im Bild), Geschäftsführer der Unito-Gruppe, ist zufrieden: Mit eCommerce und mobilen Lösungen bringt es der Versandhandelskonzern mit Sitz in Graz zu immer wieder neuen Umsatzrekorden: Vom 1. März bis 31. August 2014 konnte Unito ihren Umsatz auf 158,2 Mio. € steigern, dies entspricht einem Wachstum von 10,1 Mio. € oder 6,8% im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahres. *Seite 16*

Benkos Signa-Team: Wo bleibt der Zentren-Profi?

© APA/Barbara Gindl; APA/Hans Klaus Techt; APA/dpa

Hard working men In Benkos Signa-Aufsichtsrat finden sich gewichtige Leute wie Ex-Kanzler Alfred Gusenbauer. Was fehlt, ist ein operativ starker Partner, der Shopping Center betreiben kann. Die Spekulationen verdichten sich auf **Seite 14**

Mode Der Konzern aus Schweden setzt Expansion fort

H&M steigert Gewinn um 20 Prozent

© APA/EPA/Rolex Dela Pena

Zur H&M-Gruppe gehören u.a. auch COS, Cheap Monday und Monki.

Stockholm. Die schwedische Modekette H&M konnte Gewinn und Umsatz im dritten Quartal steigern. Demnach machte H&M im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 20% mehr Gewinn, nämlich 576,75 Mio. €. Der Umsatz des Konzerns, zu dem auch andere Geschäfte wie COS, Monki, Weekday, Cheap Monday und & Other Stories gehören, wuchs um 21% auf 4,23 Mrd. €. In Märkten wie Frankreich, Italien, Spanien und China sind die Onlineshops nach Angaben der Kette gut gestartet. Bis Ende dieses Jahres sollen außerdem 375 neue Filial-Geschäfte eröffnen – u.a. in Indien, Südafrika und Peru. *(APA)*

© Kaufhaus Tyrol

SHOPPINGTEMPEL

René Benkos Vorzeigeobjekte Kaufhaus Tyrol (Bild) in Innsbruck, Goldenes Quartier in Wien und demnächst das Warenhaus Bozen Bolzano. Wie sich die Karstadt-Häuser oder auch Kaufhof in diese Riege einordnen werden, bleibt eine spannende Frage.

Mögliche Karstadt-Allianzen Braucht René Benko für Signa/Karstadt einen Shopping Center-Profi als Partner?

ECE, ein Traumpartner für die Karstadt City Malls

Signa kann als Partner bei der Neuaufstellung von Karstadt einen erfahrenen Shopping Center Management-Spezialisten gut brauchen. ECE hat als Geheimfavorit ganz gute Karten.

HANSPETER MADLBERGER

Wien. Mit „Rise like a Phoenix" hat Conchita Wurst den Eurovisions Song Contest gewonnen. René Benko und seine prominenten Geld- und (Aufsichts-) Ratgeber können nur hoffen, dass diese Zukunftsvision auch auf die Großbaustelle Karstadt zutrifft, deren Schicksal jetzt in den Händen der Signa Holding liegt. Vorerst steht radikales Cost Cutting am Programm, aber damit ist der entscheidende Schritt zur dauerhaften Sanierung noch lange nicht getan.

„Ich habe nichts einzeln verkauft, weil ich den Karstadt-Konzern als Ganzes erhalten wollte."

INVESTOR NICOLAS BERGGRUEN

© Ulises Ruiz Basurto/EPA/picturedesk.com

Die Stunde der Wahrheit schlägt, wenn Deutschlands Shopper das neue Angebotskonzept in den runderneuerten Karstadt-Einkaufstempeln goutieren und mit steigenden Einkäufen quittieren. Dass ein Newcomer wie Signa aus dem Stand heraus in die Champions League des europäischen Einzelhandels aufsteigt, indem er das KaDeWe-Konzept klont und von Berlin aus in andere deutsche Großstädte überträgt, hört sich für Fachleute reichlich verwegen an. Braunschweig ist nicht Berlin, und wenn Karstadt neu mit seinen Häusern in City-Lage im überbesetzten deutschen Einzelhandel reüssieren will, dann sind beim Angebotsmix standortindividuelle Lösungen gefragt. Das gilt in besonderem Maße für die Umgestaltung der Häuser zu Einkaufsgalerien nach dem Vorbild des Kaufhauses Tyrol.

Erfolgsentscheidend für ein urbanes Shopping Center ist ein professionell agierendes SC-Management und dafür kann Signa/Karstadt einen hochkompetenten Partner dringend brauchen. Lässt man die dafür infrage kommenden Center Management Companies Revue passieren, dann heißt der logische Favorit ECE; die Tochter des Otto-Konzerns managt europaweit 196 Zentren, davon allein 90 in Deutschland, und ist dort mit Abstand die Nummer eins.

Folgt Kaufhof nach?

Signa peilt für 2015 die Übernahme der Warenhauskette Kaufhof an, die derzeit noch dem Metro-Konzern gehört. Jener Metro, die in einem Joint Venture gemeinsam mit ECE 41 Zentren betreibt. Insider sehen den kaufmännischen Charme einer Fusion von Karstadt und Kaufhof in der Formel „aus zwei mach eins": In jenen Städten, in denen Karstadt und Kaufhof präsent sind, könnte man den schlechteren der beiden Standorte schließen und die Immobilie anderweitig nutzen bzw. verkaufen. Der Kundenstock des aufgelassenen Hauses könnte, zumindest teilweise, dem überlebenden ex-Konkurrenten „zugeführt" werden, wodurch sich dessen Flächen- und Personalproduktivität auf ein rentables Niveau anheben ließe.

Und noch ein triftiges Argument spricht für ECE: Die Otto-Tochter ist auf das Management von City-Zentren in deutschen Landen spezialisiert – da kann ihr kein Mitbewerber das Wasser reichen. Auch nicht die europäischen Zentren-Giganten Unibail Rodamco und Klepierre, die bisher wohlweislich um den deutschen Markt einen Bogen gemacht haben.

Auch in Österreich gibt es auf das Shopping Center-Management spezialisierte Unternehmen. Die Nr. 1 der Branche ist hierzulande die Spar European Shopping Centers GmbH, kurz SES, ein selbstständiges Unternehmen der Spar Österreich Gruppe. Und da ist wohl die Frage erlaubt, ob für den Tiroler René Benko die Spar mit ihren starken Tiroler Wurzeln – immerhin stellte die Reisch-Dynastie den Gründer der Spar – einen geeigneten Partner abgeben würde, wenn es darum geht, ein schlagkräftiges Center Management für Karstadt auf die Beine zu stellen. Was dagegen spricht: Die Spar Österreich zeigt nach wie vor große Berührungsängste, was den deutschen Einzelhandel betrifft. Andererseits aber gibt es zumindest für eine partielle Zusammenarbeit zwischen Signa und SES einige Gründe: Erstens zählt SES mit 28 Standorten in sechs Ländern europaweit zu den namhaften Marktteilnehmern. Überdurchschnittlich

BIG PLAYER IM SHOPPING-CENTER-MANAGEMENT

Simon Property Group, USA Weltweit die Nr.1 mit 325 Zentren in Nordamerika und Asien, Nr. 1 in den USA, Hauptaktionär von Klepierre.

Klepierre, Frankreich Nr. 1 in Europa; besitzt 125 Zentren und managt weitere 175 Zentren in 13 Ländern Europas. Vorzeigezentrum ist Creteil Soleil in Paris mit 125.500 m², stark in CEE (SWC Novy Smichow in Prag, 57.200 m², Corvia in Budapest). Seit 2008 Beteiligung an Steen & Strom in Skandinavien (56 Zentren in Norwegen, Dänemark, Schweden); erwarb diesen Sommer die holländische Gruppe Corio mit 57 Zentren in Niederlande, Frankreich, Spanien, Deutschland, Portugal und Türkei, konnte mit dieser Akquisition Unibail Rodamco vom ersten Platz in Europa verdrängen.

Unibail Rodamco, französisch-niederländisch Nr. 2 in Europa, besitzt 83 Zentren in Frankreich, Niederlande, Skandinavien, CEE, und Österreich (SCS, Donauzentrum).

ECE, Deutschland Tochterunternehmen der Otto Gruppe, Nr. 1 in Deutschland. Managt 196 Zentren in 16 Ländern Europas, darunter auch in Österreich (Haid Center Linz, City Arkaden Klagenfurt, Bahnhof Wien West und demnächst Wien Hauptbahnhof); davon 41 im Joint Venture mit Metro Properties; diese Zentren werden von der gemeinsamen Tochter MEC (Metro ECE Centermanagement) gemanagt.

SES, Österreich Spar European Shopping Centers, Nr. 1 in Österreich und Slowenien; managt 28 Zentren in 6 Ländern Europas mit einer verpachtbaren Fläche von 750.000 m².

hohe Quadratmeterumsätze lassen darauf schließen, dass die SES-Manager ihr Geschäft beherrschen und als regionale Player gegenüber global agierenden Mitbewerbern aufgrund detaillierter Marktkenntnisse intakte Chancen haben.

Zweitens arbeiten SES und Signa bereits erfolgreich zusammen: Das SC Forum 1 in Salzburg, gleich beim Hauptbahnhof, hat eine Verkaufsfläche von 15.000 m² und besteht aus einer Shopping Mall am Standort des ehemaligen Forum Kaufhauses (das der Signa gehört) und einem Gebäudetrakt, der sich im Eigentum der SES befindet. SES übt das Centermanagement für beide Bereiche aus, also auch für die Läden im Signa-Gebäude.

Forum 1 ist aus SES-Perspektive kein Einzelfall. Von den 28 Zentren in sechs europäischen Ländern, die von SES gemanagt werden, befindet sich nur rund die Hälfte der Immobilien im Besitz der Spar Österreich. In den Zentren mit fremden Eigentümern agiert SES als Dienstleister für Center und Facility Management. So übernahm SES im April dieses Jahres das SC-Management für den Gerngross in der Wiener Mariahilferstraße, ein mehrstöckiges, 33.000 m² großes Center mit 60 Shops.

Sonderfall Kaufhaus Tyrol

Und da ist dann noch der Sonderfall Tirol: Im Kaufhaus Tyrol kam die Spar als Mieter der Lebensmittelabteilung deshalb nicht zum Zug, weil die Firma MPreis (Familie Mölk) in diesen Standort schon immer mit einem Supermarkt eingemietet war. Als Signa für das Goldene Quartier in Wien einen Feinkostmarkt als Partner suchte, winkten sowohl Rewe als auch Spar wegen zu hoher Mietvorstellungen des Immobilieninvestors ab. Benkos nächstes Rendezvous mit Lebensmittel-Spezialisten ist in Bozen angesagt; dort errichtet der Innsbrucker Immobilientycoon in Bahnhofsnähe und innerhalb eines großen städtebaulichen Projekts das Warenhaus Bozen Bolzano, sozusagen ein Kaufhaus Südtyrol. Es entsteht nach Plänen des Stararchitekten David Chipperfield, der schon dem Tyrol seinen ästethischen Glamour verliehen hat.

DHL Paketzustellung

Drohneneinsatz

Hannover. Erstmals unter Alltagsbedingungen testet die Deutsche Post den Einsatz von Drohnen für die Paketzustellung im regulären Betrieb. Der Feldversuch sei weltweit einzigartig. Bis zum Jahresende wird ein „DHL-Paketkopter" Medikamente von der Hafenstadt Norden auf die Insel Juist transportieren. Auch Google und Amazon arbeiten an der Warenzustellung per Drohnen, Google arbeitet seit zwei Jahren am Projekt. *(dp)*

© APA/dpa/Oliver Berg

Die Logistikbranche sollte die Drohnen ernst nehmen, warnen Experten.

Cash & Carry Derzeit verfügt Metro in Österreich über 12 Standorte, 139.000 Quadratmeter Fläche und 2.300 Mitarbeiter

Metro mit 786 Mio. € Erlös

Auch 2014 steigen die Erlöse gegen den Trend auf voraussichtlich 800 Mio. €.

© Metro/Stephan Huger

Marc Groenewoud, Metro-Österreich-Chef: zufrieden mit rd. 800 Mio. € Umsatz.

CHRISTIAN NOVACEK

Wien. Metro macht 2013 in Österreich mit zwölf Cash & Carry-Großmärkten 786 Mio. € Umsatz. Auch in 2014 – zum 50jährigen Jubiläum – wähnt man sich auf der Erfolgsstraße: „Wir liegen über dem Vorjahresumsatz, wiewohl derzeit die retail-Umsätze eigentlich zurückgehen und obwohl wir einen schlechten Sommer hatten", berichtet Metro Österreich-Chef Marc Groenewoud. Somit sollte per Ende des Geschäftsjahrs 2014 (im September) der Umsatz die 800 Mio. € jedenfalls erreichen – 100 Mio. davon rekrutieren sich übrigens aus den gastronomischen Zustelldiensten. „Das ist in der Öffentlichkeit vielleicht unterrepräsentiert", meint der Metro-Chef, „aber wir haben den stärksten Außendienst Österreichs im Gastro-Zustellbereich." Das dazugehörige Selbstverständnis liefert Metro mit – man bezeichnet sich nonchalant als „Vater der Gastronomie".

Neun Cent fürs Freilandei

Im Jubiäumsjahr setzt Metro auf den neuen Slogan „You and Metro", der den Verwöhngrad des individiuell betrachteten Kunden illustriert. Die Kampagne zum 50jährigen Jubiläum wiederum lautet auf „50 days und 50 Deals", wo pointierte Preisaktionen zum Einsatz kommen. „Von uns wird erwartet, dass wir zur Preisattraktivität stehen", sagt Groenewoud unter Verweis auf eine Aktion mit Freilandeiern zu 9 Cent das Stück – bei 180 Stück Abnahme.

Für 2015 steht neben Revitalisierungen und dem Ausbau des Zustelldiensts auch ein Neuprojekt im Plan: In Salzburg geht statt des bestehenden Standorts ein Kombinationsmarkt mit XXXLutz ins Rennen. Kleinere Formate als die großen C&C's werden derzeit erwogen, aber noch nicht umgesetzt.

SHORT

Keine Hilfszahlungen mehr für Käsehersteller

© APA/Keystone/epa

Zu viele fragwürdige Anträge ließ die EU die Hilfszahlungen stoppen.

Brüssel. Der von Russland verhängte Einfuhrstopp bring Käsehersteller in der EU in eine schwierige Lage. Die Hilfszahlungen hat die EU-Kommission jedoch wieder ausgesetzt. Der Grund: Unverhältnismäßig viele – fragwürdige – Anträge seien aus Regionen eingegangen, die keine großen Mengen Käse nach Russland lieferten. Die Gelder sollten die Zwischenlagerung von Käse finanzieren, der nicht weitergeliefert werden kann. *(APA)*

Beauty-Marke Ziaja kommt nach Österreich

Wien. Mit ca. 700 Mitarbeitern und 60 Mio. € Umsatz ist Ziaja eine der führenden Beautymarken in Polen. Jetzt drängt die Marke auf den österreichischen Markt und wird von Ex-Henkel-Manager Reinhard Klackl vertreten. Einige Produkte aus natürlichen Wirkstoffen sind bereits bei Bipa und Merkur erhältlich. *(dp)*

Unito Die Halbjahresbilanz verweist auf ein Wachstum von 6,8% gegenüber 2013

Gewinn mit Handy

Umsatz wird vor allem getrieben durch eCommerce und mobile Endgeräte.

Graz. Die Unito-Gruppe konnte in der ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahrs 2014/15, also im Zeitraum vom 1. März bis 31. August 2014, ihren Umsatz auf 158,2 Mio. € steigern; dies entspricht einem Wachstum von 10,1 Mio. € oder 6,8% zum Vergleichszeitraum des Vorjahres. Als Wachstumsmotor wurde seitens des Unternehmens eCommerce und mobile Endgeräte ausgemacht. „Alle Versandhandelsmarken der Unito-Gruppe sind im boomenden eCommerce positioniert und wachsen durch ständiges Optimieren der relevanten Prozesse deutlich stärker als der Markt. Im laufenden Geschäftsjahr sind die Online-Umsätze um 22 Prozent gewachsen und tragen somit überproportional zu unserer positiven Entwicklung bei. Über alle Marken hinweg ist mittelfristig ein eCommerce-Anteil von 82 Prozent geplant“, sagt Geschäftsführer Harald Gutschi.

© www.bigshot.at / Christian Jungwirth

Der GF der Unito-Gruppe, Harald Gutschi, setzt auf noch mehr eCommerce.

Zukunft: schneller & besser

Konkret wird die Unito-Gruppe bis zum Ende des Geschäftsjahrs 2015/16 rund 20 Mio. € in eCommerce sowie daran anschließende Bereiche wie Service und Logistik investieren, zum Beispiel in eine unmittelbare Verfügbarkeit der gekauften Ware oder wie Gutschi es ausdrückt: „Durch die intelligente Nutzung von Daten, also ‚Big Data‘, neuen Technologien, wie ‚eSense‘ – das Berühren von Artikeln am Bildschirm – und Algorithmus-basierten Empfehlungs- und Beratungssystemen sowie innovativen logistischen Lösungen werden Onlinehändler ihre Kunden künftig besser verstehen und bedienen können.“

Immer dabei: Smartphones

Eine besondere Rolle in der zukünftigen Business-Strategie werden mobile Endgeräte einnehmen. „Smartphones und neue Wearables übernehmen zunehmend die Rolle eines persönlichen Shopping-Assistenten und verkürzen den Weg von der Inspiration bis zum tatsächlichen Kauf auf ein Minimum. Wir erwarten uns, dass wir davon überproportional profitieren und peilen bis zum Jahr 2020 eine Umsatzsteigerung auf rund 550 Millionen Euro pro Jahr an“, resümiert Harald Gutschi.

SHORT

Kinderlebensmittel: zu viel Zucker, Fett, Salz

Wien. Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hat erneut Lebensmittel getestet, die speziell „für Kinder“ angepriesen werden. Das Ergebnis: Die untersuchten Frühstücksflocken, Wurst und Käse enthalten zu viel Zucker, Fett und Salz. Auch Wurstwaren werden mit Vitaminen und Mineralstoffen angereichert, die sie gesünder erscheinen lassen. Frühstückszerealien bestehen laut *Konsument* oft bis zu einem Drittel aus Zucker. *(APA)*

Marktkonzentration im deutschen LEH steigt

© Rewe Group

Große deutsche Händler wie Rewe verdrängen ihre Wettbewerber.

Köln. Die großen Lebensmittelhändler in Deutschland werden laut einer Studie des Bundeskartellamts immer mächtiger. Allein Marktführer Edeka sowie Rewe, Aldi und die Schwarz-Gruppe mit Lidl und Kaufland vereinen inzwischen 85% des Lebensmittelabsatzes auf sich – und alle vier expandierten weiter. *(APA)*

Die überfällige Lindor Haselnuss und Joy mit Joya Natur Joygurt

Product News Lindor Haselnuss, Joya Joygurt Bio Natur, Zott Cheese Snack und Cremesso Caramello.

Das Joya Joygurt Bio Natur mild öffnet neue Genussmöglichkeiten: Es schmeckt zu Müsli oder Cornflakes, es lassen sich Smoothies und Desserts damit „zaubern", Kuchen und Torten das gewisse Etwas verleihen. Wie so oft gilt aber: Auch der pure Genuss zwischendurch hat was – bzw. etwas nicht, nämlich kein tierisches Eiweiß.

Kategorie	Launch
Produkt	Joya Joygurt Bio Natur mild
Preis	UVP 1,99 €
Packung	500 g
Vertrieb	Joya
Distribution	LEH
Info	www.joya.info

Im Herbst-Neuigkeitsreigen von Lindt findet sich eine lang erwartete Wunschsorte: die Lindor Haselnuss-Schokolade. Die Kombination von Haselnussstückchen mit zartschmelzender Lindor Schokolade sollte ein aufgelegter Erfolgsknaller sein und für den einen oder anderen Genussmoment gerade stehen.

Kategorie	Line Extension
Produkt	Lindor Haselnuss
Preis	UVP 1,89 €
Packung	100 g
Vertrieb	Lindt
Distribution	LEH
Info	www.lindt.at

© Lindt; Joya; Zott

Zott bringt ab Oktober ein Snackprodukt für Kinder ins Moproregal: Zott Cheese Snack. Der nach eigenen Angaben führende Mozzarella-Hersteller Deutschlands greift den Convenience-Trend auf und kombiniert milden Käsegenuss mit „jeder Menge Spaß". Der Snack ist in den Sorten Zott Cheese Snack Original und Zott Cheese Snack Ketchup erhältlich.

Kategorie	Launch
Produkt	Zott Cheese Snack
Packung	zu je 4 Käsestreifen
Vertrieb	Zott
Distribution	LEH
Info	www.zott.de

Jubiläum 5 Jahre Österreich

Cremesso-Trend

Wien. Cremesso gibt es 5 Jahre in Österreich – und führt in Anbetracht des Jubiläums markante Errungenschaften ins Treffen. So sind nach eigenen Angaben die Kaffeekapselmaschinen die energieeffizientesten und schnellsten; mehrfach wurden sie mit Design-Preisen ausgezeichnet. Im Bereich neuer Sorten gibt sich das Unternehmen trendy – und setzt etwa auf Flavoured Coffees wie Cremesso Caramello, der v.a. bei jungen Kaffeegenießern punktet. *(red)*

© Cremesso

Trendig und flavoured kommt der neue Cremesso Caramello daher.

„CULTIES“-PREMIERE

© Robin Consult/Roznovsky (4); Robin Consult/Andreas Lepsi

1. Hubert Hrabcik, Walter Trybek, Robert Letz, Herbert Fuchs, Klaus Deutschbauer und Promotion Girl; 2. Harald Gahleitner, Hans Peter Spak; 3. Ulrike Kriegler, Walter Grausam; 4. Martin Dolezal und Claudia Kristofics-Binder.

Neues Convenience-Produkt prominent vorgestellt

Genussmomente

Gesund Sie sind kugelrund, glutenfrei, ohne künstliche Aromen: Die „Culties“ sind bei Merkur im Tiefkühlregal erhältlich. Bei der Weltpremiere im Naturhistorischen Museum Wien konnten sich die Spitzen aus Wirtschaft und Politik vorab vom Geschmack überzeugen. Agrana-Vorstandsmitglied **Walter Grausam**: „Dass es sich bei den ‚Culties‘ um ein hochwertiges Lebensmittel handelt, das sehr schnell zuzubereiten ist, ist besonders zu begrüßen.“ Erfunden hat die Genusskugel der Lebensmitteltechnologe **Klaus Deutschbauer**. Gesehen u.a.: **Adi Matzek** (Grillweltmeister), **Ulrike Kriegler** (Moderatorin), **Claudia Kristofics-Binder** (Ex-Eislauf-Profi), **Peter Kolba** (VKI), **Alex List** (DJ), **Katharina Nahlik** (Miss Vienna), **Kurt Widhalm** (Ernährungsmediziner), **Gerd Krämer** (Gf Twin City Liner), **Walter Koren** (WKO-Außenwirtschaft), **Andreas Hopf** (Vorst. Raiffeisen u. GF Central-Danube), **Juan Wang** (Wirtschafts- u. Kultur-Attaché der chinesischen Botschaft), **Hans Peter Spak** (Spak), **Konrad Kolbe** (WKO Wiener Einkaufstraßen), **Alexander Khaelssberg** (Leisure Group), **Walter Trybek** (GF Senna), **Herbert Fuchs** (GF Gourmet). *(red)*

Genießerisch gaben sich auch La Hong und Katharina Nahlik.

WEDL GOLFTURNIER

© Wedl (3)

1. Leopold Wedl, Mario Saurer (Vorjahrssieger), Nina Wedl, Josef Erler;
2. An-gelika Neuner (Ex-Rodlerin), Martin Sieberer (Drei-Haubenkoch);
3. Nina Wedl (eine Teilnehmerin aus Leutasch), Markus Prock (Ex-Rodler).

Leopold und Nina Wedl luden zum Golfen ein

Nearest to the pin im heiligen Land

Tradtion Die erfahrene Turnierausrichterin für Kunden, Freunde & Partner des Handelshauses Wedl, **Nina Wedl,** ließ sich von den Wetterkapriolen nicht beirren und sorgte wieder für Golf-Spaß pur in Golf-Club Rinn von **Martin Sterzinger.** So erfolgte pünktlich der Kanonenstart zum 2er-Texas-Scramble über 18 Löcher. Während des Turniers standen Spaß und Geselligkeit im Vordergrund. Daher warteten auf die Teilnehmer am 10er-Loch herbstliche Spezialitäten aus der Wedl Gourmet-Küche. Bei Loch 14 gab es eine Verkostung von edlen Bränden und Grappe. Beim Abendessen mit Desserts von Bonnevit wurde dann richtig abgefeiert. Brutto-Sieger wurden **Angelika Neuner** und **Michael Raggl.** Gruppe A – Netto gewannen **Buggi Haslwanter** und **Helmut Randolf**, Gruppe B – Netto **Markus Mathis** und **Aurel Strolz.** Nearest to the pin-Sieger war **Otto Wandl,** Longest Drive Damen gewann **Magdalena Gurschler** und bei den Herren war das **Harald Strobl**.

Mit dabei u.a. die ehemaligen Sportler **Markus Prock** und **Andreas Schrott** sowie **Martin Zernig** vom Tiroler Golfverband und natürlich der Chef **Leopold Wedl**. *(red)*

medianet termine

Herbstkulinarium in der Börse für Landwirtschaftliche Produkte, 1020 Wien, Taborstraße 10, von Donnerstag, 16. Oktober 10–19 Uhr bis Samstag, Oktober 9–13 Uhr

KOPF DES TAGES

© Almdudler

Hanna Mohr (30) ist Produktmanagerin bei Almdudler Deutschland. In dieser Position verantwortet sie die Vermarktung der Alpenkräuterlimonade am deutschen Markt. Dazu gehören die Umsetzung der Almdudler Marketingstrategie in Deutschland, die konsequente Positionierung der Premiummarke und die Verkaufsförderung durch kreative PoS-Umsetzungen in Gastronomie und Handel.

Mohr war als Produkt-, Projekt- und Brandmanagerin bei namhaften, international tätigen Unternehmen im Lebensmittelbereich im Marketing tätig und ist mit Auslandskooperationen bestens vertraut.

PRODUKT DES TAGES

© Maqaroon/Amriphoto

Begehrt Delikate Armbänder, Halsketten und Accessoires sind die Spezialität von Joanna Zhou und ihrem Schmucklabel Maqaroon, das sich von Wien aus auf internationalem Erfolgskurs befindet. Einer ihrer aktuellen Meilensteine: Sie ist bei Harrods in London gelistet und war bereits nach kürzester Zeit ausverkauft. Maqaroon hat sich in den letzten Jahren mit seinem Shop www.maqaroon.com eine internationale Fangemeinde aufbauen können und durch seinen einzigartigen Look zu einem wahren Geheimtipp gemausert. Bis in die Vereinigten Arabischen Emirate, Kuwait und Katar verschickt Maqaroon seinen Schmuck. Offline nur am Feschmarkt (www.feschmarkt.info) erhältlich. *www.maqaroon.com*

DIE FINSTERE BRILLE

Die Rache des Riesen-Unkrauts

CHRISTIAN NOVACEK

Mitunter liefert der Spiegel *zum Thema Lebensmittel die besten Geschichten, in dieser Woche waren's gleich zwei: Die eine befriedigt ein wenig meine Schadenfreude, wiewohl – ich weiß es eh – so wirklich zum Lachen ist das nicht für alle. Weil da gibt es jetzt in den USA die Rache des Unkrauts, in Form riesiger Gewächse, die sich gegenüber allfälligen Pestizidattacken höchstens mal kurz abschütteln – aber sicher nicht eingehen. Die naheliegende Lösung, noch stärkere Pestizide aufzufahren, hat einen Haken: Das moderne Unkraut ist nämlich in seiner Unverwüstbarkeit durchaus talentiert, sprich: multiresistent. Voraussichtlich bleibt den US-Farmern nix anderes übrig, als auf die Fruchtfolge längst vergangener Zeiten umzusteigen. Die wird aber voraussichtlich nicht von Monsanto gemanagt werden müssen. Zweite Story diese Woche: Mineralwasser braucht's nicht, besonders nicht das CO_2freie. Weil die Rückstände im Leitungswassser von Chemikalien, die in hoher Konzentration impotent oder deppert machen (ich weiß es jetzt nicht so genau) sind verschwindend, sodass der Genuss unbedenklich ist. Schön schön, aber ich trink auch wegen des Geschmacks und behaupte mal, 10 Mineralwässer blind unterscheiden zu können.* c.novacek@medianet.at

357

DIE ZAHL MIT DEM AHA-EFFEKT zum Weitererzählen

Leichter als Wasser Eine Zucker-Cola (371 Gramm) sinkt in einem Eimer Wasser zu Boden, während die Süßstoff-Cola (357 Gramm) schwimmt.

financenet

© Schöllerbank

VORSORGEDEBATTE

Schoellerbank stellt zur Diskussion, ob immer von Lücke die Rede sein soll **Seite 23**

© FMVÖ

PFLEGEDEBATTE

Finanzierungsbedarf und Bedeutung privater Absicherung werden steigen **Seite 24**

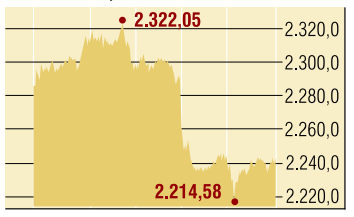
VICTOR

AWARD-VERLEIHUNG IN BADEN

© emotion banking

ATX

17.–24. September 2014



ATX (Schluss 24.9.) 2.239,09 -1,92%

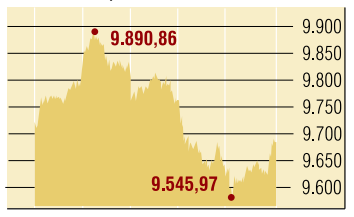
Wochentop	VER	5,54%
Wochenflop	RBI	-11,95%

Top 5 ATX Prime	
Verbund	5,54%
Warimpex	2,64%
Wolford	2,26%
Schoeller-Bleckmann	2,22%
Valneva	2,14%

Flop 5 ATX Prime	
Raiffeisen Bank International	-11,95%
Wienerberger	-9,78%
Zumtobel	-8,52%
Rosenbauer International	-3,97%
Voestalpine	-3,02%

DAX

17.–24. September 2014



DAX (Schluss 24.9.) 9.661,97 0,01%

Wochentop	MRK	9,30%
Wochenflop	SDF	-4,96%

Top 5 DAX	
Merck	9,30%
Bayer	5,84%
Deutsche Telekom	5,14%
RWE	3,01%
Deutsche Bank	2,99%

Flop 5 DAX	
K+S	-4,96%
HeidelbergCement	-4,79%
Commerzbank	-3,91%
Siemens	-3,67%
BMW	-3,35%

INHALT

Capital:Markets
> Schuhhersteller Jimmy Choo erwägt IPO *20*
> Merck kauft US-Laborausrüster um 13 Mrd. Euro *20*

Finanzdienstleister
> Mifid 2: Wieder Entspannung puncto Provisionen *21*

Fonds:Park
> AXA warnt vor Folgen trotz Schottland-Nein *22*

Banking
> Bawag PSK lanciert die VorsorgeBox *23*
> Analysten halten RBI trotz Verlustwarnung die Treue *24*

Euroschwäche bringt Rückenwind für Exporte

© Deutsche Bank AG; Marcus Brandt/EPA/picturedesk.com

Aufschwung durch Abschwung Der Euro wird sich zum US-Dollar auf rund 1,20 abschwächen, meint Gérard Piasko von der Deutsche Asset & Wealth Management. Dies gibt der Exportwirtschaft einen dringend benötigten Schub. Zur Veranlagung setzt der Experte auf Aktien von Industrieländern. **Seite 20**

KOLUMNE

Warum nur erst so spät?

REINHARD KRÉMER

Viele konnten das Staunen nicht lassen, als die US-Notenbank Fed ansetzte, Anleihen in großem Stil zu kaufen. Das sogenannte Quantitative Easing , kurz als QE bezeichnet, ist der wirtschaftliche Stimulus der US Federal Reserve in Form eben dieser Anleihenkäufe. Diese Maßnahme schien doch sehr exotisch und mit den strengen Maßstäben der Notenbanker nicht vereinbar. Jetzt zeigt sich, dass auch die EZB um diese Maßnahme – neben der Senkung der Leitzinsen ins Bodenlose – nicht herumkommt.

Denn die US-Wirtschaft brummt ganz ordentlich, während Europa mühsam hinterherkeucht. Ein starker Euro brachte nicht mehr Kondition, im Gegenteil – er wirkte als Hemmschuh. Denn mit Kursen um die 1,40 waren Exporte nicht dauerhaft wettbewerbsfähig. Nun wirbelt ein neues Schlagwort durch die Medien: Das „Tapering", also die Reduzierung und schließlich das Ende der Fed-Anleihenkäufe, macht Börsianer nervös; eine Zinserhöhung scheint beschlossene Sache. Es zeigt deutlich, dass das Rezept erfolgreich war, denn in den USA sinkt die Zahl der Arbeitslosen, während die Konsumlaune zunimmt. In Europa ist momentan das Gegenteil der Fall. Doch Experten hoffen, dass die EZB-Maßnahmen nun rasch greifen. Da fragt man sich: Warum nicht gleich so?

Deutsche Asset & Wealth Management US-Dollar-Prognose wurde gesenkt – jetzt nur noch 1,20 pro Euro

Export mit Rückenwind

Mit einem niedrigeren Eurokurs steigen die Chancen der europäischen Exportwirtschaft deutlich.

REINHARD KRÉMER

Wien. Der europäische Konjunkturmotor stottert vernehmlich; die Arbeitslosigkeit ist in vielen Ländern der Eurozone – auch in Österreich – nicht unter Kontrolle zu bekommen.

Vor diesem Hintergrund griff die EZB zu drastischen Maßnahmen wie einer Senkung des Leitzinssatzes auf ein noch nie dagewesenes Niveau und beschloss auch Anleihekäufe nach US-amerikanischem Vorbild.

All dies wird seine Wirkung nicht verfehlen, meint Gérard Piasko, Chief Investment Strategist EMEA der Deutschen Asset & Wealth Management (kurz DeAWM): „Die Erholung der Weltwirtschaft und auch der Ökonomie in Europa sollte sich in den nächsten Monaten beschleunigen." Zwar sei in Europa noch kurzfristig etwas Vorsicht geboten, doch dürfte Europa im zweiten Halbjahr zulegen. „Die EZB will der Kreditnachfrage Rückenwind geben", meint Piasko. Denn was wirklich wichtig für die Nachfrage am europäischen Binnenmarkt ist, sei die Veränderung beim Kreditwachstum.

Kreditimpulse positiv

Eine Verlangsamung beim „Deleveraging" (bei dem die Menge des geborgten Kapitals verringert wird, um Finanzrisken zu minimieren; Anm.) treibt das Ausgabeverhalten an, obwohl dies noch immer negativ ist; dies heißt im Finanzsprech dann „Kreditimpuls". „Und dieser Kreditimpuls hat jetzt ins Positive gedreht", so der DeAWM-Experte.

„Zusätzlich hat sich das Wirtschaftswachstum an der europäischen Peripherie in Ländern wie Italien, Spanien, Griechenland oder Irland beschleunigt, während es sich im Herzen des Kontinents abschwächte", sagt Gérard Piasko. Während man bei der Deutschen Asset & Wealth Management grundsätzlich auf Aktien der entwickelten Länder setzt, ist man bei Europa kurzfristig noch neutral: „Langfristig sind wir aber für europäische Aktien durchaus positiv eingestellt", meint der DeAWM-Fachmann.

© Deutsche Bank

Gérard Piasko, DeAWM: Breit diversifiziern, Aktien aus Industriestaaten bevorzugen.

„Das Gewinnwachstum der Unternehmen ist dabei, sich zu stabilisieren. Was auf die Stimmung drückt, sind die negativen politischen Meldungen. Diese Faktoren, sprich Risken aus der Ukraine-Krise, überschatten momentan noch die potenziellen Aufwärtssignale", ist sich Piasko sicher. „Langfristig erwarten wir aber, das sich das Wachstum und die Umsätze der Unternehmen erholen." Negativ zu bewerten seien auch die mangelnden Reformerfolge in Italien und der politische Gegenwind, der in Frankreich die Reform der Unternehmensstuer verhindere.

Vor diesem Hintergrund präsentiert die Deutsche Asset & Wealth Management auch ihre allerneueste Euro/Dollar-Prognose, die von 1,30 auf 1,20 Euro pro US-Dollar zurückgefahren wurde. „Das wird durch die bald steigenden Zinsen in den USA bewirkt, die Anleger aus dem Euro und zurück in den Dollar bringt", ist Gérard Piasko überzeugt. Und weiter: „Zusätzlich lassen Aussagen von EZB-Chef Draghi auf weitere Maßnahmen hoffen".

Den Amerikanern wird der Stand ihrer Währung zu Euro jedenfalls egal sein, meint Bernhard Ramsauer, Leiter Wealth Management der Deutschen Bank in Österreich: „Die USA exportieren lange nicht so viel wie die Europäer; der Bevölkerung wird der Wechselkurs ohnehin egal sein." 80 Prozent der US-Bürger haben keinen Reisepass und kommen so kaum jemals in Kontakt mit Wechselkursen.

Schwacher Euro ist wichtig

Ein schwächerer Euro ist jedenfalls wie ein warmer Regen für die europäische Exportwirtschaft: „Denn Exporte sind für Europa wichtig – und so ist ein schwächerer Euro wichtig." Das könnte auch die aktuell ständig nach unten revidierten Gewinnprognosen der europäischen Unternehmen bald verblassen lassen.

„Die Gewinnaussichten für 2015 sind sehr erfreulich", so Piasko. Eine Deflation sieht der Finanzexperte nicht, wohl aber die Gefahr einer solchen. Bei Anleihen wird generell eher an der Peripherie Europas mehr zu verdienen sein, meint Gérard Piasko.

Er sieht übrigens in China noch immer eine Bedrohung der Wirtschaft durch den Häusermarkt: „Dort ist der Bestand sehr hoch und steigt weiter; auch die Geldzufuhr wächst noch immer."

In Japan ist die Dollar-Stärke ebenfalls ein Vorteil für die Wirtschaft: „Der Inlandskonsum trägt 50 Prozent der Wirtschaft, die Währung die anderen 50 Prozent." Als der Yen im Vorjahr um 30 Prozent fiel, stieg die Börse in Tokyo um 50 Prozent.

ABN Amro Direktbank

Money You nun in Österreich

Wien/Amsterdam. Die holländische ABN Amro Bank ist jetzt mit ihrer Online-Marke MoneYou (www.moneyou.at) in Österreich gestartet. Für täglich fälliges Geld bietet die Bank 1,4 Prozent Zinsen p.a. und liegt damit an der Spitze unter Österreichs Banken gleichauf mit den Konditionen der Renault Bank. Die spanische Santander bietet auf Platz zwei aktuell 1,2 Prozent. Am Festgeld-Sektor bekommt man mit sechs Monaten Bindung bei Money You 1,5 Prozent – der aktuelle Top-Wert in Österreich.

Deniz und VakifBank bieten als Zweitplatzierte 1,3 Prozent. Mit zwölf Monaten Laufzeit zahlt die ABN Amro-Tochter 1,6 Prozent und wird in diesem Segment nur von der Vakifbank überboten, die 1,625 Prozent Zinsen bezahlt. Auf den Plätzen folgen die Deniz Bank mit 1,5 Prozent und Santander mit 1,450 Prozent Zinsen. Längerfristige Veranlagungen bietet Money You nicht an. *(rk)*

Börse Warschau Fusion

Wiener Träume sind geplatzt

Wien. Aus der angedachten Fusion der Börsen in Wien und Warschau wird vorerst nichts. Die Warschauer Börse legte jetzt ihre Pläne für einen Zusammenschluss mit dem österreichischen Konkurrenten, die schon länger diskutiert worden waren, zu den Akten. Stattdessen wolle sich der polnische Börsenbetreiber nun auf den eigenen Marktplatz konzentrieren.

„Die Börse fasst keine Kapitalverflechtung mehr mit der CEESEG ins Auge", sagte der Chef der Warschauer Börse, Pawel Tamborski. Dies sei zwar nicht für alle Zeiten ausgeschlossen, benötige aber mehr Zeit. Eine Sprecherin der Wiener Börse erklärte, für die Österreicher sei eine Kooperation mit Warschau weiterhin eine von mehreren Optionen. Die Wiener Börse ist Teil der CEESEG-Gruppe, der auch die Börsen in Budapest, Laibach und Prag angehören.

Die beiden Handelsplätze hatten viele Monate lang Gespräche über eine Zusammenarbeit geführt – von einer losen Kooperation bis hin zu einer Fusion. *(APA/red)*

Übernahme Kaufpreis beträgt rund 13,1 Mrd. Euro

Merck holt sich jetzt Sigma-Aldrich

Darmstadt/St. Louis. Der Pharma-Konzern Merck hat den Abschluss einer Vereinbarung zur Übernahme des US-Life-Science-Spezialisten Sigma-Aldrich für 17 Mrd US-Dollar (ca. 13,1 Mrd. Euro) bekannt gegeben. Durch die Zusammenführung entsteht einer der führenden Anbieter in der weltweit rund 100 Mrd. Euro „schweren" Life-Science-Industrie. Merck, seit fast 350 Jahren im Familienbesitz, rechnet nun mit jährlichen Synergien von rund 260 Mio. Euro, die innerhalb von drei Jahren nach Vollzug der Übernahme voll realisiert werden sollen. Das gemeinsame Unternehmen kann mehr als 300.000 Produkte liefern. Der Gesamtumsatz des zusammengeführten Life-Science-Geschäfts läge bei 4,7 Mrd. Euro. Der Börse gefiel der Deal: Merck-Inhaber-Aktien (ISIN: DE0006599905) stiegen an der Börse in Frankfurt um zehn Prozent auf ein neues Allzeit-Hoch. *(rk)*

© Merck

CEO-Handshake: Rakesh Sachdev, Sigma-Aldrich, und Karl-Ludwig Kley, Merck.

Jimmy Choo Luxusschuhe

Schlanker Fuß an der Themse

London. Die Luxus-Schuhmarke Jimmy Choo will im nächsten Monat in London an die Börse gehen. Ziel: Weitere Expansion. Der Eigentümer JAB Luxury habe eingewilligt, 25 Prozent der Unternehmensanteile an der Londoner Börse auszugeben,verlautet aus London. Angaben dazu, wie viel Geld eingenommen werden soll, machte das Unternehmen nicht. Berichten zufolge würde das Unternehmen mit rund 600 Mio. Pfund (763 Mio. Euro) bewertet. Jimmy Choo hatte 2013 einen Umsatz von 282 Mio. Pfund (360 Mio. Euro) erzielt. Im ersten Halbjahr 2014 erhöhten sich die Verkaufszahlen um 9,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum: 150,2 Mio. Pfund (191,72 Mio. Euro) wurden zwischen Jänner und Juni dieses Jahres in die Unternehmenskasse gespült. Der in Malaysia geborene Jimmy Choo hatte die Marke 1996 zusammen mit der britischen Salonlöwin Tamara Mellon gegründet; die TV-Serie „Sex and the City" machte das Unternehmen bekannt. *(APA/red)*

MiFID 2 Update zur EU-Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente bei der jüngsten Veranstaltung der Wiener Fachgruppe der Finanzdienstleister

Es wird weniger heiß gegessen

Neuer Rechtsrahmen muss ab 3.1.2017 zur Anwendung kommen.

Wien. Nach einem rund vierjährigen Konsultations- und Arbeitsprozess hat die EU Mitte Juni die überarbeitete Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente (MiFID 2) im *Amtsblatt* veröffentlicht. Ab 3. Jänner 2017 muss der neue Rechtsrahmen zur Anwendung kommen. „In den nächsten Monaten wird eine Vielzahl an Standards präzisiert werden", erwartet Siegfried Prietl, Obmann der Wiener Fachgruppe Finanzdienstleister.

Parallel zur nationalen Umsetzung der MiFID 2 muss die Europäische Wertpapier- und Marktaufsichtsbehörde (ESMA/European Securities and Markets Authority) in dieser Phase innerhalb eines Jahres die Durchführungsmaßnahmen konkretisieren. Bis 1. August 2014 konnten Interessenvertreter zum ESMA-Konsultationspapier ihre Stellungnahmen abgeben.

Rechtsanwalt Stefan Schermaier führte beim jüngsten Fachgruppen-Event aus, dass die wichtigsten Neuerungen die Vergütungssysteme, Informationspflichten, Telefonaufzeichnungen und die „Product Governance" betreffen.

Provision: Definitionssache

Zukünftig müssen Kunden vor der Dienstleistungserbringung über die Art der Beratung, die Form der Analyse (umfangreich oder eingeschränkt) und darüber, ob eine regelmäßige Eignungsüberprüfung erfolgt, in Kenntnis gesetzt werden. Wird eine „unabhängige" Dienstleistung erbracht, darf keine indirekte Vergütung angenommen werden. Weiters soll diese Dienstleistung von einer umfassenden Palette an Finanzinstrumenten und einer ausreichenden Streuung geprägt sein. Die genaue Definition der erlaubten Provisionen erstellt die ESMA. Entgegen ihrer ursprünglichen Ansicht dürfen nun Provisionen auch zur Deckung der Infrastruktur des Finanzdienstleisters angenommen werden.

Die Überarbeitung der MiFID-Regeln soll den neuen Entwicklungen sowie der Präsenz neuer Akteure auf den Finanzmärkten Rechnung tragen, ihre Transparenz und Effizienz steigern und den Anlegerschutz verbessern. *(lk)*

© Fachgruppe Finanzdienstleister/WKW/APA-Fotoservice/Rastegar

Schermaier: „Finanzdienstleister dürfen mit der Provision auch Miete und IT bezahlen."

Axxion Europaüberzeugt

Nebenwerte

Grevenmacher. Die SQUAD Capital Fondsfamilie von Axxion (SQUAD Value, SQUAD Growth und SQUAD Makro) bekommt Zuwachs. Die SQUAD Fonds zeichnen sich durch Wertzuwächse zwischen 40 und 70% innerhalb der letzten drei Jahre aus und können viele Awards vorweisen, so das Fondshaus. Neu ist der SQUAD European Convictions (ISIN: LU1105406398); er fokussiert auf europäische Nebenwerte und wird von Sebastian Hahn und Jeremie Couix gemanagt. Er wird unter dem Umbrella-Fonds SQUAD Capital in einem Partnerschaftsmodell mit der Discover Capital GmbH aufgelegt. Hahn und Couix investieren den Großteil ihrer verfügbaren Mittel in den Fonds, auch die Discover Capital GmbH steuert „Seed Money". *(lk)*

DeAWM Weltbankexpertin

Social Capital

Frankfurt. Astrid Manroth wechselt nach elf Jahren bei der Weltbank zur Deutsche Asset & Wealth Management (DeAWM); dort wird sie die europäische Plattform für Nachhaltigkeitsanlagen leiten. Als Managing Director und Head of Environment and Social Capital werde sie den Ausbau des in Frankfurt ansässigen Environmental and Social Capital-Geschäfts sowie des in Luxemburg beheimateten Development Finance-Geschäfts vorantreiben, heißt es.

© Weltbank

Manroth baut Environmental und Social Capital-Geschäft der DeAWM aus.

SHORT

UBS muss in Verfahren Milliarden hinterlegen

© UBS

Verdacht auf Steuerhinterziehung: UBS will Berufung einlegen.

Zürich. Rückschlag für die UBS in einem Steuer-Verfahren in Frankreich: Die größte Schweizer Bank muss eine Sicherheitsleistung von 1,1 Mrd. € zahlen, wie ein Pariser Berufungsgericht entschied. Die Bank will gegen das Urteil vor dem höchsten französischen Gericht Berufung einlegen und den Fall auch vor den Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte bringen. „UBS ist der Auffassung, dass es sich um einen hochpolitisierten Prozess handelt, und die Untersuchung von Beginn weg elementare Aspekte der Rechtsstaatlichkeit außer Acht gelassen hat", heißt es in einer Stellungnahme der Bank.

Die französischen Behörden verdächtigten die Bank, reichen Kunden von 2004 bis 2012 dabei geholfen zu haben, Gelder vor dem französischen Fiskus zu verstecken. Die Kaution bemisst sich laut Staatsanwaltschaft an der Höhe der möglichen Bußgeldzahlung.

Falls die Bank schuldig gesprochen wird, droht eine Strafzahlung, die der Hälfte des Volumens der betroffenen Transaktionen entspricht.

(APA/Reuters)

Neuer Zieltermin für Hypo-Balkanbanken

Wien/Klagenfurt. Aus dem Verkauf des Balkan-Bankennetzwerks der Hypo Alpe Adria bis Sommer ist es nichts geworden. Nächster Zieltermin ist nun die erste Oktoberwoche.

Da könnte eine Vertragsunterzeichnung anberaumt werden, wenn die finalen Verhandlungen so laufen wie erhofft, so das Geldinstitut. *(APA)*

Privatbank Julius Bär interessiert an Coutts

© Julius Bär

Julius-Bär Chef Collardi: „Werden nicht an einer Auktion teilnehmen".

Zürich/Edinburgh. Die Schweizer Privatbank Julius Bär hat Interesse an der britischen Privatbank Coutts. „Coutts *muss* für uns ein Thema sein, allein schon wegen des Namens und der Marke", sagte Julius-Bär-Chef Boris Collardi in einem Interview mit der Schweizer Zeitung *SonntagsBlick*. In Gesprächen mit der Coutts-Besitzerin, der Royal Bank of Scotland (RBS), sei man aber nicht: „Bisher habe ich nichts von RBS gehört. An einer Auktion werden wir aber nicht teilnehmen", so Collardi. *(APA/sda)*

11. victor Awards Feierliche Verleihung der diesjährigen Ausgabe des Banken-Preises in der Kurstadt Baden

Raiffeisenkasse Bruneck siegt bei victor Awards

Neue Kategorien: „Newcomer of the Year" und „Nachhaltigkeit" heuer zum ersten Mal dabei.

Baden bei Wien. Gestern, am 25. September 2014, wurden in Baden bei Wien die diesjährigen „11. victor Awards" vergeben und überreicht durch die victor-Gründer und emotion banking-Geschäftsführern Barbara Aigner und Christian Rauscher. „Wegen der höchsten Teilnehmeranzahl in der Geschichte von ‚victor' war es für alle teilnehmenden Banken besonders herausfordernd; in manchen Kategorien hatten wir ein echtes Kopf an Kopf-Rennen."

Die Bank des Jahres 2014 heißt Raiffeisenkasse Bruneck: Nach einem österreichischen Sieg 2012 und einem deutschen Sieg im vergangenen Jahr sind heuer die Südtiroler ganz vorn. Die Raiffeisenkasse Bruneck ist bei der victor Gala kein unbekanntes Institut. Holten sie bereits in den vergangenen Jahren Siege in den Kategorien Strategie (2012) und Dynamik (2010), erreichten sie heuer den Gesamtsieg. Nicht nur Bank des Jahres, sondern auch Spitzeninstitut im Bereich „Strategie" ist die Raiffeisenkasse Bruneck – mit 436 Punkten. Im Bereich „Führung" punktete die Raiffeisenbank Wels.

Welser RaiBa gewinnt bei Führung, Direktor ist Guenter Stadlberger.

Hier wird gern gearbeitet: Raffeisenbank Au unter Direktor Thomas Bayer.

Gute Unternehmenskultur: VB Mittweida unter Vorstand Leonhard Zintl.

Raika Eberndorf punktet bei den Kunden (Dir. Gerhard Wolf, Franz Riegel).

Sieger bei Firmenkunden: Schelhammer & Schattera (Vst. Michael Martinek).

Am dynamischsten: Raiffeisenkasse Eisacktal (Dir. Karl Leitner, Christof Mair).

© Raiffeisenbank Wels, Raiffeisenbank Au/Harald Geiger, Volksbank Mittweida/Sven Gleisberg, Raiffeisenbank Eberndorf

Bester „Newcomer" ist die Sparkasse Amberg, im Bild Vorstand Dieter Meier.

Klarer Nachhaltigkeits-Favorit: GLS Gemeinschaftsbank (Vst. Thomas Jorberg).

Gesamt- und Strategiesieger: RaiKa Bruneck, Geschäftsleiiter Josef Kosta.

© Bankhaus Schelhammer&Schattera, Raiffeisenkasse Eisacktal, Sparkasse Amberg, GLS Bank, Raiffeisenbank Bruneck

Beste Leistung

„Selbstständiges Arbeiten", „Angenehme Arbeitsatmosphäre" oder „Zusammenhalt im Team" – das waren die Stimmen der Mitarbeiter der siegenden Raffeisenbank Au in der Kategorie „Mitarbeiter". Dass dies nicht nur Einzelmeldungen waren, ließ sich an den Zahlen ablesen: Obwohl 54% der Mitarbeiter als „Performer" eingestuft waren, klagte kein einziger über Zeitdruck bei der Aufgabenerledigung. Und so waren 69% davon überzeugt, dass 54% der Mitarbeiter ihre Bank als Arbeitgeber sofort weiterempfehlen würden, was zu einem Net Promoter Score von + 38 führte. Diesjähriger Sieger in puncto „Unternehmenskultur" war die deutsche Volksbank Mittweida, die mit Leitsätzen wie „Basis für das Miteinander ist Vertrauen" und „Wir wollen die beste Leistung für den Kunden" die gemeinsame Kultur in den Köpfen der Mitarbeiter und Führungskräfte verankern will. Die Raiffeisenbank Eberndorf überzeugte die Jury durch ihre Leistung in der Kategorie „Kunde". Diese habe sich beispielsweise in einem Beratungswert – dem kumulierten Wert für Beratungsqualität und -häufigkeit – von über 78% gezeigt. Mehr als 80% der Kunden empfanden das Institut als „äußerst engagiert"; über 70% fühlten sich bestens beraten und betreut, und 65% fühlten sich „wirklich verstanden". Der NPS beim Berater lag bei +47. Der Sieg in der Kategorie „Firmenkunde" ging an das Bankhaus Schelhammer & Schattera: Knapp 90% der Firmenkunden waren in einem regelmäßigen Dialog mit der Bank. 67% der Kunden hatten im vergangenen Jahr ein neues Produkt abgeschlossen. Für fast 70% war die Bank die erste Anlaufstelle bei Fragen und Anliegen, und über 90% erklärten, dass die Bank „hält, was sie verspricht". Die Raiffeisenkasse Eisacktal (Südtirol) überzeugte die Jury mit neuen Projekten und Arbeitsgruppen für Führung und Strategie – somit ist sie „Dynamik"-Sieger.

Neu waren die Kategorien „Newcomer of the Year" und „Nachhaltigkeit". Bester „Newcomer" ist die Sparkasse Amberg-Sulzbach aus Deutschland. Bei ihrer ersten Teilnahme erzielte sie unter den Neuzugängen den höchsten Punktewert. In der neuen Kategorie „Nachhaltigkeit" gewann die GLS Gemeinschaftsbank. *(ast)*

Nach „Erleichterungs-Rallye" AXA-Experten: „Brexit" wird wieder wahrscheinlicher

„Nein" mit längerfristigen Folgen

Wien. Nach dem „Nein" der schottischen Bevölkerung zu einer Unabhängigkeit der Region reagierten die Finanzmärkte zunächst mit einer Erleichterungsrallye. Dennoch dürfte das Referendum auch längerfristig Auswirkungen auf die Politik in Großbritannien und der EU haben – dies schreiben AXA-Chefvolkswirt Eric Chaney und Ökonom David Page in einem aktuellen Research-Papier von AXA Investment Managers. Obwohl ein Auseinanderfallen Großbritanniens vermieden worden sei, seien die politischen Folgen des Referendums beträchtlich. „Die Märkte dürften nicht ohne Weiteres zu den Niveaus vor dem Referendum zurückkehren", so Chaney und Page.

„In den vergangenen zwei Wochen hat sich das Vereinigte Königreich aufgemacht zu fundamentalen verfassungsrechtlichen Änderungen. Die dadurch ausge-lösten politischen Verwerfungen und die damit einhergehende Unsicherheit dürften auch in der Wirtschaft und auf den Finanzmärkten ihre Spuren hinterlassen", heißt es.

© Wikimedia/John Lindie

Schottland: AXA IM prognostiziert negative Auswirkungen auf die Finanzmärkte.

Kommt EU-Referendum?

Weil die Regierung den Schotten eine stärkere Dezentralisierung versprochen hat, könnten anderswo in Großbritannien Kräfte erstarken, die auf Dezentralisierung setzen – etwa die EU-skeptische UK Independence Party (UKIP). „Aus volkswirtschaftlicher Sicht dürfte sich der Fokus nun auf die Möglichkeit eines weiteren Referendums verlagern – auf die Abstimmung über einen Verbleib des Vereinigten Königreichs in der EU. Dies könnte in den nächsten Jahren auf Investments lasten."

Chaney und Page rechnen damit, dass die Marktteilnehmer einem Ausstieg Großbritanniens aus der EU, dem „Brexit" (Kunstwort aus Britain und Exit), eine höhere Wahrscheinlichkeit zumessen als vor dem Schottland-Referendum.

AIFMG Genehmigung

FMA gibt EAM grünes Licht

Wien. Die Finanzmarktaufsicht (FMA) hat der Erste Asset Management GmbH (EAM) und den mit ihr verbundenen Verwaltungsgesellschaften die Konzession nach dem Alternative Investmentfonds Manager-Gesetz (AIFMG) erteilt. Die Konzession ist erforderlich, um Fonds, die nicht unter die OGAW-Richtlinie fallen, weiter verwalten zu dürfen. *(red)*

© Erste Asset Management

Heinz Bednar, Vorstandsvorsitzender der Erste Asset Management GmbH.

Altersvorsorge Die Pensionslücke wächst – ob zu Recht oder nicht – zum Schreckgespenst heran, vor allem angesichts des „Pensionskonto neu“

Nicht jede Lücke ist voller Tücke

Schoellerbank-Experte plädiert für ganzheitliche Sicht: wegfallende Ausgaben, künftiges Vermögen.

Wien/Salzburg. An die zwei Millionen Österreicher haben von der Pensionsversicherungsanstalt im Laufe des Jahres Post erhalten: Die Kontoerstgutschrift für die Pension („neues Pensionskonto“). Vielen wurde die sogenannte Pensionslücke erstmals so richtig bewusst, und das Schreckgespenst der Lücke spielt den Anbietern von Vorsorgeprodukten naturgemäß in die Hände. Der Begriff „Pensionslücke“ umschreibt die Differenz zwischen dem letzten Aktiveinkommen und der gesetzlichen Pension bei Antritt des Ruhestands.

Vermögenswerte mitplanen

Doch wie weit ist es her mit dem Gespenst, verbreitet es zu Recht seinen Schrecken? Jein, meinen die Experten der Schoellerbank. „Im Berechnungstool eines Versicherungsunternehmens wird das derzeitige Nettoeinkommen mit dem erwarteten Pensionsbezug – ebenfalls Netto – verglichen. Allen Berechnungen liegt die Frage zugrunde, wie der derzeitige Lebensstandard auch im Ruhestand finanziert werden kann“, sagt Stefan Kerschbaumer, Finanzplaner bei der Schoellerbank.

Die eigentliche Frage aber sollte lauten: Wie setzt sich das zu erwartende Einkommen in der Pension *tatsächlich* zusammen? Ist die Benachrichtigung zum Pensionskonto wirklich so besorgniserregend oder vielmehr wenig aussagekräftig, weil weder Schul- und Studienzeiten noch etwaige Auslandszeiten berücksichtigt sind?

Möglicherweise ändern sich mit bzw. bis zum Pensionsantritt auch die Ausgaben, z.B. durch den Wegfall von Ausbildungs- und Unterhaltskosten für Kinder. „Häufig ist es zudem möglich, die Ansparbeträge für die eigene Pensionsvorsorge wegzulassen, da diese ja nun erreicht ist“, macht der Experte aufmerksam. Bei rein liquiditätsorientierter Betrachtung müsse man hinterfragen, ob die zu erwartende Reduktion in den Einnahmen auch wirklich eine negative Auswirkung haben muss. „Häufig können während des Erwerbslebens beträchtliche Beträge angespart werden, welche üblicherweise in Vermögenswerte investiert sind und nur zum Teil auf Konten und Sparguthaben gehalten werden. Es erscheint nur logisch, dass im Falle eines Liquiditätsbedarfs auf diese zurückgegriffen wird“, so Kerschbaumer. Auf der anderen Seite würden illiquide Assets aufgrund der erwirtschafteten Gewinnanteile oder Mieteinkünfte möglicherweise ohnehin Liquiditätszuflüsse bieten, auf die man nicht verzichten möchte.

Im Idealfall sollte das Vermögen als Gesamtes so strukturiert werden, dass der individuelle Liquiditätsbedarf abgedeckt werden kann, so der Experte. *(hk)*

© Schöllerbank

Kerschbaumer fragt: „Muss die Lücke immer zu 100% geschlossen werden?“

Bawag PSK VorsorgeBox

Für Einsteiger

Wien. Die Bawag PSK bietet für alljene, die ihre private Pensionsvorsorge in Angriff nehmen wollen, mit der VorsorgeBox Österreich ein unkompliziertes „Einsteigerprodukt“: Eine lebenslange Rentenversicherung mit Auszahlungen in garantierter Höhe, zu einem flexibel wählbaren Auszahlungszeitpunkt. Mit einer Monatsprämie von 15 € ist man dabei – mit Ergänzungsprodukten kann man seine Vorsorge weiter ausbauen. Ab 3.500 € Einmalprämie ist sogar eine sofort beginnende Pensionszahlung möglich. Bis 15. November 2014 bekommen Bawag PSK-Kunden bei Abschluss eines Vorsorgeprodukts im Rahmen der VorsorgeBox Österreich eine ganze Monatsprämie oder einen Kundenbonus gutgeschrieben. *(red)*

Egger Für 1.500 Mitarbeiter

Vorsorgemodell

Wien. In Zusammenarbeit mit der Betrieblichen Altersvorsorge Consulting GmbH hat der Tiroler Holzwerkstoffbetrieb Egger ein betriebliches Pensionsvorsorgemodell für seine 1.500 Mitarbeiter eingeführt. Dieses umfasst die Zukunftssicherung (nach § 3/1/15a EStG), bei der bis zu 300 € p.a. Lohn- und Gehaltsbestandteil von Lohnsteuer und Sozialversicherungsabgaben befreit sind. Zusätzlich wurde eine betriebliche Kollektivversicherung bei der Allianz abgeschlossen. *(red)*

© APA/Vero

Beratend dabei: Manfred Reinalter, Betriebliche Altersvorsorge Consulting.

SHORT

Italiens Banken bauen 1.300 Filialen ab

© Luca Lozzi/EPA/picturedesk.com

In den letzten sechs Jahren wurden 28.000 Bank-Jobs in Italien abgebaut.

Rom. Italiens Banken wollen weiter sparen. Bis Ende 2016 sollen laut Bankenvereinigung ABI 12.000 Jobs und 1.300 Filialen abgebaut werden; die Umstrukturierung betreffe vor allem mittelgroße Banken wie Monte dei Paschi, Banca Marche und Veneto Manca.

Die 309.000 Bankenangestellten in Italien kosten mehr als im Rest Europas und ihre Produktivität ist niedriger. Am 30. September läuft der Kollektivvertrag aus. *(APA)*

Coface: Investitionen in Brasilien schwächeln

Wien. Der Kreditversicherer Coface sieht für Brasilien knapp vor den Parlaments- und Präsidentschaftswahlen am 5. Oktober nach wie vor eine nur träge Geschäftstätigkeit.

Die Inflation sei über den Zielwerten und die Zinsrate eine der höchsten weltweit. Verschiedene Indizes zeigen: Das Vertrauen in Brasiliens Wirtschaft bleibt gering, während parallel dazu die niedrige Investmentquote weiter sinkt. Stetig mehr Unternehmen beantragten gerichtlich beaufsichtigte Umstrukturierungsmaßnahmen. Zusätzlich stiegen die Insolvenzen Ende 2013 gegenüber Vorjahr um 5%.

Beunruhigend sei die Lage vor allem im Nahrungsmittelsektor. *(lk)*

Reiseversicherung für ein Jahr für KMUs

© Martina Draper

Wolfgang Lackner, Europ. Reiseversicherung: „Reisen ist heute alltäglich."

Wien. Jeder 50. Reisende erleidet einen Schadenfall, nur geschätzte 15% der Individual- und Dienstreisen sind ausreichend versichert, so die zur Generali Gruppe gehörende Europäische Reiseversicherung AG. Sie bietet eine Ganzjahresversicherung sowohl für vielreisende Privatpersonen als auch für Unternehmen und nun neu auch für KMUs an.

Bei den mehr als vier Mio. Geschäfts- und Dienstreisen der Österreicher verlasse man sich zu sehr auf den bei Kreditkarten inkludierten Versicherungsschutz; besonders vernachlässigt würden kurze Reisen bis zu drei Tagen Dauer.

Alle Jahres-Reiseversicherungen werden in den Varianten „Plus" und „Standard" angeboten, mit Storno- oder/und Reiseschutz. *(lk)*

Finanzierung Entwicklung und Finanzierung von Pflegedienstleistungen als Thema bei FMVÖ-Veranstaltung

Die Pflegedebatte wird sich noch verschärfen

Wiener Städtische: „Die Versicherungswirtschaft sollte dieses Thema noch stärker betonen."

Wien. Medizinischer Fortschritt, höhere Lebenserwartung plus mehr Demenzerkrankungen und der Rückgang der Haushaltsgrößen sind wesentliche, die Pflegefinanzierung beeinflussende Faktoren; laut Prognosen von Statistik Austria wird die Zahl der über 80-Jährigen in Österreich bis 2030 auf mehr als 600.000 steigen. „Diese beziehen zu 60 Prozent Pflegegeld", machte Thomas Url, Wissenschafter beim Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung (Wifo), bei einer vom Finanz-Marketingverband Österreich veranstalteten Podiumsdiskussion aufmerksam.

Positiv: „Wir leben länger, aber auch gesünder. Alle zehn Jahre verschiebt sich die Inanspruchnahme von Pflegeleistungen um ein Jahr nach hinten", so Url weiter. Allerdings würden familiäre Strukturen brüchiger.

Länder leiden mehr

In Summe würden die Pflegekosten relativ zu Konsumprodukten oder Dienstleistungen steigen, zumal Produktivitätssteigerungen in der Pflege kaum erzielbar sind. Erfreulich für im Bereich Erwerbstätige: Der Nachfrageüberhang könnte das Lohnniveau anheben.

Url: „Für die Zukunft erwarten wir eine Verschiebung von den privaten Eigenleistungen zu den Sachleistungen, die sich bis 2030 zu konstanten Preisen etwas mehr als verdoppeln werden." Diese Zunahme liege deutlich über dem erwarteten Wachstum der realen Wertschöpfung in Österreich.

Relativ geringe Kosten

Für Sachleistungen wie mobiles Essen, stationärer Aufenthalt, etc. werden österreichweit derzeit 1,7 Mrd. Euro ausgegeben. Bis 2030 könnten die Kosten auf ein Prozent des BIP ansteigen. „Speziell für die Länder wird der Kostendruck größer." „Dieses eine Prozent sollte uns nicht schrecken", meint jedoch Bernd Marin, Direktor des European Centre for Social Welfare Policy & Research. In Österreich gäbe es einerseits eine „Unterförderung" bei der mobilen und privaten Pflege, obwohl diese nur ein Viertel der stationären Pflege kosten würde und daher mehr gefördert werden sollte als Letztere, die seiner Meinung nach „überfördert" sei.

© FMVÖ

Marin: „Nirgendwo unterscheiden sich die EU-Länder so sehr wie bezüglich Pflegeleistungen. Eine ‚Best Practice' bei der Langzeitpflegevorsorge fehlt europaweit."

Nur 0,2 Prozent der Bevölkerung hätten eine *private* Pflegerentenversicherung abgeschlossen – dies hänge auch mit den Rahmenbedingungen zusammen: In Frankreich etwa, wo die öffentliche Hand knausriger ist, schließen mehr Menschen ab – mit dem Hauptmotiv, die Angehörigen nicht belasten zu wollen. Sicher gebe es aber auch einen Zusammenhang zwischen Unkompliziertheit der Produkte sowie des Vertriebs und dem Verkaufserfolg, ist Marin überzeugt.

Maximal Haftpflicht

Die meisten Bezieher (fast 70% Frauen-Anteil) finden sich in den niedrigeren der sieben Pflegestufen. Da es in anderen Ländern nicht so viele gebe, beziehen in Österreich 4,5 Prozent der Bevölkerung Pflegegeld, in Deutschland seien es nur 2,5 Prozent, erklärt Mairn.

Österreich verfüge über eines der großzügigsten Geldleistungssysteme, allerdings werde die Kaufkraft des Pflegegelds seit Inkrafttreten des Gesetzes 1993 auch laufend wieder ausgehöhlt.

Angesichts dessen müssten mehr Menschen Interesse daran haben, eine Pflegeversicherung abschließen. Diese ist für Marin „nicht einmal eine Teilkasko-, maximal eine Haftpflichtversicherung". Denn die offiziellen Preise für Pflegeleistungen seien recht stolz.

„Die Finanzierung ohne Steuerfinanzierung ist nicht möglich", so Sozialminister Rudolf Hundstorfer. Es gebe weltweit kein Land mit einer ausgeprägten Palette an Pflegeversicherungen ähnlich dem Prinzip der Krankenversicherung. Das sei versicherungsmathematisch nicht finanzierbar, da ja Kosten für die Pflege nicht prognostizierbar seien. Hundstorfer: „In den USA ziehen sich große Versicherer wieder aus dem Produkt zurück."

Hundstorfer sowie Vertreter von Assekuranzen wie Judit Havasi, Generaldirektor-Stellvertreterin der Wiener Städtische Versicherung AG, gehen davon aus, dass der Trend zu „einfachen, übersichtlichen Versicherungen" geht. Bei der Wiener Städtischen biete man eine solche an, es sei zudem an die jeweilige Pflegestufe des Beziehers gekoppelt. Havasi: „Die Versicherungswirtschaft sollte dieses Thema mehr betonen. In der privaten Pflegevorsorge stehen wir noch ganz am Anfang." Pflegeversicherungen seien als Ergänzung zur staatlichen Leistung zu verstehen, „die Familie soll spüren, dass es eine zusätzliche Säule gibt". *(lk)*

Nach Verlustwarnung Analysten senken das Kursziel für die Bank auf 25 bzw. 21 Euro

Weiter „Hold" und „Buy" für RBI

Wien. Die Wertpapierexperten von Berenberg haben das Kursziel der Raiffeisen Bank International (RBI) von 26 auf 21 Euro gesenkt; das Anlagevotum „Buy" bleibt aber bestehen. Die Gewinnschätzungen wurden drastisch gekürzt. Die RBI hatte am Montag nachbörslich wegen schlecht laufender Geschäfte in der Ukraine und Ungarn den ersten Jahresverlust ihrer Konzerngeschichte angekündigt. RBI-Chef Karl Sevelda spannte den Verlust-Bogen über 50 bis 500 Mio. Euro.

Hauptgründe sind die Verluste wegen der Zwangsumwandlung von Fremdwährungskrediten in Ungarn und schlechte Geschäfte in CEE aufgrund der Ukraine-Krise. Die Belastung in Ungarn sehen die UBS-Experten etwa zu einem Viertel abgebaut. Auch die Ukraine-Krise wirke sich im zweiten Halbjahr noch weiter negativ aus.

© RBI/Keinrath

Am Dienstag gaben die RBI-Titel an der Wiener Börse um fast 10% auf 17,8 € nach.

Beim Ergebnis je Aktie erwartet Berenberg einen Verlust von 0,60 (zuvor: +1,33) Euro für 2014, sowie Gewinne von 1,80 (2,96) bzw. 2,50 (3,25) Euro für die beiden Folgejahre. 2014 sei nicht mit einer Dividende zu rechnen. Laut UBS-Experten könnten sich aber heuer noch ein kleiner Konzerngewinn ausgehen.

Heuer eher keine Dividende

Etwas optimistischer beim Kursziel sind die Experten von Kepler Chevreux, das sie bei 25 (zuvor 27) ansetzen. Die Empfehlung „Buy" für die RBI-Aktie wurde bestätigt. Denn die Aktie ist nach Einschätzung der Analysten weiter attraktiv bewertet. Für heuer erwarten sie einen Verlust von 0,30 Euro je Aktie. Die Prognose für 2015 wurde von 2,77 auf 2,49 Euro je Akte gesenkt, für 2016 wird ein Gewinn von 3,17 Euro erwartet.

Die Dividendenschätzung für 2015 wurde von 0,90 auf 0,80 Euro je Aktie gesenkt. Für 2016 liegt die Dividenden-Prognose bei 1,10 Euro je Aktie. *(ag/lk)*

UniCredit Pioneer

Entscheidung für Santander

Mailand/Santander. Die italienische UniCredit und der spanische Rivale Santander schmieden einen neuen Vermögensverwalter. Dazu sollen die beiden Fondstöchter Pioneer und Santander Asset Management miteinander verschmolzen werden; eine entsprechende Vereinbarung werde bis Ende November unterzeichnet, sagte UniCredit-Chef Federico Ghizzoni.

Den Plänen zufolge sollen die Mutterkonzerne jeweils ein Drittel an dem neuen Vermögensverwalter halten, der eine starke Präsenz in Europa, Lateinamerika und den USA haben wird. Das letzte Drittel geht an die Beteiligungsfonds Warburg Pincus und General Atlantic. Diese beiden sollen in einigen Jahren aussteigen. Dann sei ein Börsengang der Tochter vorgesehen. UniCredit und Santander wollten ihre Anteile behalten.

Pioneer Investments verwaltet Vermögen im Wert von 174 Mrd. Euro und ist in 27 Ländern präsent; zusammen mit der Santander-Sparte kommt die Gesellschaft auf 328 Mrd. Euro. *(ag)*

real:estate

Top
Büros
Wohnungen
Anlageimmobilien
www.ehl.at
Wir leben Immobilien. EHL

© APA/Fohringer

WOHNIMMOBILIENRADAR WIEN

Für Experten von Wr. Privatbank, Resag und FindMy-Home ist Wiener Markt noch nicht überhitzt **Seite 28**

© FMA

DER WENIG VERSTANDENE PROZESS

Facility Management Austria will das Verständnis für die Dienstleistung fördern **Seite 29**

S Immo auf dem Weg zum neuen Rekordjahr

© Overmann; Christina Haeusler / Montage: B. Oelaj

Investitionen Die S Immo AG holt sich soeben mit einer Unternehmensanleihe im Volumen von 100 Millionen Euro frisches Kapital. Unternehmenschef Ernst Vejdovszky sieht darin eine gute Möglichkeit, das Wachstum voranzutreiben. Käufe werde man vor allem in der deutschen Hauptstadt Berlin tätigen. **Seite 26**

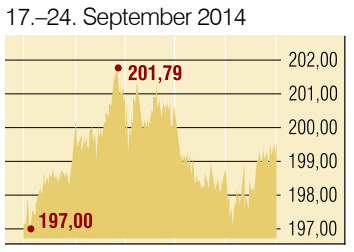
MIETPREISE IN ÖSTERREICH

Stadt	€/m² Wfl.
Innsbruck	12,7
Salzburg	11,8
Wien	9,7
Bregenz	8,9
Graz	8,7
Linz	8,5
Eisenstadt	8,1
Klagenfurt	6,9
St. Pölten	6,5

Quelle: IMMOBILIEN.NET

IMMO-AGS

17.–24. September 2014



IATX (Schluss 24.9.) 199,69 -1,23%

Wochentop	WXF	2,64%
Wochenflop	ATRS	-1,18%
Warimpex		2,64%
Buwog		2,00%
conwert		1,98%
CA Immobilien Anlagen		1,81%
S Immo		1,04%
Immofinanz		-0,47%
Atrium		-1,18%

IMMO-FONDS

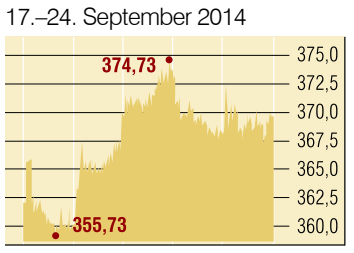
1-Monats-Performance (per 24.9.)

Monatstop	Nordea 1 Gl.Re.Est.	3,63%
Monatsflop	Schroder ISF Asia	-6,23%

Top 5 Immofonds	
Nordea 1 Global Re.Est. BI DKK	3,63%
CS EF(Lux)European Property I	0,76%
ComStage STX.Eu.600 R.E.NR	0,57%
FTSE EPRA Eur.Th.Ea.UCITS	0,18%
ESPA Stock Europe-Property T	-0,11%

Flop 5 Immofonds	
Schroder ISF Asia Pac.Pr.Sec.B	-6,23%
Morgan Stanley Asian Property	-5,90%
ING (L) Invest Gl.Real Est.P	-5,80%
Henderson Asia-Pacific Prop.	-5,73%
FF - Asia Pacific Property A Dis	-5,52%

17.–24. September 2014



CERX (Schluss 24.9.) 370,31 2,12%

INHALT

Immo:Capital
> Immofinanz mit negativem Konzernergebnis *26*
> S Immo-Anleihe kommt mit Kupon von drei Prozent *26*

Immo:Markets
> EHL: Neue Einkaufscenter in Wien starten vollvermietet *28*
> Deutsche Vermieter schaffen nur wenig Rendite *28*

SHORT

Kepler hebt Kursziel für Buwog auf 17,5 € an

© Studio Huger

Buwog (Foto: CEO Daniel Riedl) ist für Kepler einzigartiger Investmentfall.

Wien. Die Wertpapierexperten von Kepler Cheuvreux haben das Kursziel der Buwog von 16,50 auf 17,50 Euro erhöht. Derzeit notiert das Papier um die 15 Euro. Das Anlagenvotum „Buy" bestätigen die Kepler-Analysten.

Der Investmentfall der Buwog sei einzigartig, da das Unternehmen in mehrfacher Hinsicht von dem laufenden Immobilienboom in Österreich und Deutschland profitiere. Die Buwog sei als einziges Unternehmen in der Wohnentwicklung aktiv und habe die höchsten Margen bezüglich Anlagenabgängen. Außerdem würde die Buwog einen kontinuierlich höheren Cashflow im Mietgeschäft generieren, heißt es in der Studie.

Bei der Dividende je Aktie erwarten die Kepler-Analysten jeweils 0,69 Euro für 2014/15 sowie die beiden Folgejahre. *(ag)*

Atrium-Vorstand erhält neuen CEO und COO

Saint Helier. Rüdiger Dany wechselt mit 1. Oktober als COO (Chief Operating Officer) in den Vorstand der börsenotierten Immobilienfirma Atrium. Er folgt damit Josip Kardun, der ab 30.11. anstelle von Rachel Lavine Vorstandsvorsitzender (CEO) wird. Dany war zuletzt CEO bei der Immobilienfirma Auxideico Gestion, S.A.U, die zur ECE-Gruppe gehört. *(APA)*

© APA/Herbert Pfarrhofer

Rachel Lavine wird mit 30.11. von Josip Kardun als Atrium-CEO abgelöst.

Kantonalbanken für Immocrash gerüstet

Bern. Die zehn größten Kantonalbanken in der Schweiz haben so dicke Kapitalpolster, dass sie auch einen massiven Einbruch des Immobilienmarkts überstehen würden. Diese Meinung vertritt die Bank Vontobel in einer aktuellen Studie.

Bei einem Preisrückgang um 30 Prozent müssten die zehn größten Kantonalbanken insgesamt 2,9 Mrd. Franken (2,26 Mrd. Euro) abschreiben. Die Kantonalbanken von Basel-Stadt, St. Gallen und Zürich müssten allerdings in einem solchen Szenario zusätzliches Kapital beschaffen. In den 70er- und 90er-Jahren sind die Häuserpreise lediglich um 11 bzw. 15 Prozent gefallen. *(ag)*

S Immobilien AG Die 100 Millionen Euro schwere, fünfjährige Unternehmensanleihe kommt mit einem Kupon von 3%

Die Zeichen stehen auf Investition, Berlin ist top

Die S Immo ist kaufwillig, umsehen wird man sich vor allem in der quirligen deutschen Hauptstadt.

© s Immo

Interessant für die S Immo AG in Berlin sind vor allem günstige Gewerbeobjekte mit Umwidmungsfantasie.

Wien/Berlin. Das Deleveraging ist erledigt, das Portfolio bereinigt, einer nachhaltigen positiven Entwicklung steht nichts im Wege. So schätzt Ernst Vejdovszky, CEO der börsenotierten S Immo AG, den aktuellen Stand des Unternehmens ein. Sogar auch in den schwierigen Märkten Rumänien und Bulgarien habe man „das Tal der Tränen durchschritten". Die Verschuldungskennzahlen haben sich laut Credit Report der Erste Group, die an der S Immo mit knapp über zehn Prozent beteiligt ist, seit 2010 kontinuierlich verbessert. So konnten die gesamten Finanzverbindlichkeiten Ende Dezember 2013 um ca. 150 Mio. Euro auf 1.227,2 Mio. Euro erneut reduziert werden. Darin enthalten ist das Genussrechtskapital im Volumen von 186,6 Mio. Euro. Die deutliche Verbesserung der Gearing-Ratio (Anm.: Verhältnis Eigenmittel zu Fremdkapital) sei zwar positiv zu werten, mit 202,3% (2013) sei sie aber weiterhin sehr hoch (Peer Group Median: 90,9%). „Seit 2010 konnten wir das Geschäftsergebnis laufend steigern", betont Vejdovszky. Das Eigenkapital werde sich weiter verbessern.

Bond zur Zeichnung

Die Zeichen stehen auf Investition – schließlich soll heuer ein Rekordjahr werden. Zu diesem Zweck begibt die S Immo eine Unternehmensanleihe im Volumen von 100 Mio. Euro. Für diese war am Mittwoch die Preisfestsetzung. Die fünfjährige Unternehmensanleihe (ISIN: AT0000A19SB5) mit einer Stückelung von 500 Euro wird zu einem Kupon von 3 Prozent und einem Emissionskurs von 101,431 Prozent begeben. Der Bond war nach Angaben der Gesellschaft in der institutionellen Platzierung fast dreifach überzeichnet. Privatinvestoren können bis 1. Oktober zeichnen, das Unternehmen behält sich eine vorzeitige Schließung der Zeichnungsfrist vor.

Käufe nur in Deutschland

Ein wesentlicher Faktor, der der Immobiliengesellschaft dazu verhelfen soll, die Ziele zu erreichen, ist die Strategie, gezielt auf vier Nutzungsarten und vier Regionen zu streuen. Dies soll das Geschäftsrisiko senken. Der klare Investitionsfokus liegt dabei auf Hauptstädten – und dazu zählen neben Wien insbesondere Berlin. Vejdovzky: „Auch die Finanzierungssituation hat sich gedreht; die Banken haben ihre Zurückhaltung diesbezüglich aufgegeben."

In Deutschland ist die S Immo zu 70 Prozent in Wohnimmobilien engagiert, der Rest entfällt auf Büro und Gewerbe. Viele Immobilienexperten sind überzeugt, dass vor allem der Berliner Wohnimmobilienmarkt derzeit noch hohe Wachstumschancen bietet. Daher werde man in Deutschland Neuinvestitionen tätigen; überall sonst werde man eher veräußern. „Interessant für uns sind zum Beispiel Gewerbeobjekte mit Widmungsfantasie für Wohnraum." Umwidmungen seien in Deutschland, anders als in Österreich, nicht unüblich.

Innovative Projekte

Die Hauptstadt hat gegenüber Städten wie München oder Hamburg sowohl bei den Mieten als auch den Preisen für Eigentumswohnungen Aufholpotenzial. Dies sei historisch bedingt, allerdings ist die Kaufkraft auch schwächer.

In Berlin verfolgt die S Immo mit dem lokalen Team unter Robert Neumüller innovative Konzepte. So werden etwa Altbestände revitalisiert oder Gewerbeobjekte – ehemalige Fabriken – zu Lofts mit Flächen zwischen 80 und 170 m² umgebaut.

Interessant ist auch die Idee, auf kleinster Fläche, um Lücken in Straßenzügen zu schließen, hochwertige Mikrowohnungen mit ca 30 m² zu schaffen.

Ganze Quartiere werden entwickelt, man hat den Eindruck, die gesamte Stadt befindet sich in Aufbruchsstimmung; dies gilt freilich nicht für sämtliche „Kieze".

Laut Erste Group bestand das Immobilienportfolio der S Immo Gruppe per Ende Juni 2014 aus 204 Objekten mit einem Bilanzierungswert von 1,7 Mrd. Euro. Knapp 60% der Objekte befinden sich in Österreich und Deutschland, der Rest in CEE und SEE. *(lk)*

Immofinanz CEO Zehetner erwartet stabile bis rückläufige Mieterlöse – Quartalsergebnis noch ohne Buwog-Anteil

Neubewertungen durch Rubel-Aufwertung

Wien. Der börsenotierte Immobilienkonzern Immofinanz rechnet im weiteren Jahresverlauf mit stabilen bis rückläufigen Mieterlösen. „Im ersten Quartal haben wir ein Wachstum gesehen, aber wir können nicht erwarten, dass das so weitergeht", sagte Konzernchef Eduard Zehetner zur Nachrichtenagentur Reuters.

In Russland, dem wichtigsten Einzelmarkt, habe die Immofinanz zuletzt „im niedrigen einstelligen Prozentbereich" weniger Miete eingenommen. Einigen russischen Mietern sei vorübergehend eine niedrigere Miete gewährt worden, heißt es. Die Mieterverträge in Russland sind an den US-Dollar oder Euro gebunden.

Von der Ukraine-Krise und den Sanktionen gegen Russland ist die Immofinanz indirekt betroffen: Die Einkaufslust der Russen sinkt – was zunächst der Einzelhandel und damit auch die Immofinanz als Vermieter der Shoppingcenter-Flächen zu spüren bekommt.

© APA/Georg Hochmuth

Zehetner: „Als Shoppingcenter-Vermieter spüren wir indirekt die Ukraine-Krise."

Das Unternehmen ist mit einem operativen Ergebnis in Höhe von 90,9 Mio. Euro ins Geschäftsjahr 2014/15 gestartet. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr um minus 6,5% sei auf die plangemäß durchgeführten Immobilienverkäufe im letzten Geschäftsjahr zurückzuführen. Nachdem sich die Mieterlöse im Geschäftsjahr 2013/14 in einer „Like-for-like"-Betrachtung weitgehend stabil (-1,3%) entwickelt hatten, wurde im Startquartal 2014/15 ein Plus von 1,4% erzielt.

Negatives Konzernergebnis

Dennoch ist das Konzernergebnis für den Betrachtungszeitraum mit -14,0 Mio. Euro (Vj: 119,8 Mio.) negativ. Grund seien Neubewertungen des Immobilienvermögens in Russland gewesen als Folge der Rubel-Aufwertung gegenüber Euro und US-Dollar im Zeitraum Mai bis Juli; diese Neubewertung schlägt sich mit 75,9 Mio. Euro negativ zu Buche, sie sei aber nicht zahlungswirksam. Zehetner erwartet, dass sich der Effekt im zweiten Quartal umkehren wird.

Die Immofinanz besitzt mehrere große Einkaufszentren in Russland. Nach der Abspaltung der Wohnimmobilientochter Buwog ist das Land mit einem Anteil von einem Viertel am Gesamtportfolio der größte Einzelmarkt für den Konzern.

Unterschiedliche Taktung

Das anteilige Quartalsergebnis der Buwog-Gruppe, an der die Immofinanz 49% hält, ist übrigens nicht im Konzernergebnis zum 1. Quartal enthalten, da die Buwog ihr Quartalsergebnis erst nach der Immofinanz Group veröffentlicht. Die erstmalige Berücksichtigung erfolgt in den Ergebniszahlen für das 2. Quartal 2014/15.

Der Net Asset Value stieg trotz des negativen Quartalsergebnisses minimal auf 4,57 Euro per 31. Juli 2014 (30. April 2014: 4,56 Euro). Der Buchwert je Aktie liegt bei 4,21 Euro (30. April 2014: 4,19 Euro). *(ag)*

www.ersteimmobilien.at

ERSTE IMMOBILIEN
Kapitalanlagegesellschaft m. b. H.

Investieren Sie lieber in echte Immobilien. ERSTE IMMOBILIENFONDS

Sorgfältig ausgesuchte Immobilien sind in bewegten Zeiten eine gute Wertanlage. Mit dem ERSTE IMMOBILIEN-FONDS beteiligen Sie sich an Immobilien, die als substanzstark und wertbeständig gelten. Nützen Sie deren Ertragschancen, ohne vom Auf und Ab der Börse abhängig zu sein. Erhältlich in Ihrer Erste Bank und Sparkasse. Bitte beachten Sie, dass eine Veranlagung in Wertpapieren neben den geschilderten Chancen auch Risiken birgt.

Hierbei handelt es sich um eine Werbemitteilung. Wir weisen darauf hin, dass ein dem Immobilien-Investmentfondsgesetz (ImmoInvFG) BGBl Nr. 80/2003 in der gültigen Fassung und den Fondsbestimmungen entsprechender Verkaufsprospekt am Sitz der ERSTE Immobilien KAG (Emittentin) sowie der Erste Group Bank AG (Depotbank) aufliegt und im „Amtsblatt zur Wiener Zeitung“ bzw. auf der Homepage der ERSTE Immobilien KAG (www.ersteimmobilien.at) veröffentlicht wird. Sämtliche Prospekte stehen Interessierten kostenlos zur Verfügung. Das genaue Datum der jeweils letzten Veröffentlichung sowie weitere allfällige Abholstellen geben wir auf Wunsch gerne bekannt. Diese Unterlage stellt keine Anlageberatung oder Anlageempfehlung dar. Sie dient als zusätzliche Information für unsere Anleger und kann keine auf besondere Verhältnisse der Anleger bezogene Beratung ersetzen. Die Wertentwicklung in der Vergangenheit lässt keine verlässlichen Rückschlüsse auf die zukünftige Wertentwicklung eines Fonds zu. Irrtum und Druckfehler vorbehalten. ERSTE Immobilien Kapitalanlagegesellschaft m.b.H., Windmühlgasse 22-24, 1060 Wien.

Nähere Informationen
im Immobilien-Newsletter

SHORT

Immo-Kaufkraftindex von willhaben.at

© Panthermedia.net/Claus Schraml

Um 300.000 Euro war ein Ferienhaus mit Badeseezugang erhältlich.

Wien. Regelmäßig untersucht das Portal willhaben.at, wie viel Wohnraum man um welche Summe bekommt. Anhand von repräsentativen Suchergebnissen des laufenden Jahres ergibt sich: Um 150.000 Euro bekäme man in Wien eine Fläche von 48 m² oder eine 68 m² große Drei-Zimmer-Wohnung in Hall in Tirol oder 130 m² als Dachgeschoss in Fischamend.

Um 300.000 Euro ging sich ein Einfamilienhaus mit 650 m² Grundfläche in Bad Kleinkirchheim oder ein 1.500 m² Baulandgrundstück in Hart bei Graz oder ein Ferienhaus mit 566 m² Grundfläche und Badeseezugang in Lassee (NÖ) aus.

Um 500.000 Euro konnte man in Oberdöbling eine 100 m² Wohnung mit kleinem Garten kaufen, oder in Bürmoos bei Salzburg eine Villa mit 141 m² oder eine Riesen-Wohnung mit 271 m² in Ottensheim (OÖ).

Bauland kostete in Dornbirn am meisten (317,01 Euro/m²), gefolgt von Kitzbühel. Am günstigsten war es in Güssing (19,74 Euro/m²). *(red)*

US-Neubauverkäufe auf Sechs-Jahres-Hoch

Washington. In den USA ist der Absatz von Einfamilienhäusern überraschend stark gestiegen und signalisiert damit eine anhaltende Erholung am Immobilienmarkt. Die Zahl der verkauften Neubauten kletterte von Juli auf August um 18 Prozent auf eine Jahresrate von 504.000 Einheiten, teilte das Handelsministerium mit; dies ist der höchste Stand seit Mai 2008. *(ag)*

Penthouse in New York um 130 Millionen USD

© APA/EPA/Andrew Gombert

New Yorker Immo-Boom geht weiter: aberwitziger Preis für Penthouse.

New York. Der Immobilienboom in New York findet kein Ende – das teuerste jemals gelistete Apartment steht vor dem Verkaufsstart: Projektentwickler Zeckendorf Development bietet ab Anfang 2015 ein 1.151 m² großes Penthouse auf Manhattans Upper East Side wird für umgerechnet 100 Mio. Euro.

Der Developer bekam grünes Licht für die Vermarktung von insgesamt 31 Eigentumswohnungen im 51-stöckigen Hochhaus mit der Hausnummer 520 an der Park Avenue. 2017 soll das Projekt fertig sein.

Wohnimmobilienradar Wiener Privatbank-Chef: „Es wäre nicht sinnvoll, in einen funktionierenden Markt einzugreifen“

Wohnraum bietet immer noch gute reale Rendite

Die starke Dynamik in Wien hat nachgelassen, der Markt ist gesund, von einer Blase noch keine Spur.

Wien. Zum dritten Mal präsentierten die Wiener Privatbank, der Immobilienportalbetreiber FindMyHome.at sowie die Resag Immobilienmakler GmbH, an der die Wiener Privatbank zu 51% beteiligt ist, den von ihnen entwickelten Wohnimmobilienradar.

Demnach sei man in der Bundeshauptstadt von einer Preisblase immer noch weit entfernt. „Der Immobilienboom in Wien ist nicht kredit- und spekulationsgetrieben, sondern vielmehr durch Fundamentalfaktoren gerechtfertigt gewesen“, erklärt Bankchef Helmut Hardt. Übertreibungen gebe es nur in einzelnen Prestige-Lagen.

© APA/Helmut Fohringer

Die Nähe zum Naschmarkt hat auch den fünften Wiener Gemeindebezirk in der Gunst der Wohnungskäufer steigen lassen.

Langfristig reale Renditen

Der Wohnimmobilienmarkt in Wien sei geprägt von einer Stabilisierung der Preise auf vernünftigem Niveau. Die spürbare Atempause biete einen guten Einstiegszeitpunkt für Immobilien-Anleger. Hardt: „Der Markt ist gesund. Die starken fundamentalen Rahmenbedingungen wie das Wachstum der Gesamtbevölkerung werden langfristig für reale Renditen sorgen.“

Das Niedrigzinsumfeld mache Kredite für Wohnungskäufer unvermindert attraktiv. „Die Maßnahmen der EZB sind eine Einladung zum Kauf von Immobilien“, sagt auch FindMyHome-Geschäftsführer Bernd Gabel-Hlawa. Wien erlebe jährlich ein Bevölkerungswachstum in der Größenordnung der Stadt Krems. „Zudem zieht es internationale Investoren auf den österreichischen Markt; dies fördert eine positive Preisentwicklung durch die Angebotsknappheit.“

Eigentums- und Mietmarkt entwickeltn sich aber nicht gleichläufig: „Die Eigentumspreise steigen tendenziell weiter, speziell bei gebrauchten Wohnungen“, erklärt Resag-Geschäftsführer Georg Aichelburg-Rumerskirch. „Das erweiterte Angebot in Stadtentwicklungsgebieten zeigt Wirkung, weshalb die Mietpreise tendenziell stagnieren.“

Wo es sich lohnt

Im Eigentum haben in den vergangenen Jahren die Bezirke 2 und 5 stark geboomt. Gabel-Hlawa: „Anleger wollen aber nicht mit einem Boom mitgehen, sondern eine kontinuierliche Wertsteigerung sehen.“ Potenzial sehen die Experten in städtischen Entwicklungsgebieten wie den Bezirken 10, 11, 12, 15, 20 und 21.

Als besonders interessant wird das Areal um den Hauptbahnhof, die Seestadt Aspern sowie die Entwicklungsgebiete Nordwestbahnhof und Rothneusiedel erachtet. Aber auch die stabilen Traditionslagen Penzing, Hernals oder Währing finden Anklang.

Preisverschmelzung

Weiterer Trend: Die Preisniveaus der Bezirke 1 bis 9 verschmelzen zusehends. Ebenso verhalte es sich mit Wohnraum in Grünlagen. Ins Blickfeld rücke diesbezüglich auch der Bezirk 22 – vor allem alles, was in Donau-Nähe gelegen sei.

Bei den Mieten sieht Gabel-Hlawa eine sehr hohe Nachfrage nach kleineren Objekten mit einer Fläche zwischen 50 und 70 m², die deutlich höhere Quadratmeterpreise erzielen. Größere Objekte jenseits der 100 m² seien derzeit schwieriger zu vermarkten.

Auf dem Mietmarkt im höherpreisigen Segment sei auch zu spüren, dass internationale Unternehmen ihre Firmenzentralen aus Wien weg zum Beispiel nach Osten verlegen, dies aufgrund der belastenden Steuersituation in Österreich. Unternehmen mieten für ihre Mitarbeiter traditionell größere Immobilieneinheiten an. *(lk)*

DIW-Studie Fehler bei Standortwahl, technischen Risken

Deutsche Vermieter machen Miese

Hamburg/Wien. Renditen mit Betongold gelten angesichts der tiefen Zinsen als attraktiv. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) ließ jedoch mit einer Studie aufhorchen, wonach in Deutschland von den knapp sieben Millionen Eigentümern vermieteter Objekte drei Millionen damit nichts verdienen, rund 500.000 machten sogar Verlust, zitierte Spiegel Online – ohne Berücksichtigung der Inflation.

Das DIW beziffert den den Wert der Mietobjekte mit 1,08 Billionen Euro, die Vermietung von Wohnraum sei damit die zweitwichtigste Form der Vermögensanlage, nach jener in Geld und Wertpapieren. Die Bruttorendite liege zwischen 2 und 3%. 57,5% die Eigentümer verdienten jedoch weniger als 2%, nur 18% schaffen 5% und mehr.

Das schlechte Abschneiden der Immobilieninvestments führt Thomas Meyer, Chef der Wertgrund Immobilien AG, für die das DIW die Studie erstellt hat, auf die Unerfahrenheit der Anleger zurück, etwa bei der Standortwahl, auf steuerliche Anreize zu bauen oder technische Risiken unterschätzt zu haben, etwa bei Sanierungskosten infolge Mieterwechsels.

Ähnlich die Analyse von Helmut Hardt, Vorstand der Wiener Privatbank: „Nach der Wende gab es eine Phase der extrem starken Förderung. Es wurden in großem Stil über Vertriebsstrukturen nicht so hochwertige Immobilien als Anlagewohnung an den Mann gebracht, teils in schlechter Qualität, teils in schlechten Lagen. Deswegen ist der Rat von Profis so wichtig.“ *(lk)*

© Foto Wilke

Hardt, Wr. Privatbank: „Altbau-Development sollte man mit Profis betreiben.“

Geschäftsflächen Wien bleibt Top-Ziel globaler Retailer

Neue Zentren starten vollvermietet

Wien. Der Endspurt zur Fertigstellung der zahlreichen neuen Einkaufszentren, die in Wien bis zum Frühjahr 2015 eröffnen werden, verläuft hervorragend, berichtet der Immobiliendienstleister EHL in seinem neuesten Bericht.

Nachdem die Vorvermietung 2013 erfolgreich begonnen hatte, konnten in den vergangenen Monaten auch die wenigen verbleibenden Flächen verwertet werden. „Die neu geschaffenen Flächen sind sowohl bezüglich Auslastung als erzielbarer Mieten erfolgreich“, so Jörg Bitzer, Leiter der Einzelhandelsabteilung bei EHL. „Der Markt konnte dank starker Nachfrage 60.000 m² neue Flächen problemlos absorbieren, und die Mieten entsprechen durchwegs den Erwartungen bzw. konnten diese teilweise sogar übertreffen.“ Zu den wichtigsten Fertigstellungen zählen die Flächen am neuen Hauptbahnhof, die Erweiterung des Auhof Centers und das Citygate in der Wagramer Straße.

Hochwertige Flächen in modernen, neuen Einkaufszentren stehen ganz oben auf der Wunschliste internationaler Retailer, sodass die Aussichten für die Top-Lagen weiterhin hervorragend sind. „Österreich, und da natürlich insbesondere Wien, steht auf Platz vier der Top-Expansionsziele internationaler Einzelhändler.”

Die Standortwahl sei so wichtig wie nie zuvor. EHL-Geschäftsführer Michael Ehlmaier: „Es geht nicht mehr nur um Frequenz und Umsatzpotenziale – der Standort wird immer mehr Teil der Markenidentität.” *(lk)*

© EHL Immobilien

Ehlmaier: Standort als Teil der Markenidentität auch für Onlinegeschäft wichtig.

Facility Management Austria Eine Vielzahl an FM-Dienstleistern buhlt um den rund sieben Mrd. Euro schweren Markt in Österreich

Der „unverstandene Prozess“

Die Aufgaben der Dienstleistungsbranche sind sehr vielfältig – geringe Wahrnehmung in Öffentlichkeit.

Wien. „Facility Management wird in der Öffentlichkeit noch viel zu wenig wahrgenommen, um der Branche die ihr zustehende Unterstützung zukommen zu lassen und dies, obwohl es uns alle betrifft“, betont Kurt-Helmut Mraz, Vorstandsvorsitzender von Facility Management Austria (FMA), im Rahmen einer Präsentation der Organisation.

Aus den USA nach Europa

Wie so oft, lag der Ursprung dieses Prozesses in den USA und erreichte über die Industrie Ende der 1970er-Jahre seinen flächendeckenden Durchbruch. Vorreiter in Europa waren die Niederlande, wo seit 1984 in Groningen auch ein entsprechendes Universitäts-Studium angeboten wird. Die ersten deutschen Schritte erfolgten Mitte der 80er und gipfelten 1989 in der Gründung der GEFMA e.V. (German Facility Management Association), als das deutsche Netzwerk der Entscheider im Facility Management. In Österreich zeigten sich die ersten Ansätze Anfang der 90er-Jahre.

Ursprünglich nur für die Betreuung der Facilities (Anlagen, Einrichtungen und Standorte) angedacht, versteht man heute unter FM u.a. das Management der Immobilie, des Fuhrparks – de facto aller Sachgüter einer Organisation (Sekundärgeschäfte). Trotzdem unterliegt in Europa der Begriff FM noch immer den unterschiedlichsten Definitionen.

Diverseste Definitionen

Mraz: „Innerhalb unserer Organisation gilt: FM ist ein effektives Konzept für professionelle Unterstützung des Kerngeschäfts durch Bereitstellung von Immobilien und Services für Unternehmen wie auch für Organisationen.“ Für einen wirtschaftlichen Betrieb und eine nachhaltige Nutzung von Immobilien leiste modernes FM einen wichtigen Beitrag.

Die Normierung bestimmt

Aus der Normierung heraus ergeben sich dann auch die Anwendungsbereiche: Fläche und Infrastruktur; dazu zählen Unterbringung, Arbeitsplatz, Technische Infrastruktur, Reinigung, Sonstige Flächen und Infrastruktur einerseits und andererseits Mensch und Organisation betreffend Gesundheit, Arbeitsschutz und Sicherheit, Hospitality, Information und Kommunikation sowie Logistik. „Die Herausforderungen im Facility Management liegen bei den Zukunftsthemen“, erklärt Mraz.

Was der FMA-CEO u.a. damit meint: Lebenszykluskostenberechnung schon in der Planungsphase, nachhaltiges Objektmanagement beziehungsweise Betriebsführung, Energiemanagement, Unterstützung bei der Umsetzung des EEG (Erneuerbare-Energien-Gesetz), Zertifizierunng von nachhaltig betriebenen Objekten, neue Arbeitswelten und last but not least Gestaltung des Arbeitsplatzes der Zukunft. *(fh)*

© FMA

Mraz: „FM als wichtiger Beitrag für nachhaltige Nutzung, wirtschaftlichen Betrieb“.

FMA

Facility Management Austria (FMA) ist eine 1995 gegründete Non-Profit-Organisation und versteht sich als das österreichische unternehmensbezogene Netzwerk für Dienstleistungen rund um das Gebäude, also Facility Management. Mitglieder sind namhafte, national und international tätige Unternehmen und Organisationen, Verbände und Ausbildungsinstitutionen sowie Personen, die sich in einer FM-Aus- und Weiterbildung befinden. Nach ÖNORM EN 15221-1 wird unter Facility Management die Integration von Prozessen innerhalb einer Organisation zur Erbringung und Entwicklung der vereinbarten Leistungen, welche zur Unterstützung und Verbesserung der Effektivität ihrer Hauptaktivitäten dienen, verstanden.

ÖVI Symposium und Buch

Richtig bewerten

Wien. Anlässlich der Präsentation des Edition ÖVI-Klassikers „Immobilienbewertung Österreich“ in der dritten, aktualisierten und erweiterten Ausgabe luden Immo-Zert und ÖVI Immobilienakademie am 17. September zu einem Symposium. Vorgestellt wurde das druckfrische Werk von seiner Herausgeberin Margret Funk. „Der Austro-Immomarkt entwickelt sich sehr rasant und fordert daher neue Methoden und Tools für die Praxis der Immobilienbewertung.“ *(lk)*

© ÖVI Immobilienakademie

Mit Funk und Bienert wagten sich weitere 18 Autoren an das Thema heran.

SÜBA
DER BAUTRÄGER FÜR EXKLUSIVE IMMOBILIEN
Wohnungen. Werte. Wohlbefinden.

1230 Wien – Atzgersdorf
Meisgeyergasse 6-10
- 24 reizende Eigentumswohnungen
- 47 bis 132 ² zzgl. Freiflächen
- Perfekte Infrastruktur und Verkehrsanbindung
- Tiefgarage
- Geplante Fertigstellung: 1. Quartal 2015
- HWB = 41/34/39 kWh/m²a

1140 Wien – Penzing
Höhe Linzerstraße 80
- 39 attraktive Eigentumswohnungen
- 51 bis 130 m² plus Freiflächen
- Zentrale Grünruhelage
- Tiefagarage
- Fertigstellung Ende 2014
- HWB 28 kWh/m²a

1120 Wien – ANLAGE/VORSORGE !
Nähe FUZO – Meidlinger Hauptstraße
- 28 hübsche Kleinwohnungen + 1 Lokal
- Super Infrastruktur, FUZO, U4, S-Bahn!
- 46 bis 72 m²
- Tiefgarage
- Baubeginn Herbst 2013
- HWB 63,55 kWh/m²a

Beratung und Verkauf
+43 (0) 1 580 10 20
www.sueba.at

SHORT

Erste Group mistet für Hochwasseropfer aus

Wien. Die Mitarbeiter der Erste Group starteten eine große Büro-Ausmist-Aktion, um nicht Überflüssiges in den Erste Campus – die neue Zentrale der Erste Group – übersiedeln zu müssen. Das Ergebnis: 127 Tonnen entsorgtes Papier und mehr als 80 Kästen, die nicht mehr benötigt werden.
Die bei der Ausmist-Aktion frei gewordenen Kästen wurden an Menschen gespendet, die in Bosnien und Herzegowina vom Hochwasser betroffen sind. *(red)*

3. Chef bei Raiffeisen Bausparkasse

© Raiffeisen Bausparkasse

H-C. Vallant: dritter Geschäftsführer der Raiffeisen Bausparkasse.

Wien. Mit 1. Oktober 2014 wird Hans-Christian Vallant zum dritten Geschäftsführer der Raiffeisen Bausparkasse bestellt. Vallant wird für die Bereiche Vertrieb sowie Controlling, Finanzen und Ordnungsnormen verantwortlich zeichnen und das bisherige Management um Generaldirektor Manfred Url und Direktor Johann Ertl ergänzen. *(ag)*

Hotel Columbus geht an Amerikaner

Berlin. Das Tagungshotel Columbus in Seligenstadt hat einen neuen Eigentümer: Ein amerikanischer Casino- und Hotelbetreiber erwarb das Objekt von der Hotelgesellschaft M.u.W. von Rhein KG, beraten von Christie + Co. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. *(red)*

Valida Vorsorge verstärkt die Spitze

© Valida Vorsorge Management/Franz Helmreich

Valida-Vorstandsvorsitzender Andreas Zakostelsky erhält Verstärkung.

Wien. Die Valida Vorsorge Management erhält Verstärkung an der Spitze: Stefan Eberhartinger und Albert Gaubitzer ergänzen ab 1. Oktober 2014 das Vorstandsteam rund um den Vorsitzenden Andreas Zakostelsky.

Der studierte Jurist Eberhartinger übernimmt in der Valida Holding die Ressorts Bestandsverwaltung Pensionskassen, Mathematik und Produktentwicklung, Asset Management sowie Consulting. Gaubitzer werde sich als IT-Spezialist in die Bereiche IT-Reorganisation und Prozess-Optimierung einbringen, heißt es aus dem Unternehmen. *(ag/hk)*

Plattform FindMyHome lässt die Kunden bewerten: Wer das Gütezeichen trägt, gilt als vertrauenswürdig

Qualitätssiegel für Makler

Bewertet wird unter anderem Pünktlichkeit, Service, Beratung und Kompetenz des Immo-Vermittlers.

Wien. Um die Branche für Immobilien-Suchende transparenter zu gestalten und Immobilien-Anbieter zu noch besseren Leistungen zu bewegen, startete FindMyHome.at 2010 ein Kundenbewertungssystem: Jene Makler und Bauträger, die laut Userbewertung vorbildhaftes Engagement an den Tag legen, erhalten ein Qualitätssiegel.

„Wir zeichnen uns vor allem durch höchste Kunden- sowie Qualitätsorientierung aus. Unser Qualitätssiegel für die Anbieter ist österreichweit einzigartig, da es ausschließlich auf User-Rezensionen basiert. Qualitätsmakler wird bei uns nur, wer seine Kunden *begeistern* kann; das schätzen unsere Plattform-Nutzer“, meint Benedikt Gabriel, Eigentümer und Geschäftsführer von FindMyHome.at.

Bewertet werden Anbieterqualitäten wie Pünktlichkeit, Service, Beratung, Kompetenz, Auftreten, Nachbetreuung, Angebotsqualität und Weiterempfehlung. Alle eingegangenen Bewertungen werden einmal jährlich analysiert und dienen so als Basis für die Verleihung der Qualitätssiegel.

Um z.B. als Makler mit dem roten Siegel ausgezeichnet werden zu können, müssen seine Bewertungen zu über zwei Drittel herausragend positiv sein.

„Qualitätsmakler-Gala 2014“

Am 6. November ist es dann so weit: Auf der Qualitätsmakler-Gala 2014 werden aus rund 250 Maklerkunden der Plattform in den Kategorien „Qualitätsmakler 2014“ und „Top Developer 2014“ die Besten prämiert.

„Im Vergleich zu den letzten Jahren sieht man einen deutlichen Anstieg der Kundenzufriedenheit“, sagt Bernd Gabel-Hlawa, Mitbegründer und Geschäftsführer von FindMyHome.at. *(hk)*

© Michael Stelzhammer (2)

FindMyHome.at-GF Gabel-Hlawa (li.) und Gabriel registrieren mehr Zufriedenheit.

Verkauf Zwei Wolkenkratzer der deutschen Finanzmetropole haben den Besitzer gewechselt

Blackstone auf Einkaufstour in Frankfurt

Frankfurt. Der Frankfurter Messeturm soll dem Vernehmen nach an den US-Finanzinvestor Blackstone verkauft werden. Der Kaufpreis wurde laut einem Insider auf rund 250 Mio. € taxiert. Hauptmieter ist die US-Investmentbank Goldman Sachs.

100 Millionen für 35.000 m²

Den Kauf des unmittelbar benachbarten „Pollux“ hat Blackstone bereits unter Dach und Fach gebracht, wie der bisherige Eigentümer IVG Institutional Funds mitteilte. Über den Kaufpreis war zwar Stillschweigen vereinbart worden, aber Immobilienkreisen zufolge liegt der Kaufpreis hier bei gut 100 Mio. €. Im 1997 fertiggestellten Pollux war früher vor allem die Commerzbank beheimatet, heute ist der größte Teil der rund 35.000 m² auf 33 Stockwerken verwaist.

© Wikimedia (2)

Messeturm soll an Blackstone gehen, „Pollux“ gehört dem Finanzinvestor bereits.

„Pollux“ wird aufgewertet

Neu vermietet wird der Pollux zunächst offenbar nicht: „Wir werden das Gebäude erst einmal vom Markt nehmen,“ sagte York von Pannwitz, Geschäftsführer des künftigen Gebäudeverwalters und Co-Investors Finch Properties, zum Immobilienmagazin *Deal*. „Wir werden uns zuallererst darauf konzentrieren, den Pollux zu einem zeitgemäßen Gebäude mit modernen Merkmalen aufzuwerten“, so von Pannwitz. *(APA/hk)*

Wien Holding Erweiterung an fünf Wiener Standorten

Modulare Holzbauweise in Schulen

Wien. 27 neue Klassen sowie 13 Räume für Bewegung, Werken und sonstige Nutzungen: Die Erweiterung von vorerst fünf Wiener Schulstandorten in Simmering, Penzing und Floridsdorf ist über den Sommer fertiggestellt worden.

Baukosten unterschritten

Ermöglicht wurde die rasche Erweiterung durch ein modulares Holzbausystem. Umgesetzt wird das Schulerweiterungsprojekt von der WIP Wiener Infrastruktur Projekt GmbH, einem Unternehmen der Wien Holding-Tochter WSE Wiener Standortentwicklung GmbH, gemeinsam mit der MA 56 (Wiener Schulen) und der Stadtbaudirektion. Die vorgesehenen Baukosten für die ersten fünf Standorte von 12,5 Mio. € konnten laut Bildungsstadtrat Christian Oxonitsch um 1,5 Mio. € unterschritten werden. *(red)*

© Stugeba/Robert Herbst

Der Zubau in der Herchenhahngasse bietet Platz für acht zusätzliche Klassen.

Zumtobel „Light Mobility“

Mobilitätspreis

Dornbirn. Beim VCÖ-Mobilitätspreis 2014 hat die Zumtobel Lighting GmbH mit dem Konzept „Light Mobility“ für den Werksstandort Dornbirn in der Kategorie „Unterwegs zur Arbeit“ gewonnen. Das Zumtobel-Mobilitätskonzept will seine Mitarbeiter zum Umsteigen auf umweltfreundlichere Verkehrsmittel bewegen und so der drohenden Parkplatzknappheit am Konzernsitz in Dornbirn begegnen.

Vier Säulen gegen Verkehr

Das neu gegründete Mobilitätsteam führte ein vier-Säulen-Konzept ein – bestehend aus Aktionen und Einrichtungen für Radfahrer wie z.B. E-Bike-Ladestationen, Fahrgemeinschaften, Parkraumbewirtschaftung und Vergünstigungen für den öffentlichen Nahverkehr. Das stark bezuschusstes Jobticket bedeutet eine finanzielle Entlastung für die Mitarbeiter.

„Die Angebote werden sehr gut angenommen, und wir konnten viele Mitarbeiter dazu bewegen, auf umweltfreundlichere Verkehrsmittel umzusteigen“, sagt Werksleiter Herwig Burtscher. *(red)*

Neubau Landespflegeheim

Erste finanziert

Wien. Die Erste Group Immorent finanziert gemeinsam mit Erste Bank Oesterreich und Sparkassen mittels Leasing den Neubau des Landespflegeheims Wolkersdorf für das Land Niederösterreich.

Die Gesamtinvestitionskosten des Projekts, das neben der Errichtung des Gebäudes die gesamte Einrichtung einschließt, betragen rund 20 Mio. €. Die Übergabe des Gebäudes an das Land NÖ ist für Anfang 2016 geplant. *(ag)*

© ARGE LPH Wolkersdorf

Das neue Landespflegeheim Wolkersdorf soll Anfang 2016 fertiggestellt sein.

advisory

© Alphaspirit

MEHR KREATIVITÄT MUSS HER
Der Erfolgsfaktor ist zwar durchaus bekannt, wird aber noch zu wenig genutzt **Seite 35**

© Anna Rauchenberger

COMPLIANCE IN DER PRAXIS
Aktuelle Trends und erprobte Lösungen vom Compliance Solutions Day **Seite 36**

PROALPHA
ERP-„MEISTER“ LUDWIG DENICH

© proAlpha/www.fotostudio-staudigl.at

SHORT

Wenn Unternehmen ihr Recht suchen

© B&C Privatstiftung /APA-Fotoservice/Pauty

Einer der Vortragenden am 6.10. in der Uni Wien: Prof. Friedrich Rüffler

Wien. Abschlussprüfung, Bilanzdelikte, „Dividendenuntreue“: „Dank“ der Schuldenkrise stehen die Unternehmen und ihre Bilanzierung unter verschärfter Beobachtung.

Der 3. Wiener Unternehmensrechtstag am 6.10. in der Uni Wien zum Thema „Enforcement im Rechnungslegungsrecht – vom Papiertiger zum Kriminalfall?“ widmet sich den aktuellen Entwicklungen der Rechnungslegungskontrolle. Im Anschluss stehen die Top-Experten für Diskussionen zur Verfügung. *(pj)*
http://bit.ly/Ze9Cvj

Jour Fixe „BVergG Novelle ante portas“

Wien. Am 14.10. ab 17:30 Uhr erklärt Bernhard Kall bei Willheim Müller RA (1010 Wien, Rockhgasse 6) Änderungen sowie Neuheiten bei den Verfahrensarten wie z. B. Inhouse-Vergabe. Einen weiteren Schwerpunkt bildet auch die Pflicht zur E-Vergabe. Anmeldungen an *events@wmlaw.at*

Beratungsfirmen sind begehrte Arbeitgeber

© Panthermedia.net/Dmitriy Shironosov

Gute Jobs im Visier: Consulter werden (wieder) deutlich beliebter.

Wien. Die Beratungsfirma Universum vergleicht im Ranking „World’s Most Attractive Employers 2014“ (WMAE) die Attraktivität von Arbeitgebern auf globaler Ebene.

Unternehmensberater und Wirtschaftsprüfer haben in den letzten drei Jahren an Attraktivität gewonnen. Ernst & Young, PwC und KPMG sind einander auf den Plätzen 2 bis 4 dicht auf den Fersen. Auch die Management- und Strategieberater sind im Aufwind: McKinsey konnte einen Platz vorrücken und liegt nun auf Rang elf. The Boston Consulting Group (auf 13) konnte drei Positionen vorrücken. *(pj)*
universumglobal.com

McKinsey übertrumpft jetzt Boston Consulting

© Panthermedia.net/Ndul

Bei der renommiertesten Untersuchung im deutschsprachigen Raum – der „Fink-Studie“ – wurden 5 Branchen und je 10 Disziplinen und Fähigkeiten abgefragt.

Berater-Wachablöse McKinsey verweist im Urteil der Kunden seit neuestem den Hauptkonkurrenten BCG auf Platz zwei. Bain hat sich auf den dritten Rang vorgekämpft, während Roland Berger auf Platz fünf abgerutscht ist. Die IT-nahen Häuser Bearing Point, Capgemini und vor allem Accenture haben zugelegt. **Seite 32**

Praxisreport Wer kann Ansprüche gegen wen anmelden?

Vulkane in den Griff bekommen

© Vilhelm gunnarsson/EPA/picturedesk.com

Kostenersatz nach außergewöhnlichen Reiseumständen – aber von wem?

Wien. 2010 legte der Vulkan Eyjafjallajökull einen Monat lang den Flugverkehr über Europa lahm.

Mehr als 100.000 Flüge wurden gestrichen, wodurch sowohl bei Fluggesellschaften und Reiseveranstaltern, als auch Privatpersonen Schäden entstanden.

Nach zahllosen Klagen gegen Reiseveranstalter und Fluglinien musste die Rechtslage hinsichtlich der tatsächlich zustehenden Ansprüche und der zu ersetzenden Kosten neu geklärt werden. Barbara Reznicek (PHH Rechtsanwälte) erklärt, welche Möglichkeiten zum Kostenersatz realistisch und einklagbar sind. *Seite 33*

1.1.2015 Die Gemeindestrukturreform steht vor der Tür

Kein Stein bleibt auf dem anderen

© Thomas Radkohl

In etwas mehr als drei Monaten tritt die Gemeindestrukturreform in Kraft.

Lannach. Es geht um mehr als Gemeindenamen, -kennziffern, Wappen und Siegel. Was genau kommt auf die Verwaltungen im Detail zu, wenn mit Stichtag 1.1.2015 der Prozess der Strukturreform abgeschlossen sein wird?

Welche Maßnahmen sind nötig, um den Veränderungsprozess mitgestalten zu können? Welche Vorkehrungen müssen getroffen werden, um Verwaltungsaufgaben während und nach dem Reformprozess einfach und effizient bewältigen zu können? Wo können Synergien genutzt, Aufwände gering gehalten und Doppelgleisigkeiten vermieden werden? *Seite 34*

GASTKOMMENTAR

Bildung oder doch eher AUSbildung?

© MMS

WILLI HAMBURGER, MMS

Ich beschäftige mich schon einige Zeit mit dem Thema Kommunikation und bin erstaunt, wie oft die Sprache mehr zur Verschleierung als zum Ausdruck der Absicht verwendet wird. Wenn sich ein Unternehmen für eine positive Zukunft sowohl im Sinne der Umwelt als auch im Sinne der Ausbildung und Chancenentwicklung der Jugend einsetzt, dann nennen wir das nachhaltig. So als wollten wir den Zukunftsaspekt bewusst verschweigen. Abgesehen davon, dass eine nachhaltige Zukunft nicht wirklich vorstellbar ist.

Verstehen Sie das Versprechen der englischen Regierung an die Schotten, dass sie eine wesentlich erweiterte Autonomie erhalten, wenn sie bei England bleiben? Wenn sie nicht dabei bleiben, haben sie doch die volle Autonomie. Verstehen Sie eine Steuersenkung, die durch zusätzliche Steuern finanziert wird? Sind die Steuern dann niedriger oder höher oder bleiben sie gleich? Und: Welche Absicht steht dahinter?

Meinen wir „Bildung"?

In den letzten Jahren gibt es ein Lieblingsthema der Österreicher: Bildung. Dazu werden gefordert: neue Bildungskonzepte, mehr Bildungspolitik, Bildungsinitiativen, Bildungsvolksbegehren und vieles mehr. Bis heute findet sich niemand, der uns sagt, welche Art von Bildung gemeint ist.

Meinen wir wirklich Bildung oder eben doch Ausbildung? Das erste wäre eine breite Allgemeinbildung im humanistischen Sinn – das andere die rasche und effiziente Ausbildung von jungen und älteren Menschen für einen bestimmten Beruf. Vielleicht fehlt uns die Bildung, um diese Differenz wahrzunehmen. Oder wir meinen beides, was ich befürchte. Ich bin überzeugt, dass wir viel effizienter diskutieren und vor allem handeln könnten, wenn wir diese beiden Begriffe bewusst auseinander halten. Wir wüssten dann nämlich sehr rasch, was wir für die Ausbildung unserer Jugend und die Weiterbildung von Menschen tun müssten. Darüber hinaus können sich Bildungsexperten darüber unterhalten, welche Bildungsziele uns heute für unsere Gesellschaft vorschweben.

Der Ruf der Wirtschaft klingt nach Ausbildung, rasch, effizient und bestmöglich. Der Ruf der Humanisten ist der nach Bildung. Beide haben andere Ziele. Erst wenn wir uns bewusst werden, dass der gebildetste Mensch vermutlich kein guter Facharbeiter und der beste Facharbeiter vielleicht kein Philosoph ist, können wir überlegen, welche Ziele wir uns setzen sollten!

Fink-Studie Wer sind aktuell die besten Unternehmens- und Managementberater im deutschsprachigen Raum?

McKinsey hat die Boston Consultig Group überholt

Mega-Trend: Kunden können die Leistungen der Consulter immer genauer definieren und einschätzen.

Bonn. Die Unternehmensberatung McKinsey ist Deutschlands bester Berater und hat damit die Boston Consulting Group (BCG) überholt. Zu diesem Ergebnis gelangt eine Studie des Wirtschaftsprofessors Dietmar Fink, über die vor wenigen Tagen das *manager magazin* berichtet hat.

Es ist die renommierteste Untersuchung im deutschsprachigen Raum, und allein die Ankündigung genügt bei Weitem, um in der „Szene" hektische Telefonate hervorzurufen. Fink lehrt an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg Unternehmensberatung und -entwicklung und agiert als Geschäftsführer der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Management und Beratung (WGMB). Seit dem Jahr 2010 ist er darüber hinaus International Research Fellow an der Universität Oxford.

Über Monate hinweg – von Mai bis August – hat Finks Team mehr als 500 Führungskräfte zur Leistung und zum Image der Consultants befragt: Vorstände, Geschäftsführer und Projektleiter. Verglichen wurden dabei die wichtigsten Managementberatungen des deutschsprachigen Raums, die Consultingsparten der vier großen Wirtschaftsprüfer Deloitte, EY (Ernst & Young), KPMG sowie PwC sowie die IT-nahen Beratungshäuser Accenture, Bearing Point, Capgemini und IBM.

© Panthermedia.net/Christos Georghiou

In der Kategorie „Auto und Zulieferer" siegte McKinsey mit 402 Punkten vor Roland Berger (388), BCG (383), Oliver Wyman (376) und A.T. Kearney mit 359 Zählern.

Totaler „Branchen"-Leader

Bei den Rankings der fünf Top-Branchen rangiert McKinsey überall (!) auf dem ersten Platz – oft mit sehr deutlichem Abstand vor dem jeweils Zweiten. Bei „Auto und Zulieferer" hat sich Roland Berger auf Platz 2 vor BCG, Oliver Wyman und A.T. Kearney platziert. In der Banken- und Versicherungen-Sparte wird hinter McKinsey besonders BCG viel Know-how zugetraut, dahinter liegen Bain knapp vor Oliver Wyman und auf Rang 5 Accenture.

Ein ähnliches Bild zeigt sich im Chemiebereich; hier hat McKinsey von den Top-Managern mit 388 die wenigsten von 500 möglichen Punkten bekommen und liegt wiederum vor BCG, dicht dahinter mit geringen Abständen A.T. Kearney, Strategy& und Roland Berger.

Kultberater Roland Berger punktet dann besonders stark bei Konsumgütern und Handel, wo mit Platz 2 nur knapp der große Sieger McKinsey verfehlt wird. BCG ist hier fast gleichauf mit Roland Berger, Bain und Accenture folgen in diesem Sektor mit großem Abstand. Dichter beieinander liegt das Beraterfeld bei Telekom, Medien, IT und Hightech, wo hinter McKinsey und BCG diesmal Accenture, A.T. Kearney und Bain auf den Plätzen folgen.

Das Disziplinen-Ranking

Verblüffenderweise liegt McKinsey in den insgesamt zehn Teilbereichen nur zweimal voran, nämlich bei Organisation/Führung und „Post Merger Integration".

Die meisten Spitzenpositionen – nämlich 3 – erreicht hier BCG bei Marketing/Vertrieb, Innovation und der besonders relevanten „Strategischen Planung", für die noch immer am meisten bezahlt wird.

Accenture siegt mit deutlichem Abstand vor IBM bei „Business Technology", Roland Berger knapp bei Sanierung/Restrukturierung, A.T. Kearney beim Operations-Management und auch PwC (Corporate Finance) und KPMG (Mergers & Acquisitions) holen sich – beide sehr knapp – jeweils einen Top-Platz.

Besonders fähig

Auch die „Fähigkeiten" werden in zehn Einzelkategorien gesplittet. Hier belegt McKinsey fünfmal Platz eins, BCG zweimal. Dass Berater ordentlich vorausdenken können, ist aus Sicht der Kunden wohl die wichtigste Anforderung: Dort liegen BCG und McKinsey praktisch gleichauf nur durch einen Punkt getrennt. Roland Berger kann Ideen am besten umsetzen, die IT-Berater sind am preiswertesten (IBM vor Bearing Point und Capgemini). Die besten Teamplayer sind bei PwC zu finden.

Summa summarum ist die Zufriedenheit der Kunden gegenüber ihren Beratern im Vergleich zur letzten Fink-Studie leicht gesunken – aber immerhin 59% sind mit den Ergebnissen ihrer Projekte zufrieden oder sogar sehr zufrieden.

Auffällig sind die Verbesserung von Bain – wo sich offenbar die personelle Aufrüstung in der jüngsten Vergangenheit bezahlt gemacht hat – und der Aufstieg der Wirtschaftsprüfer, die bis vor Kurzem noch eher im Schatten der Managementberater gestanden sind.

Auch IT-Gigant Accenture hat es in mehreren Disziplinen unter die Top Five geschafft. *(pj)*

Neuer Verein Vernetzung von Professionals, Bildungs- und Forschungseinrichtungen

Usability wird wichtiges Thema

Wien. Die Österreichische Gesellschaft für Usability und User Experience – Usability and User Experience Professionals Austria (UXpro Austria) will ab sofort Standards und Zertifizierungen im Bereich User Experience (UX) etablieren, um Usability Engineering bestmöglich ins Qualitätsmanagement von anwenderorientierten Produkten, Dienstleistungen, Ausschreibungen und Projekten zu integrieren. Usability und User Experience hat heutzutage hohe wirtschaftliche Relevanz und findet bei Unternehmen und Entwicklern eine stark steigende Beachtung.

Deutlich weniger Kosten

Die Anforderungen der Endnutzer mit professioneller Usability/UX bereits ab Beginn eines Projekts zu beachten, bedeutet laut einer Daumenregel von Tom Gilb (1988) eine bis zu 100fache Kostenersparnis gegenüber späteren Korrekturen und Change Request bei oder nach Projektabschluss.

Präsidenten von UXpro Austria sind Sandra Murth, GF der alysis GmbH, und Michael Tesar, Inhaber von see-it.at. Zum Vorstand zählen weiters Vizepräsident Ludwig Meyer, GF Gabriele Költringer (Technikum Wien GmbH) und als Rechnungsprüfer Christian Wolf, GF der TU Wien Holding GmbH, sowie Angela Fürstberger, Projektmanagerin bei dmcgroup.

Die Aktivitäten und Services von UXpro Austria richten sich an Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, Start-ups und etablierte Unternehmen, an Universitäten, Fachhochschulen, Aus- und Weiterbildungsstätten, an Verbände, Institutionen, Körperschaften aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und an den öffentlichen Bereich.

© alysis

Sandra Murth ist Präsidentin der vor kurzem neu gegründeten UXpro Austria.

„UXpro Austria bietet Mitgliedern ein Netzwerk von Usability und UX-Spezialisten, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, sowie Unternehmen, die Wert auf Usability und UX legen oder in diesem Bereich tätig sind", sagt Präsidentin Sandra Murth. „Derzeit wird an umfassenden und praxisorientierten Serviceleistungen gearbeitet – darunter eine Recruitmentdatenbank, eine eigene Jobbörse und eine Sammlung von Best Practice-Beispielen, die allen Mitgliedern in ihren Branchen die Arbeit erleichtern soll."

Die ersten erfolgreich organisierten Veranstaltungen von UXpro Austria waren der MobileMonday zum Thema „UX und Wearables" und das UXCamp2014. Der Verein finanziert sich durch Mitgliedsbeträge und Sponsoring. *(pj)*

www.uxpro.at

Tipp Bachelor Academy

Oliver Wyman lässt bitten

München. Was haben Unternehmensberatungen und Start-ups gemeinsam? Und wie reagieren die Branchen Retail, Automotive und Financial Services auf disruptive Innovationen? Die Managementberatung Oliver Wyman lädt Studierende aus dem deutschsprachigen Raum zur Bachelor Academy 2014 ein. Die Veranstaltung am 4. und 5.12. in München dreht sich rund um das Thema digitale Vernetzung und richtet sich an Bachelor-Studenten aller Fachrichtungen ab dem 3. Semester.

Kreativität trainieren

Die Teilnehmer des Workshops erhalten Einblicke in zukunftsweisende Themenstellungen und lernen die Arbeit an Beratungsprojekten kennen. Neben der Bearbeitung von praxisbezogenen Fallstudien für die Bereiche Handel, Automobil und die Finanzbranche steht auch ein Training zu Kreativitätstechniken auf dem Programm. Bewerbungsschluss ist der 7.11. *(pj)*

www.bachelor-academy.de

Praxisreport Tipps und Tricks zur Rechtslage im Bezug auf möglichen Kostenersatz nach außergewöhnlichen Reiseumständen

Was tun, wenn der Vulkan speit?

(Isländischer) Vulkan legt Luftraum über Europa lahm. Wer hat Ansprüche gegen wen?

BARBARA REZNICEK

Wien. 2010 legte der Vulkan Eyjafjallajökull einen Monat lang den Flugverkehr über Europa lahm – derzeit „brummt" der Bárdarbunga besorgniserregend ...

Damals wurden mehr als 100.000 Flüge gestrichen, und nach einer Welle von Klagen gegen Reiseveranstalter und Fluglinien musste die Rechtslage neu geklärt werden.

Haftet die Fluggesellschaft?

Grundsätzlich sind jedenfalls Pauschalreiseverträge mit Reiseveranstaltern von bloßen Beförderungsverträgen mit einem Flugunternehmen zu unterscheiden.

Bei Abschluss eines Beförderungsvertrags zwischen dem Fluggast und dem Flugunternehmen, der durch einen einfachen Ticketkauf entsteht, haftet das Flugunternehmen seinem Fluggast gemäß den Grundsätzen der Vertragshaftung des allgemeinen bürgerlichen Gesetzbuches (ABGB). Schäden, die aufgrund von höherer Gewalt (widrige Wetterverhältnisse und der daraus resultierenden Flugverspätung) entstehen, sind der Fluggesellschaft nicht vorzuwerfen und daher entfällt auch die Ersatzpflicht gemäß ABGB.

Fluggastrechte-Verordnung

Fluggäste haben in solchen Fällen jedoch immer noch die Möglichkeit, ihre Ansprüche gegenüber der Fluggesellschaft auf Grundlage der „Fluggastrechte-Verordnung" (Fluggastrechte-VO (EG) 2004/261) geltend zu machen – unter der Voraussetzung, dass der Flug in einem Mitgliedsstaat der EU angetreten wird oder die Fluggesellschaft ihren Sitz in der EU hat. Die Verordnung sieht nämlich in Fällen der Nichtbeförderung, Annullierung oder einer längeren Verspätung (in etwa 2 Stunden), je nach Dauer und entstandener Umstände, entweder die Erstattung des Flugpreises, eine anderweitige Beförderung oder Betreuungsleistungen vor. Bisher weigerten sich die Fluggesellschaften jedoch, eine Ersatzbeförderung mit Bus oder Bahn zu ersetzen.

Auch die Verordnung sieht in Fällen außergewöhnlicher Umstände vor, dass Fluggesellschaften von Ausgleichszahlungen befreit werden, wenn sie kein Verschulden an der Annullierung eines Fluges trifft. Betreuungsleistungen wie beispielsweise Verpflegung und Unterbringung ohne zeitliche und finanzielle Beschränkung sind dennoch weiterhin zu erbringen.

Montrealer Übereinkommen

Das Übereinkommen zur Vereinheitlichung bestimmter Vorschriften über die Beförderung im internationalen Luftverkehr vom 28.5. 1999 („Montrealer Übereinkommen") bietet bei Flugverspätungen eine weitere Anspruchsgrundlage.

Demnach haftet die Fluggesellschaft nicht nur für Schäden, die durch Verspätung bei Reisenden entstehen, sondern auch für solche, die durch Verspätung von Gepäck oder Gütern entstehen. Diese Haftung entfällt allerdings, wenn durch die Fluggesellschaft nachgewiesen werden kann, dass alle zumutbaren Maßnahmen zur Vermeidung des Schadens getroffen wurden oder es nicht möglich oder zumutbar gewesen wäre, Maßnahmen dagegen zu ergreifen. Verspätungen aufgrund gefährlicher Witterungsverhältnisse befreien einen „Luftfrachtführer" auch nach diesem Übereinkommen von der Ersatzpflicht.

Reiseveranstalter im Visier

Bei Pauschalreisen mit Fluganteil ist die Situation anders; hier wird der Vertrag mit dem Reiseveranstalter abgeschlossen, der auch die Beförderung durch eine Fluglinie mitumfasst. Die Fluggastrechte-VO ist zwar auch auf diese Verträge anwendbar, jedoch nur hinsichtlich des Anspruchs auf anderweitige Beförderung. Vor Antritt der Reise können sowohl Fluggast als auch Reisever-anstalter den Vertrag nach § 31d KSchG wegen höherer Gewalt auflösen. Ein Schadenersatzanspruch des Reisenden wird allerdings ausgeschlossen, da bei Fällen höherer Gewalt kein Verschulden gegeben ist. Bereits gezahltes Entgelt ist zurückzuerstatten.

Gemäß § 31e KSchG muss der Veranstalter auch für eine vergleichbar ähnliche Rückreise sorgen und dem Fluggast bestmöglich behilflich sein. Die dem Fluggast bereits entstandenen Kosten für den verlängerten Aufenthalt können gemäß § 1042 ABGB geltend gemacht werden (LG Salzburg 21 R 5/12z).

Fazit: Sowohl internationale als auch nationale Bestimmungen ermöglichen eine kostenlose Rückabwicklung des Vertrags vor Reisebeginn bzw. Zurverfügungstellung einer Unterkunft und Verpflegung, falls die Heimreise nicht angetreten werden kann. Bei unvorhergesehenen Ereignissen wie einem Vulkanausbruch ist der Ersatz bloßer Vermögenschäden jedoch mangels Vorliegen eines Verschuldens seitens der Fluggesellschaft nicht ersatzfähig. *www.phh.at*

© PHH Rechtsanwälte/christianwind.com

Barbara Reznicek (PHH Rechtsanwälte) über die Haftung der Fluggesellschaften.

AUSTRIAN EVENT AWARD '14

Bereits zum 18. Mal wird heuer der renommierte Preis der österreichischen Eventbranche verliehen. Der Award präsentiert sich in einem neuen und sehr modernen Gewand. Beginnend vom Logo, über das erstmalige Online Einreichtool (presented by screenteam) bis hin zur Location und dem Galaprogramm wurde einiges überarbeitet und neu gestaltet.

Außerdem wird der Pokal heuer in **GOLD, SILBER und BRONZE** vergeben!

Kategorien:
- Gesamtkommunikation
- Kongresse
- Corporate Events
- Corporate Public Events
- Corporate Efficiency Events
- Mitarbeiter Events
- Consumer Events
- Exhibition Events
- Public Events Charity / Social / Cultural
- Public Events Sports
- Sonderpreis Green Events

Verleihung:
04. Dezember 2014
Nordlicht, Wien

Online-Anmeldung:
www.eventaward.at

Einreichfrist verlängert:
03. Oktober 2014

Tickets erhältlich ab:
01. Oktober 2014

NORDLICHT Messe & Event mep SPITZ EVENT CATERING screenteam medianet EVENTWERK STATT

Kommunalguide Eine echte Herausforderung für die IT – in etwas mehr als drei Monaten tritt die Gemeindestrukturreform in der Steiermark in Kraft

Gemeindestrukturreform: Kein Stein bleibt auf dem anderen

Was kommt auf die Gemeindeverwaltungen per 1. Jänner 2015 im Hinblick auf die Software im Detail zu?

PAUL CHRISTIAN JEZEK

© Thomas Radkohl

Lannach. Mit der Gemeindestrukturreform entsteht etwas Neues, und das nicht nur wegen der Vergabe neuer Gemeindekennziffern, Gemeindenamen, Wappen und Siegel.

Aber welche Vorkehrungen müssen getroffen werden, um Verwaltungsaufgaben während und nach dem Reformprozess einfach und effizient bewältigen zu können?

Wo können Synergien genutzt, Aufwände gering gehalten und Doppelgleisigkeiten vermieden werden? Und nicht zuletzt: Welche organisatorischen Maßnahmen sind nötig, um den Veränderungsprozess mitgestalten zu können?

Stichtag 1.1.2015

Um handlungsfähig zu bleiben, ist eine funktionierende IT Voraussetzung. Bauamt, Fremdenverkehr, Tourismus, Wirtschaftshof und Fuhrpark sind weniger zeitkritisch zu sehen. Interessant wird es, wenn es um die Buchhaltung und das Rechnungswesen geht.

Zur ersten Quartalsvorschreibung 2015 ist es wichtig, dass eine Abgabenharmonisierung durchgeführt wurde. Um Kritikpunkte aus der Bevölkerung zu vermeiden, gilt es, Gemeindeabgaben für Müll, Wasser, Kanal, etc. auf einen Nenner zu bringen. Kanalverrechnungen z.B. basieren auf verschiedenen Berechnungsmodellen – Wasserverbrauch, Personenanzahl oder Fläche. Außerdem sind Bemessungen, Stichtage, Fälligkeitstermine, Versicherungen, Verträge und Projektzuordnungen zu vereinheitlichen. Bei diesem oft emotionalen Thema sind intensive Gespräche zwischen den Gemeinden notwendig. Dazu hat die Lannacher Comm-Unity EDV GmbH gemeinsam mit dem steirischen Gemeinde- und Städtebund von der Aufsichtsbehörde abgenommene Musterverordnungen erstellt, die im Internetbereich des steirischen Gemeindebunds zum Download zur Verfügung stehen.

„Die Meldedaten müssen zusammengeführt und die Wahlgrundlagen geschaffen werden“, weist Comm-Unity-Geschäftsführer Michael Stark auf die Verfügbarkeit eines Tools für die Zusammenführung der LMR-Daten (lokale Melderegister) hin. Um falsche Abrechnungen ausschließen zu können, muss die Lohnverrechnung auf einen korrekten Basisdatenbestand aufsetzen können. Stark: „Lohnverrechnung, Stellenbewirtschaftung, Zeitwirtschaft (Anwesenheit, Kostenstellen und Projektzeit), Mitarbeiterportal und Antragswesen können mit Systemunterstützung einfach und richtig abgewickelt werden.“ Dabei sei eine webbasierende Lösung die bessere Alternative, weil sie zeitliche und räumliche Unabhängigkeit gewährleistet. Denn viele Fusionsgemeinden behalten ihre Standorte, und damit kommt man nicht umhin, die Zeitwirtschaft an und für mehrere Verwaltungsstandorte auszulegen.

Six-Pack-Richtlinie der EU

Gemeindefusionen und Strukturreformen sollen zu Verwaltungskosteneinsparungen führen und maßgebliche wirtschaftliche Effekte mit sich bringen. Zusätzlich zur Umstellung auf ein neues System und auch, um Verunsicherung zu vermeiden, ist es notwendig, die Reformprozesse in den kommunalen Organisationsstrukturen selbst umzusetzen. Durch größere Organisationseinheiten bietet sich die Chance, Servicestellen mit spezialisiertem Personal zur bestmöglichen Versorgung für Bürger und Unternehmen zu schaffen. Um den Veränderungsprozess mitgestalten zu können, bedarf es personeller Rahmenbedingungen. Eine wichtige Rolle nimmt dabei das kommunale Personalmanagement ein.

Die geplante Haushaltsreform bringt viele weitere Veränderungen mit sich. Ein verbindlicher mehrjähriger Finanzrahmen, die Vereinbarung und Überprüfung von Zielen, eine globale Budgetierung und die Integration der Kosten- und Leistungsrechnung bringen Budgetdisziplin, Planungssicherheit und Transparenz mit sich. Als Vorstufe der Haushaltsreform ist die Six-Pack-Richtlinie der EU zu sehen. Dieser Stabilitäts- und Wachstumspakt beinhaltet fünf Verordnungen und eine Richtlinie, die eine bessere wirtschaftspolitische Steuerung ermöglichen, die Haushaltsdisziplin in der EU gewährleisten und damit Stabilität und Wachstum fördern sollen.

Infrastruktur bewerten

Die Steiermark ist Vorreiter und stellt als erstes Bundesland im Zuge der Strukturreform auf das neue Rechnungswesen um. Andere Bundesländer arbeiten an der Vorbereitung der Umstellung. In der Kameralistik fehlt bislang die unternehmerische Sichtweise. Vermögenskonten hatten bisher keine Relevanz in der Buchhaltung. Gemeindevermögen wie z.B. Gebäude oder Infrastruktur wurde nicht bewertet, damit fehlt aber auch die Betrachtung der Kosten über die Laufzeit des Vermögens. Mit der Strukturreform und der Umstellung auf die VRV Neu erfolgt der Vermögensnachweis in Beziehung zur Buchhaltung.

Hier offeriert die Comm-Unity EDV GmbH die SAP-basierende Softwarelösung „GeOrg“, den „Städte- und Gemeinde-Organisator“. Herzstück ist ein integriertes 3-Komponenten-System, das die drei Rechenwerke Ergebnishaushalt (GuV), Finanzierungshaushalt (Kameraler Haushalt) und Vermögenshaushalt (Bilanz) nach dem Grundsatz der doppelten Buchhaltung erfasst – ein Mehrwert, den Gemeinden in ganz Österreich zu schätzen wissen.

Im Hochsicherheits-RZ

Mit größeren Organisationen – manche sogar mit mehreren Standorten – steigt auch die Anforderung an die IT. Nicht mehr das Papier, sondern standardisierte Prozesse, elektronische Aktenführung und revisionssichere Archive gewährleisten eine schlagkräftige transparente Kommunalverwaltung. Mit GeOrg steht diese IT-Struktur jeder Gemeinde zur Verfügung. Dabei sind die Gemeinden nicht mehr von der Rechenleistung vor Ort abhängig. Die Datenverarbeitung und die Datenhaltung erfolgt in einem österreichischen Hochsicherheits-Rechenzentrum. GeOrg ist aber auch für Städte und Gemeinden das richtige Werkzeug zur Zusammenarbeit mit Verbänden.

Mit dem Jahreswechsel kommt eine weitere Herausforderung auf die steirischen Fusionsgemeinden zu: Bis zur Neuwahl des Gemeinderats führen Regierungskommissäre die Amtsgeschäfte. Eine ihrer Hauptaufgaben ist es, die Gemeinderatswahlen im Frühjahr 2015 vorzubereiten – auch hier ist es ein deutlicher Vorteil, wenn IT- und Organisationsstrukturen bis dahin feststehen ... *www.comm-unity.at*

„Es gilt, per 1.1.2015 in der kommunalen Verwaltung handlungsfähig zu sein.“

MICHAEL STARK, COMM-UNITY EDV

© Comm-Unity EDV GmbH

STRUKTURREFORM

Am 1.1.2015 tritt die Gemeindestrukturreform in der Steiermark in Kraft. Es gilt, die verbleibenden drei Monate zu nutzen, um mit Anfang nächsten Jahres in der kommunalen Verwaltung handlungsfähig zu sein (bzw. zu bleiben).

SOFTWARELÖSUNG

Die Comm-Unity EDV GmbH bietet Projektmanagement, Dienstleistungen sowie Werkzeuge, damit Fusionen effizient und rechtzeitig gelingen können.

„GeOrg-Gemeinden steht ein Kollaborationstool mit individuellen Umstellungsfahrplänen wie Timetables, Aufgaben, Projektfortschritte, etc. zur Verfügung“, sagt Comm-Unity-GF Herbert Mißmann. Durch die Fusion ist die Vergleichbarkeit der Daten nicht mehr oder nur bedingt gegeben – unterschiedliche EDV-Systeme und Softwaremodule müssen auf ein System gebracht werden. Voneinander abweichende Verordnungen, Abgaben, Arbeitsweisen und sämtliche Verträge mit Dienstnehmern und Lieferanten müssen harmonisiert bzw. neu verhandelt und erstellt werden. GeOrg hilft Zeit- und Arbeitsaufwände zu reduzieren und soll die Kommunen dazu bringen, als „neue Gemeinde zu denken – und zu handeln“, wünscht sich Mißmann.

2001 aus einer Fusion von vier Unternehmen hervorgegangen, beschäftigt die Comm-Unity EDV GmbH heute 80 Mitarbeiter und gilt als führender Entwickler für innovative E-Government-Lösungen. *www.comm-unity.at*

Erfolgsfaktoren Innovationsfähigkeit, Personalmanagement sowie hoher Wiedererkennungswert der Marke

Ohne den Erfolgsfaktor Kreativität geht gar nichts

Aktuelle Studie weist erheblichen Einfluss von Kreativität auf Geschäftsergebnisse nach.

Wien/München. Kreativität ist eine der großen, wenn nicht *die* große Unbekannte in der Geschäftswelt.

Und: Wirkt sie sich denn auch auf die Zahlen aus? Sind Unternehmen tatsächlich erfolgreicher, wenn sie Kreativität fördern?

Die Antwort in einem Satz: Eine aktuelle Studie von Forrester im Auftrag von Adobe kommt zu dem Schluss, dass Kreativität für den gegenwärtigen wie den zukünftigen Geschäftserfolg sogar *entscheidend* ist.

Für die Studie wurden Spitzenmanager aus mehr als 300 weltweit agierenden Unternehmen der unterschiedlichsten Wirtschaftszweige befragt, darunter Entscheidungsträger großer Firmen aus den USA, Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Australien/Neuseeland, Japan und Südkorea.

© Panthermedia.net/Alphaspirit

Ja, Kreativität wirkt sich auch auf die Zahlen aus, und Unternehmen *sind* tatsächlich erfolgreicher, wenn sie Kreativität fördern.

Was Kreativität bringt

- Auf Kreativität setzende Unternehmen erzielen überdurchschnittliche Umsatzzuwächse. 58% der Umfrageteilnehmer, deren Firmen nach eigenen Angaben auf Kreativität setzen, hatten 2013 mindestens 10% mehr Umsatz als 2012; hingegen erzielten nur 20% der weniger kreativen Unternehmen derartige Erfolge.
- Kreativere Unternehmen haben größere Marktanteile und zählen zu den Marktführern. Kreative Firmen steigen eher zu Marktführern mit höherem Marktanteil auf als weniger kreative Mitbewerber. Unter den marktführenden Unternehmen übertreffen kreative Firmen die weniger kreativen um das 1,5-Fache.
- Trotz dieser sehr deutlich erkennbaren Vorteile von Kreativität sehen sich 61% (!) der Firmen als *nicht* kreativ. Und gar nur 11% hielten fest, dass ihre Praktiken voll und ganz denen als kreativ bekannter Unternehmen entsprächen.
  Die Mehrheit (51%) gab an, neutral zu sein bzw. sich nicht an kreativen Firmen zu orientieren; 10% schätzten ihre Praktiken sogar als gegensätzlich zu denen kreativer Unternehmen ein.

Beste Arbeitsplätze

- Kreative Unternehmen werden außerdem als die besten Arbeitsplätze angesehen. Ein positives Arbeitsklima ist ein idealer Nährboden für Kreativität: 69% der kreativen Unternehmen wurden Auszeichnungen und landesweite Anerkennung als „Beste Arbeitsplätze" zuteil. Hingegen war nur 27% der weniger kreativen Firmen solches Lob vergönnt.

Hoffnungsträger Kreativität

„Jahrelang haben sich Wirtschaftsführer auf Aspekte wie Mitarbeiterproduktivität, Prozesseffizienz und Personalplanung als Schlüsselfaktoren für den Erfolg ihrer Unternehmen konzentriert", kommentiert David Wadhwani, Senior Vice President Digital Media bei Adobe, wobei als die wichtigsten Erfolgsfaktoren Innovationsfähigkeit, Personalmanagement sowie hoher Wiedererkennungswert der jeweiligen Marke definiert werden.

In den vergangenen Jahren habe sich die Wahrnehmung jedoch deutlich geändert. „Führende Unternehmen haben die Bedeutung eines weiteren Faktors erkannt: die tiefgreifende Verankerung von Kreativität in der Unternehmenspolitik – von Strategie und Kultur bis hin zu Innovations- und Kundenorientierung", sagt Wadhwani.

„Zudem erreichen kreative Firmen zu 50% eher eine marktführende Position als weniger kreative Konkurrenten!" *(pj)*

http://adobe.ly/1lRFHDa

OECD Schärfere Anforderungen an internationale Konzerne

Steueroasen werden ausgetrocknet

Paris. In letzter Zeit sind internationale Konzerne mit „aggressiven Steuergestaltungen" in die Schlagzeilen geraten. Über ausländische Gesellschaften gelingt es ihnen, die Steuerquote erheblich zu reduzieren und Gewinne in Steueroasen zu verlagern.

Die EU und G20 wollen dies unterbinden und haben jetzt unter dem Schlagwort BEPS („Base Erosion and Profit Shifting") eine umfassende Diskussion wegen der Veränderungen der Regelungen im Zusammenhang mit grenzüberschreitenden Geschäften begonnen.

© dpa/Uwe Anspach

Bald sollen die großen Konzerne die Steueroasen deutlich schwieriger finden.

Die OECD hat am 16.9. Berichte zu sieben aus insgesamt 15 BEPS-Aktionen veröffentlicht, u.a. einen Bericht zur Verrechnungspreisdokumentation; dieser sieht nun ein neues, dreistufiges System vor.

Verrechnungspreise

Ganz neu ist dabei die Anforderung eines Country-by-Country Reports (CbCR), wonach grenzüberschreitend tätige Unternehmen mit Betriebsstätten oder Töchtern im Ausland zur Angabe festgelegter Informationen zur gesamten Firmengruppe verpflichtet sind.

Durch das Zusammenwirken von Master-File und CbCR könnte sich der Fokus der Finanzverwaltungen weg von fremdüblichen Gestaltungen der Verrechnungspreise hin zur Gewinnaufteilung innerhalb der Gruppe verschieben. International tätige Firmen sind somit gut beraten, die Verrechnungspreisdokumentation laufend zu aktualisieren und dabei die Anforderungen der OECD zu berücksichtigen ... *(pj)*

Accenture Lounge Strategiegespräch am 23.9.

Große Chance Digitalisierung

Wien. Unter dem Titel „Europa vor dem Comeback – neue Chancen, neue Wettbewerber" hat Klaus Malle, Country Managing Director von Accenture Österreich, zum „Strategiegespräch auf höchster Ebene" geladen: „Europa hat ein massives Ausbildungsproblem. Wir müssen verstärkt auf Ausbildung und Innovation setzen. Gerade die Digitalisierung eröffnet den Unternehmen neue Marktchancen; wir stehen hier am Beginn einer langen Reise", so Malle.

Infineon Technologies Austria zählt hier zu den Vorreitern. Chefin Sabine Herlitschka: „Wir setzen auf Industrie 4.0, denn wenn die Produktion aus Europa weggeht, sind über kurz oder lang auch Forschung und Entwicklung weg."

Und für Peter Pichler, Berndorf AG, ist jetzt vor allem die Politik in Österreich – und in Europa! – gefordert, bessere Rahmenbedingungen für Unternehmen zu schaffen.

Ein Blick auf die Gästeliste

Diesmal in der Accenture Lounge u.a. gesichtet: Reinhard Pinzer (Siemens Österreich), Johann Ertl (Raiffeisen Bausparkasse), Ulrich Streibl (OMV), Beat Mungenast (Raiffeisen-Leasing), Peter Czapek (Real Invest), Markus Gremmel (Bawag PSK), Martin Stiedl & Herbert Schöberl (A1 Telekom Austria), Gerhard Zeiner (SAP Österreich), Gregor Demblin (Career Moves), Anton Schutti (Sporthilfe) sowie die Accenture Managing Directors Hans Aubauer, Daniel Baur, Michael Büttner, Christian Kalaschek und Martin Vonderlind. *(tp)*

© unit IT

Accenture Lounge am 23. September: „Digitalisierung als Chance für Europa".

SHORT

Best Practice Lösungen am Info Day (9.10.)

© unit IT

unit-IT-GF Karl-Heinz Täubel lädt zum Info Day in die Linzer Tabakfabrik.

Linz. Die unit-IT Dienstleistungs GmbH & Co KG bietet mit dem Info Day am 9.10. in der Tabakfabrik komprimierte Erfahrungsberichte aus der Praxis.

Das Programm spannt sich von IT-News aus dem Bereich Mobility für Manufacturing & Warehousing über IT-Innovationen von SAP als Business Turbo abseits eingefahrener Wege und SAP-Optimierungslösungen zur Kostenreduktion durch Benchmarking bis zu Best Practice-Beispielen wie etwa dem innovativen Fuhrparkmanagement bei Pfeiffer. Abgerundet wird der Event mit dem Insiderblick vor und hinter die Kulissen der legendären Streif: Michael Huber, Präsident des Kitzbüheler Ski Clubs, berichtet über die organisatorischen Herausforderungen des weltberühmten Sportfests.

Die Veranstaltung bietet weiters die Möglichkeit, sich von den Experten der unit-IT-Partner Motorola Solutions, Realtech und SAP individuell beraten zu lassen. *(pj)*

www.unit-it.at

Es naht die nächste CRM-Generation

© update software AG

Thomas Deutschmann, CEO von update software: CRM wird zu CXT.

Wien. Mit dem Kauf der Mehrheitsanteile an der update software AG baut Aurea (USA) seine Position in der D-A-CH-Region deutlich aus. Kunden von update öffnet dies den Zugang zu einem erweiterten Produkt- und Serviceportfolio hinsichtlich „Customer Experience Transformation" (CXT) – der nächsten Generation von CRM.

Das CXT-Konzept verändert den CRM-Blickwinkel maßgeblich: Es sollen möglichst innovative und unkonventionelle Erlebnisse an allen Kontaktpunkten zum Kunden hin umgesetzt und der Kunde so individualisiert wie möglich behandelt werden. Aurea hat vor zwei Jahren damit begonnen, CXT mittels einer Customer Experience Plattform umzusetzen.

„update bringt über 26 Jahre Erfahrung als einer der führenden europäischen Anbieter von CRM-Software mit", erklärt CEO Thomas Deutschmann. „Diese Expertise und das umfangreiche Prozess- und Branchen-Know-how machen update zum wichtigsten Element der Aurea CXT-Vision." *(pj)*

www.update.com

SHORT

Augen auf: Beratung für die Biotechnologen

© Herbst Kinsky

Philipp Kinsky: Augentropfen für die börsenotierte französische Nicox

Wien. Die Wirtschaftskanzlei Herbst Kinsky hat die Marinomed Biotechnologie GmbH (ein Spin-off der Veterinärmedizinischen Uni Wien) beim Verkauf ihres Programms für antivirale Augentropfen an die börsenotierte französische Nicox vertreten. Der Wert der Transaktion beläuft sich auf 5,3 Mio. €. Philipp Kinsky, Florian Steinhart und Sonja Hebenstreit haben das Team bei der Transaktion geleitet. *(pj)*

Ein Kommentar zum Dienstrecht der Richter

© Georg Stefanik/Bundespressedienst

Autoren Michael Sachs, Harald Perl und Rudolf Wanke (v.l.).

Wien. Nach mehr als 15 Jahren wurde jetzt bei Manz eine Neukommentierung des Richter- und Staatsanwaltschaftsdienstgesetzes (RStDG) präsentiert.

An das RStDG „neu heranzugehen", ist vor allem deshalb unbedingt notwendig geworden, weil nunmehr etwa ein Drittel der österreichischen Richterschaft an den Verwaltungsgerichten tätig ist und viele Aspekte im Gesetz neu zu beleuchten waren. *(pj)*

Event-Bericht Compliance Solutions Day am 17.9. im C3 Convention Center lockte mehr als 200 Teilnehmer

Compliance in der Praxis

Die eintägige Praxiskonferenz präsentierte aktuelle Trends und erprobte Compliance-Lösungen.

Wien. Compliance-Herausforderungen aus einem praxisorientierten Blickwinkel aufzubereiten – das war das Ziel des Compliance Solutions Day 2014 am 17. September im C3 Convention Center.

Mehr als 200 Teilnehmer waren der Einladung gefolgt und erhielten Einblick in die Compliance-Abläufe u.a. bei der Gesundheitsagentur AGES, bei der Western Union International Bank und beim ÖAMTC.

Geldwäsche und Fangfragen

Unter der Moderation von Roman Sartor, Vorsitzender des Österreichischen Compliance Officer Verbundes (ÖCOV) und General Legal Counsel der ABB AG, und von Martin Eckel, Partner bei TaylorWessing e|n|w|c Rechtsanwälte, wurde zwischen den Best Practice-Vorträgen über die neuesten Methoden der Geldwäscheindustrie und Geschäftspartnerscreenings in entlegenen Weltregionen ebenso lebhaft diskutiert wie über „gefährliche Fangfragen" bei Compliance-Schulungen.

Zahlreiche Konferenzteilnehmer nutzten die Gelegenheit für ein persönliches Gespräch mit den Ausstellern, darunter Austrian Standards, Taylor Wessing, Digital Spirit und SER. Nach dieser erfolgreichen Premiere darf man sich jedenfalls bereits auf den Compliance Solutions Day 2015 freuen ...

Netzwerk der Regeltreuen

Das Compliance Netzwerk Österreich wurde 2010 von LexisNexis Österreich mit dem Ziel ins Leben gerufen, Wissen zu Compliance-Themen aus verschiedenen Branchen zu vermitteln und im Bereich Compliance tätige Personen und Unternehmen zu vernetzen. *(pj)*

www.compliance-praxis.at

© www.annarauchenberger.com /Anna Rauchenberger

Erfolgreiche Premiere dank Themen wie Geldwäsche, Due-Diligence-Prozessen etc.

Taylor Wessing Internationales Fußballturnier

Wenn die Juristen kicken gehen …

Wien. Die Juristen der internationalen Sozietät Taylor Wessing sahen sich Mitte September mit Richtern der anderen Art konfrontiert: Beim Taylor Wessing Fußball-Turnier kämpften rund 60 Juristen von den Standorten Berlin, Bratislava, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, London, München, Paris und Wien in acht Mannschaften um den heiß begehrten Wanderpokal. Unter der strengen Aufsicht der Schiedsrichter konnte eines der beiden London-Teams das Turnier für sich entscheiden. Das Taylor Wessing CEE Team, bestehend aus Spielern aus Bratislava und Wien, landete auf dem 4. Platz.

Taylor Wessing CEE Managing Partner Raimund Cancola, selbst aktiver Spieler, zog eine positive Bilanz: „Soziale Aktivitäten außerhalb des Berufsalltags werden bei Taylor Wessing groß geschrieben; sie stärken den Teamgeist und das Wir-Gefühl." *(red)*

© Taylor Wessing

Acht Mannschaften aus ganz Europa matchten sich um den Wanderpokal.

Schlüsselbranche Neuer Partner Christopher Schorling

Bain verstärkt Technologie-Gruppe

München. Bei Bain & Company unterstützt seit dem 1.9. Christopher Schorling (44) als neuer Partner die Praxisgruppe Telekommunikation, Medien und Technologie (TMT) auf europäischer Ebene. Die internationale Managementberatung baut damit ihre Kompetenz in einer Industrie aus, die als Schlüsselbranche Impulsgeber für große Veränderungsprozesse ist.

Schorling ist Experte für Strategieentwicklung und -implementierung, Transformationen, Produktentwicklung und Venturing und besitzt darüber hinaus fundierte Beratungskompetenz bei Fusionen und Übernahmen, insbesondere in der Post-Merger-Integration.

In der Technologiebranche gehört Bain zu den weltweit führenden Managementberatungen – in über 1.900 TMT-Projekten wurden zahlreiche Veränderungsprozesse erfolgreich begleitet. *(pj)*

© Bain & Company

Christopher Schorling wird vor allem Technologie-Kunden beraten.

EIN CONSULTER FÜR DIE „KLEINEN"

Franz Simon (33) hilft Kleinunternehmen dabei, mehr Geschäft zu machen, indem er deren Kundschaft genau unter die Lupe nimmt. „Mehr über den Kunden zu erfahren, wünschen sich viele KMU. Spätestens aber sobald ein Angebot für eine Kundenzufriedenheitsanalyse am Tisch liegt, schlagen die meisten die Hände über den Kopf zusammen, weil es einfach ihr Budget sprengt", sagt der Gründer und Geschäftsführer von „Meine Kunden", der auf jahrelange Erfahrung mit Kleinunternehmen zurückblickt.

Der studierte Volkswirt will auch kleinen Betrieben ein leistbares Instrument in die Hand geben, mit dem sie ihre Kunden besser verstehen und sich stärker von der Konkurrenz abheben können. Dank standardisierter Pakete und moderaten Preisen können sich auch Kleinunternehmen eine Analyse der Kundenzufriedenheit leisten. „Es ist erstaunlich, welche Möglichkeiten sich ergeben, das Geschäft zu verbessern, wenn man die Bestandskunden befragt. Der Vergleich mit der Konkurrenz gibt einem zusätzlich die Information, wo man am Markt steht", sagt Simon. Befragt wird online, telefonisch oder persönlich, je nachdem, wie die Kunden am besten erreichbar sind. „Meine Kunden" analysiert die Ergebnisse, vergleicht mit der Konkurrenz und liefert konkrete Optimierungsvorschläge für den jeweiligen Betrieb. *(pj)*

© Meine Kunden

MENSCHEN, ÜBER DIE MAN SPRICHT

© proAlpha/www.fotostudio-staudigl.at

Ludwig Denich ist der neue ERP-Meister bei proAlpha

Gleisdorf Ludwig Denich ist seit 1.9. als Gebietsverkaufsleiter für den Vertrieb der ERP-Komplettlösung proAlpha zuständig. Er verfügt über langjährige Erfahrung im Vertrieb von komplexen Softwarelösungen und Dienstleistungen. Dadurch ist er mit den Wünschen und den Anforderungen in Industrie und Gewerbe wie auch in Handel und Dienstleistung bestens vertraut.

Nach der Absolvierung der Handelsakademie der Wiener Kaufmannschaft war Denich lange Zeit im Investitionsgütervertrieb für die Graphische Industrie in Osteuropa tätig. Seit circa 20 Jahren ist er in Österreich im IT-Vertrieb mit Schwerpunkt ERP, CRM und HR beschäftigt gewesen; er kennt viele der in diesen Bereichen eingesetzten Systeme und ist unter anderem „Miller-Heiman" zertifiziert (Strategic Selling). *(pj)*

© Ranger/Horváth & Partners

NEU BEI HORVÁTH

Die international tätige Managementberatung Horváth & Partners verstärkt ihr Österreich-Team mit Katrin Baier. Die 31jährige Wienerin verfügt über Abschlüsse der FH Wien für Unternehmensführung und der renommierten SDA Bocconi School of Management in Mailand, wo sie 2012 ihren MBA absolvierte. Umfassendee Berufserfahrung sammelte sie bei der Europäischen Kommission, Capgemini Consulting Österreich sowie L'Oréal Italia und Österreich in den Bereichen Finanz, Strategie und Business Development.

© Avnet

NEU BEI AVNET TECHNOLOGY

Norbert Krischke (40) verstärkt als Account Manager das IBM Software-Team von Christian Offner bei Avnet Technology Solutions und bringt dafür umfassendes Know-how aus seiner langjährigen Tätigkeit bei IBM mit, wo er als Client Representative größere Mittelstandskunden in Oberösterreich betreut hat und mehrere Jahre für größere Reseller, System-Integratoren und Distributoren verantwortlich war. Zuletzt war er als Business Development Manager für System x Hardware und HVEC Storage bei Ingram Micro tätig.

© ÖBV

NEU BEI DER ÖBV IN OÖ

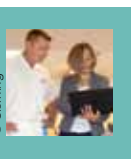
Manfred Steinberger hat als Landesdirektor die Führung in der oberösterreichischen Landesorganisation der Österreichischen Beamtenversicherung übernommen. Der akademische Versicherungskaufmann hat seine ÖBV-Karriere 1991 als Organisationsleiter begonnen, seit 1997 war er Marketingleiter in der Zentrale in Wien. Mit der Umsetzung des Vertriebsprojekts „Viva" ab 2010 war er maßgeblich an der Optimierung der ÖBV-Außendienstorganisation beteiligt und gilt als Begründer der ÖBV ZukunftSicherung.

healtheconomy

© Die Kurzentren

NEUES KURZENTRUM

Künig-Gruppe eröffnet in Bad Goisern neues Schwefelheilbad für 21 Mio. Euro **Seite 42**



© Sierning

DIGITALE PATIENTENAKTE

Das Ordenskrankenhaus Sierning läuft als erstes Spital komplett digital **Seite 41**

SPITALSBOSS

WIENER KAV HAT NEUEN CHEF

© APA/KAV/Bernhard Noll

SHORT

© dpa/Oliver Berg

Vorsorge In der Medizin und im Gesundheitswesen liegt ein Bereich, der künftig starkes Wachstum verspricht. Allerdings sind Lösungen schwer, weshalb sowohl Arzneien wie auch Betreuungskonzepte fehlen. Die Rede ist von Alzheimer, der nicht zuletzt aufgrund der demografischen Entwicklung in den kommenden Jahren stark zunehmen wird. Derzeit leiden etwa 100.000 Österreicher an der demenziellen Erkrankung, bis zum Jahr 2050 ist mit 250.000 Alzheimer-Kranken zu rechnen, teilte die Alzheimergesellschaft mit. *Seite 38*

© Agnes Stadlmann

Biotech-Deal Das Biotech-Startup Marinomed Biotechnologie GmbH verkauft das Programm für anti-virale Augentropfen an das französische Unternehmen Nicox S.A. Das Unternehmen, das sich auf Therapeutika im Bereich Augenheilkunde spezialisiert hat, erwirbt das gesamte vielversprechende Programm inklusive aller Rechte, Daten, Verträge und Informationen. Im Gegenzug erhält Marinomed neue Anteile an Nicox. Der Wert der Transaktion beträgt bis zu 5,3 Mio. €. Das anti-virale Augentropfen-Programm basiert auf einer Technologieplattform auf der Basis von Rotalgen. *Seite 40*

INHALT

Healthcare
> Diabetes nimmt zu, macht Fortschritte zunichte *38*
> Studie: Insulinpumpe hilft Diabetikern dauerhaft *38*
> Ärzteproteste in Kärnten und Oberösterreich *39*

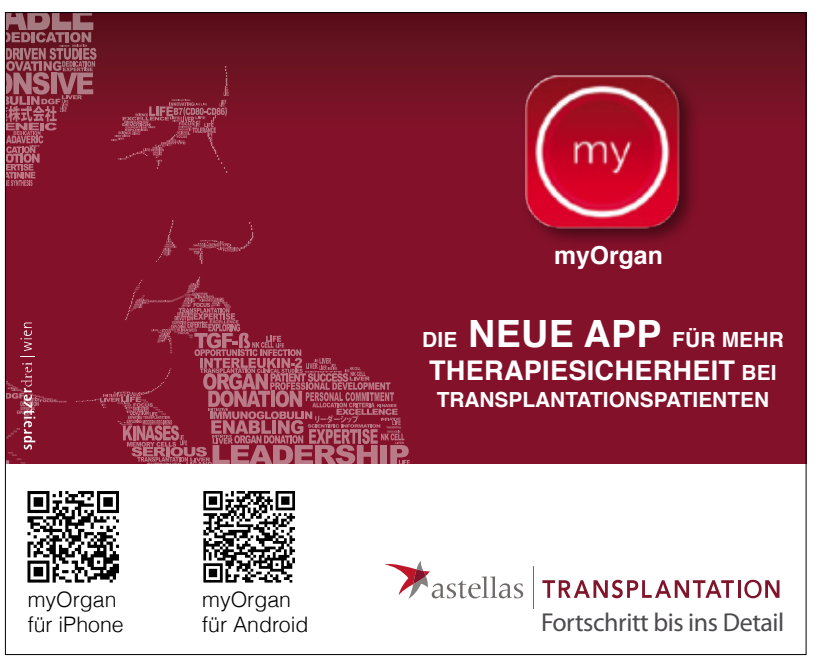
Pharmareport und Lifescience
> Boehringer Ingelheim überlegt Jobabbau *40*
> Merck Serono setzt weiterhin auf Biosimilars *40*

Medizintechnik und eHealth
> Zahnmedizin zeigt technische Fortschritte *41*
> Uni Insbruck steigt bei UMIT in Hall ein *41*

Kassen zahlen Geld für gesunde Unternehmen

© APA/Herbert Pfarrhofer; Wiener Wiesn/Peter Ziech; stockxpert

Betriebliche Gesundheitsförderung Die Kassensanierung zahlt sich für die Betriebe aus: Die Wiener Gebietskrankenkasse zahlt heuer noch bis zu 4.000 € für Betriebe, die sich beraten lassen; andere Kassen bieten Gratishilfe an. **Seite 39**



KOMMENTAR

Weniger arbeiten für Ärzte

MARTIN RÜMMELE

Es ist absurd: Da stellt sich der ehemalige Gewerkschaftsvorsitzende und jetzige Sozialminister hin und betont, dass die Reduktion der wöchentlichen Arbeitszeit von Ärzten von derzeit 72 Stunden (pro Woche, wohlgemerkt) auf 48 Stunden, wie von der EU gefordert, nicht so schnell geht. Es brauche mehrjährige Übergangsfristen, um die Arbeitszeit zu senken, weil es zu wenige Ärzte gibt, die die Mehrarbeit machen können. Vor allem aber, weil sich die Länder als Spitalsbesitzer und Arbeitgeber diese zusätzlichen Ärzte nicht leisten können.

Also sagt der ehemalige Gewerkschaftsvorsitzende den Spitalsbeschäftigten, dass sie auch weiterhin länger arbeiten müssen, als ihre Kollegen in den meisten anderen EU-Ländern. So dramatisch ist das für den Ex-ÖGB-Chef aber nicht, immerhin fallen die Ärzte in den mehrheitlichen landeseigenen Spitalsgesellschaften unter das Beamtendienstrecht und sind damit – so sie gewerkschaftlich organisiert sind – in der primär schwarzen Beamtengewerkschaft.

Die Ärztekammer wiederum bremst auch, weil bis zu 30% der Einkommen von Spitalsärzten aus Überstunden und Zulagen resultieren; die fallen bei Stundenkürzungen weg.

Dass angesichts dieser Entwicklungen viele Jungärzte ins Ausland gehen, wundert einen nicht.

Zivilisationskrankheiten Im Jahr 2050 gibt es in Österreich rund 250.000 Alzheimer-Kranke, jetzt sind es 100.000

Alzheimer: Zahlen steigen, Rezepte fehlen aber noch

Heilung derzeit noch in weiter Ferne, Medikamente fehlen, Früherkennung offen, Pflege überfordert.

INA SCHRIEBL

© dpa/Oliver Berg

Wenig Antworten: Nicht nur den Betroffenen, auch der Forschung und der Politik fällt wenig zum Thema Alzheimer ein.

Wien. In der Medizin und dem Gesundheitswesen liegt ein Bereich, der künftig starkes Wachstum verspricht. Allerdings sind Lösungen schwer, weshalb sowohl Arzneien wie auch Betreuungskonzepte fehlen. Die Rede ist von Alzheimer, der nicht zuletzt aufgrund der demografischen Entwicklung in den kommenden Jahren stark zunehmen wird. Derzeit leiden etwa 100.000 Österreicher an der dementiellen Erkrankung, bis zum Jahr 2050 ist mit rund 250.000 Alzheimer-Kranken zu rechnen, teilte die Österreichischen Alzheimergesellschaft am Sonntag anlässlich des Welt-Alzheimer-Tages mit.

Viele Fragen offen

Eine Heilung scheint derzeit in weiter Ferne; wie man gerade bei erhöhtem Risiko sowohl einen Ausbruch verzögern als auch die Symptomatik lindern kann, ist in Fachkreisen ebenso umstritten.

Nicht zuletzt, weil das Wissen immer noch mangelhaft ist, was der so wichtigen Früherkennung im Weg steht. Weltweit steigt die Zahl der Betroffenen weiterhin rasant, doch die Aufklärung über die neurodegenerative Erkrankung fehlt oft. Demenz bleibt ein Tabu, was nicht selten zu Isolation und einer Abwärtsspirale führt.

Eine Einbindung in die Gesellschaft sei dabei ein zentraler Punkt, betonten Alzheimer Gesellschaft und die Gesellschaft für Neurologie bei einem Pressegespräch. Vor allem pflegende Angehörige kommen oft körperlich und geistig an ihre Grenzen. Hilfsangebote stehen nicht flächendeckend zur Verfügung.

Vorbeugung wiederum könne jeder betreiben, sagten die Spezialisten. Man könne sozusagen die Weichen frühzeitig eher in die positive oder negative Richtung stellen: Lebensstil-Strategien umfassen Ernährung, Freizeit- und Sportgewohnheiten, aber auch das soziale Umfeld und geistige Herausforderungen spielen eine signifikante Rolle.

Zu empfehlen sind zudem körperliche, geistige und emotionale Aktivitäten wie Tanzen, Brettspiele und soziale Interaktion. Dazu kommt gesunde Ernährung – Blattgemüse und Fisch sollten regelmäßig auf dem Speiseplan stehen, raten die Experten.

Zusätzliche Interventionen können einen essenziellen Einfluss auf den Krankheitsverlauf bedeuten, sagte der Neurologe Peter Dal-Bianco. Vor allem eine aktive Teilnahme am Leben spiele eine große Rolle. Ein Jahr Verzögerung der Übersiedelung in ein Heim sei durchaus realistisch, betonte Georg Psota, Vizepräsident der Österreichischen Alzheimer-Gesellschaft.

Änderungen in der Pflege

Eine Herausforderung wird die Zunahme der Erkrankungen auch für die Pflege sein – der Großteil der Patienten wird derzeit noch zu Hause gepflegt, teilte der Samariterbund mit. In den Pflegeeinrichtungen des Samariterbunds wird schon seit Jahren auf die besonderen Bedürfnisse Demenzkranker eingegangen. Mit vielen kleinen, überschaubaren Häusern können die Betroffenen in ihrer vertrauten Umgebung und der Nähe ihrer Angehörigen bleiben; auch das trägt stark zur Lebensqualität der Menschen bei. Ein Mustermodell ist das Pflegekompetenzzentrum Lackenbach im Burgenland mit seiner „Anderswelt".

Dort wird eine Atmosphäre geschaffen, die den Bedürfnissen der demenzerkrankten Bewohner gerecht wird. Die Anderswelt ist mit Möbeln und Bildern ausgestattet, die den Bewohnern dieser Generation vertraut sind, wie etwa einer alten Bushaltestelle mit Bank, einer Bauerngarnitur oder einem Jagdstüberl.

Diabetes I Experten fordern stärkere Prävention

„Medizin allein hilft nur wenig"

Wien. „In Österreich stirbt alle 50 Minuten ein Mensch an den Folgen von Diabetes. Das sind pro Jahr 10.000 Tote", betonte der Präsident der Österreichischen Diabetes-Gesellschaft, Thomas Wascher, zu den jüngsten Ergebnissen einer Vergleichsstudie mit Länderranking. Österreich hat im Euro Diabetes Index 2014, wie berichtet, unter 30 Staaten mit Rang 13 nur mittelmäßig abgeschnitten.

Die Zuckerkrankheit – vor allem die seit Jahren international enorm ansteigende Zahl der Typ-2-Diabetiker – stellt nicht nur eine medizinische Frage im engeren Sinn, sondern eine gesellschaftliche Frage insgesamt dar. Der Diabetologe: „Im *New England Journal of Medicine* wurde vor Kurzem eine Studie veröffentlicht, wonach in den USA zwischen 1990 und 2010 die Häufigkeit von Herzinfarkten pro Jahr bei Diabetikern um 67 Prozent abgenommen hat, jene von Schlaganfällen um 52 Prozent und jene von Amputationen um 51 Prozent." *Absolut* sei die Zahl aber gestiegen, weil die Zahl der Diabetiker von 6,5 Mio. im Jahr 1990 auf 20,7 Mio. Im Jahr 2010 gestiegen sei.

Die zunehmende Verbreitung von Diabetes als klassische Zivilisationskrankheit überhole somit alle Fortschritte, welche die Medizin macht: „Die wachsende Zahl der Gefährdeten egalisiert die erzielten Verbesserungen in der Therapie auf Ebene der Bevölkerung sowie in der Folge bei den volkswirtschaftlichen Kosten, vom persönlichen Leid der Betroffenen ganz abgesehen." Nicht zuletzt deshalb sei Prävention so wichtig. *(iks)*

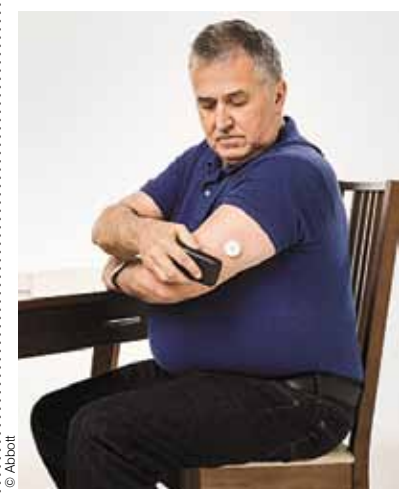
© APA/Roland Schlager

Typ-2-Diabetes – bekannt als Zuckerkrankheit – nimmt massiv zu.

Diabetes II Neue Technik

Leichter messen

Wien. In Zukunft soll eine Blutzuckermessung für Diabetiker ohne Stich in die Fingerkuppe und mit langfristiger Profilbildung über die Werte möglich sein. Der US-Diagnostik-Konzern Abbott hat am Rande des Europäischen Diabeteskongresses in Wien ein neues System präsentiert. Das ist wichtig für Typ-1-Diabetiker, die ständig auf Insulin-Zufuhr angewiesen sind und mehrfach täglich den Blutzucker messen müssen.



© Abbott

Hilfe für Typ-1-Diabetiker, deren Krankheit nichts mit Übergewicht zu tun hat.

Diabetes III Studie mit österreichischer Beteiligung

Insulinpumpen helfen Patienten

Wien. Diabetes Typ-2-Patienten mit Insulinpumpen-Therapie haben eine deutlich höhere Behandlungszufriedenheit als Patienten mit mehrfach täglichen Insulin-Injektionen. Mit Insulinpumpen-Therapie erreichen Patienten eine bessere Glukosekontrolle, unabhängig von ihrem Alter und der Dauer ihres Diabetes. Das zeigten Präsentationen, die auf der 50. Jahrestagung der European Association for the Study of Diabetes (EASD), dem wichtigsten europäischen Diabetes-Kongress, in Wien vorgestellt wurden. Die neuen Daten stammen von der „OpT2mise"-Studie, der größten Studie, die eine Insulinpumpentherapie bei Menschen mit Typ-2 Diabetes und schlechter Blutzuckerkontrolle mit mehreren täglichen Insulininjektionen vergleicht.

Das Krankenhaus Hietzing unter Primar Rudolf Prager hat an der Studie teilgenommen: „Die interessanteste, wenn aber auch nicht sehr überraschende Beobachtung war für mich, dass sich am Ende der Studie die meisten Patienten entschlossen, die Pumpentherapie fortzusetzen", bilanzierte Prager.

Die randomisierte, kontrollierte Studie wurde von Medtronic unterstützt. Erste Studienergebnisse wurden im Juli in *The Lancet* publiziert und zeigten, dass Patienten mit Insulinpumpen eine durchschnittliche A1C-Reduktion von 1,1% erreichten, gegenüber nur 0,4% Reduktion bei Patienten, die mehrfach täglich Insulin injizierten. Die Verbesserung bei der Blutzuckereinstellung mittels Insulinpumpe wurde ohne Episoden schwerer Unterzuckerung erreicht

© Medtronic

Am Diabetes-Kongress in Wien wurden neue Entwicklungen vorgestellt.

Gesundheitsförderung Wiener Gebietskrankenkasse zahlt Firmen für Beratungen heuer noch bis zu 4.000 Euro als Anschubfinanzierung

Geld für gesunde Unternehmen

Auch andere Kassen beraten Unternehmen mit dem Ziel, krankheitsbedingte Ausfälle zu reduzieren.

MARTIN RÜMMELE

Wien. Die Kassensanierung wirkt sich nun direkt auf Unternehmen aus. In Wien gibt es etwa nun Zuschüsse für betriebliche Gesundheitsförderung. Motivierte, qualifizierte und gesunde Beschäftigte sind für Unternehmen von größter Bedeutung. Durch die Optimierung betrieblicher Rahmenbedingungen und Unterstützungsangebote für einen gesunden Lebensstil kann Arbeit gesund gestaltet werden, ist man bei der Wiener Gebietskrankenkasse (WGKK) überzeugt.

Die Kasse will deshalb nun Unternehmen bei der Erhaltung und Verbesserung der Gesundheit ihrer Mitarbeiter unterstützen und baut aus diesem Grund die Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) massiv aus. Einerseits werden in diesen Tagen erneut 2.500 Wiener Unternehmen informiert, andererseits gibt es heuer erstmals eine Anstoßfinanzierung für gesundheitsfördernde Projekte.

Voraussetzung für die finanzielle Unterstützung sei die Durchführung eines BGF-Projekts in Kooperation mit der WGKK, sagt BGF-Verantwortliche Sandra Neundlinger. Wie hoch der Zuschuss ist, hängt von der Betriebsgröße ab. Unternehmen mit bis zu 49 Mitarbeitern erhalten maximal 1.000 €, ab 50 Personen kann die Anstoßfinanzierung bis zu 4.000 € betragen. Gefördert werden Prozesskosten, die der Nachhaltigkeit dienen, jedoch keine Einzelmaßnahmen wie Entspannungs- oder Mobilisierungsangebote.

Die Aktivitäten, die im Rahmen der Gesundheitsförderung realisiert werden können, sind vielfältig: Sie reichen von Initiativen für bessere Kommunikation und Arbeitsabläufe, Psychische Gesundheit und der Schulung von Führungskräften in Sachen Gesundes Führen bis hin zu Bewegungs- und Ernährungsangeboten.

Beratung und Begleitung

Neben der finanziellen Unterstützung stellt die WGKK auch Beratung und Begleitung bei einem BGF-Projekt zur Verfügung; dabei orientieren sich die Expertinnen an den Bedürfnissen und Zielen der jeweiligen Unternehmen und bieten eine Reihe von kostenlosen Angeboten an. Diese reichen von der unverbindlichen Erstberatung über die Unterstützung und Beratung bei der Projektkonzeption und -planung, sowie Hilfe bei Förder- und Gütesiegelansuchen. Außerdem bietet die WGKK im Rahmen der BGF kostengünstig Maßnahmen wie beispielsweise die Betriebliche Raucherentwöhnung an.

Zuschüsse gibt es in unterschiedlicher Form auch in anderen Bundesländern; dort können sich Unternehmen zum Teil direkt von der GKK kostenlos beraten lassen.

© Johannes Zinner

WGKK-Obfrau Ingrid Reischl nutzt finanzielle Spielräume für Förderungen.

Ärztemangel Proteste

Krach in Kliniken

Linz/Klagenfurt. In den Krankenhäusern brodelt es. Grund sind der zunehmende Nachwuchsmangel, die Senkung der Ärztearbeitszeiten ohne zusätzliche Stellen und wachsende Arbeitsaufgaben etwa durch die Betreuung von Medizinstudenten im neuen Klinisch-Praktischen Jahr.

Gehälter sinken

Der Zentralbetriebsrat der Kärntner Landeskrankenanstalten (Kabeg) hat die knapp 900 Ärzte der fünf Kabeg-Krankenhäuser für Donnerstag zu Betriebsversammlungen eingeladen. Verhandlungen zu Arbeitsbedingungen, Arbeitszeiten und Einkommen hätten bisher nichts gebracht. Ein Problem: 30 bis 40% der derzeitigen Einkommen kommen aus Überstunden. Wenn wesentlich weniger Stunden geleistet werden dürfen, werden die Einkommen entsprechend schrumpfen.

In Oberösterreich wiederum schoss sich die Ärztekammer auf den Spitalsreferenten der Landesregierung, Landeshauptmann Josef Pühringer (ÖVP), ein. Auch hier wird kritisiert, dass die Arbeitsbelastung der Spitalsärzte zu hoch sei. „Es ist falsch, mir zu unterstellen, ich sei gegen eine Arbeitszeitverkürzung." Er unterstütze diese selbstverständlich im Hinblick auf eine gute Work-Life-Balance, betonte Pühringer. Er sei aber auch für eine gute Patientenversorgung verantwortlich.

© APA/Georg Hochmuth

In Kärnten gehen die Ärzte auf die Straße, in Oberösterreich gibt es Debatten.

SANOFI GRATULIERT ALLEN PREISTRÄGERINNEN UND PREISTRÄGERN DER SANOFI STIFTUNG 2014

MEDIZINISCHE UNIVERSITÄT WIEN
Dr. Nicole Boucheron
Dr. Elisa Einwallner
Dr. Alexander Jais
Dr. Bálint Lastóczi
Dr. Roland Tschismarov

MEDIZINISCHE UNIVERSITÄT INNSBRUCK
Dr. Anamika Dayal
DI Dr. Judith Hagenbuchner
Mag. Florian Sparber

PARACELSUS PRIVATMEDIZINISCHE UNIVERSITÄT SALZBURG
Dr. Eva Grössinger
Dr. Christina Gruber
Dr. Sebastian Hofbauer
Dr. Ulrich Koller

MEDIZINISCHE UNIVERSITÄT GRAZ
Dr. Alexander Deutsch
Dr. Kerstin Gradauer
Pooja JHA, PhD

SANOFI

SHORT

Affiris holt sich Investment-Banker

Wien. Das Biotech-Unternehmen Affiris AG gab bekannt, dass Oliver Siegel ab sofort als neues Vorstandsmitglied die Verantwortung für die Bereiche Business Development, Finance und Administration übernimmt. Mit der Berufung des international erfahrenen Transaktions-Experten erweitert das Wiener Biotech-Unternehmen die Kompetenzen der Geschäftsführung um die Schwerpunkte Partnering und Geschäftsentwicklung. Dank seiner bei internationalen Investment Banken gesammelten Erfahrung wird Siegel einen klaren Fokus auf die Verpartnerung jener Affiris-Programme legen, deren klinische Daten in den letzten Monaten veröffentlicht wurden.

© Photo Bergmeister

Oliver Siegel wird neuer Finanzchef beim Biotech-Unternehmen Affiris.

Deutschland stärkt die Pharmabranche

Berlin. Die deutsche Bundesregierung will mit Industrie und Gewerkschaften über Wege zur Stärkung des Pharma-Standorts Deutschland beraten. Die steigende Lebenserwartung beruhe zu einem erheblichen Teil auf der Entwicklung neuer Medikamente, sagte Gesundheitsminister Hermann Gröhe zum Start eines neuen „Pharma-Dialogs". Damit sich die Patienten auch in Zukunft auf hochwertige Medikamente verlassen könnten, seien gute Bedingungen für Forschung und Entwicklung am Standort notwendig.

Biotech Start-up-Unternehmen geht mit französischer Nicox S.A. eine Kooperation im Bereich Augenheilkunde ein

Marinomed verkauft Teile

Antivirales Augentropfen-Programm bringt 5,3 Mio. € und Aktien; klinische Forschung soll folgen.

INA SCHRIEBL

Wien. Das Biotech-Start-up Marinomed Biotechnologie GmbH verkauft das Programm für anti-virale Augentropfen an das französische Unternehmen Nicox S.A. Das Unternehmen, das sich auf Therapeutika im Bereich Augenheilkunde spezialisiert hat, erwirbt das gesamte, vielversprechende Programm inklusive aller Rechte, Daten, Verträge und Informationen. Im Gegenzug erhält Marinomed neue Anteile an Nicox. Der Wert der Transaktion beträgt bis zu 5,3 Mio. €.

Das anti-virale Augentropfen-Programm von Marinomed basiert auf dessen erfolgreicher Mavirex-Technologieplattform, die sich die Wirksamkeit von Polymeren aus Rotalgen zunutze macht. Eines dieser Polymere, Carragelose, zeigte in präklinischen Studien anti-virale Aktivität, die sich auch gegen drei der wichtigsten Konjunktivitis verursachenden Adenoviren richtete. Der jetzt erfolgte Verkauf gibt Nicox das Know-how und die Rechte zur Entwicklung eines anti-viralen Produkts, das die Behandlung von viraler Konjunktivitis erlaubt.

Klinische Studien geplant

Nicox ist ein internationales, auf den Markt für ophthalmische Produkte spezialisiertes Unternehmen, das am Euronext in Paris notiert. Nicox wird nun klinische Studien beginnen, deren Ziel es ist, innerhalb von zwei Jahren ein Medizinprodukt auf den Markt zu bringen, das eine Behandlung der Bindegewebsentzündung des Auges (virale Konjunktivitis) erlaubt. Marinomed-CEO Andreas Grassauer: „Derzeit gibt es für die Behandlung von viraler Konjunktivitis keine ursächliche Therapie. Dank unseres Übereinkommens ist Nicox jetzt potenziell in der Lage dies zu ändern.

© Agnes Stadlmann

Marinomed-Chef Andreas Grassauer punktet mit neuer Technologieplattform.

Industrie Preisdruck und Marktveränderungen haben zu Umsatzrückgang geführt; Krebszentrale in Wien erfolgreich

Boehringer Ingelheim überlegt Jobabbau

© Boehringer Ingelheim

Bei Boehringer Ingelheim überlegt man, wie man Kosten senken kann.

Ingelheim. Der zweitgrößte deutsche Pharmahersteller Boehringer Ingelheim denkt als Teil seines Sparprogramms über den Abbau von Arbeitsplätzen nach. „Es kann gut sein, dass mittelfristig Stellen betroffen sind", sagte Unternehmenssprecher Philipp Baum. „Betriebsbedingte Kündigungen sollen vermieden werden." Angesichts steigenden Preisdrucks und Veränderungen des Marktes will das Familienunternehmen deutschlandweit 15% der Kosten einsparen, das entspräche 450 Mio. €. Im ersten Halbjahr 2014 war der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 7,9% auf 6,5 Mrd. € gesunken.

Am Standort Wien hatte der Konzern zuletzt wie berichtet ein neues Gebäude in Betrieb genommen und betont, dass man neue Spezialisten sucht; in Wien sitzt das für den Konzern wichtige Zentrum der Krebstherapie.

Komplexe Forschung

„Vergangenes Jahr wurde mit Afatinib unser erstes Medikament zur Behandlung des fortgeschrittenen nicht-kleinzelligen Lungenkarzinoms zugelassen", sagte der Onkologie-Forschungsleiter Eric Haaksma am Rande der Eröffnung des Gebäudes in Wien-Meidling. Das Medikament verhindere im Vergleich zur Standard-Chemotherapie die Zeit bis zum Fortschreiten der Erkrankung von etwa einem halben auf mehr als ein Jahr. Das Gesamtüberleben steige um drei Monate. „Bei Patienten mit einem Tumor mit einer bestimmten Gen-Mutation steigt die Lebenserwartung von rund 20 auf 30 Monate."

Boehringer Ingelheim hat vor Jahren seine Onkologie-Forschung in Wien konzentriert. Grundlegende Mechanismen zur Krebsentstehung werden unter anderem vom Forschungsinstitut für Molekulare Pathologie erforscht, einem vom Konzern finanzierten, unabhängigen Grundlagenforschungsinstitut. Trotz aller Fortschritte in der Technologie ist die Arzneimittelentwicklung in den vergangenen Jahren nicht schneller geworden. Laut Haaksma geht es eher darum, bisher noch nicht geknackte medizinische Fragestellungen für neue Therapien zu beantworten. *(iks)*

Nahrungsergänzung Padma bietet tibetische Medizin

Hilfe gegen Stress

Wien. Der Herbst ist da, Schulen und Universitäten starten nach den Sommerferien wieder in ein neues Jahr. Die ersten Prüfungen stehen an, was für viele Stress und Prüfungsangst bedeutet. Oftmals gelingt es den Betroffenen nicht, sich selbst zu beruhigen; die Tibetische Medizin kann dabei auf natürliche Weise Abhilfe schaffen, teilt das auf entsprechende Produkte spezialisierte Unternehmen Padma AG mit. Das Unternehmen hat in Wien seinen Europa-Standort und gehört dem gebürtigen Österreicher Herbert Schwabl.

„Bei großer Angst vor bevorstehenden Prüfungen kann der Körper auch mit Schlaflosigkeit, nervöser Unruhe und Konzentrationsstörungen reagieren, was bereits das Lernen stark beeinträchtigt. Padma setzt schon hier an und unterstützt mit dem tibetischen Vielstoffgemisch Padma Nervotonin dabei, gut einschlafen zu können und die innere Ruhe zu bewahren", erklärt Eigentümer und Forschungsleiter Schwabl.

© PADMA

Der Österreicher Herbert Schwabl forscht an natürlichen Produkten.

Brückenbauer

Die Padma AG produziert seit 1969 europaweit als einziges Unternehmen pflanzliche Arznei- und Nahrungsergänzungsmittel auf Basis tibetischer Rezepturen. Padma gilt als Pionier auf dem Gebiet pflanzlicher Inhaltsstoffe. Das Unternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, ein moderner Brückenbauer für Tibetische Medizin in der westlichen Welt zu sein. *(rüm)*

Forschung Deutscher Konzern will heuer und 2015 bis zu 250 Mio. € investieren

Merck setzt auf Biosimilars

Darmstadt. Der deutsche Chemie- und Pharmakonzern Merck gab bekannt, mit seiner biopharmazeutischen Sparte Merck Serono bei der Implementierung des Transformations- und Wachstumsprogramms „Fit für 2018" voll auf Kurs zu sein. Dies zeige sich in Effizienzsteigerungen und der erfolgreichen Umsetzung von Wachstumsinitiativen sowie den Pipeline-Fortschritten, unter anderem im Bereich Immunonkologie und in der Geschäftseinheit Biosimilars. Diesen Bereich, der analog zu Generika Biotechmedikamente nach deren Patentablauf nachbaut, will Merck im kommenden Jahr mit höheren Investitionen fördern. „Ich freue mich, dass die Neuausrichtung unseres Pharmageschäfts greift und wir nun klare Fortschritte zeigen können", sagte Karl-Ludwig Kley, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Merck, auf dem Analyst & Investor Day in Darmstadt.

© Salvatore Di Nolfi/EPA/picturedesk.com

Merck Serono will sich als Spezialist positionieren und kräftig wachsen.

„Wir sind auf gutem Wege, unseren eigenen ebenso wie den Ansprüchen unserer Patienten, Kunden und denen der Kapitalmärkte gerecht zu werden." Merck stellte detailliert den neuesten Stand der klinischen Entwicklung seiner Arzneimittelkandidaten aus den Bereichen Immunologie, Onkologie und Immunonkologie vor. Neben klinischen Daten zu Atacicept sowie dem Entwicklungsprogramm und den Aussichten von TH-302 wurden auch erste Fortschritte bei dem immunonkologischen Anti-PD-L1-Arzneimittelkandidaten diskutiert.

Geld für Forschung

Merck stellte auch die neuesten Pläne für weitere Biosimilars-Initiativen vor. Neben dem bekannten Investitionsplan über 100 Mio. € für dieses Jahr will die Geschäftseinheit abhängig von den Ergebnissen laufender Phase-I-Studien nächstes Jahr weitere 130 Mio. € bis 150 Mio. € investieren. *(iks)*

Zahnmedizin Tag der Zahngesundheit zeigte am Donnerstag, wie weit moderne Technologien bereits sind

Digital und komfortabel

Dentaltechnikriese Sirona Dental GmbH ermöglicht Zahnersatz mittels CAD/CAM-Technologie.

ANDREAS FEIERTAG

Wien/Salzburg. Am gestrigen Donnerstag war Tag der Zahngesundheit, und neben Zahnärzten rückten auch Medizintechnikunternehmen als deren Lieferanten ihre Leistungen in den Vordergrund. Neben der täglichen Pflege braucht es bekanntlich auch einen guten Zahnarzt. Und dessen technische Möglichkeiten sind spannender denn je.

Die zahnärztliche Praxis ermöglicht etwa dank moderner Technologien im Röntgen sichere Diagnosen und eine verständliche Beratung der Patienten. Und sie sorgt durch hochspezialisierte Technik bei Instrumenten und Geräten für Komfort und Zeitersparnis; das Zauberwort heißt: Digitalisierung.

Zahnärzte können heute mit digitalen Verfahren ihre Patienten röntgen – mit geringerer Strahlungsdosis, sofortiger Verfügbarkeit des Bildes und sehr umweltschonend, ohne Chemie, teilt das Unternehmen Sirona mit, nach eigenen Angaben der weltweite Markt- und Technologieführer der Dentalbranche, dessen Österreichtochter in Salzburg sitzt. Für etwa 50% aller Zahnärzte ist heute digitale Bildgebung bereits Standard. Für die Zahnheilkunde optimierte DVT-Geräte ermöglichen dreidimensionale Röntgenaufnahmen – im Vergleich zum CT in gleicher Qualität bei einer signifikant niedrigeren Strahlungsdosis.

Zahnersatz in einer Sitzung, auch das ist heute mittels ausgereifter CAD/CAM-Technologie möglich: Für eine optische Abformung werden die Zähne mithilfe einer Kamera dreidimensional vermessen. Vom Inlay bis zur Brücke – all das ist in einer Sitzung und ohne zweite Betäubung möglich; auf die klassische Abformung mit Abformmasse kann dabei verzichtet werden.

© Sirona

Mittels neuer Technik ist es möglich, Zahnersatz in nur einer Sitzung zu machen.

Ausbildung Uni Innsbruck beteiligt sich zu zehn Prozent an privater Medizintechnik- und Technologieuni UMIT

UMIT rückt näher zur Universität Innsbruck

© Land Tirol/Schwarz

Tirols Landeshauptmann Günther Platter will „Campus Tirol“ schaffen.

Innsbruck/Hall. Die Uni Innsbruck wird sich mit zehn Prozent an der im Eigentum des Landes stehenden Privatuniversität UMIT in Hall beteiligen. Dies sei der Beginn des Prozesses „Campus Tirol“, sagte Landeshauptmann Günther Platter (ÖVP) am Montag bei einer Pressekonferenz in Innsbruck. Mit dem Campus sollen alle Kräfte gebündelt und die Zusammenarbeit zwischen den Hochschulen in Tirol intensiviert werden.

Ziel sei es unter anderem, gemeinsame Studiengänge anzubieten und Forschungsprogramme durchzuführen. Künftig soll auch eine Personalunion in den Führungsfunktionen zwischen Leopold-Franzens-Universität und UMIT ermöglicht werden. Um die Beteiligung zustande zu bringen, müsse noch der Gesellschaftsvertrag der Privatuniversität geändert werden, erklärte Wirtschaftslandesrätin Patrizia Zoller-Frischauf (ÖVP).

Patienten profitieren

Alle Verantwortlichen betonten, dass die UMIT als eigenständige Universität erhalten bleiben soll. „Ich bekenne mich zur Eigenständigkeit der UMIT. Es wird zwei Landesuniversitäten geben, aber eine Strategie“, meinte der Rektor der Universität Innsbruck, Elmar Märk. Er sprach von einem „Wendepunkt in der Entwicklung der Hochschullandschaft in Tirol“. Die bereits vorhandene Diversifizierung werde durch eine „Konsolidierung verstärkt“. Bereits jetzt gebe es im Bereich verschiedener Studien wie Mechatronik oder Gesundheits- und Sporttourismus Kooperationen zwischen den beiden Universitäten. Neu sei durch Campus Tirol, dass es eine verbindlichere Abstimmung von Entscheidungen geben werde, sagte Märk.

Platter bezeichnete die Zehn-Prozent-Beteiligung als „Verantwortungsübernahme“. Auch wenn die Verhandlungen über das Tiroler Landesbudget noch laufen würden, sei ein entsprechender Schwerpunkt in diesem Bereich budgetär vorgesehen. Es sei jedenfalls sein Plan, auch andere Tiroler Hochschulen in den Campus Tirol zu integrieren. *(fei)*

Früherkennung Programm noch im Aufholprozess

Brustkrebs-Screeningprogramm

Wien. Mit einem Anteil von 30% ist Brustkrebs die häufigste Krebserkrankung bei Frauen. Bis zum 75. Lebensjahr erkrankt eine von 13 Frauen an Brustkrebs. Durch verbesserte Therapien und Früherkennung konnten die Überlebenschancen in den vergangenen Jahren jedoch stark erhöht werden.

Seit Anfang 2014 gibt es, wie berichtet, in Österreich ein kostenloses Brustkrebs-Screeningprogramm zur Mammakarzinom-Früherkennung; ergänzend zur Mammografie wird eine Ultraschalluntersuchung durchgeführt.

Anlaufschwierigkeiten

Nach Anlaufschwierigkeiten zu Beginn des Jahres wird das Programm nun vermehrt genutzt. Bisher wurden 350.193 Mammografien durchgeführt (2011 waren es im Vergleichszeitraum 430.750). Angestrebt wird eine Beteiligung von 70% der infrage kommenden Frauen. „Wir liegen 20 Prozent hinter den Zahlen vor Start des Mammografie-Screeningprogramms, aber wir sind im Aufholen“, sagt Franz Frühwald, Bundesfachgruppenobmann der Radiologen in der Ärztekammer.

Bisher war eine Überweisungen der Ärzte zur Mammografie Usus, eine solche ist im neuen System nun nicht mehr notwendig. Zurzeit gilt es noch, Wissensdefizite bei den Frauen, Gynäkologen, Allgemeinmedizinern und Radiologen zu beheben und die Organisation der Befundübermittlung vom Radiologen zum Arzt des Vertrauens zu verbessern. *(um)*

© pantherm edia.net/Monkeybusiness Images

Qualitätsverbesserung durch Einführung des Screeningprogramms.

Digitalisierung Krankenhaus Sierning als Vorreiter

Papierlose Patientenakte hilft

Sierning. Papier hat als Informationsmedium für den aktuellen Krankenhausbetrieb als auch zur Archivierung – zumindest im Krankenhaus Sierning in Oberösterreich – ausgedient. Als erstes Krankenhaus, das eine vollständige Digitalisierung realisiert hat, übernimmt die Schwerpunktklinik für ältere Menschen eine Vorreiterrolle.

Patienten profitieren

Mit einer Neuentwicklung der Software für die Pflege- und Therapiedokumentation, die Ausstattung des gesamten Hauses mit WLAN und der Stationen mit Notebooks wurden bereits 2008 die Weichen für eine papierlose Patientenakte gestellt. Seit Kurzem hat Sierning nun die vollständige Umstellung auf die elektronische Patientenakte vollzogen. Spitalsdirektorin Irmtraud Ehrenmüller betont, dass vor allem die Patienten von der papierlosen Patientenakte profitieren: Durch den geringeren bürokratischen Aufwand bleibt mehr Zeit in der Pflege, in der Therapie und der ärztlichen Betreuung.

Monika Stacherl, Projekt- und IT-Leiterin im Schwerpunktklinikum, weiß, dass die Umsetzung ohne Unterstützung durch das Ärzteteam und die Mitarbeiter in Pflege, Therapie und Verwaltung nicht möglich gewesen wäre. „Eine derartig tiefgreifende Umstrukturierung von Betriebsabläufen muss scheitern, wenn es Vorbehalte im Team gibt.“ Dank hoch spezialisierter Teams und ausgefeilter Medizintechnik sind medizinische Leistungen nur halb so teuer wie im AKH.

© Schwerpunktklinikum Sierning

Mehr Zeit für Patienten durch einen geringeren Dokumentationsaufwand.

SHORT

Oralux gewinnt James Dyson Award 2014

© Dyson

Vereinfachte Untersuchung durch einfache Handhabung und Ergonomie.

Wien. Mit dem Österreichischen James Dyson Award werden kreative Lösungen für alltägliche Probleme prämiert. Aaron Wansch, Absolvent der FH Salzburg – Design & Produktmanagement, wurde für sein Projekt „Oralux“ ausgezeichnet, eine medizinische Untersuchungsleuchte, welche für Untersuchungen im Mund- und Rachenraum den obligatorischen Mundspatel mit einer Lichtquelle zu einem funktionalen und intuitiv benutzbaren Gerät zusammenführt.

Wirtschaftsstandort Tirol vereint Synergien

Innsbruck. Die Medizinische Universität Innsbruck (MUI) und das Management Center Innsbruck (MCI) haben vor Kurzem eine Kooperationsvereinbarung abgeschlossen. Man verspricht sich durch die Zusammenarbeit der Hochschulen eine Stärkung der Forschung durch gemeinsame Projekte und der Lehre durch eine kooperative Betreuung von Doktoranden. Auch der gemeinsame Technologie- und Wirtschaftsstandort und die Patientenversorgung im Land profitieren von der Kooperation.

Drahtlose Anbindung bei Hörgeräten

© panthermedia.net/kittipan boonsopit

Globaler Bluetooth-Standard soll Mobile Device-Anbindung unterstützen.

Kopenhagen. Der Einsatz von Hörgeräten wird dank innovativer Technologien in Zukunft nicht mehr nur auf die Klangübertragung beschränkt sein. Drahtlose Anbindungsmöglichkeiten lassen eine Verbindung mit verschiedenen mobilen Endgeräten wie MP3-Player, Fernseher und Mobiltelefon zu. Was zur Umsetzung allerdings noch fehlt, ist ein globaler Bluetooth Standard. Zahlreiche Unternehmen arbeiten deshalb an der Entwicklung einer stromsparenden und markenunabhängigen Lösung.

Fresenius holt sich 400 Mio. mit Anleihe

Bad Homburg. In den vergangenen Jahren haben das Gesundheitsunternehmen Fresenius und seine Tochter, der Dialysekonzern Fresenius Medical Care, zahlreiche Übernahmen getätigt. FMC hat nun bei Investoren mit einer Wandelanleihe 400 Mio. € eingesammelt.

SHORT

Club 21 unterstützt Demenzhilfe in Tirol

© licht.blicke – demenz.hilfe.tirol/Club 41

Mitglieder von Club 21 und Demenzhilfe bei der Scheckübergabe.

Innsbruck. Der Club 41, 1945 in Großbritannien gegründet, in dem sich ehemalige Mitglieder von Round Table nach ihrem Ausscheiden (Alterslimit 40 Jahre) zusammengeschlossen haben, hat auch in Tirol eine Dependance. Die hat nun den Reinerlös aus einer Veranstaltung von 7.450 € an die Plattform „licht.blicke – demenz.hilfe.tirol." übergeben. Die Plattform setzt sich seit sieben Jahren für Demenzkranke und deren Angehörige ein.

Gut 550 Teilnehmer beim Pflegekongress

© Landesklinikum Wiener Neustadt

Das Organisationsteam des Pflegekongresses in Wiener Neustadt.

Wr. Neustadt. Bereits zum sechsten Mal fand heuer der österreichweit größte Intensivpflegekongress in der Arena Nova statt. Organisiert wurde dieser von der Abteilung für Anästhesie, Notfall- und Allgemeine Intensivmedizin des Landesklinikums Wiener Neustadt in Zusammenarbeit mit der Abteilung für Kinder- und Jugendheilkunde. Neben Fachvorträgen gab es eine umfangreiche Industrieausstellung.

Investitionen Neues Kurzentrum mit Schwefelbädern um insgesamt 21 Millionen Euro in Bad Goisern eröffnet

Neues Schwefelheilbad

4-Sterne-Betrieb mit 150 Zimmern; 90 neue Arbeitsplätze; 67.000 zusätzliche Nächtigungen.

ANDREAS FEIERTAG

Bad Goisern. Ein neues Kurzentrum mit Schwefelheilbädern, in das 21 Mio. € investiert worden sind, ist vor Kurzem in Bad Goisern (Bezirk Gmunden) offiziell eröffnet worden. Die Tiroler Unternehmensgruppe Künig hat den neuen 4-Sterne-Betrieb mit 150 Zimmern in rund 18 Monaten Bauzeit auf dem Areal des ehemaligen Kurhotels errichtet.

Zehn Kurbetriebe

Künig betreibt bereits zehn Kureinrichtungen in Österreich und Deutschland; jene in Bad Goisern soll längerfristig zu einem internationalen Kompetenzzentrum für die Behandlung mit Schwefel ausgebaut werden.

Mit dem neuen Betrieb würden 90 direkte Arbeitsplätze geschaffen, erklärte Landeshauptmann Josef Pühringer (ÖVP), der gemeinsam mit Landeshauptmann-Stellvertreter Reinhold Entholzer (SPÖ) an der offiziellen Eröffnung teilgenommen hat. Durch das Kurzentrum werden 67.000 zusätzliche Nächtigungen erwartet.

Die Welterbegemeinde wird mit dem Neubau wieder zu einem richtigen Kurort. Für Bad Goisern und das innere Salzkammergut wird das neue Kurhotel ein wichtiger touristischer Impulsgeber, sind die Initiatoren überzeugt. Die Tourismusgemeinde Bad Goisern verbuchte zuletzt 166.000 Nächtigungen. Das heißt, das Kurhotel bringt ein Plus von mehr als 40 Prozent. Neben Schwefel-Anwendungen und Massagen soll im Kurzentrum künftig ein umfassendes Therapieangebot mit Elektrotherapie, Gamma-Swing, Ganzkörperkältetherapie und CO_2-Therapien unter einem Dach möglich sein.

© Die Kurzentren

Das neue Kurzentrum in Bad Goisern wurde kürzlich eröffnet.

Spende 25.000 Euro im Kampf gegen Volkskrankheit

Sanofi hilft Diabetesgesellschaft

Wien. Sanofi Österreich-Geschäftsführerin Sabine Radl und Pierre Chancel, Senior Vice President Global Diabetes Division Sanofi, übergaben einen Spendenscheck über 25.000 € an den Präsidenten der Österreichischen Diabetes Gesellschaft (ÖDG), Thomas Wascher, zur Unterstützung von dessen Projekt „Face Diabetes", das die Wahrnehmung für Diabetes und seine Prävention schärfen soll.

Der aktuelle Diabetesbericht weist für Österreich rund 573.000 bis 645.000 Diabetes-Betroffene aus. Davon sind etwa 430.000 Personen ärztlich diagnostizierte Diabetes-Fälle, die Dunkelziffer bei den nicht diagnostizierten liegt aber weit höher – bei geschätzten 143.00 bis 215.000 Personen. Seit 90 Jahren ist Sanofi mit der Entwicklung und Erforschung von Therapien gegen die sogenannte Volkskrankheit Diabetes beschäftigt. *(fei)*

© Georg Lembergh

Pierre Chancel, Sabine Radl und Thomas Wascher (v.l.).

Auszeichnung Stadt Wien würdigte innovative Projekte

Gesundheitspreise verliehen

Wien. Neue und erfolgreiche Wege im Gesundheitssystem und in der Gesundheitsförderung vor den Vorhang holen, war das Ziel des Wiener Gesundheitspreises 2014. Die Verleihung fand kürzlich im Rahmen der Wiener Gesundheitsförderungskonferenz 2014 zum Thema „Seelische Gesundheit – Inspirationen für die Praxis der Gesundheitsförderung" im Rathaus statt. Gesundheitsstadträtin Sonja Wehsely (SPÖ): „Die Vielfalt der Zugänge wie auch der Umsetzungsmöglichkeiten der Gesundheitsförderung machen die Arbeit in diesem Bereich spannend und erfolgreich."

Den 1. Preis in der Kategorie „Gesund in Grätzel und Bezirk" erhielt die „Demenzfreundliche Apotheke", in der Kategorie „Gesund in Einrichtungen/Organisationen" überzeugte „abz*kompetent und gesund", in der Kategorie „Seelische Gesundheit" siegte das „Nachbarinnen-Bildungsfrühstück". *(fei)*

© Schaub-Walzer/PID

Sonja Wehsely eröffnete die Konferenz und würdigte die Preisträger.

Flashmob Pflegeschule Feldkirch überrascht Passanten

Erste Hilfe im Vorbeigehen

Feldkirch. Die Pflege machte mobil – und zwar in Form von Flashmobs. Die Gesundheits- und Krankenpflegeschule Feldkirch wollte mit derartigen Aktionen – in Bürs und in Feldkirch – einerseits in der Bevölkerung grundsätzlich für dieses wichtige Berufsbild eine Sensibilisierung erreichen, andererseits auch zeigen, wie viel Spaß neben der täglichen Verantwortung eine Ausbildung in der Pflege auch machen kann. Und außerdem sollte so auf fast schon spielerische Weise ein Auffrischungskurs in „Erster Hilfe" den Passanten zugutekommen.

Ausgerüstet mit Reanimationspuppen, sind die Pflegeanwärterinnen der Schule alsdann losgezogen und auf die Straße gegangen. Zusätzlich wurden noch Flyer mit Informationen über die Reanimation und Informationen über die Ausbildungen an der KPS verteilt. Das Projekt entstand im Rahmen des Unterrichtsfachs „Gesundheitsförderung". *(fei)*

© Vorarlberger Krankenhaus-Betriebsges.m.b.H.

Ein Flashmob für Pflege und Erste Hilfe in Vorarlberg sollte Passanten sensibilisieren.

MENSCHEN, ÜBER DIE MAN SPRICHT

© APA/KAV/Bernhard Noll

Udo Janßen ist neuer Chef des Wiener KAV

Wien. Mit über 30.000 Mitarbeitern und einem Gesamtbudget von über 3,7 Mrd. € ist der Wiener Krankenanstaltenverbund (KAV) europaweit einer der größten Spitalsträger. Bürgermeister Michael Häupl (SPÖ) hat nun Udo Janßen mit Wirkung vom 1. November zum neuen Generaldirektor des Wiener KAV ernannt. Damit hat sich Janßen in einem internationalen Ausschreibungsverfahren gegen 60 Bewerber durchgesetzt. Janßen ist seit Mai 2013 in seiner Funktion als KAV-Generaldirektor-Stellvertreter und Leiter des Finanz- und Controllingmanagements maßgeblich an der Umsetzung des Wiener „Spitalskonzeptes 2030" beteiligt. Der 46-jährige Mediziner und Betriebswirt war davor Vorstand des Deutschen Krankenhausinstituts. *(fei)*

© mediclass

MANFRED WONISCH, NEUER ARZT BEI MEDI CLASS IN WIEN

Manfred Wonisch hat beim Mediclass Gesundheitsclub in Wien als Internist und Kardiologe begonnen. Durch seine Ausbildung als Internist und Kardiologe an der Medizinischen Universitätsklinik Graz sowie durch seine jahrelange Tätigkeit im Bereich der Leistungsdiagnostik und der Trainingstherapie ist er in der Lage, alle Fragen zu den Fachgebieten Innere Medizin, Kardiologie und Sportmedizin zu beantworten.

© Kröber

MYRIAM WEBER, GESUNDHEITSJOURNALISTIN IN WIEN

Myriam Weber (27), ehemalige Redaktionsleiterin und Medizin-Redakteurin bei vielgesundheit.at, ist die Gewinnerin des diesjährigen Roche Austria Publizistikpreises der Österreichischen Gesellschaft für Senologie (ÖGS). In ihren Kurzfilmen zu den Themen „Brustkrebs: Früherkennung versus Prävention", „Fortgeschrittener Brustkrebs" und „Genexpressionstests" bereitet Weber komplexe Inhalte allgemeinverständlich und anschaulich auf.

© PremiQaMed Group

FRIEDERIKE GÜNTHER, PFLEGEDIREKTORIN IN PRIVATKLINIK GRAZ

Die diplomierte Gesundheits- und Krankenschwester Friederike Günther aus Kapfenberg wurde zur neuen Pflegedirektorin der Privatklinik Graz Ragnitz bestellt. Sie war zuletzt Oberschwester und stellvertretende Pflegedirektorin im Landeskrankenhaus Bruck an der Mur. Die akademische Pflegemanagerin kann auf einen Master of Science-Abschluss und zahlreiche Weiterbildungen verweisen; sie ist auch diplomierte Mentaltrainerin.

technology

© Dell

PARTNERSCHAFT

Dell und VMware bieten Lösungen für das Software-Defined Data Center **Seite 46**

© Chris Hadlerer

WUNDERLAND

Wettkampf der Fotohardware-Hersteller bei der heurigen photokina in Köln **Seite 47**

© Logitech

NETT, ABER ...

LOGITECH K480 IM PRAXISTEST

SHORT

© Wirtschaftsagentur Wien/David Bohmann

Wien. Vier bis sechs Start-up-Unternehmen aus Europa, dem Mittleren Osten, Afrika und Russland werden im Rahmen des Cisco „Entrepreneurs in Residence" Europa-Programms für sechs Monate in Wien arbeiten. Sie werden unter der Leitung und mit Unterstützung von Cisco neue Ideen, Technologien und Anwendungen für das „Internet of Everything" entwickeln. „Ein Gütesiegel für die Wiener Start-up-Szene und ein markanter Impuls für den Standort", kommentiert Gerhard Hirczi (Bild), CEO der Wirtschaftsagentur Wien.

www.cisco.at

© Kapsch/APA-Fotoservice/Hinterramskogler

Wien. Kapsch hat beim ITS-World Congress in Detroit seine V2X-Verkehrsmanagementlösung erfolgreich präsentiert. „Amerika gewinnt für uns immer mehr an Bedeutung", kommentiert Georg Kapsch, der CEO von Kapsch TrafficCom (Bild). „Allein in den vergangenen drei Geschäftsjahren ist unser Umsatzanteil in Amerika von 12 auf 18% angewachsen und beträgt damit bereits 87 Millionen Euro. Erst kürzlich haben wir zwei neue Projekte gestartet: ein vollelektronisches Mautsystem für den New York State Thruway und zehn elektronische Mautzonen in Texas."

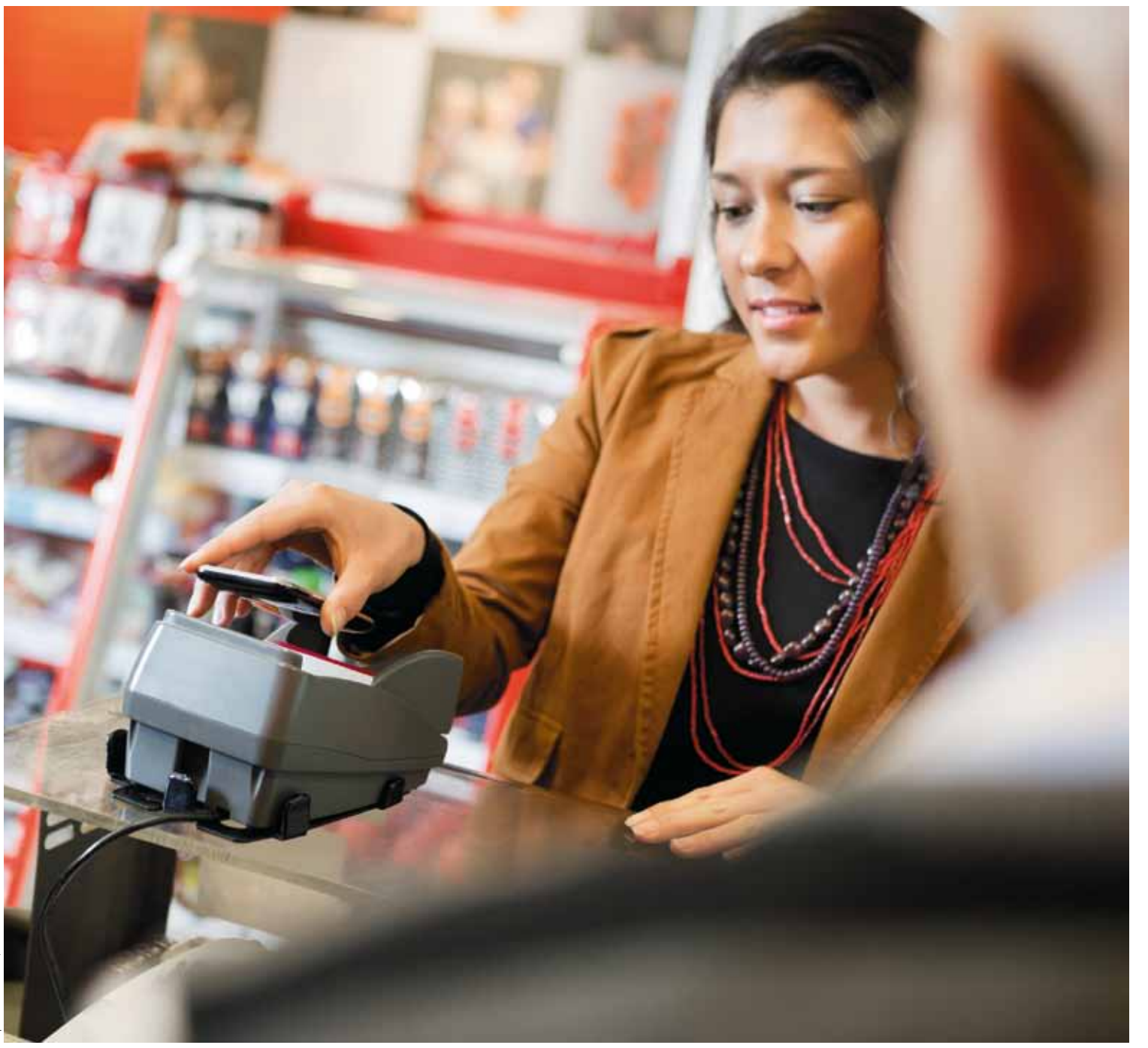
www.kapschtraffic.com

© Panasonic

Wien. Die „Handykamera" Lumix CM1 wurde letzte Woche bei der photokina mit dem „Photokina Star" ausgezeichnet. „Mit der Lumix Smart Camera CM1 betreten wir wieder Neuland. Nie zuvor gab es eine so anspruchsvolle Kamera, die sich in Sachen-Konnektivität spielend mit jedem Smartphone messen kann", sagt Michael Langbeht, Manager PR bei Panasonic Deutschland.

www.panasonic.net

NFC: Kontaktlos Zahlen wird massiv ausgebaut



© panthermedia.net/leaf

Wer braucht noch Bargeld? Laut Mastercard und PSA stößt kontaktloses Zahlen mit NFC-fähigen Karten auf immer größere Akzeptanz. In Österreich sollen in den nächsten sechs Monaten 20.000 neue NFC-Terminals installiert werden. **Seite 44**

Drei Ende 2015 sollen 98% Netzabdeckung erreicht werden

Flächendeckender LTE-Netzausbau

© Tom Tesch/APA-Fotoservice/Hörmandinger

Nimmt erste LTE-Ausbaustufe in Betrieb: 3CEO Jan Trionow.

Wien. Seit Donnerstag hat Hutchison Drei Austria seine erste LTE-Ausbaustufe in Betrieb und versorgt flächendeckend den Großraum Wien „von St. Pölten bis Gänserndorf, von Hollabrunn über Eisenstadt bis Neunkirchen" mit der 4G-Technologie, sagt 3CEO Jan Trionow. Bis Ende 2015 sollen 98% Netzabdeckung österreichweit erreicht werden. „Nachdem die lange erwartete Freigabe der bestehenden Sendefrequenzen im Sommer erfolgt ist, werden wir nun den landesweiten LTE-Rollout auf Basis der 1.800er-Frequenzen zügig vorantreiben", sagt Trionow.

www.drei.at

KOMMENTAR

Die angekündigte Zahlungs-Revolution

CHRIS HADERER

Mit Apple Pay wollen die Cupertiner einmal mehr die Welt revolutionieren. Zuletzt ist das der vom verstorbenen Mastermind Steve Jobs gegründeten Company im Jahr 2007 mit dem iPhone gelungen und dann mit dem iPad. Beide Produkte öffneten nicht nur neue Hardwaremärkte, sondern verhalfen auch Online-Stores wie iTunes oder Google Play zum Durchbruch. Jetzt soll Apple Pay die Welt des bargeld- und kontaktlosen Bezahlens auf den Kopf stellen, und das Unternehmen der Weltherrschaft ein bisschen näher bringen. Allerdings hat Apple Pay einen kleinen Schönheitsfehler: Es funktioniert nur mit Apple-Geräten – und nicht jeder Kunde hat die Ambition, in ein teures Edel-Handy zu investieren, um drahtlos zahlen zu dürfen. Der Durchbruch wird Apple wohl nicht gelingen, wenn das System nicht für andere Plattformen verfügbar ist. Denn: Auch wenn Apple einmal mehr den Anschein erwecken will, der einzige Revolutionär zu sein, so gibt es doch Konkurrenz – und sogar recht prominente: Mit „CurrentC" will Walmart 2015 ein System amerikaweit ausrollen, das nicht auf Kreditkarte basiert und statt NFC-Technik QR-Codes einsetzt (und Anwendern auch Rabatte und Sonderangebote nahebringt). Apple wird sich anstrengen müssen, damit aus der angekündigten Revolution kein Sturm im Wasserglas wird.

Mastercard Derzeit sind in Österreich etwa 4,3 Millionen Maestro Bankomatkarten mit NFC-Funktionalität im Umlauf

Kontaktloses Bezahlen stößt auf hohe Akzeptanz

In den vergangenen 12 Monaten ist kein einziger NFC-spezifischer Schadensfall bekannt geworden.

CHRIS HADERER

Wien. Vor einem Jahr haben das Kreditkartenunternehmen Mastercard und die Payment Services Austria (PSA) in Allianz mit dem Handel und den Banken das bargeldlose Bezahlen auf Basis von NFC-fähigen Bankomatkarten eingeführt. Damit können Beträge bis zu 25 € kontaktlos transferiert werden, höhere Summen verlangen die Eingabe eines PIN-Codes. Die Bilanz, die Rainer Schamberger, CEO der PSA, nach einem Jahr zieht, ist ausgesprochen positiv: „Wir beobachten rasant wachsende Nutzungszahlen, womit auch ein stark steigendes Transaktionsvolumen einhergeht", sagt Schamberger. „Konkret hat sich die Nutzung des kontaktlosen Bezahlens allein von Jänner bis Juni 2014 fast verdoppelt, ebenso das Transaktionsvolumen."

Tendenz steigend

Schambergers Resümee in Zahlen: Ende August 2014 waren 4,3 Mio. Maestro Bankomatkarten in Umlauf, mit denen kontaktlos bezahlt werden kann. 23% aller Transaktionen, bei denen kontaktloses Bezahlen aufgrund des Einsatzes einer NFC-fähigen Karte möglich ist, werden bereits tatsächlich kontaktlos abgewickelt. In Österreich ermöglichen rund 20.000 Terminals in Handel, Gastronomie, Apotheken und sonstigen Verkaufsstellen kontaktloses Bezahlen. „Pro Tag erfolgen derzeit rund 30.000 kontaktlose Transaktionen in Österreich, Tendenz stark steigend", sagt Schamberger: „80% aller kontaktlosen Transaktionen liegen unter 25 €, die durchschnittliche Transaktionshöhe liegt bei 11 €. Bei Transaktionen mit PIN-Eingabe, also über 25 €, liegt der Durchschnittsbetrag bei 51 €." Laut Schamberger haben nur 1,1% aller Karteninhaber die kostenlose Deaktivierung der Kontaktlosfunktion ihrer Maestro Bankomatkarte in Anspruch genommen.

Weiterer Ausbau

Als nächster Schritt sollen bis Ende 2014 im Rahmen des regulären Kartentauschs durch die Banken weitere rund 1,9 Mio. Karten mit NFC-Funktion ausgegeben werden. Die Zahl der Terminals im Handel, die für kontaktloses Bezahlen genützt werden können, soll in den nächsten sechs Monaten um 10.000 auf rund 30.000 steigen. Bis 2020 will MasterCard europaweit an allen Terminals, die MasterCard oder Maestro akzeptieren, kontaktloses Bezahlen als Standard durchsetzen. International betrachtet, ist kontaktloses Bezahlen derzeit in 36 europäischen Ländern möglich – und weltweit an immerhin 2,1 Mio. Terminals. *www.psa.at* *www.mastercard.at*

© Payment Services Austria/Medwed Fotografie

Rainer Schamberger, PSA: „Wir beobachten rasant wachsende Nutzungszahlen."

APPLE PAY – EINE ALTERNATIVE?

Am 9. September hat Apple neben zwei Telefonen und einer Armbanduhr auch das **Bezahlsystem „Apple Pay"** vorgestellt, das auf **NFC-Technologie** basiert.

Das Verfahren „könnte Apple zur einflussreichsten Kraft in Sachen Mobile Payment machen", sagt **Tobias Schreyer,** Mitbegründer und CCO des **Payment-Dienstleisters PPRO.** „Konkurrieren wird Apple Pay mit Google Wallet und der PayPal-App, die beide von Händlerseite bisher kaum angenommen wurden. "

Auch **Hans-Peter Weber,** Vorstand des auf Multichannel-Payment spezialisierten **Zahlungsinstituts secupay AG,** sieht Apple Pay durchaus als treibende Kraft: „Dass Apple Pay auf den kontaktlosen Standards EMV und NFC basiert, wird der NFC-Technologie einen kräftigen Schub verleihen und den Rollout kontaktloser EC- und Kreditkartenterminals beschleunigen", meint Weber. „Je mehr Händler kontaktloses Bezahlen anbieten, desto mehr werden Kunden diese Technik auch nutzen. Aus meiner Sicht hat Apple Pay das Zeug dazu, den Standard in Mobile Payment zu definieren, sofern Apple das iPhone und den technologischen Ansatz auch für andere Player offen hält. Das würde dann auch den Anfang vom Ende aller derzeitig existierenden Übergangssysteme bedeuten."

Christian Pirkner, Miteigentümer der **Secure Payment Technologies GmbH,** sieht aber auch Schattenseiten an Apple Pay: „Apple setzt mit der Kreditkarte die teuerste Zahlungsmethode für den Handel ein", sagt er. „Ist das Konzept von Apple erfolgreich, kann es leicht passieren, dass im elektronischen Zahlungsverkehr kein europäisches Unternehmen mehr eine zentrale Rolle spielt. Man muss sich das nur vorstellen: Jede Transaktion wird dann von US-Firmen abgewickelt. Das hätte wiederum enorme Auswirkungen auf den europäischen Finanzmarkt, genauso wie auf den Schutz der Privatsphäre und der Datensicherheit. Die Zukunft des europäischen Mobile Payment-Markts ist noch völlig offen. Handel, Banken und Politik können noch immer einer europäischen Lösung den Vorzug geben."

www.ppro.com/de
www.secupay.ag
www.secure-shopping.at

Mindjet Ausgezeichnet

100 der Besten

© Mindjet

Mindjet-CEO Scott Raskin.

Alzenau/Wien. Mindjet, Anbieter mapbasierter Produktivitätssoftware, wurde durch die Herausgeber von AlwaysOn als eines der „Global 100 Companies to Watch" ausgezeichnet. Mindjet wurde in der Kategorie „B2B – SaaS & Enterprise" von einer Jury aus Industrieexperten sowie den Redakteuren von AlwaysOn ausgewählt, weil Mindjet kontinuierlich zur Weiterentwicklung der Branche beiträgt und seine Kunden bei der heutzutage notwendigen Effizienzsteigerung unterstützt. „Wir bieten eine Software-Plattform, die Innovationsprozesse skalierbar macht", kommentiert Scott Raskin, CEO von Mindjet, die Würdigung. *www.mindjet.de*

A1 Laut der Social Impact-Studie 2014 des Providers hat sich die Smartphone-Nutzung seit 2010 mehr als verdoppelt

FeaturePhones werden langsam aussterben

Wien. Mit der Vorstellung des ersten iPhone im Jahr 2007 hat Apple die Welt des mobilen Telefonierens nachhaltig verändert: Aus „FeaturePhones", die mit fix in die Hardware eingebauten Funktionen aufwarteten, wurden Smartphones – eine völlig neue Produktkategorie, die auch einen regen Handel mit Apps und anderen Inhalten ermöglichte. Samsung folgte als eines der ersten Unternehmen dem Trend, und heute sind FeaturePhones bereits so etwas wie eine aussterbende Spezies.

Laut der Social Impact-Studie 2014 von A1 Telekom Austria verwendete im Jahr 2010 etwa ein Drittel der Befragten (32%) ein Smartphone, 2014 sind es bereits fast drei Viertel (72%). Bei den Jungen zwischen 12 und 29 Jahren liegt die Nutzung sogar bei 89%. Von den Nicht-Nutzern planen 16% einen Kauf in den nächsten sechs Monaten (siehe Infografik). Auch die App-Nutzung steigt permanent: Verwendeten 2011 nur ein Viertel (25%) Apps, sind es 2014 bereits 56%. Und der Trend hält an: 20% der Nicht-Nutzer können sich vorstellen, in den kommenden zwölf Monaten Applikationen aus dem App Store auf das Handy zu laden. 83% nutzen keine kostenpflichtigen Apps, 2010 waren es zwei Drittel.

Veränderungen gibt es auch beim Nutzungsverhalten: „Begrüßten es 1999 noch 85% sehr, für andere Personen jederzeit erreichbar zu sein, sind es 2014 nur noch 69%", sagt Telekom Austria-General Hannes Ametsreiter. „Und 59% nehmen 2014 das Handy bewusst *nicht* mit, um ungestört zu sein, 2009 waren es nur 46%. 1999 sah nur ein Fünftel das Handy als Störenfried an, 2014 sind es bereits 39%." Blieb das Handy 2002 während der Woche 1,9 Stunden täglich auf ‚lautlos', sind es 2014 bereits 5,2 Stunden. Zugleich ging die Zeit, in der das Handy wochentags ganz ausschaltet bleibt, zurück: 2002 blieb das Handy 5,3 Stunden täglich ausgeschalten, 2014 waren es nur noch 3,1 Stunden.

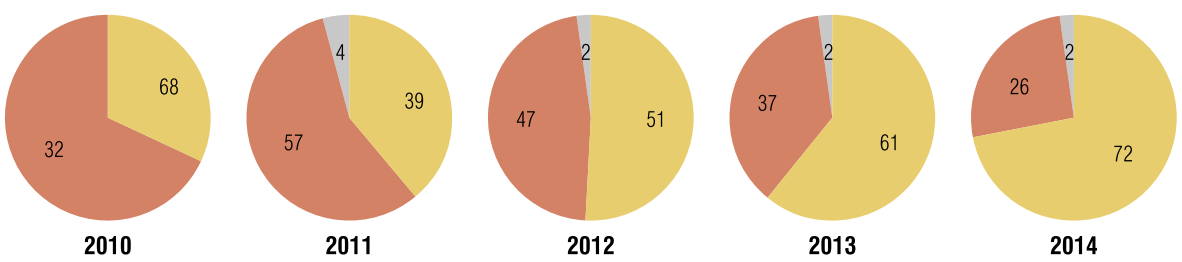
www.a1telekom.at

© APA/Roland Schlager

Präsentierte Studie: Hannes Ametsreiter.

SMARTPHONE-NUTZUNG VON 2010 BIS HEUTE

72% nutzen aktuell ein Smartphone; 16% der Nicht-Nutzer planen einen Kauf in den nächsten sechs Monaten; 60% der Handys sind mindestens 12 Monate alt. Angaben in %



Quelle: Social Impact Studie 2014, A1 Telekom Austria Group; Grafik: Raimund Appl

Universität Innsbruck Integration von digitalem Fachwissen und Automatisierung von Risiko-Analysen kann Testverfahren für Software verbessern

Sicherheit und Cloud-Computing

Wissenschafter der Uni Innsbruck warnen: Gerade Cloud-Software ist für unbekannte Sicherheitslücken besonders anfällig.

CHRISTOPH FELLMER

Innsbruck/Wien. Dass Software nicht immer das tut, was sie soll, ist ein altes und verbreitetes Problem in der IT-Branche. Je komplexer Anwendungen sind, desto höher ist die zwangsläufig im Programmcode enthaltene Fehlerquote. Das – und Sicherheitslücken – sind der Grund für einen ständigen Update-Reigen, den beispielsweise Windows-Anwender recht gut kennen. Das Problem erstreckt sich aber nicht nur über Betriebssysteme und einzelne Anwendungen, sondern über den gesamten IT-Bereich – und damit nicht zuletzt auch auf das Cloud-Computing. Auch in diesem Segment erleben Software-Entwickler oft böse Überraschungen: „Selbst nach langer und erfolgreicher Anwendung von Cloud-Programmen tun sich plötzlich unerwartete Schwachstellen auf", sagt Ruth Breu, Leiterin des Instituts für Informatik an der Universität Innsbruck. „Allein im Jahr 2012 wurden 9.762 bis dahin unbekannte Sicherheitslücken in der Open Source Vulnerability Database, einer weltweit zugänglichen Datenbank zur Verwaltung von Wissen um Sicherheitslücken in Software, registriert."

Neue Funktionalitäten

„Tatsächlich sind gerade Cloud-Programme anfällig dafür", sagt Breu. „Nicht weil sie schlecht geschrieben wurden, sondern weil sie viele laufend aktualisierte Schnittstellen besitzen. Diese machen Funktionalitäten erforderlich, die weit über den eigentlichen Programmablauf hinausgehen und von dritten Systemen abhängen." Sogenannte nicht-funktionale Sicherheitstests können diese Aspekte zwar testen, doch die konventionellen Methoden der Qualitätssicherung scheitern oft an der Komplexität der Anforderungen. Jetzt haben Wissenschafter der Universität Innsbruck Grundlagen vorgestellt, die nicht-funktionale Tests deutlich verbessern können.

Dazu formalisiert das Team um Breu, Michael Felderer und Philipp Zech bereits existierendes Wissen und macht es damit für nachfolgende automatische Risikoanalysen verfügbar. Diese Analysen resultieren in Risikoprofilen der zu testenden Systeme, die zum Erstellen ausführbarer Sicherheitstests verwendet werden; dabei kommen moderne Programmiersprachen wie Scala und ASP sowie modellbasierte Verfahren zum Einsatz.

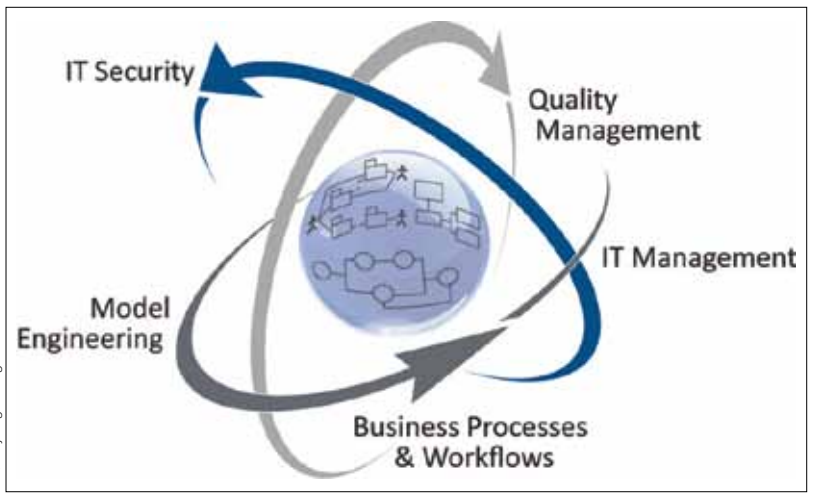
„Das Problem bei bisherigen nicht-funktionalen Sicherheitstests ist die schier unendliche Anzahl an Möglichkeiten für Fehler", sagt Breu. „Bisher versuchte man, diese Situation durch menschliches Expertenwissen zu meistern, etwa bei Penetrationstests. Die von uns gewählte Herangehensweise erlaubt nun aber ein strukturiertes und automatisiertes Testverfahren."

Zunächst war die Arbeit der Wissenschaftler eher theoretisch geleitet. „Doch wir wollten auch die Praxistauglichkeit unserer Überlegungen demonstrieren", sagt Breu. „Daher haben wir Real-Life-Tests durchgeführt, die Reaktionen auf häufige Problemsituationen wie SQL-Injection-Angriffe checken."

Im Rahmen der jetzt publizierten Arbeit wurde dabei zunächst auf eigens geschriebene Programme zurückgegriffen; seit einiger Zeit werden auch öffentlich verfügbare Testsysteme verwendet – mit Erfolg: Bis zu 90% aller Schwachstellen können aktuell zuverlässig identifiziert werden.

Insgesamt stellen die Ergebnisse dieses Projekts des FWF einen signifikanten Fortschritt für die zukünftige Qualitätssicherung sicherheitskritischer Systeme dar – ein Ergebnis, das die Bedeutung grundlegender wissenschaftlicher Arbeiten für die reibungslose Funktion unseres Alltags einmal mehr unter Beweis stellt.

www.uibk.ac.at



© Quality Engineering

In der vernetzten Welt sind nicht-funktionale Sicherheitstests für Software wichtig.

© Universität Innsbruck

Ruth Breu, Leiterin des Instituts für Informatik an der Universität Innsbruck.

REVOLUTIONIEREN
~~OPTIMIEREN~~
SIE IHRE
KOMMUNIKATION

Kommunikation ist einem ständigen Wandel unterworfen: Die veränderte Mediennutzung, die unterschiedlichen Kanäle, der Wunsch nach messbaren Resultaten sowie der steigende Kostendruck sind die heutigen Herausforderungen, denen Sie sich gerne stellen.

EINFACH AUSSERGEWÖHNLICH Vertrauen Sie dabei einem zuverlässigen und flexiblen Partner. Canon unterstützt Sie gerne mit Erfahrung, Wissen und der richtigen Technologie. www4.canon.at/aussergewoehnlich

Canon

SHORT

Veränderungen an der Spitze der WKO Steyr

© IT Experts Austria

Eduard Riegler (l.), Wolfgang Bräu, IT Experts Austria, Gunter Mayrhofer (r).

Steyr/Wien. Nach vielen Jahren an der Spitze der WKO Steyr übergibt Gunter Mayrhofer die Obmannschaft an seinen Nachfolger Eduard Riegler. Am Ende seiner Amtszeit zieht Mayrhofer eine erfolgreiche Bilanz zu den IT Experts Austria. Als einer der Gründerväter übergibt er auch die Schirmherrschaft über die Initiative an Riegler. „Wir haben es geschafft, in einer Erfolgsbranche Ausbildung und Wirtschaft nachhaltig zu vernetzen und unsere IT-Unternehmen und Schulen noch mehr in den Blickpunkt zu rücken", zieht Mayrhofer eine Abschlussbilanz. „Wir haben IT Experts Austria gemeinsam mit den vielen Mitgliedern und Partnern zu einer großen Plattform gemacht, die in der Politik bestens verankert ist." *www.wkooe.at*

Neues Partnerprogramm für Mobility-Lösungen

Frankfurt/Wien. Der Mobility-Lösungsanbieter Good Technology hat ein neues Margin Rewards-Programm als Ergänzung zu Goods Partnerprogramm vorgestellt. Das neue Programm bietet Channel-Partnern ein Prämiensystem. Die Partner können die gewonnenen „Credits" einsetzen, um Neugeschäft zu generieren und um die Nutzung sicherer Mobilität im eigenen Unternehmen schneller voranzubringen. Das Programm soll vor allem die steigende Marktnachfrage nach sicheren Mobility-Lösungen seitens mittelständischer Unternehmen bedienen.

www.good.com/de

Testautomatisierung für die Finanzindustrie

© sqs.com

Portfolioerweiterung für SQS durch eine Partnerschaft mit Orbium.

Wien. Die SQS Software Quality Systems AG und Orbium, ein auf die Finanzindustrie fokussiertes Business- und IT-Beratungsunternehmen, haben eine weltweit gültige Partnerschaft vereinbart. Im Mittelpunkt der Kooperation steht das Software-Testen der in der Finanzindustrie verbreiteten Bankenlösungen von Avaloq. Dank der Partnerschaft erweitert SQS ihr Leistungsspektrum um das Testautomatisierungswerkzeug TestMaster von Orbium und kann diese Lösung im Rahmen ihrer Onshore-, Offshore sowie Managed-Service-Modelle anbieten. *www.sqs.com*

Dell Der IT-Anbieter vertieft seine Partnerschaft mit VMware, um Produkte für das Software Defined Data Center anzubieten

Partnerschaft für neue Data Center-Lösungen

Cumulus Networks bietet die Netzwerkvirtualisierungsplattform VMware NSX auf eigenen Systemen an.

CHRISTOPH FELLMER

Wien. Die Partnerschaft zwischen dem IT-Anbieter Dell und dem Virtualisierungsspezialisten VMware besteht bereits seit einigen Jahren – jetzt soll sie weiter ausgebaut werden. Beide Unternehmen bieten nun im Schulterschluss Lösungen an, um die Einführung der Netzwerkvirtualisierung und von Open Networking im Software-Defined Data Center zu fördern. Die erweiterte Kooperation umfasst ein breites Spektrum von Angeboten für Unternehmen aller Größen und Service Provider und wird durch gemeinsame Marketingaktivitäten, eine validierte Referenzarchitektur und ein weltweites Reseller-Abkommen unterstützt.

Außerdem arbeiten Dell und VMware mit Cumulus Networks zusammen und bieten in dieser Triade ab sofort die Netzwerkvirtualisierungsplattform VMware NSX unter Cumulus Linux auf Dell Networking Switches an. Bei Dell ist außerdem eine ausführlich getestete und zertifizierte, konvergente Infrastrukturlösung, einschließlich VMware NSX, verfügbar.

© Dell

Marius Haas, Chief Commercial Officer und President Enterprise Solutions bei Dell: verstärkte Partnerschaft mit VMware.

Vorkonfigurierte Bundles

„Dell setzt gemeinsam mit VMware und Cumulus neue Maßstäbe im Networking-Markt", sagt Marius Haas, Chief Commercial Officer und President Enterprise Solutions bei Dell. „Mit der Zusammenarbeit verstärken wir unser Engagement und bieten Unternehmen die Wahl, wie sie in ein stärker Software-Defined Data Center migrieren können. Wenn darüber hinaus zwei der führenden Anbieter im Bereich der Unternehmens-IT, wie VMware und Dell, zusammenarbeiten, und offene, automatisierte und umfassende Lösungen anbieten, die vollständig getestet und validiert sind, profitieren davon die Kunden."

Dell, VMware und Cumulus entwickelten ein vorkonfiguriertes Bundle, bei dem VMware NSX unter Cumulus Linux auf Dell Networking Switches läuft. Mit dieser von Dell erhältlichen Lösung sind Unternehmen und Service Provider in der Lage, die gesamte Umgebung von Rechenzentrumsnetzwerken bereitzustellen und zu verwalten. Das bezieht sich sowohl auf physische als auch auf virtuelle Komponenten, eine schnellere Bereitstellung von neuen Applikationen und eine Vereinfachung des IT-Betriebs. „Weltweit setzen Unternehmen bereits auf ein Software-Defined Data Center mit seiner offenen, agilen, sicheren und effizienten Architektur. Sie wollen damit ihre IT vereinfachen und den Übergang zu einer Hybrid Cloud einleiten", sagt Raghu Raghuram, Executive Vice President der Software-Defined Data Center (SDDC) Division bei VMware. „Das Software-Defined Data Center ermöglicht eine offene Innovation mit einer Geschwindigkeit, wie sie in einer Hardware-definierten Welt nicht zu erzielen ist. VMware und Dell arbeiten gemeinsam an der weiteren Verbreitung fortschrittlicher Netzwerktechnologien im Software-Defined Data Center und kooperieren bei der Bereitstellung von Netzwerkvirtualisierungslösungen für gemeinsame Kunden."

Breites Spektrum

Der gemeinsame Gedanke wird durchaus auch von Marktforschern unterstützt: „Damit die Netzwerkvirtualisierung möglichst weit in die adressierbaren Enterprise-Märkte – angefangen von großen Konzernen bis zu mittelständischen Unternehmen – reicht, ist es essenziell, dass ein leistungsstarkes Ecosystem komplette Lösungen bereitstellt, die einfach zu beschaffen, zu installieren, zu verwalten und zu unterstützen sind", sagt Brad Casemore, Research Director Datacenter Networks bei IDC. „Dell, VMware und Cumulus Networks bieten erhebliche Möglichkeiten und ein breites Spektrum von Architekturoptionen, angefangen von der Netzwerkuntergliederung bis zu konvergenten Infrastrukturen."

www.dell.com
www.vmware.com

Matrix42 Probleme bei der Verwaltung unterschiedlicher Geräte lassen in vielen Unternehmen Zweifel an BYOD aufkommen

„Bring Your Own Device" ist bereits Realität

Wien. BYOD – glaubt man diversen Studien, dann ist der „Bring Your Own Device"-Gedanke in vielen Unternehmen bereits gelebte Wirklichkeit. Dass Mitarbeiter ihre privaten Geräte – sprich: Smartphones und Tablets – auch für ihre tägliche Arbeit einsetzen wollen, gilt vielerorts sogar als Kernmotiv der Generation der „Digital Natives". Das Thema beschäftigt die HR-Abteilungen genauso wie die IT-Experten in den Unternehmen. Denn damit geht eine ganze Reihe von IT- und sicherheitstechnischen, rechtlichen und personalstrategischen Implikationen einher – obwohl noch nicht ausdiskutiert ist, ob BYOD tatsächlich der Weisheit letzter Schluss ist. Denn auch die CYOD-Philosopie (Chose Your Own Device) hat durchaus ihre Stärken.

Realität oder Trend

„BYOD oder CYOD – das ist keine Grundsatzfrage", meint Oliver Bendig, CTO des Security-Lösungs-Anbieters Matrix42. „Jedes Unternehmen sollte sich für den Weg entscheiden, der den größten Nutzen für alle Beteiligten bringt und mit überschaubaren Kosten und Aufwand umsetzbar ist. Wichtig ist in erster Linie, dass die mobilen Endgeräte professionell und somit auch daten- und rechtssicher verwaltet werden – egal, ob die Mitarbeiter ihre privaten Geräte einbringen oder das Unternehmen die Wahl zwischen definierten Geräten lässt, die dann auch privat genutzt werden können."

Viele IT-Abteilungen schrecken vor der Einführung von BYOD zurück, da Verwaltung und Support einer Vielzahl von Geräten unterschiedlicher Hersteller, Betriebsumgebungen und Apps aufwendig, kompliziert und kostenintensiv sind – vor allem ohne die dafür notwendigen unterstützenden Lösungen. Sie ziehen der Heterogenität eine begrenzte Auswahl an Geräten und Anwendungen vor, die den Mitarbeitern zur Verfügung gestellt und die auch privat genutzt werden können. „Es gibt immer noch genügend Unternehmen, die die Nutzung der Endgeräte für private Zwecke schlichtweg untersagen", sagt Bendig. „Realität und klarer Trend ist aber, dass Privates und Geschäftliches sich zunehmend vermischen – auf Endgeräten genauso wie in der Zeiteinteilung und der generellen Einstellung zur Arbeit. Wer sich hier widersetzt, verringert nicht nur seine Chancen am Arbeitsmarkt, sondern riskiert auch Produktivitätsverluste bei den bestehenden Mitarbeitern und damit einhergehend eine Verringerung seiner Konkurrenzfähigkeit. An den Anfragen unterschiedlichster Unternehmen in der ganzen D-A-CH-Region sehen wir, dass dieses Thema ganz oben auf der Agenda steht und viele Unternehmen nach Lösungen suchen."

© Matrix42

Oliver Bendig, CTO des Security-Lösungsanbieters Matrix42: „BYOD oder CYOD?"

www.matrix42.com

photokina 2014 DSLR, Systemkameras und Kompakte standen heuer im Mittelpunkt der Fotomesse

Ausflug ins Wunderland der digitalen Fotografie

Immerhin 1.070 Aussteller aus 51 Ländern präsentierten ihre Neuheiten vor mehr als 180.000 Besuchern.

CHRIS HADERER

Köln. Alle zwei Jahre findet sie statt und macht Köln für sechs Tage zur europäischen Hauptstadt der Fotografie; stolze 1.070 Anbieter aus 51 Ländern waren auf der heurigen photokina vertreten, umrahmt von knapp 180.000 Besuchern, die einen breiten Themenbogen erleben durften: von „klassischen" Neuheiten auf dem DSLR- und Kompaktsektor über 4K- und Lichtfeldkameras bis hin zu Kamerarobotern und Equipment für die professionelle Studiofotografie. Von den traditionellen Produktspekulationen im Vorfeld der photokina stellten sich einige als wahr heraus, andere blieben im Reich der Gerüchte verborgen.

Samsung sorgte beispielsweise mit dem neuen Flaggschiff seiner NX-Serie, der NX1, durchaus für Aufregung: Die DSLM-Systemkamera (für: Digital Single Lens Mirrorless) ist mit einem Sensor in APS-C-Größe (ca. 22,5 x 15 mm) mit 28 Megapixel Auflösung bestückt – und damit in höheren Sphären zu Hause, denn bislang gibt es keine höher auflösenden APS-Cs. Malcolm Andre, Marketing Director für Europa, sprach deshalb nicht zu Unrecht von einem Quantensprung.

© Chris Haderer (4)

Publikumsansturm am ersten Messetag auf den Südeingang der photokina 2014.

Bekam die Goldene photokina-Nadel verliehen: Masaya Maeda von Canon.

Beweglicher Fotoroboter von Nikon.

Schnelle Schüsse

Panasonic wiederum versuchte sich mit der Lumix DMC-CM1 an der Verschmelzung von Handy und Kamera: Das Gerät sieht aus wie ein Smartphone, ist aber mit einer 20 MP-Kamera bestückt und mit einem Preis von fast 900 € auch im High-End-Bereich angesiedelt.

Sony präsentierte mit 4D Focus ein neues Fokus-System, das ein Motiv nicht nur im Raum erfasst, sondern seine künftige Position vorausberechnen kann und damit schnelles Scharfstellen garantieren soll; das neue System soll erstmals in die angekündigte „Alpha 6000" eingebaut werden.

Aus dem Hause Nikon stammt nicht nur ein Kameraroboter, der selbstständig diverseste Schwenkbewegungen ausführen kann, sondern auch die D750 mit 24,3 Megapixel: Sie ist die erste Vollformatkamera der Japaner, die mit einem Klappdisplay bestückt ist.

Die neue Eos 7D Mark II von Canon.

Die D750 kann außerdem per Handy-App ferngesteuert werden und bringt es auf immerhin 6,5 Bilder pro Sekunde.

Übertroffen wird diese Geschwindigkeit nur von Canons Eos 7D Mark II, die immerhin zehn Bilder pro Sekunde auf den Chip bannt – und das auch über einen längeren Zeitraum hinweg (s. Infokasten). Mit seinem Auftritt war Canon auf der heurigen photokina überhaupt omnipräsent: Wesentlicher Bestandteil der Präsentation waren die Calcio Storico Prügelfußball-Gladiatoren aus Florenz. Nebenbei wurde Masaya Maeda, Senior Managing Director and Chief Executive, Image Communications Products Operations bei Canon, vom Kölner Oberbürgermeister Jürgen Roter noch mit der Goldenen photokina-Nadel für seine Verdienste um die photokina ausgezeichnet.

www.photokina.de

CANONS NEUE

Canon stellte auf der heurigen photokina vor allem zwei neue Produkte in den Mittelpunkt: Neues Top-Modell ist die **Eos D7 Mark II,** ein DSLR-Gerät mit **APS-C-CMOS-Sensor** und einer Auflösung von **20,2 Megapixel.** Sie bringt es auf eine Serienbildgeschwindigkeit von **10 Bildern pro Sekunde** bei kontinuierlichem Autofokus; Letzterer verfügt über **65 Messfelder** mit Kreuzsensoren. Der Belichtungssensor arbeitet mit immerhin **150.000 Pixel.** Die Kamera ist robust gebaut und für den Außeneinsatz bestens geeignet – wodurch allerdings auf ein schwenkbares Display für Videoaufnahmen verzichtet wurde. Zweites Canon-Highlight ist die **Powershot GX 7,** eine kompakte mit **20-Megapixel-sensor** und einem **Brennweitenbereich von 24 bis 100 mm.** Sie kann traditionell über Stellräder bedient werden oder über das **schwenkbare Touchscreen-Display** am Rücken und ist extrem handlich im Design.

www.canon.at

nic.at Internetverwaltung

Führungsrolle

© nic.at/Helge Kirchberger

Richard Wein, Geschäftsführer der heimischen Domain-Registry nic.at

Wien. Mit dem angekündigten Rückzug der USA aus ihrer bisherigen Führungsrolle im Rahmen von ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) bis 2015 und den derzeit laufenden Diskussionen zur Neuaufstellung der Internetverwaltung rückt die Frage, wie das Internet in Zukunft organisiert werden soll, noch stärker in den globalen Fokus. Mit dem Internet Governance Forum der Vereinten Nationen fand das jüngste globale Meeting zu diesem Thema von 2. bis 5. September in Istanbul statt. Richard Wein, Geschäftsführer von nic.at, ist als einer von wenigen Österreichern in die Diskussionen auf internationaler Ebene eingebunden.

Das offizielle Österreich

„Während die Awareness für dieses Thema in anderen Ländern weitaus größer ist, hinkt Österreich derzeit noch etwas hinterher", kommentiert Wein. „Daher begrüßen wir sehr, dass diese Diskussion nun auch das offizielle Österreich erfasst hat, und der Austausch mit allen relevanten Stakeholdern hierzulande intensiviert wird. Das Internet Governance Forum Austria ist ein guter Startpunkt zur Erarbeitung gemeinsamer österreichischer Positionen zu entscheidenden Fragen der Internetverwaltung der Zukunft und dient zur Vorbereitung der nächsten globalen Konferenz in Brasilien 2015." Das Internet Governance Forum Austria fand erstmals am 11. September in Wien statt. *www.igf-austria.at*

Freshfields Laut einer aktuellen Studie der Anwaltssozietät wird Cybersecurity beim Unternehmenskauf unterschätzt

Cybersicherheit und der Unternehmenswert

Wien. Der Wert eines Unternehmens setzt sich aus vielen Elementen zusammen – und wie eine weltweite Umfrage der internationalen Anwaltssozietät Freshfields Bruckhaus Deringer nun zeigt, ist Cybersicherheit eines davon, das vor allem bei Fusionen und Übernahmen wichtig ist. Die Studie belegt aber auch, dass auf Verkäuferseite nur wenig Bereitschaft besteht, die gestiegenen Risiken durch geeignete Schutzmaßnahmen einzudämmen. „So wenig wie der Kauf einer Chemiefabrik ohne die vorherige Prüfung von Umweltrisiken vonstatten geht, sollte ein eCommerce-Unternehmen nicht ohne eine Untersuchung seines Datenmanagements gekauft werden", kommentiert Klaus Beucher, Co-Leiter des internationalen Cyber-Sicherheitsteams von Freshfields Bruckhaus Deringer.

USA kommt vor Europa

Das Risiko von Industriespionage, Hacking oder sonstigem Datenverlust stellt der Umfrage zufolge einen erheblichen Faktor für M&A-Transaktionen dar. Als gravierendste Risiken beschreiben die Befragten den Diebstahl von Daten oder geistigen Eigentums der Zielgesellschaft.

83% der Befragten gaben an, dass es das Ende eines Verkaufsprozesses bedeuten kann, wenn entdeckt wird, dass die Zielgesellschaft von einer Cyberattacke betroffen war. Einen Einfluss auf den erzielbaren Kaufpreis erwarten sogar neun von zehn Befragten. Gleichzeitig sagen aber mehr als drei Viertel (78%) der befragten Entscheider, dass der Aspekt Cybersicherheit im Rahmen der Due Diligence derzeit nicht oder nicht eingehend analysiert wird.

58% der befragten Transaktionsspezialisten gaben an, dass das Thema Cyber-Sicherheit in den letzten zwölf Monaten die Verkaufsprozesse beeinflusst hat. Für die nächsten 18 Monate erwarten sogar 82% der Befragten weitere Veränderungen bei den Prozessen. Während für die USA die Mehrzahl der Befragten angab, dass Cyber-Risiken zentraler Bestandteil der Due Diligence sind, wurde dies in Europa nur von 39% der Befragten bestätigt.

© Freshfield

Bertram Burtscher, Leiter der Sektorgruppe TMT bei Freshfields Bruckhaus Deringer.

„Wir raten zu einer kritischen Analyse der internen und externen Audits und Datensicherheitsprüfungen, denen sich Zielunternehmen unterziehen", sagt Bertram Burtscher, Leiter der Sektorgruppe TMT in Wien. „Von besonderer Bedeutung sind auch die Strukturen, die Unternehmen zur aktiven Krisenbewältigung im Anlassfall implementiert haben und ob diese dem Risikoprofil der eingesetzten Technologien gerecht werden. Hier können in vielen Fällen simple und stringent aufgesetzte Maßnahmenpläne signifikant zur Eingrenzung potenzieller und realer Cyber-Risken beitragen."

ITSV „I like IT"-Wanderung

Aktionsmarsch

© ITSV/Prihoda

Michael Häupl und I like IT-Walker.

Wien. 140 Mitarbeiter der ITSV GmbH waren vorige Woche beim „I like IT"-Aktionstag der DigitalCity.Wien-Initiative am Wiener Stephansplatz und im Rathaus mit vollem Einsatz dabei. Die Mission: gemeinsam auf die große Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) hierzulande aufmerksam zu machen. Nach einem medienwirksamen Flashmob am Stephansplatz ging es anschließend in unübersehbaren, knallgelben T-Shirts im kollektiven „I like IT"-Walk zum Rathaus, um dort Bürgermeister Michael Häupl das Mission Statement der IKT-Wirtschaft zu übergeben.

www.itsv.at

SHORT

HD-Kamera misst auch die Raumluftqualität

© Withings

Eine per App fernsteuerbare Kamera mit Umweltsensoren: Withings Home.

Berlin/Wien. Withings Home (199,95 €) ist eine intelligente HD-Kamera mit einem 135° Weitwinkel-Zoom und einem integrierten Nachtsichtgerät. Die aufgezeichneten Videos und Bilder werden auf einem interaktiven Zeitstrahl gezeigt, sodass die Anwendung zu einem Art Tagebuch für zu Hause wird. Ausgestattet mit entsprechenden Umgebungssensoren, ist das Home in der Lage, Temperaturen sowie Feuchtigkeit und Level von Volatile Organic Compound (VOC) zu messen, ein wichtiges Element der Luftqualität innerhalb des Hauses. Indem es den User bei einem auffälligen Wechsel der Temperatur, Luftfeuchtigkeit oder Raumluftqualität benachrichtigt, gibt Home ihm die notwendigen Informationen an die Hand, um sich eine gesündere Umgebung schaffen zu können.

www.withings.com

Neue Server-Plattform für den Mittelstand

Wien. Panasonic hat seinen neuen hybriden Communication Server KX-NS700 vorgestellt. Er richtet sich an kleine und mittelständische Unternehmen, die ihre Kommunikation flexibel gestalten und Kosten senken wollen, und unterstützt bis zu 288 Nebenstellen. Die kosteneffiziente Kommunikationslösung KX-NS700 ist für herkömmliche und IP-basierte Infrastruktur konzipiert, kann flexibel konfiguriert werden und ist dadurch eine ideale Alternative zu Cloud-basierten Lösungen.

business.panasonic.de

Röntgenblick auf den aktuellen Datenverkehr

© watchguard.com

WatchGuard erweitert seine Dimension-Lösung um Policy Map.

Hamburg/Wien. Der Netzwerksicherheitsanbieter WatchGuard Technologies hat der Visualisierungslösung WatchGuard Dimension eine weitere interaktive Komponente hinzugefügt: die Policy Map. Damit erhalten Administratoren in Echtzeit einen vollständigen Überblick über den Datenverkehr im gesamten Netzwerk und können nachverfolgen, inwieweit die geltenden Sicherheitspolicies Einfluss auf die Datenübertragung nehmen. Über Filter lassen sich weitere Details anzeigen oder spezifische Analysen ausführen. *watchguard.com*

Test Mit dem „Bluetooth Multi-Device Keyboard K480“ hat Logitech eine Tastatur vorgestellt, die drei Endgeräte versorgt

Eine interessante Idee mit kleinen Fehlern im Detail

Das universelle Keyboard arbeitet mit Windows, Mac- und Chrome-OS sowie Android und iOS zusammen.

CHRIS HADERER

Wien. Die gute Nachricht zuerst: das Bluetooth Multi-Device Keyboard K480 von Logitech (49,99 €) ist endlich ein Gerät, das vor den Eigenheiten der Apple-Welt nicht Halt macht und mit allen Systemen von Windows über Mac- und Chrome-OS bis hin zu iOS und Android funktioniert. Jetzt die schlechte Nachricht: Das Keyboard lässt sich nur mit Windows-Systemen nutzen, die mit *Bluetooth* ausgestattet sind – was bei den meisten aktuellen Desktop-Rechnern leider nicht der Fall ist. Schade, denn das K480 ist eine recht interessante Lösung. Aber gehen wir der Reihe nach vor.

Integrierte Halterung

Das K480 ist eine für den Schreibtisch gedachte Tastatur, die mit bis zu drei Bluetooth-Endgeräten gepairt werden kann. Die Auswahl des jeweiligen Arbeitsgeräts erfolgt über ein Wahlrad an der linken Seite. Das Gerät ist mit einer Full-Size-Tastatur ausgestattet und mit diversen Sonder- und Steuertasten für die einzelnen Betriebssysteme versehen. Der Anschlag ist recht angenehm – allerdings ist das Tippgeräusch relativ laut. Im Test funktionierte das Pairing mit verschiedenen Endgeräten (iPad, Nexus 7, Samsung Galaxy und Sony Xperia Z2) problemlos und ohne großen technischen Aufwand. Eine integrierte Halterung für Smartphones und Tablets (ein kleiner Schacht, der am oberen Rand die gesamte Breite einnimmt) ist ebenfalls vorhanden. Die Geräte liegen in einem guten Blickwinkel in der Halterung, sodass Texte problemlos eingegeben werden können. Die Stromversorgung erfolgt über AAA-Batterien, die an der Rückseite eingelegt werden.

Bietet guten Sichtwinkel auf Tablets.

Das kleine Manko der Tastatur: Es handelt sich um ein „echtes“ Bluetooth-Gerät, das keinerlei andere Verbindungsmöglichkeiten vorweisen kann. Logitech hat leider darauf verzichtet, es mit einem von anderen drahtlosen Tastaturen bekannten USB-Unifying-Receiver auszurüsten, sodass bei Desktop-Systemen ohne Bluetooth ein eigener Bluetooth-Adapter angeschafft werden muss. Der kann – je nach Hersteller – funktionieren, muss aber nicht.

Das ist für den Alltagseinsatz in der Praxis leider ein bisschen zu kurz gedacht – denn auch als mobiles Add-on zum Tablet ist das Multi-Device-Keyboard nicht wirklich geeignet: Einerseits ist es durch sein Full-Size-Layout relativ groß und auf Reisen daher etwas unhandlich, andererseits ist auch keine Schutzhülle vorhanden, was beim Transport die Gefahr von Beschädigungen mit sich bringt.

Fazit: Eine gute Idee, die an der Umsetzung etwas krankt. Anstelle eines Unifying-Receivers hätte Logitech einen eigenen Bluetooth-Adapter für Desktop-Systeme beilegen können … So aber schränkt sich der potenzielle Anwenderkreis von selbst ein wenig ein.

www.logitech.at

© Logitech (2); Chris Haderer

Das Pairing erfolgt problemlos und ohne großen Aufwand (hier: Nexus 7).

Die Full-Size-Tastatur ermöglicht angenehmes Tippen und steht in zwei Farben (Schwarz und Weiß) zur Auswahl. Ins Layout integriert sind auch Tasten mit den am häufigsten genutzten Shortcut-Funktionen für die verschiedenen Betriebssysteme.

Adobe Auf der IBC hat der Softwarehersteller eine Reihe von Neuerungen für seine Creative Cloud-Produkte angekündigt

Produktivitäts-Updates für Video-Software

Amsterdam/Wien. Im Rahmen der International Broadcast Conference 2014 (IBC), die vergangene Woche in Amsterdam zu Ende gegangen ist, hat Adobe eine Reihe von Updates für seine in der Creative Cloud enthaltenen Video Desktop Apps sowie für Adobe Anywhere vorgestellt.

Verschlankter Workflow

Zu den angekündigten Features gehört unter anderem, dass der Support für neueste Hardware und Standards über die Adobe Creative Cloud beschleunigt werden soll. Damit können Unternehmen schnell auf neue Hardware- und Software-Standards reagieren. Wichtige Updates erweitern den nativen File Support, jetzt inklusive AJA RAW. Performance-Verbesserungen umfassen beschleunigtes Masking & Tracking sowie neues GPU-optimiertes Playback. Dieses bietet einen höheren Komfort beim Betrachten von 4K- und UltraHD-Footage-Material von Phantom-Cine-, Canon RAW- und RED R3D-Dateien.

Eine überarbeitete Nutzeroberfläche aller Video-Anwendungen unterstützt HiDPI Displays, sowohl für Mac Retina-Bildschirme als auch Windows 8.1. Neue Medien- und Projektmanagement-Funktionen umfassen Consolidate & Transcode, Search Bins und Multiproject Workflows. Diese bieten einfache, flexible Arbeitsprozesse auf Projektniveau. Damit sollen Nutzer von Adobe Premiere Pro CC Aufgaben effizienter erledigen können. Adobe Media Encoder bietet nun Destination Publishing mit voreingestellten Optionen, damit Nutzer Projekte rendern, ausliefern und über unterschiedliche Wege wie FTP-Seiten oder ihre Creative Cloud-Ordner miteinander austauschen können, was den Auslieferungsprozess automatisieren soll. Zusätzlich unterstützt nun Extended Match Source auch QuickTime- und DNxHD-Formate. Das vereinfacht Arbeitsprozesse für Anwender, die Inhalte transkodieren oder rendern.

© Chris Haderer

Adobe Premiere Pro CC 2014: leistungsfähige Videobearbeitung aus der Cloud.

Immer aktuell aus der Cloud

Verschlankte Workflows und weitere kontinuierliche Verbesserungen vereinfachen und beschleunigen alltägliche Aufgaben mit Adobe CC Video Apps. Dazu gehören Timeline Views in Adobe Premiere Pro CC, Curve Adjustments und Look Hover Previews in Adobe SpeedGrade CC sowie Rough Cut Dissolves und Tastaturkürzel für Tagging in Adobe Prelude CC. „So schnell wie sich die Video- und Broadcast-Branche weiterhin verändert, so schnell entwickelt sich auch die Adobe-Videotechnologie“, sagt Bill Roberts, Senior Director of Professional Video Product Management bei Adobe. „Mit der Creative Cloud haben wir die Rate beschleunigt, in der wir neue Funktionen bereitstellen; diese benötigen sie, um die Videobranche mit hochqualitativen Produktionen zu verändern.“ *www.adobe.at*

industrialtechnology

© Messe München/ap

FACHMESSE INDUSTRIE 4.0
Messe München setzt mit neuer Veranstaltung auf das große Trendthema **Seite 50**

© Fraunhofer IML

LOGISTIK TRIFFT AUF IT
Neues Fraunhofer-Innovationszentrum will für spezielle Software sorgen **Seite 52**

GROSSE PLÄNE
MILLIARDEN FÜR EU-INFRASTUR

© APA/EPA/Olivier Hoslet

Wir automatisieren. Sicher.
pilz
the spirit of safety
Pilz GmbH pilz@pilz.at www.pilz.at

Mehr Wertschöpfung durch Industrie 4.0

© Immo Fuchs Fotografie

Jan Müller-Gödeke, Principal der Unternehmensberatung inverto AG und Leiter des Competence Centers Supply Chain Management.

Produktion von morgen Mehr Wertschöpfung, Ressourcenschonung, Effizienz und Produktivität – neben den Vorteilen sind aber auch die Herausforderungen am Weg zur intelligenten Fabrik groß. Eine Analyse von inverto. **Seite 50**

SHORT

Ried i. Innkreis. Vor Kurzem feierte der OÖ Luftfahrtzulieferer FACC, das aus der Skiproduktion von Fischer Sports hervorgegangen ist, sein 25jähriges Jubiläum.

„In den 25 Jahren unserer Zusammenarbeit hat FACC stets seine Verpflichtung zu exzellenter Qualität, Innovation und Partnerschaft wahrgenommen. Wir sind sehr dankbar, dass FACC ein Teil der großen Boeing-Familie ist. Ich freue mich auf viele weitere Jahre, in denen Boeing gemeinsam mit FACC Luftfahrtgeschichte schreiben wird", so Jeff Luckey, Vice-President European & Middle East Supplier Operations Performance von Boeing. *www.facc.com*

© Eva Kelety

Mühlendorf. PET to PET, eine der modernsten Recycling-Anlagen Europas, lädt am 23. Oktober ab 14 Uhr zum Tag der offenen Tür und bietet ein spannendes und anschauliches Info-Programm rund um das Recycling der bekannten Kunststoffflaschen.

„Wir freuen uns, unser Unternehmen der breiten Öffentlichkeit zu präsentieren. Ein funktionierender, nachhaltiger Recycling-Kreislauf geht uns alle an, und richtiges Sammeln und Recycling kann man nicht früh genug lernen: Bottle-to-Bottle-Recycling ist zukunftsweisend", so Christian Strasser, GF von PET to PET Recycling Österreich. *www.pet2pet.at*

EPCA 5.000 Delegierte und hochkarätige Experten

EU-Tagung der Chemieindustrie

© Jean-Christophe Bott/EPA/picturedesk.com

Ein Referent ist Josef E. Stieglitz, Professor an der Universität von Columbia.

Wien/Brüssel. Die European Petrochemical Association (EPCA) lädt von 4. bis 8. Oktober zur internationalen Jahreskonferenz nach Wien. Über 5.000 Delegierte und Gäste aus über 50 Ländern werden zum weltgrößten Treffen der Chemieindustrie erwartet.

Dem heurigen Motto „Global Competitiveness and the Chemical Industry. What About Europe?" widmen sich hochkarätige Experten, wie der Nobelpreisträger für Wirtschaft, Joseph E. Stiglitz, Professor an der Universität von Columbia, oder Graham vant Hoff, Executive Vice-President von Shell Chemicals. *www.epca.eu*

voestalpine Böhler Uddeholm-Vertriebsgesellschafft

Neue Edelstahl-Zentrale in Türkei

© voestalpine

Auf 16.000 m² befinden sich Büros, Lager und Bearbeitungshallen.

Linz/Gebzwe. Die voestalpine baut ihre internationale Marktposition im Edelstahlsegment weiter aus und hat vor Kurzem eine neue Böhler Uddeholm-Vertriebsgesellschaft in der Türkei eröffnet.

„Wir tragen mit der neuen Zentrale in Gebze dem stabilen Wachstum in der Türkei Rechnung. Wir investieren, um die positiven Entwicklungen, insbesondere im Bereich Werkzeugstahl, zu nutzen und das Service für unsere Kunden weiter zu optimieren", so Franz Rotter, Vorstandsmitglied der voestalpine AG und Chef der Special Steel Division.

www.voestalpine.com

KOMMENTAR

Der Haken an der Industrie 4.0

BRITTA BIRON

Die gute alte Fabrik hat ausgedient, es lebe jene der Zukunft, in der statt Menschen Roboter schuften, künstliche statt menschlicher Intelligenz an den Schalthebeln sitzt, sich Produkte quasi selber bauen – ganz nach dem Wunsch ihrer künftigen Besitzer.

Aktuell leben wir allerdings in einer Zwischenphase. Die alten Produktionstechniken sind noch nicht tot – zum Glück, denn jene der Zukunft stecken noch in den Kinderschuhen.

Klar, die Zukunft wird kommen – in manchen Bereichen früher als erwartet, in anderen wird sie sich mehr Zeit lassen. Denn Industrie 4.0, hat halt (wie so vieles) einen Haken. Etwa das Geld, das bekanntlich nicht auf den Bäumen wächst (wäre vielleicht auch einmal ein Interessantes Forschungsthema).

Der eigentliche Knackpunkt an der intelligenten Fabrik ist aber, dass zuvor alle Beteiligten (sowohl intern als auch extern) gemeinsam die Rahmenbedingungen und Abläufe, innerhalb derer die Maschinen das Kommando übernehmen, definieren müssen.

Wenn man bedenkt, wie interne Machtspiele oder die „za wos brach ma das"-Mentalität den Prozess der Entscheidungsfindung schon in kleinen Dingen bremsen, müssen vor der Fabrik erst noch der Fabrikant und sein Team intelligenter werden.

Inverto-Analyse Die größte Herausforderung für Umsetzung von Industrie 4.0 liegt nicht in der Technik

Vernetzung bringt der Industrie Wachstum

Größte Herausforderung ist die flexible Gestaltung der gesamten Wertschöpfungskette.

BRITTA BIRON

Wien. Es ist mittlerweile eine bekannte Tatsache, dass konjunkturelle Schwankungen, die zunehmende Digitalisierung, geänderte Kundenbedürfnisse – etwa hinsichtlich spezieller Produktvarianten – sowie die wachsende Bedeutung von Rohstoff- und Energieeffizienz die Industrie vor immer neue Herausforderungen stellt. Die weitgehend starren Produktionsstrukturen und Abläufe werden künftig flexiblen Systemen, in die Hersteller, Zulieferer, Dienstleister und Kunden inklusive all ihrer Produktionsmittel gleichermaßen eingebunden sind, weichen müssen.

Für die Wirtschaft birgt dies ein enormes Potenzial. Eine Studie des Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien (Bitkom) hat etwa für die deutschen Kernbranchen Maschinen-und Anlagenbau, Elektrotechnik, Automobilbau, Chemie, Landwirtschaft und ITK eine Steigerung um jährlich 1,7% bis 2025 – das entspricht einem Wertschöpfungsplus von mindestens 78 Mrd. € – ermittelt.

© Phoenix Contact

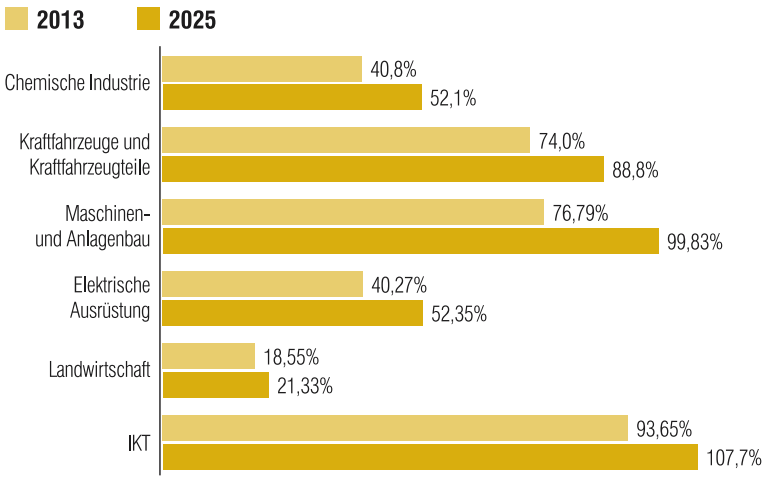
Elektrotechnikhersteller Phoenix Contact setzt bereits auf Industrie 4.0

„Die Implementierung von Industrie 4.0 wird aber in keinem Betrieb von heute auf morgen erfolgen" so Frank Welge, Partner bei der Inverto AG. „Entlang der Grundprinzipien von mehr Wandlungsfähigkeit, Ressourceneffizienz und Ergonomie lässt sich aber bereits heute bei systematischer Betrachtung eine Vielzahl von Ansatzpunkten in jedem Unternehmen identifizieren."

So läuft etwa die Steuermodul-Produktion sowie der anschließende Funktionstest bei Phoenix Contact autark und ohne übergeordnete, zentrale Steuerung. Per RFID-Chip kommunizieren die Bauteile mit dem Beschriftungssystem und liefern auch die notwendigen Daten.

POTENZIAL VON INDUSTRIE 4.0

Entwicklung der Bruttowertschöpfung bis 2025



Quelle: Bitkom; Grafik: Raimund Appl

Alles unter einem Hut

Damit die Idee von Industrie 4.0 in der Praxis erfolgreich umgesetzt werden kann, sind Standardisierung und Modularisierung von Prozessschritten nötig. Das bedingt eine enge Zusammenarbeit von Einkauf, Entwicklung und Produktion auf Unternehmensseite sowie Lieferanten, Partnern und Kunden in der Supply Chain. Die größte Herausforderung liegt in der flexiblen Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen und der horizontalen Integration von Lieferanten.

„Viele Ideen für die Implementierungen von Industrie 4.0 muten heute noch visionär oder zumindest schwierig umsetzbar und wenig wirtschaftlich an. Dies liegt häufig an fehlendem Wissen über die Leistungsfähigkeit moderner IT-Systeme und an der Unterschätzung der eigenen Leistungsfähigkeit", so Jan Müller-Gödeke, Principal der Inverto AG und Leiter des Competence Centers Supply Chain Management. „Nimmt man sich aber die Zeit für eine systematische Bewertung sowie eine sauber formulierte Umsetzungsstrategie, können ungeahnte Möglichkeiten in der gesamten Wertschöpfungskette identifiziert und wirtschaftlich realisiert werden."

> „Dass Industrie 4.0 als schwierig umsetzbar gilt, liegt vor allem am fehlenden Wissen über die Leistungsfähigkeit der IT-Systeme."
>
> **JAN MÜLLER-GÖDEKE, INVERTO**

www.inverto.com

B&R Neue Sensoren

Industrie 4.0

© Bernecker+Rainer

Das neue X20-System vereinfacht die Anbindung der Sensorik.

Eggelsberg. Intelligente Fabriken, in denen die Werkstücke selbstständig durch den Produktionsprozess wandern und eigenständig ihre Produktion, Logistik oder Wartung steuern, erfordern natürlich auch eine entsprechend intelligente Sensorik.

B&R hat jetzt zwei neue Master-Module zur digitalen Kommunikation mit je vier intelligenten Feldgeräten über IO-Link 1.1 vorgestellt: Das X20DS438A gemäß Schutzart IP20 und das X67DS438A in Schutzart IP67 für die Verwendung außerhalb des Schaltschranks.

www.br-automation.com

IT2Industry Fachkonferenz für intelligente, digital vernetzte Arbeitswelten feiert am 11. November Premiere

Eine branchenübergreifende Plattform

München. Nach der erfolgreichen Premiere des „Industrie 4.0 Forums" und der positiven Bewertungen durch die Besucher während der diesjährigen „Automatica" setzt die Messe München verstärkt auf den digitalen Wandel innerhalb der Industrie.

Das Konferenzformat IT2Industry, das erstmals am 11. November stattfinden wird, soll die notwendigen Verbindungen zwischen Informations- und Telekommunikationstechnologien sowie auch zu den klassischen Industriezweigen wie Maschinen- und Anlagenbau schaffen.

Fokus auf Industrie

„Mit unseren führenden internationalen Technologiemessen und dem IT-Standort München finden wir optimale Voraussetzungen vor, um das Thema ‚Internet der Dinge' im gesamten Industriemarkt abzubilden. Darüber hinaus ergänzt sich der ITK-Bereich als Querschnittsbranche bestens mit den Inhalten unserer Leitmessen", erläutert Reinhard Pfeiffer, Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München International.

Im ITK-Portfolio der Messe München liegt der Fokus somit nicht mehr auf Enterprise Mobility und Mobile Business, sondern auf der digitalen Vernetzung von Maschinen sowie der sich daraus ergebenden Anforderungen für Unternehmen. In diesem Zusammenhang gehen die industriebezogenen Inhalte der bisherigen ITK-Veranstaltung „Communication World" im neuen Projekt IT2Industry auf.

Wunsch der Aussteller

Langjährige Aussteller der Technologiemessen begrüßen das neue Konferenz-Konzept, wie Günter Lauber, CEO ASM Assembly Systems, bestätigt: „Ein Knackpunkt bei Industrie 4.0 sind vor allem die Schnittstellen, die horizontal und vertikal für die Vernetzung sorgen müssen. Für den Erfolg des Produktionsstandorts Deutschland sind intelligente Software-Lösungen unabdingbar, eine starke Einbindung in die Veranstaltungen der Messe München befürworte ich sehr."

© Messe München International/ap Fotografie

Reinhard Pfeiffer, stellvertretender Vorsitzender der Messe München International.

> „Diese Plattform steht allen unseren Leitmessen zur Verfügung, da die Digitalisierung keine Branche mehr ausnimmt."
>
> **REINHARD PFEIFFER**
> **STV. VORS. MESSE MÜNCHEN**

www.it2industry.de

Flagge zeigen Österreich zählt bei der diesjährigen Maschinenbaumesse mit 36 Unternehmen zu den größten ausländischen Ausstellernationen

Großaufgebot bei der MSV 2014

Elf österreichische Unternehmen präsentieren sich am Gemeinschaftsstand.

Brünn. Kommende Woche findet in Brünn die bereits 56. Internationale Maschinenbaumesse statt. Nahezu die Hälfte der rund 1.600 Aussteller kommt aus dem Ausland, davon 36 aus Österreich.

Elf heimische Betriebe aus unterschiedlichen Sparten präsentieren sich am Gemeinschaftsstand, den auch heuer wieder die Österreichische Außenhandelsstelle in der Tschechischen Republik organsisiert hat; darunter ist auch der Antriebsspezialist Watt Drive, der den Messeauftritt vor allem dafür nutzen will, um in Brünn eine Handelsvertretung zu finden.

Branchenvielfalt

Weitere Aussteller am Gemeinschaftsstand sind Compensa Handel – Wälzlager Stahl Werkzeuge Maschinen, GGB Austria (Gleitlager), EFD Induction (Induktive Wärmetechnik) UNTHA shredding technology (Zerkleinerungstechnik), Pewag Austria (Industrie- und Förderketten), E-M-M-A (Fördertechnik), Keba (Industrieroboter) sowie das Wirtschaftsförderungsinstitut Wifi International mit seinem Bildungs- und Dienstleistungsangebot.

Neben den direkten Ausstellern nimmt eine Reihe weiterer österreichischer Firmen durch ihre tschechischen Niederlassungen und Handelsvertretungen an der MSV teil.

„Die Internationale Maschinenbaumesse sehen wir als wichtigen Firmentreffpunkt von Maschinenbaufirmen aus der mitteleuropäischen Region; in Österreich ist diese Messe ein Begriff, wobei einige der anwesenden Firmen schon lange vor dem Fall des Eisernen Vorhangs regelmäßig teilnahmen", sagt Christian Miller, Wirtschaftsdelegierter der Österreichischen Botschaft in Prag, der die MSV erneut persönlich besuchen wird.

Wie in allen geraden Jahren finden heuer rund um die MSV weitere Fachmessen statt, wie etwa die „Plastex", auf welcher der OÖ-Maschinenbauer Engel seine Systemlösungskompetenz für die Spritzgießindustrie zeigen wird.

www.bvv.cz/msv

© BVV AG

Rund 1.600 Aussteller werden auf der Maschinenbaumesse in Brünn erwartet.

Paul Bauder Werk in NÖ

Neuansiedlung

Bruck/Leitha. Paul Bauder ist einer der führenden Hersteller für Dachsysteme und Dämmungen in Europa und betreibt neben dem Hauptwerk Stuttgart fünf weitere Produktionsstandorte in Bochum, Landsberg bei Halle, Achim bei Bremen sowie Bernsdorf und Schwepnitz bei Dresden. Für die weitere Expansion hat sich das Familienunternehmen nun entschieden, über die Grenzen zu gehen: Als Standort für das erste Auslandswerk hat sich das Familienunternehmen für das Industriegebiet West in Bruck an der Leitha entschieden.

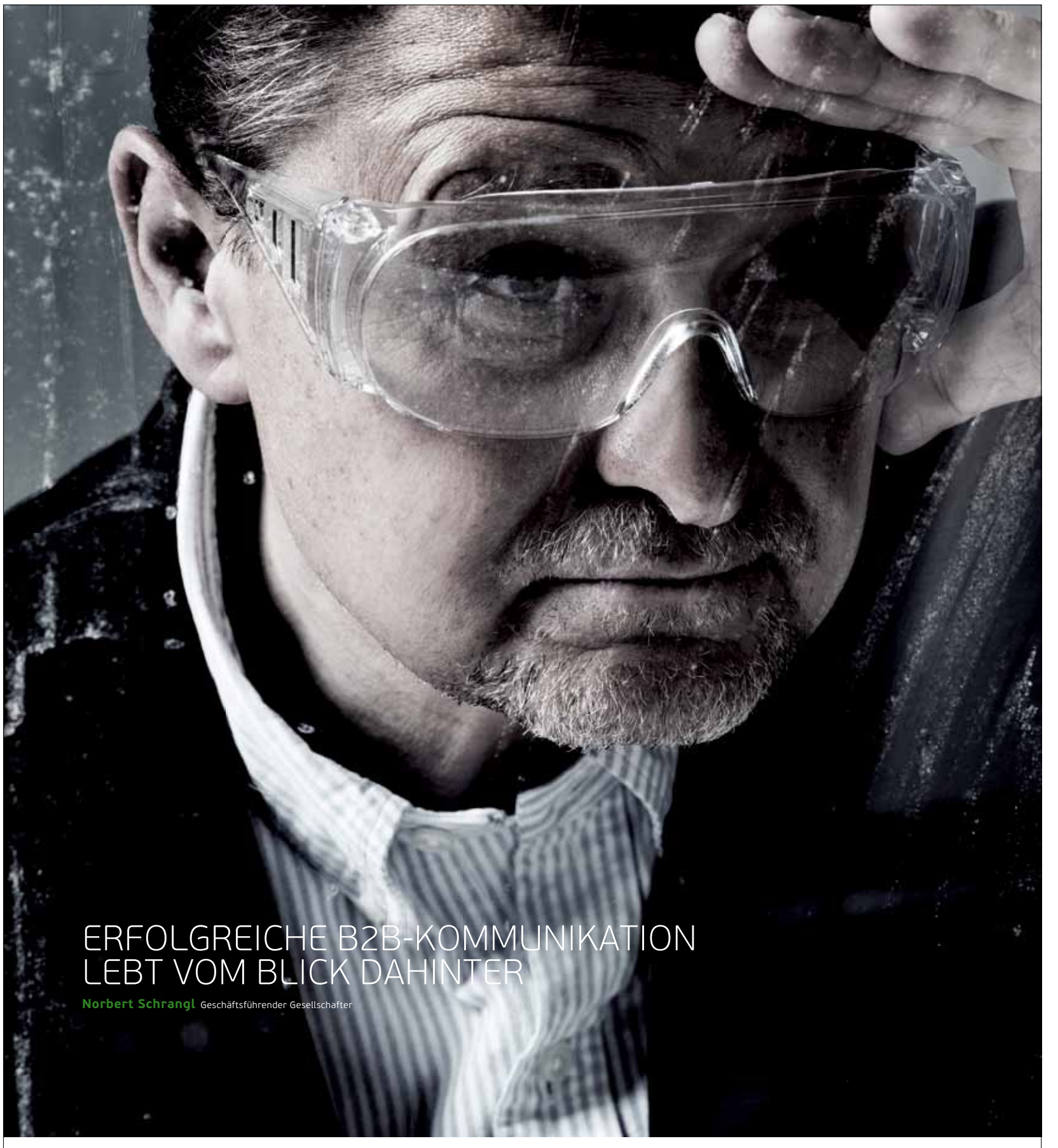
Zahlreiche Pluspunkte

„Wir konnten hier ein Grundstück in der von uns gewünschten Größe erwerben; dieser Standort ist sowohl für die Belieferung des österreichischen Markts als auch für die angrenzenden osteuropäischen Märkte optimal gelegen", erläutert Gerhard Bauder, der in der Geschäftsleitung für die Werke verantwortlich zeichnet, die Entscheidung. Zudem bietet das Areal auch ausreichend Platz für spätere Erweiterungen. Paul Bader wird rund 20 Mio. € in den Bau des neuen Werks investieren, in dem zusätzliche 40 Arbeitsplätze entstehen.

Insgesamt hat die Arbeit von ecoplus, die Paul Bader beraten hat, heuer bereits zu insgesamt 81 Ansiedlungs- und Erweiterungsprojekten in Niederösterreich geführt. *www.ecoplus.at*

© Helmreich

Spatenstich: R. Hemmer (Bgm. Bruck) Bauder-GF G. Bauder, LU P. Bohuslav.



SPS MARKETING
B 2 Businessclass

Wissen, Begeisterung und Komplettservice sind für uns die Basis herausragender B2B-Kommunikation. Um alles über Ihre Marke zu erfahren, gehen wir tief rein: in Ihre Produktion, in Ihre Reinräume und Labore oder auf Ihre Teststrecke und in Ihren Windkanal. So wird Komplexes einfach. So wird ein Versprechen für die Zielgruppe relevant. So wird B2B-Kommunikation überraschend und aufmerksamkeitsstark. Das alles macht uns zu dem, was wir für unsere Kunden sind:
Die treibende Kraft der B2B-Kommunikation.

SPS MARKETING GmbH | B 2 Businessclass | Linz, Stuttgart | agency@sps-marketing.com | www.sps-marketing.com | www.e3network.com

SHORT

Online-Supermarkt Ocado setzt auf Knapp

Graz/London. Aufgrund des starken Wachstums und neuer Partnerschaften beauftragte der Londoner Online-Lebensmittelhändler Ocado Mitte 2013 die Knapp AG mit des Ausbau seines Kommissioniersystems.

Das Projekt, mit dem von ursprünglich 18 auf jetzt 30 Gassen erweitert wurde, wurde kürzlich termingerecht an den Kunden übergeben.

Mit insgesamt 870 Shuttles betreibt Ocado das weltweit größte Shuttle-Lager. Bei voller Auslastung verlassen täglich über 30.000 Kundenbestellungen mit mehr als zwei Mio. kommissionierten Stück das Distributionszentrum.

www.knapp.com

Große Gebinde sind Trend in Weinlogistik

© DPD

Spezielle Kartonagen von DPD sorgen für den sicheren Transport.

Leopoldsdorf. „Unsere Zahlen zeigen eine generelle Beliebtheit und einen deutlichen Trend zu großen Weinkartonagen", so Rainer Schwarz, GF von DPD Austria. Rund drei Viertel aller von DPD speziell für den Versand von Wein und Sekt produzierten Kartonagen enthalten 6 oder 12 Flaschen. *www.dpd.at*

Persönlicher Butler übernimmt Pakete

© Deutsche Telekom

Anfang nächsten Jahres startet der Praxistest gemeinsam mit Zalando.

Bonn. Gemeinsam mit Partnern entwickelt die Deutsche Telekom den PaketButler – eine mobile und einfache Lösung für die Paketannahme an der Wohnungstür. Wird ein Paket erwartet, bringt der Empfänger den PaketButler an der Wohnungstür an. Der DHL-Zusteller legt die Sendung hinein und verschließt diesen diebstahlsicher. So sollen verpasste Lieferungen auch in Mehrfamilienhäusern vermieden werden. Auch Retouren können in Zukunft über den neuen PaketButler abgewickelt werden: Rücksendung einlegen, den Butler schließen und die Abholung per DHL Paket beauftragen.

Anfang 2015 wird gemeinsam mit Zalando in Berlin ein Praxistest durchgeführt, bei dem sämtliche Prozesse – von Vermarktung über Verkauf bis hin zu Handling und Logistik – geprüft werden, um im Anschluss die weitere Entwicklung für den Marktstart optimal anzupassen. *www.telekom.com*

Forklift-International Weltweit tätiger Online-Marktplatz hat rund 60.000 Flurförderfahrzeuge im Angebot

Auch Stapler kauft man gerne per Mausklick

1998 gegründet, zählt das Unternehmen zu den Vorreitern des e-Commerce für die Industrie.

BRITTA BIRON

Regensburg. Der weltweite Markt für Flurförderfahrzeuge ist von 944.400 Stück 2012 auf über eine Million im Vorjahr gestiegen. Und auch weiterhin gehen die Hersteller von steigender Nachfrage aus. Allein für heuer planen (so eine Umfrage, die im Rahmen der CeMat durchgeführt wurde) 16% der Intralogistik-Anwender die Anschaffung neuer Fahrzeuge.

> „Über die Plattform können Händler und Hersteller zum Bedarfszeitpunkt gezielt mit Interessenten in Verbindung treten."
>
> **DANIEL FISCH, MARKETING-LEITER MOTUS ONLINE SERVICE**

© Kalmar

Das Angebot des Online-Marktplatzes umfasst Fahrzeuge jeder Bauart und aller führenden Hersteller

Und gekauft wird auch hier gerne online. Diesen Trend hat Motus Online Service bereits 1998 erkannt und Forklift-International, eine herstellerunabhängige Online-Plattform für Flurförderzeuge entwickelt. Heute ist das Unternehmen in 32 Ländern weltweit tätig. Derzeit wird eine Niederlassung in den USA aufgebaut, die 2015 ihre Arbeit aufnehmen wird.

„Österreich war von Anfang an dabei und ist nach wie vor ein sehr starker Markt", so Markus Huber, zuständig für den Vertrieb in der D-A-CH-Region.

Das Angebot umfasst Gabelstapler jeder Bauart, aller Hersteller weltweit und für jeden Einsatzbereich sowie Anbaugeräte, Zubehör aber auch Mietgeräte. „Diese sind aufgrund der kürzeren Nutzungsdauer beim Erstbetreiber für Anwender eine interessante Alternative geworden, um kostengünstiger an gut erhaltene Fahrzeuge zu kommen. Zudem erzielen Anbieter häufig einen höheren Preis als bei einer anderen Verwertung. Außerdem trägt eine Zweitnutzung der Geräte zur Schonung der begrenzten Ressourcen bei", so Daniel Fisch, Marketingleiter bei Motus Online Service.

Ob neu oder alt, Kauf oder Miete, durchschnittlich sind mehr als 60.000 Angebote online. Trotzdem ist die Suche einfach, da verschiedene Filter eingesetzt werden können, wie beispielsweise Bauart, Fabrikat, Betriebsstunden und Preis oder auch der maximale Entfernung vom eigenen Standort.

Die Suchergebnisse mit Foto, detaillierten Informationen und Kontaktdaten des Anbieters können nach Alter, Preis sowie anderen gerätespezifischen Parametern sortiert und verglichen werden.

Reale Geschäftschancen

Vorteile bietet die Plattform auch Herstellern und Händlern. „Eingebunden in eine effiziente Kontaktstrategie, kann er zum Bedarfszeitpunkt gezielt mit Interessenten in Verbindung treten", so Fisch. Die Eingabe der Geräte ist einfach und schnell. Es kann ausgewählt werden, ob das Angebot global oder national für Kunden und andere Händler sichtbar sein soll. Die Veröffentlichung erfolgt sofort und ist an sieben Tagen der Woche 24 Stunden zugänglich. Eine Verlinkung auf die Homepage des Anbieters ist ebenfalls integriert.

„Die Plattform ist auch ideal, um ein Händlernetzwerk gesamt oder länderspezifisch zu integrieren, über neue Produkte und spezielle Aktionen zu informieren", so Fisch.

Dem Trend zur mobilen Nutzung trägt Motus mit der Entwicklung einer eigenen Forklift-App für mobile Geräte Rechnung.

www.forklift-international.com

Neue Ära der Softwareentwicklung Fraunhofer-Innovationszentrum für Logistik und IT geht an den Start

Logistik benötigt spezielle IT-Lösungen

Dortmund. Innovative Informationstechnologien werden unserer Welt und der Logistik als einem der wichtigsten wirtschaftlichen Bindeglieder große Veränderungen bringen. „Statt mit den Systemen zu leben, die die Software-Industrie uns anbietet, muss die Logistik zu der führenden Instanz in der Software-Produktion werden. Dies kann nur durch einen radikalen Wandel in der Software-Entwicklung gelingen. Wir müssen künftig Software wie Autos produzieren – zielgerichtet, informationseffizient und ökonomisch", umreißt Professor Michael ten Hompel, geschäftsführender Institutsleiter am Fraunhofer IML, den Ansatz.

Basistechnologie verbinden

Mit Industrie 4.0, dem Internet der Dinge oder Cloud Computing stehen alle Basistechnologien bereit; nun gehe es um eine übergreifende, virtuelle Vernetzung von Menschen, Dingen und Diensten. Und diese will das IML gemeinsam mit den Kollegen vom Fraunhofer-Institut für Software- und Systemtechnik ISST selbst in die Wege leiten und hat dazu das Innovationszentrum Logistik & IT gegründet.

Engagierte Ziele

Im Fokus der Zusammenarbeit stehen die drei großen Leitthemen „Data Innovation", „Healthcare Innovation" und „Compliance Innovation". Konkrete Fragestellungen, denen sich die Forscher widmen werden, sind neben Software-Lösungen für Industrie 4.0, Big Data, Cloud Computing auch neue digitale Geschäfts- und Prozessmodelle sowie IT-Sicherheit und IT-gestützte Verbesserung der Gesundheitsversorgung.

Als erster Bereich wird das „Data Innovation Lab" unter Leitung von Profesoor Boris Otto an den Start gehen; als Nächstes will man die Politik sowie Unternehmen mit ins Boot holen, die ersten Schritte dabei sind bereits getan.

© Fraunhofer IML

Professor Michael ten Hompel, geschäftsführender Institutsleiter am Fraunhofer IML.

> „Länder mit einer eigenen Technologieentwicklung sind im Wettbewerb taktgebend, denn sie setzen die Standards."
>
> **MICHAEL TEN HOMPEL GF LEITER FRAUNHOFER IML**

Mit dem geplanten „DB Schenker Enterprise Lab for Logistics and Digitization" am Fraunhofer IML in Dortmund sind bereits die ersten Mitstreiter aus der Industrie gefunden.

www.fraunhofer.de

12 Mrd. Euro Massiver Ausbau der EU-Infrastruktur

Connecting Europe

Bessere Verknüpfung aller EU-Verkehrsträger.

© European Commission

Siim Kallas, Vizepräsident der EU-Kommission für Verkehrsfragen

HERBERT STRASSER

Brüssel. Zumindest hinsichtlich der Infrastruktur kann von einem einheitlichen Europa nicht die Rede sein – ein Umstand, den die EU mit der größten Förderungsaktion ihrer Geschichte jetzt ändern will.

Fast 12 Mrd. € werden für das Programm „Connecting Europe" (CEF) zur Verfügung gestellt, damit bis 2030 die 94 wichtigsten Häfen und 38 Großflughäfen an das Eisenbahn- und Straßennetz angebunden, zusätzliche 15.000 km Hochgeschwindigkeits-Eisenbahnstrecken entstehen und Nadelöhre für den internationalen Güterverkehr an neuralgischen Grenzpunkten beseitigt werden.

Gute Verkehrsverbindungen seien entscheidend für eine effiziente europäische Wirtschaft, und diese Investitionen für die Konjunkturbelebung wichtiger denn je, unterstreicht Siim Kallas, Vizepräsident der Kommission und zuständig für Verkehrsfragen.

Lang-Lkw: 27 % effizienter

Allein beim Güterverkehr rechnet die EU-Kommission bis 2050 mit einer Steigerung von etwa 80%; Abhilfe sollen da unter anderem auch Lang-Lkw schaffen. Hier nimmt das Zwischenergebnis eines aktuelle Praxistests der Bundesanstalt für Straßenwesen den Kritikern (vorerst) den Wind aus den Segeln. Denn die Transporteffizienz stieg je Liter Diesel pro 100 km und pro m³ Ladevolumen um 27% und negative Auswirkungen auf die Schiene zeigten sich nicht.

http://ec.europa.eu

Logwin Internationales Netz für Fashion-Industrie

Fünf Jahrzehnte Modelogistik

Grevenmacher. Im Jahr 1964 ließ Johann Birkart die Deutsche Kleiderspedition DKS ins Handelsregister eintragen. Besondere Kompetenz: der hängende Kleiderversand. Heute gehört dieser Bereich zum Logistikangebot von Logwin: Pro Jahr erreichen über 60 Mio. Kleidungsstücke auf Bügeln hängend und ohne zusätzliche Umverpackung verkaufsfertig ihr Ziel.

Mit einem umfassenden Leistungspaket aus Transport, Warehousing und Value Added Services sowie der Entwicklung neuer Lösungen – so etwa der AirTextainer, in dem Textilien weltweit knitterfrei und ohne Umhängen beim Wechssel der Verkehrsträger reisen – ist Logwin einer der führenden Textillogistiker.

© Logwin

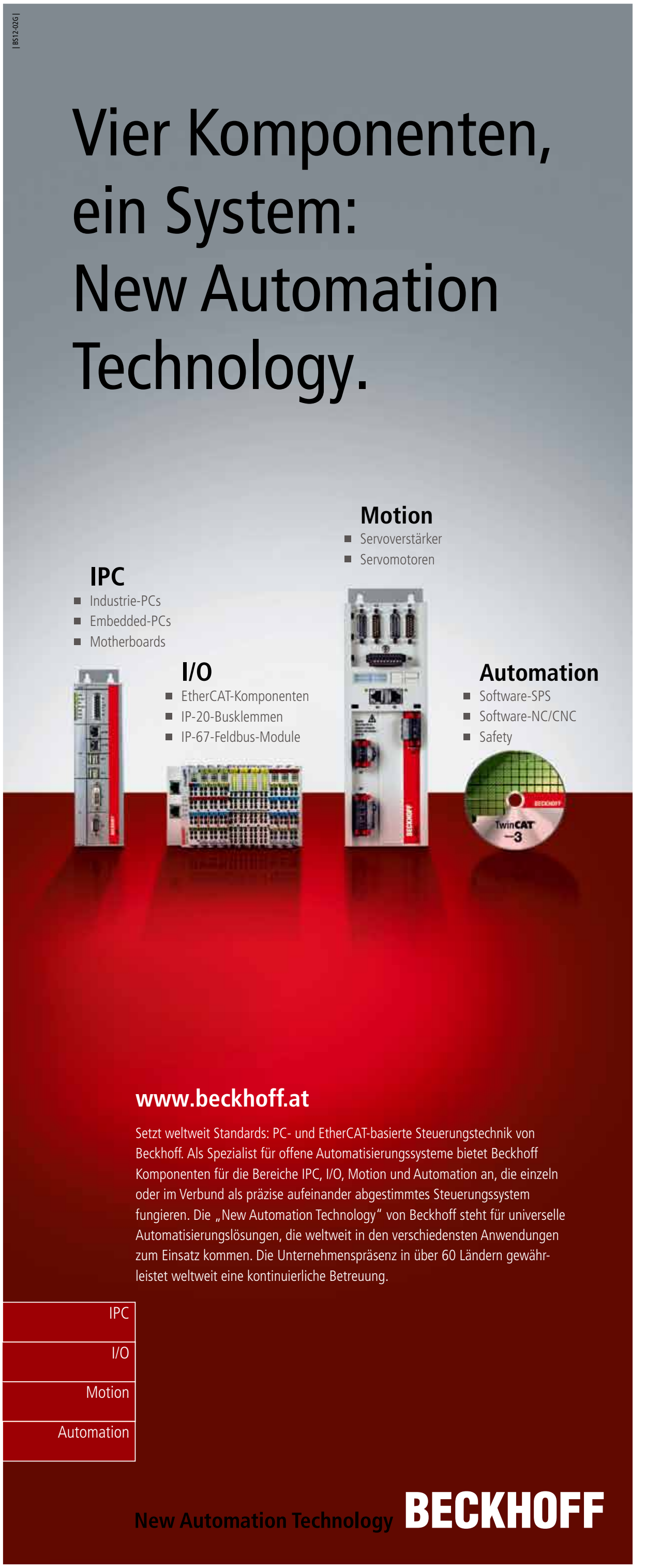
Jährlich transportiert Logwin mehr als 60 Mio. Kleidungsstücke auf Bügeln.

Umfassendes Service

Aktuell setzen 8.000 Kunden auf die Fashion-Logistik von Logwin, und 850 Mitarbeiter sorgen dafür, dass täglich 80.000 Anlieferstellen ihre Waren erhalten.

„Casual Wear transportieren wir zunehmend im Karton bis zum Point of Sale – wir sprechen hier von zehn Millionen Kartons, 400.000 Paletten und 300.000 Rollwagen mit Mehrwegbehältern jährlich", sagt Dirk Ewers, GF der Logwin Solutions Network GmbH. „Darüber hinaus bündeln wir Produkte verschiedener Lieferanten, organisieren zudem auch den Warenaustausch zwischen den Filialen und nehmen Um- und Mehrwegverpackungen sowie Retouren mit zurück."

www.logwin-logistics.com



SHORT

Schlechtes Klima für Konjunktur & Standort

© Pantherm edia.net/Dariusz Kuzminski

Deutliche Rückgänge bei Investitionen, Beschäftigung und BIP.

Wien. Welche wirtschaftlichen und finanziellen Auswirkungen auf Österreich hätte das neue EU-Treibhausgasziel, das eine CO_2-Reduktion von 40% bis 2030 anpeilt? Einen Rückgang des BIP um durchschnittlich 1,6 Mrd. € und rund 10.100 Beschäftigten pro Jahr, so eine vor Kurzem präsentierte Studie von Wirtschaftsministerium, WKO, IV, Landwirtschaftskammer und Österreichs Energie.

Zudem würden die jährlichen Investitionen der Unternehmen von 2020 bis 2030 jährlich um 300 Mio. € fallen, und 25% der Industriebetriebe abwandern. „Das ist noch eine konservative Schätzung, ebenso wie die Annahme, dass pro wegfallendem Job in der Industrie nur ein Arbeitsplatz in einem Zulieferbetrieb verloren geht", so Stephan Schwarzer, Leiter der Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik der WKO. Die Beibehaltung der Gratiszuteilung von CO_2-Zertifikaten an effizient produzierende energieintensive Unternehmen sei daher unbedingt notwendig.

Schwarzer appelliert an die Politik, eine maßvolle Entscheidung zu treffen: „Bei der Ratssitzung im Oktober geht es nicht nur um Tonnen CO_2 oder Kilowattstunden Energie, sondern um Wachstum, Beschäftigung und Wohlstand. Und um Standortqualität, denn ein solches Reduktionsziel ist auch maßgeblich für den europäischen Industriestandort im internationalen Wettbewerb."

www.wko.at

Höhere Klimaziele und mehr Öko-Energie

© Kleinwasserkraft/Foto Semrad

Erwin Mayer, stellvertretender GF Kleinwasserkraft Österreich.

Wien. Der erste österreichische Sachstandsbericht Klimawandel & Klimaschutz zeigt, dass Österreich von Klimaänderungen besonders stark betroffen ist und auch weiter sein wird.

„Die alpine Lage ist aber gleichzeitig eine gute Voraussetzung für eine 100%ige Versorgung mit Erneuerbaren Energien", betont Erwin Mayer, stv. GF von Kleinwasserkraft Österreich, die engagierte Klimaziele der EU (minus 55% an Treibhausgasemissionen bis 2030) sowie einen Mindestpreis für Kleinwasserkraftanlagen von 4-6 Cent/kWh als Ausgleich für zu günstige CO_2-Zertifikate fordert.

www.kleinwasserkraft.at

Zukunftspotenzial nutzen Export- und Internationalisierungsoffensive OÖ erfolgreich abgeschlossen

Umwelttechnik aus OÖ goes international

Förderprogramm des Landes zieht nach eineinhalb Jahren eine durchwegs positive Bilanz.

BRITTA BIRON

Linz. „Oberösterreichische Betriebe sind absolute Vorreiter bei Ökoenergie- und Umwelttechnologien, etwa bei der Biomasseheizkessel-Herstellung sogar Marktführer. Andere Rechts- bzw. Geschäftskulturen, verschiedene technische Normen oder Zertifizierung oder Typisierung stellen aber gerade KMU vor große Herausforderungen, wenn sie in neuen Märkten Fuß fassen wollen", so Wirtschafts-Landesrat Michael Strugl zur Motivation, vor eineinhalb Jahren zusätzlich zu den bestehenden Maßnahmen das Förderprogramm „Export- und Internationalisierungsoffensive der Ökoenergie- und Umwelt-Technologien" zu starten.

Rechnung ging auf

Im Fokus standen vor allem die 13 Mitgliedsländer der EU-Donauraumstrategie sowie die Türkei und Polen und attraktive Märkte in Lateinamerika wie Chile und Brasilien.

Gefördert wurden Projekte, die schwerpunktmäßig Export- und Internationalisierungs-Aktivitäten beinhalten, aber auch Zertifizierungen sowie Patentanmeldungen, Produktadaptierungen und produktspezifische Marktrecherchen, Besuche von Fachveranstaltungen in den Exportmärkten, Mitarbeiterschulungen für und in den Exportmärkten, Beratungen und auch Vermarktungsstrategien.

17 Projekte zu unterschiedlichsten Themen bzw. unterschiedlichsten Produkten und Zielländern wurden bisher eingereicht und auf Schiene gebracht. Darunter jenes des Start-up-Unternehmens LINK3 GmbH – energieeffiziente Haustechnik aus St. Marienkirchen bei Schärding. Dieses zielt darauf ab, mit dem Energiemanager L3-1000 – einer neue und österreichweit patentierten Schichtspeichertechnik, die durch Thermotechnik wartungsfrei funktioniert und daher deutlich kostengünstiger als andere Systeme ist – am deutschen Markt Fuß zu fassen.

Gefördert wurde auch die Energiewerkstatt Consulting GmbH, die sich auf den Bereich Windenergie spezialisiert hat und sich mit ihrem Portfolio bereits auf einigen Auslandsmärkten erfolgreich etablieren konnte. Angeboten werden Windmessungen und Beratungen zu Umweltverträglichkeitsprüfungen, Projektausschreibung, Baumanagement, die Stromeinspeisung ins Netz, Erstellung von Gutachten (etwa zu Windpotenzial, Turbulenzen, Schall, Schattenwurf). Derzeit wird der Markteintritt in der Türkei intensiv vorangetrieben, erste Aktivitäten werden auch in Kroatien gesetzt.

© Land OÖ

Umwelt-Landesrat Rudi Anschober (li.) und Wirtschafts-Landesrat Michael Strugl.

> „Für den Wirtschaftsstandort ist es sinnvoll, die Unternehmen bei ihrem Sprung in Zukunftsmärkte zu unterstützen."
>
> **MICHAEL STRUGL, WIRTSCHAFTS-LR VON OBERÖSTERREICH**

Seit der Gründung des OÖ Ökoenergie-Clusters im Jahr 2000 hat sich die Zahl der Exportmärkte von zwölf auf mittlerweile 102 erhöht, und die über 170 Partnerunternehmen erzielen einen Umsatz von etwa 2,2 Mrd. €. Zentrale Internationalisierungsdrehscheibe für die Unternehmen ist das Export Center OÖ, das jährlich in Zusammenarbeit mit der Aussenwirtschaft Austria jährlich 400 Unternehmen beim Einstieg in neue Märkte begleitet.

www.clusterland.at

Experten-Talk Professor Ernst Ulrich von Weizsäcker über die Dringlichkeit der Ressourceneffizienz

Kreislauf ist noch nicht richtig im Gang

Wien. „Es wird künftig immer wichtiger werden, Rohstoffkreisläufe zu schließen und den Fokus auf rezyklierbare und nachhaltige Materialien zu lenken. Circular Economy ist ein zunehmender Wettbewerbsfaktor für jede Volkswirtschaft", so Harald Hauke, GF der Austria Glas Recycling, anlässlich des 1. Austria Glas ReCircle. Mit dieser Veranstaltungsreihe soll der Dialog über nachhaltige Wirtschaftsformen und neue Praktiken für Glasrecycling und Abfallwirtschaft gefördert werden.

Vorbildfunktion

„Glas war der Vorreiter der modernen Kreislaufwirtschaft. Das Vorbild muss noch viel mehr Schule machen. Eine Verfünffachung der Nutzungseffizienz von Materialien und Energie ist machbar", ist Professor Ernst Ulrich von Weizsäcker, der Doyen der Umweltforschung, überzeugt.

Eine Rechnung, die allerdings zurzeit nur theoretisch aufgeht, wie der Experte bemängelt. Denn neben Musterschülern wie dem österreichischen Glasrecycling, gibt es ebenso Länder und Bereiche, die noch deutlichen Aufholbedarf haben. So bringt es etwa Großbritannien bei der Recyclingquote nur auf magere 19%. Und dass weltweit nach wie vor 99% aller Hochtechnologiematerialien nicht recycelt werden, zeige ebenfalls sehr deutlich, dass ‚Kreislaufwirtschaft' oft noch ein Fremdwort ist, und wertvolle Rohstoffe auf dem Müll landen.

Handlungsbedarf

Aber auch dort, wo bereits fleißig gesammelt und wiederverwertet wird, sei nicht alles im grünen Bereich, wies von Weizsäcker in seinem Referat auf den Umstand hin, dass vermehrter Konsum die positiven Effekte der Kreislaufwirtschaft bisher meist wieder aufgehoben hat.

Verantwortlich für diesen Rebound-Effekt sei, dass der Ressourcenverbrauch noch nicht zu realen Preisen gehandelt wird, und die wirtschaftliche und technologische Entwicklung noch immer auf Kosten der Umwelt geht; entsprechend wichtig sei daher, dass die Politik hier nachhaltige Rahmenbedingungen vorgibt.

www.agr.at

© Austria Glas Recycling/Wolfgang Fürst

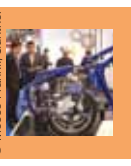
Professor Ernst Ulrich von Weizsäcker war Referent beim 1. Austria Glas ReCircle.

> „Glas war der Vorreiter der modernen Kreislaufwirtschaft, und dieses Modell muss noch mehr Schule machen."
>
> **ERNST ULRICH VON WEIZSÄCKER UMWELTEXPERTE**

automotivebusiness

© myDriver/David Ulrich

ERHÖHTE AUFMERKSAMKEIT
Uber-Engagement sorgt bei Autovermieter Sixt für Fahrten-Zuwachs **Seite 57**



© Messe Frankf./Günther

NEUER AUSSTELLERREKORD
„Automechanika"-Veranstalter zufrieden mit Entwicklung der Fachmesse **Seite 60**

C4 CACTUS
CITROËNS NEUER „VOLKS-WAGEN"

© Citroen

SHORT

© Andreas Kolarik/Leo

Salzburg. Seit 1. September leitet Doreen Laubsch die Sparte Lkw bei Mercedes-Benz Österreich. Laubsch war die vergangenen sechs Jahre in Luxemburg Vertriebschefin für VAN, Lkw und EvoBus und ist seit 1998 im Daimler-Konzern. Mit der Bestellung von Laubsch ist die neue Spartenorganisation bei Mercedes-Benz in Österreich abgeschlossen. Für die Sparte VAN ist wie bisher Dirk Schmelzer zuständig, Corinna Widenmeyer verantwortet als CEO die Sparte Pkw.
www.mercedes-benz.at

© Panthermedia.net/Mikhail Dudarev

Wien. Gebrauchte Kfz waren heuer im August weniger gefragt als noch vor einem Jahr. Die Zahl der Zulassungen habe sich gegenüber der Vergleichsperiode 2014 um 6,5 Prozent auf 79.969 Stück verringert, wie die Statistik Austria in einer Aussendung mitteilte. Bei den gebrauchten Pkw gingen die Zulassungen im August um 5,4 Prozent auf 64.094 Stück zurück – es wurden sowohl weniger Dieselautos (minus 5,5 Prozent) als auch weniger Benziner (5,7 Prozent) zugelassen.
www.statistik.at

© APA/Roland Schlager

Wien. Frau und Herr Österreicher sind immer öfter ohne ihr Auto unterwegs. Im vergangenen Jahr waren sie laut aktuellen Zahlen des Verkehrsclub Österreich (VCÖ) im Schnitt rund 3.400 km mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Rad und zu Fuß unterwegs. Gegenüber 2005 sind damit die autofrei zurückgelegten Kilometer um rund 3,5 Mrd. gestiegen. „Durch ihre autofreie Mobilität vermeiden die Österreicher rund vier Millionen Tonnen CO_2 pro Jahr", hieß es seitens der Organisation.
www.vcoe.at

Salon: Branche feiert sich nach gutem Jahr

© Ian Langsdon/EPA/picturedesk.com

Mondial de l'Automobile Paris Branchenschau startet erst kommende Woche, aber Hersteller rücken nach erfolgreichem Geschäftsjahr Neuheiten schon jetzt ins rechte Licht. Vom Mercedes AMG bis zum Mini: Wir zeigen die Highlights. **Seite 56**

Hyundai Koreaner lassen sich Grundstück Milliarden kosten

Milliarden für die Autostadt-Vision

© APA/EPA/Yonhap

Die Hyundai-Aktie war nach Bekanntwerden der Kaufpläne abgestürzt.

Seoul. Der geplante Kauf eines Grundstücks in Seoul für fast 8 Mrd. € hat die Aktie des südkoreanischen Automobilherstellers Hyundai auf Talfahrt geschickt. Der Konzern plant auf dem fast 80.000 m² großen Grundstück im Seouler Nobelviertel Kangnam eine Art Autostadt nach dem Vorbild des Konkurrenten Volkswagen in Wolfsburg. Das Papier des südkoreanischen Branchenprimus Hyundai Motor fiel nach Bekanntwerden der Nachricht an der Börse in Seoul innerhalb kürzester Zeit um 9,2 Prozent – Marktanalysten bewerten den Kaufpreis als zu hoch.
www.hyundai.com

GM Eigenständigkeit von Cadillac wird stärker betont

Firmensitz übersiedelt nach NY

© EPA/Ali Haider

Langfristig will Cadillac wieder Premium-Marktanteile zurückgewinnen.

New York. General Motors verlegt den Sitz seiner Luxusmarke Cadillac nach New York; Vertrieb und Marketing würden ab nächstem Jahr von Büros im angesagten Bezirk Soho beigesteuert, teilte das Unternehmen mit. Auf die Produktion habe der Umzug des Firmensitzes keine Auswirkungen. Die Abteilung für Forschung und Entwicklung bleibe weiter im US-Bundesstaat Michigan. Mit dem Schritt will GM Cadillac stärker vom Rest der Gruppe trennen. Zudem will der Konzern Marktanteile zurückerobern, die im Premiumsegment an Audi, BMW und Co verloren wurde.
www.cadillac.com

KOMMENTAR

Wandel im Luxusmarkt

JÜRGEN ZACHARIAS

Früher galt für viele von uns ein eigenes Auto als der Inbegriff von Luxus. Erst recht, wenn vorn am Kühlergrill das Emblem eines Premiumherstellers oder gar das eines noblen Sportwagenbauers prangte, der Lack blitz und blank poliert war und sich die Sonne darin spiegelte. Das ist aber alles Schnee von gestern. Der neuen Studie „Der nächste Luxus: Was uns in Zukunft lieb und teuer ist" des GDI Gottlieb Duttweiler Instituts zufolge verschieben sich nämlich die Bedürfnisse von Luxuskonsumenten. Und das leider zu Ungunsten der Autoindustrie. Gefragt seien heute weniger materielle Konsumprodukte als essenzielle Erfahrungen, Zeit und Sinn-Erlebnisse, sagt Studienautorin Martina Kühne. Statt klassischer und exklusiver Produkte wie Limousinen und Sportautos oder tollen 5-Stern-Urlauben seinen wir heute auf der Suche nach Erfahrungen, Erlebnissen und Abenteuern. In der Folge werde das Geld lieber in maßgefertigte Fahrräder investiert oder in einen speziellen Hüttenurlaub mit Erlebnisfaktor als in einen Premium-Nobel-Hobel. Was da noch helfen kann? Ein Ansatz, den auch ohne die Studie schon viele Hersteller für sich entdeckt haben: Sie vermitteln nicht nur Chrom, strahlendes Blech und tolle Verarbeitung, sondern auch tolles Fahrgefühl und einen Hauch von Abenteur – dem neuen Luxusgefühl entsprechend.

Autosalon Paris Die Hersteller haben für die am 4. Oktober startende Branchenschau zahlreiche Neuheiten angekündigt

Alle Neuvorstellungen des Mondial de l'Automobile

Viel Neues gibt es u.a. von Mercedes, Opel, Volvo, Renault, Honda und dem VW-Konzern zu sehen.

MORITZ KOLAR

Paris. Noch dauert es einige Tage, bis mit dem Pariser Automobilsalon eine der größten Branchenschauen der Welt ihre Pforten öffnet (von 4. bis 19. Oktober), aber schon jetzt haben viele Hersteller ihre Premieren angekündigt und vorgestellt.

Zahlreiche Neuvorstellungen

So beispielsweise die Facelifts des Audi A7 und A6, den neuen TT Roadster, den neuen BMW X6 und die Cabrio-Version des 2er BMW.

Porsche wird auf dem Pariser Autosalon den neuen Cayenne präsentieren, Opel stellt den neuen Corsa sowie eine Studie vor und Smart den neuen Fortwo und den Forfour.

Zahlreiche Neuheiten gibt es bei der Branchenschau von Mercedes: Die Stuttgarter rücken mit dem neuen Sportwagen AMG GT mit Bi-Turbo V8-Triebwerk und 510 PS einen der Messestars ins Rampenlicht, ebenso die neue B-Klasse, den C63 AMG, das S 65 AMG Coupé, die V-Klasse 4-Matic und den CLA in der Shootingbrake-Ausführung. Neues gibt es auch von Alfa Romeo mit dem 4C Spider, von Dacia mit dem Dokker Stepway und dem Lodgy Stepway, von VW mit dem neuen Passat, der Europapremiere des Touareg, dem Golf Alltrack und dem Polo GTI sowie von Volvo mit dem neuen XC90 und XC90 R. Für Begeisterung dürften außerdem die Präsentationen des neuen Mazda MX-5 und des Jaguar XE sorgen.

Renault mit neuem Espace

Lokalmatador Renault zeigt den neuen Espace und die Eolab-Studie, von Toyota gibt es den Yaris, FCV und das C-HR Concept zu sehen, und von Seat den Leon X-Perience. Mitsubishi präsentiert den Outlander PHEV und das Concept S, Kia den Sorenta, Honda u.a. den HR-V, den Jazz und den Civic Type R, Mini zeigt den neuen 5-Türer und Hyundai u.a. den i20.

www.mondial-automobile.com

© Daimler

Mit einem Preis von 130.000 Euro nicht für die breite Masse geeignet, wird der Mercedes AMG GT trotzdem für Aufsehen sorgen.

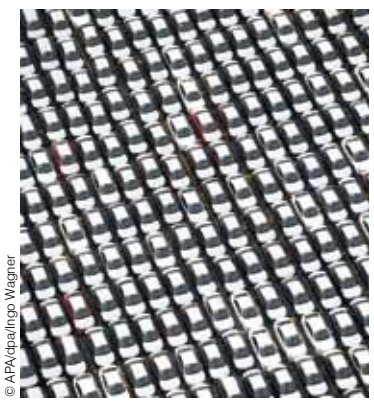
© Volvo, Mazda

Der neue Premium-SUV XC90 von Volvo könnte einer der Messestars werden …

… im Mittelpunkt wird beim Pariser Autosalon aber auch der neue Mazda MX-5 stehen.

ACEA Neuzulassungen

Europa im Plus



© APA/dpa/Ingo Wagner

Im August wurden europaweit rund 700.000 Pkw neu zugelassen.

Brüssel. Die Auto-Neuzulassungen sind im August in Europa den zwölften Monat in Folge gestiegen. Laut Angaben des Branchenverbands ACEA legten die Zulassungen in der Europäischen Union sowie in Island, Norwegen und der Schweiz um 1,8 Prozent auf rund 700.000 Neufahrzeuge zu. Allerdings hat sich das Wachstum zuletzt abgeschwächt, das Plus in den ersten acht Monaten 2014 liegt gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres bei 5,8 Prozent. *www.acea.be*

Russland Zahlreiche Autobauer wie Opel, Renault-Nissan und Skoda reagieren nun auf den Ukraine-Konflikt

Hersteller überdenken Russland-Strategie

Moskau. In der Ostukraine herrscht zwar mittlerweile ein Waffenstillstand und wurde zwischen den Regierungstruppen und den prorussischen Separatisten eine Pufferzone von rund 30 Kilometern eingerichtet; der Konflikt schlägt aber nun trotzdem auf die europäische Wirtschaft durch. Und da auch und vor allem auf die Automobilhersteller, die aufgrund des Konflikts und eines Neuzulassungs-Rückgangs von 25% im August ihre Russland-Strategie nun grundlegend überdenken.

Neue Strategie von Opel

So hat etwa Opel zuletzt seine Produktion in Russland zurückgeschraubt. Rund 500 Mitarbeiter sollen gehen, das Werk in St. Petersburg wird künftig nur noch im Einschichtbetrieb geführt.

Die VW-Tochter Skoda hat in zwei Betrieben in Russland – in Kaluga und Nischni Nowgorod – ihre Produktion nicht nur gekürzt, sondern für zwei Wochen überhaupt unterbrochen. Und auch bei anderen Werken des Konzerns stehen Produktionspausen zur Diskussion, laut Skoda-Sprecher Tomas Kubik seien da aber noch keine Entscheidungen gefallen.

Noch weiter geht Renault-Nissen-Chef Carlos Ghosn, der sämtliche Aktivitäten des Konzerns in Russland auf dem aktuellen Stand eingefroren hat. „Russland steht auf ‚hold'", so der Manager vor Journalisten in Nantes, wollte dabei aber den Russland-Bemühungen des Konzerns noch keine Absage erteilen. Aktuell brauche es vor allem Geduld: „Wir müssen jetzt bereit sein für einen Neustart des russischen Markts."

www.skoda-auto.com
www.opel.de
www.renault.com
www.nissan-global.com

© EPA/Franck Robichon

Renault-Nissan-Chef Carlos Ghosn hat die Russland-Strategie seines Automobilherstellers vorerst auf „hold" gestellt.

Sixt Der deutsche Autovermieter profitiert laut eigenen Aussagen mit seiner Konzerntochter MyDriver aktuell stark vom Uber-Markteintritt

Uber belebt das Tagesgeschäft

„Dadurch wird der Markt für Taxi-Alternativen bekannt“, so Konzernchef Sixt.

MORITZ KOLAR

Washington. Konkurrenz belebt bekanntlich das Geschäft, und so kann der deutsche Autovermieter Sixt nichts Schlechtes am Markteintritt des Taxi-Rivalen Uber finden. Im Gegenteil, sorgt Uber sogar für neue Kunden beim Chauffeurdienst des Autovermieters: „Wir haben einen deutlichen Zuwachs bei den Fahrten, auch durch Uber“, sagte Vorstandschef Erich Sixt in einem aktuellen Reuters-Interview.

Die Konzerntochter MyDriver, die Limousinen mit Chauffeur anbietet, profitiere spürbar: „Wir sind über die Uber-Kampagne erfreut, denn damit wird der Markt für Taxi-Alternativen bekannt.“ Zielgruppe seien vor allem Firmen. „Die haben unglaublich hohe Taxiausgaben“, die sich nur schwer kontrollieren und reduzieren ließen. „Da liegt ein riesiger Markt.“ Der Chauffeurservice sei ein strategisches Produkt des Konzerns. Bis spätestens 2018 soll die Tochter einen Gewinn abwerfen.

Interessanter Markt

Anders als traditionelle Taxiunternehmen betreibt die amerikanische Start-up-Firma Uber keinen eigenen Fuhrpark, sondern vermittelt per Smartphone Fahrten in Privatautos. Die Taxibranche läuft dagegen Sturm. Der Streit beschäftigt inzwischen auch die Gerichte. Zwar sei der Marktanteil von Uber oder MyDriver mit unter einem Prozent im Moment noch vernachlässigbar, aber: „Das ist ein interessanter Markt, wo es sich lohnt, anzugreifen.“ Nach wie vor gibt es nach Sixts Geschmack zu viele Taxen, in denen Sauberkeit und Service problematisch seien. Konkurrenz, auch durch Online-Vermittler, belebe das Geschäft. „Die Taxis kommen immer mehr unter Druck.“

Auch Anbieter wie der Vermittler Blacklane locken Geschäftsreisende, indem sie etwa für das gleiche Geld mehr Komfort versprechen. Durch Festpreise, genaue Abrechnungen und Planbarkeit soll das Chauffeur-Modell Firmen schmackhaft gemacht werden.

www.sixt.com

© myDriver/David Ulrich

Sixt will das Geschäft seines Chauffeurdiensts MyDriver in Zukunft weiter ausbauen.

TCG Investitionsprogramm

70-Mio.-Ausbau

Kirchdorf. Der oberösterreichische Autozulieferer TCG Unitech hat das größte Investitionsprogramm seiner Unternehmensgeschichte abgeschlossen: In den vergangenen drei Jahren wurden 70 Mio. € in die Modernisierung und Kapazitätserweiterung gesteckt, wie das Unternehmen in einer Aussendung bekannt gab. Der Großteil des Investments – rund 50 Mio. € – floss in den Um-und Ausbau des Stammwerks in Kirchdorf, dessen Produktionsfläche um ca. 6.000 m² erweitert wurde. Zudem wurden die Werke zwei und drei ausgebaut, außerdem wurde in Rohr ein viertes errichtet. Am neuen Standort werden seit einigen Monaten Teile für den Baukastenmotor von BMW hergestellt.

www.unitech.at

ThyssenKrupp Strategie

Zulieferer-Pläne

Essen. Der deutsche Mischkonzern ThyssenKrupp will sein Geschäft mit der Autoindustrie ausbauen und könnte dazu in Zukunft auch Übernahmen anderer Zulieferer stemmen. Zunächst aber will der Konzern auch mithilfe neuer Produkte für Wachstum sorgen. ThyssenKrupp-Chef Heinrich Hiesinger stellte vor wenigen Tagen in Essen eine Reihe von Innovationen vor, die etwa für mehr Energieeffizienz in der Automobilwirtschaft sorgen sollen. Ein Viertel des Konzernumsatzes, knapp zehn Mrd. €, entfiel bereits auf Geschäfte mit der Autoindustrie, sagte Hiesinger.

www.thyssenkrupp.com

© ThyssenKrupp

Aktuell macht ThyssenKrupp rund 10 Mrd. Euro Umsatz im Autobereich.

medianet
Inside Your Business. Today.

Die neue medianet rankingweek 2014

Erscheinung: 12. Dez. 2014

Das Branchen-Ranking mit Top-Themen aus dem B2B Segment

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

per mail: office@medianet.at | telefonisch: +43 1 919 20 - 2162

SHORT

Opel: Neues Triebwerk verleiht Mokka Flügel

© Opel

Der Verbrauch des neuen 1,6-Liter Turbodiesel liegt bei 4,1 l/100 km.

Wien. Mehr Leistung, bessere Laufruhe und weniger Verbrauch – mit diesen Kernwerten wartet der neue 1,6 l-Turbodiesel auf, der ab Anfang 2015 das Motorenprogramm für den Opel Mokka ergänzt. Das 100 kW/136 PS starke Triebwerk des deutschen Herstellers ersetzt den 1.7 CDTI und bietet 320 Newtonmeter Drehmoment (+20 Nm). Damit beschleunigt das subkompakte SUV, für das in zwei Jahren mehr als 275.000 Bestellungen eingegangen sind, in 9,9 Sekunden von null auf 100 und ebenso schnell im fünften Gang von 80 auf 120 km/h.

Die Höchstgeschwindigkeit des Opel Mokka 1.6 CDTI liegt bei 191 km/h, der Normdurchschnittsverbrauch beträgt 4,1 l pro 100 km. Das entspricht einem CO_2-Ausstoß von 109 Gramm je Kilometer; das sind fast ein halber Liter und elf Gramm weniger als beim Vorgänger.

Der 1.6 CDTI ist im Mokka serienmäßig mit Start/Stopp-System und einem reibungsarmen Sechs-Gang-Schaltgetriebe ausgestattet; er erfüllt die Abgasnorm Euro 6 und ist sowohl mit Front- als auch mit Allradantrieb erhältlich.

Der Fronttriebler wird wahlweise auch mit einer Sechs-Gang-Automatik ausgeliefert. Bestellt werden kann der Opel Mokka 1.6 CDTI ab Ende des Jahres. *www.opel.at*

Roadster-Modell folgt im nächsten Frühjahr

© Audi

Viele Pferdestärken: Schon das Basismodell kommt mit 230 PS.

Salzburg. Noch bevor das Coupé-Modell des neuen Audi TT auf den Markt kommt, hat der deutsche Automobilhersteller bereits das nächste heiße Eisen im Feuer und präsentiert auf dem Pariser Autosalon die offene Roadster-Variante des Kompaktsportlers mit Ringen. Das Verdeck des TT Roadster öffnet mittels Knopfdruck in nur 10 Sekunden und bis zu Tempo 50.

Das Basis-Modell fährt mit dem 230 PS starken 2,0 l-TFSI-Motor. Doch für die Extreme sind zwei andere Aggregate zuständig: Der 183 PS starke TDI will mit einem Normverbrauch von 4,3 l der sparsamste Roadster sein, und der TTS mit einer 310 PS-Version des Zweiliter-Turbos einer der sportlichsten.

www.audi.de

Citroën C4 Cactus PureTech 82 Der coole französische Lifestyler weiß auch mit Basismotor zu gefallen

Einstiegsversion der stylishen Wüstenblume

Mit dem C4 Cactus hat Citroën viel versprochen. Auch in der Basisvariante überzeugt der Franzose.

GREGOR JOSEL

Wien. Citroën sprengt mit dem neuen C4 Cactus die Ketten konventioneller Fahrzeugkonzepte und bietet einen echten „Volks-Wagen" zu herzerwärmenden Preisen, der weder auf Coolness, Komfort oder Lifestyle, dafür aber auf hohen Verbrauch und überflüssigen Schnickschnack verzichtet. In der 110 PS Benzin-Version mit Vollausstattung konnte der C4 Cactus im ersten Test bereits überzeugen, nun haben wir auch die Einstiegsvariante mit moderaten 82 PS getestet.

© Citroen

Der Citroën Cactus bringt neue Coolness, Komfort und Cleverness ins C-Segment; Einstiegspreise: ab 13.490 Euro.

Gediegene Ausstattung

Der Einstiegs-Benziner schlägt mit einem Basispreis von 13.490 € zu Buche. Mit ein paar Extras wie dem Parkassistent, Klimaanlage, Bluetoothsystem, Panoramaglasdach und Navigationspaket sowie verschiedenen optischen und Komfort-Features kommt der Testwagen auf knapp unter 20.000 € und ist damit zwar kein ganzes Schnäppchen mehr, bietet allerdings auch enorm viel Auto fürs Geld. Optischer USP aller C4 Cactus-Modelle sind die neuen „Airbumps", welche die beiden Seiten des Fahrzeugs zieren: Einerseits sehen diese chic und vollkommen einzigartig aus, haben aber andererseits vor allem den Sinn, das Fahrzeug gegen kleine „Pecker" und Kratzer zu schützen, aktiv wie auch passiv. Denn mit Airbumps bleibt der Feindkontakt mit Einkaufswagerl und Co, wie auch das Beschädigen anderer Fahrzeuge beim Türöffnen in engen Park-lücken, ohne Folgen.

Das Robustheitskonzept geht allerdings auch über die Airbumps hinaus. So sind auch die Radkästen, die Kante der Heckklappe, wie auch die Stoßstangen in robustem Kunststoff gehalten, der aber keineswegs billig wirkt, sondern in Verbindung mit den Airbumps eigentlich erst den optischen Charme des neuen Franzosen ausmacht.

Easy zu bedienen

Sämtliche Bedienknöpfe der Mittelkonsole sind einem zentralen, großen 7-Zoll-Touchscreen gewichen, der auch in leicht abgeänderter Form bereits im C4 Picasso zum Einsatz kommt und mittels intuitiver, einfach zu verstehender Menüführung alle Funktionen – von Belüftung und Klimatisierung über Bordcomputer, Infotainment- und optionaler Navi-Einheit, Telefon und auch Fahrzeugeinstellungen – steuert. Die Grundfunktionen wie Tempomat- und Scroll-Funktionen für Radio und Entertainment sind auch via Tasten am Lenkrad steuerbar. Reduziert präsentiert sich auch die Instrumenteneinheit des Cactus. Geschwindigkeit, Tageskilometerzähler, Tankanzeige, Anzeige für Tempomat und Speelimiter und eine Ganganzeige bzw. Schaltempfehlung bei manuellem Getriebe findet der Fahrer im direkten Blickfeld; auf Drehzahlmesser und andere Gimmicks wird verzichtet.

Der Eindruck beim allerersten Test vom ultrakomfortablen Fahrwerk konnte sich auch im Intensivtest bestätigen lassen. Wie auf Federn gebettet schwebt man förmlich über den Asphalt. Durch das geringe Eigengewicht des Cactus von unter 1.000 kg ist auch die Basismotorisierung durchaus eine wählbare Option. Mit 82 PS und 118 Nm Drehmoment ist der C4 Cactus PureTech82 kein Leistungswunder, doch gibt sich der chice, innovative Franzose auch mit diesem Motor überraschend agil. Zum Anfahren muss man den Motor auf höherer Drehzahl als üblich halten, im Fahrbetrieb kann der kleine Dreizylinder allerdings mit gutem Durchzug und vor allem kleinem Durst überzeugen.

Die kolportierten 4,6 l mit manuellem Getriebe sind gar nicht weit entfernt vom Testverbrauch von 5,8 l auf 100 km. *www.citroen.at*

VW Touareg Das SUV-Flaggschiff von VW bekommt ein Update: leicht modifizierte Optik, sparsamere Motoren

Der große Volks-SUV lernt jetzt segeln

Wien. Der VW Touareg ist das ultimative SUV-Flaggschiff aus dem Hause Volkswagen. Seit dem Start 2002 verkaufte sich das Dickschiff aus Wolfsburg in erster und zweiter Generation bereits mehr als 750.000 Mal. CO_2-Panik und Verbrauchs-Aposteln sei Dank, war die letzte Generation nicht mehr ganz so erfolgreich, doch mit dem neuen Touareg möchte VW hier wieder gegensteuern und bringt ein leichtes optisches Update und umfangreiche Überarbeitung bei den beiden Diesel-Motoren.

Optisch ist der neue Touareg nur leicht adaptiert und zeigt sich einen Hauch sportlicher. Besonders markant sind die nun größeren Bi-Xenonscheinwerfer, die in allen Versionen zum Einsatz kommen. Als Sonderausstattung gibt es eine Version mit LED-Tagfahrlicht und dynamischem Kurvenlicht.

© Volkswagen

Der neue Touareg startet im Oktober und mit Preisen ab rund 55.000 Euro.

Nach außen hin bilden die trapezförmigen Leuchtkörper eine Linie mit dem neu gestylten Kühlergrill. Im Gegensatz zum Vorgänger wird dieser durch vier statt zwei Chromlamellen veredelt und reicht wie auch die Scheinwerfer weiter in den jetzt noch stärker horizontal gegliederten Stoßfänger hinein. Auch das Markenlogo thront nun in 3D-Optik in der Fahrzeugmitte.

Das Heck erstrahlt mit neuem Stoßfänger und neu gezeichnetem Diffusor. Im Innenraum kommen nur hochwertige Instrumenteneinfassungen in Leichtmetalloptik zum Einsatz.

Segelfunktion für die Diesel

Die wesentlichsten Veränderungen betreffen jedenfalls die Motoren des Touareg, insbesondere des V6-Diesel, der in Österreich wohl 98% der verkauften Touaregs motorisieren wird. Die Erwartungen für den V8-TDI liegen bei zwei Prozent, die Hybrid-Variante mit Benziner-Elektromotor-Kombination und bis zu 380 PS Systemleistung ist aber ebenfalls auf Wunsch erhältlich. Der Drei-Liter-V6-Diesel wird wieder in zwei Varianten angeboten. Die Basisversion leistet unverändert 204 PS und leitet 450 Nm ans Verteilergetriebe, die stärkere Variante wurde leistungsseitig von 245 auf 262 PS aufgeputzt und setzt nunmehr 580 Nm Drehmoment frei. Beide Sechszylinder wurden modifiziert und um einen SCR-Katalysator bereichert.

Gänzlich neu für V6- und V8-TDI ist die Segelfunktion, die bisher ausschließlich dem Hybrid-Modell vorbehalten war: Geht der Fahrer vom Gas, klinkt sich das Getriebe mittels Freilaufnaben an den Rädern aus, der Touareg befindet sich dann im äußerst sparsamen Segelmodus. Dies ist selbst bei höheren Geschwindigkeiten (bis 160 km/h beim Touareg Hybrid, bis 150 km/h bei den V6 TDI) und damit auch auf Autobahnen möglich. Diese Maßnahmen und verschiedene aerodynamische Kunstgriffe sollen den Normverbrauch des Touareg um bis zu fünf Prozent senken. *www.volkswagen.at*

Continental Im Forschungsprojekt Proreta 3 konnten ganzheitliche Automatisationskonzepte getestet werden

Die Fiktion wird immer mehr zur Wirklichkeit

Eine aktuelle Autoscout24-Studie zeigt, dass Autofahrer diese Konzepte auch bereits annehmen.

MORITZ KOLAR

Griesheim/Darmstadt/Wien. Continental und die Technische Universität (TU) Darmstadt haben im Rahmen des dreieinhalbjährigen Forschungsprojekts Proreta 3 ein ganzheitliches Fahrerassistenz- und Manöverautomationskonzept erforscht. „Assistenzsysteme wie Spurhalteassistenten oder Kollisionswarner funktionieren bisher in Fahrzeugen wie unabhängige Einzelsysteme. Bei Proreta 3 haben wir die Fahrerassistenzsysteme so vernetzt, dass die Funktionen aufgewertet und funktionierende Synergien erreicht wurden“, sagte Professor Hermann Winner, Leiter des Fachgebiets Fahrzeugtechnik an der TU Darmstadt und Projektleiter von Proreta 3. „Durch die Vernetzung kann die vorhandene Sensorinfrastruktur im Fahrzeug optimal ausgenutzt werden. So wird der Fahrer im Forschungsfahrzeug von einem durchgängigen System für Fahrsicherheit und Assistenz unterstützt – mit dem obersten Ziel, Unfälle zu vermeiden“, ergänzte Peter Rieth, Leiter Systems & Technology der Continental Division Chassis & Safety. Zudem wurde ein innovatives Informations- und Warnkonzept erforscht, das den Fahrer bei der Bewältigung seiner Fahraufgabe entlastet.

© Continental

Durchfahrt einer Baustelle und Darstellung des Fahrkorridors im Kombi-Instrument.

Sicherer Fahrkorridor

Während des Fahrens wird das Fahrzeug permanent in einem verkehrsregelkonformen und sicheren Fahrkorridor gehalten – dem sogenannten Sicherheitskorridor. Dies geschieht, solange wie möglich, frei von intervenierenden Eingriffen. Nur in kritischen Situationen wird gewarnt oder, falls nötig, mit Korrekturmanövern eingegriffen, zum Beispiel in zu schnell gefahrenen Kurven, bei plötzlich auftauchenden Hindernissen, in Kreuzungs- und Baustellensituationen sowie bei Abbiegemanövern, drohender „Geisterfahrt“ oder Nichtbeachten der Rotphase einer Ampel.

Für diesen Sicherheitskorridor ermittelt das Proreta 3-Konzept die für das Fahrzeug befahrbaren Freiräume. Mit einbezogen werden die vorhergesagten Aufenthaltsbereiche anderer Fahrzeuge, Fahrbahnbegrenzungen und Hindernisse sowie Fahrstreifenmarkierungen. Daraus wird mithilfe eines Algorithmus die Trajektorie – also der Bewegungspfad – berechnet. Die darauf aufsetzende Regelung sowie die Informationen, die dem Fahrer in der Mensch-Maschine-Schnittstelle (HMI) angezeigt werden, stellen ein für den Fahrer konsistentes Fahrerassistenzsystem dar, welches ihn bei der Bewältigung seiner Fahraufgabe situationsabhängig unterstützt und vor potenziellen Gefahren schützt.

Teilautomatisiertes Fahren

Zusätzlich zur permanenten Sicherheitsfunktion bietet Proreta 3 dem Fahrer im Modus ‚kooperative Automation‘ ein manöverbasiertes, teilautomatisiertes Fahren an. Auf Wunsch des Fahrers übernimmt dabei das Forschungsfahrzeug die Längs- und Querführung für ganze Manöver. Dazu gehören sowohl Fahrstreifenwechsel als auch Abbiegemanöver an Kreuzungen. Um beispielsweise das Abbiegen zu delegieren, genügt es, wenn der Fahrer rechtzeitig vor einer erkannten Kreuzung den Blinker setzt – das Manöver wird dann automatisiert ausgeführt. „Ein solches Konzept der Automatisierung auf Manöverebene konnte bei Proreta 3 erstmals in einem Forschungsfahrzeug umgesetzt werden“, so Professor Hermann Winner. Das derartige Funktionen bis hin zum vollautomatisierten Fahren in Zukunft an Bedeutung und Akzeptanz gewinnen werden, zeigt auch eine aktuelle Studie von Autoscout24, in deren Rahmen 8.800 Europäer in sieben Ländern befragt wurden.

Studienergebnisse im Detail

Demnach fühlen sich drei Viertel der österreichischen Autofahrer für diesen technischen Fortschritt schon bereit und können sich vorstellen, einem Autopiloten das Fahren zu überlassen – in Europa sind es 71 Prozent.

Die Studie zeigt darüber hinaus aber auch, dass die Mehrheit der Österreicher (57 Prozent) den Autopiloten lediglich situationsabhängig anschalten würde. Nur jeder Fünfte würde immer und überall die technische Hilfe in Anspruch nehmen. 22 Prozent hingegen sprechen ein klares Nein aus – für sie kommt die Fahrhilfe nicht infrage: Vor allem auf den Fahrspaß wollen die Österreicher nicht verzichten (15 Prozent). Auch was die Sicherheit im Straßenverkehr angeht, sind sieben Prozent skeptisch: Sie wollen ihr Leben nicht der Technik anvertrauen.

Im europäischen Vergleich zeigen sich die Italiener besonders aufgeschlossen. 37 Prozent geben gern die Bedienung von Lenkrad, Gas und Bremse an die Technik ab. Ihr Hauptgrund: Sie haben keine Lust, selbst zu fahren. Besonders kritisch sehen hingegen die Franzosen den Autopiloten: 47 Prozent sprechen sich hier vehement gegen ihn aus. Im Vordergrund für sie steht dabei – anders als bei den Österreichern – die Vertrauensfrage. *www.conti-online.com*
www.autoscout24.at

Opel Das neue Notrufsystem Onstar kommt bereits ab Anfang 2015 in allen Neuwagen des Herstellers zum Einsatz

Vollautomatischer Hilfsdienst für den Notfall

Berlin. Opel präsentierte auf den „eCall Days Germany“ in Berlin dieser Tage sein Notrufsystem Onstar. Bereits ab Anfang 2015 – und damit noch vor Inkrafttreten einer entsprechenden Richtlinie der Europäischen Kommission im Oktober kommenden Jahres – soll das System über sämtliche Pkw-Modellreihen der Marke hinweg in verschiedenen Ländern Europas eingeführt werden. Gleichzeitig wird Opel seine Autos auch mit dem modernen Mobilfunkstandard 4G (LTE) ausrüsten und die Fahrzeuge damit zum rollenden WiFi-Hotspot für bis zu sieben mobile Endgeräte machen.

Kontakt zu Notfall-Helfer

Unmittelbar nach einem Unfall verbindet die automatische Alarmierung ACR (Automatic Crash Response) über On-Star das verunglückte Fahrzeug mit einem speziell ausgebildeten Notfall-Helfer. Sollte einer der Insassen Hilfe anfordern oder niemand antworten, leitet der Helfer sofort alle notwendigen Hilfsmaßnahmen ein.

Onstar verfügt neben ACR über weitere Notfall-Funktionen. So befindet sich ein Notrufknopf im Fahrzeug, über den der Fahrer, Beifahrer oder ein Dritter im Ernstfall Hilfe anfordern kann. Wird der Knopf gedrückt, stellt das System eine Verbindung zu einem Helfer her, der wiederum Feuerwehr, Polizei oder den Notarzt verständigt – je nachdem, welche Hilfe notwendig ist – und diese direkt zum Auto lotst. Onstar ist führender Anbieter in der Automobilindustrie für vernetzte Sicherheitslösungen, Mobilitätsservices und fortschrittliche Informationstechnologie. Rund sieben Mio. Kunden in den USA, Kanada, Mexiko und China sind bereits mit Onstar verbunden.

Die Onstar-Helfer überwachen das Notrufnetz rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr. Pro Sekunde gehen durchschnittlich zwei Anrufe ein, am Tag sind es rund 185.000.

© Opel

So funktioniert Onstar – aktuell gehen bei den Onstar-Helfern durchschnittlich zwei Anrufe pro Sekunde ein.

Überblick über System

Die diesjährige „eCall Days“-Konferenz findet in der Berliner Vertretung des Landes Niedersachsen statt und gibt einen Überblick über den Einsatz und die Einführung des neuen Notrufsystems in Europa. *www.opel.de*

SHORT

Gigaliner helfen Treibstoff sparen

© DHL

Gigaliner dürfen eine Gesamtzuglänge von bis zu 25,25 Metern haben.

Berlin. Die einen nennen sie „Lang-Lkw“ oder „Euro-Combis“, die anderen „Gigaliner“, und alle meinen sie das Gleiche: Riesen-Lastwagen mit einer Gesamtzuglänge von bis zu 25,25 m und einem zulässigen Gesamtgewicht von bis zu 40 – und im Ausnahmefall sogar 44 – t.

Deren Einsatz ist zwar nach wie vor heftig umstritten, ein vom deutschen Verkehrsministerium initiierter Feldversuch in Deutschland zeigt aber nun deutliche Treibstoffeinsparungspotenziale auf.

Durch den Einsatz der Lang-Lkw spart etwa die am Feldversuch teilnehmende Spedition Ansorge nach eigenen Angaben ein Drittel ihrer Fahrten auf den betreffenden Strecken, verbraucht ein Drittel weniger Kraftstoff und drosselt den CO_2-Ausstoß ebenfalls um ein Drittel. *www.bmvi.de*

Neue Renault-Studie als Zukunftsprojekt

© Renault

Der Verbrauch der Studie soll bei lediglich 1 Liter/100 Kilometer liegen.

Paris. Mit der Studie Eolab präsentierte Renault dieser Tage einen zukunftsweisenden Technologieträger, der mit einem kombinierten Verbrauch von 1 l Superbenzin pro 100 km (22 g CO_2/km) neue Effizienzmaßstäbe setzen soll. Möglich macht diesen Wert die neu entwickelte „Z.E. Hybrid“-Antriebstechnik, kombiniert mit intelligentem Leichtbau und ausgefeilter Aerodynamik.

In der Kompakt-Studie der Clio Klasse finden sich nahezu 100 industriell umsetzbare Innovationen, die Schritt für Schritt Einzug in die Serie halten werden. Ziel von Renault ist, ein erschwingliches Fahrzeug mit dem Technikpaket des Eolab bis zum Jahr 2020 in Großserie zu produzieren.

Schlüsselelemente des Z.E. Hybrid-Systems im Eolab sind ein 57 kW/78 PS starker Dreizylinder-Benzinmotor mit 1,0 l Hubraum und 95 Nm Drehmoment sowie ein Elektromotor mit 50 kW/68 PS Leistung und 200 Nm Drehmoment. Der Elektromotor bezieht seine Energie aus einer Lithium-Ionen-Batterie mit 6,7 kWh Energie.

Der Stromspeicher erlaubt rein elektrisches Fahren bis zu 60 km Reichweite und bis zur Höchstgeschwindigkeit von 120 km/h. *www.renault.at*

SHORT

KTM gibt nun auch mit Strom ordentlich Gas

© KTM/Philip Platzer

Akkupack & Ladegerät der Freeride E.; Verkaufsstart: in wenigen Wochen.

Saalbach-Hinterglemm. Mit der Präsentation der KTM Freeride E MY15 in Saalbach-Hinterglemm stellte KTM nun offiziell das erste Elektromotorrad für den Offroad-Einsatz vor. Die in zwei Versionen – als Freeride E-SX (VK-Preis Österreich: 11.098 € inkl. Akkupack & Ladegerät) und Freeride E-XC (11.398 €) erhältliche Freeride E wird in wenigen Wochen bei zwölf zertifizierten KTM-E-Händlern erhältlich sein. Das Bike ist mit den von KTM gewohnten Komponenten ausgestattet und richtet sich an eine Vielzahl verschiedener Fahrertypen: vom Anfänger auf dem Motorrad über den Freerider in urbanen Gebieten und aus der Zweirad-Gravity-Szene bis hin zum erfahrene Offroad-Fahrer im klassischen Sinn.

www.ktm.com

IAA: Eberspächer zeigt Brennstoffzellen-APU

Hannover. Bei der Nutzfahrzeugmesse IAA in Hannover ist die Eberspächer Gruppe aktuell mit einem großen eigenen Stand vertreten. Highlight des Messeauftritts ist die dieselbetriebene Brennstoffzellen-APU (Auxiliary Power Unit) – eine Innovation, die das Energiemanagement im Lkw neu definiert. Das motorunabhängige System kann Diesel sehr effizient in Strom verwandeln.

www.eberspaecher.com

Sava: Neuer Cargo 4 ersetzt Cargo C3 Plus

© Sava

Der neue Trailer-Reifen Cargo 4 bietet dem Kunden vier große Vorteile.

Wien. Sava Tires bringt den Cargo 4 auf den Markt – einen neuen Trailer-Reifen, der den den Cargo C3 Plus ersetzt und eine Ergänzung zu Savas Lenkachsreifen Avant 4 und dem Antriebsachsreifen Orjak 4 ist. Der in der besonders gefragten Größe 385/65R22.5 erhältliche Cargo 4 bietet den Fuhrunternehmern Verbesserungen in vier Schlüsselbereichen: Der neue Trailer-Pneu ist nicht nur die Ergänzung der Truck-Reifen-Palette von Sava, sondern überzeugt darüber hinaus mit höherer Vielseitigkeit, verbesserter Nasshaftung für mehr Sicherheit, erhöhter Haltbarkeit und verbesserter Runderneuerbarkeit. *www.sava-tires.com*

Automechanika Frankfurt Die Fachmesse verzeichnete 2014 mit 4.631 Unternehmen einen neuen Ausstellerrekord

Branchenschau für die Veranstalter „voller Erfolg“

Rund ein Viertel der Aussteller präsentiert Produkte und Lösungen im Bereich der Nutzfahrzeuge.

MORITZ KOLAR

Frankfurt. Als Schaufenster für die Innovationen des internationalen Aftermarkets hat sich vom 16. bis 20. September die 23. Automechanika in der Messe Frankfurt präsentiert. In diesem Jahr nutzten rund 140.000 Fachbesucher aus 173 Ländern die Chance, sich an fünf Messetagen über Produkte und neue Technologien rund ums Auto zu informieren. Jeder vierte Besucher kam dabei aus dem Werkstatt-Umfeld. Einen neuen Rekord erreichte die Veranstaltung auf der Ausstellerseite mit 4.631 Unternehmen aus 71 Ländern. Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt: „Wir haben eine hervorragende Beurteilung vonseiten unserer Aussteller erhalten; deutlich positive Impulse kommen dabei aus dem Ausland. Aber auch die deutschen Unternehmen schätzen die gegenwärtige Branchenkonjunktur besser ein als 2012.“

© Messe Frankfurt Exhibition/Jochen Günther

An den sechs Messetagen zählten die Veranstalter der Automechanika in Frankfurt insgesamt 140.000 Besucher aus 173 Ländern.

Zahlreiche Themenfelder

Die Zahl der internationalen Besucher stieg um fünf Prozentpunkte auf 60%. Großes Interesse zeigten die Messebesucher an Themen wie alternative Antriebstechniken, vollautomatisierte digitale Annahmeprozesse, Energieeffizienz, Leichtbaulösungen mit bislang nicht erreichter Nutzlast, Accessories, Customizing, Car Media und 3D-Druck. Braun: „Mehr denn je erweist sich die Automechanika in Frankfurt als Plattform wichtiger Zukunftstechnologien für künftige Entwicklungen im gesamten Automotive Aftermarket.“

Weltneuheiten und neueste Entwicklungen präsentierte die Messe auch im Bereich Nutzfahrzeuge. Dazu Detlef Braun: „Das Thema Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit spielt auch im Nutzfahrzeug-Segment eine überaus wichtige Rolle. So präsentierten Unternehmen hier erstmals Transporter mit bisher nicht erreichten Nutzlasten und gewichtsoptimierte elektrische Kühltransporter.“ Das große Potenzial der Aussteller im Bereich Nutzfahrzeuge, das unter anderem mit dem Label „Truck Competence“ an über 1.000 Ständen zu sehen war, sowie die angegliederten Sonderschauen zur Truck Competence begeisterten die Besucher. Dazu Alexandra Sommer, Specialist Aftermarket Marketing, Knorr-Bremse Systeme für Nutzfahrzeuge GmbH: „Unser Messekonzept wird sehr gut angenommen und wir verzeichnen einen deutlichen Zuwachs an Standbesuchern im Vergleich zur Vorveranstaltung. Unser Simulator passt hervorragend in den Bereich Truck Competence der Automechanika Frankfurt. Wir freuen uns bereits jetzt auf 2016.“

Alternative Antriebe

Für hohe Aufmerksamkeit sorgte der „Schadentalk“, mit 600 Teilnehmern die stärkste Veranstaltung im Programm der Automechanika Academy. Branchengrößen aus dem Versicherungsgeschäft, u.a. HUK Coburg und der neu gegründete Bundesverband der Partnerwerkstätten (BVdP) sowie die Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT) stellten sich vor.

Aus insgesamt 12 Ländern kamen mehr als 50 Pioniere aus dem Bereich alternative Antriebstechniken, die ihre Mobilitätskonzepte in der Halle 10 präsentierten. Gemeinsam mit Prins Autogassystemen und Neste Oil stellte der Deutsche Verband Flüssiggas e.V. am 16. September in einer Pressekonferenz Flüssiggas, sogenanntes Liquefied Petroleum Gas (LPG), in der Bio-Variante vor. Das Besondere daran: Flüssiggas oder Autogas, wie der Energieträger als Kraftstoff genannt wird, wird es ab 2016 auch aus nachwachsenden Rohstoffen geben. Sogenanntes Biopropan kann dazu beitragen, den CO_2-Ausstoß weiter zu reduzieren.

www.messefrankfurt.com
www.automechanika.de

AVL 26. AVL-Tagung „Motor & Umwelt“ stand unter dem Schwerpunkt „Motor 2020: Otto versus Diesel im neuen Umfeld

Otto- und Diesel-Potenzial nicht ausgereizt

Graz. Bereits zum 26. Mal veranstaltete das Hightech-Unternehmen AVL in Graz von 11. bis 12. September die Tagung „Motor & Umwelt“. Zwei Tage lang wurden in der Helmut-List-Halle unter dem Motto „Motor 2020: Otto versus Diesel im neuen Umfeld” mit Top-Rednern wie wie Mitsuo Hitomi (Mazda Motor Corp.), Thomas Johnen (General Motors Europe), Andreas Schamel (Ford Forschungszentrum Aachen GmbH) und R. Velusamy (Mahindra & Mahindra Ltd.) die Potenziale von Diesel- und Ottomotoren gegenübergestellt und diskutiert.

CO_2-Emissionen senken

Die meisten Referenten zeigten sich dabei überzeugt, dass es trotz der Konkurrenz der beiden Motortypen eher ein Mit- bzw. Nebeneinander sein werde. Das Technologiepotenzial sei nicht ausgereizt, gleichzeitig wurde vor unrealistischen Erwartungen gewarnt.

Sowohl Benzin- als auch Dieselmotoren werden in den nächsten Jahren zu den Gewinnern zählen, trotz des Booms von Hybrid- und Elektrofahrzeugen, so Hitomi. Der Schlüssel liege unter anderem in künftigen nachhaltigen Energiequellen. Bis man sich über diese einig sei bzw. diese in großem Umfang zur Verfügung stünden, gehe es vor allem darum, Zeit zu gewinnen und dabei durch technische Innovation bei den Verbrennungskraftmaschinen die CO_2-Emissionen zu senken. Dazu zähle die Verbesserung der thermischen Effizienz, denn nach wie vor gehe Energie in Form von Wärme über Auspuff oder Kühlsystem verloren. Mit verbesserter Verbrennung bzw. Zündungsintervallen oder Kraftstoffgemischen könnte man hier ansetzen. Die näheren Auskünfte zu den Details bei Maßnahmen für eine weitere CO_2-Reduktion blieb Hitomi aber auf Anfragen des Auditoriums launig schuldig: „Einzelheiten dazu kann ich Ihnen nicht sagen, sonst werde ich gefeuert.“

Viele Verbesserungen erzielt

Andreas Schamel stellte die Diskussion in den historischen Kontext: Die Anforderungen bzw. Entwicklungen seien sich seit dem Beginn der industriellen Revolution sehr ähnlich gewesen. Der Verbrennungsmotor habe gegenüber der Dampfmaschine Gewichts- und Platzbedarfsreduktion sowohl beim Aggregat als auch beim mitgeführten Brennstoff gebracht, eine bessere CO_2-Bilanz und eine viel höhere Energiedichte beim verwendeten Energieträger. Sehe man sich beispielsweise einen Ford Escort 1600i im Vergleich zum aktuellen Focus EcoBoost an, so habe sich innerhalb von einigen Jahrzehnten bei gestiegener Leistung und mehr Fahrspaß der Verbrauch auf 100 km von 7,6 auf 4,6 und der CO_2-Ausstoß von 179 auf 109 g pro km reduziert. Die Rechnung lasse sich zwar nicht beliebig fortsetzen, und auch die Politik dürfe hier bei der Festlegung von CO_2-Limits keine unrealistischen Erwartungen stellen. *www.avl.com*

© AVL

Die AVL-Tagung fand schon wie gewohnt in der Helmut-List-Halle in Graz statt.

destination

© Arcotel Hotels

ARCOTEL BRANCHENTREFF
Wie Politik, Wirtschaft & Tourismus künftig noch besser zusammenarbeiten **Seite 62**

© Modul University

MODUL UNIVERSITY VIENNA
Die internationale Tourismus-Elite traf sich am Kahlenberg zum Workshop **Seite 63**

ETIHAD
AWARD FÜR SOCIAL MEDIA

© Etihad Airways

SHORT

© Fairmont

Sanur. Mit dem Fairmont Sanur Beach eröffnen die Fairmont Hotels & Resorts im Dezember 2014 ihr erstes Haus auf Bali. Das Luxusresort, das bisher als Regent Bali geführt wurde, liegt im Süden der Insel, nur 25 Minuten vom Ngurah Rai International Airport entfernt.

Es gibt zwei Restaurants und eine Lobby Lounge, die mit unvergleichlichem Blick über den 50 m langen Infinity Pool und das Meer beeindruckt. Zu den weiteren Annehmlichkeiten gehören ein Spa, ein Fitness Center sowie ein Kinderclub.

www.fairmont.com

© Jacek Bonczek

Warschau. Das polnische Star Alliance-Mitglied LOT Polish Airlines schickt einen Embraer 175 Regionaljet auf Reisen, der mit einer Sonderbemalung für das legendäre Abba-Musical „Mamma Mia!“ wirbt. Der Jet ist das weltweit erste Flugzeug im Mamma Mia!-Design.

Das Flugzeug kommt auf allen innereuropäischen Routen von LOT zum Einsatz, u.a. auch nach Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt, München, Wien, Zürich und Genf. Beim Einsteigen werden die Fluggäste im Mamma Mia!-Jet mit Abba-Klassikern wie „Take A Chance On Me“ begrüßt.

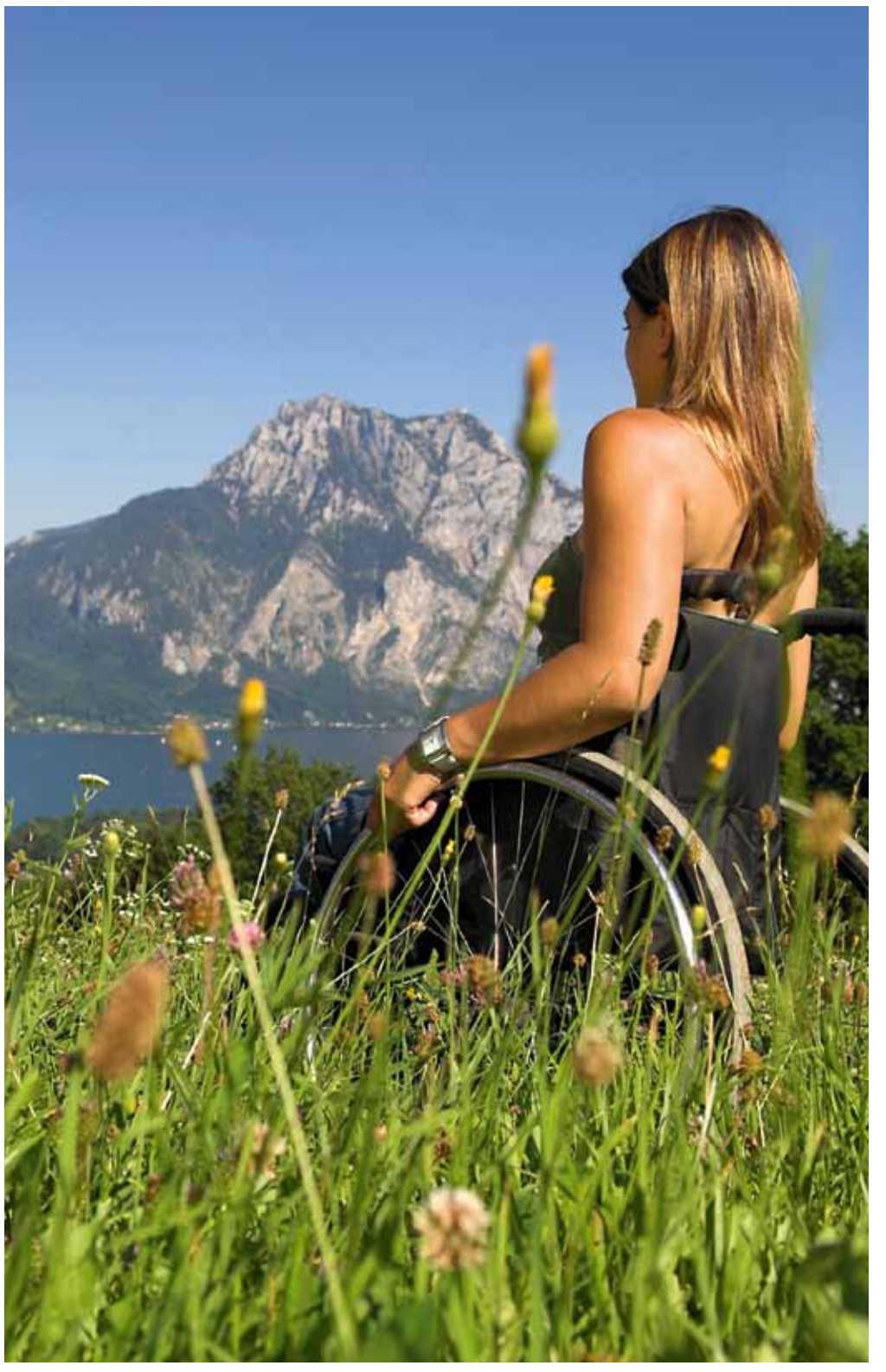
www.lot.com

© Club Reisen Stumböck

Raubling. Feinster Pulverschnee, leere Pisten und unverfälschter Skigenuss locken passionierte Ski-Fans heuer wieder in die kanadischen Rocky Mountains. Unter dem Motto „Skiing with friends“ bietet der bei Rosenheim ansässige Veranstalter Club Reisen Stumböck seit über 25 Jahren Skisafaris und Heliskiing in Kanada und den USA.

www.stumboeck.com

Portal „roomchooser“ für barrierefreie Hotels



© OÖ. Tourismus

Barrierefreiheit im Tourismus Eine EU-Studie zeigt auf, dass in Europa Reisen für jeden fünften Bürger aufgrund von Alter, Behinderung oder eingeschränkter Mobilität schwierig sind; ein Online-Portal soll dabei Abhilfe schaffen. **Seite 62**

Gulet Last Minute Türkei, Griechenland und Ägypten

Sonnige Sandstrände im Herbst

© Gulet

Noch schnell ins Warme fliegen: Gulet bietet feine Destinationen am Meer.

Wien. Der Sommer in Österreich ist vorbei, doch mit Gulet kann man noch die Sonnenstrahlen am Meer genießen. Buchen, Koffer packen – und ab geht's nach Ägypten, Griechenland oder in die Türkei.

Eine Woche im türkischen Vier Sterne-Hotel Quattro Beach Spa kostet mit Flug am 4. Oktober ab Graz und AI-Verpflegung ab 617 € p.P. im DZ. Eine Woche in Rhodos mit Flug am 5. Oktober ab Wien mit AI gibt's ab 706 € im DZ, und eine Woche im Club Magic Life Kalawy Imperial am 28. September mit Flug ab Wien und AI ist p.P. im DZ ab 775 € buchbar.

www.gulet.at

KOMMENTAR

Im Privat-Jet zum Oktoberfest

GEORG BIRON

Das Interesse des internationalen Jetsets am Oktoberfest ist groß wie nie. Für den Zeitraum der „Wiesn" erwartet NetJets Europe, der führende Betreiber von Business Jets, rund 60 Flüge mit Privat-Jets von und nach München. Das hat das Unternehmen bekannt gegeben.

Mit rund 60 geplanten Flügen zwischen 19. September und 6. Oktober 2014 liegt die Zahl der Flugbewegungen mehr als 50% höher als in einem vergleichbaren 18-tägigen Zeitraum außerhalb des Oktoberfests.

Während der Wiesn finden die meisten Flüge im Business Jet ab München von und nach Berlin, Mailand, Zürich, Frankfurt am Main und Lugano statt – üblicherweise stehen die Städte London, Berlin, Zürich, Hannover und Frankfurt am Main auf der Liste ganz vorn.

Mit Moskau und Sofia sind während des Oktoberfests zwei osteuropäische Metropolen in der Liste der wichtigsten Märkte in den Top Ten, die dort zu anderen Zeiten nicht zu finden sind. Auch aus Norditalien fliegen Wiesn-Fans gern mit einem Privat-Jet nach München: Mailand liegt während des größten Volksfests der Welt auf Platz 2 der wichtigsten Märkte – außerhalb des Oktoberfests „nur" auf Platz 10.

Für eine gewisse Klientel haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der Eurozone offenbar verbessert ...

roomchooser In der EU leben 133 Mio. Menschen mit eingeschränkter Mobilität, um die jetzt stark geworben wird

Informationsplattform für barrierefreie Hotelzimmer

Wenig Infos machen die Urlaubsplanung zur Qual, und den Hotels entgehen zahlungskräftige Gäste.

DINO SILVESTRE

Wien. Das Finden von barrierefreien Hotelzimmern ist mühsam und aufwendig. Nicht nur, dass man Informationen meist nur über direkten Kontakt mit Hotels bekommt, sie sind oft unzureichend, zu komplex oder einfach nicht korrekt, was schon zu mancher bösen Überraschung bei der Ankunft geführt hat, wie der Gründer der neuen Informationsplattform roomchooser, Michael Sicher, aus eigener Erfahrung weiß.

Das Web-Portal stellt die Fakten übersichtlich dar. Die Gäste filtern Hotelzimmer nach ihren individuellen Bedürfnissen an Barrierefreiheit und entscheiden anhand von Fotos, ein konkretes Zimmer direkt beim Hotel anzufragen.

© Panthermedia.net/Cathy Yeulet

Barrierefreiheit im Tourismus ist ein noch viel zu wenig genützter Wachstumsmarkt und eine Chance für die gesamte Branche.

Zeit und Geld für Reisen

Menschen mit körperlichen Behinderungen haben immer mehr Möglichkeiten, aktiv am Leben in der Gesellschaft teilzunehmen und stellen einen beachtlichen Wirtschaftsfaktor dar.

Durch den demografischen Wandel gibt es auch immer mehr ältere Menschen mit Mobilitätseinschränkungen; sie haben die Zeit und das Geld für Reisen – und sie reisen meistens nicht allein.

Dennoch werden Menschen mit eingeschränkter Mobilität von vielen Tourismusbetrieben als Zielgruppe übersehen oder nicht gezielt angesprochen. Dabei sind sie oft Langzeit-Urlauber.

Eine aktuelle Studie der EU-Kommission zeigt auf, dass derzeit in Europa das Verreisen für jeden fünften Bürger aufgrund von Alter, körperlicher Behinderung oder eingeschränkter Mobilität mehr als schwierig ist.

Laut der WHO ist barrierefreies Reisen weltweit für mehr als 15% der Bevölkerung ein Thema.

Bereits vor zehn Jahren wurde in einer Deloitte-Studie ein Marktpotenzial von 83 Mrd. € für barrierefreien Tourismus weltweit aufgezeigt. Aktuelle Zahlen aus dem ITB World Travel Report sprechen von 133 Mio. potenziellen Gästen in Europa, davon 50 Mio. mit Mobilitätseinschränkungen.

Die Ausgaben für barrierefreie Reisen werden in den USA mit rund zehn Mrd € und in Deutschland mit 2,5 Mrd. € beziffert.

Obwohl es Normen für Barrierefreiheit gibt, sind die individuellen Bedürfnisse der Gäste unterschiedlich: Während für manche schon eine ebene Dusche ausreicht, benötigen andere ein mit einem Hebelifter unterfahrbares Bett oder müssen wissen, ob das WC mit dem Rollstuhl von rechts oder links anfahrbar ist.

Barrierefreie Top-Hotels

Solche Gäste entscheiden sich für Destinationen und Unterkünfte oft aufgrund von Erfahrungen anderer und planen ihre Reisen sorgfältig. Wenn sie etwas Passendes gefunden haben, werden sie zu loyalen Gästen, empfehlen die Betriebe weiter und bleiben häufig länger, weil der Reiseaufwand summa summarum doch sehr hoch ist.

Markus Gratzer, Generalsekretär der Österreichischen Hotelliervereinigung (ÖHV), ortet hinter dem Konzept von roomchooser viel Potenzial für die Top-Hotellerie.

Auch „mit Mehrumsätzen im F&B-Bereich" sei zu rechnen: Außerhalb der Hotellerie sei das Angebot an Bars und Restaurants mit adäquaten Räumlichkeiten überschaubar.

„Unsere Gäste-Website wien.info entspricht den aktuellen Kriterien für Barrierefreiheit", so WienTourismusdirektor Norbert Kettner. „Wien verfügt derzeit über 90 Beherbergungsbetriebe, die rund 200 barrierefreie Zimmer anbieten; wenn sie in Zukunft vermehrt roomchooser detailgenau und transparent nutzen, dann profitiert die ganze Destination davon."

www.roomchooser.com

Business Award 2015

Nationaler Champion

Ischgl. Die Silvrettaseilbahn AG freut sich über eine Auszeichnung: Das Vorzeige-Seilbahnunternehmen wurde aus 24.000 Einreichungen aus 33 europäischen Ländern zum Nationalen Champion des Europäischen Business Awards ernannt.

Seit 1963 befördert die Seilbahn Sommer- und Wintergäste.

www.paznaun-ischgl.com

© Silvrettaseilbahn AG

Hannes Parth, CEO der Silvrettaseilbahn, freut sich über Auszeichnung.

Branchentalk In einer entspannten Gesprächsrunde wurden die Herausforderungen in Wiens Hotellerie diskutiert

Gelungener Auftakt im Arcotel Wimberger

Wien. Die Arcotel-Eigentümerin Renate Wimmer und der neue Arcotel-Vorstand Martin Lachout freuten sich, mit Kollegen, Vertretern der Fachpresse und Profis aus der Hotellerie nervende Themen von Tourismus und Hotellerie aufs Tapet zu bringen. Zu diesem Zweck haben sie am vergangenen Dienstag zum Branchentreff ins Arcotel Wimberger in Wien eingeladen.

Zu hohe Mehrwertsteuer

Trotz der Rekordmeldungen zum Thema Tourismus in Wien sind die Hoteliers über die herrschende Situation in der Stadt eher unzufrieden. Grundtenor: viel Arbeit, wenig Brot – und viel zu viel Bürokratie, die vom Kerngeschäft abhält. Und zu hohe Belastungen durch Abgaben sind ebenfalls Fakt. Beispiel Mehrwertsteuer. Die *deutsche* Hotellerie hat seit der Senkung der Mehrwertsteuer zum 1. Jänner 2010 bewiesen, dass der reduzierte Steuersatz von sieben Prozent in der Branche für neue Arbeits- und Ausbildungsplätze gesorgt und eine Investitionswelle ausgelöst hat.

„In Deutschland hat die Mehrwertsteuersenkung einen Ruck gebracht, den ich mir nie hätte träumen lassen", so Wimmer. „In Österreich haben wir zehn Prozent und sind von einer Steuersenkung weit entfernt; wir müssen schon froh sein, wenn man uns keine Erhöhung auf 20 Prozent umhängt."

Um das Budget zu entlasten, ist die Regierung derzeit an allen Ecken und Enden hauptsächlich damit beschäftigt, zusätzliche Einnahmequellen zu orten. Deshalb steht auch eine Erhöhung der Grundsteuer im Raum.

Erhöhung der Grundsteuer

„Das wäre eine Katastrophe", so Lachout, „denn das würde die jährliche Belastung eines Hauses, wie es das Wimberger ist, von rund 40.000 bis 50.000 Euro im Jahr auf 100.000 Euro hochschnellen lassen. Und diese Mehrbelastung könnten die Hoteliers sicherlich nicht an ihre Gäste weitergeben."

© Arcotel Hotels

Luden zum Branchentalk ins Hotel Wimberger: Martin Lachout, der neue Vorstand der Arcotel Hotel AG, und Arcotel-Eigentümerin Renate Wimmer.

Neue Strategien sind nötig

Neue Strategien für Wien, so die Anwesenden unisono, seien gefragt. Dazu gehören: Einkaufen an Sonn- und Feiertagen sowie Konzepte für Bus- und Flugverkehr.

Lachout und Wimmer sind mit der Premiere ihrer Veranstaltungsreihe jedenfalls zufrieden. „Wir werden schon bald wieder ein Get-together über die Bühne gehen lassen", verspricht Wimmer, „Gesprächsrunden über wichtige Themen sind als Impulsgeber immens wichtig."

Lachout will Anfang 2015 wieder zum Branchentalk laden: „Wir planen, irgendwann zwischen der Ferien-Messe Wien und der ITB einen passenden Termin zu finden – und dann treffen wir einander alle wieder im Arcotel Kaiserwasser."

www.arcotelhotels.com

Modul University Vienna Tourismus Marketing Informationssystem (TourMIS), ein innovatives Daten-Tool aus Österreich, setzt neue Maßstäbe

Tourismus-Elite traf sich in Wien

TourMIS-Anwenderworkshop brachte 96 hochkarätige Tourismusmanager aus 26 Ländern nach Wien.

MICHAEL BÄR

Wien. Bereits zum siebenten Mal fungierte die Modul University Vienna (eine Privatuniversität der Wirtschaftskammer Wien) als Gastgeber des jährlichen TourMIS Anwenderworkshops. 96 Tourismusmanager aus 26 Nationen besuchten den Workshop auf dem Wiener Kahlenberg, der in den letzten Jahren zu einem geschätzten Event im internationalen Tourismusmarketing avancierte.

Deutliches Zeichen setzen

Der Tourismusschwerpunkt in Forschung und Lehre an der Modul University Vienna genießt auch international einen hervorragenden Ruf, weiß der Modul-Rektor Karl Wöber und freut sich über den Erfolg des Workshops: „Neben der offiziellen Veranstaltung finden zahlreiche Treffen und Gespräche zwischen hochrangigen Vertretern der wichtigen Tourismusorganisationen in Europa statt."

> „Österreich ist durch seine langjährige Tradition im Bereich der Tourismusforschung in der Tourismuswirtschaft erfolgreich."
>
> KARL WÖBER, REKTOR DER MODUL UNIVERSITY VIENNA

Hier deutliche Zeichen zu setzen, sei auch deshalb besonders wichtig, weil Tourismuswirtschaft an öffentlichen Universitäten immer weniger gelehrt werde.

TourMIS ist heute das weltweit führende Marketing- und Informationssystem für Führungskräfte in der Tourismuswirtschaft; das System wurde in den 1990er-Jahren von Wöber eingeführt und wird seit 2007 von seinem Modul-Team ständig weiterentwickelt.

Maßgebliche Unterstützung bekam das Projekt von Beginn an durch die Österreich Werbung.

Mittlerweile wird TourMIS in aller Welt von mehr als 20.000 Tourismusexperten genutzt und dient als wichtigste Entscheidungsgrundlage; dabei tauschen autorisierte Marktforscher und nationale Tourismusorganisationen ihre Daten regelmäßig via TourMIS aus.

Das System bietet somit Informationen über aktuelle Tourismustrends und verfügt unter anderem über die umfassendste, regelmäßig gewartete Städtetourismusstatistik in Europa. Auf Basis dieser Daten automatisch erstellte Marktforschungsberichte sind allen Internet-Benutzern kostenlos zugänglich.

TourMIS gilt als Best-Practice-Beispiel für internationale Zusammenarbeit und wurde dafür mit dem Ulysses Preis für Innovation des Welttourismusverbandes der Vereinten Nationen ausgezeichnet.

Für den Direktor von WienTourismus, Norbert Kettner, steht die Bedeutung von TourMIS für Tourismus- und Marketingexperten aus aller Welt außer Frage: „Das ist ein Tool, auf das weltweit kaum jemand, der Tourismus-Marketing oder -Forschung betreibt, verzichten kann."

Standort für Wissenschaft

Es bietet die weltweit umfangreichste Statistik zur Entwicklung des europäischen Städtetourismus, und die von ihm gelieferten Daten werden weltweit im Benchmarking von Destinationen herangezogen.

Für die klein strukturierte Tourismusindustrie ist es oft die einzige Möglichkeit, an exzellente Marketingdaten zu kommen.

Kettner sieht darin nicht nur die hervorragende Reputation der Universität in der Tourismusforschung bestätigt, sondern auch den Ruf der österreichischen Bundeshauptstadt als Wissenschaftsstandort überhaupt.

„Die Modul University Vienna ist nicht nur essenziell für die Ausbildung von hochqualifiziertem Nachwuchs für den heimischen Tourismus, sondern auch ein globales Aushängeschild der touristischen Expertise Österreichs; ich bin stolz darauf, ein Mitglied ihres Advisory Boards zu sein", fasst Kettner zusammen.

www.modul.ac.at

© Modul University

Karl Wöber, Rektor der Modul University Vienna, lud zum „TourMIS"-Workshop.

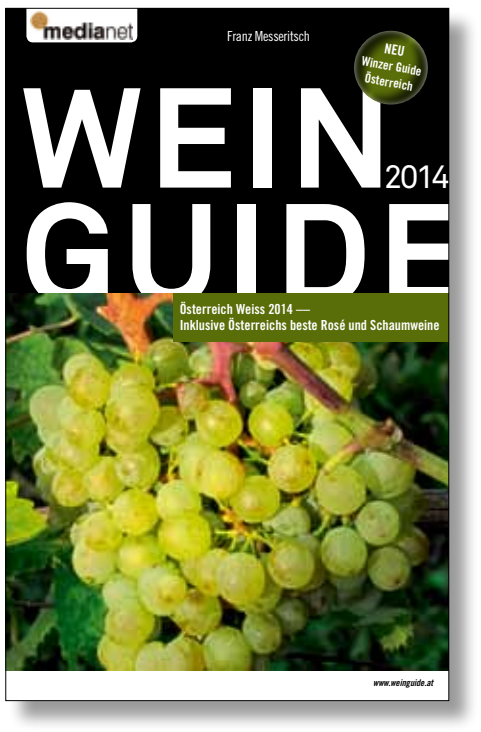
© APA/Georg Hochmuth

Norbert Kettner, Direktor von WienTourismus: „Globales Aushängeschild!"

WENN WEIN DEINE WELT IST, IST DAS DEIN GUIDE.

NEU ab 29.9.2014

Die PREMIUM GUIDES von medianet
Inside Your Business. Today.



Man muss nicht alles wissen.
Man muss nur wissen,
wo man nachschlagen kann.

Weitere Informationen & Bestellung
unter www.weinguide.at

SHORT

Icelandair-Kurzreise für 299 statt 349 Euro

© Icelandair

Nordlichter auf Island sind ein eindrucksvolles Naturschauspiel.

München. Den Zauber der Nordlichter erleben, frisch gefangenen Fisch essen und in wohlig-heißen Quellen baden: Island zeigt sich in den Wintermonaten von seiner romantischsten Seite. Für Besucher, die einen ersten Eindruck von der facettenreichen Insel bekommen möchten, lohnt sich eine Kurzreise von Icelandair.

Beim „Superdeal" verbringen Reisende drei Nächte in Reykjavik, Hotelübernachtung mit Frühstück und Flug ab/bis Frankfurt oder München. Für Schnellentschlossene gibt es diese Kurzreise unter dem Namen „Reykjavik zum kleinen Preis" derzeit noch bis zum 9. Oktober um 299 € p.P.

Reisezeitraum ist vom 1. November 2014 bis 31. März 2015, ausgenommen ist die Reisezeit zwischen 15. Dezember 2014 und 11. Jänner 2015.

www.icelandair.de

Gemeinsame PR-Tour von Eva Air & Shanghai

Wien. Eva Air und die Shanghai Municipal Tourism Administration (SMTA) verstärken ihre gemeinsamen Bemühungen, Reisen nach Taiwan, nach Shanghai und in die Region des Jangtsekiang-Flussdeltas attraktiver zu machen.

Mit „One Trip Taiwan & Shanghai" wollen die private Taiwanesische Fluggesellschaft und die chinesische Metropole Gäste aus Europa anlocken. Die Besucherzahlen aus Österreich sind vielversprechend, bieten aber noch Potenzial: 2013 waren 22.000 Österreicher in Shanghai und 6.000 in Taiwan.

www.evaair.com

Istrien ist ein trendiges Radziel an der Adria

© Tourismusverband Istrien

Die Istria Bike Days (von 21. September bis 5. Oktober 2014) sind bei Radlern aus ganz Europa beliebt.

Umag. Die Istria Bike Days präsentieren sich als vielseitiges Herbstprogramm für Biker mit Spezialpackages, Camps und Rennen für Hobbyradfahrer und Profis in der Region Umag, Novigrad, Brtonigla und Buje im Nordwesten Istriens.

Ein Highlight des Programms ist das Freizeitradrennen Öko Bike Marathon, das parallel zum „Traubenfest" in Buje stattfindet; ein zusätzlicher Bonus für alle Biker sind die Bike Days-Sonderpreise.

www.istra.hr

theAlps Award 2014 Projekt „ReWild von Grand Traversée des Alpes" in Koop mit Regionalparks ausgezeichnet

Starke Marketingstrategie

Muriel Faure übernahm den Preis für „die innovativste digitale Marketingstrategie im Alpentourismus".

ALICE HEFNER

Arosa. Die Award-Verleihung zählt zu den Höhepunkten der jährlichen Tourismusfachveranstaltung theAlps, die in Arosa im Schweizer Kanton Graubünden stattfand.

Das Projekt „ReWild von Grand Traversée des Alpes" in Kooperation mit den vier Rhône-Alpes-Regionalparks Vercors, Chartreuse, Haut-Jura und Massif des Bauges wurde als „innovativste digitale Marketingstrategie im Alpentourismus" mit dem theAlps Award 2014 ausgezeichnet.

Outdoor-Spiel mit GPS

30 Projekte aus den AlpNet-Partnerländern wurden unter der Leitung des Juryvorsitzenden Hubert Siller, MCI Tourismus Innsbruck, durch eine Expertenjury begutachtet und bewertet. Fünf Projekte hatten Chancen auf den Award, der im Auftrag von AlpNet – Verein zur Förderung des Alpentourismus – vergeben wird.

„Die Entscheidung war knapp. Alle fünf Finalisten-Projekte sind hervorragende Best Practise-Beispiele dafür, wie man dem Gast sein Urlaubserlebnis noch bequemer macht", so Siller.

Das GPS-gesteuerte Outdoor-Spiel ReWild verwischt die Grenzen zwischen Fiktion und Realität und lockt zum Outdoor-Abenteuer.

„Die Erlebnisinszenierung auf Basis von ‚Gamification' ist ein faszinierender Mix aus Natur und Fantasie. Insbesondere jüngere Zielgruppen werden durch den crossmedialen Einsatz zu alpinen Outdoor-Erlebnissen animiert. Das interaktive GPS-gesteuerte Spiel fördert damit auch die Identifikation mit dem Lebensraum Alpen", ist die Expertenjury überzeugt.

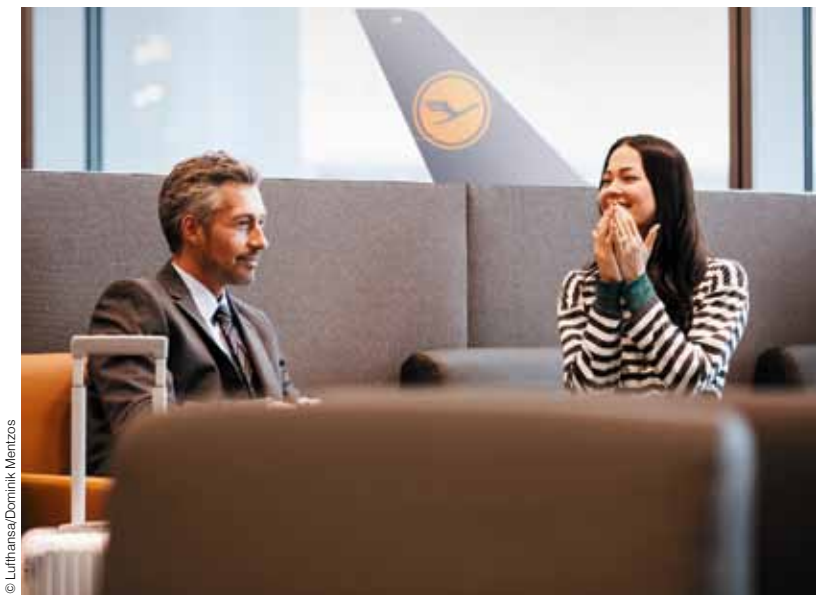
www.rewild.fr
www.the-alps.eu

© pro.media

theAlps Award 2014 für die Region Rhône Alpes: Gewinnerin Muriel Faure (Bildmitte) bei der Preisverleihung mit (von li.) Gaudenz Thoma (Graubünden Ferien), Josef Margreiter (Präsident Alpnet) und Hubert Siller (MCI Tourismus).

Lufthansa Statuskunden haben ab sofort zusätzliche Vorteile wie Lounge-Gutscheine und eVoucher für Upgrades

Mehr Leistungen für „Miles & More"-Gäste



© Lufthansa/Dominik Mentzos

26 Mio. Teilnehmer: „Miles & More" ist Europas größtes Vielfliegerprogramm.

Frankfurt/M. Ab sofort können Frequent Traveller, Senatoren und HON Circle Member in den Genuss von Vorteilen kommen; diese erhalten sie mit dem neuen Programmbestandteil „Miles & More Selections" bei Erreichung bestimmter Meilenstufen. Die Neuerung soll das Fliegen mit den teilnehmenden Airlines noch attraktiver machen und Kundentreue belohnen.

Partnerkarte für Freunde

Für jeden Status steht eine Auswahl der neuen Select Benefits zur Verfügung. So profitieren Statuskunden z.B. von Lufthansa WorldShop-Rabatt-Gutscheinen im Wert von bis zu 100 € oder von Gutscheinen für den Besuch in einer Business oder Senator Lounge. Senatoren und HON Circle Member haben darüber hinaus die Auswahl aus elektronischen Vouchern, die ein Upgrade in die nächsthöhere Reiseklasse ermöglichen oder Gutscheine für Lufthansa First Class Lounges oder eine Partnerkarte für Familienangehörige oder Freunde vergeben.

Vielflieger können sich für drei Status-Ebenen qualifizieren: Sie erreichen ab 35.000 Statusmeilen mit den Airline-Partnern pro Kalenderjahr den Frequent Traveller Status, ab 100.000 Statusmeilen den Senator Status und ab 600.000 HON Circle Meilen in zwei aufeinander folgenden Kalenderjahren den HON Circle Status.

www.miles-and-more.com

Kreuzfahrtguide Der „Berlitz Cruising & Cruise Ships 2015" vergibt Bestnoten an MS Europa und MS Europa 2

Höchstnote für Hapag-Lloyd Kreuzfahrten

Hamburg. Die 30. Ausgabe des renommierten Kreuzfahrtguides Berlitz Cruising & Cruise Ships 2015 erscheint am 1. Oktober 2014. Das Team um Autor Douglas Ward prüfte 270 Kreuzfahrtschiffe und ließ dabei Kriterien wie die Schiffsausstattung, die Qualität, das Angebot in den Restaurants, den Service, das Entertainment sowie das Kreuzfahrterlebnis allgemein in die Bewertung einfließen.

Boutique-Schiff Hanseatic

Dabei gibt es Höchstnoten für die Luxusschiffe von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten:

MS Europa und MS Europa 2 verteidigten ihre Spitzenpositionen im Vergleich zum Vorjahr und werden jetzt als einzige Schiffe mit der Bestnote „5-Sterne-Plus" bewertet.

Das Hapag-Lloyd Expeditionsschiff MS Hanseatic erhält als bestes „Boutique-Schiff" die Bewertung „5-Sterne" und ist damit weltweit einzige Expeditionsschiff im Premium-Bereich.

Die MS Europa 2 erreicht mit 1.860 von möglichen 2.000 Punkten mehr Punkte als andere Schiffe, die MS Europa hat 1.851 Punkte. Beide Schiffe führen somit das Ranking in der Kategorie „Kleine Schiffe bis 750 Passagiere" an und sind weltweit Spitzenreiter.

Auszeichnung für Bremen

„Auf beiden Schiffen kann man wunderbare Kreuzfahrten verbringen", so Douglas Ward, Autor des Cruise Guides, über MS Europa und MS Europa 2, „mit einem überragenden Platzangebot pro Gast, geräumigen Decks, einem ausgezeichneten gastronomischen Angebot sowie einem freundlichen, aber unaufdringlich persönlichen Service. Beide Schiffe haben einmal mehr bewiesen, dass sie in ihren Kategorien unschlagbar sind."

Mit 1.765 Punkten wurde die MS Hanseatic ausgezeichnet, die 2015 die Antarktis, chilenische Fjorde, den Panamakanal, Orinoco und Amazonas, die Azoren und die Färöer sowie Island und Grönland, Kanada, Westeuropa und Afrika anlaufen wird.

Das Traumschiff MS Bremen erhielt die Bewertung „4-Sterne-Plus" und 1.555 Punkte.

2015 wird das Schiff mit maximal 155 Gästen über die Nordostpassage Kamtschatka, Marshallinseln, Südsee, Osterinseln und Antarktis anlaufen.

© Hapag-Lloyd Kreuzfahrten

Hapag-Lloyd Luxusliner MS Europa 2 erreichte Höchstnote aller bewerteten Schiffe.

Ein Qualitätsversprechen

„Die Bewertung erfüllt uns mit Stolz und ist eine ganz besondere Bestätigung für unsere Leistung und unser Qualitätsversprechen, die einmal mehr unsere Position als führender Anbieter von Luxuskreuzfahrten unterstreicht", so Karl J. Pojer, Vorsitzender der Geschäftsführung von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten. „Ein großer Dank gilt daher ebenso unseren Crewmitgliedern an Bord wie auch unseren Mitarbeitern in Hamburg."

www.hl-kreuzfahrten.de

Lotus Travel Service Der Münchner Asienspezialist präsentiert in der Wintersaison 2014/2015 viele neue Packages

Stark erweitertes Asien- und Ayurveda-Programm

Highlights: Kreuzfahrt in Birma, Trekking in Nepal, Dschungeltour in Thailand, Wellness in Sri Lanka.

GEORG BIRON

München. Das neue Angebot in den beiden Ganzjahreskatalogen „Indien & Indischer Ozean“ und „Südostasien“ enthält ab sofort eine Reihe neuer, handverlesener Erlebnisse, darunter eine exklusive Flusskreuzfahrt durch Myanmar, eine Exkursion ins Reich der Khmer, aufregende Dschungelabenteuer in Südthailand, Abstecher in den verträumten Norden von Laos, eine Rundreise auf Flores, Rinca und Komodo, Ayurveda-Wellness-Resorts in Sri Lanka sowie atemberaubende Trekkingtouren durch Bhutan und Nepal.

Das auf dem deutschsprachigen Markt wohl umfangreichste Angebot an Ayurveda-Reisen wird um fünf Hoteljuwele an den schönsten Plätzen Indiens ergänzt. Auch die Auswahl an Hotels vergrößert sich dank neuer Strandhotels in Thailand, Vietnam, Indien und auf Sri Lanka sowie Stadt- und Leisurehotels in Kuala Lumpur, Hongkong, Dubai und Kathmandu.

Weltenbummler finden in den beiden Lotus-Katalogen auf über 600 Seiten von Expertenhand zusammengestellte Reisebausteine, Rundreisen sowie authentische Ayurveda-Resorts und Hotels in 16 Ländern Asiens.

© Panthermedia.net/Paul Prescott

In Sigiriya in Sri Lanka erwarten die Lotus Travel Service Reisenden exotische Abenteuer in fast unberührter Natur.

Ohne Alkohol & Nikotin

Sein Angebot für Ayurveda-Reisen hat Lotus Travel Service mit fünf neuen Resorts ausgebaut: in Südindien mit dem 2014 eröffneten, kleinen, exklusiven Meiveda Ayurveda Beach Resort an einem der schönsten Strände Keralas, wo Gäste in hellen, freundlichen Villen residieren; mit dem Kalari Rasayana, dem jüngsten Resort der CGH-Earth-Hotelgruppe – ein Ayurveda-Hotel für höchste Ansprüche, in dem völlig auf Koffein, Nikotin und Alkohol verzichtet und ausschließlich in schlichten, hellen Suiten mit Himmelbett übernachtet wird; sowie mit dem Kerala Ayurtheeram at Isola di Cocco an den Ufern des Poovar-Flusses, ein Ayurveda-Hotel, das nur per Boot erreichbar ist und inmitten eines Netzes aus Seen, Lagunen, Flüssen und Wasserstraßen liegt.

Im Hinterland Goas kommt das Devaaya Ayurveda & Nature Cure Centre auf einer kleinen Insel, umringt von Reisfeldern, Kokoshainen und Naturschutzgebieten, hinzu – dank der abgeschiedenen Lage eine besondere Oase der Ruhe.

Ein Juwel ist das höchst exklusive, puristisch schöne Vana Malsi Estate im nordindischen Dehradun, einer der spirituellsten Regionen der Welt; das Resort ist konzipiert als Refugium, in dem das physische, geistige, emotionale und spirituelle Wohl des Gastes im Mittelpunkt steht.

Goa Resort & Casino Hotel

Dazu bedient man sich der Methoden aus den Bereichen Ayurveda, tibetischer Medizin, Naturheilkunde, Yoga, Wellness, Fitness sowie der Heilkraft des Wassers.

Auch neue Strandhotels bereichern das Programm „Indien und Indischer Ozean“, darunter das einfache, aber umso reizvollere, in einer unberührten Bucht gelegene Drei Sterne Palm Paradise Cabanas auf Sri Lanka, dessen schlicht und behaglich ausgestatteten Cabanas und Villen in einer weitläufigen Anlage unter schattigen Palmen und Hibiskusbäumen verstreut liegen; oder das Vier Sterne The Zuri White Sands Goa Resort & Casino mit seiner Mischung aus indischen und kolonialen Stilelementen.

Die Gäste erwartet hier Exklusivität, Großzügigkeit, Komfort, ein eigenes Spa sowie eine entspannte Atmosphäre inmitten einer Garten- und Poollandschaft.

Der Südostasien-Katalog 2014/15 von Lotus wurde um zusätzliche Touren durch Indochina und Indonesien ergänzt. Auch für Laos hat Lotus Travel neue Reisebausteine aufgelegt.

www.lotus-travel.com

SimpliFlying Awards Abu Dhabi-Airline ausgezeichnet

Etihad feiert Social Media-Erfolge

Abu Dhabi. Etihad Airways feiert mit weltweit einer Million Fans auf Facebook und der Auszeichnung als „Best Emerging Airline“ in der Social Media-Sparte der SimpliFlying Awards 2014 große Erfolge im Bereich Social Media.

Etihad Airways hat verschiedene Initiativen auf ihren Social Media-Seiten gestartet, um Fans einzubeziehen und eine stärkere Bindung zu ihnen aufzubauen. Als Nebeneffekt wurden höhere Einnahmen für die Airline erzielt.

Potenzial von Social Media

Auf den Seiten finden sich News-Updates in Echtzeit über Marke, Sponsoring, neue Flugrouten, Produkte, Dienstleistungen und spezielle Angebote sowie Spiele.

Peter Baumgartner, Chief Commercial Officer von Etihad Airways, dazu: „Social Media-Kanäle haben sich zu einem wichtigen Teil unserer Kommunikation entwickelt. Die Auszeichnung spornt uns an, in der globalen Reiseindustrie mit gutem Beispiel voranzugehen, wenn es darum geht, das Potenzial von Social Media zu nutzen und die Geschichte von Etihad Airways auf möglichst innovative Weise zu vermitteln.“

Etihad Airways nahm den Betrieb im Jahr 2003 auf und beförderte 2013 11,5 Mio. Passagiere. Vom Drehkreuz am Abu Dhabi International Airport bedient Etihad 108 Passagier- und Cargo-Destinationen. Die Flotte umfasst 104 Airbus und Boeings; weitere 200 Maschinen sind bestellt.

www.etihad.com

© Etihad Airways

Elizabeth Selby, Head of Social Media Etihad Airways, nahm Award entgegen.

Europäische Reiseversicherung Neue Jahrespakete

Risiko besteht auch bei Kurzreisen

Wien. „Von den 18 Mio. Urlaubsreisen der Österreicher sind jene, die über Reisebüros organisiert werden, zu rund 65% meist gut abgesichert, bei den individuell organisierten sind es schätzungsweise nur rund 15%“, so Wolfgang Lackner, Vorstandsvorsitzender der Europäischen Reiseversicherung AG, des größten heimischen Reiseversicherungsunternehmens.

Reisen gehört zum Alltag

Für einen Besuch in der Nachbarstadt oder eine Tagesreise zwecks geschäftlicher Besprechung in eine europäische Destination kommen viele gar nicht auf die Idee, eigens eine Reiseversicherung abzuschließen, obwohl das Risiko eines medizinischen Notfalls oder das Reisegepäck zu verlieren, auch bei Kurzreisen gegeben ist.

Egal wie lange die Reise dauert, statistisch gesehen erleidet jeder 50. Reisende einen Schadenfall.

Wenn Reisen nicht nur seltene Ereignisse sind, sondern mehrmals im Jahr stattfinden, bewähren sich die „Jahres-Reiseversicherungen“, wie sie von der Europäischen Reiseversicherung „erfolgreich für Privatpersonen und große Unternehmen und nun auch als neues Produkt für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und deren Mitarbeiter angeboten werden“, so Lackner.

Alle Jahres-Reiseversicherungen werden in den Varianten „Plus“ und „Standard“ angeboten, mit Storno- oder/und Reiseschutz.

www.europaeische.at

© Panthermedia.net/Dmitry Shironosov

Nur geschätzte 15% der Urlaubs- und Biz-Reisen sind ausreichend versichert.

SHORT

TCM trifft im Hotel auf Ylang Ylang-Rituale

© One&Only Resorts

Himmlische Treatments gibt's im One&Only Spa auf Mauritius.

München. Von Oktober bis Dezember 2014 entführt der Heilpraktiker Ken Rosen die One&Only Le Saint Géran-Hotelgäste auf einer privaten Halbinsel an der Nordostküste von Mauritius in die Welt der Traditionellen Chinesischen Medizin. Das Ylang Ylang-Ritual hingegen verströmt den Geist Mauritius‘. Die intensiv duftende Ylang Ylang-Pflanze ist auf Mauritius heimisch und bildet die Basis für wohltuende Behandlungen. Die Kosten für das aufwendige Ylang Ylang-TCM-Ritual liegen bei ca. 265 €.

www.oneandonlyresorts.com

TravelTainment hat neue Suchtechnologie

Frankfurt/Würselen. TravelTainment – The Amadeus Leisure Group setzt die Hotelsuche in diesem Herbst technisch neu auf. Die neuen Verfahren basieren auf Search3, der selben vollständig neu entwickelten Suchmaschinen-Technologie, auf der auch die Flug-Search-Engine der dritten Generation beruht, die im Frühjahr vorgestellt wurde.

„Die Hotelsuche der neuen Generation bietet Hotels und Reiseveranstaltern viele Chancen – z.B. die Möglichkeit, ihren Nur-Hotel-Buchungscontent häufiger zu aktualisieren“, so Lothar Schmitz, Head of IT Core Development bei TravelTainment. „Wir werden in den kommenden Wochen auf die Leistungsträger zugehen und gemeinsam erarbeiten, in welchem Umfang sie diese Möglichkeiten nutzen wollen.“

www.traveltainment.de

TUI Holly-Awards 2014 wurden nun verliehen

© TUI/muhaphotos.com

100 Hotels weltweit wurden mit dem begehrten Touristikpreis prämiert.

Wien. Die kritischsten Hoteltester sind die Gäste selbst. Hunderttausende Urlauber testen Jahr für Jahr Hotels und geben dann ihr Urteil ab. TUI wertet in der größten Kundenumfrage der Touristikbranche das Votum ihrer Kunden aus und prämiert dann die Top 100.

Die Gewinner-Hotels stehen mustergültig dafür, ihren Gästen mit Engagement besten Service und höchste Qualität zu liefern und damit entscheidend zu einem gelungenen Urlaub beizutragen. *www.tui.at*

SHORT

Gourmet-Restaurant in einer alten Skigondel

© Spa Hotel Jagdhof

Hier werden Fondues, Jausenbretter und feine Gourmet-Dinner serviert.

Neustift. Mit nur sechs Sitzplätzen ist die Genuss-Gondel auf der Panoramaterrasse des Fünf Sterne Spa-Hotel Jagdhof im Stubaital das kleinste Gourmet-Restaurant Tirols. Mit spektakulärem Blick auf das Gletscherpanorama werden in der ehemaligen Skigondel, die in über 120 Arbeitsstunden liebevoll in eine Mini Tiroler Stube umgebaut worden ist, die Gäste verwöhnt.

www.hotel-jagdhof.at/kulinarik/gondel

Smartphones werden zur Buchung genützt

© Tiscover

Schon jede sechste Alpen-Unterkunft wird heute mobil gebucht.

Innsbruck. Smartphones und Tablets werden auch bei der Urlaubsbuchung immer wichtiger. Beim Alpenportal Tiscover kam in diesem Sommer bereits ein Viertel aller Zugriffe über mobile Endgeräte, jeder sechste User buchte mobil.

„Das entspricht einer Steigerung von 50% im Vergleich zum Vorjahr", so Tiscover Co-GF Ronald Felder. „Mobile Kanäle sind wichtig geworden."

www.tiscover.com

Seminar- und Eventhotel Krainerhütte Die Location blickt auf einen erfolgreichen, innovativen Sommer zurück

Firmenweihnachtsfeiern

Die einzigartigen Weihnachtspackages kann man schon jetzt ab 60 € pro Person online buchen.

ALICE HEFNER

Baden bei Wien. Das Seminar- und Eventhotel Krainerhütte blickt auf einen erfolgreichen Sommer zurück; verantwortlich sind hierfür vor allem innovative Seminarangebote, die unter dem Motto „Sommerzeit" Besucher aus Nah und Fern ins Helenental lockten.

Reflexionen des Ichs

Außergewöhnliche Themenschwerpunkte waren etwa die Schwitzhüttenzeremonie, Trommelabende, Gesangsrituale oder intensive Seminare, die der Reflexion des eigenen Ichs und dem Loslassen von der Hektik des Alltags dienten.

So zeigt das Team der Krainerhütte, wie man dem branchenüblichen Sommerloch sowie dem Wetterrisiko wirkungsvolle Konzepte entgegenhalten kann.

Während man zufrieden den Sommer Revue passieren lässt, sind die Vorbereitungen auf die nahende Wintersaison bereits voll im Gange.

Weihnachtsfeiern in Sicht

Neben der traditionellen Hochsaison im Tagungs- und Seminar-Tourismus sind es ganz spezielle Firmenweihnachtsfeiern, die im Seminar- und Eventhotel Krainerhütte heiß begehrt sind.

Das einzigartige Ambiente mit beleuchtetem Winterwald und Schnee vom Semmering, das besondere Rahmenprogramm mit lustigen Aktivitäten wie Schneeball-Dosenschießen und die kulinarischen Köstlichkeiten sind Grundbausteine für einen nachhaltigen und motivierenden Mitarbeiter-Event am kleinen Wegerl im Helenental (ab 60 € p.P.).

www.firmenweihnachtsfeier.at

© Seminar- und Eventhotel Krainerhütte

Glitzernd und stimmungsvoll zeigt sich die Krainerhütte zu Weihnachten ihren Gästen.

Hotel Sportwelt Ex-Skirennläufer, Weltmeister und Olympiamedaillengewinner Michael Walchhofer mit neuem Haus

Ein neues Hotel in Altenmarkt-Zauchensee

© Hotel Sportwelt Altenmarkt-Zauchensee – Walchhofer

Michael (li.) und Rupert Walchhofer freuen sich auf Eröffnung ihres Hotels Sportwelt.

Altenmarkt-Zauchensee. „Hotelier zu sein, ist eine wunderbare Aufgabe, der Umgang mit Gästen macht mir einfach Spaß", sagt der sympathische Ex-Skirennläufer, Weltmeister und Olympiamedaillengewinner Michael Walchhofer, der sich dort, wo er das Siegen auf zwei Brettern gelernt hat, ein weiteres Hotel baut und sich damit einen Traum erfüllt.

Drei Sterne im Angebot

Mit Begeisterung führt der Ex-Skiprofi seit dem Ende seiner Karriere gemeinsam mit seinem Bruder Rupert die Hotels Zauchensee Zentral und Zauchenseehof.

„Mit dem Bau des neuen Hauses Sportwelt haben wir unser Hotelangebot nicht nur erweitert, wir können jetzt auch ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten und alle Ansprüche erfüllen", so Walchhofer.

Das Hotel Sportwelt mit einem Investitionsvolumen von 6,7 Mio. € hat drei Sterne, während die anderen beiden mit vier Sternen dekoriert sind.

Während die anderen beiden Hotels ihre Gäste eher mit einem typisch alpinen, gediegenen Stil begeistern, fällt die Sportwelt mit einer klaren, geradlinigen und modernen Architektur auf.

Gäste starten ihren Skitag in Zauchensee direkt vor der Hoteltür, offiziell eröffnet wird das Haus am 8. Dezember 2014.

www.hotel-sportwelt.com

Angerichtet

Alt Wiener Suppentopf

© Schick Catering (2)

Zutaten für 4 Personen:
500 g Tafelspitz
200 g Karotten
200 g gelbe Rüben
100 g Sellerie
1 Zwiebel mit Schale
50 g Suppennudeln
Salz, Pfeffer, Muskatnuss
Schnittlauch und Petersilie

Zubereitung
Zwiebel mit Schale halbieren, mit der Schnittfläche nach unten in einem hohen Topf braun rösten. Mit 1,5 l kaltem Wasser aufgießen und aufkochen. Tafelspitz einlegen und ca. 1 Std. leicht köcheln. Danach Wurzelgemüse ca. 20 min. mitkochen. Fleisch und Gemüse aus der Suppe nehmen und abkühlen lassen. Suppe mit Salz, Pfeffer und Muskatnuss abschmecken. Fleisch und Gemüse in kleine Würfel schneiden. Suppennudeln separat kochen und mit den Fleisch- und Gemüsewürfeln in einem Suppenteller mit der heißen Suppe anrichten; mit Schnittlauch garnieren.

Keine Lust zum Selberkochen? Mehr Wiener Klassiker gibt's im Restaurant Stefanie!

www.schick-catering.at
Schick Hotels & Restaurants Wien
Taborstraße 12, 1020 Wien
Tel. +43 1 211 50 520
bankett@schick-hotels.com

Ihr Catering-Spezialist für Firmenfeiern und Events

Hotel Goldener Hirsch „Jazz & The City" vom 22. bis 26. Oktober in Salzburg

Das jazzige Salzburg erkunden

Salzburg. Auch in diesem Jahr geben sich nationale und internationale Stars der Szene beim Salzburger Musik-Event „Jazz & The City" die Ehre und verwandeln vom 22. bis 26. Oktober die Salzburger Altstadt mit ihren Cafés, Bars, Plätzen und Galerien in ein Mekka der Musikszene.

Auf 100 Veranstaltungen an 50 verschiedenen Orten präsentieren sich die Musiker bei freiem Eintritt.

Stilvoll genächtigt werden kann im Fünf Sterne-Hotel Goldener Hirsch in Salzburgs geschichtsträchtiger Getreidegasse.

Bereits zum 15. Mal findet „Jazz & The City" statt; der Event hat sich zu einem festen Bestandteil der herbstlichen Kulturszene Salzburgs entwickelt.

Auch heuer liest sich das Programm wie ein kleines „Who is Who" des Jazz. Die Liste reicht dabei vom Louis Sclavis Silk Quartet über das Terence Blanchard Quintet und das Avisha Cohen Trio bis hin zu Hannes Löschel & Friends.

© Hotel Goldener Hirsch

Die Hirschenbar im Hotel Goldener Hirsch ist im Oktober ein Hotspot für Jazz-Fans.

Destinations-Arrangement

Stilvoll residieren können Jazz-Freunde im ehrwürdigen Hotel Goldener Hirsch, das mit seiner Lage inmitten der historischen Altstadt einen idealen Ausgangspunkt für alle Veranstaltungen rund um den Jazz-Event bildet.

Ab 430 € pro Nacht können Gäste mit dem „Destinations-Arrangement" dabei ihr ganz persönliches Salzburg erleben. So sind bei einem Mindestaufenthalt von zwei Nächten neben hausgemachtem Lebkuchen und einem Buch als Willkommensgeschenk auch ein traditionelles Frühstück im „Rosa Salon", eine Lehrstunde für den berühmten Hauscocktail „Susanne" sowie die Salzburg Card 24 (für eine Person), eine Fiaker-Kutschfahrt und eine private „Sound of Music"-Tour enthalten.

www.goldenerhirsch.com

careernetwork

© Robin Cons./Roznovsky

ENDE DER PERSONALBERATER?
Schon heute entscheiden immer öfter Software-Tools über die Mitarbeiter **Seite 69**

© Panthermedia/Berold

DAS „GELOBTE LAND" ERASMUS
Wer einen Teil des Studiums im Ausland absolviert, hat weniger Arbeitslosenrisiko **Seite 71**

PETER SEDLMAYER
AWA/WKÖ

© Aussenwirtschaft Austria

© Bettina Futter

„Unser Compass zeigt den richtigen Daten-Kurs"

Profil Seit fast drei Jahrzehnten agiert Hermann Futter (47) als Info-Dealer ersten Ranges und hilft außerdem zahlreichen Start-ups. **Seite 68**

Lehrlinge als Chefs Eine Woche lang führten Nordsee-Lehrlinge in Eigenregie eine Filiale in Linz. **Seite 69**

© Panthermedia.net/Arne Trautmann

TOP-RECRUITING
Die neuesten Trends bei der Personalsuche: Von Recrutainment über Active Sourcing bis zum Speed Dating. **Seite 70**

Europa im Vergleich EU-weit dominieren nach wie vor Männer in den Chefetagen

Wir haben zu wenige Chefinnen

Wien. Lediglich 18,6% der Sitze in den höchsten Entscheidungsgremien der Konzerne besetzen Frauen, meldet die EU-Kommission; Österreich liegt dabei mit 11,8% noch deutlich darunter.

Spitzenreiter Lettland kratzt dabei mit 31,4% fast am Drittelanteil, wohingegen am anderen Ende der Skala Malta mit 2,7% abgeschlagen hinter Tschechien (6,7%) liegt.

Wenigstens gibt es Zeichen für eine Trendumkehr: Die nunmehrigen 18,6% Frauenanteil entsprechen einem Anstieg um 0,8 Prozentpunkte innerhalb eines Jahres. Auch stieg zwischen Oktober 2010 und April 2014 der Frauenanteil in Chefetagen in 23 von 28 Mitgliedsländern.

© Panthermedia.net/Rehan Qureshi

In Österreich gibt es besonders wenige Frauen in echten Führungspositionen.

Österreich kann hier ein Plus von 3,1 Prozentpunkten verbuchen – liegt damit aber weit hinter den Spitzenreitern Frankreich, Italien und Slowenien.

Noch dünnere Luft

Blickt man an die absolute Spitze, wird die Luft für Frauen noch dünner: Lediglich 3,3% beträgt der weibliche Anteil im Vorstand bei den börsennotierten Unternehmen Europas. *(pj)*

FH Burgenland Internationales Weinmarketing

Den Wein studieren

© FH Burgenland

Marcus Wieschhoff leitet Internationales Weinmarketing an der FH Burgenland.

Eisenstadt. Marcus Wieschhoff leitet seit Kurzem den Masterstudiengang Internationales Weinmarketing. „Ich wollte das Angenehme mit dem Nützlichen verbinden und habe die einzigartige Kombination von Wein und BWL an der FH Burgenland gefunden."

Singulär in Österreich

Das Studium bietet die hierzulande einzigartige Möglichkeit, sich für eine Karriere in der Wein- und verwandten Branchen auf Master-Niveau auszubilden. *(pj)*

www.fh-burgenland.at

Compass bleibt auf Kurs

Compass-CEO Hermann Futter (47) ist ein Informations-Generator des dritten Jahrtausends.

© Bettina Futter

PAUL CHRISTIAN JEZEK

Wien. Im Gespräch mit Hermann Futter fühlt man sich unwillkürlich an die Zeiten eines William Baffin, John Franklin oder Robert McClure auf der Suche nach der Nordwestpassage erinnert: Auf der Suche nach neuen Wegen, nach frischen Möglichkeiten, nach innovativen (Geschäfts-)Chancen … Pioniergeist pur, in allen Lebenslagen.

„Neben dem KMU-Portal firmeninfo.at und unserem Kernprodukt Firmen-Compass sind wir mit unserer Tochter HF Data Gmbh auch die größte Verrechnungsstelle der Republik für Firmenbuch- und Grundbuchabfragen mit einem Jahresumsatz von mehr als 12 Millionen € und einem Marktanteil von rund 40%“, fasst Futter „sein“ ganzes Business in einem Satz zusammen.

Sein ganzes im Sinne von „komplettes“ Business? Bei Weitem,

> „Die besten Chancen sind nicht die offensichtlichen.“
>
> HERMANN FUTTER

nein! „Mit unserer Tochter punkt.wien GmbH sind wir der Betreiber der neuen top-level-domain (tld) .wien, die im Juli gestartet ist und bereits mehr als 10.000 Anmeldungen hat – und als Business Angel haben wir es bereits Dutzenden Start-ups ermöglicht, unternehmerisch tätig zu werden.“

Denn seit 2009 beschäftigt sich die Firmengruppe auch mit der Finanzierung junger Unternehmen, um diesen die Möglichkeit zu bieten, ihre Visionen von Produkten und Dienstleistungen wahr werden zu lassen. „Gleichzeitig ergibt sich immer wieder die Möglichkeit, aus den Erfahrungen mit diesen neuen Entwicklungen die *eigenen* Produkte des Verlagshauses zu verbessern“, agiert Futter (auch hier) nach dem Prinzip „Geben und Nehmen“.

Als Beteiligungsbeispiele nennt er etwa 123people, CYAN Networks, adaffix, ciuvo, payolution oder die wikitude GmbH – immerhin Weltmarktführer im Bereich Augmented Reality. „Um die start-up Finanzierungen strukturierter abhandeln zu können, haben wir uns auch am Aufbau des early-stage-Investors speedinvest beteiligt, der mittlerweile seinerseits Anteile an zahlreichen Start-ups hält.“

ZUR PERSON

Hermann Futter begann vor 28 Jahren für den Compass-Verlag zu arbeiten. Zuerst baute er ab 1988 Unternehmen in den Ländern des ehemaligen Ostblocks auf, die Mitte der 90er-Jahre wieder verkauft wurden. Mit dem Erlös wurde der frühzeitige Einstieg ins Internet finanziert.
Ab 1998 war er auch der erste Gerichtssachverständige für das Internet in Österreich und betreibt das älteste Kulturprojekt Österreichs im Internet unter www.schuettelreime.at
Futter ist verheiratet und hat drei Kinder.

Die „Internet-Passage“

Bleibt man beim Beispiel der Nordwestpassage, war der traditionsreiche Compass Verlag sogar deutlich früher „im Geschäft“. Während die erste komplette seemännische Durchfahrt erst Anfang des vergangenen Jahrhunderts gelang (Roald Amundsen, 1903–06, ja genau: *dem* Roald Amundsen), besteht das Familienunternehmen bereits seit 1867. Dennoch hat Hermann Futter gemeinsam mit seinem Bruder Nikolaus schon in den 1990er-Jahren echten Pioniergeist bewiesen und 1994 das Traditionsangebot „Firmeninformationen“ ins damals noch blutjunge Internet gebracht. „Wir haben in Österreich Tag für Tag durchschnittlich knapp 90 Neugründungen und Hunderte Änderungen“, sagt Futter. „Um hier wirklich auf dem Laufenden zu bleiben, gibt es keine Alternative zu einem webbasierten Produkt. Jede Wirtschaftsinformation muss immer aktuell verfügbar sein, sonst bringt sie nichts. Deshalb ist firmeninfo.at ein tagesaktueller Service – und wenn es nach uns geht, bleibt es auch für die nächsten 150 Jahre der schnellste und verlässlichste Auskunftsdienst bei Firmeninformationen.“

> „Wir haben bereits Dutzenden Start-ups die unternehmerische Tätigkeit ermöglicht.“
>
> HERMANN FUTTER

firmeninfo.at offeriert Unternehmern, Auftraggebern und -nehmern kostenfreie Basis-Informationen über 230.000 Firmen – das sind alle protokollierten Unternehmen Österreichs und noch einige mehr. Branche, Adressdaten, Firmenbezeichnung und Telekommunikationsdaten sind frei abrufbar, „tiefere“ Informationen stehen registrierten Kunden zur Verfügung – online, rund um die Uhr, jederzeit von überall und täglich aktualisiert.

Viele Wege zu neuen Zielen

Wer darf mit zur Passage bzw. – in **media**net-Semantik – an wen richtet sich Ihr Angebot, Herr Futter? „In erster Linie an kleine und mittlere Unternehmen, aber auch an Einpersonenunternehmen, die vermehrt auf der Suche nach Partnern oder Firmenkunden sind. Natürlich sind Hintergrundinformationen über Ansprechpartner und Produkte auch für Stellenbewerber oder Consulter interessant, Hauptzielgruppe sind aber immer Unternehmer!“

Und ständig findet Futters Informationskonzern neue, frische „Passagen“: Nach der kostenfreien Firmensuche für die grundlegenden Informationen und dem „Profiler“, der vertiefende Details über Entscheider und Verflechtungen anbietet, wurde der „Monitoring“-Service „entdeckt“. „Damit können Sie Firmen und Personen definieren, über die Sie auf dem Laufenden bleiben wollen; wann immer es hier Änderungen gibt, erhalten Sie einen Hinweis darüber per E-Mail.“

Ein weiterer Erfolgsweg gelang mit „Selection“, einem Filtertool für kleine und mittlere Unternehmen, mit dem schnell und effizient die richtigen Partner, Kunden oder Lieferanten gefunden werden können. „Darüber hinaus haben wir noch einige weitere Ideen“, garantiert Futter. „Es gilt unsere Maxime: Wir sind erst zufrieden, wenn unsere Kunden durch den Einsatz unserer Informationen echte Vorteile erzielen!“ *www.compass.at*

DAS UNTERNEHMEN

1867: Gründung des Compass-Verlags durch Gustav Leonhardt
1977: Übernahme durch Werner Futter im Rahmen eines Management-Buyouts aus dem Besitz der Familie Hanel
1983: Gründung des ersten Tochterunternehmens CMD, Aufbau der ersten Handelsregisterdatenbank in Österreich
1989: Beginn der Ostexpansion, Gründung der „CompAlmanach-Gruppe“: Innerhalb von drei Jahren wurden insgesamt zehn Töchter gegründet und Beteiligungen eingegangen
1993: Nach 66 Jahren im 1. Bezirk neben der Börse Übersiedlung in das neue, größere Verlagshaus im 14. Bezirk
1994/95: Internet-Einsatz, erste kommerzielle Internetdatenbank Österreichs online
1995–2014: Diverse Akquisitionen, Gründungen und Beteiligungen
2005: Datenbanken werden ausschließlich mittels Online-Zugriff zur Verfügung gestellt, Neustrukturierung der kompletten Firmengruppe; am 20.3. stirbt Vater Werner Futter völlig unerwartet – 40 Jahre war er im Unternehmen tätig, 28 davon in der Funktion des Eigentümers
2009: Beginn der Start-up-Finanzierungen
2010: Marktführerschaft im Verrechnungs-Business, Etablierung einer eigenen Forschungsabteilung.
2011: CMDcomplete: ein völlig neues Produkt für Direktmarketing-Selektionen
2013: Relaunch der KMU-Plattform firmeninfo.at

10 Fragen

AN HERMANN FUTTER

Als Kind wollte ich immer schon …
… neue Wege gehen.

Erfolg ist …
… wenn man aus eigener Kraft etwas erreicht, was man eigentlich nicht einmal zu träumen gewagt hat.

Für die Karriere ist wichtig …
Fleiß, Ausdauer, Vertrauen in die richtigen Leute, Vertrauen auf die eigene Kraft; zum richtigen Zeitpunkt schadet ein wenig Glück nicht!

Mein Lebensmotto …
Wer aufgibt, hat schon verloren.

Jungen Menschen würde ich raten …
Habt Spaß und lasst euch von niemandem erklären, wie man erfolgreich wird. Die wenigsten Menschen, die ihr trefft, sind wirklich erfolgreich!

Die Bedeutung von Geld ist …
… ein reines Mittel zum Zweck. Glücklich wird man nicht durch Geld, sondern durch das Erreichen persönlicher Ziele.

Ein Buch, das mich berührt hat, ist …
Das „Handbuch zur intellektuellen Selbstverteidigung“ von Franz Schellhorns Agenda Austria – ein absolutes Muss!

Wohin ich reisen will?
Der Weg ist das Ziel; insofern ist die Frage falsch. :-)

Woran ich glaube?
An die schöpferische Kraft des Unternehmertums.

In 20 Jahren werde ich …
… noch viel vorhaben.

Recruiting-Revolution Müssen die Top-Spezialisten schon sehr bald für sich selbst auf Jobsuche gehen?

Ende der Personalberater?

Schon heute entscheiden immer öfters Software-Tools über den perfekten Mitarbeiter.

Wien. Ist der Personaler ein Auslaufmodell? Am 10. September lud das Wiener Start-up Prescreen by MercuryPuzzle zu einer hochkarätig besetzten Diskussion über die Zukunft des Personalwesens in die Räumlichkeiten von Microsoft Österreich.

„Die Digitalisierung des Recruitings war für KMUs bis dato zu komplex und zu teuer", sagte Gastgeber Nicolas Vorsteher von Prescreen by MercuryPuzzle. „Nur Großunternehmen konnten sich maßgeschneiderte Systeme leisten. Der technische Fortschritt ermöglicht es aber, einfache Lösungen in der Cloud jedem ohne großen Integrationsaufwand anbieten zu können. Der digitale ‚all-in-one Recruitingshop' wird in den nächsten fünf Jahren Personalberater und Agenturen – ausgenommen Top-Level Headhunter – ersetzen." Unternehmen wie die UniCredit Bank Austria oder die EVN setzen schon heute Software-Lösungen im Personalbereich ein.

© Robin Consult Roznovsky

Mathias Hiebeler, Doris Tomanek (UniCredit Bank Austria), Sandra Micko (Microsoft), Recruiting-Coach Henrik Zaborowski, Christian Göttinger (A1 Telekom Austria, v.l.)

Brutale Geschwindigkeit

Für Doris Tomanek (Vorstandsmitglied Human Ressources AT&CEE, UniCredit Bank Austria AG) ist Innovation weniger technisch als inhaltlich getrieben: „Die Software von Prescreen hilft uns in erster Linie beim internen Recruiting. Warum wir das benötigen, liegt am demografischen Wandel: In den nächsten Jahren gehen 40% unserer Mitarbeiter in Pension und wir brauchen interne Mobilität. Ein großes Unternehmen kann es sich nicht leisten, eine starre HR-Abteilung zu haben."

Für Sandra Micko (HR Director, Microsoft Österreich) muss HR nicht nur innovativ, sondern vor allem auch immer strategisch ausgerichtet sein. „Wir forcieren das Inhouse Recruitment. Abgelehnte Kandidaten beobachten wir die nächsten Jahre weiter."

Ihr widersprach Mathias Hiebeler (Managing Partner Heads! Executive Consultancy): „Heute funktioniert es nicht einmal mehr, einen Kandidaten zwölf Monate zu beobachten, die Geschwindigkeit wird immer brutaler." Für den Headhunter steht das Personalwesen bei den Unternehmen nicht auf der Prioritätenliste. „Da sind die Quartalszwänge, gute Ergebnisse zu liefern, stärker." Dazu komme, dass sich Toptalente auch nicht immer für Top-HR-Positionen entscheiden. Um ein stärkeres Business-Verständnis in HR-Arbeit zu integrieren, ist es für Hiebeler sinnvoll, Manager aus dem operativen Geschäft zumindest vorübergehend in HR-Verantwortungen zu bringen.

Ihm stimmte der Recruiting-Coach Henrik Zaborowski zu: „Die Unternehmen haben zwar gelernt, Stellenanzeigen, zu schalten, aber die richtigen Bewerber haben sich nicht gemeldet. Wenn es dann die Headhunter auch nicht geschafft haben, hat man die Schuld bei sich selbst gesucht." Für Zaborowski passen HR und Innovation kaum zusammen. Er sieht die Zukunft des Recruitings vor allem bei den Führungskräften. „Durch die immer größere Transparenz – z.B. durch Social Media – sind Kandidaten leichter zu finden oder melden sich gleich direkt in der Chefetage."

Für Christian Göttinger (Leiter Business Partner A1 Telekom Austria) muss Personalwesen innovativ sein. „Innovation bedeutet bei Microsoft etwas anderes als z.B. im Bankenbereich. HR ist aber vor allem Führungsarbeit. HR-Tools sollen helfen, Prozesse zu beschleunigen und zu verbessern."

Ein Auslaufmodell?

Und wie sieht für Hiebeler die Zukunft für Personalberater aus? Nicht ganz so rosig: „Personalberater auf Topebene mit profundem Verständnis für Märkte, Unternehmen und Geschäftsmodelle haben nach wie vor Zukunft; der klassische Personalvermittler wird wegfallen." *www.prescreen.io*

Lehrlingswoche Umfassendes Know-how und Eigenverantwortung soll den Karriereweg zum Store Manager bahnen

In der Nordsee waren Lehrlinge am Ruder

© Nordsee

Eine Woche lang führten die Lehrlinge die Filiale an der Linzer Mozartkreuzung.

Linz. Vom 8. bis zum 12. September übergab Nordsee seinen Lehrlingen eine Woche lang das komplette Management der neu designten Filiale in der Landstraße. Das Unternehmen gibt hohe Ausbildungsstandards vor: „Nur so können wir unseren Lehrlingen motivierende Karrierechancen bieten", sagt Country Manager Alexander Pietsch. „Damit sichern wir letztlich unseren Unternehmenserfolg."

Im Zuge der Lehrlingswoche übernahmen die Nachwuchs-Experten alle Aufgaben des Store Managements, von der Bestellung der Fische und der Kontrolle der Ware bei der Anlieferung über die Personaleinteilung im Store bis zur Verantwortung über das gesamte Bargeld u.v.m.

Auch Kreativität war gefordert: Z.B. wurden Promotion-Aktivitäten geplant, Flyer und T-Shirts entworfen sowie ein Gewinnspiel entwickelt, um die Linzer Kunden und Passanten auf die Lehrlingswoche aufmerksam zu machen. Bei der „Rückgabe" der Filiale am Freitag wurde es spannend: Country Manager Pietsch gab den Lehrlingen Feedback, welche der vorab definierten Ziele erreicht wurden, sowie hilfreiche Optimierungstipps.

Neben den Aufgaben in der Filiale hatte Nordsee ein umfassendes Rahmenprogramm in Linz organisiert – von diversen Coachings bis zu gemeinsamen Freizeitaktivitäten, um auch die Gemeinschaft unter den Lehrlingen zu stärken.

www.nordsee.at

PROMOTION

Karriere-Inside mit: Christoph Weissenböck

Harte Fronten

Der blaue Dunst erhitzt die Gemüter – nicht nur in Restaurants und Bars. War es früher die unmittelbare Belästigung durch den Qualm, so steht heute häufig die Zeit für Rauch-Timeouts im Fokus der Diskussionen.

Ein Online-Stimmungsbild unter 611 karriere.at-Usern zeichnet ein angespanntes Bild zwischen Rauchern und Nichtrauchern. Mehr als die Hälfte der Arbeitnehmer hat eine kritische Meinung zu Zigarettenpausen: 24% sagen, dass Rauchen allein deshalb schon unproduktiv macht, weil Arbeitszeit verloren geht.

Ein knappes Drittel (30%) glaubt, dass sich Unterbrechungen des Arbeitsflusses negativ auf den Output auswirken. Mit 30% meinen genauso viele, dass Rauchpausen die Kreativität fördern und Ideen hervorbringen. 16% finden sogar, dass sie Zeit – nämlich Besprechungszeit – einsparen.

Naturgemäß kritischer sehen diese Frage Unternehmensvertreter: Zwei von drei Managern (196 Befragte) sehen diese als Produktivitätskiller an.

„Am Raucher-Thema zeigt sich, wie wichtig eine transparente und vor allem gerechte Einteilung der Arbeitspausen ist", kommentiert karriere.at-Geschäftsführer Jürgen Smid das Ergebnis. Gibt es keine fixen Pausenzeiten, so sollten alle Mitarbeiter gleichermaßen die Chance haben, sich zwischendurch Auszeiten zu gönnen – egal ob Raucher oder nicht. „Es sollte keinesfalls von Nichtrauchern erwartet werden, dass diese durchgehend die Stellung halten, während ihre Kollegen mehrmals täglich auf Zigarettenpause sind", rät Smid.

karriere.at

job börse

Die Auf- und Umsteiger der Woche im Kurzporträt.

© Microsoft/Stephan Huger

Georg Droschl

Microsoft Österreich

Georg Droschl (41) übernimmt als neuer Leiter des Geschäftsbereichs Cloud & Enterprise einen der wichtigsten Wachstumsbereiche bei Microsoft Österreich. Davor war er u.a. bei Hyperwave Software und bei der update software AG.

© LTC

Josef Grill

LTK Burgenland

Josef Grill (47) wurde vom Lagerhaus Technik-Center (LTC) zum Leiter des Landtechnik-Kompetenzzentrums (LTK) Großpetersdorf ernannt, das voraussichtlich 2015 eröffnet wird. Grill war zuvor Geschäftsführer der LTC-Tochter RKM.

© Klarna Austria/C. Renk

Christian Renk

Klarna Austria GmbH

Klarna hat mit Christian Renk (45) einen neuen Country Manager. Vor seinem Eintritt beim Zahlungsdienstleister arbeitete Renk mehr als zehn Jahre für internationale Internet-Unternehmen mit Schwerpunkt auf Gaming & Sportwetten.

© Ausserwirtschaft Austria

Peter Sedlmayer

AWA/WKÖ

Peter Sedlmayer (58) ist neuer Wirtschaftsdelegierter in Chicago. Seit 1984 in der Aussenwirtschaft Austria beschäftigt, waren seine bisherigen Auslandsstationen Riad, Moskau, Stockholm und Ankara.

© Panthermedia.net/Arne Trautmann

BRD- und USA-News Immer mehr US-Mittelständler wollen mehr Entscheidungssicherheit – bezahlte Probewochen revolutionieren Recruiting

Die neuesten Recruiting-Trends

Von Recrutainment über Active Sourcing bis zum Speed-Dating: Bei der Personalsuche ist mehr Kreativität denn je vonnöten.

PAUL CHRISTIAN JEZEK

Köln/New York. In Zeiten, in denen der Fachkräftemangel längst Einzug in den Joballtag der Personaler gehalten hat, landen jene Firmen, die weiterhin „nur" auf die klassische Personalsuche setzen, sehr schnell in der Recruiting-Sackgasse. Es gilt, innovative Wege zum Bewerber zu gehen. (Siehe dazu auch Seite 69 dieser **media**net-Ausgabe!)

Doch praxisorientierte Personalsuche, Recrutainment, Active Sourcing oder Speed-Dating werden laut eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft e. V. – von den Firmen bisher noch (zu) wenig genutzt. „Das Denken, Stellenanzeigen nur einstellen und dann zurückgelehnt auf Bewerbungen warten zu können, ist heutzutage antiquiert. Es ist an der Zeit, mehrgleisig zu fahren, zielgruppenorientiert zu agieren und kreativ zu sein", sagt Lucia Falkenberg, HR-Managerin und Expertin der KG New Work bei eco.

„Es ist an der Zeit, mehrgleisig zu fahren, zielgruppenorientiert zu agieren und kreativ zu sein."

LUCIA FALKENBERG
HR-MANAGERIN BEI ECO

© eco/Henning Granitza

Soziale Netzwerke

Jens Saadhoff, Key Account Manager bei Xing, empfiehlt Firmen insbesondere eine gezielte Nutzung Sozialer Netzwerke: „Potenzielle Bewerber legen Wert auf eine Fülle von authentischen Informationen über eine bestimmte Vakanz oder den zukünftigen Arbeitgeber und vertrauen dabei sowohl auf ihre eigenen Kontakte als auch auf die Bewertungen und Kommentare der Community; dies bietet umgekehrt den Unternehmen die Möglichkeit, ihre Mitarbeiter als Markenbotschafter gezielt einzusetzen."

Doch unüberlegte Social Media-Präsenzen und Stellenanzeigen können schnell nach hinten losgehen. Henner Knabenreich, Personalmarketing-Experte und Kultblogger (personalmarketing2null), vergibt jährlich die „Goldene Runkelrübe" für schlechte HR-Kommunikation: „Der gleiche Karrierepost 20 Mal in einem Jahr, Bewerbungen für eine Stelle als Social Media Manager nur per Post oder die nicht totzukriegenden Rapvideos – auch 2014 mangelt es uns nicht an Nominierungen für völlig misslungene HR-Kampagnen."

Auf den Spaßfaktor setzen

Die wichtigste Frage, die sich Personaler nach Meinung von Lucia Falkenberg in heutiger Zeit stellen sollten, ist, wie und wo die Kandidaten von heute und morgen abzuholen sind. Die neuen Wege bei der Personalsuche setzen dementsprechend auch auf den Spaßfaktor, wie er sich z.B. beim Recrutainment wiederfindet; auf spielerischem Wege erreicht man den Bewerber, sei es mit prozessorientiertem Grillen nach SCRUM oder beim Speed-Dating im Hochseilgarten.

Young Targets-Gründer Lutz Leichsenring setzt etwa auf Crack the Code-Detektivspiele bei der Auswahl von Programmierern und präsentiert bei eco seine Nerdfarm als das Mittel der Zukunft gegen den Fachkräftemangel. Active Sourcing-Experte Peer Bieber von Headhunter Light zeigt zudem, wie leicht und effizient die direkte Ansprache von geeigneten Bewerbern in der Praxis funktionieren kann.

Business-Plattformen

Wichtig für den Erfolg der Recruiting-Maßnahmen ist die richtige Wahl der Mittel. So macht zum Beispiel Social Media Recruiting bei Facebook weitaus weniger Sinn als die Nutzung von Business-Plattformen wie Xing und LinkedIn.

Darüber hinaus bedarf es auch der regelmäßigen Kommunikation mit der Zielgruppe.

Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Personalsuche sind laut Falkenberg faire und marktgerechte Vergütungsmodelle und ihre Vergleichsmöglichkeiten. „Für viele potenzielle Bewerber ist dies naturgemäß ein ganz entscheidender Punkt, wenn es um Arbeitgeberattraktivität geht." Fazit der HR-Managerin bei eco: „Personalmarketing bedeutet zunehmend beides: Personal und Marketing."

Bezahlte Probewochen

In den USA vertrauen KMUs inzwischen bei der Auswahl neuer Mitarbeiter immer öfter auf kurz befristete Probezeiten. Denn gerade bei kleinen Unternehmen kann eine Fehlbesetzung schwerwiegende Folgen für den gesamten Betriebserfolg haben. „Nur jeder dritte ausgewählte Mitarbeiter hat gepasst", meint Mona Bijoor, Gründerin der Marktplattform Joor, über ihre ersten Jahre als Unternehmerin.

Heuer hat Bijoor mit Probetrainings im Recruiting-Prozess begonnen. Sieben Kandidaten arbeiteten nach zwei Trainingstagen auf Vertragsbasis ein Monat lang im Unternehmen. Zwei Kandidaten wurden danach ausgewählt und erhielten einen Vollzeitvertrag. „Mittlerweile sind die beiden echte Stars im Unternehmen." Nach dem gelungenen Einstand will Bijoor künftig nur noch auf diese Weise auf Personalsuche gehen.

„Bei einem 20-Personen-Betrieb kann eine schlechte Personal-Entscheidung die Firma ruinieren."

JON BISCHKE
GRÜNDER VON ENTELO

Gerade in kleineren Unternehmen werden im „Land der unbegrenzten Möglichkeiten" Arrangements dieser Art immer häufiger. „Wenn ein Unternehmen 1.000 Mitarbeiter hat, ist eine schlechte Auswahl kein großes Malheur", meint Jon Bischke, Gründer von Entelo, einem Entwickler von Recruiting-Software. „Aber wenn man so wie ich einen 20-Personen-Betrieb führt, kann eine schlechte Personal-Entscheidung die Firma ruinieren."

Bischke begann sein Probearbeitsprogramm gleich nach der Unternehmensgründung vor drei Jahren und musste seitdem erst einen Mitarbeiter kündigen. Auch ein aufrechter Dienstvertrag eines Kandidaten stellt für ein Probeprogramm kein Problem dar. Solche Bewerber durchlaufen bei Entelo ein Teilzeitprogramm, bei dem sie nachts oder an Wochenenden arbeiten können; das Projekt umfasst dabei zwei bis vier Wochen. Etwa die Hälfte der Bewerber, die diese Versuchszeiten angenommen haben, erhielten danach eine Vollzeitstelle.

Ein „kultureller Eckpfeiler"

„Probearbeit macht das Recruiting um vieles einfacher", sagt auch David Rusenko, CEO beim Webseiten-Designer Weebly. Jeder seiner 150 Mitarbeiter sei durch die Mühle der Probewoche gegangen. „Die Probewoche wurde zu einem Eckpfeiler unserer Unternehmenskultur", meint Rusenko.

Während der Testwochen arbeiten die Kandidaten an einem genau definiertem Projekt. „Kandidaten bekommen Arbeit für drei Wochen, müssen diese aber in einer Woche verrichten und das ohne viel Beratung; das Credo lautet: Hier ist dein Arbeitsplatz und jetzt leg los."

www.eco.de

SEARCH, MATCH & WIN

JoinVision – ein 2006 in Wien gegründetes Unternehmen – hat vor Kurzem die umfangreiche Such- und Matching-Applikation MatchPoint offiziell der breiten internationalen HR-Öffentlichkeit präsentiert.

MatchPoint steht für eine semantische Applikation, die das Suchen und Matchen von Bewerberprofilen innerhalb einer beliebigen Datenbank bzw. die Suche geeigneter Stellenanzeigen in einem beliebigen Anzeigenpool möglich macht. „Dazu gehören eine semantische Keyword-Suche, die Autovervollständigung der Eingabebegriffe, die Berücksichtigung der Gewichtungen von z.B. Skills und Berufsfeldern, die Verarbeitung von Dienst- und Wohnort mit Umkreis und zahlreiche Filtermöglichkeiten", sagt JoinVision-GF Reinhold Immler. Schon vor MatchPoint habe sich sein Unternehmen mit dem Lebenslauf-Parser CVlizer und dem Stellenanzeigen-Parser JOBolizer auf dem HR-Softwaremarkt international einen anerkannten Namen machen können.

www.joinvision.com

Win-Win-Win-Resultate Gute Managementpositionen werden wahrscheinlicher – und den passenden Partner gibt's oft als Draufgabe dazu

Erasmus – das „Gelobte Land“

Wer einen Teil seines Studiums im Ausland absolviert, senkt das Arbeitslosigkeitsrisiko beträchtlich.

Wien/Brüssel. Wer via Erasmus-Programm einen Teil seines Studiums im Ausland absolviert, senkt sein Risiko, nach Abschluss über längere Zeit arbeitslos zu werden, um die Hälfte. Das ist eines der zentralen Ergebnisse einer aktuellen Studie der EU-Kommission, die auf der Befragung von knapp 80.000 Studenten respektive Unternehmen beruht.

Auch fünf Jahre nach dem Abschluss ist die Arbeitslosenquote der einstigen Erasmus-Teilnehmer um 23% niedriger als bei den einst daheimgebliebenen Kollegen. „Wenn man zum Studieren oder für ein Praktikum ins Ausland geht, erhöht man damit sehr wahrscheinlich seine Beschäftigungschancen“, kommentiert EU-Bildungskommissarin Androulla Vassiliou. So hat sich der Anteil jener Arbeitgeber, die Auslandserfahrung als wichtigen Faktor ansehen, seit 2006 von 37 auf 64% beinahe verdoppelt.

Insgesamt liegt die Wahrscheinlichkeit, eine Managementposition zu erreichen, bei ehemaligen Erasmus-Studierenden um 44% höher.

Zugleich befördert ein Erasmus-Studium offensichtlich auch die Tendenz, sich beruflich auf eigene Beine zu stellen: 10% der einstigen Erasmus-Studierenden sind demnach selbstständig tätig, und drei Viertel bekunden zumindest die Absicht oder könnten sich vorstellen, eine Firma zu gründen.

Viele finden Partner

Auch Partnerschaften überschreiten Grenzen. So hat mit 33% ein Drittel der Erasmus-Gruppe einen Partner mit anderer Staatsangehörigkeit (gegenüber 13% der Kollegen), wobei 27% ihren Langzeitpartner im Rahmen des Erasmus-Aufenthalts kennengelernt haben.

Dabei hat die aus Erasmus entstandene Liebe auch Folgen: Laut Schätzung der Kommission sind seit Programmbeginn 1987 etwa eine Mio. Kinder aus Erasmus-Partnerschaften hervorgegangen.

Nach Angaben des Österreichischen Austauschdiensts (OeAD) haben 2012/13 4.602 Österreicher über Erasmus im Ausland studiert und 1.112 ein Auslandspraktikum absolviert. Im Vergleich zu 2011/12 stiegen die Teilnehmerzahlen um 1% bei den Studienaufenthalten und knapp 7% bei den Praktika.

Außerdem wurden 2012/13 über Erasmus 1.200 Lehr- und Forschungsaufenthalte österreichischer Hochschulbeschäftigter im europäischen Ausland gefördert.

Durch die Umwandlung in „Erasmus+“ können auch Länder *außerhalb* der EU an den Austauschprogrammen teilnehmen. Die EU stellt für das neue Modell zwischen 2014 und 2020 insgesamt 14,7 Mrd. € zur Verfügung, mindestens 43% für den Hochschulbereich; nach Österreich fließen 2014 aus dem neuen Programm rund 28 Mio. €. *(pj)*

© Panthermedia/Randolf Berold

Laut Europäischer Union sind Erasmus-Studenten deutlich seltener arbeitslos.

Seminar Linger-Brüder

Kurviger Erfolg

Innsbruck/Igls. Die Tiroler Rennrodler Andreas und Wolfgang Linger sind Doppel-Olympiasieger, dreifache Weltmeister und holten in Sotschi eine Silbermedaille. Damit zählen sie zu den erfolgreichsten Austro-Wintersportlern aller Zeiten und bieten jetzt gemeinsam mit Management-Coach Christian Reitterer als „Übersetzer“ ein neuartiges, eintägiges Führungskräfteseminar an. Themenschwerpunkte: Führen im Grenzbereich, Selbstführung und das punktgenaue Abrufen von Höchstleistungen.

Schon während ihrer aktiven Karriere haben die Lingers mit Reitterer gearbeitet. „Mit Christian haben wir unsere Karriere analysiert und sind noch bewusster und gezielter mit unseren Erfolgsfaktoren umgegangen, was uns gerade auch eine Hilfe in harten Zeiten war“, erklärt Wolfgang Linger. „Denn die Vorbereitung auf Sotschi hat uns extrem gefordert; wir waren gezwungen, unseren Sport neu zu betrachten und andere Wege zu gehen.“

Rasend durch den Eiskanal

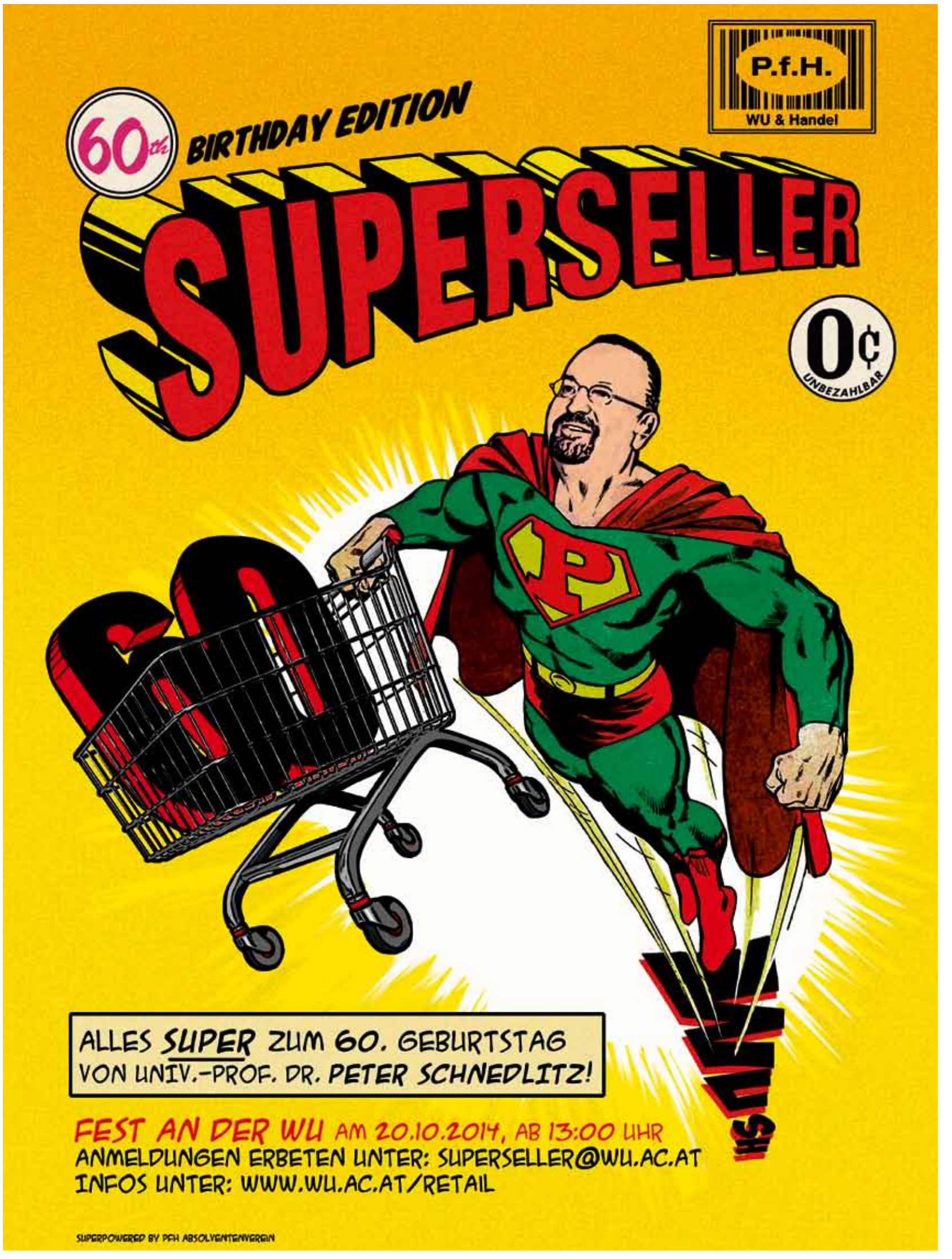
Highlight des Seminars: eine Doppelsitzerfahrt mit Andreas Linger im Eiskanal von Innsbruck. Die Seminarteilnehmer werden dadurch aus ihrer Komfortzone gelockt und die gelernten Inhalte müssen für die Rennvorbereitung angewandt werden.

Motivation, Mut, Perfektion, Bereitschaft zur Veränderung – das sind nur einige Teile des Linger-Erfolgspuzzles. Diese werden in dem innovativen Seminar mit modernen Managementmethoden verknüpft und in den Alltag von Führungskräften transportiert.

Die Termine: Mi., 19.11., Mi., 10.12., Di., 24.2., Seminargebühr 1.490 € excl. USt. *www.pro-m.at*

© Johannes Brunnenbauer

Zum Erfolg anschieben: Andreas und Wolfgang Linger, Christian Reitterer (v.l.).



WIE MAN NUR SO STRAHLEN KANN?

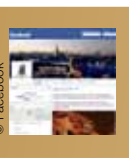
VIELLEICHT LIEGT'S AM RICHTIGEN JOB?

Findet jemand den richtigen Job, fällt das allen auf. Denn man geht plötzlich positiver durchs Leben.

Den richtigen Job findet man übrigens immer auf karriere.at.

karriere.at
ÖSTERREICHS
GRÖSSTES JOBPORTAL

luxury brands&retail



© Facebook

SOCIAL MEDIA DELUXE

Facebook, Twitter & Co werden auch für Nobelmarken immer wichtiger **Seite 11**

© Steffl

SHOPPINGTEMPEL

Der traditionsreiche Steffl hat das modische Angebot weiter ausgebaut **Seite 18**

HOT & COOL

FÜR DEN EDLEN AUFTRITT

© Chanel

Unter rot-weiß-roter Flagge

© Swarovski

Heimspiel Mag ja sein, dass das Gros der Luxusmarken aus Frankreich und Italien kommt, aber Edles, Schönes und Teures mit internationaler Bedeutung gibt es auch mit österreichischer Geburtsurkunde. Wir präsentieren die Glanzlichter Made in Austria. **Seite 4/5**

© APA/EPA/Shawn Thew

10

Zuwachs in der Luxusklasse

Millionäre und Milliardäre sowie ihre Vermögen vermehren sich weiter.

© Intuo

12

Damit ist man gut eingerichtet

Leo Schulmeister über Trends und Neuheiten für das Wohnen auf höchstem Niveau.

© Tiffany

16

Buchstäblich schmucke Neuheiten

Francesca Amfitheatrof präsentierte ihre erste Kollektion für die US-Nobelbrand.

Faulmann & Faulmann
Küchen

VALCUCINE

Valcucine Artematica Vitrum mit New Logica System: ein Meisterwerk aus Glas

Faulmann & Faulmann Küchen • Muthgasse 64 • A-1190 Wien • T +43 (0)1 3708195 • www.faulmann.at • office@faulmann.at
Weitere Marken in unserem Haus: SieMatic, Ewe, FM, Intuo, Leicht, Gaggenau, Küppersbusch, Siemens, Gutmann, Bora, Liebherr, Haas, Forcher. Besuchen Sie auch unseren **Poltrona Frau Flagshipstore** in der Wiener Innenstadt, Salztorgasse 6.

EDITORIAL

Von der Swatch zur Apple Watch?

PETER MOSSER

Die Schweiz steckt in Schwierigkeiten", flüsterte Apples Designchef Jonathan Ive kürzlich der New York Times, *wobei er statt Schwierigkeiten ein etwas heftigeres, mit Sch beginnendes Wort gewählt haben soll. „Experten trauen vor allem Apple zu, den Markt mit tragbaren Armbändern zu revolutionieren", warnte darauf die Schweizer* Handelszeitung.

Die Eidgenossen fühlen sich wohl in die frühen 1980er-Jahre zurückversetzt, als der gebürtige Libanese Nicolas Hayek mit einer billigen Plastikuhr mit Quarzwerk daherkam, das Ding Swatch (für Swiss Watch) taufte und die damals marode Schweizer Uhrenindustrie so aufmischte, dass inzwischen ein Gutteil aller Luxusbrands zur Swatchgroup gehört. Nun, nach dem ersten Blick auf die Apple Watch darf wohl vorsichtig Entwarnung gegeben werden. Analysten gehen eher nicht davon aus, dass diese Plastikuhr den Chronos-Markt revolutionieren wird wie iPod und iPhone die Musik- bzw. Telekommunikationsbranche. Zu hoffen ist aber, dass die Schweizer den Warnschuss ernst nehmen. Wie schon vor 40 Jahren kennzeichnet die Schweizer Uhrenindustrie eine gewisse Trägheit. Und träge darf Luxus nie sein.

TOP 10

© Wikimedia Commons

HORT DES REICHTUMS

In London leben derzeit die meisten Milliardäre, nämlich 72. Auf Platz zwei folgt Moskau mit 48, und den dritten Platz teilen sich New York und Los Angeles mit jeweils 43 Milliardären. Aber wo kommen die alle nur her? Gemeinsam mit WealthInsight hat Spear's nun die Städte recherchiert, wo die meisten Milliardäre geboren wurden.

Wo Milliardäre geboren wurden

1. New York	72
2. Moskau	22
3. London	21
4. Hongkong	17
5. Paris	12
5. Istanbul	12
7. Chicago	11
8. Rio de Janeiro	9
8. Los Angeles	9
10. Singapur	8
10. Taipeh	8

Quelle: http://www.spearswms.com/news/new-data-reveals-where-the-worlds-billionaires-are-born-4345872#.VA1tZHbW9dD

© APA/EPA/Justin Lane

Seit Rapper Kayne West und seine Frau Kim Kardashian in Cannes den Luxus neu definierten, herrscht ein bisserl Aufregung in der Branche.

© Betke

> Mit einer Handtasche von Chanel wird nicht nur Sozialprestige kommuniziert, da betreten wir rein psychologisch gesehen auch den Bereich der Wertanlagen."
>
> HARALD BETKE

Der *Eklat* von Cannes

Kratzer im Lack Der gefährliche Aufstieg der Anti-Luxus-Trends und welche Nachwuchs-Helden helfen.

HARALD BETKE

Wien. Kim Kardashian – ein Geschenk des Himmels für die Luxusindustrie. Sie erschloss jüngere Käuferschichten, machte Luxus hip. Prada, Saint Laurent, Balenciaga, etc. wurden Household-Names für Teenager. Und dann heiratete sie noch das Rapper-Idol Kayne West der in Interviews ekstatisch schrie: „Versace. We love Versace."

Plötzlich, bei den Filmfestspielen in Cannes, die Wandlung. Kanye West erklärte Premium-Produkten den Krieg: „Mein Ziel ist, die Idee von dem, was Luxus ist, zu verändern; der einzige Luxus ist *Zeit*. Und nicht etwa diese Marken, die uns unseren eigenen Selbstwert an uns verkaufen wollen." Das saß. Eine 180 Grad-Wendung. Er widersprach komplett seinem eigenen Selbstentwurf. Blogs griffen die Parolen begierig auf. Ein Teil der kreativen Klasse war bereits luxusmüde.

Das Low End leidet

Dazu kommt, dass die Mittelschicht in Europa und in den USA schrumpft. Das Rezept: Man konzentriert sich auf die wohlhabenden Kunden, die einen immer größeren Anteil der Luxusbranche ausmachen. Während Low-End-Marken leiden, ernten Unternehmen, die mehr und mehr auf die High-End-Kunden setzen, einen kräftigen Gewinn. Top Brands erhöhen die Preise, um sich von Entry-Level-Luxus-Produkten zu differenzieren. Eine Chanel-Handtasche gesteppt ist z.B. mit 3.700 € um 70% teurer als vor fünf Jahren. Da wird dann nicht nur Sozialprestige kommuniziert, da betreten wir rein psychologisch gesehen den Bereich der Wertanlagen.

Das gilt ja auch für Uhren, aber mittlerweile wird geschätzt, dass zu den 30 Mio. authentischen Swiss-made-Uhren bereits 40 Mio. Fakes verkauft werden – doppelt so viele als noch vor 20 Jahren.

Marken werden Helden

Schon das ist beunruhigend, aber wirklich gefährlich ist, dass die gefälschten Uhren eine immer höhere Qualität haben. Wenn von unten gedrückt wird, müssen Qualität und Preis nach oben nachgeben.

FACTS

Harald Betke berät Unternehmen, unterrichtet am Institut für Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien, ist Leiter des Instituts für Zukunftsforschung, hält regelmäßig Vorträge im Rahmen internationaler Kongresse über Kreativität und führt die Werbeagentur Betke in Wien. *www.betke.at*

Marken sind immer mehr gefordert, für etwas zu stehen, Vorteile ins richtige Licht zu rücken, den Nutzen der Marke für die Kunden zu kommunizieren. Zu Helden zu werden. Gerade wieder in den Kernländern USA, Europa.

> „Klassische Prinzipien der Betriebswirtschaftslehre lassen sich nicht eins zu eins auf Luxusmarken anwenden."
>
> HARALD BETKE

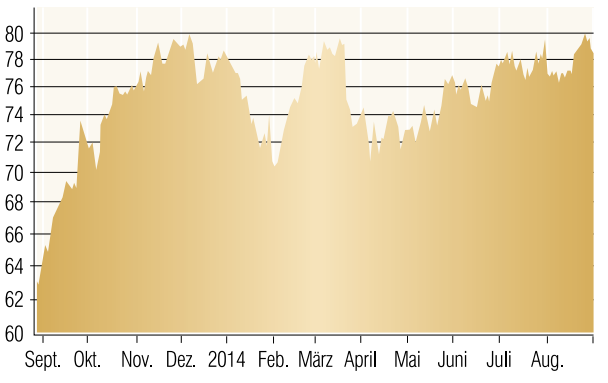
In meiner Lehrveranstaltung an der Universität Wien, „Warum strebt der Mensch nach Luxus?", bitte ich meine Studenten, etwas auf den Tisch zu legen, von dem sie glauben, dass es ein Luxusartikel sei. Da kommen dann iPhone, Handtaschen, Lippenstift von Dior oder Sonnenbrille von Tom Ford. Sie können sich meist nur Einsteigerprodukte leisten, aber entdecken schnell, was diese Branche ausmacht. Es geht um die Fähigkeit, Produkt, Design, Marke und die Psychologie des Luxuskonsumenten zu verstehen. Eine Branche mit Milliardenumsätzen, die aber von den deutschsprachigen Hochschulen so gut wie nicht wahrgenommen wird.

Mag. Dr. Luxus

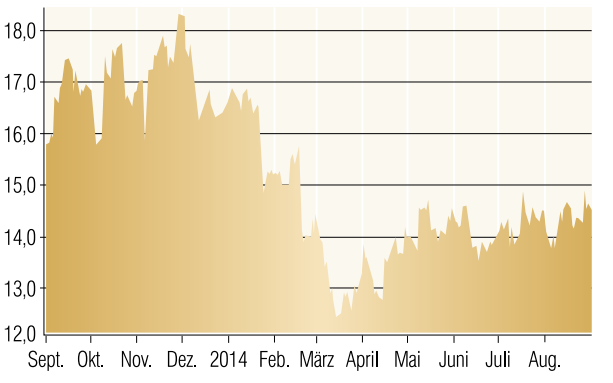
In Frankreich gibt es seit 1995 einen Luxusmaster an Elite-Unis. Es wurde erkannt, dass sich diese Branche im Marketing in wesentlichen Punkten fundamental von anderen unterscheidet. Es geht um die Aura einer Marke, um das Erfüllen von Träumen, das Erzählen einer Geschichte. Klassische Prinzipien der Betriebswirtschaftslehre lassen sich nicht eins zu eins auf Luxusmarken anwenden. Kurbelt z.B. eine Marke massiv den Verkauf an, gefährdet sie ihre Exklusivität. Der Kunde will sich schließlich abgrenzen, sich etwas ganz Besonderes gönnen, eine emotionale Bindung zur Marke aufbauen. Für dieses Denken müssen künftige Marketing- und Kommunikationsexperten gerüstet sein.

Denn eines ist seit dem Eklat in Cannes klar: Die Branche sollte die Ausbildung des Luxus Nachwuchses nicht Kim Kardashian & Co. allein überlassen.

NIKE INC.



TOM TAILOR HOLDING AG



Nach Basketball setzt Nike auf College Football und Frauen – zweifellos eine gute Idee; der Kurs ist aber auf Jahressicht bereits stark hinaufgegangen. Die Hamburger Tom Tailor AG dagegen bietet Chancen. So sieht es wohl der neue chinesische Großaktionär Fosun.

ERSCHWINGLICH

Bekleidung der Marke Tom Tailor (WKN: A0STST) ist erschwinglich und sieht gut aus. Die Entwicklung der Aktie sieht weniger fesch aus: Seit dem Hoch im Dezember kommt der Kurs nicht wieder hoch. Der Grund könnte darin liegen, dass man sich mit der Übernahme der Kette Bonita übernommen hat. Jetzt aber soll deren Ertragskraft steigen. Vielleicht also eine Chance. Beim US-Sport-Label **Nike** (NKE) tut sich auch einiges: Die neue Schuh-Linie setzt auf College Football und soll den Jordan-esken Erfolg duplizieren helfen, zudem wurden Frauen als Zielgruppe entdeckt.

SHORT

Starfotograf setzt Wolford in Szene

© Wolford

Die neue Werbekampagne soll die Emotionen der Kunden wecken.

Bregenz. Die aktuellen Zahlen für das letzte Geschäftsjahr (der Umsatz stieg um 1% auf 157,90 Mio. €, beim operativen Cashflow ist man im positiven Bereich, und das eigene Retail- und Online-Geschäft zeigt ein deutliches Plus) lassen vermuten, dass der zuletzt etwas angeschlagene Vorarlberger Strumpfhersteller Wolford wieder auf Kurs ist.

„Für das laufende Geschäftsjahr streben wir den Turnaround an. Das Produktportfolio wird schrittweise angepasst, die Kollektionsaussage geschärft und unsere Distribution optimiert", so Wolford-Vorstandssprecher Axel Dreher. Ein wichtiger Schritt der strategischen Neuausrichtung, die sich im Produktsortiment auf ihre Wurzeln besinnt und exklusive Strümpfe, Lingerie sowie Bodywear und ausgewählte Oberbekleidung in den Fokus stellt, ist auch die neue Kampagne, für die man mit dem international renommierten Modefotografen Mario Testino zusammengearbeitet hat.

„Die neue Bildsprache soll wesentlich dazu beitragen, die Marke im Außenauftritt wieder emotional aufzuladen und unseren Kundinnen dieses besondere Wolford-Gefühl zu vermitteln", so Dreher.

www.wolford.com

Tragende Rolle im Modebusiness

© Barbara Rihl

„Fell in Love": die aktuelle Kollektion der Österreicherin Barbara Rihl.

Paris. Wenn internationale Prominenz wie Emma Watson, Mick Jagger, Lenny Kravitz oder gar die britische Kronprinzessin Catherine die Produkte *einer* Marke tragen, dann kann man mit Fug und Recht behaupten, dass der internationale Durchbruch geschafft ist.

Genau genommen ist das Label Barbara Rihl ein französisches, doch Gründerin und kreativer Kopf ist die aus Oberösterreich stammende Designerin Barbara Rihl, die nach Abschluss der Universität für angewandte Kunst in Wien für namhafte Brands arbeitete, sich im Jahr 2000 selbstständig machte und ihre trendigen Bags in zwei eigenen Flagship-Stores und einem Online-Shop sowie renommierte Kaufhäuser wie Galeries Lafayette und Saks 5th Avenue verkauft.

www.barbararihl.com

© Swarovski

Der Kristallkonzern Swarovski ist sicher das größte und bekannteste, aber nicht das einzige heimische Unternehmen, das am globalen Luxusmarkt mitmischt.

Heimat bist du großer *Luxusmarken!*

Luxus made in Austria: Glitzersteine, feiner Emailschmuck; Edles für den Tisch und die Augen.

BRITTA BIRON

Wien/Wattens/Kufstein. Stellt man eine Liste mit international bekannten Luxusartikeln heimischer Provenienz auf, dann ist diese zwar deutlich kürzer als etwa jene Frankreichs, Italiens oder der Schweiz, aber bei Weitem nicht leer.

So sind etwa viele der hochpreisigen Haute Couture-Kreationen ohne ein Produkt aus Österreich kaum vorstellbar. Denn auch wenn der Preis so mancher Robe vermuten ließe, dass die glitzernden Steinchen, mit denen es üppig bestickt ist, aus einer Diamantenmine stammen, hat dabei nicht die Natur, sondern der Kristallkonzern Swarovski seine Finger bzw. sein How-how im Spiel.

> „Momentan wächst der Luxusmarkt besonders schnell in den BRIC-Ländern."
>
> FRIEDRICH WILLE, GF FREYWILLE

Das glänzende Image, das man sich in Wattens erarbeitet hat, erkennt man auch daran, dass viele Hersteller, die ihre Produkte (von der Handyhülle über Schuhe bis hin zu Modeschmuck und Möbeln) mit den funkelnden Kristallen aus Tirol verzieren, ihnen – quasi als zusätzliches Qualitätssiegel – den Vermerk „made with Swarovski Elements" verpassen.

Wesentliches Erfolgskriterium ist, dass man rund um die eigene Produktpalette (Schmuck, Accessoires, Uhren, Brillen und Dekoartikel) eine ganze *Erlebniswelt* kreiert hat. Dazu gehören ein weltweiter Club für Liebhaber der Kristallfiguren, dem mittlerweile gut 300.000 Sammler angehören, sowie regelmäßige Kooperationen mit anerkannten Künstlern und Kunstinstitutionen – so fungiert das Schaufenster des Wiener Flagship-Stores derzeit als „Außenstelle" für die bis Anfang November laufende Gruppenausstellung „Blue Times" der Kunsthalle Wien – und als markantes Aushängeschild die Kristallwelten am Firmensitz in Wattens, die mit bisher mehr als 12 Mio. Besuchern aus der ganzen Welt zu den beliebtesten Sehenswürdigkeiten Österreichs gehören. Anfang Oktober beginnt die letzte Phase des 34 Mio. € teuren und bisher größten Erweiterungsprojekts der Kristallwelten.

Insgesamt ist Swarovski heute mit 2.480 Stores in rund 170 Ländern vertreten, beschäftigt mehr als 24.000 Mitarbeiter und erzielte 2013 einen Umsatz von etwa 2,33 Mrd. €.

Schmucke Botschafter

Dem Thema Schmuck widmet sich auch Freywille. Die ehemals kleine Wiener Manufaktur (1951 gegründet) für Schmuck und Ziergegenstände aus Email hat sich unter der Leitung von Friedrich Wille zu einem Global Player entwickelt.

„Wir haben derzeit 106 Boutiquen weltweit. Mittelfristig ist ein weiteres Geschäft in Singapur geplant, ebenso wie in Shanghai", so Wille zum aktuellen Status quo der Expansionspolitik, die er Anfang der 90er-Jahre gestartet hatte und in deren Zentrum die eigenen Stores stehen. „So können wir den Spirit und das Image der Marke direkt an die Kunden weitergeben und unsere Produkte zudem so in Szene setzen, wie es unserer Philosophie entspricht."

Dass es auch fast ohne Monobrand-Stores geht, zeigt dagegen die Porzellanmanufaktur Augarten, die sich – anders als Swarovski und Freywille, die in ihren jeweiligen Segmenten so gut wie keinen direkten Konkurrenten haben – in einem mit Mitbewerbern dicht gefüllten und generell schwierigen Marktsegment behaupten muss.

„Praktisch alle Porzellanhersteller in Europa mussten in den vergangenen 10 bis 20 Jahren starke Umsatzrückgänge hinnehmen und haben zum Großteil noch immer mit wirtschaftlichen Problemen zu kämpfen", so Fritz Panzer, GF des Wiener Traditionsbetriebs.

Das habe einerseits mit der starken Zunahme von Billigimporten aus Asien zu tun, andererseits auch mit generellen Änderungen der Gesellschaft und dem Stellenwert des Essens. Doch auch die zunehmende MacDonaldisierung hat eine Gegenbewegung – und die legt verstärkt Wert auf Tischkultur. Das sei natürlich keine Massenbewegung, komme dem Konzept von Augarten aber zugute. „Wir sind eine der wenigen Manufakturen weltweit, die aufgrund der besonderen Produktionsbedingungen – alles wird in Wien von Hand gefertigt und von Hand bemalt – dem Wunsch nach individuellen Produkten nachkommen kann, ohne dass wesentlich höhere Kosten entstehen. Echtes und authentisches Handwerk ist inzwischen oft ein Qualitätsmerkmal für Menschen geworden, die sich für Kunst, Design und Einrichtung auf höchstem Niveau interessieren."

Dass abseits der traditionellen Porzellanmarken auch Luxusmarken wie Hermès oder Versace ihre Sortimente um den Bereich Tischkultur erweitert haben, sieht Panzer nicht nur als Konkurrenz, sondern durchaus auch als nützlich: „Denn die Verkaufspreise signalisieren einem relativ breiten Publikum, dass Porzellan durchaus mehr kosten darf und kann. Und Teile dieser Klientel sind auch potenzielle Kunden für uns."

Eine großangelegte Sortimentsdiversifikation, wie sie Meissen seit einigen Jahren betreibt, sei für Augarten kein Thema, in kleinerem Rahmen aber durchaus interessant: „Mit dem genialen Tüftler Ronald Jaklitsch von Mo_Sound wird ein neuer ‚Vienna Porcelain Loudspeaker' entwickelt, der im Frühjahr 2015 auf den Markt kommen soll."

Geschmackskultur

Tischkultur ist auch das Thema des Tiroler Glasherstellers Riedel, einem weiteren Unternehmen auf unserer Liste heimischer Hersteller von Luxuswaren. Neben Qualität und Design punktet Riedel vor allem mit innovativen Ideen. 1958 erkannte der damalige Geschäftsführer Claus J. Riedel, dass Form, Größe und Farbe von Gläsern den Weingenuss beeinflussen, und entwickelte daraufhin die weltweit ersten „rebsortenspezifischen" Gläser.

„Mit diesem Thema beschäftigen wir uns seit nunmehr drei Generationen", sagt Georg J. Riedel. Zwar gibt es auch heute noch in der Weinszene Skeptiker, die dem Zusammenhang zwischen Form und Geschmack wenig abgewinnen können, allerdings immer mehr Befürworter. So etwa die Coca-Cola

© Silhouette

Gut (aus)sehen: Weltweit setzen anspruchsvolle Brillenträger auf Silhouette.

Company, die Riedel beauftragte, ein spezialles Glas für die weltweit erfolgreiche Limonade zu entwickeln, das heuer auf den Markt kam und den ersten Schritt Riedels in die alkoholfreie Welt darstellt.

Neben Wein- und Cola-Freunden dürfen sich jetzt aber auch Kaffeeliebhaber über ein spezielles Trinkgefäß freuen: Vor wenigen Tagen wurde das Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen Riedel und Nespresso vorgestellt.

„2013 konnten wir einen enormen Zuwachs im Export verzeichnen."

FRITZ PANZER, GF NEUE PORZELLAN-MANUFAKTUR AUGARTEN

Inspirationen für neue Glasprodukte findet Riedel aber auch in der Musik, der man mit dem Horn-Dekanter, der sowohl als Weingefäß als auch als Musikinstrument verwendet werden kann, Ehre erweist und die Grenzen der Kunst des Dekantierens und Karaffierens erweitert.

Riedl exportiert über acht Tochterfirmen (USA, Kanada, Japan, China, Australien, UK, Schweiz und Deutschland) und 800 Distributeure und Generalimporteure in 120 Länder, beschäftigt rund 300 Mitarbeiter und erzielte 2013 einen Konzernumsatz von rund 200 Mio. €.

Glasklar auf Erfolgskurs

Dem Glas in einer anderen Form widmet man sich beim oberösterreichischen Brillenhersteller Silhouette, auf dessen Konto u.a. die leichteste Brille der Welt geht (die Titan Minimal Art wiegt nur 1,8 g und ist seit dem Jahr 2000 *die* Standardbrille der NASA-Astronauten). Silhouette war auch die erste Brillenmarke, die ihre Produkte auf den internationalen Laufstegen präsentierte und wesentlich dazu beitrug, den praktischen Sehbehelf zum Modeaccessoire zu adeln.

Silhouette hat Tochtergesellschaften in Belgien, Brasilien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Luxemburg, den Niederlanden, Norwegen, Spanien, Schweden, Schweiz, der Tschechischen Republik und den USA; vor Kurzem wurde eine weitere in Brasilien gegründet.

Von der britischen Königin (die wohl berühmteste Silhouette-Kundin und eine der treuesten) bis zur Kultpuppe Barbie tragen viele VIPs und Promis die Brillen Made in Austria und sorgen dafür, dass Edles Made in Austria im Blickfeld der Welt bleibt.

www.swarovski.com
www.freywille.com
www.riedel.com
www.silhouette.com

© Riedel

Form und Funktion in perfekter Harmonie: der neue Riedel-Dekanter „Horn".

Erfolgswelle Österreichische Luxusyachten auf Kurs

Meer-Dominanz

Wien/Cannes. Bei Schuhen und Mode gilt die Maßfertigung zu Recht als Oberklasse. Aber das Prinzip der individuellen, ganz auf den anspruchsvollen Kunden und seinen individuellen Geschmack und seine persönlichen Vorlieben abgestimmten Fertigung funktioniert natürlich auch auf anderen Gebieten – etwa bei Luxusyachten, wie der österreichische Hersteller Dominator erfolgreich beweist.

„Auch am Yachtmarkt wächst der Wunsch nach mehr Individualität, nach Produkten, die der Persönlichkeit des Besitzers entsprechen. Wir sind der einzige Hersteller, der in der Größenklasse zwischen 20 und 40 Meter 100 Prozent Custom made-Yachten anbietet", so Miteigentümer und Marketingchef Christoph Pernsteiner.

Was man kann, hat man kürzlich erst auf dem Yachtfestival in Cannes gezeigt. Neben der „Dominator" 640, 720 und 780 hat der österreichische Yachtbauer auch mit der „Illumen" ein Modell präsentiert, das es trotz einer Länge von „nur" 26 Metern hinsichtlich Ausstattung, Eleganz, Komfort und Design locker mit fast jeder spektakulären Megayacht aufnehmen kann.

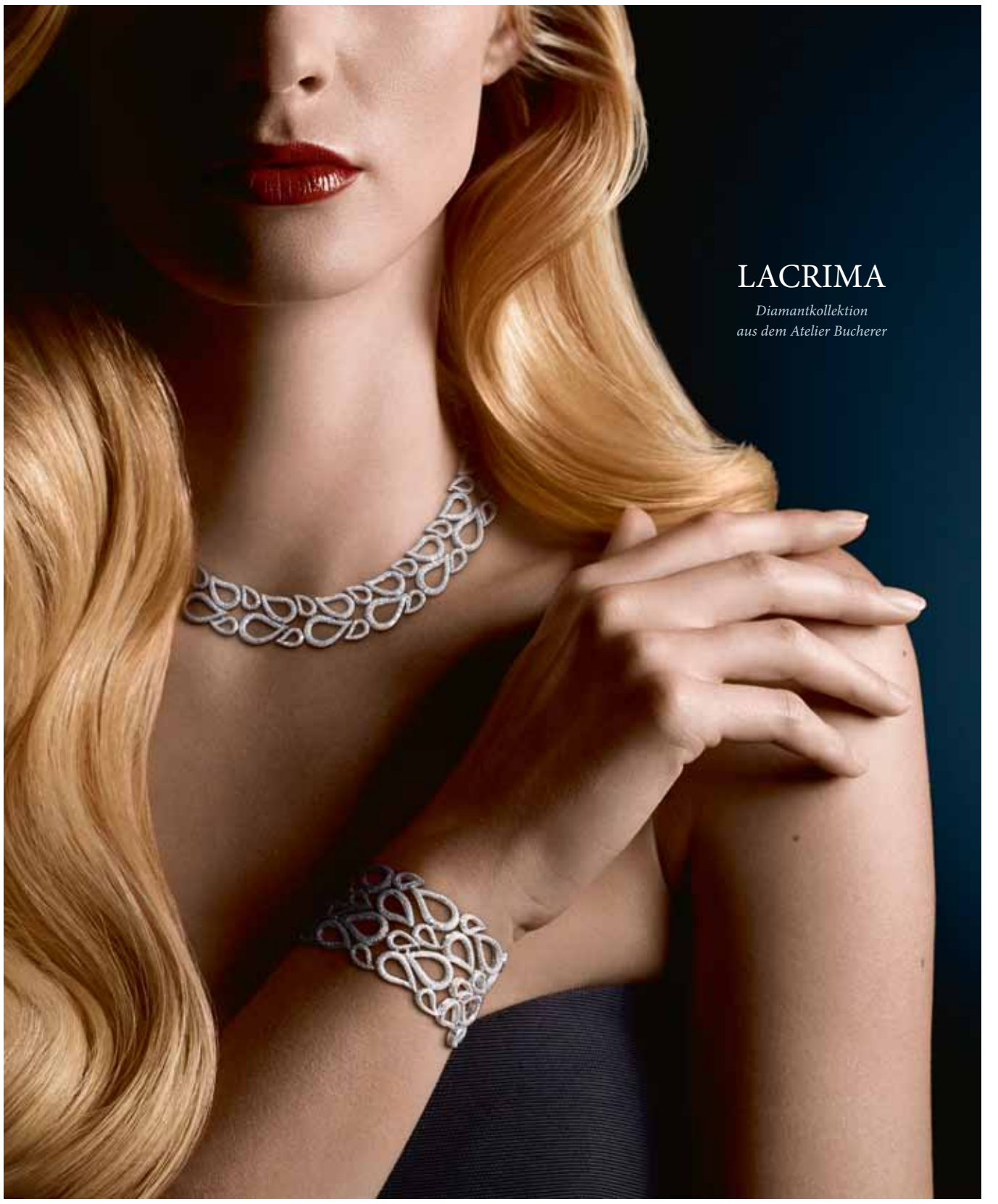
Um das Konzept der Maßfertigung zu unterstreichen und dem eleganten Publikum zusätzliche Unterhaltung und Vorschläge für das perfekte Outfit auf dem chicen Boot zu bieten, fand am Dominatorstand eine Fashionshow des Haute Couture-Designers Julien Macdonals statt.

www.dominatoryachts.com

© Dominator Design & Development

Die „Illumen" wurde vor Kurzem auf dem Yachtfestival in Cannes vorgestellt.

ZAUBER | GLANZ



BUCHERER
1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

Wien | Basel Bern Davos Genève Interlaken Lausanne Locarno Lugano Luzern St. Gallen St. Moritz Zermatt Zürich
Berlin Düsseldorf Frankfurt Hamburg München Nürnberg | Paris | *bucherer.com*

Hot & Cool

Casual

CHANEL

Sneaker-Stiefel

Das Produkt Regeln zu brechen, hat bei dem französischen Luxuslabel eine lange Tradition. Coco Chanel machte Schluss mit dem Mieder, war die erste, die in der Damen-Oberbekleidung Jersey und Tweed verwendete und sich für ihre Entwürfe ungeniert von der deutlich bequemeren Herrenmode inspirieren ließ. So etwa 1957 für den mittlerweile legendären Two-Tone-Pump, dessen farblich abgesetzte Kappe von Herren-Freizeitschuhen stammt. Auch Karl Lagerfeld hält offensichtlich nichts von Regeln und schickte seine Models heuer in bequemen Turnschuhen auf den Laufsteg. Sneakers zum eleganten Kostüm mögen jetzt zwar nicht jedermanns Sache sein, aber die aus Tweed, Leder und Seide gefertigten Leisetreter – neben den klassischen knöchelhohen Modellen bietet die Kollektion auch Stiefel – sind auf jeden Fall das noble i-Tüpfelchen für sportliche Outfits. Das Highlight ist auf jeden Fall der schwarze Overknee aus weichem Leder und mit Knieschutz im typischen Chanel-Steppmuster.

Die Zielgruppe Sportliche Luxusladies.

Die Marke Das 1913 gegründete Unternehmen ist seit den 50er-Jahren im Besitz der Familie von Alain Wertheimer, dem ehemaligen Geschäftspartner von Coco Chanel. Die kreative Leitung hat seit 1984 Karl Lagerfeld. Zur Chanel-Gruppe gehören unter anderem der Bademodenhersteller Eres, der Waffenfabrikant Holland & Holland, die Stickereimanufaktur Lesage und die Handschuhmacher Causse.

Fazit Exklusive und bequeme Alternative zum Highheel.

Berg

BOGNER

Haferl

Das Produkt Herbstlicher Nieselregen, Schneematsch und Kälte können selbst den trendbewusstesten Fashionistas das Stöckeln auf edlen Highheels verleiden. Auf hochwertiges Schuhwerk brauchen sie aber dennoch nicht zu verzichten. Der Schnürstiefel aus der aktuellen Herbst-Winter-Kollektion von Bogner hält die Füße auch bei unter null Grad mollig warm und sorgt mit seiner dicken Profilsohle für gute Bodenhaftung, ob am Weg zum nächsten Termin, beim ausgedehnten Shopping-Bummel oder beim Wochenendspaziergang am Land. Die Kombination aus farblich abgesetzem Leder, akzentuiert von markanten Steppnähten und dem chicen Pelzkragen, machen ihn zu einem ebenso praktischen wie trendigem Allrounder.

Die Zielgruppe Frauen, die fest und stylish auftreten wollen.

Die Marke 1932 gründete der erfolgreiche Skirennfahrer Willy Bogner sen. das Unternehmen als Importgeschäft für Ski, Zubehör und Strickwaren aus Norwegen, bald folgten eigene Kollektionen, für deren Design ab 1937 Willys Ehefrau Maria verantwortlich war. 1972 übernahm Willy Bogner jun. die Leitung, seine brasilianische Ehefrau Sônia fungierte zunächst als Model und übernahm 1980 von Maria Bogner die Leitung der Damenkollektion. Zur Unternehmensgruppe gehört seit 1966 auch eine Filmproduktion, und Willy Bogner jun. hat als Kameramann, Regisseur, Akteur, Produzent und Drehbuchautor bei nahezu 40 Filmen mitgewirkt.

Fazit Trittfest.

Home

DOLCE & GABBANA

Hausschuh

Das Produkt Hausschuhe führen unter den Schuhen ein Schattendasein. Man denkt dabei meist an bequeme Patschen, deren Hauptaufgabe es ist, die Füße warm zu halten und misst ihrer Optik deutlich weniger Bedeutung bei als der ihrer Verwandten, die man außerhalb der eigenen vier Wände trägt. Schade eigentlich, noch dazu, wenn man sieht, dass es auch anders geht. Das italienische Desinger-Duo Dolce & Gabbana hat prachtvolle Slipper im Angebot, die auch daheim für den stilistisch perfekten Auftritt sorgen. Aus braunem oder rotem Samt mit goldenen Ornamenten, aus schimmerndem Brokat oder aus glänzendem, perlenbestickten Satin. Fast zu schade, um sie nur unter Ausschluss der Öffentlichkeit zu tragen und durchaus auch eine stylishe und bequeme Alternative zum traditionellen Abendschuh.

Die Zielgruppe Frauen, die in jeder Situation gut beschuht durchs Leben gehen wollen.

Die Marke 1985 beschlossen Domenico Dolce und Stefano Gabbana, modisch gemeinsame Sache zu machen. Ein Jahr später eröffneten sie die erste Boutique, mittlerweile sind es mehr als 100, und auch das Sortiment wurde kontinuierlich erweitert: um Accessoires, Parfüm, Lederwaren und Taschen, Kindermode und Schuhe, Kosmetik und Schmuck. Geburtshelferin beim internationalen Durchbruch Anfang der 90er-Jahre war Madonna, in der Folge entwarfen Dolce & Gabbana auch spektakuläre Bühnenkostüme für viele andere Stars.

Fazit Ausdruck moderner italienischer Lebensart.

Klassik

SALVATORE FERRAGAMO

Ballerina

Das Produkt Für Salvatore Ferragamo war der Fuß das Meisterstück der menschlichen Anatomie, und daher sollten Schuhe die Schönheit des Fußes widerspiegeln. Und diese Funktion erfüllt jede seiner Kreationen, etwa die unsichtbare Sandale, für die er 1947 den Neiman Marcus-Award erhielt, ein spektakulärer 11cm-Highheel für Marilyn Monroe und natürlich die typischen Ballerinas, die er in den 50er-Jahren für Audrey Hepburn entwarf. Schon allein für diesen genialen Wurf, den auch jeder Orthopäde bedenkenlos empfehlen kann, gebührt ihm ein Denkmal im Modehimmel. Das Modell ist – in den aktuellen Trendfarben der jeweiligen Saison – seit über 60 Jahren fixer Bestandteil des Sortiments und darf eigentlich in keinem Schuhschrank fehlen.

Die Zielgruppe Liebhaberinnen klassischer Eleganz.

Die Marke 1989 startete der Schuhmacher Salvatore Ferragamo mit einem Geschäft in Neapel, 1914 folgte er seinem Bruder in die USA und kam in den 20er-Jahren nach Hollywood, wo er eine Boutique für Maßanfertigungen und Reparaturen eröffnete. Seine prominente Kundschaft blieb ihm auch treu, als er Firmensitz und Manufaktur 1927 nach Florenz verlegte. In den 50er-Jahren produziert er mit 700 Facharbeitern 350 Paar handgefertigte Schuhe täglich. Nach seinem Tod im Jahr 1960 übernahm seine Frau Wanda das Unternehmen, das heute 620 Stores weltweit betreibt und mehr als 3.800 Mitarbeiter beschäftigt.

Fazit Ein Klassiker und absolutes Must-have.

Event

JIMMY CHOO

Highheel

Das Produkt „Dabei dachte ich an eine von züggelloser Leidenschaft getriebene Affäre“, so Sandra Choi, Kreativdirektorin von Jimmy Choo, zu ihren Entwürfen für die aktuelle Herbst-Winter-Kollektion. Ein durchaus passender Ansatz, denn schließlich haben viele Frauen eine geradezu leidenschaftliche Beziehung zu ihrem Schuhwerk, die noch dazu oft weniger konfliktbeladen ist als jene zum Liebhaber. Ihr Ziel, Modelle zu kreieren, nach denen man sich verzehrt, hat Choi – das kann man mit Fug und Recht behaupten – erreicht. Da gibt es strassbesetzte Sandaletten oder feine silber-glänzende Pumps, die vielleicht nicht ideal für herbstliches Schmuddelwetter sind, aber perfekt für den großen abendlichen Auftritt. Ebenso glamourös, aber viel alltagstauglicher sind die Ankleboots aus feinem Leder und kuscheligem Fell oder das Modell Dwyer aus schimmerndem Satin in Pink, Grau und Blitzblau. Auf den ersten Blick fast zurückhaltend, präsentiert sich das Modell Diad aus Lack- und Glattleder, bei dem der neue, dreieckige Absatz besonders schön zur Geltung kommt.

Die Zielgruppe Alle Frauen, die aus ihrer Leidenschaft für exklusives Schuhwerk keinen Hehl machen.

Die Marke 1996 gegründet, ist Jimmy Choo ein Youngster und den Nobelbrands, zählt aber dennoch zu den Großen. Die Marke gehört der JAB Holding und vertreibt ihre Produkte (neben Schuhen auch Taschen, Lederwaren, Accessoires, Brillen und Parfüm) über eigene 180 Stores sowie Kaufhäuser und Fachhandel.

Fazit Eine Äffäre, die sicher nicht verhängnisvoll endet.

Die meisten Accessoires sind schmückendes Beiwerk – hübsch, aber im Grunde nicht wirklich notwendig. Ganz anders verhält es sich mit Schuhen. Die sind unverzichtbar, sowohl für den Schutz der empfindlichen Füße als auch für den perfekten modischen Auftritt. Coco Chanel war zwar überzeugt, dass eine Frau mit vier Paaren stilsicher und ausreichend ausgestattet ist, wir müssen ihr in diesem Punkt allerdings widersprechen: Es dürfen ruhig mehr sein. Wie viele genau, darüber entscheiden Geldbeutel und wie stark ausgeprägt die Liebe zum Schuhwerk ist. Das Angebot ist riesig, und wir haben daraus 10 besonders schöne Vertreter ausgesucht.

Eleganz

HERMÈS

Stiefel

Das Produkt Die edlen Seidentücher sind aus dem Sortiment der französischen Luxusmarke nicht wegzudenken, und daher ist es naheliegend, dass sie auch immer wieder in andere Produkte integriert werden. Ein Beispiel sind die Twillaines, bei denen die Luxustücher mit edler Strickmode fusioniert werden. Dass das Prinzip auch mit Leder funktioniert, zeigt der Stiefel Joan, dessen Schaft das Motiv „Brides de Gala" (seit 1970 im Programm und eines der erfolgreichsten) ziert – eine in jeder Hinsicht gelungene Kombination. Erstens sieht sie spektakulär aus, passt trotzdem zu vielen Outfits (schließlich will man ein so schönes Stück möglichst oft tragen) und zweitens passt das Zaumzeug-Motiv perfekt zu dem ein wenig an einen Reiterstiefel erinnernden Modell.

Die Zielgruppe Schuhaffine Luxusladys.

Die Marke Gegründet wurde das Unternehmen, das sich anfangs mit der Herstellung hochwertiger Zaumzeuge, Pferdegeschirre und Sättel beschäftigte, 1837 von Thierry Hermès. Ende des 19. Jahrhunderts wurde das Sortiment um Koffer und Taschen, später um weitere Lederwaren, Uhren, Parfüm und Couture-Bekleidung ergänzt. Seit 1937 sind die Seidentücher im Sortiment, 1972 wurden die ersten Damenschuhe auf den Markt gebracht. Das bis heute in Privatbesitz stehende Unternehmen betreibt weltweit rund 250 Stores und erzielte im 2. Quartal 2014 einen Umsatz von mehr als 1,9 Mrd. € (ein Plus von 12%)

Fazit Einfach prachtvoll.

Snow

LOUIS VUITTON

Moonboot

Das Produkt Zwar gelten Moonboots gemeinhin nicht als Accessoires, mit denen man einen stilsicheren Auftritt hinlegen kann (es sei denn, man ist ein alternder Schlagersänger und selbst der hat ja – so man der Werbung glauben darf – seine Treter gegen eine neue Heizung getauscht). Aber angesichts des 45jährigen Jubiläums der ersten Mondlandung kann man durchaus eine Ausnahme machen, vor allem, wenn das warme Schuhwerk von Louis Vuitton stammt und Teil einer besonderen Kollektion ist. Gewidmet ist sie Charlotte Perriand, die als eine der inspirierendsten und kreativsten Frauen des 20. Jahrhunderts gilt. Sie war unter anderem Möbeldesignerin, Architektin, Stadtplanerin und Fotografin und arbeitete mit Größen wie Le Corbusier und Pierre Jeanneret zusammen. Wem die mit Fell besetzten Moonboots mit dem typischen Monogramm-Muster doch ein wenig too much sind, aber trotzdem mit warmen Füßen durch den Winter gehen will, für den bietet die Icones-Collection auch Bergsteigerstiefel und mit goldenen Details verzierte Lederboots.

Die Zielgruppe Frankophile Luxusfans.

Die Marke Das1854 gegründeten Unternehmen stellte anfangs exklusives Reisepäck her, später folgten Taschen und Lederwaren. Seit 1997 wurde das Sortiment stark erweitert und umfasst heute Mode, Schuhe, Accessoires, Schmuck, Brillen, Uhren, Bücher und Schreibwaren. Das Unternehmen betreibt weltweit mehr als 450 Stores.

Fazit Wärmstens zu empfehlen!

Office

ROGER VIVIER

Pump

Das Produkt Nachempfunden ist das bekannteste Modell der Marke, der Pilgrim, dem historischen Schuhwerk der Pilger. Seinen ersten großen Auftritt hatte dieser Schuh aber in einem etwas sündigen Zusammenhang, nämlich an den Füßen von Catherine Deneuve im Film „Belle du Jour". Damit vereint der Pilgrim, der mittlerweile den Namen „Belle du Nuit" trägt, auf einzigartige Weise die beiden für Schuhe so wichtigen, aber eigentlich völlig konträren Faktoren: Bequemlichkeit (nicht nur für lange Pilgermärsche, sondern auch für den normalen Business-Alltag wichtig) und Sexappeal. Das Design ist seit 1967 praktisch unverändert – auf Basis des Pilgrims entstanden aber auch weitere Modelle wie Belle Vivier, U Look oder Ecusson. Hinsichtlich der Farben lässt der Pilgrim kaum Wünsche offen – von Klassikern wie Beige, Marineblau, Braun oder Schwarz bis zu den jeweils aktuellen Trendcolors reicht die Palette.

Die Zielgruppe Frauen, die auf zeitlos chice Schuhe stehen, in denen man auch problemlos gehen kann.

Die Marke Der gelernte Schuhmacher und Bildhauer Roger Vivier (1907–1998) gründete das Unternehmen Anfang der 50er-Jahre. Er entwarf exklusive Modelle für Stars und große Modelabels und auch die Krönungsschuhe für Queen Elizabeth. Diego Della Valle, CEO von Tod's, übernahm das Maison Roger Vivier 2003 und übertrug die Leitung dem italienischen Designer Bruno Frisoni, der den erfolgreichen Relaunch der Marke vollzog.

Fazit Noblesse mit Sexappeal.

City

LACO'S

Slipper

Das Produkt Wer auf hohe Hacken verzichtet, muss den Ball modisch gesehen nicht flach halten. Und wer auf individuelles und handgefertigtes Schuhwerk steht, muss nicht tief in die Tasche greifen. Beide Thesen beweist die österreichische Fashionexpertin Alexandra „Laco" Eisenburger mit ihrem Label „Laco's Collection". Das Sortiment umfasst ausschließlich flache Loafer, dafür aber in unzähligen Varianten. Zur Wahl stehen Stoffe in verschiedenen Designs (etwa ein flottes Zigzag-Muster in Beige und Braun oder klassisches Karo in Schwarz, Dunkelblau und Grün), Velourleder in vielen Farben oder Ponyfell in trendigem Camouflage- und Animalprint. Bei der Sohle kann man zwischen Leder und Gummi wählen. Eine chice Zierde ist die für Loafer typische Quaste. Gefertigt werden die Modelle in den Größen 34 bis 44 (jeweils mit Zwischengrößen) auf Bestellung von einer italienischen Manufaktur. Trotz der hochwertigen Materialien und Verarbeitung ist der Preis (ab rund 160 €) erfreulich niedrig.

Die Zielgruppe Frauen, die chices, bequemes und hochwertiges Schuhwerk lieben, dabei aber ihr Portemonnaie schonen wollen.

Die Marke 26 Jahre jettete die kosmopolitische Österreicherin Alexandra Eisenburger als Markenbotschafterin für Nobelbrands wie Valentino, Missoni, Gian Franco Ferré oder Aquilano Rimondi rund um die Welt und gründete dann ihr eigenes Label in Wien. Erhältlich ist Laco's Collection im Onlinestore.

Fazit Elegante Komfortzone.

Walk

LUIS TRENKER

Boots

Das Produkt Wie wichtig Abwechslung für die Füße ist, wird jeder Orthopäde gern bestätigen. Ein durchaus guter Grund für jede Schuh-Fanatikerin, sich – bei aller Liebe zu schwindelerregend hohen Highheels, filigranen Sandalen oder eleganten Pumps, die leider ab und zu den Weg zum Orthopäden notwendig machen (aber Schönheit muss ja bekanntlich ein wenig leiden) – auch praktisches Schuhwerk zuzulegen. Solches, in dem man problemlos und flott marschieren kann. Pate stand der klassische Bergschuh – kein Wunder bei einem Label, das nach dem ungekrönten König der Gipfelstürmer benannt ist. Für Extremwanderungen sind die Modelle zwar nicht geeignet, dafür durch neue Materialien oder freche Farben aber deutlich peppiger. Besonders chic das Modell, das aussieht, als wäre es aus einer Liaison zwischen Wanderschuh und Winterstiefel hervorgegangen.

Die Zielgruppe Liebhaberinnen des alpinen Lifestyles.

Die Marke Das Unternehmen wurde 1996 von Michi Klemera in Bozen gegründet. Anfang 2001 wurde die erste eigenständige Kollektion präsentiert, heute umfasst das Sortiment neben Mode für Damen, Herren und Kinder auch Schuhe, Taschen, Gürtel, Mützen, Kappen und Tücher, Möbel, Marmeladen, Latschenkiefer-Körperpflege, eine eigene Musik-CD und ein Fahrrad. Zudem stattet Luis Trenker Hotelzimmer aus und hat im Vorjahr für Range Rover eine Sport Fashion Edition entworfen.

Fazit These Boots are made for Walking.

Fotos: © Chanel; Bogner; Dolce & Gabbana; Salvatore Ferragamo; Jimmy Choo; Hermès; Louis Vuitton; Roger Vivier; Laco; Louis Trenker

CHANEL

ROUGE ALLURE GLOSS

FARBE UND GLANZ MIT EINEM KLICK

CHANEL.COM

CHANEL-Kundenservice - Tel. 0810-5000 10 (gebührenpflichtig).

© panthermedia.net/Dimitry Fischer

Nach dem großen Konsumrausch der vergangenen Jahre gönnt sich so mancher Luxusshopper jetzt eine kleine Pause, legt die nobel beschuhten Beine ein wenig hoch und lässt das Portemonnaie öfter als früher in der It-Bag.

Der große *Boom* ist vorbei

Die Umsätze im weltweiten Luxusgütermarkt steigen heuer, allerdings nur um vier bis sechs Prozent.

CLARISSA FISCHER

München. Während in vielen Branchen Wachstum derzeit ein Fremdwort ist, geht es in der Luxusgüterindustrie weiter aufwärts. Allerdings nicht mehr so rasant wie in den letzten Jahren, und auch die Nobelmarken müssen sich mit kleineren Steigerungen zufriedengeben.

Im ersten Quartal entspricht der Umsatzanstieg mit vier bis sechs Prozent dem Plus des Gesamtjahrs 2013. Auf diesem Niveau wird er sich auch im weiteren Jahresverlauf halten, denn die Währungsschwankungen in Russland, Japan, Brasilien und Indonesien, durch die zum Teil die Ausgaben der Konsumenten von Luxusartikeln weltweit gedrückt werden, können durch die positiven Wachstumsprognosen für Westeuropa und die USA aber durchaus kompensiert werden. Das geht aus der aktuellen Ausgabe der „Luxury Goods Worldwide Market Study" der internationalen Managementberatung Bain & Company hervor.

Japan top, Russland flop

Die Prognosen für die verschiedenen Märkte sind sehr unterschiedlich. Bedingt durch die Abwertung des Yen und dem dadurch steigenden Inlandskonsum, wird das Wachstum in Japan (+9 bis 11%) besonders kräftig ausfallen.

Dagegen wirken sich in China die Antikorruptionskampagnen negativ auf die Umsätze mit Luxuswaren aus. Trotzdem liegt das Land allein durch die Masse kaufkräftiger Konsumenten weltweit nach wie vor auf Platz eins. Darüber hinaus motivieren große Preisdifferenzen die Chinesen zu Käufen im Ausland – davon profitieren vor allem Asien, aber auch Nordamerika (+6%) und Westeuropa (2 bis 4% Plus).

Online wächst weiter

Russland hingegen gehört heuer zu den klaren Verlierern im Luxussegment: Nachlassende Konjunktur, rückläufige Nachfrage seitens ausländischer Konsumenten – nicht zuletzt aufgrund der politischen Instabilität – bringen einen Rückgang von bis zu sechs Prozent.

Gewinner und Verlierer gibt es auch bei den Vertriebskanälen. Outlet-Center sowie Onlinekäufe legen heuer weiter zu und gehören damit zu den „Top-Performern". Dagegen stehen Markenstores und Kaufhäuser weiter unter Druck. Das zeigt sich unter anderem an der rückläufigen Zahl neuer Flagship-Stores. Die internationale Expansion ist ins Stocken geraten, und viele Unternehmen kämpfen mit Budgetkürzungen und schrumpfenden Distributionsnetzen.

> „Kauffreudige Touristen sind weiter der Hauptwachstumstreiber."
>
> JOSEF MING, BAIN & COMPANY

Wenige Überraschungen sind heuer bei den bevorzugten Produktgruppen zu erwarten; die Trends der letzten Jahre setzen sich fort. Accessoires bleiben auch heuer der Wachstumsmotor im Luxussegment, gefolgt von Uhren und Schmuck. Kleidung und Kosmetik hingegen verzeichnen bislang nur moderate Zuwachsraten. Ein Trend zeichnet sich immer deutlicher ab: Weltweit rücken die Männer als Zielgruppe verstärkt in den Fokus der Markenartikler. Dies gilt besonders für Herrentaschen und -oberbekleidung.

Josef Ming, Konsumgüterexperte und Partner bei Bain & Company: „Konsolidierung und Stabilisierung machen Luxusgüter weniger anfällig für Krisen und zudem unabhängiger von Boom-Phänomenen. Die Unternehmen sollten sich daher verstärkt auf organisches Wachstum konzentrieren und in die Differenzierung ihrer Marken investieren." *www.bain.de*

Hofburg Vienna Zum 200 Jahres-Jubiläum des Wiener Kongresses betont man die einzigartige Symbiose von Tradition und Moderne

Bühne für zahlreiche gesellschaftliche Höhepunkte

Wien. Eine Fülle von glanzvollen Veranstaltungen, hochkarätigen Kongressen und Premium-Messen (darunter der ReiseSalon vom 17.-19. Oktober, die Art & Antique Hofburg Vienna vom 8.-16. November oder die Falstaff Weißweingala am 15. November) steht auch heuer am Programm der Wiener Hofburg, doch 2014 ist in zweierlei Hinsicht ein besonderes Jahr für Österreichs wohl bekannteste Eventlocation.

Einerseits sitzt mit Alexandra Kaszay eine neue Chefin am Ruder, andererseits gibt es ein rundes Jubiläum. Denn vor ziemlich genau 200 Jahren begann der Wiener Kongress, bei dem hochrangige Vertreter der europäischen Nationen nach den Napoleon-Kriegen und dem Pariser Frieden eine neue Ordnung für den Kontinent festlegten.

Alles Walzer

„Mit dem Fokus auf das Jubiläum betonen wir unsere Symbiose von Historie und Moderne", so die neue Geschäftsführerin, der vor allem die weitere Verbesserung der technischen Infrastruktur, des Beleuchtungsdesigns und der Web-Präsenz ein Anliegen sind.

Daneben stehen die Vorbereitungen für das Highlight der kommenden Ballsaison auf dem Programm, der heuer unter einem neuen Namen über das Parkett gehen wird – er heißt jetzt nicht mehr Le Grand Bal, sondern Hofburg Silvesterball.

„Die Punkräume werden mit pastellfarbenen Blütenkugeln in ein Blütenmeer verwandelt. Mitten im Winter wollen wir so bereits im Winter einen Hauch von Frühling in die Walzerstadt bringen. Passend dazu arbeiten Mitglieder des Wiener Staatsopernballetts schon an einer Choreografie des Blumenwalzers aus dem ‚Nussknacker', und Solisten der Staatsoper werden den Frühlingsstimmenwalzer singen", freut sich Kaszay.

www.hofburgsilvesterball.com

© Hofburg Vienna/Madzigon

Krönender Abschluss des heurigen Jahres ist wieder der große Silvesterball.

SHORT

Touristen lassen die Kassen klingeln

© Daniele Mascolo/EPA/picturedesk.com

Die Globe Shopper gaben 2013 um acht Prozent mehr im Handel aus.

Wien/Eysins. Nach einem kürzlich präsentierten Bericht von Global Blue hat sich der Betrag, den Reisende aus den zehn führenden Nationen für steuerfreies Einkaufen ausgaben, 2013 um 8% erhöht. Gemeinsam sind die zehn Nationen für beinahe zwei Drittel der von Global Blue weltweit verantwortlich. Nach Thailand und Malaysia im Jahr 2012 haben es im letzten Jahr weitere neue „Globe Shopper"-Nationen unter die Top Ten geschafft: Saudi-Arabien, die Vereinigten Arabischen Emirate und Hongkong.

Die Top Ten der „Globe Shopper"-Nationen haben eines gemeinsam: ihre bevorzugten Reiseziele. Diese sind Frankreich, Großbritannien, Italien, Deutschland und Singapur sowie Finnland, Österreich, Spanien und Südkorea.

„Globe Shopping gewinnt weltweit zunehmend an Bedeutung, und immer wieder sichern sich neue Länder einen Platz unter den Top Ten. Und auf diese Länder muss der Handel im Luxussegment besonders achten", rät David Baxby, CEO von Global Blue.

www.globalblue.com

Neue attraktive Märkte für Luxus

© Wikimedia Commons

Chile rückt verstärkt in den Fokus des internationalen Einzelhandels.

Wien. Noch gibt es ein paar weiße Flecken auf der Luxuslandkarte, die allerdings, kaum identifiziert, auch schon bald mit dem passenden Angebot versorgt werden.

Chile führt die Liste der attraktivsten Investitionsziele für den internationalen Einzelhandel an und verdrängt Brasilien von der Spitzenposition auf Platz 5. Auf den Plätzen 2 und 3 stehen China und Uruguay. Zu diesem Ergebnis kommt der Global Retail Development Index (GRDI) 2014, in dem die Unternehmensberatung A.T. Kearney zum dreizehnten Mal die Attraktivität von 30 Wachstumsmärkten für Handelsunternehmen untersucht hat.

Darüber hinaus gewinnt auch die Region Subsahara-Afrika immer weiter an Bedeutung: Mit Nigeria, Botswana und Namibia schafften es drei Länder unter die Top 30 des GRDI 2014. *www.atkearney.at*

Es sind *goldene* Zeiten

Zahl der Millionäre und Milliardäre sowie die Gesamtsumme ihrer Vermögen steigt kontinuierlich an.

DESIRÉE FABER

Wien. Ich wär so gerne Millionär – im Vorjahr hat sich dieser Wunsch für immerhin 1,76 Millionen Personen erfüllt. Und auch jene Menschen, die schon davor zum Club der Reichen und Superreichen gehört haben (das waren immerhin rund 11,7 Millionen), hatten Grund zur Freude, denn ihr Vermögen hat sich 2013 um durchschnittlich 14% gesteigert, wie der aktuelle World Wealth Report von Capgemini und RBC Wealth Management & RBC Insurance feststellt. Gemeinsam verfügen die 13,5 Mio. Millionäre und Milliardäre über ein Vermögen von rund 40 Billionen Euro.

> „Vermögensverwalter müssen ihre digitalen Angebote ausbauen."
>
> KLAUS SCHMID, CAPGEMINI

„Insgesamt war 2013 ein weiteres starkes Jahr für die Vermögenden. Steigende Aktienmärkte und eine verbesserte Wirtschaftslage trugen zu einem zweistelligen Wachstum bezüglich Gesamtvermögen und Anzahl der HNWIs bei", fasst M. George Lewis, Group Head von RBC Wealth Management & RBC Insurance, das Untersuchungsergebnis zusammen. „Betrachtet man den langfristigen Wachstumstrend, so entstanden fast 40 Prozent des derzeitigen relevanten Vermögens allein in den letzten fünf Jahren."

© Tal Cohen/EPA/picturedesk.com

Steigende Aktienmärkte, bessere Wirtschaftslage und vife Vermögensverwalter sorgen dafür, dass bei den Reichen die Kassen klingeln.

Gutes Zeugnis für Banker

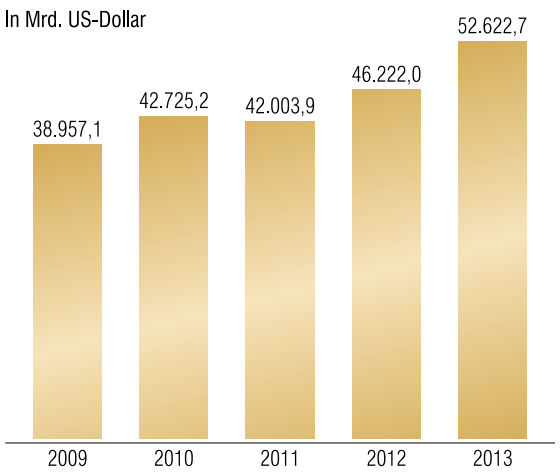
Da wundert es kaum, dass die Vermögenden mit der Arbeit ihrer Banker weitgehend zufrieden sind. Drei Viertel der Befragten bescheinigen ihren Vermögensmanagern ein hohes Maß an Vertrauen. Ebenso stieg auch die Zuversicht in den Finanzmarkt von 45 auf 58%, und jene in die regulierenden Institutionen von 40 auf 56%; 77% der Reichen rechnen damit, dass sie in der nahen Zukunft weiter Vermögen generieren können; davon geht auch der aktuelle Bericht aus.

Bis 2016 wird erwartet, dass das HNWI-Gesamtvermögen um weitere 22% auf 48 Billionen Euro steigen wird.

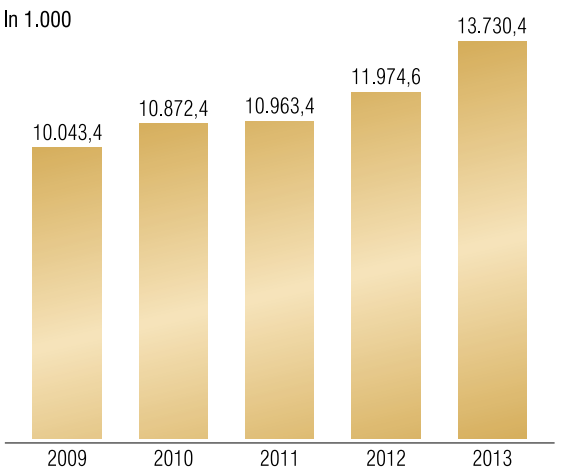
„Auch wenn wir grundsätzlich eine bessere Einschätzung der Vermögensverwaltungsbranche erkennen, so bewerten die Kunden die aktuellen Fähigkeiten ihrer Institute doch als verbesserungswürdig. Dies ist ein klarer Indikator dafür, dass die Angebote noch besser auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten werden müssen", sagt Klaus Schmid, Vorstandsvorsitzender von Capgemini in Österreich. „Mit einer stärkeren Digitalisierung von Produkten und Services bietet sich die Chance, die Bedürfnisse der jetzigen und zukünftigen Kunden besser zu bedienen. Dies geht über eine reine Webpräsenz hinaus hin zu einem integrierten und kanalübergreifenden Kundenerlebnis, welches neben der gezielten Interaktion mit dem Vermögensberater zu einer herausragenden Kundenbeziehung führen kann."

www.capgemini.at

HIGH NET WORTH INDIVIDUALS-VERMÖGEN



HIGH NET WORTH INDIVIDUALS-ANZAHL



Quelle: Capgemini Financial Services Analysis, 2014; Grafik: Raimund Appl

Boston Consulting Group Auch die Luxusindustrie bekommt den Fachkräftemangel zu spüren

Schwierige Besetzung von Nobel-Jobs

Wien. Der Fachkräftemangel macht immer mehr Branchen Sorgen – jetzt auch der Luxusindustrie, wie die Studie „The Race for Talents" der Boston Consulting Group zeigt. Demnach gaben 70% der Verantwortlichen von Luxusartikel- und Modeanbietern an, dass es „sehr schwierig" oder sogar „unmöglich" sei, gute Kreativdirektoren für ihr Unternehmen zu finden, und 42% halten Fachleute für Schnittkonstruktion für Mangelware.

Auch die Suche nach Database-Managern, Web-Entwicklern und Mangern für den technischen Bereich gestaltet sich zunehmend schwierig, was angesichts der wachsenden Bedeutung des e-Commerce durchaus auch zu wirtschaftlichen Einbußen führen könnte.

Gut die Hälfte der Befragten ist davon überzeugt, keinen Zugriff auf die besten kreativen Talente zu haben. Boston Consulting ortet den Grund vor allem in einem fehlenden oder ungenügenden Employer Branding, denn 40% der Befragten gaben an, keinen „systematischen Ansatz" für die Rekrutierung zu haben. Nach wie vor vertrauen die Unternehmen bei der Personalsuche auf Headhunter. Soziale Netzwerke und Kontakte zu Hochschulen werden laut Boston Consulting noch viel zu wenig genutzt. *www.bcg.at*

© Louis Vuitton

Auch große Nobelbrands haben es bei der Stellenbesetzung zunehmend schwer.

Gut *vernetzt* mit der Zielgruppe

Soziale Netzwerke sind trotz der Risiken für Luxusmarken ein immer wichtigeres Kommunikationstool.

CLARISSA FISCHER

München/Frankfurt. Der gute Name ist für Luxusmarken ein besonders wertvolles Gut und wird entsprechend aufwendig gehegt und gepflegt – eine Aufgabe, die durch Social Media aber deutlich erschwert wird. Denn selbst Unternehmen, die von einer Präsentation in den Sozialen Netzwerken Abstand nehmen, sind nicht davor gefeit, dass ihre Marke zum Thema des digitalen Meinungsaustauschs wird.

„Unserer Online-Kanäle gewinnen immer mehr Bedeutung."

ED FRENCH, CHIEF SALES AND MARKETING OFFICER, THE RITZ CARLTON-GROUP

Die Gegenstrategie vieler Unternehmen lautet daher, die gewünschten Informationen einfach selbst zu verbreiten und via Internet auch gleich mehr und neue Zielgruppen anzusprechen.

Das stößt allerdings nicht auf die ungeteilte Zustimmung der Kunden, wie eine Studie von White Communications zeigt. Demnach sind 48% der Heavy-Käufer und 41% der Light-Käufer der Meinung, dass Nobelmarken in Sozialen Netzwerken nichts zu suchen haben, da das schlecht für das Image und die Exklusivität sei. Dagegen wollen 29% der Heavy-Käufer und 14% der Light-Käufer ihre bevorzugten Top-Brands unbedingt auf Facebook & Co vorfinden. Etwa ebenso viele wollen sich im Internet mit Freunden und Followern über Luxusmarken austauschen oder sind der Meinung, dass Schönes & Teures unbedingt in die Sozialen Netzwerke gehört.

Eine Überzeugung, zu der die Ritz Carlton-Gruppe bereits 2009 gekommen ist und erste Aktivitäten auf Facebook und Twitter gesetzt hat. Heute kommuniziert man, unterstützt von der Social-Media-Agentur Pandemic Labs, über insgesamt zwölf Kanäle – sehr erfolgreich. Denn laut der jüngsten unabhängigen Social Media-Analysen für die Hotellerie von Engagement Labs und Shareablee liegt Ritz Carlton deutlich vor dem Mitbewerb.

Maßgeschneiderte Inhalte

Allison Sitch, Vice President Global Public Relations, dazu: „Auf Twitter bieten wir eine Quelle der Inspiration aus unserem Portfolio und sammeln #RCMemories aus der ganzen Welt. Auf LinkedIn rücken wir den Leadership-Gedanken unserer Führungskräfte in den Vordergrund. Facebook, Pinterest und Instagram befassen sich mit den Erlebnissen unserer Gäste vor und während ihres Aufenthalts."

Derzeit werden auch Ideen für WeChat und Sina Weibo in China getestet, um neue Gästegruppen anzusprechen. Für umfangreiche emotionale Themen nutzt man Tumblr. Ed French, Chief Sales and Marketing Officer: „Die Bedeutung jedes einzelnen unserer Online-Kanäle wird immer wichtiger, denn unsere Gäste leben mehr und mehr im digitalen Raum; deshalb ist es wichtig für uns, dicht an den Verbrauchern zu bleiben sowie strategisch und sensibel in diesem Bereich zu agieren."

www.engagementlabs.com
www.shareablee.com
www.ritzcarlton.com

© Facebook

Auch digital erfüllt Ritz Carlton die Erwartungen seiner anspruchsvollen Klientel.

SHORT

Der Motor läuft auf Hochtouren

© APA/EPA/Jason Szenes

Die europäischen Luxusautohersteller fahren heuer in China weiter Erfolge ein.

Peking. Die Befürchtungen der Nobelauto-Hersteller, dass sich wegen der Anti-Luxus-Kampagne der chinesischen Regierung heuer weniger Autos verkaufen würden, hat sich bisher nicht bewahrheitet. Ganz im Gegenteil.

Porsche konnte seinen Absatz um acht Prozent auf 19.800 Flitzer steigern, Rolls-Royce fuhr, vor allem wegen der stark steigenden Nachfrage in China, in der Asien-Pazifik-Region gar ein Plus von 40% ein, und Lamborghini konnte mit 89 verkauften Supersportwagen das hohe Niveau der Vorjahresperiode halten.

Was sich geändert hat, sind die Käufer selbst: Waren es früher Neureiche, so sind es nach Meinung der Marktexperten jetzt Menschen, die die Marken und Produkte auch wirklich kennen und verstehen. *www.chinaembassy.at*

Alle Leder. Ein Preis. Der Günstigste!

Sichern Sie sich jetzt Ihren Preisvorteil: Rolf Benz MIO und Rolf Benz VIDA erhalten Sie bis zum 31.12.2014 in über 100 Ledern der aktuellen Kollektion zum günstigsten Lederpreis*. Weitere Informationen bei teilnehmenden Handelspartnern und unter www.rolf-benz.com.
*entspricht Preisgruppe 36 (Rolf Benz MIO) bzw. 34 (Rolf Benz VIDA). Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen.

ROLF BENZ MIO Design **Norbert Beck**

ROLF BENZ

Natur und *Design* trifft Technik

Christian L. Einwaller, Sieger des ersten Möbel & Design-Guide-Awards, über aktuelle Trends rund um Wohnen & Einrichten.

BRITTA BIRON

Wien. Zum neunten Mal hat Anna del Medico und ihr Team mit dem Möbel & Design-Guide einen umfassenden Führer durch die Welt des stilvollen Wohnens herausgebracht. Und zum ersten Mal wurden heuer auch die besten Design-shops und Einrichtungshäuser Österreichs ausgezeichnet. In der Hauptkategorie „Möbel & Design Vollsortiment" setzte sich L. Einwaller Interiors als Sieger durch. **medianet** sprach mit Christian L. Einwaller.

medianet: *Wie hat sich der Markt für exklusives Wohnen/Einrichten in den letzten Jahren entwickelt?*
Christian L. Einwaller: Der Trend zum Rückzug in die eigenen vier Wände hat sich noch mehr verstärkt. Dementsprechend wird auch mehr investiert. Und das beschränkt sich nicht nur auf Hightech-Küchen und Bäder mit Wellnessanspruch, sondern umfasst auch Kunst, Innenarchitektur sowie die gesamte Möblierung. Ein gutes Sitzmöbel oder ein gutes Bett trägt viel zum persönlichen Wohlbefinden bei. Wenn man bedenkt, wie viel Zeit man daheim im Sitzen oder Liegen verbringt – das ist mehr als die Hälfte des Lebens –, sind hochwertige Sofas, Sitzgruppen, Sessel und Betten eine Investition, die sich doppelt lohnt: einerseits hinsichtlich der Optik, andererseits durch Komfort.

„Es wird mehr in das Heim investiert. Das beschränkt sich nicht nur auf Hightech-Küchen und Wellness-Bäder, sondern umfasst auch Kunst, Innenarchitektur sowie Möblierung."

CHRISTIAN L. EINWALLER
GF CHRISTIAN L. EINWALLER INTERIORS

medianet: *Was sind denn bei der Inneneinrichtung derzeit die wichtigsten Trends?*
Einwaller: Im Grunde alles, was dem Zeitgeist und dem Moment entspricht. Wir verstehen uns jedoch mehr als Maßschneider mit einer gewissen Nachhaltigkeit und Zeitlosigkeit. Daher kombinieren wir gern alte Einzelstücke mit Elementen des 21. Jahrhunderts – immer auch mit einer angemessenen Demut vor der vorhandenen Landschaft bzw. dem Gebäude und seinen Bewohnern. En vogue sind zurzeit aber sicher Naturtöne sowie Naturmaterialien im Sinne von ‚Back to the roots', wobei aber gern zusätzlich extravagante Highlights gesetzt werden. Als aktuelle Trendfarbe im Wohnbereich würde ich auch Greige bezeichnen, eine Mischung aus Grau und Beige.

medianet: *Und wie sieht es im Objektbereich aus?*
Einwaller: Da ist im Zusammenhang mit Smart Living vor allem modernste Technik gefragt – jedoch immer in Verbindung mit einem entsprechend hochwertig designten Innenausbau. Allerdings beschränkt sich das nicht auf das Objektgeschäft; dieser Trend zieht sich auch in den Privatbereich. Musik, Lichtszenarien, Alarmanlage, Heizung oder Dampfbad aus der Ferne via Smartphone zu bedienen, ist keine Zukunftsmusik mehr, sondern bereits Realität.

medianet: *Wie sieht es mit der Nationalität Ihrer Auftraggeber aus?*
Einwaller: Österreicher sowie ausländische Kunden halten sich in etwa die Waage.

medianet: *Gibt es aktuell besondere Projekte, an denen Sie und Ihr Team gerade arbeiten?*
Einwaller: Ein besonderes Projekt ist derzeit das komplette Refit und Redesign einer codecasa-Yacht sowie einige Dachausbauten, wobei ich da, unsere Kunden legen auf Diskretion großen Wert, keine Details nennen kann. Etwas Besonderes ist sicher auch unser Eigenprojekt ‚Parkview', unter anderem, weil es sich dabei um einen der letzten noch freien Ringstrassendachböden in Wien handelt; hier entstehen zwei Wohnungen mit Rundum-Wienblick, unter anderem auf den Stadtpark und den Stephansdom. Die Planung war insofern aufwendig, als sie den strengen Vorgaben für ein UNESCO-Weltkulturerbe entsprechen muss.

© Witold Dybowski (2)

Christian L. Einwaller weiß, was in Sachen Wohnen „in" ist, sieht sich aber vielmehr als Maßschneider individueller Wohnträume.

medianet: *Eine abschließende Frage: Welche Projekte machen Ihnen selbst am meisten Spaß?*
Einwaller: Die, wo man Neuland betritt und sei es auch nur im Kleinen. The Sky is the Limit!

www.einwaller.cc

Haute Cuisine Jüngster Neuzugang im edlen Sortiment des Möbelstudios Leo Schulmeister sind Küchen in Lederoptik von Intuo

Perfektes Rezept für anspruchsvolle Wohnträume

© Intuo

Zum umfangreichen Sortiment gehören auch die edlen Küchen von Intuo.

Wien. „Der aktuelle Trend am Möbelmarkt zeichnet sich durch klare Linien, schlichte, aber doch moderne Designs, Formen und Farben aus. So etwa weißer Lack in Kombination mit Holz, aber auch Glas und Aluminium. Ganz in ist derzeit auch Leder", weiß Einrichtungsexperte Leo Schulmeister.

Guter Geschmack

Und das beschränkt sich nicht nur auf Sofas oder Sessel. Auch in der Küche, jenem Raum, der in vielen Wohnungen das klare Zentrum darstellt, kann man gepflegt vom Leder ziehen – wenn auch die Oberfläche der Intuo-Modelle, die Schulmeister jetzt neu im Programm hat, „nur" optisch der feinen Tierhaut nachempfunden ist.

„Auf großes Interesse stößt bei unseren Kunden auch das Thema Smart Home", so Schulmeister weiter. Im Vordergrund steht dabei allerdings nicht der Wunsch, zu den ersten zu zählen, die sich die Zukunft schon jetzt ins Heim holen, sondern durchaus praktische Überlegungen. „Einerseits bietet die moderne Technik neue Komfortfunktionen, andererseits werden dadurch neue Funktionen hinsichtlich Sicherheit und Energieeffizienz möglich", erläutert der Möbelstudio-GF.

Spezialisiert ist man bei Schulmeister klarerweise auf zahlungskräftige Käufer, aber nach Meinung des Interior-Experten ist ein gut eingerichtetes Heim nicht allein eine Frage der finanziellen Mittel, „sondern auch abhängig von der eigenen Einstellung zum Stellenwert, den die Ausstattung der Wohnung hat. Daneben spielt natürlich auch der persönliche Geschmack eine wichtige Rolle. Insofern ist unser oberstes Ziel bei allen Projekten, dass wir gemeinsam mit den Kunden individuelle Konzepte entwickeln, damit sich die Bewohner in ihrem neuen Umfeld wohlfühlen."

www.leoschulmeister.at

Hochwertiger *Chic* mit Pepp

Österreichiche Mode-Marke Erich Fend widmet sich allein dem Mantel.

BRITTA BIRON

Wien. Mode ist Wandel; das weiß man auch bei dem seit 1996 bestehenden österreichischen Familienunternehmen, wirft aber dennoch nicht Bewährtes über Bord. Dazu gehört einerseits, dass man – anders als viele andere Fashionbrands, die ihre Sortimente um neue Produktgruppen erweitern

„Wir übersetzen die aktuellen Trends in eine tragbare Form."
CHRISTIAN FEND

– auch weiterhin ausschließlich auf Damenmäntel setzt. Damit hat man sich bei mehr als 1.000 Handelspartnern (vor allem im nördlichen Europa und dem Alpenraum) und deren Kundinnen einen guten Namen gemacht.

„Wir machen Mäntel für Frauen, die großen Wert auf Qualität und gute Schnitte legen, von Mode erwarten, dass sie ihre Persönlichkeit und ihren Stil unterstreicht und sich nicht verkleiden wollen", erläutert Firmengründer Erich Fend. „Die oft überzeichneten Trends von den großen Laufstegen sehen an Models vielleicht gut aus, echten Frauen stehen sie selten." Neuen Stilen verschließt man sich aber nicht: „Wir schauen uns sehr genau an, was in ist und übersetzen das in eine tragbare Form", erläutert Junior-Chef Christian Fend. So gibt es in der aktuellen Kollektion auch die gemäßigte Boule-Form und Modelle im leichten Oversize-Look.

Style & Trend

„Zu den Bestsellern gehören aber nach wie vor unsere seit Jahren bewährten Klassiker, wie etwa das Modell Alvy, die aber natürlich jede Saison durch Abwandlungen des Schnitts, andere Details, neue Stoffe und Farben einen aktuellen Look erhalten."

So findet man in der neuen Herbst-Winter-Kollektion den angesagten Schwarz-Weiß-Look (etwa bei Talina-), plakative Karos, Farbeffekte, Matt-Glanz-Materialmix, Color-Blocking sowie Kristall-Verzierungen und auffällige Metallreißverschlüsse.

„Ebenso wichtig wie die Optik ist aber die Qualität der Stoffe und der Verarbeitung. Da machen wir keine Kompromisse. Schließlich soll die Trägerin lang an ihrem Mantel Freude haben", sagt Fend. Dass sich viele Fans der Marke jede Saison trotzdem ein neues Modell gönnen, stört ihn klarerweise nicht: „Abwechslung muss auch sein." *www.fendfashion.at*

© Erich Fend

Klassische Schnitte, auffällige Muster: die neuen Modelle Talina-4 und Gluhila-1.

SHORT

Neues Luxusaccessoire für Nobelshopper

© Pure+Solid Ltd/Kosta Potezica

Bei der Pure + Solid-MasterCard ist alles Gold bzw. Edelmetall, was glänzt.

London. Kreditkarten sind ein nützliches Instrument beim Nobelshopping, für sich selbst gesehen hält sich der Luxusfaktor (da sie wie jede x-beliebige Konto- oder Kundenkarten aus Plastik besteht) aber in Grenzen – ein Umstand, den Mastercard jetzt aber mit der Pure + Solid-MasterCard geändert hat. Die handgefertigten Schmuckstücke, mit denen man natürlich auch bezahlen kann, bestehen aus reinem Platin (Pt999), Gold (18k) oder Silber (Ag925), haben eine Gültigkeitsdauer von 60 Monaten und sind an kein bestimmtes Einkommen oder Vermögen gekoppelt. Allerdings schränkt der Preis von 28.690 € pro Stück die Zahl der potenziellen Käufer, die dafür aber auch einen Priority-Pass für das weltweite VIP Lounge-Programm erhalten, etwas ein.

www.mastercard.com

LIEBE KANN MAN NICHT KAUFEN!

SAGT WER?

JAGUAR XF
AUSTRIA EDITION AB 46.900,- €*
MIT EINEM PREISVORTEIL AB 7.883,- €*

Ausstattungs-Highlights
• Vollledерpolsterung „Luxury Bond-Grain"
• Navigationssystem
• 8-Gang-ZF-Automatikgetriebe mit Sequential Shift™
• Bi-Xenon-Scheinwerfer mit LED-Tagfahrleuchten
• 7-Zoll-Touchscreen-Farbdisplay
• Beheizbare Vordersitze
• Rücksitze umklappbar (60:40)
• Bluetooth® Audio-Streaming

JAGUAR.AT

HOW ALIVE ARE YOU?

JAGUAR

* Preis des Jaguar XF 2.2 L Diesel Austria Edition inkl. 20 % MwSt. und NoVA, bereits reduziert um Preisvorteil. Freibleibendes Angebot. Jaguar XF/XF Sportbrake 2.2 L Diesel: Kraftstoffverbrauch in l/100 km: 6,1 (innerorts); 4,5 (außerorts); 5,1 (komb.); CO_2-Emission in g/km: 135. Abbildung zeigt Symbolfotos.

SHORT

Scabal gibt äußerst edel Stoff

© Scabal/Filip Vanzieleghem

Das Musterbuch mit der neuen Kollektion der Nobelweberei Scabal.

Brüssel. Schneiderkunst ist eine der Voraussetzungen für einen exzellenten Anzug, die zweite ist die Stoffqualität. Und da bietet Scabal, Hersteller besonders edler Tuche, jetzt eine edle Neuheit.

Imperial Trilogy besteht aus feinster Merinowolle, kombiniert mit einem Garn aus der Wolle der seltenen Guanacos. Der Stoff hat einen besonders weichen Griff und eignet sich sowohl für wärmere als auch kältere Klimazonen.

www.scabal.com

Halten warm und sehen cool aus

© warm-me.com

Warm-me gibt Fashionistas etwas besonders Hübsches auf die Mütze.

Salzburg. „Kind, setz was auf, es ist kalt draußen" – beim Anblick der neuen Kollektion des jungen österreichsichen Labels Warm-me werden auch Fashionistas dem Wunsch ihrer Mütter mit Freude nachkommen.

Die Strickmützen werden aus feinstem Kaschmirgarn in Nepal handgestrickt und danach mit edlen Swarovski-Kristallen oder aufwendigen Printmotiven verziert. Mit dem Kauf einer solchen Nobelmütze kann man aber nicht nur sich selbst etwas Gutes tun, denn Warm-me unterstützt aus dem Verkaufserlös den Verein Namaste e.V., der Kindern in Nepal den Besuch einer Schule ermöglicht.

www.warm-me.com

Feine Edelfeder von Montblanc

© Montblanc

Insgesamt 1.500 Edelsteine zieren den teuersten Füllfederhalter der Welt.

Hamburg. Mit dem Monte Celio Limited 1/1 definiert Montblanc den Begriff „Edelfeder" neu. 15,6 Karat-Diamanten und 5,22 Karat-Saphire zieren Schaft und Kappe, die von einem 12-Karäter gekrönt wird. Zu haben um 2,4 Mio. €.

www.montblanc.com

Mode-*Museum* geplant

Giorgio Armani denkt auch mit 80 Jahren nicht ans Aufhören, aber an die Erhaltung seines Lebenswerks.

CLARISSA FISCHER

Mailand. Dass die italienischen Luxusmarken ein Faible für ihre Heimat haben, trifft sich angesichts der Schieflage der italienischen Wirtschaft und der damit verbundenen Geldknappheit des Staats sehr gut.

Nachdem Fendi bereits eine ordentliche Summe für die Restaurierung des Trevi-Brunnens in Rom spendiert, Bulgari die Modernisierung der Spanischen Treppe mit einer großen Spende unterstützt und Tod´s-Chef Diego Della Valle einen kräftigen Zuschuss für die Instandhaltung des Colosseums geleistet hat, zieht sich jetzt auch Giorgio Armani die Spendierhosen an (die's allerdings in seiner Kollektion bisher noch nicht gibt) und stellt dem Mailänder Museum Pinacoteca di Brera 300.000 € für eine Ausstellung über den Renaissance-Künstler und Architekten Donato Bramante zur Verfügung, die vom 11. November bis 1. März 2015 zu sehen sein wird.

> „Mailand ist das Zentrum meines Lebens und meiner Arbeit."
>
> GIORGIO ARMANI

© APA/EPA/Matteo Bazzi

Giorgio Armanis umfangreiche Sammlung an Kleidungsstücken, Zeichnungen und Fotos wird ein eigenes Museum bekommen.

Und offenbar hält der Designer, der diesen Sommer seinen 80. Geburtstag gefeiert hat, die Zeit gekommen, um Vorsorge für sein Lebenswerk zu treffen. Nicht, dass er arbeitsmüde wäre; ans Aufhören denkt er ebenso wenig wie sein Kollege Karl Lagerfeld und auch einen Verkauf oder Börsegang lehnt er kategorisch ab. Er hat jetzt mit seiner Heimatstadt Mailand eine Vereinbarung über die Errichtung eines Giorgio Armani-Museums getroffen, das seine umfangreiche Sammlung an Kleidungsstücken, Zeichnungen und Fotos beherbergen wird; finanziert wird das Projekt von Armani selbst, von der Stadt sowie privaten Investoren.

„Meine Arbeit wäre anders ausgefallen, wenn ich mich in einer anderen Stadt niedergelassen hätte. Daher habe ich beschlossen, die Resultate meiner Arbeit und meiner Erfahrung in den Dienst Mailands zu stellen. Ich hoffe, dass sie den Jugendlichen nützlich sein werden, die sich für Mode und Design interessieren", so Armani über seine Beweggründe. *www.armani.com*

© Bulgari

Die neue Variante der Isabella Rosselini-Tasche glänzt in blauem Alligatorleder.

Bulgari Accessoire-Kollektion als Hommage an Rom

Taschenspielertricks

Rom. Als Inspirationsquelle für die Designer muss ja so einiges herhalten, aber das Flair der Ewigen Stadt mit ihrer bis in die Antike zurückreichenden Geschichte, den prunkvollen Palästen und Kirchen, dem Mix aus Tradition, Geschichte und Moderne ist sicher keine unpassende Vorlage und im Falle der noblen Schmuckmarke Bulgari natürlich auch sehr naheliegend.

Großstadtflair

Warum sollte auch die Tatsache, dass man seit 2011 zum französischen LVMH-Konzern gehört, etwas an der Heimatverbundenheit ändern. Und außerdem braucht jeder, der die Stadt erkundet, ob wegen der Kultur, der Einkaufsmöglichkeiten, der Kulinarik oder einfach nur zum Spaß, und natürlich auch die Römerinnen selbst klarerweise eine Handtasche.

Mit den neuen Bulgari-Taschen – ganz besonders mit dem neuen Isabella Rosselini-Modell aus blitzblauem Alligatorleder, der Serpenti aus plissiertem Eidechsenleder oder der schwarzen Cocktail-Clutch mit kunstvoller Perlenverzierung – kann Frau aber auch in anderen Metropolen viel Eindruck machen und so einiges wegstecken.

www.bulgari.com

Der Duft des Erfolges Die Verbindung von Parfüm und Mode sorgt bei Puig für kontinuierliches Wachstum

100 Jahre und dabei kein bisschen leise

Barcelena. Seit seiner Gründung im Jahr 1914 als lokaler Vertreiber französischer Parfüms hat sich Puig zu einem multinationalen Player im Duft- und Modesektor entwickelt, der 21 Niederlassungen betreibt, rund 4.200 Mitarbeiter beschäftigt und seine Produkte (neben den Eigenmarken Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, Paco Rabanne und Nina Ricci umfasst das Sortiment zahlreiche Lizenzprodukte) in mehr als 140 Ländern weltweit vertreibt.

„Wir haben ein einzigartiges hybrides Geschäftsmodell geschaffen, das Mode und Duft zusammenbringt. Wir verbinden die Mode als Inspiration für die Marken und den Duft, um das Markenbewusstsein und den Bekanntheitsgrad zu stärken und die Inspiration einem größeren Publikum näher zu bringen", erklärt Vorstandschef und CEO Marc Puig das Erfolgskonzept des Familienunternehmens, das heuer seinen 100. Geburtstag feiert.

Ehrgeizige Ziele

Der Marktanteil im selektiven Duftmarkt ist von 5,1% im Jahr 2007 auf 9% gestiegen, die Erlöse vor Steuern kletterten in den letzten zehn Jahren von 4 Mio. € auf 248 Mio. € und der Nettogewinn von einer Mio. auf 176 Mio. Euro.

„Wir haben unser Geschäft kontinuierlich ausgebaut und sind nicht mehr weit von unserem Ziel, einem Marktanteil von zehn Prozent, entfernt. Dann wäre Puig unter den fünf führenden Unternehmen in der Branche", so Puig weiter. Doch damit will man sich nicht zufriedengeben: Bis 2020 will man im Duft-Sektor zur Nummer 3 aufrücken.

Auch der Eintritt in die Fashionszene im Jahr 1987 hat sich gerechnet. „Unsere Modesparte ist in den letzten Jahren zweistellig gewachsen und hat sich international hervorragend entwickelt", so Puig zum zweiten Standbein des Unternehmens. *www.puig.com*

© Puig

Marc Puig leitet das erfolgreiche Familienunternehmen in der dritten Generation.

Premiumwein made in Austria

Innovationsgeist und hoher Qualitätsanspruch zeichnen Leo Hillinger aus.

CLARISSA FISCHER

Jois. „Weinmachen ist für mich das größte Glück", sagt Leo Hillinger und damit meint der bekannte Winzer natürlich keinen x-beliebigen 08/15- oder trendigen Modewein. „Ich will typisch österreichische Topqualität erschaffen." Und das gelingt ihm auch hervorragend. Er heimst regelmäßig nationale und internationale Preise für seine Produkte ein, darunter von *Falstaff*, *Gault Millau*, *Parker*, *Mundus Vini*, *Wine Spectator*, *Decanter* oder *Wine and Spirits*, und hat sich damit weit über die heimischen Grenzen bei Weinexperten und Weinliebhabern einen Namen gemacht.

> „Wenn die Traube top ist, muss man im Keller nicht mehr viel machen."
>
> LEO HILLINGER

Sein kompromissloser Qualitätsanspruch gipfelte zuletzt im „Icon Hill"; für diesen Paradewein ließ Hillinger pro Weinstock nur eine einzige Traube perfekt reifen. „Wenn die Traube top ist, muss man im Keller nicht mehr so viel machen", meint er und spielt damit charmant sein Können und jenes seiner Kellermeister herunter.

Rund 50% der Gesamtproduktion werden exportiert, vor allem in die Schweiz, die USA, nach Polen, Russland, und auch auf Kreuzfahrtschiffen und den Flügen der Austrian Airlines ist Hill mit an Bord.

Eigene Genusswelt

Er erhielt als erster und bisher einziger Winzer weltweit die Auszeichnung „Entrepreneur of the Year", eröffnete als erster Winzer der Welt 2005 einen Flagship-Store, der ausschließlich den eigenen Weinen vorbehalten ist, und begann 2010 – ganz im Trend – mit der Umstellung auf biologisch-organischen Weinbau. Daneben engagiert sich der Winzer auch stark für karitative und soziale Projekte.

Hillinger hat den väterlichen Betrieb, den er 1990 übernommen hat, nicht nur zu einem der renommiertesten Winzerunternehmen gemacht, sondern rund um seine Weine eine ganze Welt des guten Geschmacks inszeniert – das Sortiment umfasst auch Fruchtsäfte, Spirituosen, Pasta, Schokolade und Pralinen, Weingelee und Honig, Tee und Kaffee sowie Accessoires –, die man in ihrer ganzen Fülle am besten in den Hillinger Wineshops, Lounges & Bars genießen kann. Ein neuer Standort in der Wollzeile hat kürzlich eröffnet.

www.leo-hillinger.com

© Hillinger/Stefan Fürtbauer

Leo Hillinger zählt zu Recht zu den bekanntesten Winzern Österreichs.

SHORT

Schlüssel zu neuen Klangwelten

© Sennheiser

Die neue Kopfhörer-Kollektion Urbanite begeistert durch Technik und Design.

Wedemark-Wennebostel. Vor Kurzem hat Sennheiser auf der IFA seine Neuheiten präsentiert, darunter eine ganz neue Kopfhörer-Reihe.

Durch ein neuartiges Akustikdesign, das auf einer eigens von Sennheiser entwickelten Treiber-Technologie basiert, wird ein besonders klares Klangbild über den gesamten Audiofrequenzbereich erzielt. Eine besondere Neuheit ist auch Mogees, entwickelt von Bruno Zamborlin, einem Botschafter des Sennheiser-Videoprojekts ‚What's your Momentum?'. Das System besteht aus einem Vibrationssensor und einer mobilen App, das akustische Eigenschaften physikalischer Objekte bestimmen und so beliebige Alltagsgegenstände in ungewöhnliche, klangvolle Musikinstrumente verwandeln kann.

www.sennheiser.com

SHORT

Schöner Wohnen am Strand von Miami

© Fendi

Fendi errichtet jetzt in Miami eine Anlage mit Luxuswohnungen.

Mailand/Miami. Beim Trend zur Sortimentsdiversifikation setzt das Luxusmodehaus Fendi jetzt auf Immobilien und errichtet gemeinsam mit der amerikanischen Château Group eine 12-stöckige Wohnanlage in Miami. Die „Fendi Residences" werden voraussichtlich im Juni 2016 fertig sein und 58 Luxuswohnungen (Kostenpunkt zwischen rund 3,7 und 16,5 Mio. Euro) umfassen, alle natürlich mit Meerblick und feinster Ausstattung, wie etwa Küchen aus der edlen Casa-Linie von Fendi und Geräten von Gaggenau.

Zudem werden den Bewohnern noch weitere Annehmlichkeiten geboten, darunter ein privates Restaurant, eine eigene Bücherei und ein Kino, ein großes Fitnesscenter und natürlich verschiedene Pools.

www.fendi.com

Edler Lack für Luxusschuhe

© Christian Louboutin

Schuhdesigner Christiann Louboutin betritt jetzt auch den Kosmetikmarkt.

Paris. Die Idee zur markanten roten Sohle soll Christian Louboutin beim Anblick des Nagellacks seiner Assistentin gehabt haben – eine nette Geschichte, deren Wahrheitsgehalt schwer zu überprüfen ist.

Eine Tatsache ist aber, dass der Schuhdesigner tatsächlich ein Faible für Nagellack hat. Kein Wunder, wenn man bedenkt, dass perfekt manikürte Füße ein Muss für Luxusschuhe sind. Und so entschied sich Louboutin für die Premiere seines Labels abseits der Schuhmode für eine Nagellack-Kollektion.

Und die glänzt mit edelster Qualität (die Textur der Lacke erinnert an exquisite japanische Tinte) und einer umfangreichen Farbpalette (satte Rottöne, dezente Nude-Nuancen sowie quietschbunte Pop-Colors).

Ein Hingucker sind auch die Lackfläschchen, die in Zusammenarbeit mit dem französischen Flakonexperten Pochet entwickelt wurden. Gekrönt wird der Glasbehälter von einem Verschluss, dessen Form an einen Stiletto-Absatz erinnert. Der ersten Kollektion sollen weitere folgen – jeweils passend zu den neuen Schuhmodellen – sowie auch weitere Beautyprodukte.

www.christianlouboutin.com

© Tiffany

Im September hat Francesca Amfitheatrof ihre Position als Design Director bei Tiffany & Co angetreten, jetzt hat sie ihre erste Schmuckkollektion vorgestellt.

Eine *Initialzündung*

Mit Tiffany T verleiht Francesca Amfitheatrof der Schmuckmarke eine weitere neue Facette.

NATASCHA JANSEN-BECKER

New York. Neue Besen kehren gut, behauptet ein Sprichwort. Das mag stimmen, heißt aber nicht, dass es gleich ein eiserner Besen und ein Komplettputz sein muss; dennoch erwartet sich der Betrachter eine sichtbare Änderung. Vor dieser Herausforderung stand auch Francesca Amfitheatrof, die im September des Vorjahres die Position des Design Directors bei Tiffany & Co übernahm.

Glanzvolle Premiere

Kürzlich wurde ihre erste Kollektion präsentiert und diese beweist, dass Amfitheatrof den Spagat – einerseits eine klar erkennbare neue Ära einzuleiten und andererseits die weltweit bekannte DNA der noblen Schmuckmarke beizubehalten – mit Bravour gemeistert hat.

„Ich wollte ein Symbol für das moderne Leben und seine unerschöpfliche Energie schaffen, die durch New York strömt und Kunst und Kultur auf der ganzen Welt vorantreibt", erläutert sie die Bedeutung, die der Big Apple für eine seiner bekanntesten Marken hat.

Urbaner Lifestyle

Inspiration fand sie aber auch im Namen des Labels selbst und erkor den Anfangsbuchstaben zum bestimmenden Stilelement der neuen Kollektion „Tiffany T".

Nachdem die ausgebildete Juwelierin und Silberschmiedin ihre Ideen von den ersten Ansätzen bis zu den letzten Details auf Papier gebracht hatte, war es Aufgabe der Kunsthandwerker bei Tiffany, die Modelle aus Edelmetall umzusetzen. Neben 18-karätigem Roségold, Gelbgold und Weißgold kam auch bei der neuen Kollektion zudem Sterlingsilber (ein Material, das Tiffany im Top-Segment erst so richtig salonfähig gemacht hat) zum Einsatz – ein auch aus wirtschaftlicher Sicht kluger Schachzug, denn damit erhöht sich schon rein rechnerisch die Zahl der potenziellen Käufer deutlich, und auch Menschen mit weniger prall gefülltem Portmonnaie können sich eines der Schmuckstücke leisten.

> „Gewidmet ist die Kollektion den Weltmetropolen und Globetrottern."
>
> FRANCESCA AMFITHEATROF

Große Vielfalt

Und die neue Kollektion bietet Schmuckliebhabern eine Fülle an Modellen: zarte sowie breite Ringe, schmale, aber auch wuchtige Armreifen und -bänder, ein- und mehrreihige Ketten in unterschiedlichsten Längen sowie verschiedene Anhänger und Ohrschmuck. Wem pures Edelmetall ein wenig zu schlicht ist, für den gibt es natürlich auch diamantbesetzte Stücke – schließlich ist kaum ein anderer Juwelier so bekannt für seine glanzvollen Edelsteine.

www.tiffany.com

Safilo Der italienische Hersteller exklusiver Eyewear feiert seinen 80. Geburtstag mit einem Sondermodell

Die besten Ausblicke auf Kunst und Stil

© Safilo

Das Modell „Peggy Guggenheim" ist seit 1994 im Brillenprogramm von Safilo.

Mailand. Korrektur- und Sonnenbrillen haben sich vom praktischen Sehbehelf oder Sonnenschutz mittlerweile zu Accessoires entwickelt, die in der Modewelt ihren fixen Platz haben. Wesentlich zu dieser Entwicklung beigetragen hat Safilo; der 1934 gegründete italienische Brillenhersteller erkannte bereits in den 60er-Jahren das wirtschaftliche Potenzial modischer Brillen und baute seither sein Sortiment konsequent aus. Mittlerweile wird neben den Eigenmarken Carrera, Polaroid, Oxydo, Safilo und Smith Optics auch für zahlreiche Luxusmarken wie Alexander McQueen, Banana Republic, Boss, Boss Orange, Bottega Veneta, Céline, Dior, Fendi, Gucci, Jimmy Choo, Saks Fifth Avenue, Tommy Hilfiger oder Saint Laurent Eyewear produziert.

Kunstvolle Augenblicke

Zum 80jährigen Firmenjubiläum kommt eine Sonderedition des Modells „Peggy Guggenheim" auf den Markt. Es basiert auf der Brille, die der Künstler Edward Melcarth für die berühmte Kunstmäzenin entworfen hat. Das Jubliläumsmodell ist ausschließlich im Guggenheim-Museum in Venedig, wo kürzlich auch die Geburtstagsfeier von Safilo stattfand, erhältlich.

www.safilo.com

Ein *tickendes* Schmuckstück

Piaget Limelight Diamonds: Schöner kann man die Zeit nicht messen.

CORNELIA PATELLI

La Côte-aux-Fées. Auch wenn die Hersteller nobler Uhren zu Recht auf die lange Tradition ihres Handwerks verweisen, gehen sie trotzdem mit der Zeit und bringen alle Jahre wieder Neuheiten auf den Markt.

Da macht auch Piaget keine Ausnahme und präsentiert heuer für alle weiblichen Uhrenliebhaber mit der Limelight Diamonds-Serie ein ganz besonderes Gustostückerl, das edlen Schmuck, hochkarätige Edelsteine und präzise Zeitmessung in einem Stück vereint – genau richtig für eine Marke, die in der Welt der Pretiosen ebenso daheim ist wie in jener der Zeitmessung.

Werte für die Ewigkeit

Entwickelt wurden die tickenden Kostbarkeiten, so die Produktbeschreibung des Unternehmens, für aktive, unabhängige Frauen, die die Gegenwart bewusst genießen. Diese Uhren-Solitäre seien ein sehr persönliches Geschenk – gern auch an sich selbst – sowie eine stilvolle Erinnerung an ganz besondere Momente. Dem kann man angesichts der funkelnden Prachtstücke nur vorbehaltlos zustimmen – und gleich auch einen entsprechenden Sparplan konzipieren.

Denn immerhin schlägt das Modell mit smaragdförmigem Gehäuse aus Weißgold und diamantbesetzter Lünette mit rund 17.500 € zu Buche. Die Variante,

© Piaget (5)

bei der auch das Zifferblatt über und über mit Edelsteinen besetzt ist, erfordert gar eine Investition von etwas über 26.000 €. In der gleichen Preisklasse bewegen sich die Modelle mit ovalem Gehäuse.

Praktisches Prachtstück

Gut, um das Geld könnte man sich einen netten Mittelklassewagen kaufen, was angesichts der Treibstoffpreise und der Parkplatzproblematik aber vielleicht keine so gute Idee ist. Und wie lange hält schon der fahrbare Untersatz? Im besten Fall zehn Jahre. Ein Diamant dagegen ist unvergänglich und für die Ewigkeit, behält auch in Krisen seinen Wert und ist daher, abgesehen von der Schönheit, auch eine durchaus praktische Investition. *www.piaget.com*

Mit der Limelight Diamonds verbindet Piaget die Welt des Schmucks und der Uhren.

SHORT

Louis Vuitton hat den Koffer geschrumpft

© Louis Vuitton

Die Taschen der neuen „Petite Malle"-Kollektion haben das Potenzial zur It-Bag.

Paris. Für das Design der „Petite Malle"-Taschen aus der aktuellen Herbst/Winter-Kollektion ließ sich Nicholas Ghesquière von den legendären Louis Vuitton-Koffern aus dem 19. Jahrhundert inspirieren.

Mini-Bag mit Maxi-Wirkung

Folglich finden sich Nieten, Nägel, Schlösser und abgerundete Ecken als dekorative Elemente auf den Taschen wieder. Die Tasche gibt es in verschiedenen Versionen – wahlweise in Monogramm Canvas, Damier Ebene oder Epi Leder bzw. mit schwarzem oder goldfarbenem Rahmen. Alle Modelle sind mit Kreuzinsignien des Weltreisenden Albert Kahn geschmückt.

Dank des abnehmbaren Schulterriemens aus Leder kann die Tasche entweder als Clutch oder über die Schulter getragen werden. Das Innenfutter ist aus feinstem Lammleder.

www.louisvuitton.com

CHRISTIAN L. EINWALLER
VIENNA

Dekkers GmbH

ARCHITECTS | INTERIORS | HOME COLLECTION

Christian L. Einwaller | Palais Harrach | Freyung 3 | 1010 Wien | Phone +43.1.535.37.30 | Fax +43.1.535.51.88
www.einwaller.cc | ateliers@einwaller.cc

© Steffl: Temperley London

Die prachtvollen Kreationen von Temperley London, einem der Lieblingslabel der britischen Kronprinzessin Catherine, sind ein ganz besonderer Neuzugang im modischen Angebot des Wiener Nobelkaufhauses.

Neue *Modetrends* für Wien

Beim Steffl ist das Angebot für Fashion-Liebhaber besonders groß und wird laufend um neue Labels ergänzt.

DESIRÉE FABER

Wien. Mode ist ein Sache des persönlichen Geschmacks, und da liegt der Vergleich mit der Kulinarik ja fast auf der Hand. Die Monobrand-Stores der großen Nobelmarken, die wie die Schwammerln aus dem Boden der Wiener City schießen, entsprechen den vom Aperitif bis zum Dessert perfekt komponierten Menüs der Sterneköche, doch zum Gustieren und Probieren neuer Geschmacksrichtungen eignen sich reich gedeckte Büffets mit vielen verschiedenen Köstlichkeiten eigentlich fast besser.

Insofern stellen Multibrand-Stores eine wichtigere Bereicherung und Komplettierung des Shoppingangebots dar. Der wohl bekannteste in Wien ist der Steffl, der seinen Kunden eine besonders üppige Fashion- und Lifestyle-Speisekarte bietet. Von Alexander McQueen und Armani über Balenciaga und Boss, Escada, Ferragamo, Galliano, Lena Hoschek, Saint Laurent bis YSL und Zoe Karssen hat man so gut wie alles im Programm, was Rang und Namen hat bzw. am besten Weg dorthin ist.

„Es ist unser permanentes Bestreben, internationale Trend-Labels exklusiv nach Österreich zu bringen und somit unser Premium-Sortiment mit den weltweit angesagtesten Marken zu bereichern", so Thomas Köckeritz, Steffl-Creative Director.

Royaler Glanz

Einer der jüngsten Neuzugänge ist Temperley London, deren bekanntester Fan die britische Kronprinzessin Catherine ist.

Kein Wunder, denn die noblen, in Italien gefertigten Kreationen sind perfekt für einen großen Auftritt – ob tagsüber elegant oder abends glamourös. Die Kollektion wird prominent und mit einem der Spitzenkleider aus der aktuellen HW-Kollektion im Women's Designer Emporium auf Etage 1 präsentiert.

> „Wir wollen internationale Trendlabels eklusiv nach Österreich bringen."
>
> THOMAS KÖCKERITZ
> CREATIVE DIRECTOR

Stilistisch und auch räumlich (da im 5. Stock) deutlich entfernt ist eine weitere Modemarke, die bei Steffl ihre Österreichpremiere feiert. Grunge Style, Mod-Look und Navy-Design, androgyne Schnitte und ungewöhnliche Materialkombinationen sowie starke Muster sind die Merkmale des französischen Kultlabels Sandro.

Upcoming Star

Ebenfalls im 5. Stock, im District 1, ist ein vielversprechender Newcomer in der internationalen Fashionszene eingezogen – ein weiterer Grund für alle Fashionfans, dem Steffl wieder einmal einen Besuch abzustatten.

In der Pro7 Casting Show „Fashion Hero" zeigte der deutsche Designer Tim Labenda schon sein Können und sicherte sich danach den Sieg beim diesjährigen „Steffl Best Newcomer"-Award und neben einem Preisgeld von 10.000 € auch einen exklusiven Verkaufsplatz für seine Kreationen.

FACTS & FIGURES

Anstelle des durch Kriegsschäden schwer beschädigten Warenhauses M. Neumann (gegr. 1895) errichtete Carl Appel zwischen 1949 und 1959 für Neumann einen neungeschoßigen Neubau. Seit 1961 firmiert das Kaufhaus unter dem Namen Steffl; 2007 erwarb der Unternehmer Hans Schmid die Immobilie und die Betriebsgesellschaft.
Der Steffl hat eine Verkaufsfläche von 13.000 m². Highlights sind „The 6th Floor", einer der bestsortierten heimischen Stores für Luxusschuhe, sowie die Sky Cafés und Restaurants, die neben feiner Kulinarik auch einen der besten Blicke auf die Stadt bieten.

www.steffl-vienna.at

Edler Neuzugang Jetzt hat auch die Festspielstadt Salzburg mit einem Cadenzza-Store ein neues Schmuckkästchen bekommen

Glanzvolle Höhepunkte von 60 Designermarken

© Cadenzza Store Salzburg

Ein Muss für Schmuckliebhaber: der nagelneue Cadenzza-Store in der Getreidegasse.

Salzburg. Von schlicht-elegant bis extravagant und opulent – das Sortiment von Cadenzza, der jungen Designerlinie von Swarovski, bietet für jeden Geschmack und Stil den passenden Schmuck.

Nach Innsbruck, Wien, Kitzbühel und Graz hat vor Kurzem auch in der Festspielstadt Salzburg ein Cadenzza-Store eröffnet. Und wie es sich für eine Marke des österreichischen Kristallimperiums gehört, ist der Shop ein richtiges Schmuckkästchen geworden.

„Das Cadenzza-Team freut sich besonders darüber, den neuesten Store in so prominenter Lage in der Salzburger Altstadt zu eröffnen, und ist davon überzeugt, dass Cadenzza das Shopping-Erlebnis für die Kunden im Premium-Segment in der Getreidegasse komplettiert. Neben dem umfangreichen Sortiment bietet Cadenzza den Kunden ein inspirierendes Store-Layout und persönliches Service – ein Ambiente, in dem sich unsere Kundinnen wohl und schön fühlen", sagt Elisabeth Stark, Marketingspezialistin und MVP von Cadenzza.

Paradies für Schmuckfans

Auf 70 m² wird die glitzernde Produktpalette präsentiert. Und die Wahl fällt wirklich nicht leicht. Neben den bekannten Klassikern aus der Swarovski-Kollektion findet man hier Kreationen von insgesamt 60 Designern – etwa von großen Top-Labels wie Oscar de la Renta, Roberto Cavalli, Versace oder Vivienne Westwood –, aber auch von trendigen Newcomern wie Mawi London oder Shourouk.

Zu den Highlights der aktuellen HW-Kollektion zählen die Stücke von Isaac Manevitz, Designer und Gründer der Luxus-Schmuckmarke Ben Amun.

Man sollte für einen Besuch des Stores also ausreichend Zeit einplanen; allerdings kann man sich auch im Online-Store ganz gemütlich von zu Hause durch das Sortiment klicken.

www.cadenzza.com

Große *Roben* für große Feiern

Steinecker hat in der Wiener City ein weiteres Hochzeitshaus eröffnet.

NATASCHA JANSEN-BECKER

Wien. Auch wenn es in unserer Gesellschaft mittlerweile deutlich legerer zugeht als früher, und viele Dresscodes längst nicht mehr gelten, wirft man sich für manche Anlässe dennoch gern groß in Schale. Mit seinen zahlreichen großen Bällen, eleganten Operngalas, Charity-Events, Cocktail-Einladungen und Empfängen ist Wien natürlich ein besonders gutes Pflaster für den großen Auftritt.

> „Wir setzen auf ein großes Sortiment und fachkundige Beratung."
>
> GOTTFRIED STEINECKER, GF

Große Mühe, das passende Outfit zu finden, hatte man zwar auch bisher nicht in der Bundeshauptstadt, doch seit dem Sommer ist das Angebot an edler Hochzeits- und Anlassmode noch deutlich größer geworden.

Feierliche Augenblicke

Denn Steinecker, heimischer Marktführer in diesem Segment, der bereits drei Hochzeitshäuser am Unternehmenssitz im niederösterreichischen Randegg sowie in Graz, Salzburg, sieben Trendshops und fünf Franchise-Stores betreibt, hat jetzt auch eine Niederlassung in der Bundeshauptstadt eröffnet.

„Wir bieten genau das, was den Hauptstädtern in Sachen Braut- und Anlassmode bisher gefehlt hat – eine perfekte Auswahl, bestes Preis-Leistungsverhältnis und persönliche Betreuung, die das Einkaufen bei Steinecker vom ersten Besuch bis zur letzten Anprobe kurz vor der Hochzeit für Braut, Bräutigam und die gesamte Festgesellschaft zum Erlebnis werden lässt", so GF Gottfried Steinecker.

Der Store liegt unweit der Staatsoper direkt an der Ringstraße und erstreckt sich über zwei Etagen mit insgesamt 500 m². Vorherrschene Farbe ist Weiß – das passt perfekt zum Thema Hochzeit, bringt auch die Ball- und Cocktailmode gut zur Geltung und schafft insgesamt eine freundliche Atmosphäre.

Das umfangreiche Sortiment umfasst Modelle der internationaler Spezialmarken für Hochzeits- und Anlassmode, unter anderem von Sposa Toscana, Rosa Clara, Marylise, Villais, Guiseppe Papini oder Jesus Peiro sowie die passenden Accessoires. Geboten wird neben fachkundiger Beratung natürlich auch ein Schneider- und Reinigungsservice.

www.steinecker.at

© Gerhard Sengstschmid

Steinecker-Store in Wien: edle Roben und Accessoires für die besonderen Anlässe.

SHORT

Neue Höhenflüge für Shopping-Touristen

© Malpensa Airport/www.alexphoto.it

Der Mailänder Malpensa-Flughafen errichtet eine neue Luxus-Shopping-Mall.

Mailand. Schöner, größer, luxuriöser – im Hinblick auf die Weltausstellung in Mailand nächstes Jahr putzt sich der Malpensa Airport kräftig heraus und erweitert seinen Shopping-Bereich auf gut 23.000 m².

8.000 m² allein umfasst die neue „Piazza del Lusso", von der ein erster Teil bereits diesen Sommer eröffnet wurde. Insgesamt 46 Luxusmarken werden hier bis zur Weltausstellung einziehen, darunter Armani (die damit erstmals auf einem europäischen Flughafen vertreten sein werden), Bulgari, Ermenegildo Zegna, Etro, Gucci, Hermès, Montblanc, Salvatore Ferragamo, Tod's, Burberry oder Moncler.

Weiters wird der Luxusbereich auch verschiedene Bars, Cafés und Restaurants bieten. *www.milanomalpensa-airport.com*

Schu(h)bidu mit *Jimmy Choo*

Das Trendlabel hat jetzt endlich auch in Wien einen Fuß in der Ladentür.

CLARISSA FISCHER

Wien. Wo Tauben sind, fliegen bekanntlich auch Tauben zu. Manche lassen sich mit der Landung aber etwas mehr Zeit als andere. Zwar soll ja Vorfreude die schönste Freude sein, aber Fans noblen Schuhwerks wurden von Jimmy Choo auf eine harte Probe gestellt. Jetzt hat das edle Trendlabel aber endlich den Schritt nach Wien gewagt und diesen Sommer seinen ersten Monobrand-Store in Österreich, der zugleich auch der größte Europas ist, aufgesperrt (was die Bedeutung von Wien als Standort für internationale Luxusmarken recht deutlich untermauert).

„Der neue Store in Wien ist wichtig für die Expansion der Marke in Europa."

PIERRE DENIS, JIMMY CHOO

Edler Schuhtempel

„Diese Eröffnung ist für uns sehr wichtig, da wir unsere Marke in Europa weiterhin ausbauen und gleichzeitig unser neues Store-Konzept vorstellen", erläuterte Pierre Denis, CEO von Jimmy Choo.

Dieses entstand in Zusammenarbeit mit dem Londoner David Collins Studio und setzt auf exklusive Materialien, helle Farben, glänzende Oberflächen und klare Strukturen.

In hell erleuchteten Vitrinen und auf schlanken Regalen stehen die Luxusschuhe – die Choo 24:7-Kollektion wird in einem eigenen Bereich präsentiert – aufgereiht, schön ausgeleuchtet und scheinen nur darauf zu warten, anprobiert und natürlich auch gekauft zu werden.

Bodentiefe Spiegel, bequeme Sitzelemente sowie fachkundige Beratung durch das Verkaufspersonal helfen bei der Entscheidung, die angesichts des großen Angebots – der Store führt immerhin das Komplettsortiment für Damen und Herren – nicht immer leicht ist.

Wer trotzdem nichts Passendes findet, der kann sich mithilfe des Made-to-Order-Services, den das Label diesen Frühling eingeführt hat, seinen individuellen Traumschuh schustern lassen; zur Wahl stehen dafür unter anderem die Kultmodelle Lance, Xenia oder Anouk unterschiedliche Absatzvarianten und zahlreiche verschiedene Stoff- und Lederarten.

Neben den Schuhen, die natürlich im Mittelpunkt stehen, findet man im neuen Flagship-Store auch Taschen und Lederwaren, Sonnenbrillen, Accessoires und Düfte.

www.jimmychoo.com

© Jimmy Choo/Vera Sidkus

Das Warten hat endlich ein Ende: Jetzt gibt es auch in Wien eine Jimmy Choo-Boutique.

SHORT

Hier werden Trends auf den Punkt gebracht

© Vipin Mayer

Wiener Label art point expandiert mit einem Monobrand-Store in der City.

Wien. Die Designerin Lena Kvadrat eröffnete bereits vor 15 Jahren ihren ersten art point Concept Store in Wien-Neubau, der sich seither zur beliebten Anlaufstelle für all jene entwickelt hat, die Trends abseits des Mainstreams suchen und sich gern avantgardistisch, aber dennoch alltagstauglich kleiden möchten. Nun präsentiert die Designerin ihre Kreationen (die neue Kollektion für Herbst und Winter steht unter dem Motto „Escapism") auch an einem weiteren Standort in Wien, und zwar in bester Innenstadtlage, am Bauernmarkt.

Inhaberin und Betreiberin des neuen, 70 m² großen Monobrand-Stores ist Kati Koller. „Die Kollektion ist innovativ, frech, rationell und eindeutig", beschreibt die Modeexpertin den Stil von art point.

www.artpoint.eu

GG&L ist in der SCS gelandet

© George, Gina & Lucy

Taschen stehen im Fokus des Stores, dazu gibt es auch Accessoires und Parfüms.

Das kultige Taschenlabel hat seinen zweiten Österreich-Store eröffnet.

DESIRÉE FABER

Wien. Nach der Eröffnung des ersten österreichischen Monobrand-Stores in Salzburg hat sich das Kultlabel George, Gina & Lucy jetzt auch in der SCS niedergelassen.

„Wir freuen uns sehr, mit GG&L ein weiteres Top-Label bei uns begrüßen zu dürfen", freut sich Anton Cech, Center Manager der Shopping City Süd, über den Neuzugang, und Nicolas Neuhaus, GG&L-Mitbegründer, ergänzt: „Die SCS ist für uns optimal, da sie uns eine hochfrequentierte Lage und einen adäquaten Standort bietet, um GG&L bestmöglich zu präsentieren."

Der neue Shop befindet sich im Erdgeschoß direkt am Garden Plaza und hat für alle Fashionistas eine ganze Menge zu bieten.

Wilde Kollektion

Im Mittelpunkt stehen natürlich die stylishen GG&L-Taschen. Und bei der neuen Kollektion, die übrigens unter dem Motto „Into the Wild" steht, haben die Designer der Kultmarke wieder einmal ihr unverkennbares Gespür für freche Farb- und Musterkombinationen bewiesen.

Ob wilde Gepardenmuster auf weichem Leder, lässige Camouflage- und Kroko-Optik bei der Linie The Gina Rockadile, klassisches Pepita verleiht der Tote- sowie der Afternoon Delight-Serie einen Hauch von britischem Understatement, wogegen plakative Porträts von Fuchs oder Eule sowie auffällige Animalprints die Modelle der Get Weirder-Reihe zu wirklich tierisch guten Begleitern machen.

Elegant und damenhaft gibt sich die Leather nown-Kollektion, die um vier neue Modelle, darunter eine Citybag und eine Clutch, erweitert wurde, mädchenhaft-verspielt mit Rüschen und Raffungen wiederum sind die Ruffle Kix-Taschen.

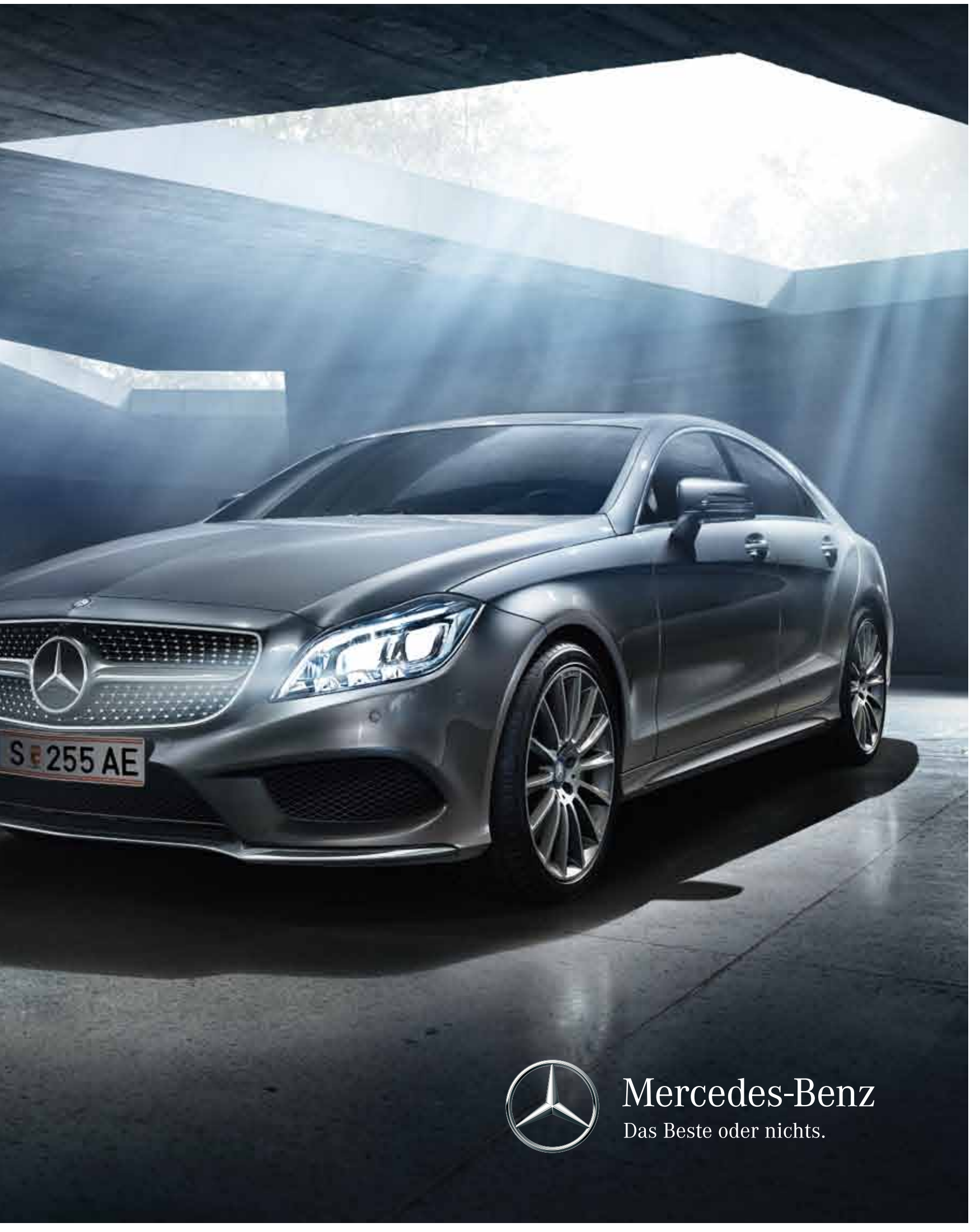
> „Der neue Store führt auch die limitierten Printmania-Modelle."
>
> NICOLAS NEUHAUS, GG&L

Als exklusives Goodie gibt es im neuen Store auch die streng limitierte Version der beliebten Printmania-Taschen.

Mehr als nur Taschen

Abgerundet wird das Angebot mit chicen Sonnenbrillen, edlen Tüchern, Schals und Mützen und dem mittlerweile bereits recht umfangreichen Sortiment der GG&L-Parfüms.

www.george-gina-lucy.com



SHORT

Neue Adresse für exklusives Interieur

© florawall.eu/www.bernhardbergmann.com

Der neue Store der Neuen Wiener Werkstätten bietet ein umfangreiches Sortiment.

Wien. Die Neuen Wiener Werkstätten haben diesen Sommer einen Flagship-Store am Schottenring 35 eröffnet.

Auf rund 500 m² werden Möbel, Polstermöbel und Wohnaccessoires der Neuen Wiener Werkstätte sowie Kapo-Fenster und Türen aus Holz und Holz-Alu präsentiert. Komplettiert wird das breite Produktsortiment des steirischen Familienbetriebs durch Produkte von Partnern aus der Einrichtungsbranche, etwa die mit lebenden Pflanzen begrünten Wände von Florawall.

So können Interessenten ganze Einrichtungskonzepte von der Planung bis zur Umsetzung aus einer Hand erhalten: von Haustechnik, Beleuchtung, Böden bis hin zu Bäder-, Küchen- und der gesamten Innenausstattung. *www.nww.at*

SHORT

Ex-Minister gab in Saalbach Gas

© Daniel Reinhard

Paul Koppenwallner, Dieter und Florian Böhmdorfer, Alexander Seidl.

Saalbach. Würde doch so mancher Politiker ebenso sehr Gas geben, wie der ehemalige österreichische Justizminister Dieter Böhmdorfer!

Nach 31 Sonderprüfungen und mehr als 660 km gewann er gemeinsam mit seinem Sohn und Co-Piloten Florian die 2. Saalbach Classic – knapp, aber doch – mit einem Vorsprung von 0,07 Sekunden.

Respekt zollten dieser Leistung Rallye-Ehrenpräsident Walter Röhrl sowie Olympiasiegerin und Weltmeisterin Annemarie Moser-Pröll und ihr Teamkollege Ski-Legende Hans Enn und natürlich auch Rallyesponsor Zenith, vertreten durch CEO Alexander Seidl, und der Salzburger Juwelier Paul Koppenwallner. Die beiden hatten für das Siegerteam neben dem Lob auch ein passendes und kostbares Präsent dabei, nämlich (kein Wunder) eine Uhr. Und zwar eine besondere: Das Sondermodell aus der Captain-Kollektion wurde speziell für die Rallye angefertigt.

www.zenith-watches.com

Highfashion zog viel Prominenz an

© Dior/Andreas Tischler

CEO Serge Brunschwig & Directrice Maria Novak (re.) mit Céline Roschek.

Wien. Der elegante Cocktail anlässlich der Eröffnung der neuen Dior-Boutique war eines der Highlights für die Wiener Fans von edler Mode. Entsprechend groß war das Interesse, eine der raren Einladungen zu bekommen.

Gastgeber Serge Brunschwig, COO von Dior, und Maria Novak, Directrice des Wiener Stores, begrüßten über 250 Gäste, die das Fassungsvermögen des 370 m² großen Stores sowie des davor eingerichteten Rosengartens auf eine harte Probe stellten.

Im dichten Gedränge gesichtet wurde natürlich auch viel heimische Prominenz, wie die Schauspielerin Nicole Beutler, Kristall-Lady Alexandra Swarovski, Opernball-Chefin Desirée Treichl-Stürgkh, MUMOK-Direktorin Karola Kraus, Lifeball-Organisator Gery Keszler, Model-Agent Wolfgang Schwarz, TV-Moderatorin Sasa Schwarzjirg, die Designerin Anelia Peschev, Star-Friseurin Barbara Reichard oder Musikerin und Ex-Miss Austria Céline Roscheck. *www.dior.com*

© Philipp Enders (3)

1. Andreas Mailath-Pokorny mit Rani Bageria (Gewinnerin des Modepreises der Stadt Wien), Inga Nemirovskaia (Gewinnerin des Modepreises des Bundeskanzleramts) und Andrea Ecker (Leiterin der Kunstsektion des Bundeskanzleramts). **2.** Publikum bei der Versteigerung. **3.** PR-Lady Elisabeth Himmer-Hirnigl mit Isabella Klausnitzer (*Kurier*).

AUSTRIAN FASHION AWARDS 2014 Heimische Fashion kam vom Laufsteg direkt unter den Hammer

Österreich à la *Mode*

Wien. Auch heuer hat die Vienna Fashion Week dem modebegeisterten Publikum viel Stehvermögen (sowohl am Einlass als auch bei den Aftershow-Partys) und Sitzfleisch abverlangt (immerhin zeigten insgesamt 89 heimische und internationale Designer ihre Kreationen). Gelohnt hat sich das aber allemal, und Wien hat wieder einmal gezeigt, dass man sich mit Fug und Recht in die Riege der internationalen Fashionmetropolen eingereiht hat.

„Unsere Erwartungen wurden mehr als übertroffen", freut sich Camille Boyer, Mitorganisatorin des fashionablen Woche.

„Wien ist internationale Modestadt: Dank der vielseitigen und kreativen Designerinnen und Designer; dank der zahlreichen Fashion-Shows und dank des öffentlichen Fördersystems", so der Wiener Kulturstadtrat Andreas Mailath-Pokorny bei der Verleihung der Modepreise der Stadt Wien und des Bundeskanzleramts.

Zum Ersten, zum Zweiten

Die lief nicht wie eine herkömmliche Award-Zeremonie (ein bisschen langatmig ob ausschweifender Ansprachen und Dankesreden, etc.) ab, sondern war als Event gestaltet, der zwei der wesentlichen Funktionen von Mode unter einen Hut brachte – Unterhaltung und Kommerz.

Und so wurden die Kreationen nicht nur internationalen Modeexperten (darunter Nicolas Andreas Taralis, Designer in Paris, und Laura Saglio, Einkäuferin des Concept Stores Tom Greyhound in Paris) und dem modeinteressierten Publikum präsentiert, sondern zehn Outfits der nominierten Designer Rani Bageria (sie erhielt den Modepreise der Stadt Wien), Jana Wieland, Inga Nemirovskaia (Gewinnerin des Modepreises des Bundeskanzleramts), Ken Kumagai, Stephanie Rizaj und Takahiro Ueno sowie Aila Ayidan, Demelrave und Roshi Porkar, gleich direkt vom Laufsteg versteigert.

> „Unsere Erwartungen wurden heuer wieder mehr als übertroffen."
>
> CAMILLE BOYER (MQ FASHION WEEK)

Ein durchaus richtiger Ansatz, denn auch wenn öffentliche Förderung wichtig ist, schlussendlich wollen und müssen Designer ihre Sachen ja an den Mann bzw. die Frau bringen.

… und zum Dritten

Und das Fashion-Volk griff begeistert zu, auch da die Auktionare (Captain Cunt & Crew/DJ Sabine Marte von Viktorsberg und Toni Schmale) mit viel Witz und Charme und frei nach dem Motto „Darf's ein bisserl mehr sein?" die Spendierfreudigkeit des Publikums noch zusätzlich anheizten. Der Kassasturz am Ende der Auktion ergab dann eine Summe von 8.950 €. *www.austrianfashionassociation.at*

© Jaguar (3)

1. Anja Kling, Johann Lafer, Mark Keller und Christian Danner mit dem PS-starken Geburtstagskind. **2.** Mindestens ebenso großes Interesse wie die Nobelkarossen weckten bei den zahlreichen Besuchern des Oldtimer-Treffs auch die kulinarischen Kreationen von Sternekoch Johann Lafer. **3.** Mark Keller und Anja Kling testen den neuen F-Type Project 7.

Jaguar Premiere für den neuen F-Type Project 7 und runder Geburtstag seines „Urahnen" Jaguar D-Type

VIPs fahren auf neue Nobelkarosse ab

Schwalbach/Nürburgring. Im Rahmen des 42. AvD-Oldtimer Grand Prix feierte die britische Nobelmarke gemeinsam mit prominenten Gästen das 60-jährige Jubiläum des D-Type und die Deutschland-Premiere des F-Type Project 7.

Unter den Gratulanten war auch die beliebte Schauspielerin Anja Kling, die dieses Jahr zum ersten Mal den OGP besucht: „Die Atmosphäre hier auf dem Jaguar-Areal hat mich total in ihren Bann gezogen. Es ist tatsächlich ganz anders, als ich es mir vorgestellt habe. Wunderschöne Oldtimer in einer schicken und doch lockeren Atmosphäre, im Hintergrund spannende Rennen auf der Strecke – einfach großartig!"

Für den bekannten Starkoch Johann Lafer, der bereits zum siebten Mal den Oldtimer-Event besuchte und Markenbotschafter von Jaguar ist, war der Überraschungseffekt natürlich geringer, gefallen hat´s ihm aber natürlich trotzdem: „Ich finde es jedes Mal wieder klasse, beim Oldtimer Grand Prix dabei zu sein", so der Sternekoch. „Bei Jaguar stimmt einfach die Mischung aus erstklassigem Ambiente, lockerer Atmosphäre und echter Leidenschaft für Oldtimer."

Am Jaguar-Stand begeisterte Lafer aber nicht nur mit automobilem Sachverstand, sondern auch mit seiner Kochkunst. Die Besucher durften sich an köstlichem Fingerfood und kleinen Kreationen, die Lafer mit seinem Team vor Ort zauberte, erfreuen. *www.jaguar.com*

© Glossybox

Charles von Abercron bringt mit Glossybox Beautymarken und Konsumenten zusammen.

Beauty-Vermittler

Charles von Abercron hatte mit Glossybox eine schöne Geschäftsidee.

BRITTA BIRON

Berlin. Frauen lieben Kosmetik und hübsche Überraschungen, Beautyunternehmen wollen ihre Produkte an die Frau bringen – aus diesen beiden Tatsachen hat Charles von Abercron eine Geschäftsidee entwickelt, die sich als höchst erfolgreich herausgestellt hat.

„Als wir vor drei Jahren in einem kleinen, fensterlosen Raum begonnen haben, haben wir zwar an die Idee geglaubt, aber nicht damit gerechnet, dass sie so einschlagen würde", erzählt er. Das Unternehmen hat heute mehr als 200.000 Abonnenten auf drei Kontinenten, rund 500 Marken im Portfolio und bisher weltweit mehr als sechs Mio. Glossyboxes verschickt. Alle zwölf Sekunden geht rein statistisch eine neue Bestellung ein. Auch wenn das Internet ein schnelles Medium ist – mit dem Motto von Facebook, „Done is better than perfect", kann von Abercron nichts anfangen; seine Devise lautet „It is not done until it is not perfect "

Obwohl er sich selbst als „perfektionistischen Menschen" bezeichnet, legt er großen Wert auf die Meinung anderer. „Ich ermutige die Mitarbeiter, eigene Ideen einzubringen. Wir sind keine Einzelkämpfer, sondern ein Team", sagt er und sieht den „Leader of the Year-Award", den er heuer bekommen hat, daher weniger als persönliche Auszeichnung, als vielmehr eine für das ganze Team.

Der Tatsache, dass ihm der Erfolg seines Unternehmens wenig Freizeit lässt, kann er auch positive Seiten abgewinnen. „Ich habe gelernt, die kurzen Phasen mit Freunden und der Familie – vor allem meine drei Brüder stehen mir sehr nahe – bewusst zu genießen. Außerdem interessiere ich mich auch privat für Kosmetik und probiere gern neue Sachen aus. Überhaupt ist ein gepflegtes Äußeres auch für Männer immer wichtiger – ein Trend, auf den wir mit speziellen Männer-Boxen schon reagiert haben." *www.glossybox.at*

Nadège Vanhee-Cybulski, Hermès

© Inez et Vinoodh

Paris. Nadège Vanhee-Cybulski ist die neue Designerin der Damen Prêt-à-porter bei Hermès. Ausgebildet wurde sie am „Académie Royale des Beaux-Arts d'Anvers" und hat danach für Maison Martin Margiela Céline und The Row gearbeitet. *www.hermes.com*

Sebastian Suhl Marc Jacobs

© www.lvmh.com

New York. Der Amerikaner Sebastian Suhl wechselt innerhalb des LVMH-Konzerns vom Chefsessel bei Givenchy in jenen von Marc Jacobs. Er löst dort den bisherigen Boss Bertrand Stalla-Bourdillon ab, der andere Führungsaufgaben im LVMH-Konzern übernehmen wird. *www.lvmh.com*

Enrico Cavatorta Luxottica

© luxottica

Agordo. Nach der Trennung von CEO Andrea Guerra wird der Brillenhersteller auf ein Führungs-Duo umstellen. Fix an Bord ist der bisherige Finanzchef Enrico Cavatorta, den zweiten CEO will man außerhalb der eigenen Reihen finden. *www.luxottica.com*

IMPRESSUM

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

Gründungsherausgeber: Chris Radda
Herausgeber: Germanos Athanasiadis, Mag. Oliver Jonke, Ing. Paul Leitenmüller
Vorstand: Markus Bauer

medianet luxury brands & retail
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
Leitende Redakteurin: Britta Biron (bb)
Consulting: Monika Athanasiadis
Lektorat: Christoph Strolz ***Grafik/Produktion:*** Raimund Appl, Peter Farkas ***Lithografie:*** Beate Schmid, Berat Qelaj ***Anzeigenproduktion:*** Aleksandar Milenkovic ***Druck:*** Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn.
Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen; Gerichtsstand ist Wien. Gastbeiträge müssen sich nicht mit der Meinung der Redaktion decken.

CHANEL

BLEU
DE
CHANEL

EAU DE PARFUM

DAS NEUE EAU DE PARFUM VON CHANEL

chanel.com CHANEL-Kundenservice - Tel. 0810-5000 10 (gebührenpflichtig).