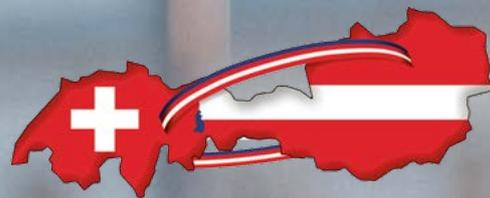


hub



HANDELSKAMMER
Schweiz ■ Österreich ■ Liechtenstein

DAS MAGAZIN DER HANDELSKAMMER
Schweiz ■ Österreich ■ Liechtenstein

Ausgabe 04/18 | Dezember 2018

GANBEI!

Investieren in
Asien S. 30

STANDORT MIT POTENZIAL

Die Region St.Gallen
BodenseeArea S. 32

Cashflow:
OPTIMIERUNG
ist angesagt
S. 8

AUSBILDUNG MIT ZUKUNFT

Duale Ausbildung liegt
im Trend S. 29





1 8

MADE OF LUCERNE

8 8



CARL F. BUCHERER

LUCERNE 1888



MANERO FLYBACK

AUTOMATIK | EDELSTAHL

INHALT

EDITORIAL

5 Heinz Felsner, Präsident der HKSÖL, und Urs Weber, Generalsekretär der HKSÖL

AKTUELL

6 News in Kürze

COVER

8 Im Gespräch – Joanne Hunger, Director of Central Europe Western Union

THEMA ANLAGE/FINANZEN

12 News aus der Branche

14 Finanzen 4.0

BUSINESS

16 Mondlandung und Mount Everest

24 News aus den Unternehmen

29 Ausbildung mit Potenzial

TOURISMUS

18 News aus der Branche

VERHALTENSÖKONOMIE

20 Wer hat Österreichs

Aufmerksamkeit?

22 Überraschendes Ergebnis

22 „Gefährliche“ Medikamente

INTERN

28 Lernen für die Zukunft

30 Ganbei!

32 Standort mit Potenzial

33 Wenn Freunde zusammenkommen

STANDARDS

29 Business People

26 Neue HKSÖL-Mitglieder

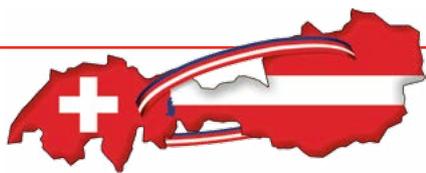
34 Präsidium und Direktionsrat der HKSÖL

35 Termine/Impressum



Joanne Hunger ist Director of Central Europe Western Union.

UNSER COVER



HANDELSKAMMER
Schweiz ■ Österreich ■ Liechtenstein

**DIE HKSÖL
UNTERSTÜTZT
SIE BEI DER
MEHRWERTSTEUER-
RÜCKFORDERUNG!**

Finden Sie nähere Informationen online auf www.hk-schweiz.at oder per E-Mail: wallner@hk-schweiz.at

GUT FÜR SIE. GUT FÜR IHR GESCHÄFT.

Unser Ziel ist messbare Wertschöpfung für unsere Mitglieder!

Wir helfen Unternehmen aus der Schweiz und Liechtenstein, erfolgreich in den österreichischen Markt oder den CEE-Raum einzutreten. Umgekehrt unterstützen wir österreichische Unternehmen auf ihrem Weg in den Schweizer Wirtschaftsraum. Vor allem haben wir unser Netzwerk: Mit Persönlichkeiten und Unternehmen, die für den Erfolg unserer Mitglieder wichtig sind, stehen wir in direkter Verbindung.

Zu unseren Leistungen zählen darüber hinaus Marktanalysen, Datensammlungen, Veranstaltungsorganisationen und vieles mehr – nähere Informationen finden Sie auf unserer Website www.hk-schweiz.at.

**Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein:
Ihr Netzwerk seit 1921**

Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein | A-1040 Wien, Schwindgasse 20
| +43(0)1 512 59 59-0 | info@hk-schweiz.at

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE LESERINNEN UND LESER,



Heinz Felsner,
Präsident HKSÖL

„das Leben ist lebensgefährlich“ – diese Erkenntnis hat Erich Kästner vor knapp hundert Jahren so kurz und einprägsam formuliert. In der Allgemeinheit festigt sich der Eindruck, dass in Europa nach einer seit 1945 langen Periode positiver politischer und wirtschaftlicher Entwicklung die Gefahren um uns zunehmen. Ist der Eindruck auch objektiv nachvollziehbar?

Weite Teile der Bevölkerung und viele Experten sehen zahlreiche Bedrohungen weltweit und innerhalb Europas, durch Aufbau von Handelsbarrieren, regionale, sogar militärische Konflikte, politische Polarisierung der Bevölkerung mit Gefährdung der so mühsam erreichten demokratischen Strukturen und – von vielen als grösste Gefahr von allen erkannt – die Folgen der Klimaveränderung. Alle diese Entwicklungen gefährden den Wohlstand und damit auch den sozialen Frieden.

Was können wir als Personen und Unternehmen machen, um das Gefahrenpotenzial in unseren eigenen Lebens- und Wirkungsbereichen zu begrenzen?

Wir müssen auf allen Ebenen dazu beitragen, dass Bildung, Aufklärung, transparente politische Strukturen und offene Diskussion dieser kritischen Fragen gefördert werden – um die dringend erforderlichen Massnahmen verständlich zu machen. Als Unternehmen und Bürger „nachhaltig wirtschaften“ – mit Beiträgen zur effizienten Verwendung von Ressourcen, mit Investitionen, die Innovationen und Veränderung fördern. Viele Unternehmen, wie auch Versicherungen, Banken und Pensionskassen, zeigen das bestens – und die Vorbildwirkung der Politik ist dabei besonders notwendig!

Ich wünsche Ihnen allen, unseren geschätzten Leserinnen und Lesern, frohe Festtage und ein gutes neues Jahr 2019.

Mit herzlichen Grüssen

Ihr

Heinz Felsner

Urs Weber,
Generalsekretär HKSÖL



FINANZBILDUNG ...

Wie viele Österreicher haben sich schon an den Kapitalmarkt gewagt? Zumindest laut Income-Barometer von J. P. Morgan (Studie 2018) gar nicht so wenige, wie immer kolportiert wird. Grundsätzlich bleiben die Österreicher aber auch nach zehn Jahren Niedrigzinsumfeld ein Volk der fast fatalistisch treuen Sparbuch-Anhänger: 92 % der befragten Personen nutzen bei der Vermögensveranlagung immer noch Sparanlagen oder Tages- und Festgelder. Damit liegen sie weit über dem europäischen Durchschnitt von 78 %, akzeptieren seit einem Jahrzehnt kontinuierlich tiefste Zinsen – während sich beispielsweise der US-Aktienmarkt in dieser Zeit verdreifacht hat.

Mit der aktuellen Inflation, die höher als die Zinsen liegt, spart man sich also buchstäblich arm. Vermögens-Masochismus? Wohl eher das fehlende Basiswissen rund um Anlageinstrumente, Aufklärung über tatsächliche Risiken, und natürlich die grundsätzliche Einstellung, dass Aktien, Anleihen, Fonds, etc. purer Haifisch-Kapitalismus, ergo böse, sind.

In Liechtenstein und der Schweiz sieht die Einstellung gegenüber Finanzanlagen etwas besser aus; generell gilt in den beiden Ländern ein vernünftiger Instrumente-Mix eher als anerkennungswerte Nutzung von Wissen – und nicht als unanständige Spieler-Mentalität.

Verstärkte Bildung und ein Mehr an Wissen in den Bereichen Finanzen und Finanzmarkt wären damit auch in Österreich ein lohnenswertes Ziel in den Ausbildungsplänen: So könnte schon während der Schulzeit eine gewisse Offenheit und Interesse für den Aufbau eines Vermögens entstehen, welche Verbrauchern, Unternehmen, Banken und nicht zuletzt auch dem Staat zugutekäme.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre!

Herzlich, Ihr

Urs Weber

Zürich führt das Ranking „Liberale Smart Cities“ der Schweiz an.



FOTOS: GETTYIMAGES/ZORAZHUANG, LEXIS NEXIS

GUT AUF- GESTELLT

Liechtensteins Aussenhandel hat sich im 3. Quartal 2018 positiv entwickelt.

Liechtenstein hat im dritten Quartal 2018 mehr Waren exportiert als in derselben Periode des Vorjahres, wie aus den aktuellen Zahlen des Amtes für Statistik hervorgeht. Demnach wurden im dritten Quartal 2018 Waren im Wert von 918 Mio. CHF exportiert. Dies entspricht einer Steigerung von 12,1 % im Vergleich zum dritten Quartal des Vorjahres. Die Warenimporte beliefen sich auf 470 Mio. CHF und waren damit um 11,4 % tiefer als im Vorjahr. Der grösste Teil der Exporte (504 Mio. CHF) ging erneut nach Europa. Asien steht an zweiter Stelle. Dorthin wurden Waren im Wert von 236 Millionen CHF exportiert – fast doppelt so viel wie im Vorjahr. An dritter Stelle folgen Nord- und Südamerika (162 Mio. CHF). ●

www.llv.li

STADT DER ZUKUNFT

Zürich ist die beste „Liberale Smart City“ der Schweiz.

Mit dem „Städte monitoring“ untersucht Avenir Suisse erstmals die Politik der zehn grössten Schweizer Städte und beurteilt sie gemäss dem Leitbild einer „Liberale Smart City“. Fünf Prinzipien prägen eine moderne Stadtpolitik im Sinne der Liberalen Smart City: Smartness, Liberalismus, Effizienz, Nachhaltigkeit (ökologisch, sozial und ökonomisch) sowie Urbanität. Untersucht wurden 47 Indikatoren in den Bereichen Haushaltsführung, Verwaltung, Wirtschaftsfreundlichkeit, Städtebau und Wohnungsmarkt, Mobilität, Energie und Infrastruktur, Kultur und Freizeit, Bildungspolitik und Vereinbarkeit sowie Sozial- und Integrationspolitik. Im Gesamtranking erreicht Zürich knapp die höchste Punktzahl, gefolgt von Basel und Bern. ●

www.avenir-suisse.ch

SCHI HEIL!

Die Olympischen Spiele in Peking 2022 sind ein wichtiger Impulsgeber und eine grosse Chance für den Wintersport.

Der weltweite Alpenschimarkt hat sich bei 3,1 bis 3,2 Mio. Paar und der weltweite Schischuhmarkt von 3,4 bis 3,5 Mio. Paar zum Positiven entwickelt. Auch der Durchschnittspreis der Produkte entwickelt sich erfreulich. Das spüren auch die österreichischen Wintersport- und Schimarken in ihren Auftragsbüchern. Die österreichischen Schiausrüster – Atomic, Blizzard, Fischer, Head – exportieren rund 80 %. Über 2.000 Mitarbeiter sind in der Schiindustrie beschäftigt. Die grossen Märkte entlang der europäischen Alpen haben sich ebenfalls positiv entwickelt, wobei der Marktanteil im Verleihbereich weiter zunimmt. Der Anteil des Verleihs am Weltmarkt hat sich zwischen 50 % und 60 % eingependelt. ●

www.wko.at

TATKRÄFTIGE HILFE

Eine Bildungsreise der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein und ihre Nachwirkungen.

Vor eineinhalb Jahren veranstaltete die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein eine Bildungsreise nach Sibiu in Siebenbürgen. Dabei entstand auf Initiative von Jürgen Nigg, dem Geschäftsführer der Wirtschaftskammer Liechtenstein, die Idee, vor Ort ein Lehrlingscamp zu organisieren.

EHRGEIZIGES PROJEKT

Doch ging es dabei nicht nur um das Kennenlernen von Land und Leuten. Auch ein Sanierungsprojekt sollte gemeinsam angegangen werden. Mit einer alten, maroden Schreinerei wurde das geeignete Objekt gefunden. 21 Verbundlernende von 100pro! berufsbildung liechtenstein haben während einer Woche viel Einsatz gezeigt und eine alte Tischlerei im Roma-Dorf Alma VII renoviert. Zusammen mit Handwerkern vor Ort wurden Reparaturen am Gebäude der Dorftischlerei sowie der Schmiede vorgenommen. Ausserdem wurde die Fassade restauriert. Zusätzlich wurde ein komplett neuer Maschinenpark eingerichtet und für die Dorfkinder zudem ein Fussballplatz erstellt.

VOLLER ERFOLG

Bei einer weiteren Exkursion der Wirtschaftskammer Liechtenstein im Herbst dieses Jahres konnten die Teilnehmer sich von den tollen Leistungen der Jugendlichen überzeugen. Caroline Fernolend, die Vertreterin des ebenfalls in dem Ort engagierten Mihail-Eminescu-Trust, lobte die fleissigen Helfer aus Liechtenstein in den höchsten Tönen. Auch Wirtschaftskammer-Liechtenstein-Präsident Rainer Ritter war vom Ergebnis begeistert. Bei einem gemeinsamen Mittagessen mit den Lernenden konnte man sich auch vom grossartigen Teamgeist, der unter der Gruppe entstanden war, überzeugen. ●



Die Besucher aus Liechtenstein waren vom Ergebnis begeistert.



Das Tool findet zum Text passende Artikel und Literatur.

WENN COMPUTER JURISTISCHE SPRACHE VERSTEHEN KÖNNEN

Die Arbeit von Juristen ist grossteils das Analysieren von einer Vielzahl an Verträgen und Schriftsätzen. Könnten Computer juristische Texte verstehen, würde dies eine neue Dimension des juristischen Arbeitens eröffnen.

Mit Lexis SmartScan will LexisNexis der österreichischen Rechtsbranche genau das ermöglichen: Eine automatische Textanalyse, die beim langwierigen Bearbeiten von Texten den Turbo zünden soll.

Mit Lexis SmartScan wird erstmals die Natural-Language-Processing-Technologie für die Rechtsbranche nutzbar gemacht. Lexis SmartScan ist ein **Addin für Microsoft Word** und erlaubt es Juristen, **Word- und PDF-Dateien** (z. B. gegnerische Schriftsätze) mit einem Klick automatisiert auf ihren juristischen Gehalt zu **analysieren**. Es geht nicht nur darum, z. B. Zitate zu erkennen, sondern auch unstrukturierten Text zu verstehen – es handelt sich somit um eine echte Erfassung der Bedeutung. Als Scan-Ergebnis erhält der Jurist eine umfassende Zusammenstellung mit **relevanter, weiterführender Literatur – ausgewählt aus tausenden Fachbüchern, Fachzeitschriften, Gesetzen und Gerichtsurteilen**. Dabei durchsucht Lexis SmartScan die Lexis 360®-Rechtsdatenbank und importiert die Ergebnisse direkt in Word. Das Tool findet auch im Ausgangstext zitierte Quellen (z. B. Urteile, Gesetze), die aufgelistet werden und ebenfalls im **Volltext abrufbar sind**.

Alberto Sanz de Lama, CEO LexisNexis Österreich, über die Vision: „Je schneller man den inhaltlichen juristischen Rahmen abgesteckt hat, desto eher und genauer können Juristen darin navigieren, gestalten und beraterische Wertschöpfung kreieren.“ ●

www.Lexis.at/SmartScan

Joanne Hunger (hier im Bild) weiss, wie bedeutend gutes Cash-Management für international agierende Unternehmen ist.



Wenn Märkte **WACHSEN**

Warum Währungsmanagement wichtig ist und wie auch kleine Unternehmen davon profitieren können, erklärte uns Joanne Hunger, Director of Central Europe Western Union.

**„EIN SOLIDES RISIKO-
MANAGEMENT IM
WÄHRUNGSBEREICH
KANN EIN UNTERNEH-
MEN LANGFRISTIG
KONKURRENZFÄHIG
HALTEN.“**

Joanne Hunger

hub: Ist Fremdwährungs-Cashflow-Optimierung im internationalen Geschäft ausschliesslich ein Thema für börsennotierte Unternehmen?

Joanne Hunger: Ganz und gar nicht, Cashflow-Optimierung ist ein zentrales Thema für jedes Unternehmen, unabhängig davon, wie gross es ist. Viele KMU nehmen nach wie vor an, dass Verluste durch Fremdwährungsschwankungen etwas Natürliches sind, quasi ein Resultat der internationalen Geschäftstätigkeit.

Tatsächlich können Unternehmen jeder Grössenordnung sehr schnell und effektiv ihre Cashflows optimieren. Im KMU-Bereich herrscht der Irrglaube, dass Optimierungslösungen für Fremdwährungsrisiken nur grossen Unternehmen vorbehalten sind. Internationale Zahlungen sind in diesem Zusammenhang oft ein grosser Kostenblock. Jedoch können Firmen durch proaktive Planung, gepaart mit der Unterstützung von

Experten, ihre Kosten- und Cashflow-Bilanz verbessern und am globalen Markt konkurrieren.

hub: Können Sie hier ein Beispiel geben, wie Unternehmen im internationalen Zahlungsverkehr Kosten einsparen können?

Hunger: Ein KMU ist am besten beraten, sich um eine effiziente, kostengünstige und globale Zahlungsverkehrslösung zu kümmern. Verlässliche Zahlungen tragen massgeblich zu einem guten Cash-Management bei. Auch die Geschwindigkeit des Geldtransfers nimmt eine zentrale Rolle ein. Traditionelle Banküberweisungen dauern oft lange und verursachen hohe Kosten. Wenn möglich, sollten Zwischenbanken vermieden werden, da diese die Transaktionskosten unnötig anschwellen lassen. Auch die Währung, in der bezahlt wird, spielt eine sehr wichtige Rolle. Wird international eingekauft, gilt der Grund-

satz: Kaufe in lokaler Währung, um die Kosten entsprechend zu kontrollieren. Ein sehr gutes Beispiel hierfür ist China. Obwohl es für Europäer natürlich am leichtesten wäre, Euro nach China zu schicken, lassen sich durch die Bezahlung in lokaler Währung Kosteneinsparungen erzielen. Diese können mitunter erheblich sein.

hub: Kleinere Firmen zögern oft, bevor sie internationale Geschäftsbeziehungen aufnehmen. Meist, weil sie nicht wissen, wie sie mit den unterschiedlichen Währungen umgehen sollen. Was würden Sie diesen Unternehmen raten?

Hunger: Nicht nur Währungen und deren Risikomanagement, sondern auch das Verständnis für die neuen Märkte, die unterschiedliche Sprache und Kultur, eine andere Zeitzone, um nur einige Beispiele zu nennen, halten Unternehmen oft davon ab, sich globaler aufzustellen.



Immer mehr KMU machen Geschäfte in mehr als sechs Ländern (siehe auch Bericht auf S. 30). Da sind effiziente, kostengünstige und globale Zahlungsverkehrslösungen gefragt.

Hier können wir als international agierender Währungs- und Zahlungsanbieter weiterhelfen. Sei es durch Unterstützung bei der Suche nach neuen Lieferanten oder Kontakte zu lokalen Spezialisten wie Handelsvertretungen oder Beratungsfirmen. Die globalen Chancen sind enorm, wenn man auf verlässliche Partner zurückgreifen kann.

hub: Wie wichtig ist das Währungsmanagement für Firmen, die international agieren?

Hunger: Sehr wichtig! Ein solides Risikomanagement im Währungsbereich kann ein Unternehmen langfristig konkurrenzfähig und profitabel machen. Vorrangiges Ziel hierbei ist es natürlich,

die Gewinnmargen des Unternehmens abzusichern. Währungsrisikomanagement sollte ein integraler Bestandteil jeder internationalen Supply-Chain-Strategie sein. Unsere Spezialisten begleiten diese Prozesse und unterstützen Unternehmen bei der Umsetzung.

hub: Wie werden Risiken in diesem Bereich identifiziert und worauf sollen Unternehmen achten?

Hunger: Darauf gibt es keine allgemeingültige Antwort, da sich die Risiken von Branche zu Branche unterschiedlich darstellen. Viele KMU bilden ihr internationales Geschäft in einem Excel-Spreadsheet ab – eine selbstgestrickte Lösung, die oftmals unübersichtlich

ist – und sie sind nicht in der Lage, ihr eigenes Risiko und Potenzial zu erkennen. Mit professioneller Unterstützung können hier ein klarer Überblick über die Risiken und in Folge ein besserer Cashflow sowie mehr Profitabilität erzielt werden.

hub: Wie hat sich der internationale Zahlungsverkehr in den letzten Jahre verändert und welche signifikanten Änderungen konnten Sie beobachten?

Hunger: Die Anzahl der international tätigen Firmen steigt ständig und Unternehmen sind unaufhörlich auf der Suche nach neuen Absatz- und Beschaffungsmärkten. Dies hat zur Folge, dass der Markt und der Bedarf an internationa-



JOANNE HUNGER

... ist seit 2012 für Western Union Business Solutions tätig. Ursprünglich aus Irland, lebt und arbeitet sie heute in Wien. Während ihrer langjährigen Karriere fokussierte sie sich immer auf die Betreuung und Unterstützung von Konzernen und KMU bei ihrer Wachstumsstrategie. Ihr Spezialgebiet ist das internationale Bankgeschäft.



**WESTERN UNION
BUSINESS SOLUTIONS**

... eine Sparte der Western Union Fortune 500 Company, ist ein weltweit führender Anbieter von internationalen Geschäftszahlungen und massgeschneiderten Risikomanagementlösungen. Wir betreuen Kunden jeder Grösse, von KMU bis hin zu Grosskonzernen, und bieten umfangreiche Erfahrung bei der Entwicklung von Fremdwährungsstrategien zur Risikominimierung. Mit dem Zugang zu über 130 Währungen und einem globalen Finanznetzwerk mit mehr als 200 Ländern helfen wir Unternehmen, global zu expandieren.

len Zahlungslösungen stark gewachsen sind. Insbesondere Fin-Techs drängen in dieses klassische Bankgeschäft. Weiters werden immer mehr Geschäfte rein digital abgewickelt – von der Kontoeröffnung bis hin zur eigentlichen Transaktion über Plattformen, Apps oder Mobile-Payment-Solutions. Firmen erwarten einfach zu bedienende, intuitive Lösungen. Abschliessend stellen neue Regeln und Direktiven, wie die PSD 2 oder MiFID 2, die Branche immer wieder vor neue Herausforderungen. Der erhöhte Aufwand zur Erfüllung aller Auflagen machte massive Investitionen im Bereich Compliance und Operations notwendig. Genau an diesem Punkt setzen wir an:

Einerseits stehen unsere Experten in engem Kontakt mit unseren Kunden, andererseits bieten wir die geforderten technischen Antworten auf die zentralen Fragen.

Wir sind davon überzeugt, dass die von uns lancierte, voll digitale Zahlungsplattform WU® Edge einen weiteren Schritt setzt, um diesem Ziel gerecht zu werden. Unsere Kunden sind auf dieser Plattform global vernetzt, können Echtzeitkurse verfolgen und Echtzeitzahlungen auf der ganzen Welt durchführen. Dabei können sie sich darauf verlassen, dass alle notwendigen Compliance-Checks im Hintergrund für sie durchgeführt werden. ●

www.westernunion.com

FINANZEN IN KÜRZE



Die VP Bank deckt die Geschäftsbereiche „Private Banking“ und „Intermediaries“ ab.

◆ **PREISTRÄGER.** Das innovative Blended-Learning-Format „Train the Trainer“ der Volksbank Akademie, der Ausbildungseinrichtung der österreichischen Volksbanken, wurde mit der Goldenen Eule für besonders erfolgreich durchgeführte, praxisbewährte und innovative Trainings-, Coaching- und Beratungsprojekte prämiert.

◆ **POSITIVE ZWISCHENBILANZ.** Die Raiffeisen Privatbank Liechtenstein AG blickt mit rund 1,0 Mio. CHF erneut auf ein ausgezeichnetes Halbjahresergebnis zurück. Die Betriebserträge blieben mit etwa 4,9 Mio. CHF stabil.

◆ **ÜBERNAHME.** Die VP Bank (Luxembourg) SA übernimmt das Private Banking der Catella Bank S.A. in Luxemburg. Diese Transaktion in Form eines Asset-Deals beinhaltet auch die Übernahme von etwa zehn Mitarbeitenden sowie Kundenvermögen von rund 900 Mio. CHF. Der entsprechende Kaufpreis beträgt 12 Mio. CHF.

◆ **DIE BESTE IM LAND.** Die Raiffeisen Privatbank Liechtenstein ist im Rahmen der Global Private Banking Awards als beste Privatbank Liechtensteins ausgezeichnet worden.

JUBILÄUM

Die VP Bank (Schweiz) AG bietet seit 30 Jahren in Zürich überzeugende Finanzlösungen an.

Im November 2018 feierte die VP Bank (Schweiz) AG einen runden Geburtstag: Im Zuge der Internationalisierung der Liechtensteiner Bank wurde in Zürich am 30. November 1988 die VPB Finanz AG als 100%iges Tochterunternehmen der VP Bank gegründet. 1998 folgte die Übernahme der in Zürich ansässigen Hügi Bank AG und in der Folge wurde die VPB Finanz AG zur volllizenzierten VP Bank (Schweiz) AG umgewandelt. Die Bank betreut ihre Kunden in den zwei Geschäftsbereichen „Private Banking“ und „Intermediaries“. In sämtlichen Bereichen arbeitet die VP Bank (Schweiz) AG eng mit dem Mutterhaus in Liechtenstein zusammen. Das Erfolgsmodell der erfolgreichen Privatbank ist eine geschickte Verbindung von digitalen Dienstleistungen mit persönlicher und kompetenter Beratung. ◆

www.vpbank.com



Die offene Architektur ermöglicht das Einbinden weiterer Institute.

IN DER VIRTUELLEN KETTE

Erste Group und ASFINAG bringen die erste in Europa zur Gänze auf Blockchain basierende Kapitalmarkt-emission erfolgreich auf den Markt.

Die von der Erste Group und ASFINAG neu entwickelte Permissioned-Blockchain-Plattform wurde für die Emission eines Schuldscheindarlehens genutzt. Dabei wurde ein derartiges Kapitalmarktinstrument erstmals ohne einen parallel dazu ablaufenden herkömmlichen papierbasierten Prozess emittiert. Diese blockchainbasierte Plattform bietet eine raschere Abwicklung, ein geringeres operationelles Risiko und grössere Transparenz. Die offene Architektur ermöglicht die zukünftige Integration weiterer Banken und Plattformen. Die Anwendung der Blockchain-Technologie bedeutet für Emittenten und Investoren erhöhte Effizienz, mehr Transparenz und weniger operationelles Risiko. ◆

www.erstegroup.com

AKTIEN BLEIBEN INTERESSANT

Dr. Stefan Klocker von LBB-Invest gibt uns einen kurzen Überblick darüber, was er in Zukunft vom Aktienmarkt erwartet.

Die Bewertung von Aktien ist seit Jahresanfang durch ein starkes Gewinnwachstum speziell in den USA und rückläufige Kurse wieder deutlich attraktiver und liegt jetzt wieder auf dem durchschnittlichen Niveau seit 2008. Insofern stellen Aktien für jeden Investor, der über die nächsten zehn Jahre eine Rendite über der Inflationsrate anstrebt, die wichtigste Anlageklasse dar. Aufgrund der deutlichen Zunahme von Pessimismus unter den Anlegern erwarten wir in den nächsten Monaten eine merkliche Erholung der Aktienkurse. Zwischen Anfang 2020 und 2022 halten wir jedoch eine globale Rezession für nicht unwahrscheinlich, weshalb man eine Kurserholung an den Aktienmärkten für die Realisierung von Gewinnen und eine konservativere Positionierung des Portfolios nutzen sollte. Auf Drei-Jahres-Sicht wird es deshalb wichtig sein, den Portfoliowert durch dynamische und kosteneffiziente Absiche-

rungen möglichst stabil zu halten, um daraufhin die deutlich günstigeren Einstiegsniveaus bei Aktien und den riskanten Anleihe-segmenten nutzen zu können. Anleihen weisen aktuell, nach zehn Jahren Quantitative Easing der wichtigsten Notenbanken über alle Bonitätssegmente hinweg, ein unattraktives Renditeniveau auf und stellen mit einzelnen Ausnahmen wie Emerging Markets mittelfristig keine interessante Alternative zu Aktien dar. Da der Zinsanhebungszyklus in den USA bereits deutlich weiter fortgeschritten ist, werden US-Staatsanleihen mit einer Rendite von über 3 % bei zehnjähriger Laufzeit langsam wieder interessant. Speziell als Portfolioabsicherung für die nächste Rezession oder aufkommende Wachstums-sorgen gehören US-Staatsanleihen zu den interessantesten Investments, weshalb wir bei weiter steigenden Renditen einen schrittweisen Zukauf planen. ●



**DR. STEFAN
KLOCKER**

Aktien stellen eine wichtige Anlageklasse dar.



Payment Services

Wenn man gemeinsam besser ist.

Setzen Sie auf unseren effizienten und zuverlässigen Bezahlservice. **Weil Qualität zählt.**
six-payment-services.com





Im Finanzwesen ist die Digitalisierung nichts Neues. Derzeit entstehen bei den Kunden aber wieder neue Erwartungshaltungen.

Wenn das Kundenerlebnis zählt

Die Digitalisierung erobert die Finanzwelt. Die Folge: innovative Businessmodelle, bisher unbekannte Risiken und neue Player, die den Markt verändern.

Stefan Novoszel verantwortet als Senior Business Solution Manager das Offering- und Portfolio-Management bei Zühlke in Österreich und beschäftigt sich seit Jahren intensiv mit den digitalen Herausforderungen und Möglichkeiten im Finanz- und Versicherungssektor. Wir sprachen mit ihm über die digitale Zukunft, Datenschutz und die Rolle des Managements in Digitalisierungsprojekten.

hub: Was bedeutet die Digitalisierung für die Finanzbranche?

Stefan Novoszel: Neu ist die Digitalisierung im Finanzbereich ja nicht. Ich selbst habe schon vor dem Jahr 2000 an der Umsetzung von Österreichs erster Onlinebank mitgearbeitet. Derzeit entstehen aber wieder neue Erwartungshaltungen bei den Kunden. Es wird One-Touch-Service erwartet. Gleichzeitig gibt es neue Mitbewerber, oft nicht aus dem klassi-

schen Bankenbereich, sondern z. B. Fintech-Start-ups. Sie versuchen, mit intelligenten Lösungen Kunden an sich zu binden. Zudem sind Technologien wie Internet of Things oder künstliche Intelligenz im Kommen, auf die zukünftig weiter aufgebaut werden wird.

hub: Wie wird sich das auswirken?

Novoszel: Daraus werden sich zwei Trends ergeben: Einerseits wird man neue Technologien nutzen, um Prozesse zu vereinfachen. Versicherungen könnten dann Online-Policing bieten oder man kann Risikobewertungen schnell abfragen. Andererseits wird man zunehmend digitale Businessmodelle anbieten. Dabei wird es auch immer mehr Ecosysteme, also Komplementärangebote, geben. So wird man beispielsweise mit einer Versicherungspolize gleich auch die Mitgliedschaft in einem Fitnesscenter bekommen. Im Bankwesen kann

das vielleicht darauf hinauslaufen, dass man nur mehr angibt, welche Summe man mit welchen Präferenzen investieren will – die Veranlagung passiert automatisch. Solche Ecosysteme, bei denen der Kunde die Leistungen unterschiedlicher Unternehmen auf einmal erhält, werden mehr werden. Es gibt heute schon Branchen, die das vormachen. Man denke nur an die Hotellerie und Airbnb.

hub: Sind die Kunden schon bereit für solche neuen Businessmodelle?

Novoszel: Es gibt natürlich noch eine Kundengeneration, für die sind solche Geschäfte nichts. Aber die Generation der Millennials hat eindeutig Präferenzen in diese Richtung. Ihnen ist es wichtig, dass alles intuitiv abgewickelt und in den Alltag eingebaut werden kann. Da verschieben sich auch Prioritäten: Was als gut empfunden wird, ändert sich. Es wird nicht mehr so wichtig sein, dass

man ein Zehntelprozent mehr Zinsen bekommt, sondern das Kundenerlebnis zählt. Meiner Meinung nach wird das Erlebnis über die Gewinner und die Verlierer in der Branche entscheiden. Das bedeutet für uns, dass es wichtig ist, sich bei der Anwendung an erfolgreichen digitalen Unternehmen wie Facebook oder Google zu orientieren. Und man sollte von den oben genannten Start-ups lernen. Sie selbst besetzen immer nur einzelne Bereiche. Aber man kann sich ansehen, womit sie Kunden anziehen, welchen klaren Kundennutzen sie bieten, und das Erfolgsrezept in das eigene Geschäftsmodell integrieren.

hub: Wie steht es mit dem Thema Datensicherheit im Finanzbereich?

Novoszel: Natürlich ist das bei einem derart sensiblen Bereich ein besonders wichtiges Thema. Die kommenden Technologien und Kooperationssysteme arbeiten auch stark mit Cloudservices. Aber da gibt es bereits bestens etablierte Sicherheitsverfahren. Wenn man da einen entsprechenden Anbieter wählt, kann wenig passieren. Es ist hier einfach wichtig, dass man zwar vorsichtig ist, sich aber nicht gleich abschrecken lässt. Wenn man etwa im EU-Raum Daten aufbewahrt, ist ohnehin gesetzlich geregelt, dass die auch hier bleiben. Es gibt viele Anbieter, die das garantieren können.

Bedeutend ist auch, dass bei den Ecosystemen, bei denen man mit anderen Anbietern zusammenarbeitet, sichergestellt ist, dass auch die Partner die Daten entsprechend sicher verwalten. Das klingt schwierig, darum muss man sich aber nicht unbedingt selbst kümmern. Es gibt inzwischen Unternehmen, die dabei unterstützen.

hub: Können Kunden erkennen, ob mit ihren Daten auch sicher genug umgegangen wird?

Novoszel: Facebook & Co. haben gezeigt, dass die Möglichkeiten der Nutzer hier leider sehr eingeschränkt sind. An dieser Stelle können jedoch wieder die traditionellen Finanzdienstleister punkten. Sie genießen das Vertrauen der Kunden, da Datensicherheit in ihrer DNA fest verankert ist.

hub: Wie kommt ein Unternehmen durch Digitalisierungsmassnahmen zu mehr Effizienz?

Novoszel: Digitale Prozesse sind auf jeden Fall verzögerungsfrei, rund um die Uhr verfügbar und deterministisch. Das heißt, sie liefern eindeutige Ergebnisse. Das Ganze kann man noch durch künstliche Intelligenz erweitern und so bis zur Unterstützung bei der punktgenauen Entscheidungsfindung kommen.

Wichtig ist, dass die Digitalisierungsprozesse so umgesetzt werden, dass alle Akteure sie als unterstützend, nicht als behindernd, empfinden. Dazu braucht man die volle Management-Attention und die neuen Prozesse müssen von oben vorgelebt werden. Es gibt natürlich immer wieder Ressentiments. Denen sollte schon im Vorfeld offen begegnet werden.

hub: Wie gehen Sie vor, wenn Sie einen neuen Digitalisierungsprozess umsetzen sollen?

Novoszel: Erst benötigen wir die Management-Attention und gemeinsam definierte Ziele. Dann folgt eine Stakeholderanalyse. Wir sehen uns an, wen wir an Bord brauchen, und beginnen die Customer Journey Maps zu entwickeln. Wir gehen das im Endeffekt dann über das Wertschöpfungspotenzial an. Das heißt, wir finden heraus, wo viel Wertschöpfung erzielt wird, und beginnen dort. So kann dieser Bereich schon wieder produktiv arbeiten, während die Digitalisierung in anderen Bereichen erst umgesetzt wird.

hub: Es gibt rund um das Thema Digitalisierung viel Kritik und „Panikmache“. Wie ordnen Sie das ein?

Novoszel: Natürlich gibt es viele Ängste. Ich sehe hier vor allem zwei Komponenten. Erstens eine gewisse Angst vor Tech-Giganten und Fintech-Startups, die auf den Markt drängen. Erstere halten sich aber im Moment ohnehin noch etwas zurück. Das ist sicher darauf zurückzuführen, dass der Finanzmarkt sehr stark reguliert ist. Und die Start-ups sollte man als neue Chancen sehen. Denn sie sind nur in ihren abgegrenzten Bereichen tätig und man kann viel von ihnen lernen. Ausserdem könn-



STEFAN NOVOSZEL

ist Senior Business Solutions Manager bei Zühlke. Das Unternehmen versteht sich als Partner für Business Innovation. Es vereint Beratungs- und Technologie-Kompetenzen zu Software-Lösungen. Zühlke beschäftigt 1.000 interdisziplinäre Experten/innen und kann auf der Erfahrung aus 10.000 Projekten aufbauen.

te man mit ihnen oft gute Ecosysteme, von denen beide Partner profitieren, bilden. Gerade im Bereich Infrastruktur haben die Start-ups oft einen Bedarf, den etablierte Unternehmen hervorragend abdecken könnten.

Der zweite Aspekt, der vielen Angst macht, ist der, dass Digitalisierung immer auch Automatisierung bedeutet. Es ist kein Geheimnis, dass das den Alltag – und natürlich auch die Arbeitswelt – verändern wird. Es werden Arbeitsplätze verschwinden und neue entstehen. Das Problem wird aber ein Unternehmen allein nicht lösen können. Es ist ein gesellschaftliches Problem. Man muss die Chancen erkennen und gesellschaftspolitische Akzente setzen. Veränderungen hat es immer gegeben. Wir müssen einfach das Beste daraus machen.

hub: Vielen Dank für das Gespräch! ●

www.zuehlke.com

Mondlandung und **MOUNT EVEREST**

Was das mit IT zu tun hat, erfuh man in Igls bei Innsbruck beim achten 7 IT Forum von NTS Netzwerk Telekom Service AG.

Auf Einladung von NTS kamen am 22.11. IT-Experten aus Österreich, Deutschland, der Schweiz, Italien und Liechtenstein zusammen, um dem Büroalltag zu entfliehen. Beim Unternehmensslogan des Gastgebers „Relax, We Care“ geht es vorrangig um die digitale Verantwortung, die NTS für seine Kunden übernimmt. Wenn es sein muss rund um die Uhr, das ganze Jahr. Darüber hinaus dürfen aber auch Visionen und neue Denkansätze nicht zu kurz kommen – genau dafür sorgt das 7 IT Forum mit über 250 Gästen, inspirierenden Vorträgen und toller Netzwerk-Atmosphäre.

Schon die Begrüssung durch Günther Peer, Chief Commercial Officer NTS, und Thomas Bartl, Regional Director West NTS, war überaus herzlich. Humorisch führten dann die beiden Moderatoren Hans-Peter Ullrich und Michael Ruetz durch den Tag. Die grosszügig bemessenen Pausenzeiten liessen

auch viel Raum für entspanntes Netzwerken.

ETHIK UNTER DIGITALISIERUNGSTRESS

Der erste Redner Gunter Dueck, der sich nach Jahren bei IBM heute als Redner, Autor und „Omnisoph“ betätigt, ortet eine wirtschaftliche Entwicklung, bei der die Qualität auf der Strecke bleibt. Produkte werden mit falschen Infos angetriggert, Services billig angeboten – aber nur für die erste Zeit eines Vertrags. Konsumenten sind es andererseits gewöhnt, immer weniger zu bezahlen. Hersteller lassen daher bei der Qualität nach. Ethisch ehrlich agierende Unternehmen bleiben auf der Strecke. Hier spielt Digitalisierung eine Rolle. Sie macht alles messbar und führt zu reinem Zahlenmanagement. Oft wird z. B. nur mehr in Steigerungsraten geredet, absolute Zahlen kommen nicht vor. Die Relation fehlt. Das verleite zu Unethik. Dueck sieht die Lösung aber

nicht darin, Gesamtsysteme auf einmal umkrepeln zu wollen. „Man sollte keine teuren Vollethik-Träume verfolgen, sondern einfach einmal irgendwo beginnen.“

EVEREST, SÜDPOL, NORDPOL

Evelyne Binsack war die erste Schweizer Frau auf dem Mount Everest und unternahm Expeditionen sowohl zum Süd- als auch zum Nordpol. Ihre Expeditionen haben ihr wichtige Erfahrungen beschert. Auf dem Mount Everest hat sie gesehen, was es heisst, über Grenzen hinauszugehen und zu scheitern. Sie stellte sich die Frage, wie man es schafft, bei Überforderung rechtzeitig die Reissleine zu ziehen. Die Lösung fand sie in einem Satz von Jean Cocteau: „Man muss wissen, wie weit man zu weit gehen kann“, den sie für sich um „und wie lange“ ergänzte. Ausserdem berichtete die Schweizer Grenzgängerin darüber, wie das vorherige gemeinsame



Top Location und volles Haus im Congresspark Igls



NTS Management meets Top-Speaker (v. l. n. r.): Hermann Koller, Gunter Dueck, Evelyne Binsack, Thomas Bartl, Günther Peer



Zahlreiche Gelegenheiten zum Netzwerken für 250 Gäste



Hochkarätige Redner beim 7 IT Forum in Igls: v. l. n. r. Gunter Dueck, Werner Gruber, Evelyne Binsack u. a.



Commitment ihr und ihrem Team das Durchstehen der Expedition zum Südpol ermöglicht hat, und wie wichtig bei jeder Art von Navigation Zwischenziele sind.

WARUM KIS PSYCHO-THERAPEUTEN BENÖTIGEN

Der Physiker Werner Gruber, auch als Science Buster der ersten Stunde bekannt, beschäftigte sich mit der Entwicklung der Digitalisierung: „Jeden Computer, jedes Handy verdanken wir der Mondlandung der Amerikaner.“ Nachdem die USA den Mond erreicht hatten, wurde 1972 etwa die Hälfte der weltweit existierenden Informatiker von der NASA entlassen. Sie erfanden sich neu und viele machten sich dort selbstständig, wo die Gründe und Mieten am billigsten waren: im Silicon Valley.

Nach einem Abriss über die Funktionsweise unseres Gehirns verdeutlichte Gruber, dass die Verbindungen und Impulse, die für Gedanken und Gefühle zuständig sind, bald nachgebaut werden könnten. „Dann werden wir etwas Ähnliches wie Menschen haben.“ Er geht davon aus, dass das in den nächsten 20 Jahren der Fall sein könnte. Diese künstlichen Gehirne würden mit Sucht, Depression usw. auch dieselben Probleme wie Menschen haben.

BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL WORLD

Odysseas Charalambous, Vice President Eastern Europe, Cisco, schilderte, welche Art von Geschäftsmodellen die Zukunft prägen werden. Er erläuterte, dass immer mehr „Unicorns“ (Einhör-

ner) entstünden. Das seien neue Unternehmen, die innerhalb kürzester Zeit über 1 Mrd. USD Umsatz erzielen. Ein Grund dafür sei, dass Unternehmen sich über Crowdfunding finanzieren können. Früher sei das nicht möglich gewesen, weil das Startkapital gefehlt habe. Auch das Kundenverhalten habe sich verändert. Heute reüssiere, wer beim Endkunden mit minimalen Kosten auftreten könne. Diese Unternehmenspolitik führe dazu, dass in Umfragen oft die heute erfolgreichsten Unternehmen die grösste Angst um ihren Weiterbestand hätten.

IT VERLEIHT FLÜGEL

Schliesslich wurde das Podium noch dem Militär überlassen: Oberstleutnant Dietrich Springer, Eurofighterpilot beim österreichischen Bundesheer, meint: „Der Mensch ist im Flugzeug nicht dort, wo er eigentlich hingehört.“ Daher brauche er Technologie. Kampfjets bringen Technik und Menschen an die Grenze: „Wir sind z. B. Zentrifugalkräften von der neunfachen Erdbeschleunigung ausgesetzt. Bei den Piloten sind im Anzug Luftpolster eingebaut, die sich automatisch aufblasen und damit die Blutzufuhr regulieren. Das würde ein Mensch sonst nicht aushalten.“ Im Flugzeug würden auch Unmengen an Daten aufgezeichnet. Die Technik unterstützt hier, indem sie die nötigen Informationen auswählt und verständlich aufbereitet.

Das Fazit der Gäste war einheitlich: Es war ein spannender Tag voller neuer Impressionen und frischer Kontakte. ●

www.nts.eu



DER GASTGEBER

Die NTS Netzwerk Telekom Service AG mit Hauptsitz in Raaba-Grambach bei Graz wurde im Jahre 1995 von den Vorständen Alexander Albler und Hermann Koller gegründet. Derzeit sind über 280 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Standorten Graz, Klagenfurt, Wien, Linz, Salzburg, Innsbruck, Dornbirn, Friedrichshafen, Rosenheim, Leipzig und Bozen beschäftigt. Gemeinsam mit ausgewählten High-End-Herstellern schafft NTS IT-Lösungen für die Bereiche Network, Security, Collaboration, Cloud und Data Center.

IN DER ZUKUNFT ANGEKOMMEN

Die Österreich Werbung gehört zu den Ersten der Welt, die eine digitale Werbekampagne mit Blockchain-Technologie betreiben.

Die Österreich Werbung (ÖW) nimmt an einem Pilotprojekt mit Adbank teil, bestehend auf einer Ethereum-Werbeplattform, mit dem Ziel, den Anzeigenbetrug zu reduzieren. Dieses Problem kostet Werbeträger 2018 pro Tag 51 Mio. CAD\$. Die Plattform soll zudem die Gebühren von Anzeigentechnologie-Vermittlern senken, von denen einige für Anzeigen einen Aufschlag von bis zu 70 % der Kosten oder mehr erheben. Mit diesem Projekt möchte sich Österreich aktiv als eine der ersten globalen Destinationen positionieren, die das ganze Jahr über besucht werden können. ●

www.austriatourism.com

OHNE CHEMIE

In Tirol sind Zusatzstoffe für Kunstschnee weiter verboten.

Der „Snomax“ sorgte im Sommer für Gesprächsstoff in Tirol. In diesem Zusatzstoff bei der Kunstschnee-erzeugung kommen abgetötete Pseudomonas-syringae-Bakterien zum Einsatz; ihr Protein beschleunigt die Kristallbildung des Wassers und ermöglicht eine Beschneidung auch bei plus 5° Celsius. In den USA ist diese Methode seit den 1980er-Jahren im Einsatz. Doch einige Wissenschaftler weisen darauf hin, dass „Snomax“ negative Auswirkungen auf die Gesundheit haben könnte, da Bakterienreste im Kunstschnee als Nährboden für Bakterien dienen könnten. Der Tiroler Landtag hat nun einstimmig ein Verbot für Zusatzstoffe bei Kunstschnee beschlossen. In der Schweiz ist „Snowmax“ übrigens seit 1997 zugelassen. ●

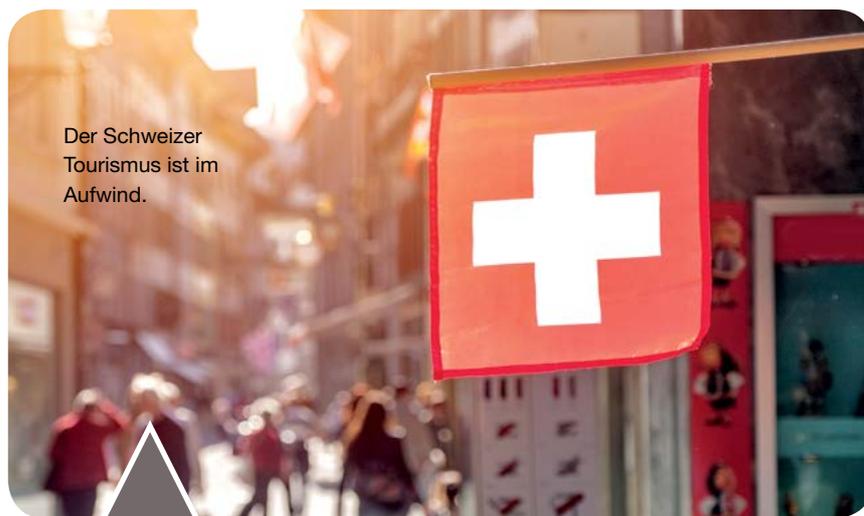
www.snomax.com/de

● **MEHR SCHADENFÄLLE.** Durch die gestiegene Reiselust der Österreicher verzeichnete die Europäische Reiseversicherung einen Anstieg der Schadenfälle um 13 %. Von Juni bis August 2018 betreute das Unternehmen weltweit auch 363 medizinische Notfälle.

● **QUALITÄTSOFFENSIVE.** Mit dem Fahrplanwechsel bringen die ÖBB neue Verbindungen auf Schiene. So sind von den Verkehrsdienstbestellern allein im Nahverkehr Ausweitungen von rund 1,1 Mio. Zugkilometern geplant. Ausserdem fließen 1,8 Mrd. Euro in die Flottenerneuerung.

● **VERTRIEB NEU AUFGESTELLT.** Anlässlich des 100-jährigen Firmenjubiläums der Verkehrsbüro Group im letzten Jahr wurde eine neue Vertriebsstruktur, bei der die Mitarbeiter im Zentrum stehen, in den 107 Rueda-Filialen vorgestellt.

● **IMAGEPOLITUR.** Der Fachverband der Reisebüros in der Wirtschaftskammer Österreich startete im November seine neue Social-Media-Imagekampagne für die österreichischen Reisebüros. Die Kampagne soll das Image des Reisebüros erhöhen und die Kunden von den Vorteilen einer Reisebürobuchung überzeugen.



Der Schweizer Tourismus ist im Aufwind.

TRENDWENDE GESCHAFFT

Die Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich sieht die Zukunft für den Schweizer Tourismus positiv.

Der Schweizer Tourismus hat die Trendwende geschafft, so die Konjunkturforschungsstelle (KOF) der ETH Zürich. Gemäss aktueller Schätzung wird die Zahl der Logiernächte in der Sommersaison 2018 um rund 3,1 % gegenüber dem Vorjahr steigen. Für die kommende Wintersaison wird, ausgehend von durchschnittlichen Witterungsbedingungen, mit einem Anstieg der Logiernächte um 2,3 % gerechnet. Die höchsten Zuwächse dürften weiterhin die Städte verzeichnen. Für 2019 erwartet die KOF einen Anstieg der Logiernächte um 2,7 % und im Jahr 2020 ein Plus von 2,4 %. Stärkste Wachstumsimpulse kommen weiterhin aus dem Ausland, insbesondere den Fernmärkten. ●

www.kof.ethz.ch

FAKE NEWS mit Methode

Eva Komarek, General Editor for Trend Topics „Die Presse“, gab vor dem Direktionsrat der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein Einblick in das Wesen der Fake News.



EVA KOMAREK

schilderte, wie Fake News entstehen und was man dagegen unternehmen kann.

Als Erstes räumte die Medienexpertin damit auf, dass Fake News eine neue Erfindung seien. Es habe sie schon gegeben, seit es überhaupt Medien gibt. Neu seien allerdings die Kanäle und das Tempo, in dem diese Fehlmeldungen verbreitet werden.

UNTERSCHIEDLICHER ENTSTEHUNGSHINTERGRUND

Komarek beschrieb drei unterschiedliche Typen von Fake News. Einerseits kann es eine klassische Falschmeldung sein. Ein Beispiel ist die Stern-Affäre um die Hitler-Tagebücher, bei der bewusst falsche Informationen an die Medien weitergegeben wurden. Eine andere Art Falschmeldung ist der journalistische Fehler. Komarek erzählte aus ihrer Praxis. Sie hatte über ein in den USA geplantes Joint Venture berichtet. Die Informationen darüber kamen aus einer bewährten, zuverlässigen

Quelle. Dann kam die Klagsandrohung von einem der betroffenen Unternehmen: Das erwähnte Joint Venture gab es nicht, das Unternehmen dementierte vehement. Letztendlich stellte sich heraus, dass sich die Quelle geirrt hatte. Im genannten Joint Venture hatte zwar ein Partner den gleichen Namen, aber mit dem ursprünglich erwähnten Unternehmen nichts zu tun.

DER NEUE WEG

Besonders gefährlich ist aber, so Komarek, die dritte Form, die sich in den letzten Jahren entwickelt hat und über soziale Medien verbreitet wird. Hier wird unterschwellig Meinung gebildet. So war es beispielsweise im Umfeld des Brexit-Votums oder bei den US-Wahlen geschehen. Nachrichten, die in eine bestimmte Richtung tendieren, aber scheinbar mit dem tatsächlichen Thema nichts zu tun haben, bilden Meinung auf höchst sub-

tile Weise. So wurden z. B. Meldungen in Umlauf gebracht wie „Wirtschaft bricht wegen Konkurrenz aus Osteuropa ein“ oder Ähnliches. Der Brexit wurde nicht angesprochen, aber die Zielgruppe – in dem Fall die bezüglich des Brexit unentschlossenen Briten – gesteuert. Bei diesem Vorgehen spricht man von Nudging. Komarek betonte auch, dass die sozialen Medien bei der Verbreitung von Nachrichten auch sehr nützlich sein können, und nannte als Beispiel die Unruhen von Köln, die über soziale Medien bekannt wurden.

WAS IST ECHT?

Bleibt die Frage offen, wie man die Echtheit von Nachrichten erkennen kann. Komarek plädierte hier für journalistische Sorgfalt: „Man kann nur durch grösste Sorgfalt entgegensteuern. Für uns Journalisten heisst das Check – Recheck – und Double Check!“ ●

SPARSAM?

Die Österreicher stecken ihr Geld in Konsum statt in Altersvorsorge.

Eine repräsentative IMAS-Studie im Auftrag von Erste Bank und Sparkassen der Erste Bank zeigt: Die Österreicher sparen 245 Euro pro Monat. Sparen ist für drei Viertel sehr wichtig. Das Sparbuch bleibt beliebteste Sparform; 80 % haben Geld am Sparbuch. Einen Bausparer haben 60 %, 44 % lassen ihr Geld am Girokonto. Wertpapiere konnten auf 28 % (+11) zulegen. ●

RISIKOANALYSE

Schweizer Unternehmen haben mit Abstand am meisten Angst vor Cyberattacken.

Das ist das Resultat des „WEF Global Risk Report“, den die Zurich Versicherung zusammen mit dem WEF World Economic Forum erarbeitet hat. Befragt wurden rund 12.000 Unternehmern und Manager aus gut 130 Ländern. In der Schweiz haben die Firmen vor diesen fünf Risiken am meisten Angst: Cyberattacken, Anlageblasen, Migration – insbesondere auch politische Entscheide, die die Wirtschaft tragen muss, Datenbetrug und -diebstahl, Zusammenbruch des Finanzsystems. ●

Identität wird durch positive Interaktion genährt. Dies gelingt vor allem Lebensmitteleinzelhändlern – in besonderem Mass Hofer, dem Spitzenreiter im österreichischen Identitätsindex 2018.

Die Verhaltensökonomie zieht zunehmend in die Management- und HR-Abteilungen der Unternehmen ein. Das Wiener Behavioral Economics Network VBEN bringt interessierte Entscheidungsträger aus der Wirtschaft und einschlägige wissenschaftliche Erkenntnisse zusammen. hub informiert über das brisante Thema.

Wer hat Österreichs **AUFMERKSAMKEIT?**

In unserer letzten Ausgabe berichteten wir an dieser Stelle über die Identitätswerte, mit denen Unternehmen von Schweizern wahrgenommen werden. Nun ist die Studie auch für Österreich erschienen.

Wenn Menschen sich mit einem Unternehmen identifizieren, kaufen sie dort mehr und häufiger. Sie sind eher bereit, auch die digitalen Services auszuprobieren und regelmässig zu nutzen. Trotzdem – womit eines der Ergebnisse vorweggenommen ist – bedeutet analoger Erfolg nicht, dass es digital genauso gut laufen muss.

LANGFRISTIG ERFOLGREICH

Die Kundenidentität ist ein wichtiger Faktor für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens. FehrAdvice und Partners hat diese daher für unterschiedliche Unternehmen und Brands in Österreich erhoben. Für 188 Unternehmen und Marken wurde in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut MindTake gemessen, wie stark sich die Menschen in Österreich mit den Firmen und Brands identifizieren. Die Befragten repräsentieren die österreichische Bevölkerung hinsicht-

lich Alter, Geschlecht und Wohnort. Unter ihnen sind sowohl Kunden als auch Nichtkunden der untersuchten Unternehmen und Marken.

KLARE SIEGER – GROSSE BANDBREITE

Der „Gewinner“ bei der Kundenidentifikation ist der Lebensmitteleinzelhändler Hofer. Gleich dahinter folgen mit Amazon, Google, WhatsApp und Google Maps Unternehmen, die sich von Anfang an über die Identität definiert haben. Weiters unter den Top 10: Spar, willhaben, YouTube, ÖAMTC und dm drogerie markt. Bei den Marken hat Manner die Nase vorn, gefolgt von Rauch und Vöslauer.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Bandbreite bei den erhobenen Identitätswerten gross ist. Das betrifft sowohl analoge Marken als auch die im digitalen Raum. In den meisten Branchen wird ein „Digital Gap“ beobachtet.

Abgesehen von der Medienbranche sind die Identifikationswerte für die digitalen Angebote meist niedriger als für analoge Marken und Unternehmen. Einigen traditionellen, im Gedankengut der Österreicher fest verwurzelten Marken wie Almdudler oder Manner gelingt es, den stilisierten Österreich- bzw. Heimatbezug identitätsstiftend zu nutzen. Insgesamt ist der „Rot-weiss-rot-Faktor“ aber kein allgemein gültiges Rezept für eine stärkere Identität.

MASSNAHMEN TESTEN

Nur wer weiss, welche Faktoren die Kundenidentität seines Unternehmens beeinflussen, kann diese auch aktiv managen. Der Schlüssel dazu ist, empirische Evidenz über die jeweiligen Identitätstreiber zu erheben und durch systematisches Experimentieren zu überprüfen, welche Massnahmen die Kundenidentität nachhaltig erhöhen können. ●

HER MIT DEN UNANGEPASSTEN REBELLEN!

Unangepasste, neugierige Mitarbeiter können Unternehmen den entscheidenden Kick geben, findet die Verhaltensökonomin und Harvard-Professorin Francesca Gino. Darunter versteht sie Menschen, die nicht überlegen, was sie tun SOLLTEN, sondern was sie tun KÖNNTEN – und die sich dadurch neue Möglichkeiten eröffnen. Ein Beispiel für einen positiven Nonkonformisten ist für Gino der US-Pilot Chesley B. Sullenberger. Er war Pilot jenes Airbus A-320, bei dem 2009 kurz nach dem Take-off vom New Yorker La-Guardia-Flughafen beide Triebwerke ausfielen. Mit seiner Entscheidung, nicht – wie naheliegend – den Flughafen anzusteuern, sondern im Hudson River zu landen, rettete er 155 Menschen das Leben. Führungskräfte sollten, so Gino, derartiges Potenzial sehen und es nicht aus Angst vor Konflikten vermeiden.

ANLAGE: GESCHLECHTER- UNTERSCHIEDE?

Es gibt durchaus geschlechtsspezifische Unterschiede im Anlageerfolg. Diese zeigen sich aber vorwiegend bei Privatanlegern. Eine aktuelle Untersuchung von Aggarwal & Boyson (2016) zeigt, dass nach Berücksichtigung des eingegangenen Risikos weibliche und männliche Hedge-Fund-Manager etwa gleich abschneiden. Das bestätigt die Ergebnisse anderer Untersuchungen. Ein Grund, warum das Resultat im professionellen Bereich anders als im privaten ist, könnte eine Art Selbstselektion sein – indem nur Frauen beruflich mit Anlagen handeln, die meinen, selbst überdurchschnittliche Fähigkeiten zu haben. Es scheint auch, dass unter weiblichen Hedge-Fund-Managern nur die sehr guten überleben, während bei männlichen Managern auch weniger gute Verwalter aktiv bleiben können.

40 Jahre
sind die Gründer erfolgreicher Unternehmen. Das hat das renommierte MIT erhoben. Dennoch wird vorhandenes Risikokapital gern in Start-ups rund um den „Mythos junge Männer“ investiert.

GELD AUSGEBEN ZU LEICHT GEMACHT

Laut Erkenntnissen der Verhaltensökonomie ist Konsumieren eine bittersüße Angelegenheit: Die Freude am Kaufen mischt sich mit dem Schmerz über die Kosten. Im Kopf des Individuums laufen komplizierte Berechnungen ab, ob das Objekt des Begehrens die Ausgaben auch wert sei. Je stärker Kaufen und Bezahlen entkoppelt werden, desto mehr sinkt die Hemmschwelle beim Bezahlen. Damit wir durch frictionslose Bezahlmethoden nicht in die Schuldenfalle tappen, schlägt Finanzexperte Elvis Wong vor, Technologie mit Technologie zu bekämpfen. Spar-Apps wie z. B. Digit oder Mylo runden tägliche Ausgaben auf und liefern die Differenzbeträge auf das Sparkonto. Safe to Spend zeigt, wofür das Monatsbudget schon aufgebraucht ist und wo noch etwas geht. Save to Win und WinWin belohnen User sogar, wenn sie Sparziele erreichen.

BRAUCHT MAN DEN „PERFEK- TEN“ INFLUENCER?

Besser Botschaften breit streuen, anstatt viel Zeit und Geld investieren, um den richtigen Influencer zu finden: Der Effekt ist derselbe, hat eine Stanford-Studie herausgefunden. Influencer ziehen oft Millionen Abonnenten in ihren Bann. Die Annahme liegt nahe, dass über diese Stars Infos und Produktempfehlungen besonders schnell und zielgerichtet an deren Follower weitergegeben werden können. Die Suche nach entsprechenden Knotenpunkten der sozialen Netze ist nicht ganz einfach, kann sehr teuer werden – und die Bestimmung des richtigen Knotens ist auch kaum möglich. Eine Stanford-Studie rät nun davon ab, nach passgenauen Vermittlern zu suchen. Sieben zufällig ausgewählte Influencer bringen gleich gute Resultate wie fünf mit erheblichem Aufwand akquirierte Kollegen.



Frauen sind im Allgemeinen prosozialer eingestellt als Männer – daran ändert auch die Gleichstellung der Geschlechter nichts.

Überraschendes **ERGEBNIS**

Wo Wohlstand herrscht und Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern gelebt wird, driften die Präferenzen von Männern und Frauen eher auseinander.

Armin Falk und Johannes Hermlle haben untersucht, wie wichtig Menschen Eigenschaften wie Geduld, Vertrauen, Risikobereitschaft, Altruismus sowie die Bereitschaft, faires Verhalten zu belohnen, sind. In der Verhaltensökonomie nennt man diese Werte und Eigenschaften Präferenzen. Sie prägen den persönlichen Erfolg, weil sie Entscheidungen über Bildung oder Beruf oder wie man die eigenen Finanzen managt, beeinflussen. Und es gibt Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Im Allgemeinen sind die meisten Frauen z. B. prosozialer eingestellt, jedoch weniger geduldig und risikobereit als Männer.

Man könnte nun meinen, dass mehr Wohlstand und Gleichstellung zwischen den Geschlechtern diese Präferenzen von Frauen und Männern aneinander angleicht. Ob das stimmt, haben Forscher anhand von Daten von rund 80.000 Personen aus 76 Ländern untersucht. Das Ergebnis: Die Unterschiede wurden bei allen untersuchten Präferenzen mit der wirtschaftlichen Entwicklung sogar mehr. ●



Ärzte wissen oft selbst nicht genau über die Kausalität von Nebenwirkungen Bescheid.

„GEFÄHRLICHE“ Medikamente

Zwischen der Arzneimitteleinnahme und Nebenwirkungen muss kein ursächlicher Zusammenhang bestehen.

Beipackzettel listen alle möglichen Nebenwirkungen von Medikamenten auf. Das hat oft den Effekt, dass Patienten lieber gleich vom Gebrauch absehen. Damit gefährden viele erst recht ihre Gesundheit. Die Wahrscheinlichkeit mancher Nebenwirkungen ist ausserdem gering. Das meint auch Viktoria Mühlbauer, Apothekerin und Doktorandin an der Universität Hamburg: „Den wenigsten Menschen ist bekannt, dass kein ursächlicher Zusammenhang zwischen den als Nebenwirkungen gelisteten Symptomen und der Arzneimitteleinnahme bestehen muss. Eine frühe Studie zeigt, dass selbst Ärzte und Apotheker denken, dass die gelisteten Nebenwirkungen in der genannten Häufigkeit durch das jeweilige Arzneimittel verursacht werden.“

UNTERSCHIEDLICHE FORMATE

Mühlbauer und Kollegen führten eine Onlinestudie mit 400 Probanden durch, bei der vier unterschiedliche Info-Formate zum Einsatz kamen. Bei drei Versionen wurde die Häufigkeit der Nebenwirkungen mit und ohne Medikament angegeben. Ebenso gab es Erklärungen zur Kausalität zwischen deren Auftreten und der Einnahme der Medikamente. Der vierte Zettel lieferte die bisher gängigen Informationen.

Danach wurden die Patienten befragt. Während nur 2 bis 3 % der Teilnehmer mit dem Standardbeipackzettel Fragen zur kausalen Häufigkeit korrekt beantworteten, waren es bei den alternativen Formaten bis zu 82 %. Daher plädieren die Studienautoren für eine Änderung von Beipackzetteln, da die aktuellen Formate die Patienten- und Arzneimittelsicherheit gefährden würden. ●

ACADEMY OF BEHAVIORAL ECONOMICS 2019

Digitale Technologien prägen nicht nur ganze Wirtschaftszweige und Geschäftsmodelle, sondern verändern auch in umfassendem Mass das menschliche Verhalten.

Neue Technologien erfordern neue Fähigkeiten und neue Denkmuster. Aber wie können Unternehmen ihre Mitarbeitenden auf den Umbruch vorbereiten? Wie verändern sich Konsum, Compliance und das Miteinander? Und wie kann die Verhaltensökonomie mit ihrer Forschung uns während der technologischen Revolution unterstützen? Am 30.1.2019 kommen die einflussreichsten VerhaltensökonomInnen aus dem internationalen Raum sowie aufstrebende Talente zusammen und präsentieren ihre aktuellsten Forschungsergebnisse. Auch Persönlichkeiten aus der unternehmerischen Praxis stellen sich im GDI Gottlieb Duttweiler Institute in Rüschlikon dem kontroversen Dialog. Auf diese Weise erhält man Einblick in unterschiedliche Methoden, durch welche die Erkenntnisse über menschliches Verhalten gewinnbringend für Unternehmen sowie das (Re-)Design von Märkten genutzt werden können. Unter den Referenten ist z. B. Alex Pentland, Professor am Massachusetts Institute of Technology und einer der meistzitierten Computerwissenschaftler der Welt. Er berät unter anderem die UNO, Google und AT&T. Auch die Professorin für Betriebswirtschaftslehre an der Harvard Business School Francesca Gino oder der Principal Researcher bei

Microsoft Research in New York, Dan Goldstein, werden neben vielen anderen hochkarätigen Rednern aus dem In- und Ausland erwartet. ●

INFO UND ANMELDUNG:

gdi.ch/de/veranstaltungen/academy-behavioral-economics-2019

VBEN – NOTE THE DATE!

Marie Claire Villeval: TEAMWORK & LEADERSHIP
19. März 2019, 18:30

Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4,
1031 Wien

Klaus Wertenbroch: LAZINESS AND (MIS)BEHAVIOR –
an evidence based approach for public and private interventions
22. Mai 2019, 18:30

Oesterreichische Nationalbank, Otto-Wagner-Platz 3,
1090 Wien

ANMELDUNG: vben.at/event

Big Data? Big Brother?

Minds made for transforming
financial services

ey.com/ch

EY

Building a better
working world



The better the question. The better the answer. The better the world works.

PILOTPROJEKT MIT ZUKUNFT

Ausbildungsinitiative für Wien.

In Wien Simmering erfolgte unlängst die Grundsteinlegung des Porr Ausbildungscampus. Mit dem zukunftsweisenden Pilotprojekt wird das bestehende triale System der Baulehre um eine zusätzliche Säule erweitert. Der Schulungsbeginn ist für September 2019 geplant. ●

www.ey.com

MIT NEUEN TECHNOLOGIEN ZUM ERFOLG

EY setzt in der Schweiz auf digitale Transformation.

EY in der Schweiz hat das Geschäftsjahr 2017/18 am 30. Juni 2018 mit einem soliden Nettoumsatzwachstum von 3,0 % abgeschlossen. Die Basis dafür liegt in einer neuen Strategie und dem Fokus auf digitale Transformation. Die global aufgestellte Firma, die in der Schweiz sehr stark regional verankert ist, positioniert sich als integrierter Transformationsberater und digitaler Wirtschaftsprüfer auf dem Markt. Entsprechend hat EY in der Schweiz auch im letzten Geschäftsjahr erneut viel in neue Technologien investiert und seine Organisationsstruktur mit dem Fokus auf Schlüsselbranchen weiter transformiert. Der noch junge Bereich People Advisory Services (PAS) konzentriert sich in der Schweiz unter anderem auf Beratungsleistungen, die im Zusammenhang mit den kulturellen Veränderungen in den Unternehmen stark nachgefragt werden. ●

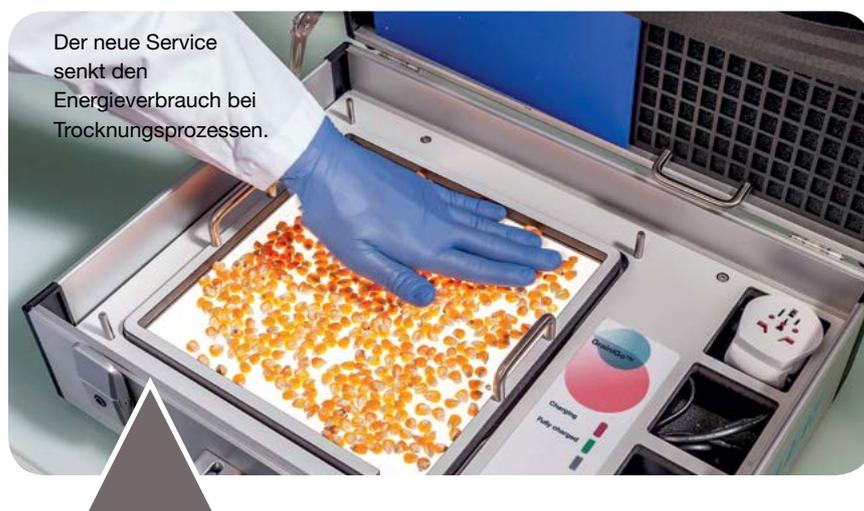
www.ey.com

● **KOOPERATION.** Asendia, das Joint Venture von La Poste und Swiss Post, hat eine E-Commerce-Partnerschaft mit der irischen An Post geschlossen. Diese ermöglicht Einzelhändlern einen schnellen und einfachen Zugang zum Netz von An Post für Briefe und Pakete in 15 Ländern.

● **STOCKERLPLATZ.** Die Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft (Zurich) zählt erneut zu den Preisträgern bei den AssCompact Awards – mit Spitzenplatzierungen in drei Kategorien: Rechtsschutzversicherung, betriebliche Altersvorsorge, Service für Vermittler.

● **NEUER STANDORT.** Carcoustics hat eine neue Betriebsstätte in Österreich gegründet: In Bludenz, ca. 30 Kilometer vom bestehenden Produktionsstandort in Klaus entfernt, werden Polyurethan-Kistenschaumblocke auf einer Fläche von rund 800 m² produziert.

● **RECHTSBERATUNG.** Dorda hat gemeinsam mit mehreren Partnern den Legal Tech Hub Vienna (LTH Vienna) ins Leben gerufen – eine bis dato in dieser Form einzigartige kanzleiübergreifende Initiative von Law Firms. Das Kernziel: die Rechtsberatungsbranche proaktiv, mandantenorientiert und innovativ in die digitale Zukunft zu führen.



IN DER WOLKE

Bühler lanciert wegweisende Cloud-Plattform für die Lebens- und Futtermittelindustrie.

Bühler Insights™ ist eine der ersten sicheren und hochleistungsfähigen Cloud-Plattformen für Digital Services in der Lebens- und Futtermittelindustrie. MoisturePro™, ein auf Bühler Insights basierender digitaler Service von Bühler, senkt bei industriellen Trocknungsprozessen den Energieverbrauch und verhilft Kunden so zu beachtlichen jährlichen Einsparungen von Hunderttausenden von Dollars. Bühler Insights vereint die hohe Leistung der Lebensmitteltechnologie von Bühler mit der intelligenten Cloud-Technologie Azure – darunter künstliche Intelligenz, das Internet der Dinge und Blockchain. Damit setzt man neue Standards bei der Sicherheit, Rückverfolgbarkeit, Transparenz und Datenverfügbarkeit in der Lebensmittelproduktion. ●

www.buhlergroup.com



Das kindgerechte Gebäude folgt der alpinen Architektur.

IKONE HOLZ

Bildungszentrum in Tirol: Auszeichnung für die innovative Architektur.

Das multifunktionale Bildungszentrum für Kinder (BIZ) in der Tiroler Naturpark Region Lechtal, Gemeinde Holzgau, wurde mit dem Iconic Award in der Kategorie „Innovative Architecture“ ausgezeichnet. Die Planer, ATP architekten ingenieure, folgten bei der Gestaltung des kindgerechten Bauwerks auf 1.100 m Seehöhe einer langen Tradition der alpinen Architektur: Ein ruhiger Holzkörper sitzt auf einem steinernen Sockel, eine besonders im Lechtal übliche Bauweise. Das BIZ beherbergt einen Kindergarten und eine Volksschule sowie eine Kinderkrippe und die Nachmittagsbetreuung für Kinder von zwei bis zehn Jahren. Die Nutzungsbereiche sind nicht immer strikt getrennt, räumliche Schnittstellen und Synergien erwünscht. ●

www.atp.ag

AUFWIND

Deloitte baut seine globale Führungsposition deutlich aus und verzeichnet ein Umsatzplus in Österreich.

Gesamtumsatz von 43,2 Mrd. US-\$ (2016/17: 38,8) – das ist ein neuer Umsatzrekord. Diese Steigerung von 11,3 % sichert dem Beratungsunternehmen die globale Nummer-eins-Position unter den Big Four. Die Mitarbeiteranzahl stieg zudem um insgesamt 8,4 % auf über 286.000. Das entspricht mehr als 77.000 Neueinstellungen im vergangenen Jahr. Deloitte Österreich erzielte im Geschäftsjahr 2017/18 einen Umsatz von 170,3 Mio. Euro, was einer Steigerung von 6,6 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. ●

www2.deloitte.com

Restaurant

OPERA

Zürich



Lassen Sie sich von David Krüger und seinem Team auf eine kulinarische Reise mitnehmen, welche Ihnen die verborgenen Schätze der Natur wieder näher bringt. Bis zu 4.5 Kilogramm frische Kräuter, Wurzeln und Blüten sammelt der passionierte Küchenchef wöchentlich. Die einzigartige Welt der Kräuter trifft auf Fine-Dining.

Restaurant Opera | Dufourstrasse 2
8008 Zürich | info@restaurantopera.ch
restaurantopera.ch | [#restaurantopera](https://www.instagram.com/restaurantopera)

Bauch gefüllt und schon fast am Träumen? Nutzen Sie die Gelegenheit und übernachten Sie gleich ein paar Stockwerke höher.



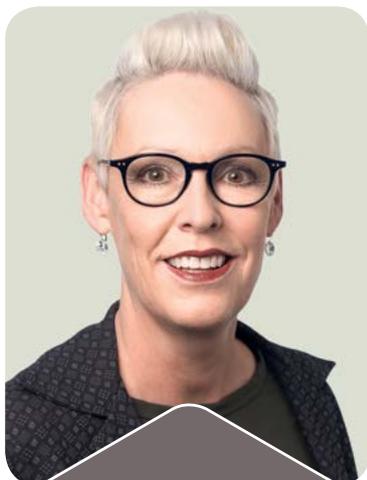
SMALL LUXURY HOTEL ZÜRICH

AMBASSADOR

Small Luxury Hotel Ambassador
Falkenstrasse 6 | 8008 Zürich
welcome@ambassadorhotel.ch
ambassadorhotel.ch
[#hotelambassadorzurich](https://www.instagram.com/hotelambassadorzurich)

Neu im DIREKTIONSRAT

Die HKSÖL begrüsst drei neue Direktionsratsmitglieder.



SYLKE NIRK

Nirk ist COO & Senior Behavioral Design Managerin bei FehrAdvice & Partners AG, Zürich. Sie ist seit 2015 im Unternehmen. Davor war sie u. a. Sekretärin des Stiftungsrates der Stiftung ESPROX Excellence Swiss, Manager bei PriceWaterhouseCoopers AG sowie selbstständig tätig.



MAG. IUR. ALEXANDER W. RICHARD

Der Jurist ist seit 2017 Mehrheitsgesellschafter der COLUMBUS Reisebürogruppe und Geschäftsführer. Er ist schon seit 2004 im Familienunternehmen, der Dr. Richard Firmengruppe, im Bereich des Reiseunternehmens COLUMBUS Reisen GmbH, tätig.



DR. ROBERT STEPHAN LÖW

Der Betriebswirt ist seit 2016 Vorstandsvorsitzender der Liechtensteinische Landesbank (Österreich) AG. Er ist bereits seit 2010 im Unternehmen tätig. Davor bekleidete er bereits mehrere Führungspositionen im Bankenbereich.

Neue Mitglieder DER HKSÖL

RED BULL MEDIA HOUSE GMBH

Oberst-Lepperdinger-Strasse 11–15,
AT-5071 Wals bei Salzburg
www.redbullmediahouse.com

TECTUS INSURANCE BROKERS

Graben 28 – Top 16,
AT-1010 Wien
www.tectusbrokers.com

VANINI1871 ÖSTERREICH GMBH

Herrngasse 6-8/1,
AT-1010 Wien
www.v1871.at

CH-BUSINESSDESIGN

Mahlerstrasse 3,
AT-1010 Wien
www.ch-businessdesign.com

NEW VOICE GMBH

Paschinger Strasse 59,
AT-4060 Leonding
www.newvoiceinternational.com

JOBROCKER INTERNATIONAL GMBH

Handelskai 92,
Rivergate City Atrium C1,
AT-1200 Wien
www.jobrocker.com

CONCENTUS CONSULTING GMBH

Löberenstrasse 14,
CH-6300 Zug
www.concentus-consulting.ch

TRENKWALDER PERSONALDIENSTE GMBH

Richard-Trenkwald-Platz 1,
AT-2432 Schwadorf
www.trenkwald.com

WWW.HALLO.SWISS GMBH

Eichwaldstrasse 13,
CH-6005 Luzern
www.hallo.swiss

ÖSTERREICHISCHE KREBSHILFE WIEN

Brigittenauer Lände 50–54/4.Stiege/5.OG,
AT-1200 Wien
www.krebshilfe-wien.at

Die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein (HKSÖL)

ist ein umfassendes Netzwerk von Unternehmen und Verbänden, das die drei Länder Schweiz, Österreich und Liechtenstein verbindet. Die – rein privatwirtschaftlich finanzierte – Kammer unterstützt ihre Mitglieder bei Wirtschaftsbelangen aller Art und fungiert als Interessensvertretung gegenüber Behörden und Politik.



Leistungen der HKSÖL

- ◆ Adressrecherche
- ◆ Match-Making
- ◆ Testimonial Mailing
- ◆ Eventmarketing
- ◆ Mehrwertsteuer-Rückforderung
- ◆ Fiskalvertretung
- ◆ Zustelladresse
- ◆ Dokumentenservice und Inkasso
- ◆ Zollauskünfte
- ◆ Rechts- und Steuerberatung
- ◆ Vertriebspartnersuche und Exportförderung
- ◆ Ansiedelung und Standortsuche

www.hk-schweiz.at/leistungen

Repräsentanz der HKSÖL im Porträt:

BTV BANK FÜR TIROL UND VORARLBERG AG

Die BTV Bank für Tirol und Vorarlberg AG ist in Tirol, Vorarlberg und in Winterthur als Repräsentanz der HKSÖL vertreten. Die BTV ist mit einer Schweizer Vollbanklizenz ausgestattet und bietet ihren Firmen- und Privatkunden alle Vorteile einer Schweizer Bank – von Bankdienstleistungen auf höchstem Niveau bis hin zu grösster Diskretion. Ihre Kunden überzeugt sie durch unternehmerisches Handeln, schnelle Entscheidungen und vor allem durch verantwortungsvolle mobile Betreuer mit Vier-Länder-Kompetenz.

BTV BANK FÜR TIROL UND VORARLBERG AG

Stadtforum,
A-6020 Innsbruck
Tel. +43 505 333 1300

TEAM HKSÖL

Mit einem clever gemischten Team aus Österreicherinnen und Österreichern sowie Schweizerinnen und Schweizern pflegt die HKSÖL von ihrem Sitz in Wien aus Kontakte in Österreich, in die Schweiz und nach Liechtenstein.



Urs WEBER
Generalsekretär,
Wien

Martina LAUTISCHER M.A.
Kommunikation &
Veranstaltungen,
Wien



Ingrid WALLNER
Office Management
Finanz- und
Rechnungswesen,
Wien

Martin BRÄUER
M.A.
Teamassistentin,
Wien

REPRÄSENTANZEN:

Ostschweiz

BTV BANK FÜR TIROL UND VORARLBERG AG

Zürcherstrasse 14,
CH-8414 Winterthur
Tel. +41 71 858 10 21

Zürich

PRIVATBANK IHAG ZÜRICH AG

Bleicherweg 18,
CH-8022 Zürich
Tel. +41 44 205 15 02

Vorarlberg

BTV BANK FÜR TIROL UND VORARLBERG AG

Bahnhofstrasse 13,
A-6850 Dornbirn
Tel. +43 505 333 6300

Liechtenstein

WIRTSCHAFTSKAMMER LIECHTENSTEIN

Zollstrasse 23,
FL-9494 Schaan
Tel. +423 237 77 83

Salzburg

SALZBURGER LANDESHYPOTHEKENBANK AG

Residenzplatz 7,
A-5020 Salzburg
Tel. +43 662 8046 3400

Steiermark

BANKHAUS KRENTSCHKER & CO. AG

Am Eisernen Tor 3,
A-8010 Graz
Tel. +43 316 8030 38810

IMPRESSUM

GESAMTAUFLAGE: 5.000 Stück **HERAUSGEBER UND MEDIENINHABER:** Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein (HKSÖL), 1040 Wien, Schwindgasse 20, www.hk-schweiz.at

VERLEGER: Styria Content Creation GmbH & Co KG, Hainburger Strasse 33, A-1030 Wien, Tel.: +43/1/60 117-269, www.styriacreation.com

CHEFREDAKTEURIN UND FÜR DEN INHALT VERANTWORTLICH: Mag. Sonja Fehrer-Wohlfahrt, Tel.: +43/1/60 117-269, E-Mail: sonja.fehrer-wohlfahrt@styria.com

REDAKTIONELLE MITARBEIT: Urs Weber, DI Cornelia Kühnas, Dr. Stefan Klockner **COVERFOTO:** Western Union **ANZEIGENBERATUNG:** Julia Wawrik, Tel.: +43/1/601 17-843, Jacqueline Putzinger, Tel.: +43/676/871 970 887, jacqueline.putzinger@styria.com **KONZEPT:** Rosi Horvath **ART-DIREKTION:** Joanna Jagiello **GRAFIK:** Sonja Seidl **PRODUKTION:** Styria Media Design GmbH & Co KG, www.styria.com/mediadesign **HERSTELLER:** Druck STYRIA GmbH & Co KG, Styriastrasse 20, 8042 Graz **ERSCHEINUNGSWEISE:** 4 x jährlich. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des Verlages gestattet. Artikel mit namentlich genannten Autoren sowie Angaben und Mitteilungen, die von Firmen stammen, unterliegen nicht der Verantwortung der Redaktion. Ihre Wiedergabe bedeutet nicht, dass sie die Meinung der Redaktion oder eine Empfehlung darstellen. **Offenlegung der Eigentumsverhältnisse nach dem Mediengesetz**

ALLEINIGER MEDIENINHABER: Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein (HKSÖL), Schwindgasse 20, 1040 Wien **BLATTLINIE:** Vertretung der Interessen der Mitglieder der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein (HKSÖL). Mit ihrem umfassenden Netzwerk zu Unternehmen, Verbänden und Behörden in allen drei Ländern ist die HKSÖL Anlaufstelle für die Wirtschaftsfragen betreffend diese drei Länder und den CEE-Raum.



Über Weiterbildung im Bankwesen sprachen die Experten der IHAG André Kühni ...



... und Thomas Kistler.



Beim Apéro riche gingen die Diskussionen angeregt weiter.



Rachel Brooks (l.) und Monika Ritter-Fischer inspirierten mit der Beschreibung ihrer Weiterbildungsprogramme.

Lernen für die ZUKUNFT

Wie sieht „Massgeschneiderte Weiterbildung in einer dynamischen Welt“ aus? Dieser Frage ging am 24.10. ein Top Talk der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein nach.

Rachel Brooks und Monika Ritter-Fischer, Program Managers of Custom Programs der Executive School of Management, Technology and Law der Universität St. Gallen, beschrieben, wie sie Weiterbildungsprogramme für Unternehmen gestalten. Bei ihrem Angebot handelt es sich um massgeschneiderte Veranstaltungen. Dass diesem Prozess auch eine gewisse Dynamik eigen ist, beschrieben sie bildlich. Es sei „building a plane while flying“.

DIE VUCA-WELT

Wichtig sei es auch, Weiterbildung abwechslungsreich zu gestalten, betonten

die beiden Bildungsexpertinnen. Es gebe auch viele Webinare und E-Learning sei ein essenzieller Bestandteil der Kurse. So würden die Teilnehmer gerüstet für das Führen in der „VUCA“-Welt. VUCA ist eine Definition für die Arbeitswelt der Zukunft; es steht für die Begriffe Volatile, Uncertain, Complex und Ambiguous. Einen kleinen Einblick in die Methodik erhielten die Besucher des Top Talks auch gleich vor Ort: Unter der Verwendung von interaktiven Polls wurden sie selbst in den Vortrag eingebunden.

BANKEN DER ZUKUNFT

Der Vortrag von Thomas Kistler, Mitglied der Geschäftsleitung, und André Kühni,

Finanzanalytiker und Portfoliomanager der Privatbank IHAG Zürich AG, handelte von der Weiterbildung im Bankwesen, welche im Zeitalter der Digitalisierung viele Herausforderungen und Veränderungen mit sich bringt. Dabei sei eine der wichtigsten Funktionen der Weiterbildung, die Mitarbeiter zu befähigen, ihre Funktion auch in Zukunft ausführen und auch auf neue Herausforderungen – wie z. B. zusätzliche Zertifizierungen – reagieren zu können.

Die Vorträge gaben den Besuchern zahlreiche Impulse, über die auch beim anschließenden Apéro riche noch intensiv diskutiert wurde. ●

AUSBILDUNG mit Potenzial

Duale Ausbildungswege sind die Zukunft. So sehen es zumindest die Experten, die am 7.11. in den Räumlichkeiten der HKSÖL diskutierten.

Mit der Unterstützung der Organisatoren Adecco-Gruppe, Nestlé, BusinessEurope, Schweizer Arbeitgeberverband sowie der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein diskutierten am 7. November 2018 ArbeitgeberInnen und Lehrlinge in den Räumlichkeiten der HKSÖL über den Ausbau und die Stärkung dualer Ausbildungssysteme in ganz Europa. Die Veranstaltung mit dem Titel „Scale up and replicate – bringing Work-Based Learning further in Europe“ war ein Plädoyer für praxisnahe Ausbildungswege.

75 % LEHRLINGE IN DER SCHWEIZ

Dabei kamen auch interessante Fakten zur Sprache. So haben Länder mit guter dualer Ausbildung eine wesentlich geringere Arbeitslosigkeit als andere. Oder man erfuhr, dass in der Schweiz 75 % der Berufseinsteiger eine Lehre absolvieren. Den Grund sahen die Diskutanten

darin, dass die Eidgenossen schon früh Brücken zu höheren Ausbildungswegen angeboten haben. Die Lehre wird daher genauso wie die allgemeinbildende Schule als der erste Schritt zur Ausbildung angesehen, nicht als alleiniger Bildungsweg.

Einig war man sich auch darüber, dass dieses Denken durchaus berechtigt sei. Als Argument wurde beispielsweise angeführt, dass heute junge Menschen ohnehin davon ausgehen müssten, in ihrem Leben mehrere Berufe auszuüben. Das lege einerseits an der sich schnell ändernden technologischen Entwicklung, aber auch daran, dass die Menschen immer älter würden.

ERFAHRUNGEN ERMÖGLICHEN

Wichtig dafür, dass junge Menschen den für sie richtigen Weg finden, sei auch, ihnen das Sammeln von Erfahrungen zu ermöglichen. Dabei müssten Unternehmen

auch kreative Ideen haben. Bei Adecco ist man beispielsweise erfolgreich mit dem Programm „CEO for 1 month“ unterwegs. Neben den unschätzbaren Erfahrungen, zu denen ausgewählte Jugendliche kommen können, profitiert man auch von den zahlreichen Bewerbungen für das Programm, aus denen heraus viele andere Stellen im Unternehmen besetzt werden können.

WAS MAN IN DER SCHULE NICHT LERNT

Schliesslich kamen junge Menschen, die einen dualen Weg eingeschlagen haben, zu Wort. Sie alle waren sich einig: Das praxisnahe Lernen vermittelt viel, was man sich allein in der Schule nicht aneignen könnte. Am Ende des Abends herrschte Einigkeit: Sowohl auf Landes- als auch auf europäischer Ebene kann gar nicht genug getan werden, um duale Ausbildungswege zu stärken. ●



Die Teilnehmer waren durchwegs Verfechter der dualen Ausbildung.



Auch junge Menschen berichteten von ihren Erfahrungen: rechts eine Absolventin einer Lehre bei Nestlé, links ein junger „CEO for 1 Month“ von Adecco.

GANBEI!

Das heisst auf Chinesisch so viel wie „auf ex“ und sollte, so wie auch andere kulturelle Eigenheiten, jedem Investor, der sich in Asien engagieren möchte, bekannt sein.



Urs Weber, Generalsekretär der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein, mit den Rednern (v. l. n. r.) Roman Seligo, Dietmar Schwank und Gerhard Scharinger.

V. l. n. r.: Jannick Haak (Western Union), Martina Lautischer (HKSÖL), Joanne Hunger (Direktor für Zentraleuropa Western Union) und Malgorzata Werpachowska (Western Union).

Am 14. November 2018 beschäftigte sich eine Top Speakers Lounge der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein mit den Chancen und Risiken für Investments im asiatischen Raum. Im Wiener Hotel Bristol waren zahlreiche Gäste erschienen, um den Ausführungen über „Perspektivenwechsel: Chancen und Risiken bei Fernost-Sourcing“ zu folgen.

WEISSER ELEFANT CHINA

Dietmar Schwank kennt die Region sehr gut. Er betreut bei der Aussenwirtschaft Austria der Wirtschaftskammer Österreich die Region Asien und Ozeanien und hat auch selbst mehrere Jahre in Asien gelebt. Er bot einen Überblick über die aktuellen Wirtschaftstrends in und aus der Region: „Viele der Trends, die jetzt Europa betreffen, kommen aus China.“ China ist für ihn immer noch der Wachstumstreiber in Asien. Es sei der „weisse Elefant“, also „jemand, über den man spricht oder nicht, der aber das Handeln aller beeinflusst“.

NACHFRAGETREIBER

Auch wenn die Zahlen derzeit ein wenig zurückgehen: Das Wachstum in Asien



sei immer noch sehr hoch. Als Nachfragetreiber sieht Schwank unter anderem die Grösse der Märkte, die Urbanisierung, den Innovationsdruck und den steigenden Binnenkonsum. Gerade in letztem Punkt habe eine Transformation weg von der ausschliesslichen Exportorientierung hin zur Bedienung des Binnenmarkts stattgefunden. Daher ortet Schwank auch eine Chance für Österreich, sich mit Konsum- und Luxusgütern zu positionieren. Natürlich gebe es

auch Risiken für Investoren – von Protektionismus über grosse Konkurrenz bis zum steigenden Lohnniveau in China.

MEHR ALS NUR HÖFLICHKEIT

Roman Seligo, Partner bei Pendl Pisswanger und Partner und Professor an der Webster University, beschrieb vor allem die unterschiedliche Kultur, die in Asien das Wirtschaftsleben bestimmt. Respekt und Beziehungsaufbau stünden weit mehr im Vordergrund als in anderen



Im Anschluss ging das Netzwerken weiter: Urs Weber unterhält sich mit Claudia Daeubner (Success & Careers Consulting Int.), Markus Pistracher (Western Union Business Solutions) und Salome Christiani.



Mathias Sanchez (Schiebel), Kevin Oczon (Technische Universität Wien) und Julian Kornprobst (Infineon Technologies).

Beim anschliessenden Frühstück wurden noch viele neue Themen angerissen.



Regionen der Welt. Prinzipien wie Seniorität würden Vertretern der westlichen Welt, wo Führungsansprüche wesentlich weniger an das Alter von Personen gebunden sind, oft Schwierigkeiten bereiten. Ebenso die Verhandlungskultur, die für Europäer sehr gewöhnungsbedürftig sei. So würde in „Spiralen“ verhandelt und es brauche viele Durchgänge, um zu verbindlichen Ergebnissen zu gelangen. Geschäftsessen, Geschenke oder „Ganbei“ – das Einander-Zutoasten – seien wesentliche, oft sehr genau reglementierte Bestandteile einer Verhandlung. Dass es sich dabei um mehr als Höflichkeit handle, betonte Seligo eindrucksvoll: „Ein Grossteil der nicht zustande kommenden Investitionen scheitert an mangelnder kultureller Integration.“ Schliesslich komme es aber natürlich auch sehr stark darauf an, was das Ge-

genüber zu bieten habe, denn „Chinesen haben vor allem Interesse an Technologie und Patenten“.

YUAN HOLT AUF

Für Gerhard Scharinger, Head of Markets and Corporate Hedging Western Union Austria, ist der Ferne Osten ebenfalls ein bedeutender Zukunftsmarkt, weil „wir immer globaler werden; immer mehr KMU gehen heute in mehr als sechs Länder“. Er beschäftigte sich im Anschluss mit der Frage, wie man mit den unterschiedlichen Währungen umgehen müsse. Heute sei die wichtigste Währung in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit mit China der US-Dollar. Auch der Euro werde immer wieder genutzt. Eine derzeit noch untergeordnete Rolle spiele der chinesische Yuan (CHN), über den nur ein wenig mehr als 1 % der Geschäf-

te mit China abgewickelt werden. Die Entwicklung der Währung stehe aber in enger Korrelation zu Euro und Dollar. Vorübergehende Divergenzen seien nicht negativ zu sehen, sondern würden grosses Potenzial für Exporteure darstellen. Trotzdem würden nach wie vor 80 % der Geschäfte mit China in USD abgewickelt. Hier sucht man laut Scharinger auch nach neuen Wegen: „Wir in Europa sind abhängig davon, dass die Beziehungen USA-China funktionieren. Aber die nationale Währung ist in den letzten zehn Jahren zu einer interessanten Alternative geworden.“ Dass das Interesse an fernöstlichen Ländern gross ist, zeigte schon der gute Besuch der Veranstaltung. Auch während des anschliessenden Frühstücks wurden noch viele Detailspekte des Themas angesprochen. ●

ZUKÜNFTIGE VERANSTALTUNGEN DER HKSÖL

14. März 2019

Top Speakers Lounge «Neue Seidenstraße - One road – one belt: Chancen und Herausforderungen für Infrastruktur, Wirtschaft und diplomatische Beziehungen», Wien

03. April 2019

Top Talk Österreichische Krebshilfe, Wien

[www.hk-schweiz.at/
veranstaltungen](http://www.hk-schweiz.at/veranstaltungen)

Standort mit **POTENZIAL**

Am 8. Oktober fand in den Räumlichkeiten der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein ein Wirtschaftstreff statt, bei dem sich der Wirtschaftsstandort St.GallenBodenseeArea vorstellte.

Ralph Lehner vom Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Appenzell Ausserrhoden erläuterte in seinem Vortrag, dass die Schweiz besonders durch die Faktoren Innovation und Kompetenz sowie Sicherheit und Stabilität für Konzerne ebenso wie für KMU als Standort hochinteressant sei.

Die St.GallenBodenseeArea ist einer der grössten Wirtschaftsräume der Schweiz und kann mit zusätzlichen Vorteilen punkten. Dazu gehören die auch im Schweizvergleich niedrigen Unternehmenssteuersätze, ein sehr grosses Bildungsangebot (4 Universitäten und 4 internationale Schulen) sowie drei internationale Flughäfen. Auch das liberale Arbeitsrecht und die geringen Lohnnebenkosten machen die Region für Unternehmensansiedlungen interessant.

GUTES ZEUGNIS FÜR REGION

Markus Scherer, Geschäftsleiter der Bank für Tirol und Vorarlberg AG in der Schweiz, berichtete aus seiner Erfahrung und stellte der Region ebenfalls ein hervorragendes Zeugnis aus. Und er präsentierte auch gleich einen Tipp für das interessierte Publikum: „Sie brauchen vor Ort Schweizer, die den Geist des österreichischen Unternehmens weitertragen. Schweizer kaufen einfach am liebsten von Schweizern.“ ●



Im Publikum war das Interesse an den Möglichkeiten der Region gross.



Ralph Lehner (l.) und Markus Scherer (M.), hier mit HKSÖL-Generalsekretär Urs Weber, beschrieben die Vorteile der Region.



Die Diskussionen gingen auch nach den Vorträgen intensiv weiter. Hier Margit Böhnel, Läderach (Deutschland) GesmbH. (M.), und Mag. Andrea Ristl, Heart2business GmbH.



Thomas Krutzler (People's), Mag. Michaela Exl (Columbus Business Travel GmbH) und Bernhard Egger (Air Partner International GmbH), interessieren sich für die Region.



Die Wiener Sofiensäle boten einen eleganten Rahmen für das Friends4Friends.



Irene Kiefer (Schustermann & Borenstein) unterhielt sich gut mit Brigitta Hartl-Wagner (Residenz Josefstadt).



Sie genossen den Abend sichtlich: Thomas Gindele (Deutsche Handelskammer in Österreich), Hans Gasser (Media & Strategy Consult), Anne-Catherine Reibelt und DI Thomas Reibelt (Reibeltmensberatung Thomas Reibelt)

WENN FREUNDE zusammenkommen

Am 19.10. lud die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein Führungskräfte zum gemeinsamen Netzwerken in Wien.

Die Location des Friends4Friends in Wien waren diesmal die Sofiensäle. Zahlreiche Gäste waren erschienen und die Länge der Schlange vor dem von Emmi zur Verfügung gestellten Raclette sagte viel über die Köstlichkeit der kredenzt Käsesezialität aus. Als weiterer Sponsor ermöglichte Six Payment Services Austria den Abend im exklusiven Rahmen. Bis zum

späten Abends tauschte man sich aus und unterhielt sich prächtig. Die Idee der Friends4Friends, ein entspanntes Umfeld für zwangloses Netzwerken zu bieten, war wieder einmal perfekt umgesetzt worden. Die Gäste hatten einen inspirierenden und kulinarisch herausragenden Abend erlebt, alte Kontakte gepflegt und neue geknüpft. ●

Judit Toth-Plattner, MBA, MS (Leading Search Partners) im Gespräch mit Dir. KR Wolfgang Layr (Volksbank Wien AG).



Urs Weber (HKSÖL) mit seinen Gästen (v. l. n. r.) Mag. Andreas Eichler (fair-finance Holding AG), KR Prof. Dr. Heinz Schinner (Schinner Vermögensstreuhand GmbH), Mag. Jenny Roy-Starek (ITS Translations), Dipl.-Arch. Patrick Roy (Architecture & Landscape Design) und dem HKSÖL-Präsidenten Heinz Felsner.



Die HKSÖL begrüßte auch (v. l. n. r.) Rudolf Semrad (R. Semrad Coaching GmbH), Dr. Valerie Höllinger, MBL, MBA (ehem. Geschäftsführerin BFI Wien) und Günther Tengel (Jenewein & Partner GmbH)

PRÄSIDIUM



Präsident
Dipl.-Ing. Heinz FELSNER
Gesellschafter EFH Beteiligung GmbH, Wien

Vizepräsident
Dr. Burkhard GANTENBEIN
Geschäftsführer Ango Invest GmbH, Wien

Vizepräsidentin
Angelika MOOSLEITHNER
Member of the Group Board First Advisory Group, Vaduz

Vizepräsident
Dr. Alexander RIKLIN
Gesellschafter und GF ALCAR Holding GmbH, Hirtenberg

Vizepräsident
Markus T. SCHWEIZER
Managing Partner Strategic Solutions DACH Ernst & Young AG, Zürich

EHRENPRÄSIDENTEN



Ehrenpräsident
Lic.rer.pol. Peter C. BETTSCHART
Generaldirektor i.R. Botschafter a.D.

Ehrenpräsident
Mag. Dr. Rudolf GÜRTLER
em. Rechtsanwalt

Ehrenpräsident
Franz WIPFLI
Group Management Board Member Zurich Financial Services i.R.

Ehrenpräsident
Dr. Arthur WULKAN
Partner FIO Partners AG

DIREKTIONS-RAT



Mag. Franz BERGER
CFO Ivoclar Vivadent AG, Schaan

Lucien BERLINGER, MSC ETH
Vorstandsvorsitzender Zürcher Kantonalbank Österreich AG, Salzburg

Dr. Otmar BODNER
CEO Helvetia Versicherungen AG, Wien

Gerhard BURTSCHER
Vorstandsvorsitzender der Bank für Tirol und Vorarlberg AG, Innsbruck

Roman BÜHLER
Mitbegründer und Board Innovator bei Shernpany, Zürich

Fabrice FAVERO
Geschäftsführer Nestlé Österreich GmbH, Wien

Thomas FÖRST
Head of Global Network Switzerland Global Enterprise, Zürich

Mag. Gerhard FREI
Geschäftsführer Emmi Österreich GmbH, Nüziders

Jules GASSMANN
Managing Director JULIUS BAR & Co. AG, Zürich

Kammerrat Dr. René A. HAIDEN
Präsident Grenzlandverein, Wien



Brigitta HARTL-WAGNER
Direktorin Residenz Josefstadt GmbH, Wien

Thorsten HEILING
Sales Director und Geschäftsführer Österreich, Vitra Ges.m.b.H.

Joanne HUNGER,
Head of Western Union Business Versicherungen Wien

Hans-Peter JÜCKER
Geschäftsführer Juwelier Bucherer, Wien

Dr. Nikolaus KAWKA
Geschäftsführer Zühlke Engineering, Wien

Dr. Irene KIEFER
Vertriebsleiterin Schustermann & Borenstein GmbH, München

Thomas KISTLER
Mitglied der Geschäftsleitung Privatbank IHAG Zürich AG, Zürich

Walter KRAHL
Geschäftsführer Ruefa Reisen und Airticket Österreich, Wien

Gerhard KRISPL
Inhaber Gerhard Krispl Inspirations GMBH, Graz

Mag. Peter F. LAGGNER
Vorstand Trimetis AG, Wien



Alois LECHNER
CEO Bühler AG, Salzburg

Alfred LEU
CEO Generali Versicherung AG, Wien

Christian Paul LYK
CEO Kendris AG

Dr. Robert LÖW
Vorstandsvorsitzender Liechtensteinische Landesbank (Österreich) AG

Sylke NIRK
COO & Senior Behavioral Design Managerin FehrAdvice & Partners AG

Anita PAIC, MBA
MA Chief Sales and Marketing Officer Sacher Hotels, Wien

Michael PÉREZ
Partner Prettelhofer Raimann Pérez Rechtsanwalts-partnerschaft, Wien

DI Herbert POCK
Geschäftsführer BDO Consulting GmbH, Graz

Mag. Helmut PRÄNISS
Generaldirektor Salzburger Landes-Hypothekenbank AG, Salzburg

Mag. Ali RAHIMI
Geschäftsführer der Gesellschafter von Rahimi GmbH, Wien



Christian RENK
Geschäftsführer und Head of Sales Merchant Services (Austria) SIX Payment Services (Europe) S.A., Zweigniederlassung Österreich

Mag. Alexander RICHARD
Geschäftsführer COLUMBUS Business Travel GmbH

Hugo ROHNER
Vorstandsvorsitzender SKIDATA AG, Salzburg

Mag. Helmut SALLER
Geschäftsführer The Swatch Group (Österreich) GmbH, Wien

Dipl.-Ing. ETH Martin SCHNEIDER
CEO und Präsident des Aufsichtsrates der Brainforce AG, Zürich

Dipl.-Ing. FH Peter SCHNIEPER
Vorsitzender der Geschäftsleitung Schindler Aufzüge und Fahrtreppen GmbH, Wien

Michael SKALA,
CEO Straight Investment Group AG, Zürich

Michal SPILLER,
CEO Lindt & Sprüngli (Austria) Ges.m.b.H., Wien

Dr. Herbert STEPIC
sbst. Konsulent Stepic Global (ehem. CEO RBI), Wien

Ing. Karl-Heinz STRAUSS
Vorstandsvorsitzender PORR AG, Wien



Andrea STÜRMER
MSC, MPA
CEO Zürich Versicherungs-Gesellschaft, Wien

Stephan Viktor TANNER
Head Management Office Private Banking LGT Bank AG, Vaduz

Mag. Günther TENGEL
Geschäftsführer Amrop Jenewein, Chairman Amrop CEE, Wien

Dr. iur. Klaus TSCHÜTSCHER
Verwaltungsrat DMG Mori Management AG, Winterthur

Dr. Georg WOLF-SCHÖNACH
Vorstandsvorsitzender Bankhaus Krentschker, Graz



Inspirierend seit 1861.

Innovatives Banking
auf Augenhöhe mit der Zeit.



Durch unsere jahrzehntelange Erfahrung wissen wir über Kundenbedürfnisse bestens Bescheid und können als Österreichs führende Vermögensverwaltungsbank optimal darauf eingehen. Höchst flexibel entwickeln wir mit Ihnen gemeinsam innovative Lösungen. So entsteht eine solide Basis für wegweisende Ideen. www.llb.at



Liechtensteinische
Landesbank¹⁸⁶¹

Tradition trifft Innovation.

Vermögen anvertrauen heißt für uns das Agieren dem Reagieren vorziehen.

BTV VIER
LÄNDER
BANK

DIE BANK FÜR ANLEGER

Vernunft, Verantwortung und Ertrag.

Die Zukunft lässt sich nicht vorhersagen. Unsere Eigenständigkeit, Expertise und Erfahrung haben aber auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten vielfach ausgezeichnete Portfolios hervorgebracht und uns kerngesund erhalten.

Unternehmerische Unabhängigkeit, verlässliche Werte und ein Betreuungsteam, das Ihre individuellen Bedürfnisse versteht: das macht die BTV zur idealen Anlagebank für Privatkunden. Ihrem Vermögen verpflichtet. Unserem Weg verbunden. Seit 114 Jahren.



Mehr über unsere Auszeichnungen
auf btv.at/auszeichnungen

btv.at/privatkunden

Aus Auszeichnungen und Erfolgen in der Vergangenheit kann nicht auf zukünftige Erfolge oder Wertentwicklungen geschlossen werden. Mehr Infos zu den Auszeichnungen erhalten Sie unter: www.btv.at/auszeichnungen. Diese Marketingmitteilung/Werbemitteilung ist keine individuelle Anlageempfehlung, kein Angebot zur Zeichnung bzw. zum Kauf oder Verkauf von Finanzinstrumenten.