

hub



HANDELSKAMMER
Schweiz ■ Österreich ■ Liechtenstein

DAS MAGAZIN DER HANDELSKAMMER
Schweiz ■ Österreich ■ Liechtenstein

Ausgabe 01/20 | März 2020

WEGE ZUM ERFOLG

Wie KMU bereit für die digitale
Zukunft werden. S. 12

HEILSBRINGER ODER GEFAHR?

Was Blockchain tatsächlich
bedeutet. S. 14

NETZWERKEN UND MODE

Meinungsaustausch beim
Friends 4 Friends der HKSÖL.
S. 30

Digitalisierung:
**RISIKO UND
CHANCE**

S. 8

Kühllogistik

- Last Mile
- GPS- und Temperaturüberwachung
- 2-Zonen Fahrzeuge
- Food Defense
- Rückverfolgbarkeit

Beratung

- langjährige Erfahrung
- Optimierung der letzten Meile und der Kleinmengenlogistik
- Ausschreibungen
- Supply-Chain-Management

Blöchlinger

Frisch- und Kühllogistik GmbH

www.frischlogistik.ch
Industriestrasse 52

Tel. +41 (0)43 931 0303
CH - 8112 Otelfingen

Lagerhaltung

- 3 Temperaturzonen
- Überwachung der Räumlichkeiten
- Food Fraud
- IFS Logistics
- IT gestützte Lagerhaltung

Kommissionierung

- Filialkommissionierung
- Rückverfolgbarkeit mittels SSC-Code
- IT Anbindung zum Kunden
- eigene Blöchlinger-Gebinde
- CU- und TU-Picking

INHALT

EDITORIAL

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

AKTUELL

5 News in Kürze

COVER

8 Im Gespräch – Peter Laggner, Trimetis AG

DIGITALISIERUNG

12 Digitalisierung – Wege zum Erfolg

14 Heilsbringer oder Gefahr

THEMA

15 Änderung bei Aktien

16 s-ge – Wir wollen Mehrwert stiften

FINANZEN

19 Finanzen in Kürze

BUSINESS

24 Business in Kürze

29 Trend zum flexiblem Arbeiten

VERHALTENSÖKONOMIE

20 Spielerisch zum gesunden Leben

22 Mit „Wir-Gefühl“ zum Erfolg

TOURISMUS

27 Tourismus in Kürze

HKSÖL IM FOKUS

28 Die Events

INTERN

30 Friends 4 Friends Wien

32 Friends 4 Friends Vaduz

STANDARDS

18 Personalia

26 Neue Mitglieder

34 Präsidium und Direktionsrat der HKSÖL

35 HKSÖL inside/ Impressum



27



08



29



UNSER
COVER



30

Peter Laggner ist
CEO bei der Trimetis AG.

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



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

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE LESERINNEN UND LESER,



Heinz Felsner,
Präsident HKSÖL

es gibt keinen Tag, an dem uns nicht mehrere Meldungen zum Thema „Digitalisierung“ – in verschiedenster Ausprägung und Qualität – über alle möglichen Informationskanäle erreichen. Und der Eindruck, dass es täglich mehr werden, ist sicher richtig. Entspricht diese Flut der Bedeutung dieses Themas für die Menschen und die Unternehmen?

Meine Antwort ist eindeutig ja. Auch ich bin der Meinung vieler, die das gerade begonnene dritte Jahrzehnt dieses Jahrhunderts als entscheidend für die Entwicklung der Menschheit im 21. Jahrhundert sehen: Wie sie die ungeheuren Herausforderungen des Bevölkerungswachstums, der Ressourcenknappheit, der Migrationsbewegungen und der dadurch entstehenden politischen Spannungen, der Überalterung der Gesellschaften in der industrialisierten Welt und die Folgen des Klimawandels bewältigen soll.

Die durch die Digitalisierung ausgelösten Veränderungsprozesse in allen Bereichen der Gesellschaft inklusive Wirtschaft, Kultur, Bildung und Politik werden dafür einen entscheidenden Beitrag leisten müssen.

Grundlage dafür sind bereits heute die in Anzahl und Leistung exponentiell wachsenden ITC-Entwicklungswerkzeuge und die Fähigkeit, ungeheure Datenmengen als Entscheidungsgrundlage für weitere Entwicklungen gezielt auszuwerten.

Die Innovationsfähigkeit der Menschen zu neuen Wegen wird damit eine Vielzahl von Lösungen schaffen, von denen die Mehrheit heute nicht vorstellbar ist, die aber zur Lösung der anstehenden globalen Probleme unabdingbar sein werden.

Dabei werden auch Anwendungen entstehen, die sich gegen Interessen und Rechte von Bürgern, ja der Menschheit, richten – das muss uns bewusst sein. Als verantwortungsvolle Bürgerinnen und Bürger, als Teil von Wirtschaft und Gesellschaft, müssen wir alle Anstrengungen unternehmen, um diese Entwicklungen zu verhindern.

Ich wünsche Ihnen mit der aktuellen Ausgabe von „hub“ eine anregende Lektüre.

Mit herzlichen Grüßen

Ihr

Heinz Felsner

Urs Weber,
Generalsekretär HKSÖL



DIGITALISIERUNG & IT-TECHNOLOGIE

Ja, ich bin begeistert von den Möglichkeiten, welche die Digitalisierung bietet! So punktgenau, mit so wenig Streuverlust wie derzeit konnten Partner und Mitglieder noch nie ausgewählt angesprochen werden. Allerdings können selbst diese exakten Selektionsmöglichkeiten einen Bereich nicht ersetzen: das Element Vertrauen.

Ich vergleiche das gerne mit dem „Goldstandard“, welcher bis zu den Weltkriegern bzw. später adaptiert durch das System von Bretton Woods bis 1973 die Vorteile und die ultimative Glaubwürdigkeit dieses Elements nutzte: Jeder weiss, dass das Papier, auf welchem 200,- steht, einen Materialwert von wenigen Cents hat. Gleichzeitig ist aber auch das Vertrauen da, dass jedes Geschäft, im äussersten Notfall die Nationalbank, den aufgedruckten Gegenwert in Gold leisten würde.

Vertrauen ist diesem Gold gleichzusetzen und kann nicht substituiert werden. Es muss über lange Zeit aufgebaut und immer wieder bestätigt werden: durch Dinge, die man tut – aber auch durch Verhalten und Aktivitäten, die eine Organisation eben nicht setzt. Dies im Rahmen persönlicher Gespräche, Empfehlungen und „Chemie“: also etwas, was durch keine noch so gefinkelte Maschine ersetzt werden kann.

Genau hier sehe ich den Wert einer nicht gewinnorientierten Handelskammer: Diese muss keine Kurspflege betreiben oder Rücksicht auf „Shareholder“ nehmen, kann auch Partnerschaften ablehnen, wenn diese den Grundsätzen der Kammer nicht entsprechen.

Werden nun die oben erwähnten beeindruckenden Möglichkeiten der Digitalisierung mit den „analogen“ Vorteilen von langfristigem Vertrauen kombiniert, ist dies aus meiner Sicht die optimale und glaubwürdige Möglichkeit, im Sinne der Stakeholder und Gesellschaft einen Beitrag zu leisten.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre und freue mich, wenn Sie hoffentlich auch bald wieder einmal eine „analoge“ Veranstaltung unserer Kammer besuchen!

Herzliche Grüsse,
Ihr

Urs Weber



Die Kooperation erleichtert grenzübergreifende Immobiliengeschäfte.

KOOPERATION

Raiffeisen Immobilien Österreich und Schweizer Raiffeisen Immo AG kooperieren.

Bei der Vermittlung und Verkehrswertermittlung von Immobilien arbeiten zukünftig die Immobilienmakler-Organisationen von Raiffeisen in Österreich und der Schweiz zusammen. Für Käufer bzw. Mieter wird die Immobiliensuche über Landesgrenzen hinweg dadurch deutlich einfacher. Verkäufer und Vermieter können ihre Immobilien nun auch im jeweils anderen Land anbieten. Schweizer etwa, die Immobilien in Österreich suchen, können über ihren Raiffeisen-Immobilienmakler in der Schweiz auf das Angebot von Raiffeisen Immobilien Österreich zugreifen bzw. umgekehrt. Basis der Kooperation ist eine vor Kurzem in Salzburg unterzeichnete Vereinbarung zwischen Raiffeisen Immo AG und Raiffeisen Immobilien Österreich. Sie regelt die Betreuung der Kunden länderübergreifend. Weitere Kooperations-schritte oder gesellschaftsrechtliche Verschränkungen sind nicht geplant. ●

www.raiffeisen-immobilien.at, www.raiffeisen.ch

POWER FÜR START-UPS

Von Schweizern für Schweizer – das ist die Idee eines kürzlich gestarteten Venture Capital Fonds.

Die Frontmänner des Fonds Wingman sind selbst Gründer: Alex Stöckl war COO und erster Mitarbeiter der Verpflegungskette Gärtnerei, Pascal Mathis Mitgründer des Schweizer Einhorn GetYourGuide und Lukas Weder Mitgründer der Food-Lieferplattform eat.ch. Zusammen mit anderen Investoren wie Artemis-Chef Michael Pieper oder IT-Pionier Roland Brack wollen sie rund 60 Mio. SFR in Schweizer Start-ups investieren – 50 haben sie schon eingesammelt. Und die ersten bereits ausgegeben: Neben der allerersten Beteiligung bei RoomPriceGenie, einem Zimmerpreis-Kalkulationshelfer für kleinere Hotels, der schon bekannt ist, gibt es nun drei weitere Start-ups im Beteiligungsportfolio.

www.wingman.ch

BIO BOOMT

Österreicher lieben biologische Lebensmittel.

Nach Zahlen der Agrarmarkt Austria stieg der Bio-Umsatz 2019 gegenüber dem Jahr davor um 7 % auf 580 Mio. Euro. Österreich gilt mit einem Bio-Flächenanteil von 26 % als einer der Vorreiter der biologischen Landwirtschaft. Global gesehen liegt der Bioanteil bei landwirtschaftlichen Flächen lediglich bei 1,5 %. In Österreich dominieren die grossen Supermarktketten mit ihren Eigenmarken „Ja! Natürlich“ (Billa, Merkur), „Natur*pur“ (Spar) und „Zurück zum Ursprung“ (Hofer) den Biomarkt. ●

www.ama.at



GEWINN

Die Liechtensteinische Landesbank gewinnt den Refinitiv Lipper Fund Award 2020.

Die Refinitiv Lipper Fund Awards sind seit mehr als drei Jahrzehnten und in über zwanzig Ländern die wichtigste Auszeichnung in der Fondsbranche. Die Liechtensteinische Landesbank (LLB) erreichte erneut den ersten Platz: Der Fonds LLB Aktien Dividendenperlen Global (CHF) gewann die wichtigste Auszeichnung in der Fondsbranche in der Kategorie „Equity Global Income“. Der Fonds investiert in ein breit diversifiziertes Aktienportfolio – vorzugsweise von weltweit führenden Unternehmen –, um eine hohe Gesamtrendite zu erwirtschaften. ●

www.llb.li



Mehr als grüne Wiesen – Liechtensteins Aussenhandelsbilanz legt zu.



REKORD

Die Ostschweiz: Führend bei Firmengründungen.

In der Schweiz sind 2019 insgesamt 44.482 neue Firmen gegründet worden, wie das Institut für Jungunternehmen bekanntgab. Das entspricht einer Steigerung um 3 % im Vergleich zum Vorjahr – ein neuer Rekord. Ostschweizer Kantone spielen dabei eine führende Rolle. Die Firmengründungen in der Ostschweiz haben sogar um 7 % zugelegt, hier ist zudem der Anteil von neuen IT-Firmen besonders hoch. Appenzell Innerrhoden (+14 %), Glarus (+13 %) und St. Gallen (+11 %) sind schweizweit die Kantone mit den höchsten Zuwachsraten. Hinter Bern (+10 %) folgen Thurgau (+8 %) und Graubünden (+7 %). Bei den absoluten Zahlen liegt unter den Ostschweizer Kantonen St. Gallen mit 2.297 Neugründungen vor Thurgau (1.201). Die meisten Neugründungen sind Kleinunternehmen. Dennoch arbeiten etwa 10 % aller Beschäftigten in der Schweiz bei Unternehmen, die jünger als 10 Jahre sind. ●

www.sg.ch

TEAMWORK

Energieversorger in der Schweiz und Liechtenstein.

Sechs Energieunternehmen aus der Schweiz und Liechtenstein – die Repower AG, das Kantonale Elektrizitätswerk Nidwalden, die SN Energie AG, die Arbon Energie AG, die Elektrizitätswerk Jona-Rapperswil AG und die Liechtensteinischen Kraftwerke – gründen gemeinsam die EVUtion AG. Ziel des neuen Unternehmens ist es, die Kompetenzen zu bündeln und innovative Produkte und Dienstleistungen für Energieversorger zu entwickeln. Bereits jetzt verfügt die neue Gesellschaft mit bisherigen Entwicklungen der Unternehmen über ein breites Produktportfolio. Zu diesem gehören etwa eine Software-Lösung für das Anlagenmanagement, ein intelligentes System für Smartmetering sowie ein innovatives Kundenportal. Den grössten Anteil an der neuen EVUtion AG hält mit 46,26 % die Repower AG. Die weiteren Partner beteiligen sich mit Anteilen zwischen 6,5 und 15 %. ●

www.evulation.com

BOOM

Liechtensteins Aussenhandelsbilanz legt weiter zu.

Liechtenstein hat im vergangenen Jahr Waren im Gesamtwert von 3.698 Mrd. CHF exportiert. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einer Zunahme um 1,1 %. Im Gegenzug wurden Waren im Wert von insgesamt 1.978 Mrd. CHF eingeführt. Im Jahresvergleich entspricht dies einer Abnahme um 1,8 %. Die Aussenhandelsbilanz schloss 2019 entsprechend mit einem Exportüberschuss von 1.719 Mrd. CHF, das sind um 76 Mio. CHF mehr als im Vorjahr. Als Motor des Exportwachstums gelten die Exporte von Edelmetallen, Edel- und Schmucksteinen. Auch in den Bereichen Präzisionsinstrumente, Uhren und Bijouterie sowie chemisch-pharmazeutische Produkte sind die Ausfuhren angestiegen. In dieser Statistik nicht berücksichtigt sind die Aussenhandelsbeziehungen mit der Schweiz, da der Warenhandel mit der Schweiz an den Schweizer Grenzstellen erfasst wird. ●

www.llv.li

Neugründungen in Österreich werden auch zunehmend von Frauen vorgenommen.

FIT FÜR DIE ZUKUNFT

In Buchs entsteht das Zentrum Präzisionsindustrie Alpenrheintal.

In Buchs entsteht mit dem Zentrum Präzisionsindustrie Alpenrheintal ein Standort für Präzisionstechnologien, Digitalisierung und ICT. Startups, KMU mit Expansionsplänen oder innovative Unternehmen finden hier eine moderne Umgebung und Infrastruktur vor, um neuartige, individuell zugeschnittene Nutzungen rasch und zu attraktiven Konditionen umzusetzen. Das erste Gebäude ist bereits in Bau und wird 350 Arbeitsplätze bieten. Das Zentrum Präzisionsindustrie Alpenrheintal ist ein gemeinsames Projekt der Ortsgemeinde Buchs, der Stadt Buchs, der Lippuner Immobilien AG, des Amtes für Wirtschaft und Arbeit des Kantons St. Gallen und der Interstaatlichen Hochschule für Technik Buchs (NTB). ●

www.zentrum-praezisionsindustrie.ch

BELIEBTER ARBEITSPLATZ

Die Schweiz bleibt das attraktivste Land für Fachkräfte.

Die Schweiz gilt laut dem Global Talent Competitiveness Index 2020, der vom Personaldienstleister Adecco erstellt wird, erneut als das attraktivste Land für Fachkräfte. Der Index untersucht die Wettbewerbsfähigkeit von 132 Ländern für Fachkräfte. Die Schweiz belegt zum 7. Mal in Folge den 1. Platz in der Rangliste. Hinter ihr folgen die USA, Singapur und Schweden. Die Schweiz überzeugt in mehreren Bereichen. Zum einen durch die hohe Lebensqualität: Fachkräfte schätzen in der Schweiz vor allem die hohe Kaufkraft, die guten Karrierechancen und die interessanten Stellen. Punkten kann die Schweiz auch mit ihrem guten Aus- und Berufsbildungssystem, insbesondere mit der dualen Berufsbildung. Die Schweiz bietet zudem unabhängig vom wirtschaftlichen Status die Möglichkeit, eine Ausbildung zu absolvieren. Fachkräfte sind ebenfalls von den guten rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der Schweiz überzeugt. ●

www.zhk.ch



NEUSTART

In Österreich hält der Gründerboom an.

In Österreich wurden im vergangenen Jahr 32.386 Unternehmen neu gegründet. Das ist ein Plus von 4,8 % oder 1.485 Unternehmen im Vergleich zu 2018 und damit der höchste Anstieg in den vergangenen zehn Jahren. Mit 125 Neugründungen wurden 2019 pro Tag um sechs Unternehmen mehr gegründet als 2018. Auch der Frauenanteil an den Gründern steigt kontinuierlich und erreichte mit 45,5 % einen Rekordwert. Bei den Neugründungen nach Sparten dominiert Gewerbe und Handwerk mit einem Anteil von 39,3 % bzw. 12.725 Gründungen, gefolgt vom Handel mit 27,7 % bzw. 8.976 Gründungen sowie Information und Consulting mit 19,2 % bzw. 6.213 Gründungen. 8,3 % entfielen auf die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft mit 2.703 Neugründungen. Nach Rechtsformen dominieren weiterhin die nicht eingetragenen Einzelunternehmen (76,1 % bzw. 24.634). Die Hauptmotive für den Schritt in die Selbstständigkeit sind „sein eigener Chef“ zu sein sowie eine flexiblere Zeit- und Lebensgestaltung. ●

www.wko.at

AKTUELL IN KÜRZE

- **MEHR JOBS.** Die Arbeitslosenquote in Liechtenstein ist im Dezember 2019 im Jahresvergleich um 0,2 Prozentpunkte auf 1,4 % zurückgegangen.
- **WENIGER PLEITEN.** In Österreich stagnierten die Insolvenzen im Jahr 2019. Mit 5.018 insolventen Unternehmen sind es nur minimal mehr als 2018.
- **TECHNOLOGIEZENTRUM.** Im Tessin, auf dem Gelände des Militärflughafens Lodrino, soll ein Technologiepark mit einem Kompetenz- und Forschungszentrum für Drohnen entstehen. Dieses Drohnenzentrum wird mit dem Switzerland Innovation Park Zürich verbunden werden.
- **VORREITER.** Zürich landet bei einem Vergleich der Zukunftsfähigkeit von 100 europäischen Städten, durchgeführt von HomeToGo, auf Platz eins. Zürich weist unter allen Städten den höchsten Anteil an IT-Unternehmen auf.
- **AUSBILDUNG.** Österreichs Betriebe bildeten im Januar 2020 um 2 % mehr Lehrlinge – nämlich insgesamt 100.862 – aus als noch im Vorjahr. Zudem hat jeder 2. Lehrling 3 Monate nach der Ausbildung einen Job.

Revolution 2.0

Peter Laggner ist Gründer und einer der Vorstände der Trimetis AG. Ein Gespräch über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung.

hub: Welche Herausforderungen bringt die Digitalisierung mit sich?

Peter Laggner: Die digitale Revolution spielt eine ähnlich bedeutsame Rolle in der Umwälzung der gesellschaftlich-wirtschaftlichen Strukturen wie die vorangegangenen grossen wirtschaftlichen und damit politischen Revolutionen. Sie ist bereits seit rund 20 Jahren im Gange (Stichwort „Internethype“), befindet sich aber derzeit immer noch in einer frühen Phase der Entwicklung. Damit werden in den nächsten 20 bis 30 Jahren weltweit tiefgreifende wirtschaftliche, soziale und gesellschaftliche Veränderungen einhergehen. Die wesentlichen technologischen Fortschrittsbereiche – wir bezeichnen diese als Digital Technology Enabler (DTE) –, welche die digitale Revolution ermöglichen und befeuern, sind unter anderem mobile Kommunikation, Internet of Things, Automatisierung und Robotics, künstliche Intelligenz, virtuelle Realität und Quantencomputing.

hub: Welche Sektoren sind am stärksten betroffen?

Laggner: Aus der Kombination der Möglichkeiten dieser Digital Enabler werden je nach Reifegrad der einzelnen Komponenten massive Umbrüche in nahezu allen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen

Sektoren stattfinden. Die am stärksten betroffenen Sektoren sind die Industrie, Gesundheit, Landwirtschaft, Finance und Public Administration – jeder kennt die entsprechenden Überbegriffe für die Digitalisierung dieser Sektoren, wie z. B. Digital Health, Precision Farming, Industrie 4.0, E-Government, Smart Banking, autonomes Fahren usw.

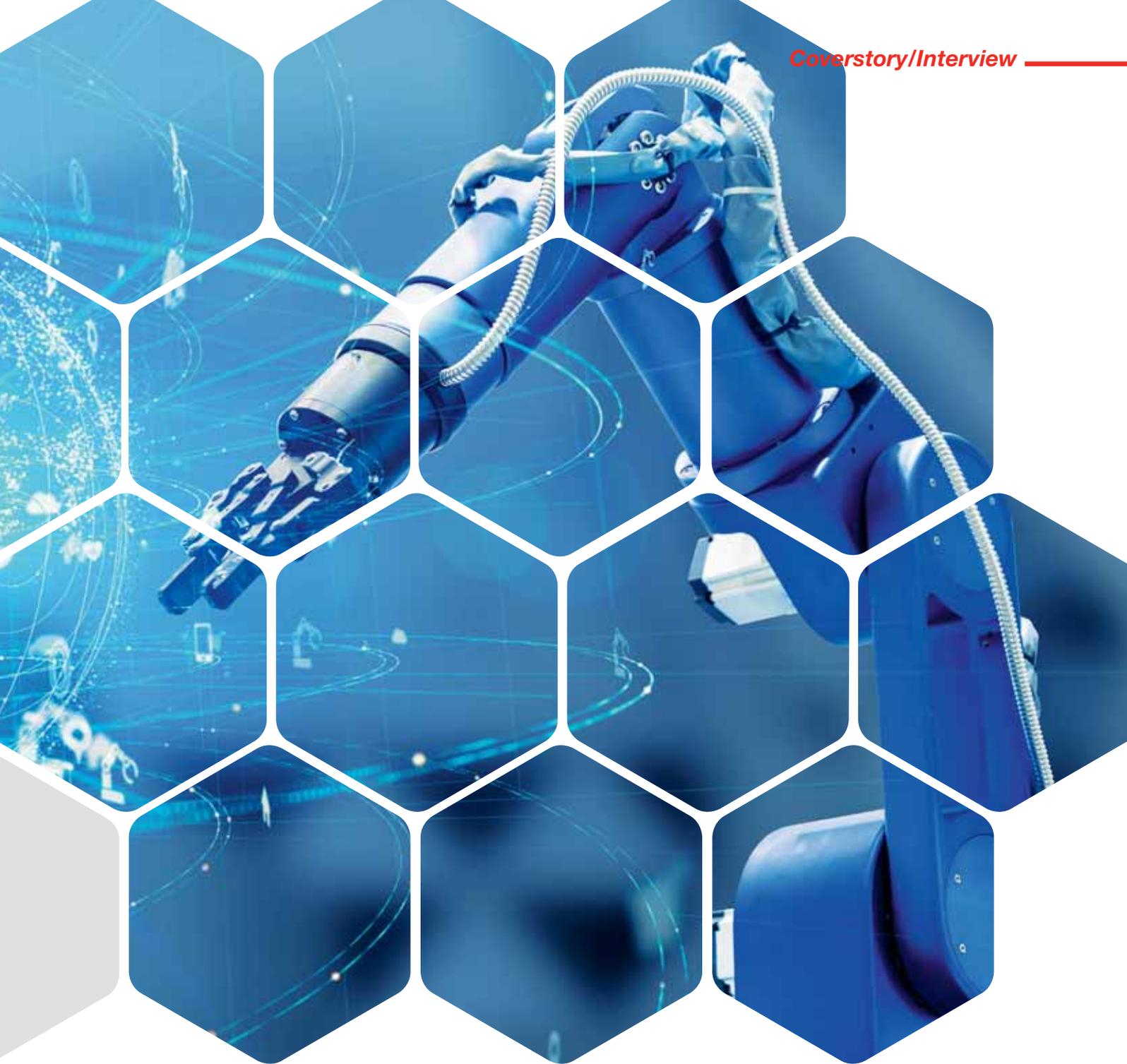
hub: Welche Auswirkungen wird die Digitalisierung auf die Gesellschaft haben?

Laggner: Durch die neuartigen Kommunikationsmöglichkeiten werden sämtliche Gesellschaften demokratischer und transparenter. Die Urbanisierung schreitet mit der Digitalisierung weiter voran, es entstehen vermehrt Megacities. Der demografische Wandel führt zur Veralterung der Gesellschaft, gleichzeitig wächst die Kluft zwischen den Digital Natives und den älteren Generationen. Die Ausbildungsanforderungen verändern sich in Richtung Technologie (Stichwort „MINT“), die Arbeitsweisen werden internationaler und flexibler. Der Fachkräftemangel verschärft sich zunehmend. Die alten Berufsbilder fallen teilweise ersatzlos weg, während neue Berufsbilder nur teilweise qualifiziert abgedeckt werden können.

hub: Das bedeutet für Unternehmen?

Laggner: Neue Unternehmen, die als Digital Natives bezeichnet werden können, gefährden die Geschäftsgrundlage bestehender Unternehmen. Diese erfinden Lösungen auf Grundlage der Digital Enabler, welche bestehende Produkte und Lösungen verdrängen, wie beispielsweise Uber, welches das traditionelle Taxi massiv konkurrenziert. Kernprodukte und Lösungen, sämtliche Geschäftsprozesse – Produktion, Logistik, Querschnittsfunktionen – müssen kritisch hinterfragt, zum Teil neu konzi-

Robotik und Automation sind wichtige Themen bei der Digitalisierung.



piert und dann umfassend digitalisiert werden.

Die erforderlichen Softwarelösungen für die eigenen Produkte und Lösungen müssen durch erfahrene Kernteams agil gebaut und weiterentwickelt werden. Fertigungsprozesse sind nach den Standards von Industrie 4.0 – Just-in-Time bzw. Just-in-Sequence, vollständig automatisiert, flexibel und atmend, CO₂-neutral usw. – auszubauen und zu optimieren.

Die Digitalisierung der Produkte und des Geschäftsmodells erfordert eine umfas-

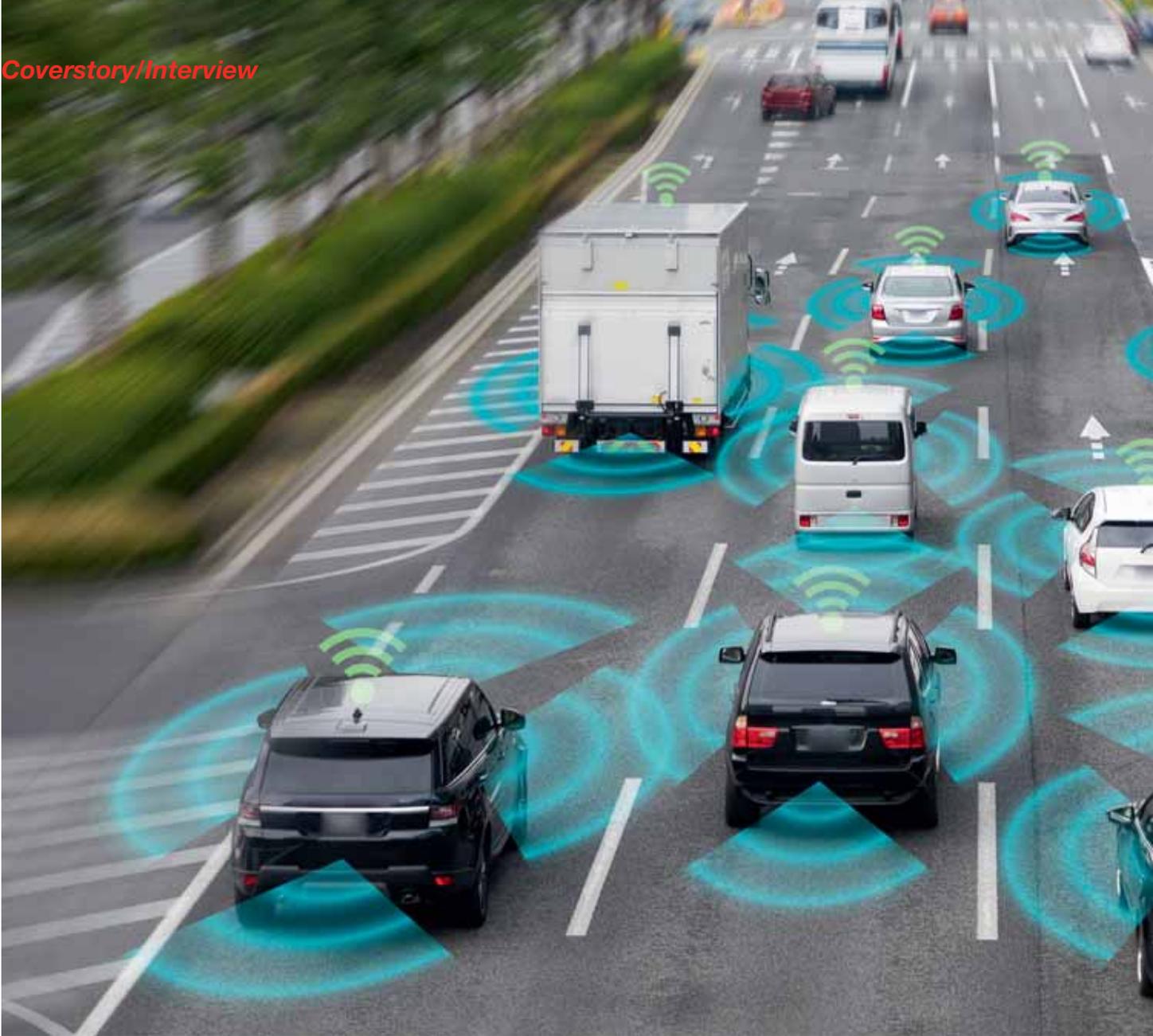
sende Integration von Softwarekapazität und Know-how. Dies ist in vielen Unternehmen eine neue Disziplin, welche bislang bei Bedarf zugekauft wurde. Daher muss man die Steuerungs- und Personalsysteme auf die Bedürfnisse der Softwareentwicklungsressourcen und die Zusammenarbeit mit neuen externen Dienstleistern anpassen.

Auch die Bindung von Fachkräften wird immer mehr zum kritischen Erfolgsfaktor. Unternehmen müssen an ihrem Image arbeiten, gute Arbeitsbedingungen schaffen und ihre Mitarbeiter ent-

sprechend remunerieren. Oder eben die geeigneten Partner haben, welche die erforderlichen Kompetenzen passgenau zuliefern können.

hub: Haben heimische Unternehmen gute Chancen im internationalen Wettbewerb?

Laggner: Der Raum DACH ist aufgrund seiner speziellen und global führenden Fokussierung auf Maschinen- und Anlagenbau sowie Automotive und Supplier besonders prädestiniert, eine globale Führungsrolle bei der Digitalisierung die-



Mobilität ist eines der Kernthemen, bei dem die Digitalisierung grosse Veränderungen bringen wird.

ser Industrien und ihrer Produkte und Lösungen einzunehmen. Die Nutzung dieser Chance sollte durch eine gezielte Standortpolitik gefördert werden.

hub: Welche Rolle werden zukünftig Robotik und Automatisierung spielen?

Laggner: Die Industrie 4.0 erfordert eine durchgängige Automatisierung des gesamten Produktionsprozesses. Hier ist der Einsatz von Robotern längst Standard und für einen wettbewerbsfähigen Massenfertiger unverzichtbar. Nun jedoch erfolgt die Automatisierung von administrativen Geschäftsprozessen mittels Einsatz von Robotern (Software/Hardwarelösungen). Typische Prozesse für den bestmöglichen Einsatz von Ro-

botik sind solche, die eine hohe Standardisierbarkeit bei gleichzeitig hohem Mengenvolumen und menschlichem Arbeitsaufwand aufweisen. Die effektivste Art, diese Prozesse zu automatisieren, ist derzeit der Einsatz von spezifischen (für den konkreten Fall gebauten) Robotern, kombiniert mit menschlicher Überwachung und Aussteuerung. Ein Roboter im Administrationsprozess führt die programmierten Funktionen aus. Solange die Prozesse im vorgesehenen Standard ablaufen, arbeitet der Roboter problemlos und höchst effizient. Sobald aber eine Anomalität im Prozess stattfindet, stoppt der Roboter den Prozess und je nachdem, wie vorhersehbar oder komplex die Anomalität ist, führt dies zu einem gesamthaften Stopp von Ar-

beitsprozessen, für die es in der Regel keine menschliche Kapazität als Backup mehr gibt. Versieht man den Roboter mit künstlicher Intelligenz, d. h. dass er Anomalitäten als solche erkennt, aus den unterschiedlichen Anomalitäten lernt, Folgeschlüsse trifft und daraus selbst Lösungen entwickelt und umsetzt, dann funktioniert er weiterhin und unterbricht nicht den gesamten Arbeitsprozess. Der Einsatz von künstlicher Intelligenz im Zusammenhang mit Robotern ist deshalb von grossem Vorteil; die Ausfallhäufigkeit sinkt deutlich und damit steigt die Effektivität und Effizienz des Robotereinsatzes.

hub: Birgt diese allumfassende Digitalisierung nicht auch viele Gefahren?



ÜBER DIE TRIMETIS AG

Die Trimetis Gruppe entfaltet ihre Geschäftsentwicklung in den Bereichen Consulting Services, Softwareentwicklung, Testing Services und Expert-Sourcing-Dienstleistungen. Die Absatzmärkte sind überwiegend Deutschland, Schweiz und Österreich.

Die Gruppe tritt derzeit mit den Marken Trimetis (Consulting, Softwareentwicklung, Software Testing), adegna (Expert Sourcing) und Trilease (ein eigenes Softwareprodukt für Leasingmanagement) am Markt auf. Es sind rund 300 Berater bei den aktuellen Kundenprojekten im Einsatz.

www.trimetis.com



PETER LAGGNER

ist Vorstand (CEO) bei der Trimetis AG. Weitere Vorstände der Gesellschaft sind Mag. Wolfgang Weber (COO) und Ulfert Rotermond (CSO). Die Zentrale der Gruppe ist in Wien. Weitere Standorte existieren in Stuttgart, Frankfurt, Köln Bonn, Zürich und Lublin (PL).

Laggner: Mit der fortschreitenden Digitalisierung steigen naturgemäss die Möglichkeiten von Cybercrime und das Risiko diesbezüglicher Attacken auf jegliches Objekt, seien es Unternehmen, Institutionen, infrastrukturelle Einrichtungen, Regierungen oder einfach nur individuelle Personen. Daher sind entsprechende Schutzmassnahmen vor Cybercrime-Attacken für alle potenziell Betroffenen zwingend erforderlich.

hub: Wie wird sich Ihr Unternehmen in den kommenden Jahren bezüglich der Digitalisierung positionieren?

Laggner: Bei Trimetis werden einige Bereiche und Services im Raum DACH massiv weiter ausgebaut: Consulting für Digitalisierung, Softwareentwicklung und

-betrieb, Software Testing in Verbindung mit Testautomatisierung und Testdatenmanagement. Aber auch Robotics Process Automation (RPA) ist ein aktuelles Thema für uns. Ausserdem werden wir in der Gruppe verstärkt SCRUM Teams as a Service (onsite oder/und nearshore), Einzelexperten nach Bedarf und auf Zeit sowie massgeschneiderte Inkubationslösungen für den Aufbau von Softwareentwicklungsteams (onsite, nearshore, hybrid) anbieten. Dies alles, um unseren Kunden ein umfassendes Portfolio für ihren Fachkräfte- und Lösungsbedarf im Rahmen ihrer Digitalisierungsherausforderung partnerschaftlich anbieten zu können.

hub: Wir danken für das Gespräch!



DIGITALISIERUNG – Wege zum Erfolg

Die Digitalisierung von Arbeitsprozessen und die mit neuen Technologien einhergehenden Geschäftsmodelle bieten neue Möglichkeiten für Unternehmen, ihre Produktion effizienter und kostengünstiger zu gestalten und in neuen Geschäftsfeldern tätig zu werden – auch für KMU.

TEXT: JULIA BOCK-SCHAPPELWEIN, MATTHIAS FIRGO, WERNER HÖLZL, AGNES KÜGLER

Für kleine Unternehmen, die oft als Motor für Strukturwandel und Beschäftigungswachstum gesehen werden, bieten neue Technologien, sofern sie diese nutzen können, viele Potenziale, um wettbewerbsfähig zu bleiben und auch internationale Märkte zu bestreiten. Kostengünstige Rechenleistung, vorkonfigurierte Software, Netzwerk-Hardware, Cloud-Verarbeitungslösungen, Unternehmens-Informationssysteme und E-Commerce-Software sind sowohl für kleine als auch grosse Unternehmen ohne grosse Entwicklungskosten leicht verfügbar.

KLEIN, ABER FLEXIBEL

Grössenvorteile könnten durch flexiblere Formen der Produktion und Dienstleis-

terleistung verringert werden, indem die Kosten für die Kommunikation mit Kunden und Lieferanten gesenkt und eine bessere Kontrolle und Steuerung der Wertschöpfungskette ermöglicht werden. Tatsächlich zeigen viele Studien einen positiven Einfluss von IKT-Kapital und Breitbandinfrastruktur auf die Produktivität, auch in kleineren Unternehmen. Onlinehandel und Online-Zahlungssysteme bieten den Unternehmen, die diese Systeme nutzen, generell zwar keinen wesentlichen Wettbewerbsvorteil gegenüber grossen Mitbewerbern, aber sie könnten einen ausreichenden Wettbewerbsvorteil gegenüber Unternehmen bieten, die diese Systeme nicht nutzen.

IT-AFFINITÄT AUFBAUEN

Jüngste Forschungsergebnisse zeigen allerdings, dass kleinere Unternehmen mit der Anpassung ihrer Geschäftsmodelle und -praktiken an die Anforderungen und Möglichkeiten der digitalen Welt oft zu kämpfen haben. Insbesondere in traditionelleren Branchen hinken KMU bei der Einführung digitaler Technologien und neuer Geschäftsmodelle hinterher. Ihnen fehlt es oft an der nötigen IT-Affinität (Know-that, Know-what, Know-how). Der Zugang zu hochwertiger Breitbandinfrastruktur reicht nämlich nicht aus, um wirtschaftlichen Erfolg zu haben. Es braucht auch die entsprechenden Kenntnisse der Unternehmen, um die auf Breitbandinternet aufbauenden Technologien



Gerade in kleinen Unternehmen fehlt oft die IT-Affinität.

Unternehmen und Neueinsteiger bietet, besser zu nutzen. Dazu bedarf es eines Massnahmenpakets mit dem Ziel, die Hindernisse für die Einführung digitaler Technologien und Geschäftswerkzeuge bei kleinen Unternehmen zu beseitigen:

- **Flächendeckendes Breitbandinternet:** Ein hochwertiges Breitbandinternet bildet zunehmend eine Grundvoraussetzung für den unternehmerischen Erfolg. Aus ökonomischer Perspektive ist die öffentliche Förderung des Breitbandausbaus im ländlichen Raum sinnvoll, um die Entstehung bzw. Verstärkung dauerhafter Standortnachteile von Unternehmen im ländlichen Raum zu verhindern. Allerdings nur dort, wo der Markt keine entsprechende Infrastruktur bereitstellt.

- **Integrative Regionalpolitik:** Um ein weiteres Auseinanderklaffen regionaler Entwicklungstrends zu verhindern, ist neben einer entsprechenden Breitbandinfrastrukturpolitik insbesondere eine integrative regionale Strukturpolitik vonnöten, welche die spezifischen Stärken und Schwächen der regionalen Wirtschaft berücksichtigt und gerade ausserhalb der Ballungszentren die IT-Kompetenzen der Unternehmen und Arbeitskräfte fördert.

- **Investitionen in Awareness-Programme und Upskilling:** Niederschwellige Programme zur Bewusstseinsbildung sind insbesondere für kleine Unternehmen in traditionellen Branchen von grosser Bedeutung. Ebenso wichtig, um das Potenzial des digitalen Wandels auszuschöpfen, sind Investitionen in IT-Kompetenzen von Unternehmen und ArbeitnehmerInnen (Upskilling).

- **Kombination Fachqualifikationen & IT-Kompetenzen:** Die Kombination von Fachqualifikationen und IT-Kompetenzen ist in der Erstausbildung und in der beruflichen Weiterbildung zu forcieren.

- **Weiterbildung & Existenzsicherung:** Es braucht ein leistungsfähiges System der Aus- und Weiterbildung zum Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit, ergänzt um entsprechend ausgerichtete Instrumente zur Existenzsicherung während der Weiterbildung. Die vorhandenen Instrumente zur existenzgesicherten Weiterbildung sind entsprechend anzupassen. ●

für Innovationen und Produktivitätssteigerungen nutzen zu können.

Auch Bedenken wegen des Datenschutzes und der Datensicherheit zählen zu den Hemmschuhen des digitalen Wandels. Zudem sind oft Investitionen nötig, um die notwendige Technik anzuschaffen. Kleinere Unternehmen zögern häufig, diese zu tätigen, wenn sie Unsicherheit über den tatsächlichen Nutzen daraus haben. Allerdings hätten kleine Unternehmen den Vorteil, dass ihre organisatorischen Strukturen im Vergleich zu grösseren Unternehmen eher organisch und informell sind, d. h. ihre Prozesse sind viel flexibler und leichter an geänderte Rahmenbedingungen anzupassen. Ein weiterer Aspekt der Flexibilität ist die hohe Unternehmensdynamik durch Schliessungen und Neugründungen, die zu den grössten Treibern des technologischen Wandels zählt.

MASSNAHMENPAKET NÖTIG

In Zukunft gilt es die Vorteile, die die fortschreitende Digitalisierung auch für kleine

DIE THEMENPLATTFORM „DIGITALISIERUNG“

bündelt die Arbeiten des WIFO zum Thema und fördert damit den Ideenaustausch. Durch die Einbeziehung der ökonomischen, räumlichen, wettbewerblichen, sozialen und ökologischen Bedeutung von Digitalisierung in die wirtschaftswissenschaftliche Analyse werden die Aus- und Wechselwirkungen des digitalen Fortschritts in Richtung Markt, Staat und Gesellschaft aufgezeigt und verständlich gemacht. Weitere Informationen unter wifo.ac.at.



DIE AUTOREN

Das Team der Themenplattform „Digitalisierung“. V. l. n. r.: (v. l. n. r.):
Mag. Dr. Matthias Firgo;
Mag. Julia Bock-Schappelwein;
Mag. Dr. Agnes Kügler,
MSc; Dr. Werner Hölzl



HEILSBRINGER oder Gefahr

Es gibt wenige Technologien, welche sowohl die Fachwelt als auch die Öffentlichkeit in den letzten Jahren so stark bewegt und polarisiert haben wie die Blockchain.

Für die einen ist die Blockchain ein Heilsbringer, für die anderen eine Ausgeburt des Bösen. Die Wahrheit liegt, wie so häufig, wahrscheinlich irgendwo in der Mitte. Die liechtensteinische Regierung hat sich in den letzten Jahren intensiv mit dieser Technologie auseinandergesetzt, um das Potenzial und die Risiken fundiert einschätzen zu können. Bereits heute ist es nicht einfach,

die vielfältigen Anwendungen auseinanderzuhalten. Blockchain kann z. B. für digitale Zahlungen verwendet werden, für die Finanzierung von Projekten und Unternehmen oder für Spekulation. Mit jeder neuen Anwendung stellen sich auch grundsätzliche Fragen aus Sicht des Staates, wie z. B. die Bekämpfung von Geldwäsche und kriminellen Aktivitäten sowie der Schutz von Investoren.

STAATEN GEFORDERT

Jeder Staat ist heute herausgefordert, Antworten auf diese Fragen zu finden. Wenn ein Staat jedoch wenig Chancen, aber viele Risiken sieht, dann wird die Regulierung entsprechend restriktiv sein. In Liechtenstein haben wir durch Gespräche mit Blockchain-Unternehmen und -visionären festgestellt, dass das Potenzial der Blockchain viel grösser ist



DR. THOMAS DÜNSER

... ist Leiter der Stabsstelle für Finanzplatzinnovation der liechtensteinischen Regierung und zuständig für den Unternehmensservice Finanzplatz und die Weiterentwicklung der staatlichen Rahmenbedingungen. Er leitete das Projekt des liechtensteinischen Blockchain-Gesetzes.

und weiter geht als die heute bestehenden Anwendungen. Die Blockchain bietet zum Beispiel ein grosses Potenzial für den Finanzmarkt. Durch die effiziente Digitalisierung von Wertpapieren und Vermögenswerten bieten sich sehr spannende Möglichkeiten zur Ausweitung der Geschäftstätigkeit von Banken, Vermögensverwaltern oder Fonds. Das Potenzial der Blockchain beschränkt sich aber nicht nur auf den Finanzmarkt, sondern erschliesst sich erst vollständig aus der Perspektive der Digitalisierung der Gesamtwirtschaft. Die Blockchain ermöglicht eine neue Ebene der Rechtssicherheit, Transparenz und Effizienz in allen digitalen Handels- und Rechtsgeschäften. Diese Technologie, die für Bitcoin „erfunden“ wurde, hat deshalb das Potenzial, einer der zentralen Treiber der weiteren Digitalisierung unserer Wirtschaft zu werden. Man fasst diese Entwicklung häufig unter „Token-Ökonomie“ zusammen.

NEUES GESETZ

Die liechtensteinische Regierung wollte deshalb mit dem sogenannten „Blockchain-Gesetz“, das am 1. Januar 2020

in Kraft getreten ist, nicht nur die heute bekannten Risiken eindämmen, sondern auch diese Entwicklung zur Token-Ökonomie unterstützen. Dabei sind Klarheit und Rechtssicherheit für Anwender und Dienstleister besonders wichtig. Ohne diese Elemente ist es für Unternehmen schwer, innovativ zu sein, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und effizient umzusetzen. Ein zentraler Teil des „Blockchain-Gesetzes“ ist deshalb die offene Definition des „Token“, damit nicht nur digitales Geld oder digitale Wertpapiere abgebildet werden können, sondern alle möglichen Anwendungen der Blockchain in der Token-Ökonomie. Durch diese Gesetzesgrundlage ist es in Liechtenstein möglich, alle möglichen Rechte digital auf einem Blockchain-System abzubilden, sei es Stimm- und Dividendenrechte, Lizenzrechte, Eigentumsrechte an physischen Sachen, Nutzungsrechte oder Gutscheine. Mit dieser äusserst flexiblen Ausrichtung soll das liechtensteinische Blockchain-Gesetz dazu beitragen, dass die Digitalisierung in Liechtenstein einen weiteren Innovationsschub erhält. ◆

Änderung bei **AKTIEN**

Abschaffung der Inhaberaktie in der Schweiz – Handlungsbedarf für Unternehmen.

Die Schweiz hat für nicht börsennotierte Aktiengesellschaften die Inhaberaktien abgeschafft. Die gesetzlichen Bestimmungen (Bundesgesetz zur Umsetzung von Empfehlungen des Globalen Forums über Transparenz und Informationsaustausch für Steuerzwecke) trat am 1.11.2019 in Kraft. Bis 30.4.2021 müssen Inhaberaktien in Namenaktien umgewandelt werden. Soweit keine Umwandlung vorgenommen wird, erfolgt diese am 1.5.2021 durch das Handelsregisteramt. Dieses trägt eine Bemerkung ein, dass die Belege vom Eintrag abweichende Angaben enthalten. Die Gesellschaft muss ihre Statuten dann bei der nächsten Statutenänderung dem Eintrag entsprechend

anpassen – d. h. die Inhaberaktien in Namenaktien umwandeln –, andernfalls weist das Handelsregisteramt jede weitere Statutenänderung zurück. Zusätzlich zur Umwandlungspflicht besteht bei Namenaktien auch seit dem 1.7.2015 eine Meldepflicht nach dem AFI-Gesetz. Ehemalige Inhaberaktionäre (mit Stimmrechts- oder Kapitalanteilen von 25 % oder mehr), deren Aktien in Namenaktien umgewandelt werden, müssen für die Eintragung ins Aktienbuch innert Monatsfrist nach der Umwandlung ihre wirtschaftliche Berechtigung der Gesellschaft melden. Tun sie das nicht, ruhen ihre Mitgliedschaftsrechte, ihre Vermögensrechte verwirken und es drohen strafrechtliche Konsequenzen.



DR. MARTIN ECKERT

... ist Legal Partner MME
Legal | Tax |
Compliance, Zurich | Zug.
www.mme.ch

**DR. SIMONE
WYSS FEDELE**

ist seit Oktober 2019 CEO von Switzerland Global Enterprise (S-GE), der offiziellen Schweizer Organisation für Exportförderung und Standortpromotion. Zuvor war sie als Chefökonomin und Leiterin Politik Mitglied der Geschäftsleitung bei Novartis Schweiz. Zwischen 2002 und 2018 war sie unter anderem für Takeda Pharmaceuticals, Helvetia Versicherungen sowie Endress+Hauser tätig.

Simone Wyss Fedele studierte Business & Economics an der Universität Basel und erlangte 2010 den Dokortitel mit einer Dissertation zum internationalen Handel.



Wir wollen MEHRWERT STIFTEN

Die Switzerland Global Enterprise (S-GE) ist offizielle Exportförderungsstelle der Schweiz. Wir sprachen mit CEO Simone Wyss Fedele.

hub: Was ist Switzerland Global Enterprise (S-GE)? Wo hat Ihre Organisation ihre Wurzeln?

Simone Wyss Fedele: Switzerland Global Enterprise (S-GE) ist die offizielle Anlaufstelle für international aktive KMU aus der Schweiz und Liechtenstein sowie für ausländische Unternehmen mit Interesse am Wirtschaftsstandort Schweiz. Kurz gesagt helfen wir KMU bei ihren internationalen Geschäften und begleiten ausländische Unternehmen mit grossem Potenzial in die Schweiz. Wir sind ein privater Non-Profit-Verein und werden

von der Schweizer Eidgenossenschaft seit 1927 offiziell mit der Exportförderung, seit 2008 mit der Standortpromotion mandatiert. In der Standortpromotion gehören auch alle Schweizer Kantone zu unseren Auftraggebern.

hub: Welche Services bietet S-GE? Welche sind die Zielgruppen?

Wyss Fedele: Firmen, die sich auf globalen Märkten bewegen, haben angesichts der zunehmenden Komplexität des internationalen Geschäfts sowie des volatilen Umfelds ein hohes Bedürfnis an

Orientierung, Sicherheit, verlässlichen Informationen und konkreten Empfehlungen. Genau hier bieten wir unseren Kunden mit unseren Services einen hohen Mehrwert: Wir zeigen auf, wie sich die internationalen Märkte entwickeln, wo es neues Geschäftspotenzial gibt, wie die Schweiz dank ihrer Rahmenbedingungen für globale Unternehmen einen Mehrwert schafft und wie der Markteintritt in der Schweiz und in globalen Märkten funktioniert – dies im Rahmen individueller Beratungsgespräche und Projekte, praktischer Veranstaltungen und eines umfassenden digitalen Informationsangebots.

hub: Wie kann man sich das Netzwerk von S-GE vorstellen?

Wyss Fedele: Die Zusammenarbeit mit unserem globalen Netzwerk spielt bei all unseren Aktivitäten eine zentrale Rolle. Wir betreiben auf der ganzen Welt Aussenstellen. Diese sogenannten Swiss Business Hubs gibt es derzeit in über 27 Schlüsselmärkten, so auch in Österreich. Sie sind in den Schweizer diplomatischen Vertretungen untergebracht, haben einen offiziellen Status und verfügen in ihrem jeweiligen Markt über ausgezeichnete Beziehungsnetze. Zudem arbeiten wir im In- und Ausland mit

Partnern zusammen, um die Bedürfnisse unserer Kunden möglichst umfassend abdecken zu können. Mit der HKSÖL stehen wir beispielsweise über unseren Swiss Business Hub in Wien in konstantem Austausch und führen gemeinsame Veranstaltungen durch. Je nach Bedarf machen wir unsere Kunden zudem auf die Dienstleistungen des jeweiligen Partners aufmerksam und vermitteln den Kontakt. Auf diese Weise arbeiten wir auch mit einer Vielzahl an privaten Experten, Branchenverbänden und bundesnahen Organisationen zusammen.

um, wie sie ihren Geschäftserfolg angesichts des unsicheren volatilen Umfeldes nachhaltig sichern können. Für solche und alle anderen Fragen rund um die Internationalisierung sind wir für unsere Kunden eine verlässliche erste Anlaufstelle. Weitere strategische Erfolgsfaktoren sehen wir in der vollen Ausschöpfung digitaler Technologien, der Weiterentwicklung unseres Partnernetzwerkes sowie der Optimierung unseres globalen Aussennetzes. ●

„UNSER OBERSTES ZIEL IST ES, FÜR UNSERE KUNDEN MEHRWERT ZU STIFTEN.“

Dr. Simone Wyss Fedele

hub: Welche Ziele wollen Sie während Ihrer Amtszeit mit S-GE erreichen?

Wyss Fedele: Unser oberstes strategisches Ziel ist, dass unsere Aktivitäten unseren Kunden immer einen Mehrwert stiften. Dazu bauen wir auf vier strategische Erfolgsfaktoren. Oberste Priorität haben die Kundenbedürfnisse. Immer mehr KMU treibt beispielsweise die Frage

Die Performance der S-GE (2019)

- 5.104 unterstützte Schweizer KMU
- 2.057 individuelle Beratungsgespräche mit KMU (off- und online)
- 1.176 Internationalisierungsprojekte mit KMU umgesetzt
- 3.030 Aussteller in SWISS Pavillions bei internationalen Fachmessen
- Zusammenarbeit mit rund 300 Experten weltweit
- 2.348 Vereinsmitglieder

FORUM FAMILIENUNTERNEHMEN

am 22. April 2020 in Innsbruck

Mit dem ersten „Family Business Future Summit DACH“ thematisiert das MCI Zukunftsfragen von Familienunternehmen im DACH-Raum. **Anmeldungen sind ab sofort möglich!**

Der deutschsprachige Raum ist geprägt von Familienunternehmen. Sie bilden das Rückgrat der Wirtschaft, übernehmen Verantwortung in der Region, denken über Generationen hinweg und orientieren sich nicht an Quartalsgewinnen. Sie stehen für Stabilität, Qualität und Innovation, darunter nicht selten internationale „Hidden Champions“.

Mit dem „Family Business Future Summit DACH“ setzt das MCI einen weiteren Meilenstein und versammelt Familienunternehmen und Expertise aus mehreren Ländern. Anmeldungen sind ab sofort möglich!

VORTRAGENDE:

- Michael Otto, Otto Group, Hamburg
- Erich Falkensteiner, Falkensteiner & Michaeler Resorts & Ventures, Zürich-Wien-London
- Angela de Giacomo, Bissell Family Office, Berlin & New Delhi
- Brun-Hagen Hennerkes, Stiftung Familienunternehmen, München
- Christopher Miess, Iconic Ventures, Innsbruck-London-Singapur

- Simon Meinschad, Hollu Systemhygiene GmbH, Zirl
- Martha Schultz, Schultz Gruppe, Zillertal & European Women's Network, Brüssel
- Timm Mittelsten-Scheid, Vorwerk Co. KG, Wuppertal
- Katharina Callaghan, LinkedIn, Dublin

THEMEN:

- Die Psychologie der Familienunternehmen
- Familienunternehmen und Arbeitgebermarke
- Blockchain & Fintech für Familienunternehmen
- Familienunternehmen und Mitarbeitergewinnung
- Ökotrend & Nachhaltigkeit als Chance für Familienunternehmen
- Familienunternehmen: Erfolg durch Innovation
- Familienunternehmen im Tourismus: Tipps aus dem Unternehmerdasein

Programm & Anmeldung: www.family-business-forum.org

Kontakt: MCI
familienunternehmen@mci.edu
Tel.: 0043-512/2070 1700



Als erste KSV1870-Regionalleiterin lenkt **PETRA WÖGERBAUER** seit Jahresbeginn die Geschicke des Gläubigerschutzverbandes in Oberösterreich und Salzburg. Der Fokus ihrer Funktion liegt auf der Abwicklung von Insolvenzen.

www.ksv.at



YVES SUTER übernahm mit dem Jahreswechsel die Geschäftsführung der Hartl Haus Holzindustrie GmbH. Er ist bereits seit 2006 im Unternehmen tätig und erhielt 2013 die Prokura.

www.hartlhaus.at



WALTRAUD RATHGEB übernahm mit 1.1.2020 die Leitung der UNIQA Landesdirektion Salzburg. Die studierte Juristin leitete zuletzt das Service Center Schaden Allgemeine Haftpflicht, für dessen Aufbau sie verantwortlich zeichnete.

www.uniqagroup.com



Der neue Geschäftsführer der Volvo Group Austria GmbH ist seit Beginn dieses Jahres **PATRICK DORNIG**. Er ist seit März 2016 für das Unternehmen und dort im Bereich Trucks tätig.

www.volvotrucks.at



SILVIA COVA, eine erfahrene Assetmanagerin, verstärkt die Zürcher Kantonalbank Österreich AG. Als Portfoliomanagerin am Standort Wien gestaltet sie die Asset Allocation mit und verwaltet aktiv individuelle Kundenmandate.

www.zkb-oe.at



MARKUS TRITTHART zog mit 1. Februar 2020 in die Geschäftsführung der Raiffeisen Bausparkasse ein. Der ausgebildete Betriebswirt ist seit 2008 in unterschiedlichen Führungspositionen in Banken tätig, seit 2013 bei Raiffeisen.

www.rbinternational.com

In der Erste Group arbeiten
Frauen und Männer
gleichberechtigt.



GLEICHGESTELLT

Die Erste Group wurde als einziges österreichisches Unternehmen in den Bloomberg Gender-Equality Index 2020 aufgenommen.

Die Erste Group Bank AG wurde unter 325 Unternehmen aus 50 Sektoren und 42 Ländern für den Bloomberg Gender-Equality Index (GEI) 2020 ausgewählt. Durch die Veröffentlichung von genderbezogenen Kennzahlen auf Basis des GEI erlauben die im Index aufgenommenen Unternehmen einen umfassenden Einblick in ihre Aktivitäten zur Förderung der Gleichstellung von Frauen am Arbeitsplatz. Die Erste Group wurde aufgenommen, da sie eine Bewertung an oder über einem von Bloomberg gesetzten globalen Schwellenwert erzielte; dieser Schwellenwert spiegelt ein hohes Mass an Transparenz und eine hohe Gesamtleistung über die fünf Säulen des GEI-Bewertungsrahmens wider. Die Erste Group hat eine Reihe von Initiativen zur Förderung von Frauen in Führungspositionen bereits durchgesetzt. Insgesamt stellen Frauen derzeit 29 % der Top-Führungspositionen im Konzern und nehmen 39 % der Aufsichtsratsmandate ein. ●

www.erstegroup.com

HOCHBURG

Crypto Valley in der Schweiz und in Liechtenstein wächst weiter.

Erfolg für das „Crypto Valley“, den Blockchain-Cluster in der Schweiz sowie in Liechtenstein: Die Anzahl der Blockchain-Firmen hat sich in der zweiten Jahreshälfte 2019 von 810 auf 842 erhöht, wie ein aktueller Bericht zeigt. Diese Firmen beschäftigen insgesamt über 4.400 Mitarbeitende. Das Crypto Valley besteht aus 8 Hotspots. Die meisten Unternehmen sind dabei weiterhin in Zug ansässig (425). Als weitere Zentren werden die Kantone Zürich (139 Unternehmen), Genf (45), Tessin (42), Waadt (27), Luzern (16) und Bern (14) hervorgehoben. In Liechtenstein verdoppelte sich die Anzahl der Unternehmen in den vergangenen 6 Monaten auf 80 Firmen. ●

www.finanz.li

NACHHALTIGES NETZWERK

Die Bank für Tirol und Vorarlberg AG wird Mitglied bei respACT.

Die Bank für Tirol und Vorarlberg AG (BTV) ist respACT – Austrian business council for sustainable development, dem Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften, beigetreten. Mit ihrer Mitgliedschaft bekennt sich die Bank nicht nur zu den Vereinsstatuten von respACT, sondern auch zu den Grundsätzen des österreichischen CSR-Leitbilds sowie zur Vision für nachhaltiges Wirtschaften. Gemäss ihrem Credo „Investieren statt spekulieren“ verzichtet die Bank bewusst auf spekulative Geschäfte zugunsten langfristigen, nachhaltigen Wachstums. Dabei geht es nicht nur um Investitionen und Erträge. Auch regionale Wertschöpfung steht im Fokus: Die Einlagen kommen aus der Region und Kredite gehen in die Region, das heisst – entsprechend dem BTV-Marktgebiet – nach Tirol, Vorarlberg, Wien, Bayern, Baden-Württemberg und in die deutschsprachige Schweiz. ●

www.btv.at

FINANZEN IN KÜRZE

- **SYNERGIE.** Die Liechtensteinische Landesbank Österreich migrierte erfolgreich auf das Kernbankensystem der LLB-Gruppe – ein weiterer Schritt bei der Umsetzung ihrer Strategie StepUp2020, die das nachhaltig profitable Wachstum zum Ziel hat.
- **GUTES ERGEBNIS.** Die VP Bank erwartet für das Geschäftsjahr 2019 einen um etwa 34 % gestiegenen Konzerngewinn von rund 74 Mio. CHF.
- **JUBILÄUM.** Deloitte feiert dieses Jahr sein 175-jähriges Bestehen. Für die globale Organisation sind 312.000 Mitarbeitende tätig.
- **RÜCKENSTÄRKUNG.** Die Volksbank vergab im Jahr 2019 im Rahmen ihrer „Unternehmer-Milliarde“ 3.947 Darlehen an österreichische Unternehmen, in erster Linie wurden KMU unterstützt.

Gamification und sozialer Druck können Menschen zu einem gesünderen Lebensstil bewegen.

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.



SPIELERISCH zum besseren Leben

Gamification-Ansätze können Menschen bei einem gesünderen Lebensstil unterstützen.

Gesünder leben zu wollen ist immer ein guter Vorsatz, aber bei der Umsetzung scheitern die meisten. Wie gelingt es uns trotzdem, unseren schwachen Willen zu überlisten? Eine Gruppe von Wissenschaftlern versuchte, gesundheitsfördernde Massnahmen mit Gamification (spielerisch) attraktiver zu gestalten. Vor allem die Kombination mit verhaltensökonomischen Erkenntnissen sollte Wirkung zeigen – auch da, wo ärztliche Anweisungen und der gute Wille des Patienten nicht ausreichen.

AUTOMATISCH ANGEMELDET

Um die Teilnahme an Gesundheitsprogrammen für Hochrisiko-Diabetespatienten zu erhöhen, wurde beispielsweise von der ursprünglichen Opt-in-Variante zu einem Opt-out gewechselt. Das heisst, die Teilnahme wurde nicht angeboten, sondern als selbstverständlich vorausgesetzt. Wer nicht mitmachen wollte, musste

sich aktiv abmelden. Ein Versuch brachte vielversprechende Ergebnisse: Bei der klassischen Anmeldemöglichkeit nahmen nur 13 % der Eingeladenen teil. Bei der zweiten Variante blieben am Schluss noch 38 % im Programm.

Ähnliche Resultate brachte ein Programm, das Patienten nach einem Herzanfall dazu bewegen sollte, ihre Medikamente regelmässig einzunehmen.

SOZIALER DRUCK

Für einen weiteren Test setzten sich 200 Probanden und ihre Familien ein tägliches Ziel an Schritten. Gemessen wurde mittels Smartphone und anderer tragbarer Devices. Die Mitglieder der Kontrollgruppe wurden jeden Tag informiert, ob sie ihr Vorhaben geschafft hatten.

Bei der Testgruppe kamen zusätzlich verhaltensökonomische Tools zum Einsatz: Zu Beginn musste eine Vereinbarung unterzeichnet werden, das gesetzte Ziel zu erreichen. Dieses Dokument bekamen die Teilnehmenden jeden Tag präsentiert.

Ausserdem wurden Punkte abgezogen, falls die Schrittzahl nicht erreicht wurde. Mit dieser Massnahme wurde zusätzlich das Prinzip der „Loss Aversion“ genützt. Die Punkte schrieb man immer am Anfang der Woche gut, um die Familien zu einem bestimmten Zeitpunkt regelmässig zu motivieren.

1.000 SCHRITTE MEHR

Während der dreimonatigen Experimentphase gingen die Teilnehmer der Testgruppe täglich fast eine Meile mehr als ursprünglich vorgenommen – im Vergleich zur Kontrollgruppe 1.000 Schritte mehr. Zudem machten sie auch noch nach Ende des Experiments mehr Bewegung als ihre Kollegen aus der Kontrollgruppe. Ein weiteres Experiment zum Thema Gewichtsabnahme hatte ähnliche Ergebnisse. Gamification ist also wirksam, um Menschen zu einer gesünderen Lebensführung zu bewegen – allerdings nur, wenn dabei auch verhaltensökonomische Prinzipien eingebunden werden. ●

VBEN – NOTE THE DATE!

David Dreyer Lassen:
DIGITAL LIFE AND BEHAVIOR.
THE USE OF BIG DATA IN ECONOMICS
11. Mai 2020, 18:30–20:00 Uhr
Haus der Industrie,
Schwarzenbergplatz 4, 1031 Wien

INFOS UND ANMELDUNG: vben.at

LERNEN VOM POPULISMUS

Je besser die Geschichten, desto eher beeinflussen sie menschliche Entscheidungen – sie müssen dafür nicht wahr sein. Populistische Politikerinnen und Politiker, die in immer mehr Ländern in die Regierungsverantwortung gewählt werden, haben dieses Phänomen zur Grundlage ihres Erfolgs gemacht. Sie punkten in Zeiten hoher Unsicherheit und Komplexität mit einfachen, intuitiven Programmen. Allen ist gemein, dass sie gar nicht erst versuchen, die grundlegenden Probleme wie die Auswirkungen von Migration, Globalisierung oder Klimawandel zu lösen. Um Populismus als solchen zu erkennen, empfiehlt der Verhaltensökonom Gerhard Fehr, drei Fragen zu stellen: Basiert das Programm auf nur einem oder zwei Themen? Werden Sündenböcke benannt? Wird die eigene Klientel klar bevorzugt? Ist die Antwort jeweils ein „Ja“, handelt es sich mit ziemlicher Sicherheit um Populismus.

DER DRUCK VON NEBENAN

Es ist evident, dass Verhaltensänderungen auf Personen im Umkreis abfärben, egal ob es um den Verzicht auf Nikotin oder den Wechsel von Fossil- auf Solarenergie geht. Diese „Macht der Ansteckung“ solle die Politik in Klima-Angelegenheiten stärker nutzen, fordert der US-Ökonom Robert H. Frank. Energieunternehmen können beispielsweise ihre Kunden darauf hinweisen, wie sparsam deren Nachbarn mit Strom und Gas umgehen – oder wie Google Nest energiesparendes Verhalten mit einem digitalen Symbol belohnen (das dann selbstverständlich auch die Nachbarn sehen können). Dieser Ansteckungseffekt funktioniert auch, wenn das Essverhalten verändert oder wenn auf umweltverträglichere Autos gewechselt wird, sobald mehr Strom-Ladestationen aufgestellt werden und vor dem Nachbarhaus ein Prius statt eines SUV steht.

Die sogenannte Soda Tax, die testweise in Philadelphia eingeführt worden war, brachte

200 Mio. \$.

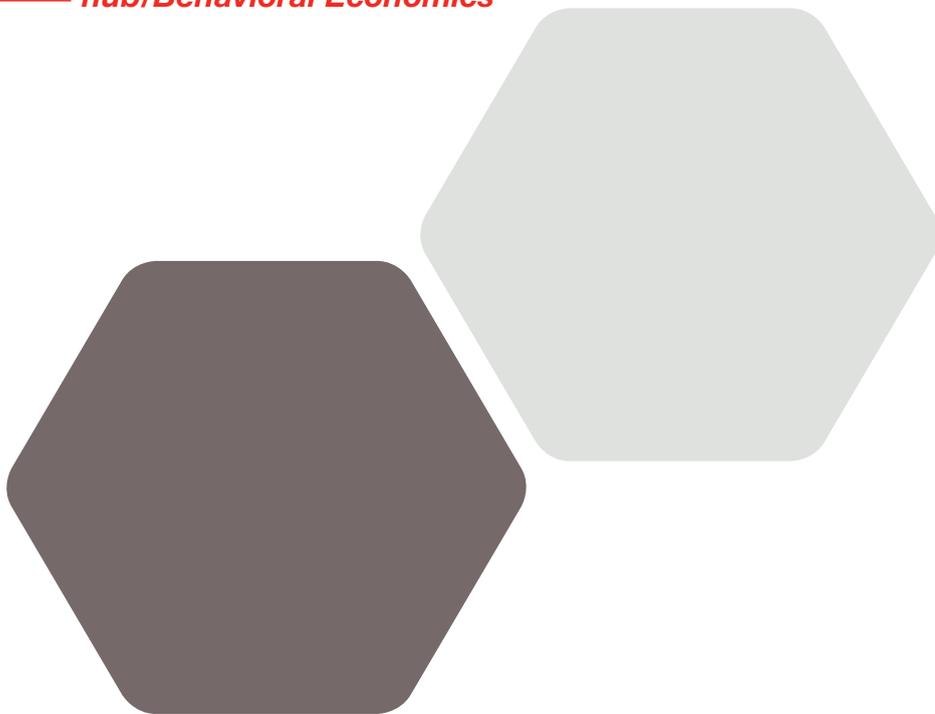
Die Mehrkosten pro Flasche sind zugleich ein wirkungsvolles Steuerungselement, um die Menschen von zu viel Zucker fernzuhalten und so ihre Gesundheit zu schützen.

WAS BRINGT EDUTAINMENT?

Edutainment-Shows verbinden Unterhaltung mit Lerninhalten – man denke an die „Sesamstrasse“. In Entwicklungsländern werden diese Formate eingesetzt, um die Menschen in verschiedenen Lebensbereichen zu unterrichten. Aber können Fernsehshows auch genutzt werden, um bei jungen Menschen in Entwicklungsländern das Unternehmertum zu fördern? Ruka Juu („Jump Up“), eine Bildungsshow zum Thema Entrepreneurship, wurde 2011 über fast drei Monate im nationalen Fernsehen Tansanias ausgestrahlt. Im Rahmen eines Feldexperiments, an dem 2.000 Jugendliche teilnahmen, verdichteten sich die Hinweise, dass die Show das Interesse der Zuschauer an Unternehmertum und Wirtschaft tatsächlich erhöhte. Allerdings zeigte sich auch ein negativer Effekt: Das Interesse an der Schulaufnahme nahm ab, die fehlende Lernleistung wurde durch keine andere wertvolle Aktivität ersetzt.

GLÜCK ODER KÖPFCHEN?

Ein kluges Köpfchen ist keine zwingende Voraussetzung für Reichtum, wie Alessandro Pluchino und seine Kollegen von der Universität im italienischen Catania herausgefunden haben. Sie entwickelten ein Computermodell rund um das Thema menschliche Fähigkeiten und darum, wie wir damit Chancen nützen, die sich während unserer beruflichen Laufbahn auftun. Dieses Modell verzeichnet über ein Arbeitsleben von 40 Jahren die Talente von Individuen sowie alle Chancen, die deren Einkommen vergrößern, aber auch verkleinern können. Das daraus resultierende Ranking beweist, dass 80 % der Bevölkerung 20 % des Gesamtkapitals besitzen. Die Untersuchung der italienischen Wissenschaftler zeigt aber auch, dass es nicht die Begabtesten sind, die am meisten verdienen. Auch Glück spielt dabei eine bedeutende Rolle.



Mit „Wir-Gefühl“ ZUM ERFOLG

Kunden, die sich mit Unternehmen identifizieren, sind besonders treu. Darüber, wie sehr Schweizer und österreichische Unternehmen das erreichen können, informiert eine kürzlich erschienene Studie.



Was, du hast kein WhatsApp?“ Wer heute den Nachrichtendienst von Facebook nicht nutzt, muss sich dieser fassungslosen Frage gelegentlich stellen. WhatsApp „muss man eben haben“. Dagegen haben auch warnende Worte so mancher Datenschützer keine Chance. Der Messenger hat es geschafft: Seine Identitätswerte sind beneidenswert hoch. Und das ist heute das A und O einer erfolgreichen Markenstrategie.

WAS IDENTITÄT BEDEUTET

Identität – salopp gesagt, das Wir-Gefühl zwischen Marke und Kunde – ist die wahrgenommene Zugehörigkeit zu einer Gruppe. Sie beschreibt einerseits, wie stark man sich zugehörig fühlt, und andererseits, welchen Nutzen der

Einzelne aus diesem Zugehörigkeitsgefühl zieht. Bei Unternehmen bedeutet Identitätsbildung eine Gegenstrategie zur Commoditisierung, also zur Austauschbarkeit von Unternehmen und Marken. Der Überfluss des Angebots macht es den Konsumenten heute leicht, Nutzen ohne feste Bindung zu generieren. Das ist ein Problem, mit dem vor allem im digitalen Bereich viele Unternehmen kämpfen. Daher müssen ausschliesslich dort agierende Unternehmen besonders grossen Wert auf identitätsbildende Massnahmen legen und danach streben, im Alltag der Menschen absolut verwurzelt zu sein. Darum kämpfen auch grosse Anbieter. Machbar ist es, wie man z. B. an Google sieht. Das Verb „googeln“ findet sich heute sogar schon im Duden.

WAS IDENTITÄT AUSMACHT

Identität besteht aus vielen Aspekten. Ein Faktor ist die Gewohnheit, also wie häufig und wie selbstverständlich man die Leistungen eines Unternehmens nutzt. Daneben spielt auch die Befriedigung von Präferenzen des Kunden eine Rolle – das muss zwar nicht zwingend zu höherer Identität führen, ohne geht es aber auch nicht. Eine Übereinstimmung der persönlichen Werte mit jenen des Unternehmens (z. B. Fairtrade, Umweltschutz, Gleichbehandlung ...) spielt auch eine grosse Rolle. Letztlich ist die soziale Norm ein wesentlicher Faktor für die Identität. Je stärker der soziale Druck ist, mit einem Unternehmen zu interagieren, desto identitätsstiftender wirkt das. Siehe das eingangs erwähnte



Supermarktketten sind immer unter den „Identitäts-Champions“ zu finden. Sie definieren sich schon lange über identitätsstiftende Markenauftritte.

FAZIT

Die sogenannte Brand Awareness – die Bekanntheit einer Marke – ist lediglich ein Schritt Richtung Identität. Sie sagt lediglich aus, wie stark eine Marke in den Köpfen der Menschen verankert ist. Das Identitätskonzept dagegen zielt sowohl auf die relationale als auch die emotionale Beziehung zu einer Marke ab.

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



1. Google Maps
2. Hofer
3. WhatsApp
4. Google
5. amazon.at
6. Spar
7. ÖBB
8. dm
9. ÖAMTC
10. ORF.at



1. Migros
2. Google
3. WhatsApp
4. Coop
5. SRF
6. SRF.ch
7. Die Post
8. Mobililar
9. 20 Minuten
10. IKEA.ch

Beispiel WhatsApp. Es „geht“ heute nicht mehr ohne. Und das in jedem – nicht nur dem privaten – Bereich: Private spielen ihre gesamte Kommunikation über WhatsApp, Lehrer bilden Lerngruppen darüber, Unternehmen nutzen die Kommunikations-App für ihr Recruiting. Wer es nicht verwendet, „gehört einfach nicht dazu“.

DIE STARKEN MARKEN

Das schweizerisch-österreichische Beratungsunternehmen Fehr Advice & Partners arbeitet nach wissenschaftlich basierten verhaltensökonomischen Grundsätzen. Es hat in den vergangenen Jahren sowohl für Österreich als auch für die Schweiz Identitätsindizes erstellt (die Top-Marken aus den beiden Ländern siehe Kästen).

Eine Erkenntnis der Untersuchung ist, dass viele Unternehmen ihre hohen Identitätswerte aus dem analogen Bereich nur schwer auch in ihre digitale Welt umsetzen können.

In den meisten Branchen wurde ein „Digital Gap“ beobachtet. Unternehmen haben in der digitalen Welt andere Startbedingungen als in der analogen Welt. Sogar unter Digital Natives gibt es Vorurteile bezüglich der Umsetzbarkeit von Identität im digitalen Raum. Sind diese Vorurteile letztlich überwunden, besteht laut Fehr Advice & Partners auch in der digitalen Welt ein sehr grosses Potenzial, identitätsstiftende Interaktionen erfolgreich meistern zu können – WhatsApp, Google und YouTube sind eindrucksvolle Beispiele dafür. ●

IM SPITZENFELD

Die Generali gehört zu den 100 nachhaltigsten Unternehmen der Welt.

Die Generali wird im „Global 100 Most Sustainable Corporations in the World Index“, der Rangliste der 100 nachhaltigsten Unternehmen der Welt, geführt. Bewertet wurden 7.395 börsennotierte Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 1 Mrd. US-Dollar. Diese Anerkennung unterstreicht die Nachhaltigkeitsbestrebungen von Generali, die ein integraler Bestandteil des strategischen Plans „Generali 2021“ sind. Bis zum Jahr 2021 ist das Ziel, 4,5 Mrd. Euro in grüne und nachhaltige Kapitalanlagen zu investieren und ein Wachstum von 7 bis 9 % der gebuchten Bruttoprämien bei grünen und sozialen Produkten zu erzielen. Darüber hinaus hat die Generali im September 2019 die erste grüne Anleihe des europäischen Versicherungssektors in Höhe von 750 Mio. Euro begeben. Zudem bezieht das Unternehmen 88 % der gesamten elektrischen Energie aus erneuerbaren Energien. ●

www.generali.at



Die Anerkennung unterstreicht den Nachhaltigkeitsanspruch der Generali.

WERBEOSCAR

Der aktuelle Imagefilm von Schindler gewinnt mehrere Preise in Cannes.

Der Schindler-Imagefilm „Flat World“ wurde beim Festival für Imagefilme in Cannes mehrfach ausgezeichnet. Er gewann die begehrten Dolphin Trophies in Gold in der Kategorie „Interne Kommunikation“ sowie in Silber in den Kategorien „Corporate Images Films“ und „Marketing Communication“. Ausserdem wurde der Film in der Kategorie „Black Dolphin for Production Arts & Crafts“ ausgezeichnet. Die Cannes Corporate Media & TV Awards zeichnen jedes Jahr die weltweit besten Unternehmensfilme, Online-Medienproduktionen und Dokumentarfilme aus. ●

www.schindler.com

GUTER ARBEITGEBER

ISS Facility Services Österreich ist „Best Recruiter“.

ISS Österreich erreichte im Rahmen der Best-Recruiters-Studie 2019/2020, der grössten Recruiting-Studie im deutschsprachigen Raum, zum 6. Mal in Folge den ersten Platz in der Kategorie Facility-/Security-Services. Bei der Best-Recruiters-Studie wird jährlich die Recruiting-Qualität von rund 1.300 Top-Arbeitgebern in Österreich, Deutschland und der Schweiz aus Bewerbersicht untersucht. In der diesjährigen Studie wurden die 500 mitarbeiter- und umsatzstärksten Unternehmen in Österreich anhand von rund 240 wissenschaftlichen Kriterien hinsichtlich der Employer-Branding-Aktivitäten und der Recruiting-Qualität analysiert und bewertet. Unter anderem werden Personalgewinnungsaktivitäten in den sozialen Netzwerken, Online-Stellenanzeigen, Umgang mit Bewerberinnen und Bewerbern sowie Feedback-Verhalten beurteilt. ●

www.at.issworld.com

Bei Emmi freut man sich über die gute Umsatzentwicklung.

AUF ERFOLGS-KURS

Emmi meldet gute Umsatzentwicklung.

Emmi erwirtschaftete 2019 einen Nettoumsatz von 3.494,0 Millionen CHF. Dies entspricht einem Plus von 1,1 % (Vorjahr: 3.457,4 Mio. CHF). Die organische Umsatzentwicklung liegt bei 2,2 %. Im zweiten Halbjahr ist der Umsatz organisch wesentlich stärker gewachsen als noch im ersten Halbjahr, insbesondere in den Divisionen Schweiz und Europa. Wachstumstreiber waren die strategischen Nischenmärkte wie italienische Dessertspezialitäten und Ziegenmilchprodukte, Emmi Caffè Latte und die Wachstumsmärkte Lateinamerika und Nordafrika. ●

<https://group.emmi.com>

HAPPY BIRTHDAY!

Das Magazin „More than Design“ ist 30.

Das internationale Lifestyle-Magazin „More than Design“ blickt auf 30 erfolgreiche Jahre zurück: Es wurden nicht nur 6.000 Seiten wissenswerter Content sowie 60 distinkte und gefeierte Cover produziert, sondern auch die Beziehungen zur internationalen Design-Community nachhaltig gestärkt. Heute hat das Magazin eine Community aus 276.000 designaffinen Menschen im DACH-Raum und einen erweiterten Leserkreis von 483.000 Leserinnen und Lesern. Daneben werden in den sozialen Netzwerken insgesamt 31.000 Facebook-Friends und 13.400 Instagram-Follower täglich mit den neuesten Inhalten versorgt. ●

www.morethandesign.at

BUSINESS IN KÜRZE

- **AUSZEICHNUNG.** Das MuTh – Konzertsaal der Wiener Sängerknaben – hat beim Kunstsponsorpreis „Maecenas“ 2019 in der Kategorie „Kunst & Kultur – erfolgreiches Engagement in Kooperation mit der Wirtschaft“ einen Anerkennungspreis erhalten.
- **PARTNERSCHAFT.** Die PALFINGER Gruppe erweitert ihr Geschäft in der Region Nordamerika mit einem neuen starken Partner: Falcon Equipment, einer der führenden Händler für Lifting Solutions in Westkanada, wird künftig das unabhängige Händlernetzwerk von Palfinger ergänzen.
- **KOOPERATION.** Die Swiss Automotive Group (SAG) und der deutsche Onlinehändler Autoteile Pöllath (ATP) werden unter der Führung der SAG zusammenarbeiten und ihre Kräfte bündeln.
- **VERANTWORTUNG.** Helvetia hat Anfang des Jahres die Prinzipien für verantwortliches Investieren (PRI) unterzeichnet. Die Investoreninitiative setzt sich für ein besseres Verständnis der Auswirkungen von Investitionsaktivitäten auf Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsthemen ein.
- **GUT FÜR FRAUEN.** Die Kommunikationsagentur und Unternehmensberatung bettertogether wurde als Wiens frauen- und familienfreundlichster Mittelbetrieb 2019 ausgezeichnet.

BRANCHEN-FÜHRER

Firmenich erreicht das EcoVadis Platin-Nachhaltigkeitsrating und rangiert damit unter den besten 1 %.

Firmenich, das weltgrößte private Parfüm- und Geschmacksunternehmen, hat von EcoVadis die höchste Platin-Bewertung für seine Umwelt- und Sozialleistungen erhalten und gehört damit zu den besten 1 % der insgesamt 60.000 bewerteten Unternehmen in 198 Branchen und 155 Ländern. EcoVadis bewertete die Nachhaltigkeitsrichtlinien, Initiativen und Ergebnisse von Firmenich anhand anerkannter internationaler Nachhaltigkeitsstandards, und zwar nach 21 Kriterien und vier Kategorien, die sich auf die Bereiche Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffungspraktiken beziehen. ●

www.firmenich.com

Welcome ON BOARD!

Wir begrüßen zwei Neuzugänge bei den Direktionsräten der HKSÖL.



Eva Maria Kubin ist Geschäftsführerin der Styria Content Creation GmbH & Co KG sowie der radio content austria gmbH, beides Unternehmen im (Mehrheits-)Eigentum der Styria Media Group, eines der grössten Verlagshäuser Österreichs. Kubin hat an der Donau-Universität Krems und der Karl-Franzens-Universität Graz studiert und an mehreren Fachhochschulen selbst gelehrt. Ihre beruflichen Wurzeln liegen im Journalismus, sie war vor der Management-Laufbahn 15 Jahre lang Print- und Radiojournalistin mit den Schwerpunkten Politik & Reportagen. ●



Christoph Obererlachner, MBA, hat an der Donau-Universität Krems und der Alpe-Adria-Universität Klagenfurt Finanzen studiert. Seit 1994 ist er bei Swiss Life Select bzw. deren Vorgängergesellschaft tätig. 1996 legte er die Prüfung zum gewerblichen Vermögensberater ab. Seit 2011 hat er die Geschäftsführung von Swiss Life Select inne. Seit 2014 ist er Chief Executive Officer, Swiss Life Select Österreich. ●

ZUKÜNFTIGE VERANSTALTUNGEN DER HKSÖL

27. April 2020

Top Talk „St.GallenBodenseeArea“, Graz (BDO)

8. Mai 2020

HKSÖL-Generalsammlung, Wien (Kontrollbank)

18. Juni 2020

Innovation Unplugged, Zürich

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

Neue Mitglieder der HKSÖL

ANIMA MENTIS FITNESS GMBH

Auerspergstrasse 6,
AT-1010 Wien
www.animamentis.com

G. ENGLMAYER ZOLL UND CONSULTING GMBH

Wiesenstrasse 81,
AT-4600 Wels
www.englmayer.at

HALTER BONBONS AG

Heinstrasse 18,
CH-8953 Dietikon
www.halter-bonbons.ch

HELVECOS AUSTRIA GMBH

Bach 13,
AT-3242 Texingtal
www.helvecos.eu

ITHALER CONSULT E.U.

Kalkleitenstrasse 26,
AT-8045 Graz
www.ithalerconsult.com

MAZARS GMBH

Am Heumarkt 10,
AT-1030 Wien
www.mazars.at

MCI MANAGEMENT CENTER INNSBRUCK

Universitätsstrasse 15,
AT-6020 Innsbruck
www.mci.edu

MÖRWALD HOLDING GMBH

Kleine Zeile 13-17,
AT-3483 Feuersbrunn
www.mörwald.at

NEOGATE SCHWEIZ AG

Landhusweg 6,
CH-8052 Zürich
www.neogate.ch

PROVERBI GMBH

Unterer Stadtplatz 11,
AT-6330 Kufstein
www.proverbi.at

SIGMUND HUTTER GMBH

Salzachstrasse 1,
AT-5026 Salzburg
www.eureda.at

STEIN UND PARTNER GMBH

Mariannengasse 10,
AT-1090 Wien
www.steinundpartner.com

SWISS LIFE SELECT ÖSTERREICH GMBH

Wiedener Hauptstrasse 120-124,
AT-1050 Wien
www.swisslife-select.at

SWISS MAIL SOLUTIONS GMBH

Ebnifeld 13,
CH-9523 Züberwangen
www.swissmailsoptions.com



NATUR ALS HOTELZIMMER

In der Ostschweiz und in Liechtenstein entstehen Hotelzimmer in der Natur, die weder Wände noch ein Dach haben.

Unter der Marke „Zero Real Estate“ haben sich die drei Gründer, die Konzeptkünstler Frank und Patrik Riklin und Hotelexperte Daniel Charbonnier, mit sechs Ostschweizer Regionen – Toggenburg, Heidiland, St. Gallen-Bodensee, Appenzellerland AR, Thurgau und Schaffhauserland – sowie Liechtenstein zusammengetan. Ab diesem Sommer setzen die Tourismusdestinationen je ein immobilienbefreites Hotelzimmer ohne Wände und Dach um und erklären die Ostschweiz und das Fürstentum Liechtenstein zum „Zero Real Estate“-Raum. Die Idee ist, dass jede Destination eine bestehende Ressource aus einem Hotel „herausreisst“ und an aussergewöhnlicher Lage als Hotelzimmer ohne Wände und Dach neu inszeniert. Damit soll die gesamte Region zu einer gemeinsamen Bühne und ein interkantonales (agro-)touristisches Selbstverständnis für die eigene Region gefördert werden, so die Initiatoren. ●

www.zerorealestate.ch

TOURISMUS IN KÜRZE

- **GASTFREUNDLICH.** Der Tourismus in Österreich erreichte im Vorjahr neue Höchstwerte bei Nächtigungen und Gästezahlen. Mit 152,64 Mio. Nächtigungen – einem Plus von 1,9 % – wurde erstmals die 150-Millionen-Marke überschritten.
- **PASSAGIERREKORD.** SWISS beförderte im Jahr 2019 die beeindruckende Zahl von 18.781.440 Passagieren. Das waren um 4,7 % mehr als im Jahr 2018. Insgesamt führte die SWISS 150.957 Flüge (+4,1 %) durch.
- **GESCHICHTE.** Liechtenstein blickt auf das Jubiläumsjahr „300 Jahre Fürstentum“ zurück. Nach ersten Hochrechnungen wurde eine lokale Wertschöpfung von rund 6 Mio. CHF ausgelöst.

RUNDUM ERNEUERT

Der Glacier Express fährt in frischem Jubiläumslook.

In der Schweiz präsentiert sich der Glacier Express zu seinem 90-jährigen Geburtstag in neuem Glanz. Die ersten renovierten Wagen der 1. und 2. Klasse nahmen den Betrieb auf. Sie lehnen sich in Design und Technik dem Vorbild der Excellence Class an, die seit der Einführung im März 2019 grossen Anklang findet. Umgebaut werden alle Wagen in den Werkstätten der Rhätischen Bahn und der Matterhorn Gotthard Bahn. Alle umzubauenden Panoramawagen erhalten ein modernes Interieur von NOSE Design Experience. Für die Ausstattung der Waggons werden edle Materialien verwendet – helle Eiche in der 2. Klasse, dunkler Nussbaum in der 1. Klasse. ●

www.glacierexpress.ch

PREMIERE

Die ITW Unternehmensgruppe investiert in erstes JUFA-Hotel in der Schweiz.

Die österreichischen JUFA-Hotels, die mehr als 60 Häuser in Österreich, Deutschland, Liechtenstein und Ungarn betreiben, stehen vor dem Markteintritt in der Schweiz. In der Bündner Bergdestination Savognin realisieren sie gemeinsam mit der ITW Unternehmensgruppe, die als Projektentwicklerin und Investorin auftritt, ein Viersternehotel mit 75 Zimmern und rund 200 Betten. ●

www.itw.li

Die Events

Veranstaltungen spielen eine grosse Rolle im Angebot der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein. Wir sprachen mit Sandra Fischer von der HKSÖL.



SANDRA FISCHER

ist in der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein für die Eventorganisation zuständig.

hub: Welche Rolle spielen die Events im Angebot der HKSÖL?

Sandra Fischer: Die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein veranstaltet pro Jahr rund 20 Events. Wir haben vier etablierte Eventformate, die wir regelmässig durchführen. Alle vier sind anders aufgebaut und verfolgen unterschiedliche Ziele. Wir bieten für unsere Veranstaltungen Kommunikationspartnerschaften an. Möchte ein Unternehmen nicht nur als Partner auftreten, sondern sich und seine Leistungen direkt bei der Zielgruppe vorstellen, bieten wir individuelles Eventmarketing an., sondern sich und seine Leistungen direkt bei der Zielgruppe vorstellen, bieten wir individuelles Eventmarketing an.

Wir sehen unsere Veranstaltungen als Möglichkeit des Zusammentreffens, Kennenlernens und Austauschs für jede Art und Grösse von Unternehmen. Unseren

Gästen möchten wir durch spannende Wirtschaftsthemen Denkanstösse geben, zum Diskutieren anregen und eine Inspirationsquelle bieten.

hub: Welchen Netzwerkeffekt haben die Events?

Fischer: Unsere Veranstaltungen bieten unseren Mitgliedern ausserdem die Möglichkeit, ihre Bekanntheit und ihr Image unter Geschäftsleuten in Österreich, der Schweiz oder Liechtenstein zu steigern sowie ihre Zielgruppe persönlich anzusprechen.

Das Networking spielt bei all unseren Veranstaltungen eine sehr grosse Rolle. Unser breites Netzwerk bietet eine optimale Gelegenheit für unsere Gäste, ihre potenziellen Partner oder Kunden anzusprechen und kennenzulernen. Durch unsere Veranstaltungen haben sich bereits erfolgreiche Geschäftsbeziehungen entwickelt, es sind langjährige Partnerschaften und innovative Ideen entstanden.

hub: Welche Formate gibt es?

Fischer: Unser grösstes Veranstaltungsformat ist die *Top Speakers Lounge*, die zweimal jährlich in Wien stattfindet und bei der wir im Schnitt 130 Gäste begrüssen. Sie zeichnet sich durch einen hochkarätigen Keynote-Speaker, eine anschliessende Podiumsdiskussion und den abschliessenden Apéro aus. Als Schwerpunktthemen werden aktuelle Wirtschaftsthemen gewählt – zu unseren letzten Themen gehörten z. B. „Die Neue Seidenstrasse“, „Future of Leadership“ oder „Smart Mobility“.

Ein ähnliches Format veranstalten wir auch zweimal jährlich in Zürich. Bei der

Innovation Unplugged regen ein Impulsvortrag und eine Podiumsdiskussion die TeilnehmerInnen zum Denken, Diskutieren und Netzwerken an. Dort befassten sich vergangene Veranstaltungen beispielsweise mit den Themen „The Future of Payment“ oder „Gamechanger Blockchain“. Im Vordergrund des *Friends 4 Friends* Raclette-Abends steht ausschliesslich das Netzwerken in entspannter Atmosphäre. Bei Schweizer Raclette und Wein ergeben sich unkomplizierte und hochklassige Gesprächsmöglichkeiten. Bei dieser exklusiven Veranstaltung achten wir besonders darauf, nur Top-Führungskräfte einzuladen.

Als Verein führen wir selbstverständlich auch jedes Jahr die Generalversammlung durch, welche üblicherweise Ende Mai/Anfang Juni stattfindet – abwechselnd in Österreich, in der Schweiz und in Liechtenstein. Im Anschluss an die offizielle Versammlung findet ein Vortrag mit Podiumsdiskussion statt, zu dem auch Nichtmitglieder eingeladen werden. Der abschliessende Stehlunch bietet ca. 100 Gästen Gelegenheit, sich auszutauschen.

hub: Was bringen die Events den Sponsoren?

Fischer: Unser hervorragend ausgebauten Netzwerk bietet unseren Sponsoren den optimalen Rahmen für die direkte Ansprache ihrer Zielgruppe. Vom Einladungsmanagement bis zur Nachbearbeitung wird unseren Sponsoren extensive Präsenz geboten. Darüber hinaus definieren wir gemeinsam die Zielgruppe, laden sie zur Veranstaltung ein und ermöglichen so den direkten Kontakt zu potenziellen Partnern und Kunden. ●

„IN 24 % DER ÖSTERREICHISCHEN UNTERNEHMEN ARBEITET DIE MEHRHEIT BEREITS OHNE KERNZEIT.“



Der Trend zum flexiblen Arbeiten ist in den heimischen Unternehmen angekommen.

TREND zu flexiblen Arbeiten

Homeoffice und flexible Arbeitszeitmodelle sind in Österreich und der Schweiz auf dem Vormarsch.

Fixe Kernzeiten verlieren in österreichischen Unternehmen zunehmend an Bedeutung. Flexible Angebote wie Homeoffice werden immer gängiger. Das ergibt eine neue Studie von Deloitte Österreich, Universität Wien und Universität Graz. Die physische Anwesenheit wird allerdings in den meisten heimischen Unternehmen nach wie vor grossgeschrieben. Freiraum und Autonomie durch flexibles Arbeiten gehen auch oft durch hohe Erwartungen an Erreichbarkeit sowie fehlende Grenzen zwischen Beruf und Privatleben verloren. Klare Spielregeln können bei der erfolgreichen Etablierung von flexiblem Arbeiten helfen.

KERNARBEITSZEIT WIRD UNWICHTIGER

Laut der Studie verlieren Kernarbeitszeiten immer mehr an Bedeutung. Vor zwei Jahren haben noch fast zwei Drittel der Unternehmen auf Gleitzeit mit Kernzeit gesetzt, das nimmt stark ab. Die Nutzung von Heimarbeit nimmt stark zu. Sie

hat sich in den letzten zwei Jahren mehr als verdoppelt. Laut 86 % der Befragten wird das Angebot von einem beträchtlichen Anteil der Mitarbeiter tatsächlich in Anspruch genommen. 2017 gaben das nur 42 % an.

Neben der physischen Anwesenheit spielt auch die ständige Erreichbarkeit für viele Unternehmen nach wie vor eine grosse Rolle. Gerade von Führungskräften erwarten 65 % der Befragten, dass sie auch in ihrer Freizeit erreichbar sind. Von Mitarbeitern wird das von einem Viertel der Unternehmen eingefordert. Hier sind Spielregeln und ein Thematisieren von Erwartungen an Nichterreichbarkeit wichtig, um ein „Abschalten“ in der Freizeit zu ermöglichen.

Generell senden die befragten Unternehmen in puncto flexibles Arbeiten widersprüchliche Signale. Zum einen geben 75 % an, ihren Mitarbeitern zu vertrauen. Zum anderen setzen 39 % der Unternehmen in diesem Zusammenhang auf zusätzliche Kontrollmechanismen.

12 STUNDEN ODER 30 STUNDEN?

Die steigende Flexibilisierung spiegelt sich auch in dem knappen Drittel der heimischen Unternehmen wider, welche von der Möglichkeit des 12-Stunden-Tages in der Gleitzeit Gebrauch machen. Im Gegensatz dazu ist die medial sehr präsente 30-Stunden-Woche in heimischen Unternehmen sehr selten.

AUCH SCHWEIZ ARBEITET MOBIL

Das mobile Arbeiten setzt sich mehr und mehr durch: Ebenfalls gemäss einer Studie von Deloitte arbeiteten bereits im Jahr 2016 ganze 28 % der Schweizer mindestens einen halben Tag pro Woche von zu Hause aus. Von den 72 % der Befragten, die noch nicht im Homeoffice tätig sind, möchten 29 % diese Möglichkeit gerne nutzen. Von den 28 %, die bereits mindestens einen halben Tag pro Woche von zu Hause arbeiten, möchten 85 % daran festhalten oder es sogar noch ausbauen. ●

www.deloitte.com



Gastgeberin Irene Kiefer (Schustermann & Borenstein) und Heinz Felsner, Präsident der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein, begrüßten die Gäste gemeinsam.

Netzwerk und **MODE**

Am 17.2. versammelten sich über 100 geladene Gäste zum HKSÖL-Friends 4 Friends in Vösendorf bei Wien.

Das Event fand im exklusiven Store von Best Secret – Schustermann & Borenstein statt. Für das leibliche Wohl sorgte einerseits der Caterer any.act. Andererseits durfte auch der – bei den Friends 4 Friends schon traditionelle – Schweizer Käse nicht fehlen. Er wurde von Emmi Österreich zur Verfügung gestellt. Weiters ermöglichten Treufin Reuter AG sowie Lindt & Sprüngli als Sponsoren das hochkarätige Event. Den musikalischen Rahmen bot die Saxolady Daniela Krammer.

UNGEZWUNGEN

110 geladene Gäste waren erschienen. Sie wurden vom HKSÖL-Präsidenten Heinz Felsner und Dr. Irene Kiefer begrüßt. Die Gäste waren nicht nur von der Gelegenheit zum ungezwungenen Netzwerken begeistert. Sie schätzten auch den Rahmen dieses Friends 4 Friends. Der eine oder andere nahm sich auch Zeit, ein wenig durch das grosse Angebot an Markenkleidung zu

stöbern, das im Verkaufsraum anschaulich präsentiert war.

Nach einem anregenden und gemütlichen Abend machten die Gäste sich um viele neue Anregungen reicher auf den Heimweg. ●



HKSÖL-Generalsekretär Urs Weber war zufrieden mit dem Erfolg der Veranstaltung.



Die Saxolady sorgte für den musikalischen Rahmen.

Auch Andreas Schökel, VAMED Management und Service GmbH, war unter den Gästen.



Bestens gelaunt präsentierte sich Alessandra Jansky-Omat (Leitbetriebe Austria).



Unter anderem unterhielt sich Joanne Hunger (Western Union) gut im entspannten Ambiente des Friends 4 Friends.



Oliver Reuter von Treufin Reuter AG, einem der Partner des Events.

Das Buffet liess keine Wünsche offen. Die Gäste waren begeistert.



Beim Friends 4 Friends wurde auch Regine Meyer zu Starten, die neue Geschäftsführerin des Wiener Best Secret – Schustermann & Borenstein-Shops, vorgestellt.

Grenzüberschreitender AUSTAUSCH

Am Dienstag, 3. März 2020, fand der 20. Friends 4 Friends Netzwerk-Abend in Vaduz, Liechtenstein, statt.



HKSÖL-Generalsekretär Urs Weber (3. v. l.) und HKSÖL-Präsident Heinz Felsner (2. v. r.) im Kreis der Sponsoren: Stephan Tanner (LGT Bank AG, l.), Angelika Moosleithner (First Advisory Group, 2. v. l.), Jutta Rinderer (People's Air Group, 3. v. r.) und HKSÖL-Vizepräsident Markus T. Schweizer



HKSÖL-Vizepräsident Markus T. Schweizer (l.) und Martin Schneider (Brainforce AG)

Marc Freuler (LGT Bank AG) und Jutta Rinderer (People's Air Group, r.)



Eine ausgezeichnete Gelegenheit zum Networking boten die modernen Räumlichkeiten der First Advisory Group in Vaduz. Neben dem Gastgeber First Advisory Group unterstützten die LGT, die People's Air Group sowie Drees & Sommer das exklusive Event.

GRENZÜBERSCHREITENDE KULINARIK

Im Sinne der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit wurden feinste Speisen aus der schweizerischen, österreichischen und liechtensteinischen Küche aufgetragen. Dazu konnten die Gäste aus den unterschiedlichsten Weinsorten wählen.

GUTER BESUCH

An die 50 Gäste aus Geschäftsführung und gehobenem Management hatten der Einladung Folge geleistet. Sie wurden von der Gastgeberin Angelika Moosleithner, Member oft the Group Board First Advisory Group und Vizepräsidentin der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein, und dem HKSÖL-Präsidenten Heinz Felsner begrüsst. In bester Laune nutzten die Besucher ausgiebig die Gelegenheit, sich in gemütlicher Atmosphäre auszutauschen. ●



Stefan Homeister (Stefan Homeister Leadership GmbH, I.) und Gerhard Frei (Emmi Österreich GmbH)



V. l. n. r.: Daniel Meier (MeGa Solutions), Michael Moosleithner (net-value GmbH) und Gazmend Meziu (Sauter Security AG)



Die Räumlichkeiten der First Advisory Group – hier bei der Begrüßung durch Gastgeberin Angelika Moosleithner – boten einen exklusiven Rahmen für das Netzwerk-Event.



Franz Moosleithner (Topolino Est., I.) und Markus Gruber (DocuMatrix)

Gingen gut gelaunt durch den Abend: Brigitte Egli (Jufa Hotels AG) und Bruno Weishaupt (Weishaupt AG)



PRÄSIDIUM



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

Vizepräsident
Mag. Gerhard FREI
Geschäftsführer Emmi Österreich GmbH, Nüziders

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

DIREKTIONSRAT



Mag. Franz BERGER
CFO Ivoclar Vivadent AG, Schaan

Sonja BUOZ-LAMATSCH
General Manager Austria & VP Central and Eastern Europe, AVIAREPS Ges.m.b.H, Wien

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

Roman BÜHLER
Mitbegründer und Board Innovator bei Sherpany, Zürich

Bernhard FÄH,
Senior Private Banker, Privatbank IHAG Zürich AG, Zürich

Thomas FÖRST
Head of Global Network Switzerland und Airticket Enterprise, Zürich

Dr. Burkhard GANTENBEIN
Geschäftsführer Ango Invest GmbH, Wien

Kammerrat Dr. René A. HAIDEN
Präsident Grenzlandverein, Wien

Brigitta HÄRTL-WAGNER
Direktorin Residenz Josefstadt GmbH, Wien

Thorsten HEILING
Geschäftsführer Österreich, Vitra Ges.m.b.H., Wien



Joanne HUNGER,
Director Central Europe and Ireland Western Union Business Solutions, Wien

Hans-Peter JUCKER
Geschäftsführer Juwelier Bucherer, Wien

Dr. Nikolaus KAWKA
Geschäftsführer Zühlke Engineering, Wien

Dr. Irene KIEFER
Head of Priority Service Schustermann & Borenstein GmbH, München

Thomas KISTLER
Senior Vice President, EFG Bank AG, Zürich

Walter KRAHL
Geschäftsführer Rueda Reisen und Airticket Österreich, Wien

Eva Maria KUBIN, MA
Geschäftsführerin Styria Content Creation GmbH & Co KG, Wien/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, Wien

Mag. Thomas NEUSIEDLER
CEO Helvetia Versicherungen AG, Wien

Christoph OBERERLACHER,
MBA
CEO Swiss Life Select Österreich GmbH, Wien

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

Michael PÉREZ
Partner Prettenhofer Raimann Pérez Rechtsanwalts-partnerschaft, Wien

DI Herbert POCK
Geschäftsführer BDO Consulting GmbH, Graz

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

Ing. Mag. Daniel REISENBERGER
Geschäftsführer Schindler Aufzüge und Fahrtreppen GmbH, Wien

Christian RENK
Country Manager SIX Payment Services (Europe) S.A., Zweigniederlassung Österreich, Wien



Mag. Alexander RICHARD
Geschäftsführer COLUMBUS Business Travel GmbH

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

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

Michael SKALA,
CEO Straight Investment Group AG, Zürich

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

Ing. Karl-Heinz STRAUSS
Vorstandsvorsitzender PORR AG, Wien

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

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

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

Dr. iur. Klaus TSCHÜTSCHER
Verwaltungsrat SwissLife International Service AG, Winterthur



Dr. Matthias WECHNER
Geschäftsführer, Adomo Beteiligungs GmbH

Dr. Georg WOLF-SCHÖNACH
Vorstandsvorsitzender Bankhaus Krentschker, Graz

Hermann WONNEBAUER
Vorstandsvorsitzender Zürcher Kantonalbank Österreich AG, Salzburg

Martin ZEHNDER,
COO Palfinger AG, Bergheim



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:

SALZBURGER LANDESHYPOTHEKENBANK AG

Die Salzburger Landeshypothekenbank AG ist als Repräsentanz der HKSÖL in Salzburg vertreten. Tradition ist ein bedeutungsvoller Teil der Bankgeschichte, und alle Aktivitäten der HYPO Salzburg sind zukunftsweisend sowie langfristig wertorientiert ausgelegt. Vertrauen, Sicherheit, Nachhaltigkeit und Verantwortungsbewusstsein prägen seit mehr als 100 Jahren das Leitbild der HYPO Salzburg. Durch die Zugehörigkeit zur RLB Oberösterreich wird Stabilität garantiert.

Kontakt: Salzburger Landeshypothekenbank AG
Petersbrunnstraße 3, AT-5020 Salzburg
Mag. Hubert Garnitschnig, Tel. +43 662 8046 63400
hubert.garnitschnig@hyposalzburg.at

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

Sandra FISCHER
Kommunikation &
Veranstaltungen,
Wien

**Beratende
Funktion**



Ingrid WALLNER
Office Management
Finanz- und
Rechnungswesen,
Wien

Martin BRÄUER M.A.
Teamassistentz,
Wien

Rudolf SEMRAD
Senior Advisor
der HKSÖL

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 11 11

Vorarlberg

BTV BANK FÜR TIROL UND VORARLBERG AG

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

Liechtenstein

WIRTSCHAFTSKAMMER LIECHTENSTEIN

Zollstrasse 23,
FL-9494 Schaan
Tel. +423 237 77 88

Salzburg

SALZBURGER LANDES- HYPOTHEKENBANK AG

Petersbrunnstraße 3,
AT-5020 Salzburg
+43 662 8046 63400

Steiermark

BANKHAUS KRENTSCHKER & CO.AG

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

Tirol

BTV – BANK FÜR TIROL UND VORARLBERG AG

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

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, Dr. Thomas Dünser, Dr. Martin Eckert, DI Cornelia Kühnas, Themenplattform Digitalisierung **COVERFOTO:** TRIMETIS AG **ANZEIGENBERATUNG:** Jacqueline Putzinger, Tel.: +43/676/871 970 887, jacqueline.putzinger@styria.com **KONZEPT:** Rosi Horvath **ART-DIREKTION/GRAFIK:** Joanna Jagiello **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.

Vier Länder eine Kraft

Eine Bank für die Zukunft: grenzüberschreitend aktiv.

Überregional denken, regional handeln: Wir bewegen uns in einem starken Wirtschaftsraum voller Möglichkeiten. Mit der Kompetenz fürs große Ganze, aber auch für die kleinsten Details. Vier Länder, eine Bank.