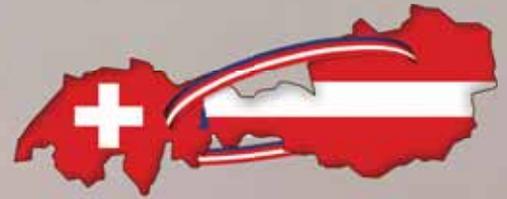


hub

DAS MAGAZIN DER HANDELSKAMMER
Schweiz ■ Österreich ■ Liechtenstein

Ausgabe 03/17 | September 2017



HANDELSKAMMER
Schweiz ■ Österreich ■ Liechtenstein

FINANZMARKT & LIECHTENSTEIN

Die Generalversammlung
der HKSÖL im Zeichen
des Finanzplatzes. S. 27

ES MUSS NUR FUNKTIONIEREN

Die Möglichkeiten
durch Blockchain. S. 32

LUXUS GEHT UNTER DIE HAUT

Edle Kosmetik verwöhnt
auch die Seele. S. 12

KONZEPT
mit Tradition
und langer
Geschichte
S. 8



Wenn Sie Ihr Sparbuch hinreichend deprimiert hat:

BalanceOne®

Die engagierte Anlagestrategie für Ihr Vermögen.

Es gibt eine Alternative zu chronisch niedrigen Zinsen: Mit **BalanceOne®** haben wir für unsere Anleger eine lebendige Strategie entwickelt, die sich antizyklisch verhält und durch ständiges Rebalancing werterhaltend arbeitet. Vermögen aktiv verwalten – bei völliger Transparenz unserer Kosten.



BANKHAUS
KRENTSCHKER

Gutes Geld. Seit Generationen.

[krentschker.at](https://www.krentschker.at)

INHALT

EDITORIAL

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

AKTUELL

6 News in Kürze

COVER

8 Im Gespräch – Irene Kiefer, Schustermann & Borenstein

SCHWERPUNKT LUXUS

- 12** Luxus geht unter die Haut
- 13** The Big 100
- 14** Luxus zum Genießen
- 15** Edle Tropfen

TOURISMUS

16 News aus der Branche

VERHALTENSÖKONOMIE

18 Weibliche Vorbilder steigern Lust auf Wettbewerb

FINANZEN

27 Der Finanzplatz Liechtenstein

INTERN

- 28** HKSÖL-Generalversammlung
- 30** Out of the Box: Sibiu
- 31** Friends 4 Friends in Wien
- 32** Top Speakers Lounge Winterthur

STANDARDS

- 26** Business People
- 23** Neue HKSÖL-Mitglieder
- 34** Präsidium und Direktionsrat der HKSÖL
- 35** Termine/Impressum



Irene Kiefer ist Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Schustermann & Borenstein.

FOTOS: LINDT & SPRÜNGLI, SCHUSTERMANN & BORENSTEIN, GETTY, HKSÖL

GUT FÜR SIE. GUT FÜR IHR GESCHÄFT.

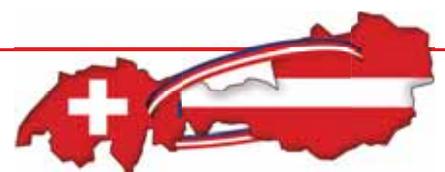
Unser Ziel ist messbare Wertschöpfung für unsere Mitglieder!

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

eine Definition, was denn eigentlich Luxus sei, meint damit alle sehr teuren Dinge, die man nicht zum Leben braucht und die nur zum Vergnügen gekauft werden.

Darin sind die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte nicht berücksichtigt, die zusätzlich zum schnellen Auto oder der Designertasche heute den Begriff von Luxus mit Zeit und Gesundheit erweitern. Ebenso gibt es den Trend, den Besitz der Dinge durch ihren Gebrauch zu ersetzen – ohne Abstriche bei der Qualität des benutzten Produkts oder der Dienstleistung! Der Komfort des Nutzers und oft geringere Kosten werden diese Entwicklung weiterhin bestimmen.

Was definiert Luxus – was gibt Produkten und Dienstleistungen dieses Alleinstellungsmerkmal? Beispiele dafür sind Design, Funktionen, Präzision, Herstellungsqualität, Lebensdauer, Geschmack, Geruch, Vielseitigkeit der Anwendung, Erfüllung des Sicherheitsbedürfnisses oder Ermöglichung eines bestimmten Lebensstils – und damit auch die Demonstration desselben nach aussen. Kein Zweifel kann bestehen, dass diese rational nachvollziehbaren Kriterien nicht alleine die Kaufentscheidungen bewirken ...

In den Ländern unserer Kammer finden wir eine Vielzahl von Unternehmen, die höchst erfolgreich im Markt des Luxus mit Produkten und Dienstleistungen tätig sind. Gesamte Branchen mit grossen, weltweit geschätzten Marken gestalten den Erfolg ebenso wie zahlreiche mittlere und kleine Unternehmen. Ihnen allen ist gemeinsam, dass sie nicht nur die Bedürfnisse ihrer Kunden frühzeitig erkennen und sie erfüllen, sondern auch durch ständige innovative Veränderung ihres Angebots neue Bedürfnisse wecken.

Geniessen Sie den Luxus entsprechend Ihrer persönlichen Kriterien, nach dem Motto: Luxus liegt im Auge des Betrachters!

**Mit den Wünschen für eine dazu anregende Lektüre
und herzlichen Grüssen**

Heinz Felsner

Urs Weber,
Generalsekretär HKSÖL



DER NEUE LUXUS-MARKT

Die Schweiz gehört zu den wichtigsten Herkunftsländern in Bezug auf Luxusmarken. Der Erfolg dafür liegt in der Kompetenz, die Distanz zwischen Massenware und Luxus zu wahren und gleichzeitig die damit entstandene Erhabenheit zu vermarkten. Der Geschäftssinn für Luxusmarken hat sich weiterentwickelt, das uralte Verständnis für Qualitätskontrolle und Finesse ist geblieben.

Trotz permanentem Druck der Investoren sind Schweizer Luxusmarken-Manager nicht ausschliesslich vom Wachstum getrieben. Das Paradoxon in diesem Geschäft ist, dass eine Wachstumsdelle nicht unbedingt Indikator für ein Scheitern ist. Andere Faktoren gewinnen an Bedeutung – zumindest in der westlichen Welt, die bereits „langjährige Luxuserfahrung“ hat: Qualitativ hochwertige Produkte, Unikate und exklusive Services zeigen eine neue, postmaterielle Seite des Luxus, während Glanz und Glamour in den Hintergrund rücken. Luxus ist nicht mehr der reine Besitz von Dingen, sondern das individuelle Erlebnis und die Zeit dafür. „Weg von der Edel-Limousine und dem Fünfsternehotel, hin zum handgefertigten Fahrrad und dem Tag mit der Familie“, resümiert das Gottlieb Duttweiler Institut. Besonders das Luxusgut Zeit wird heute in vielen Branchen zelebriert – mit einem Quiet Room im stark frequentierten Kaufhaus Selfridges, „Electronic Detox“ auf der Alm oder den zahlreichen Slow-Food-Angeboten in Grossstädten.

Die Kombination der Luxusschwerpunkte saturierter Märkte gemischt mit den Wünschen der – pardon – „Neureichen“ (Stichwort China) ermöglichen es unseren drei Ländern, in verschiedensten Luxussegmenten erfolgreich zu sein: Uhren genauso wie Lebensmittel, Bankdienstleistungen oder Urlaube.

Gelingt es uns, unseren Sinn für Qualität und Exklusivität mit einer langfristigen Strategie, ohne allzu engen Fokus auf ein einzelnes Jahresergebnis, zu verbinden, wird Luxus auch in Zukunft einen soliden, schönen Beitrag in unseren Volkswirtschaften leisten.

Herzlich, Ihr

Urs Weber



People's Viennialine

Die clevere Alternative – fly business, fly People's

Das Gute liegt bekanntlich so nah! Wussten Sie,

- dass People's Viennialine bis zu 4 Mal täglich St. Gallen–Altenrhein mit Wien verbindet?
- dass wir zu idealen Zeiten abfliegen?
- dass unser Vielfliegerangebot zahlreiche Vorteile und Zusatzleistungen mit sich bringt?
- dass der Flughafen St. Gallen–Altenrhein die kürzesten Check-in Zeiten und Wege hat?
- dass das Reisen bei uns mit günstigen Parkmöglichkeiten und persönlichem Service einfach, unkompliziert und zu einem einzigartigen Erlebnis gemacht wird?

People's Viennialine fliegt Sie bis zu 4 Mal täglich von St. Gallen–Altenrhein nach Wien und retour, in weniger als einer Stunde. Sie wollen Business Class Service? Die Fluglinie fliegt Sie mit modernsten Regionaljets Embraer170 mit je 76 Sitzplätzen und grosszügigem Komfort zu Ihrer Wunschdestination.

Fluggäste im Geschäftsreisebereich und Vielflieger sind für uns Kunden, an denen wir uns gerne messen – womit wir bei Ihnen wären. Probieren Sie uns aus – Ihr Schnupperflug wartet auf Sie!

Sie kennen unser Produkt bereits und sind geschäftlich häufig in Wien oder in der Bodenseeregion? Dann lernen Sie unser Vielflieger-Angebot mit den zahlreichen Zusatzleistungen kennen und kontaktieren Sie unser Sales Team:

sales@peoples.ch | [Jutta Rinderer, T. +43 699 112 117 44](tel:+4369911211744) | [Francesca Trenti, T. +41 79 624 33 59](tel:+41796243359)



Über den Flughafen St. Gallen–Altenrhein

Der Flughafen hat alles, was seine grossen Brüder auch haben: angefangen bei den nötigen Sicherheitsvorkehrungen bis hin zu umfassenden Service-Einrichtungen. Dabei garantieren gerade die vergleichsweise bescheidenen Dimensionen höchste Qualität für den privaten und gewerblichen Flugbetrieb. Über 100'000 Passagiere nutzen jährlich den Flughafen am Bodensee, mit den kürzesten Check-in Zeiten der Schweiz. Eigentümer und CEO des Flughafens ist der Vorarlberger Markus Kopf.

Über die People's Viennialine

Die Fluglinie mit Hauptsitz in Wien am Flughafen wurde im Oktober 2010 gegründet. Sie verbindet seit dem 28. März 2011 die Bodenseeregion mit der österreichischen Bundeshauptstadt Wien mit zwei Embraer170, je 76 Sitzplätze. Geflogen wird 4 Mal täglich zwischen Wien und Altenrhein. Zusätzlich bietet die Fluglinie ab Altenrhein und Wien diverse Charterflüge zu attraktiven Urlaubsdestinationen an. Diese werden in Kooperation mit regionalen Reiserveranstaltern durchgeführt. Eigentümer und CEO der Fluggesellschaft ist der Vorarlberger Markus Kopf.

PEOPLE^S
VIENNALINE | BUSINESSAIRPORT
ST.GALLEN-ALTENRHEIN

www.peoples.ch



Der öffentliche Haushalt des Landes ist einer der Gründe für die Top-Bewertung von Liechtenstein.

LIECHTENSTEIN ERHÄLT BEST-NOTE

Die Bewertungsagentur Standard & Poor's hat Liechtenstein die Bestnote AAA verliehen.

Mit der Note AAA mit stabilem Ausblick bestätigt Standard & Poor's das bisherige Länder-rating von Liechtenstein. Die Bewertung basiert auf der positiven Entwicklung in der Landesrechnung sowie der guten Vermögenslage der öffentlichen Haushalte. Hervorgehoben wird die starke Wirtschaft Liechtensteins, welche im Vergleich zu anderen Kleinstaaten breit abgestützt ist. Ausserdem werden internationale Regulierungsanforderungen im Bereich des Finanzplatzes aktiv umgesetzt. Liechtenstein ist (wie auch die Schweiz) unter zwölf Ländern, die über das Höchst-rating von Standard & Poor's verfügen. Österreich hat „nur“ AA+. ●

www.finance.li

EXPORTNATION SCHWEIZ

Die Schweiz bricht in diesem Jahr alle Export-Rekorde.

Die Schweiz hat innerhalb eines halben Jahres Produkte für 109,6 Milliarden Franken ins Ausland verkauft – ein neuer Rekord. Die Unternehmen profitieren dabei vom starken Wachstum in Deutschland, den USA und in China. Aber auch die EU erholt sich – das umliegende Europa bleibt weiterhin der mit Abstand wichtigste Absatzmarkt. China, mit dem seit drei Jahren das Freihandelsabkommen in Kraft ist, gewinnt immer grössere Bedeutung. China kaufte im letzten Halbjahr mit einem Plus von 22,4 % über ein Fünftel mehr in der Schweiz ein – die Exporte in die zweitgrösste Volkswirtschaft der Welt schnellten somit auf einen Höchststand von 5,8 Milliarden Franken. ●

www.economiesuisse.ch

ÖSTERREICHS AUSSENHANDEL LEGT KRÄFTIG ZU

In den ersten vier Monaten verzeichnete Österreich beim Import und Export ein starkes Plus gegenüber dem Vorjahr.

In den ersten vier Monaten legten die Einfuhren im Jahresabstand um 8,0 % zu und die Ausfuhren stiegen um 7,4 %. Im ersten Trimester des Jahres erhöhten sich die heimischen Importe sowohl unbereinigt als auch arbeitstäglich bereinigt um 8,0 % auf 48,5 Milliarden Euro. Die Exporte des Landes legten nominell um 7,4 % auf 46,8 Milliarden Euro zu, das entspricht arbeitstäglich bereinigt einem Anstieg von stolzen 7,6 % im Jahresabstand. ●

www.ots.at

AKTUELL IN KÜRZE

◆ **EINZELHANDEL FLORIERT.** Im ersten Halbjahr 2017 haben die Umsätze im Vorarlberger Einzelhandel um 3,3 % zugenommen, real liegt das Plus bei 2,2 %. Der stationäre Einzelhandelsumsatz in der ersten Jahreshälfte 2017 lag bei rund 1,3 Milliarden Euro (netto, exkl. USt) bzw. rund 1,5 Milliarden Euro (brutto, inkl. USt).

◆ **ENERGIE.** Der Gesamtenergieverbrauch in Liechtenstein 2016 sank im Vergleich zum Vorjahr um 2,9 %. Der Pro-Kopf-Verbrauch der Einwohner ging im selben Zeitraum um 1,1 Megawattstunden auf 31,8 Megawattstunden zurück.

◆ **WOHLSTAND.** Österreich liegt, was den Wohlstand betrifft, auf Rang 4 unter 162 untersuchten Ländern. Die Studie führte die Unternehmensberatung Boston Consulting Group (BCG) durch.

◆ **WIRTSCHAFT.** Die Schweizer Wirtschaft wird im laufenden Jahr an Dynamik gewinnen. Economiesuisse rechnet mit einem BIP-Wachstum von 1,7 %, die Schweizerische Nationalbank mit einem Plus von 1,5 %, das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) mit 1,4 %.

ÖSTERREICHS WIRTSCHAFT WÄCHST

Die US-Ratingagentur Fitch bewertet Österreichs Bonität weiterhin mit der Note AA+.

Fitch geht davon aus, dass Österreichs Wirtschaftsleistung heuer um 2,4 % steigen wird. Ein solides Beschäftigungswachstum und die Effekte der Steuerreform von 2016 würden den privaten Konsum ankurbeln. Für das kommende Jahr erwartet Fitch eine Verlangsamung des Wirtschaftswachstums auf 2 % und 2019 auf 1,7 %, weil ein Anstieg der Inflation die Konsumausgaben und Investitionen dämpfen werde. Die Ratingagentur rechnet damit, dass Österreichs Budgetdefizit von 1,6 % des BIP im Vorjahr auf heuer 0,9 % sinken wird. ◆

www.fitchratings.com

CASINO FÜR LIECHTENSTEIN

Liechtenstein erhält nach mehr als 170 Jahren wieder ein Casino.

Seit 1846 gab es in Liechtenstein kein Casino mehr. Das änderte sich Anfang August, als die Novomatic-Tochter Casino Admiral ein Casino in Ruggell eröffnete. Eine entsprechende Bewilligung ist nach einer mehrjährigen Planungs- und Umsetzungsphase am Montag vom Amt für Volkswirtschaft erteilt worden. Das neue Casino, in dem 45 Mitarbeiter beschäftigt sind, befindet sich im Kokon Center in Ruggell. Der Eintritt ist kostenlos, die Kleiderordnung leger. ◆

<http://casinoadmiral.li/>



Der Eintritt in das neue Casino ist kostenlos.



DerGesamtanbieter.at



EXKLUSIVE Kreise

Schustermann & Borenstein umgibt ein wenig der Nimbus des Geheimnisvollen. Designermode und beschränkter Zutritt zu den Stores versprechen exklusive Einkaufserlebnisse.



SCHUSTERMANN & BORENSTEIN

wird bereits in dritter Generation als Familienunternehmen geführt. Das Unternehmen bietet einem ausgewählten Kundenkreis erstklassige Designermode zu Sonderkonditionen. Es hat Shops in München und seit 2014 auch in Vösendorf bei Wien. Online vertreibt es Designer-Fashion unter „Best Secret“.

Der Name Schustermann & Borenstein steht für Mode aus den Werkstätten der besten Designer, absolut diskrete Verkaufsräumlichkeiten abseits der Stadtzentren – und strenge Zugangsbeschränkungen für einen exklusiven Kundenkreis, der sich oft lange um die heiss begehrte Mitgliedskarte bemüht bzw. sie nur durch die Fürsprache geschätzter Kunden erhalten hat.

BEGEHRlichkeiten WECKEN

Allein das weckt schon Begehrlichkeiten. Noch dazu erhält man hochwertige Mode zu konkurrenzlos günstigen Preisen. (Wie viel genau bezahlt wird, weiss man nicht. Schliesslich gehört es zu den Spielregeln des Unternehmens, dass Kunden sich verpflichten, darüber Stillschweigen zu bewahren.)

Und das alles – so berichten jene, die schon Zugang zu den begehrten Shops von Schustermann & Borenstein hatten – in einem Ambiente, das dem gehobenen Einzelhandel entspricht. Denn eines, so erklärt Irene Kiefer, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Schustermann & Borenstein, ist man sicher nicht: ein Outletcenter. „S&B verkauft nur Originalkollektionen und das Sortiment ist durchsortiert. D.h. alle Bekleidungsstücke in allen Grössen.“

Obwohl man bei Schustermann & Boren-

stein die Presse nur selten mit Informationen versorgt, machte Irene Kiefer für hub eine Ausnahme und erzählte über das innovative Konzept des Unternehmens, das – entgegen dem, was man vermuten würde – nicht in den Köpfen besonders kreativer Marketinggurus entstanden, sondern im Lauf der Jahre gewachsen ist.

hub: Frau Kiefer, wie ist das Konzept der Shops von Schustermann & Borenstein entstanden?

Irene Kiefer: Das hat sich über die Jahre entwickelt. Der Grossvater des jetzigen Geschäftsführers Daniel Schustermann hat bereits 1924 den Handel mit Meterware begonnen. Als nach dem Zweiten Weltkrieg die Konfektionsindustrie das Schneiderhandwerk in den Hintergrund drängte, nahmen Emil Schustermann und Benno Borenstein den Handel mit hochwertiger Bekleidung auf. Das Unternehmen erledigte – man hatte das Know-how und die erforderlichen Lizenzen – für namhafte Erzeuger den Export in den Ostblock und arabischen Raum. Überhänge wurden zu besonders günstigen Preisen an die eigenen Mitarbeiter abgegeben. Später kam der Personalverkauf für die Hausbank dazu. Im Lauf der Zeit ermöglichte man immer mehr Unternehmen, auch ihren Mitarbeitern den Einkaufsvorteil anzubieten. Der Grundstein für das heutige Firmen-Netzwerk war gelegt. Wir haben – wie

Nur wer eine der begehrten
Kundenkarten oder eine
Einladung eines Kunden hat,
erhält Zugang zu
den Shops.





„VIELE ZUFRIEDENE KUNDEN SIND UNSERE ‚MARKEN-BOTSCHAFTER‘.“

Irene Kiefer, Schustermann & Borenstein

Sie sehen – immer schon einen geschlossenen Kundenkreis bedient.

hub: Wie kam es zu dem bis heute gepflegten Kartensystem von Schustermann & Borenstein?

Kiefer: Die Idee dafür entstand aus der Entwicklung heraus. Unser Kundestamm ist durch eine Art Schneeballsystem entstanden. Neue Kunden waren Freunde bestehender Kunden. Dieses System pflegen wir bis heute.

Unsere Kunden können Freunde mitbringen oder Tagesvollmachten ausstellen. Wenn dann jemand eine Karte beantragt, sehen wir uns das genau an: Kennt der Kunde uns? Hatte er schon

einmal eine Tagesvollmacht? Wurde er empfohlen? Freunde bestehender Kunden werden bei der Vergabe eigener Karten immer vorgezogen.

Heute haben wir vor allem drei Kundestämme: Einerseits die Firmenkooperationen aus dem stetig, aber kontrolliert wachsenden Netzwerk. Dann gibt es Privatkunden: Das sind Freunde von Kunden oder Privatpersonen, die einmal in einer Firma, mit der wir zusammenarbeiten, angestellt waren. Und schliesslich ausländische Touristen, vorwiegend aus den GUS-Staaten, dem arabischen Raum und China. Diese Klientel erhält in der Regel Zutritt über Tagesvollmachten, ausgestellt durch die Concierges und Front Desk Manager der gehobenen Hotellerie, mit der wir zahlreiche Kooperationen pflegen.

hub: Ihre Ware ist aktuell, durchsortiert und doch günstiger als in Innenstadtboutiquen. Was haben Ihre Lieferanten davon?

Kiefer: Wir vermarkten Überproduktionen aus den aktuellen Kollektionen und grosse Restmengen aus dem Export, die durch den begrenzten und mit Bedacht gewählten Kundenkreis kontrolliert und diskret vom Markt fließen. Wir verfolgen ein Konzept ohne Werbung, Schaufenster oder Marketing zur Neukundengewinnung. Viele zufriedene Kunden sind unsere „Markenbotschafter“.

Die internationalen Hersteller sehen ihre Marken entsprechend geschützt. Durch unsere Standortwahl in Gewerbegebieten und das spezielle Off-Price-Konzept schaden wir weder dem Einzelhandel in den Innenstädten noch dem Markenimage beim Kunden. Das geschulte Fachpersonal und das exklusive Ambi-

ente unterstreichen darüber hinaus die Wertigkeit der Marken.

Wir sind international stark vernetzt und haben unsere langjährigen Geschäftsbeziehungen auf gegenseitigem Vertrauen aufgebaut. Unsere Partner entwickeln gemeinsam mit unseren Einkäufern die optimale Vertriebsstrategie für ihre Marke und entscheiden somit über Verkaufszeiträume und -kanäle. Hier wird nicht nur über on- oder offline entschieden, sondern Artikel aus der letzten oder vorletzten Saison gehen in den hausinternen Second Season Store und sind um bis zu 70 % reduziert. Noch grössere Abschläge erwarten den Kunden im zweimal jährlich stattfindenden Family & Friends Verkauf in München. Die diskrete Art von Schustermann & Borenstein sorgt auch für eine gewisse Nachhaltigkeit, da eine Vernichtung von nicht verkauften Kleidungsstücken vermieden wird.

Wir sind aber bei unseren Lieferanten ständig auf dem Prüfstand und werden genau beobachtet, ob wir uns auch wirklich an alle Spielregeln halten.

hub: Wohin geht die Zukunft von Schustermann & Borenstein?

Kiefer: 2018 planen wir die Neueröffnung eines Stores in Deutschland. Ausserdem bauen wir unseren Online-Bereich mit unserer 100%igen Tochter BestSecret v. a. international aus. Erst im Vorjahr haben wir einen Schweizer Onlinehändler gekauft und in unser Onlineangebot „Best Secret“ integriert. Und wir versuchen gerade, den chinesischen Markt intensiver zu bearbeiten. Wir haben also in nächster Zeit viel vor. ■

www.schustermann-borenstein.at

Das Ambiente der Shops entspricht gehobenem
Innenstadtstandard.



LUXUS geht unter die Haut

Dass Kosmetika durchaus als Luxusgüter gelten, ist unbestritten. Wie man sie dazu macht, erzählte uns Erich Freinberger, der Geschäftsführer der La Prairie Group Austria.



**ERICH
FREINBERGER**

„Ich denke, der wissenschaftliche Hintergrund der Marke trägt auch zum Image bei. Andere Konsumenten entscheiden sich dafür, Luxus zu erleben, indem ein Tiegel von La Prairie im Badezimmer steht.“



Exklusive Inhaltsstoffe zeichnen die Produkte des Unternehmens aus.

Das Unternehmen hat seine Wurzeln in einer Verjüngungsklinik, in der sich Stars die Klinke in die Hand gaben. La Prairie ist Marktführer im Bereich der Luxushautpflege und in 90 Ländern, rund um den Globus, vertreten. La Prairie ist jedoch nicht nur Synonym für Luxus: Der Markenname steht für Innovation, Leistung, exzellente Kundenbetreuung und Swissness.

hub: Was macht Kosmetik zu Luxus?

Freinberger: La Prairie steht für die kontinuierliche Entwicklung innovativer und aussergewöhnlicher Formeln unter Verwendung kostbarster Inhaltsstoffe wie Platin, Gold oder Kaviar. Dahinter stehen wissenschaftliche Innovation, Pioniergeist und Schweizer Präzisionsarbeit. Schon die juwelengleiche Verpackung jedes Produkts stellt ein luxuriöses Kleinod dar. Luxus wird bei La Prairie auf allen Ebenen gelebt: bei der Produktentwicklung, in der Präsentation am Point of Sale oder in der hochstehenden, engen Kundenbetreuung.

hub: Wie wichtig ist es, weiterzuforschen, neue Produkte zu entwickeln?

Freinberger: Die wissenschaftliche Forschung entwickelt sich immer weiter und gerade Hochleistungspflegeprodukte einer Luxuskosmetikmarke, wie es bei La Prairie der Fall ist, müssen immer auf dem neuesten Stand der Wissenschaft sein. Daher versteht sich die Einführung neuer Produkte von selbst.

hub: Welche Rolle spielt bei der Kauf-

entscheidung der wissenschaftliche Hintergrund und welche das Image?

Freinberger: Das eine schliesst das andere nicht aus. Dennoch ist natürlich für die einen Konsumenten der wissenschaftliche Hintergrund vorrangig in ihrer Kaufentscheidung und andere entscheiden sich schlichtweg dafür, Luxus zu erleben.

hub: Warum ist für La Prairie die Schweizer Herkunft wichtig?

Freinberger: Zum einen steht die Schweiz für einzigartige Qualität und Präzision und zum anderen ist es ganz wesentlich, immer wieder auf unsere Geschichte zu verweisen, um den Mythos von La Prairie und das Versprechen von zeitloser Schönheit zu verstehen. Die Clinique La Prairie wurde von Dr. Paul Niehans mit einem einzigen Ziel vor Augen gegründet: eine Möglichkeit der Verjüngung zu finden. Nach jahrelanger Forschung gelang ihm 1931 in der Clinique La Prairie der Durchbruch: Er entwickelte die Zellular- bzw. Frischzellentherapie, die erstaunliche Erfolge nach sich zog. La Prairie liess sich von der Klinik inspirieren und erschuf den exklusiven Cellular Complex, der auf den Grundlagen der Zellulärtherapie basiert und das wissenschaftliche Markenzeichen von La Prairie darstellt. Der Cellular Complex bildet die Grundlage nahezu jedes Hautpflegeprodukts von La Prairie und den Grundstein der Suche nach zeitloser Schönheit seit der Unternehmensgründung 1978. ■

www.laprairie.at

THE BIG 100

Eine Studie von Deloitte beschäftigt sich unter dem Titel „Global Powers of Luxury Goods“ schon im vierten Jahr in Folge mit der Entwicklung des Marktes für Luxusgüter.

Schon allein die Eckdaten, die die Studie anführen, beeindruckend: Weltweit erzielten allein die 100 grössten Luxusgüterunternehmen im Geschäftsjahr 2015 Umsätze in der Höhe von 212 Milliarden CHF. Im Durchschnitt belaufen sich die jährlichen Umsätze für ein Luxusunternehmen unter den Top 100 auf 2,1 Milliarden USD. Die Schweiz bleibt einer der führenden Luxusgütermärkte weltweit. Der Luxusgütermarkt des Landes wird durch Richemont, Swatch Gruppe und Rolex dominiert. Der Bericht umfasst eine Auflistung und Analyse der weltweit 100 grössten Luxusgüterunternehmen, basierend auf

öffentlich zugänglichen Daten zum konsolidierten Umsatz mit Luxusgütern im Geschäftsjahr 2015 (berücksichtigt wurden die Geschäftsjahre, die innerhalb der zwölf Monate bis zum 30. Juni 2016 endeten). Darüber hinaus zeigt der Bericht die wichtigsten Trends im Luxusgütermarkt auf und bietet einen Ausblick auf die Entwicklung der Weltwirtschaft.

KUNDEN AUS SCHWELLENLÄNDERN

Bedient ein Klischee, ist aber wahr: Federführend für das Wachstum des Luxusgütermarktes sind weiterhin die Konsumenten aus den Schwellenländern. Der Bereich Reisen und Tourismus bietet

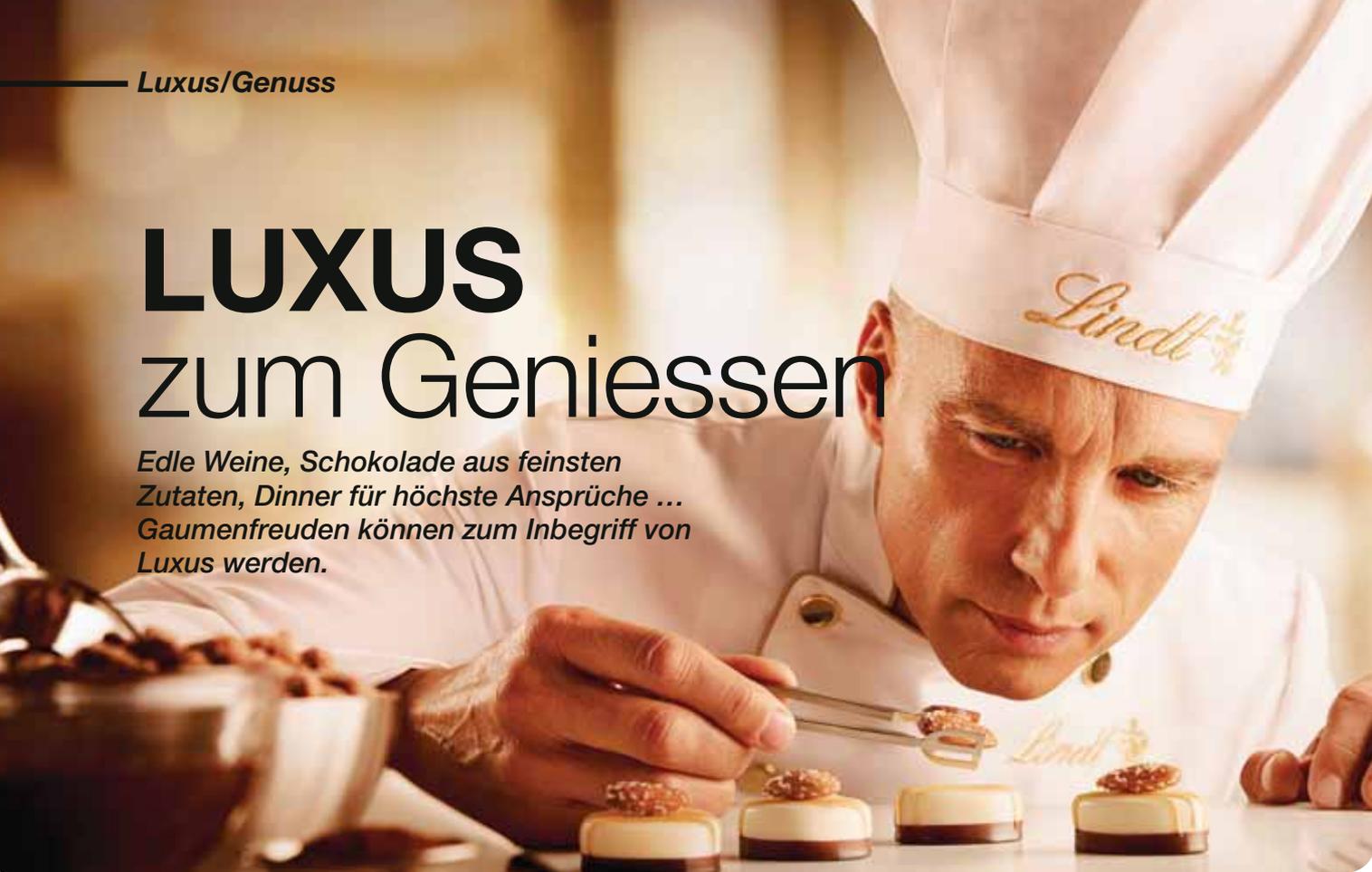
nach wie vor eine hervorragende Wachstumsgelegenheit für den Luxusgütersektor, denn fast die Hälfte der getätigten Einkäufe erfolgt durch Konsumenten auf Reisen, entweder in einem ausländischen Markt (31 %) oder am Flughafen (16 %). Die Konsumenten sind sich einig, dass die Zukunft des Luxusgütersektors digital ist. Mehr als 37 % der Befragten waren der Meinung, dass Luxusgüter und Technologie künftig enger miteinander verknüpft sein werden. Digitale Kanäle schaffen einen Bedarf für umfangreiche und hochwertige personalisierte Inhalte. ■

www.deloitte.com



LUXUS zum Geniessen

*Edle Weine, Schokolade aus feinsten
Zutaten, Dinner für höchste Ansprüche ...
Gaumenfreuden können zum Inbegriff von
Luxus werden.*



Handarbeit wird bei exklusiven Gaumenfreuden vorausgesetzt.

Genussmenschen haben es gerade leicht. Mit dem Trend zu „weniger, aber hochwertig“ erleben Lebens- und Genussmittel aus dem gehobenen Bereich wahre Höhenflüge.

WISSENSCHAFTLICH ERFORSCHT

Warum sogar gleicher Wein Menschen oft besser schmeckt, wenn er mit einem höheren Preis ausgezeichnet ist, haben Wissenschaftler der Insead Business School und der Universität Bonn in Deutschland herausgefunden, berichtete unlängst der ORF. Verantwortlich seien mit Belohnungen verknüpfte Bereiche des Gehirns, berichten die Forscher im Fachjournal „Scientific Reports“ über den sogenannten Marketing-Placebo-Effekt. Das Belohnungssystem würde bei höheren Preisen deutlich stärker aktiviert und verstärke auf diese Weise offenbar das Geschmackserlebnis, sind sich die Studienautoren sicher.

ALLES MUSS PASSEN

Wahre Weinkenner und Gourmets lassen sich da weniger leicht beeinflussen. Sie legen Wert auf wirklich edle Zutaten und sorgfältige Verarbeitung. Nur wenn

die Summe aller Teile perfekt ist, kann man wirklich von Luxus sprechen. In den Alpenländern können da viele Anbieter mithalten. Von wirklich guten Tropfen bis hin zur berühmten Schweizer Schokolade oder der Sachertorte, die – sorgfältig in Kistchen verpackt – in den Koffern von Touristen die ganze Welt bereist. Dass man hier nie von hohen Qualitätsansprüchen abgegangen ist, macht sich heute bezahlt.

AUF DER SCHOKOLADENSEITE

Ein gutes Beispiel ist die aktuelle Entwicklung bei Lindt & Sprüngli. Der Chocolatier baut seine Marktanteile aus und steigert den Gewinn.

Trotz schlechter Rahmenbedingungen – stagnierende bis nur leicht wachsende Schokolademärkte, eine verhaltene Konsumentenstimmung und Veränderungen in der Handelslandschaft – ist es Lindt & Sprüngli dennoch gelungen, Marktanteile in strategisch wichtigen Märkten zu gewinnen und den Umsatz um 3,1 % auf 1,549 Mrd. CHF zu steigern. In Europa konnte der Umsatz um 6 %, im Rest der Welt um 14 % gesteigert werden. Das Unternehmen bringt

auch laufend Neuheiten auf den Markt – derzeit erobert gerade Lindt Piemonte (Gianduja-Schokolade mit Haselnüssen) die Regale.

EXKLUSIVITÄT, DIE HILFT

Ein exklusives Image muss auch gepflegt werden. Die berühmte Sachertorte wird hier mit einem mehrfach sinnvollen Konzept aufgewertet. Jedes Jahr gestaltet ein Künstler ein Cover für das berühmte Holzkisterl, in dem die Torte verpackt wird. Dieses ist nur in strengstens limitierter Auflage verfügbar. 2017 designt der renommierte österreichische Künstler Heimo Zobernig die Sacher Artists' Collection.

Nur 555 Stück à 55 Euro gibt es davon. Schon diese bewusst niedrig gehaltene Auflage schafft höchste Exklusivität und weckt Begehrlichkeiten. Der Klassiker des Luxuskuchens erhält einen neuen Marketingimpuls und seine Wertigkeit einen zusätzlichen Aspekt. Und weil Luxus am schönsten ist, wenn er auch Sinn macht, wird der gesamte Erlös der exklusiven Sammlerstücke der Concordia Berufsschule für Bäckerinnen und Bäcker in Rumänien gespendet. ■



CHRISTOPH SCHALLGRUBER

„Wenn Sie sich ein neues Auto kaufen und zum ersten Mal losfahren, ist es schon nur mehr die Hälfte wert. Ein guter Wein gewinnt mit den Jahren an Wert.“

EDLE Tropfen

Für den Sommelier des Park Hyatt Hotels in Wien, Christoph Schallgruber, sollte Wein vor allem etwas sein, das Spass macht und genossen wird.

Dennoch weiss er: „Wein ist eine sehr grosse und spekulative Wertanlage.“ Man kauft auch ein wenig die Katze im Sack, denn man weiss nie genau, wie der teure Tropfen sich im Lauf der Jahre entwickeln wird. Ausserdem muss man den Wein richtig lagern, sonst geht er kaputt. Und – auch wenn es unglaublich klingt – einer der angesehensten Weinkritiker der Welt, nämlich Robert Parker hat viel Einfluss auf den Wert eines Weines. Vergibt er 100 seiner Parker Points, kann es schon

passieren, dass ein Wein über Nacht um das Doppelte gehandelt wird. Und welche Weine erreichen am häufigsten die Bestnote? „Wenn ein Wein 100 Parker-Punkte aufweist, kommt er vermutlich aus Bordeaux, Burgund oder Napa Valley“, erklärt Schallgruber.

TEURER GEHT ES NICHT

Wirkliche Liebhaber greifen für den Wein ihres Begehrens tief in die Tasche. Der teuerste Wein, von dem Schallgruber gehört hat, stammt aus dem Jahr 1787. Er

wurde um eine halbe Million Euro versteigert. „So teure Flaschen haben normalerweise noch einen Mehrwert für Liebhaber, wie zum Beispiel das Autogramm einer historisch bedeutenden Persönlichkeit auf dem Etikett“, meint der erfahrene Sommelier, der selbst immerhin schon einmal einen Wein aus einer 8.000-Euro-Flasche kosten durfte.

Übrigens: Weine aus der Schweiz und Österreich spielen weltweit etwa die gleiche (geringe) Rolle. Sie machen jeweils nur etwa 1 % des Weltmarktes aus. ■

Blöchlinger
Frisch- und Kühllogistik GmbH

Ihr Spezialist für die



- Temperaturgeführte Feinverteilung von Lebensmitteln & Pharmazeutika
- Last Mile Lieferungen in der gesamten Schweiz
- Kundenspezifische Transportmöglichkeiten mit Overnight- und Sameday-Lieferungen
- Klein- und Kleinstmengenlogistik nach IFS Logistics / GDP
- Lagerhaltung und Kommissionierung in neu erstelltem Kühlhaus

Die Alpenstaaten Österreich und die Schweiz sind beliebte Urlaubsdestinationen.



NÄCHTIGUNGS-PLUS IN ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

Die österreichischen und Schweizer Tourismusbetriebe verbuchen kräftige Zuwächse.

In Österreich ist die Anzahl der Übernachtungen im ersten Halbjahr um 2,4 % auf den Rekordwert von 72,47 Millionen gestiegen. Die Nächtigungen aus Deutschland, dem mit Abstand wichtigsten Herkunftsland, erreichten mit 6,52 Millionen ein Plus von 8,2 %.

Die Hotellerie in der Schweiz registrierte im ersten Halbjahr 2017 insgesamt 17,6 Millionen Logiernächte. Dies entspricht einem Anstieg um 4,4 % (+ 738.000 Logiernächte) gegenüber der Vorjahresperiode. Mit insgesamt 9,5 Millionen Logiernächten verzeichnete die Nachfrage ausländischer Gäste ein Plus von 4,7 %. Bei den inländischen Gästen wurden 8,1 Millionen Logiernächte und damit eine Zunahme von 4,0 % verbucht. ●

www.statistik.at, www.bfs.admin.ch

Visualisierung:
Vienna House



INNOVATIONEN VOR DEN VORHANG

Das österreichische Wirtschaftsministerium schreibt den Österreichischen Innovationspreis Tourismus 2018 aus.

Mit dem Österreichischen Innovationspreis Tourismus sollen die Bedeutung des Tourismus unterstrichen und die wichtigen, innovativen Impulse in diesem Wirtschaftssektor gewürdigt werden. Im Fokus der Ausschreibung stehen diesmal innovative touristische Produkte und Angebotspakete, die einen nachhaltigen Mobilitätsaspekt einschließen. Eingereicht können all jene Projekte werden, die eine nachhaltige Mobilitätslösung beinhalten. Wer seine Digitalisierungspotenziale in der Kommunikation und Vermarktung von Angeboten ausschöpft, erhält erstmals entsprechende Bonuspunkte im Wettbewerb. Der ÖIT 2018 wird einzelbetrieblichen Initiativen sowie Kooperationen von Betrieben der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft zuerkannt. Projekte können bis 10. November 2017 eingereicht werden. ●

www.bmwf.gv.at/Tourismus

GRÖSSTES HOTEL FÜR LIECHTENSTEIN

Ab Frühjahr 2018 soll in Schaan ein neues Vienna House entstehen.

Am Wirtschaftsstandort Schaan wird ab Frühjahr 2018 ein neues Hotel unter der Marke Vienna House gebaut. Entworfen wurde es von den Immobilienentwicklern Forol Generalunternehmung AG und Annagh Establishment. Das Vienna House „Drei Schwestern“, benannt nach der Bergkette, wird 162 Zimmer und Suiten umfassen – und damit das grösste Hotel Liechtensteins sein. Das Hotel der Vier-Sterne-Superior-Kategorie setzt im gesamten Bereich auf Trends mit Fokus auf neue Bar- und Restaurantkonzepte. Leitthemen sind das Fürstentum Liechtenstein, die alpine Natur, ausgeprägter Innovationsgeist sowie Tradition und Werte. Die Fertigstellung erfolgt nach zirka 18 Monaten Bauzeit, die Baukosten sind mit rund 40 Millionen Schweizer Franken angesetzt. ●

www.viennahouse.com

ILLUSION oder Theater?

Ist er Gedankenleser, Mentalist, Trickster oder Schauspieler? Philipp Oberlohr gibt mehr Fragen auf, als er beantwortet.

Er verblüfft, erfüllt, verändert und macht Spass. Er begeistert Publikum und Kritiker: in Theatern, bei Corporate Events oder als Highlight eines Hollywood Press Event. Ist es sein Humor, seine offene Art oder sein eigensinniger Zugang? Der studierte Theologe hat auch einen Abschluss im Bereich Körpertheater. Er tritt seit über 15 Jahren als Illusionist und Mentalist auf. Wenn Oberlohr nicht gerade Shows für Corporate Events entwirft, hält er seinen Workshop Das Udenkbare Tun. Dabei ermutigt er Privatleute und Firmen, neue

Wege zu beschreiten und dabei kreativ ihr persönliches Potenzial zu entfalten.

GRAUZONE ZWISCHEN GENRES

Zwischen Illusion und Theater schafft er sinnvolle Begegnungen mit dem Publikum, er macht One-on-one-Installationen, Shows für 500 Personen und alles dazwischen. Seine Shows waren zu sehen im Barbican Centre London, Arcola Theatre, Ovalhouse London, in Österreich, Ungarn und Deutschland. ◆

www.philippoberlohr.com



ÖFFENTLICHE TERMINE

25.09. Das Spiel,
Galerie Die Schöne ENGLISCH, Wien

26.09. Das Spiel,
Galerie Die Schöne DEUTSCH, Wien

07.10. Gedankenspiele,
Achensee Schifffahrt
Tirol

www.gebäudereiniger.at

0800SAUBER

Hotline 24 Stunden/365 Tage

Firmengruppe

**KLING
WAGENHOFER**

Cleaning Services



Die Firmengruppe **KLING/WAGENHOFER** ist ein Gebäudereinigungsunternehmen in Wien.

Mit ca. 500 MitarbeiterInnen haben wir 2016 einen Umsatz von 21,9 Mio. Euro erwirtschaftet und können mit Zertifizierungen nach ISO 9001 (Qualitätsmanagement), ISO 14001, EMAS, Ökoprofit (Umweltmanagement), SCC und SCP (Arbeitnehmerschutz), AUVA SGM und ONR 192500 (CSR), sowie 15 GebäudereinigungsmeisterInnen, 14 DesinfektorInnen und 5 QualitätsauditorInnen in der Kundenbetreuung punkten.



WEIBLICHE VORBILDER steigern Lust auf Wettbewerb

Frauen meiden Konkurrenzsituationen – das ist ein häufig genannter Grund für den geringen Anteil von Frauen in Führungspositionen. Frauen sind aber durchaus bereit, sich dem Wettbewerb zu stellen – wenn sie zuvor weibliche Vorbilder erleben.



**ALEXANDRA
NIESSEN-RÜNZI,**
Verhaltensökonomin

»Selbst die Männer mit dem schlechtesten Ergebnis haben sich häufiger für den Wettbewerb entschieden als die besten Frauen.«

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.

Sheryl Sandberg ist Geschäftsführerin von Facebook, war zuvor Stabschefin im US-Finanzministerium und zählt zu den erfolgreichsten Frauen der Welt. Doch auch wenn die Facebook-Managerin mit ihrer Bilderbuchkarriere längst keine Ausnahme ist, sind Frauen in Führungspositionen immer noch unterrepräsentiert. Laut dem neuen Führungskräfte-Monitor des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung sind nur drei von zehn Vorgesetzten in Deutschland weiblich.

EINSTELLUNGSSACHE

Das Forscherteam um Finanzprofessorin Alexandra Niessen-Rünzi ist jetzt dem Verhältnis von Frauen zur Karriere nachgegangen. Das Ergebnis ihrer Studie: Frauen entscheiden sich häufiger für Wettbewerbssituationen, wenn sie zuvor ein erfolgreiches weibliches Vorbild beobachten konnten.

Im Rahmen ihrer von der Dr. Werner Jackstädt Stiftung geförderten Studie forderten die Forscher rund 500 US-amerikanische Männer und Frauen auf, so viele Kopfrechenaufgaben wie möglich zu lösen. Danach wollten sie von ihnen wissen, ob sie ausschliesslich auf der Basis ihrer eigenen Leistungen bezahlt werden wollen oder ob sie in einen Wettbewerb mit anderen Teilnehmern eintreten möchten, von denen nur der oder die Beste entlohnt wird. Das Ergebnis bestätigt ein in der Literatur bereits bekanntes Phänomen: Signifikant mehr Männer als Frauen entschieden sich für die Teilnahme am Wettbewerb – obwohl es keine Unterschiede in der Anzahl richtig gelöster Rechenaufgaben gab.

„Selbst die Männer mit dem schlechtesten Ergebnis haben sich häufiger für den Wettbewerb entschieden als die besten Frauen“, kommentiert Niessen-Rünzi.

Sie und ihr Team konnten jetzt aber erstmals zeigen, dass dieses Ergebnis deutlich anders aussieht, wenn Frauen vor ihrer Entscheidung ein weibliches Vorbild beobachten können. Dazu führten die Forscher Videos von erfolgreichen Frauen aus verschiedenen Bereichen, wie z. B. der Tennisspielerin Serena Williams sowie der erfolgreichen Private-Equity-Managerin Nour Al Nuaimi, vor. In den Videos schilderten diese Frauen ihre Erfolgserlebnisse und erzählten, was für ein tolles Gefühl es sei, zu gewinnen. Nachdem die weiblichen Probanden die Videos gesehen hatten, entschieden sich weit mehr von ihnen für den Wettbewerb mit anderen.

In einer Probandengruppe zeigten die Forscher auch Videos mit männlichen Vorbildern: dem Tennisstar Roger Federer sowie dem Gründer Marc Cuban. In der Folge entschieden sich noch weniger Frauen für den Wettbewerb.

FÜR UND WIDER QUOTE

Dem politischen Vorschlag, eine gesetzliche Quote für Frauen in Führungspositionen einzuführen, steht Niessen-Rünzi skeptisch gegenüber: „Aus rein ökonomischer Sicht ist die Quote keine gute Idee, weil sie bürokratische Kosten verursacht.“ Ihre Studie zeige jedoch, dass die Quote positive Effekte haben kann: Durch die Quote würden mehr weibliche Vorbilder verfügbar, die wiederum andere hoch qualifizierte Frauen zu einem karriereorientierten Verhalten ermuntern. ●

Weibliche Vorbilder wirken auf Frauen motivierend, vor allem, wenn es um Wettbewerb geht. Männliche Vorbilder bewirken jedoch das genaue Gegenteil.



STÄRKEN WEIBLICHE ROLE MODELS FRAUENKARRIEREN?



Wir haben Barbara Haas, Chefredakteurin des Magazins WIENERIN befragt, wie Frauen zu Wettbewerb im Beruf stehen.

„Wer eine Frau in einer Führungsposition sieht, sei es im Beruf oder in der Politik, traut sich auch selbst so eine Karriere eher zu. Das, was man sieht, glaubt man auch selbst erreichen zu können.

Es fehlen in einer eher männerdominierten Welt allerdings genau diese Vorbilder, und ausserdem fehlen damit jene wichtigen Mentorinnen, die einem auf dem Karriereweg weiterhelfen.

Manchmal gehen Frauen aber tatsächlich weniger in den Wettbewerb als Männer, weil sie oft einen umfassenden, ganzheitlichen Blick auf die Dinge werfen, weil sie Kooperation suchen und auch, weil Frauen manchmal einander Karrieren weniger gönnen. Das ist aber auch dadurch begründet, weil es – gerade in Österreich – gesellschaftspolitisch nicht wahnsinnig anerkannt ist, als Frau Karriere zu machen. Ich denke, dass Frauenquoten damit einen doppelt positiven Effekt erzielen würden.“

WIE RISIKO- BEREITSCHAFT AUF DAS EINKOMMEN WIRKT

Ein Jobwechsel ist immer mit Risiko behaftet: Die Eigenarten der neuen Kollegen müssen gelernt werden, die zu bewältigende Arbeitsmenge ist vielleicht grösser – aber, und das hat man ja zuvor ausverhandelt, das Gehalt kann all diese Unsicherheiten wieder wettmachen. Im Normalfall ist die Kompensierung höher als zuvor. Laut Hypothese würden risikoaverse Individuen weniger häufig ihren Job wechseln. Daraus sollte bei jungen Berufstätigen auch ein unterschiedliches Muster im Gehaltswachstum entstehen. Die Analyse von Datenmaterial des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP) zeigt beim Gehaltswachstum während der ersten sieben Jahre Folgendes: Wenn risikoscheue Personen sich überwinden, die Arbeitsstelle zu wechseln, ist fast immer eine Gehaltserhöhung damit verbunden.

PAY FOR PERFORMANCE STUDIE 2017

Die Schweizer Unternehmensberatung FehrAdvice & Partners systematisiert die Diskussion rund um die leistungsgerechte Vergütung von Managern. Dazu untersuchte sie die variable und Gesamtvergütung von Vorständen in 63 börsennotierten Unternehmen in der DACH-Region für die Geschäftsjahre 2010 bis 2015 mittels statistischer Analyse. Das Ergebnis: Das Gehalt von Managern ist weitgehend unabhängig von deren tatsächlicher Leistung. Eine grosse Anzahl von Unternehmen belohnt sogar für schlechte Leistung. Da keine systematische Verbindung zwischen Vergütung des Top-Managements und Management-Performance aufgezeigt werden konnte, lautet das Fazit, dass nur wenige Unternehmen funktionierende „Pay for Performance“-Kriterien implementieren.

35%

weniger Korruption könnte es geben, wenn nur der Bestochene bestraft wird. Das ergab eine Studie in 20 Ländern.

BONI- KULTUR IN SCHWEIZER GROSS- BANKEN: „GEFRAGT IST WIEDER MEHR MASS“

Der Schweizer Verhaltensökonom Ernst Fehr hat nachgewiesen, dass das Vergütungssystem in Kombination mit schwachen Verwaltungsräten Glücksgriffe belohnt und Misserfolge im schlimmsten Fall kompensiert. Helfen könnten längere Haltefristen auf als Bonus gewährte Aktien und Rückforderungsklauseln. Jährliche Gehalts-Neuverhandlungen hebeln dieses System aus. Als Lösung schlägt Ernst Fehr ein stabiles Gehaltssystem vor, das „sich automatisch am Mehrwert oder am Wertverlust ausrichtet, den eine Unternehmensleitung im Vergleich zur Entwicklung eines Bündels anderer Firmen schafft.“ Prinzipiell erzeugen Boni falsche Arbeitsanreize: Die intrinsische Motivation geht verloren, die Tendenz, mittels Regelbrüchen an die Belohnung zu kommen, steigt.

WIE WERBE- GESCHENKE WIRKEN

„Wir konnten zeigen, dass Werbegeschenke einen Effekt auf die Wahrnehmungen von Kunden haben und somit deren Ausgaben tatsächlich bedeutsam beeinflussen“, berichtet Prof. Dr. Michael Paul, Inhaber des Lehrstuhls für Value Based Marketing an der Universität Augsburg. So buchten beispielsweise beschenkte Kunden nach Ablauf eines Fluggutscheins als Werbegeschenk weiter bei der Fluggesellschaft, von der das Präsent gekommen war. „Die Ausgaben der Kunden für die Fluggesellschaft stiegen, selbst in den darauffolgenden Monaten“, so Studien-Koautor Prof. Dr. André Marchand. Auch konnte im Rahmen der Studie eine Verbesserung der Kundeneinstellung gegenüber der Fluggesellschaft nachgewiesen werden.

3 WEGE FÜR MEHR Steuerehrlichkeit

Verhaltensökonom Jim Alm und der Wirtschaftspsychologe Erich Kirchler über Methoden zur Verbesserung der Steuermoral.



Wirtschaftspsychologe Erich Kirchler forscht an der Uni Wien an Methoden zur Verbesserung der Steuermoral.

Würde sich der Steuerzahler ganz rational auf seinen Eigennutz besinnen, wäre sein Verhalten klar zu prognostizieren. Er würde seine Steuern nicht ordnungsgemäss bezahlen. Das Risiko, erwischt zu werden, ist vergleichsweise gering. Es könnte sich also lohnen. Trotzdem zahlen die meisten Menschen und Unternehmen ordnungsgemäss ihre Abgaben.

IRRATIONALES VERHALTEN

Die Gründe wurden beim vierten Treffen des „Vienna Behavioral Economics Network“ (VBEN) vom Steuerexperten und Verhaltensökonom Jim Alm (Tulane University, New Orleans) und dem Wirtschaftspsychologen Erich Kirchler (Universität Wien) diskutiert. Der Mensch verhält sich nämlich nicht immer rational. So schätzt er die Wahrscheinlichkeit, beim Steuerbetrug er-

wischt zu werden, systematisch zu hoch ein – und bezahlt dann doch lieber. Dazu kommen weitere Faktoren, wie Alm und Kirchler zeigen: moralische Vorstellungen, Werte, soziale Normen und die Ausprägung des Vertrauens in den Staat.

Wer diese Grundlagen kennt, kann Bürger zu ehrlichen Steuerzahlern machen. Alm legt drei Paradigmen nahe:

- Harte Exekution, um mit Steuerprüfungen und Strafen jene zu belangen, die sich tatsächlich nicht an Regeln halten.
- Gutes Service, weil evident ist, dass einfache und klare Prozesse die Steuermoral fördern.
- Vertrauen: Wenn Bürger den Staat als vertrauenswürdigen Partner erleben, etabliert sich eine Kultur, in der korrekt Steuern bezahlt werden. ●

Mehr Information: vben.at

VBEN LIVE- TREFFPUNKTE WIRTSCHAFT UND WISSENSCHAFT

5.-6. OKTOBER | 09:30 – 20:00
ZUSAMMENARBEIT(EN). PRAKTIKEN
DER KOORDINATION, KOOPERATION
UND REPRÄSENTATION IN KOLLABO-
RATIVEN PROZESSEN.

Collegium Helveticum, Semper-
Sternwarte. Schmelzbergstrasse 25,
8092 Zürich

Die Beurteilung kollaborativer Prozesse setzt meist an deren Ergebnissen an. Den dahinterliegenden Prozessen wird wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Dabei kann man dort zahlreiche – oft versteckte – Strukturen und Bedingungen entdecken. Im Rahmen des Workshops bieten die Referenten Beiträge und Fallbeispiele – v. a. aus der Empirischen Kulturwissenschaft bzw. der Europäischen Ethnologie.

10. OKTOBER | 18:30 – 20:00
IRIS BOHNET: WHAT WORKS –
GENDER EQUALITY BY DESIGN

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

Iris Bohnet (Jahrgang 1966) ist eine Schweizer Akademikerin, Verhaltensökonomin und Professorin für Public Policy an der Harvard Kennedy School in Cambridge, Massachusetts.

14. NOVEMBER | 18:30 – 20:00
ANDREW OSWALD:
HAPPINESS AND WORK

Arbeiterkammer Plösslgasse,
Plösslgasse 2, 1040 Wien

Andrew Oswald ist ein britischer Ökonom. Er ist Professor für Wirtschaftswissenschaften an der University of Warwick. Nach seiner Promotion arbeitete er unter anderem als Professor und Forscher an der University of Oxford, der Princeton University, der Universität Stockholm, der London School of Economics, am Dartmouth College, dem National Bureau of Economic Research, an der Harvard University, der Cornell University und der Universität Zürich.



Martin Bräuer
verstärkt seit dem Sommer das Team der HKSÖL.



Michael Skala
Straight Investment Group AG, Valorous Immobilien

IN EIGENER SACHE

Das Team der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein hat im Sommer Verstärkung bekommen.

Die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein und Schweiz Tourismus werden in Wien durch ein kleines, engagiertes Team vertreten. Mit der zunehmenden Komplexität der Aufgaben wurde trotz effizientester Abläufe dringend Verstärkung benötigt. Die gibt es seit dem Sommer dieses Jahres durch den Teamassistenten Martin Bräuer. Der Absolvent der Hotelfachschule Pannoneum und eines Studiums für internationale Wirtschaftsbeziehungen verfügt bereits über mehrere Jahre Berufserfahrung sowohl im Event- als auch im Tourismusbereich. Damit ist er hervorragend für die vielseitigen Aufgaben im Team der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein gerüstet. Er hat dort in den vergangenen Monaten auch bereits erste Erfahrungen gesammelt. ●

www.hk-schweiz.at

WIRTSCHAFT & WISSENSCHAFT

Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA der WKÖ, in ihrer neuen Funktion als Innovationsagentur „Austrian Innovation Agency“, kooperiert mit der ETH Zürich.

Ein Ziel der Zusammenarbeit ist, Österreichs Betriebe besser an internationale Innovationstrends und Forschungsergebnisse heranzuführen und sie mit den weltweiten Innovations-Hubs zu vernetzen. „Die beste Adresse in Europa dafür ist sicherlich die ETH Zürich, und deswegen freut es mich besonders, dass wir unser erstes derartiges Abkommen mit dieser Top-Institution abschliessen konnten“, betonte Christoph Leitl, der Präsident der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), bei der Vertragsunterzeichnung mit dem Präsidenten der ETH Zürich, Lino Guzzella. Das Abkommen sieht unter anderem vor, eine Plattform für österreichische Unternehmen einerseits und für die Forschung sowie die Netzwerke der ETH andererseits zu schaffen. ●

www.wko.at

WAS SIND LUXUS-IMMOBILIEN?

Wenn man von Luxus spricht, denken viele Menschen gleich an Immobilien. Aber was ist das eigentlich?

Welche Rolle spielen Luxusimmobilien der höchsten Preisklasse und was sind die Kriterien für „Luxus“? Das haben wir Michael Skala, Straight Investment Group AG, Valorous Immobilien, gefragt. „Wealth Management ist nicht nur eine Sache der Börsenbroker, sondern auch der Immobilienbroker. Luxusimmobilien definieren sich nicht ausschliesslich über den Preis, sondern auch über die Qualität der Immobilie. Entscheidend hierfür sind neben der Lage auch die Bauausführung und die Bauausstattung. Wir legen bei der Suche von Immobilien besonderes Augenmerk auf die Qualitätskriterien der Liegenschaft. Der Markt für Luxusimmobilien ist mittlerweile allerdings ein kleiner und auch noch rückläufiger Markt.“ ●

www.valorous-immobilien.at

NEUE MITGLIEDER der HKSÖL

GENERALI VERSICHERUNG AG

Landskrongasse 1-3,
AT-1010 Wien
www.general.at

IS INKASSO SERVICE GMBH

Südtiroler Strasse 9,
AT-4020 Linz
www.inkasso.at

MEDIAREY GMBH

Riemergasse 14/14-15,
AT-1010 Wien
www.forbes.at

KEINGRAMMFETT WERBEAGENTUR GMBH

Volksgartenstrasse 19,
AT-8020 Graz
www.keingrammfett.at

BRISTOL HOLDING GMBH

Kärntner Ring 1, AT-1010 Wien
www.bristolvienna.com

WIENER PRIVATBANK SE

Parkring 12, AT-1010 Wien
www.wienerprivatbank.com

PORTAS CAPITAL AG

Kronenplatz 1,
CH-8953 Dietikon
www.portacapital.com

ALLIED FINANCE TRUST AG

Kirchstrasse 12,
FL-9490 Vaduz
www.alliedfinance.com

STIFTUNG RADIO STEPHANSDOM

Stephansplatz 4/IV/DG,
AT-1010 Wien
www.radioklassik.at

DJD PARTNERS TRUST REG.

Zweistäpfle 6,
FL-9496 Balzers
www.djd.li

MHS-HOLDING GMBH

Obere Donaustrasse 37,
AT-1020 Wien

KNEISSL TIROL GMBH

Kaiseraufstieg 17,
AT-6330 Ebbs
www.kneissl.com

RG ENTERTAINMENT

Krummgasse 3/26,
AT-1030 Wien
www.rg-entertainment.com

SOLUTIONS IN ENERGY E.U.

Hasnerstrasse 123,
AT-1160 Wien
www.solutionsinenergy.eu

LÄDERACH (DEUTSCHLAND) GMBH

Dillenburg Strasse 42,
DE-35685 Dillenburg
www.laederachprofessional.com

ITW INGENIEUR- UNTERNEHMUNG AG

Alte Landstrasse 3,
FL-9496 Balzers
www.itw.li

„GABRIEL – DER VERKÜNDIGUNGSENGEL“

ER LÄSST DICH STAUNEN



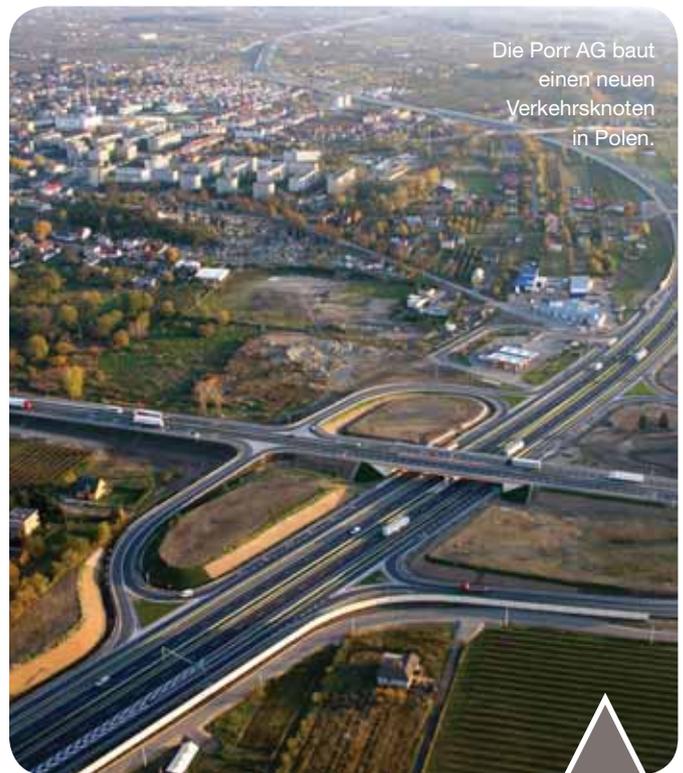

MÜNZE
ÖSTERREICH

Der Engel Gabriel: In der Kunstgeschichte und in den Religionen erscheint er als Wesen voller Überraschungen. Die Talisman-Münze aus der vierteiligen Engel-Serie lässt dich die richtige Entscheidung treffen und unverhofft eine Lösung finden. Du wirst staunen – über dich selbst! Erhältlich in österreichischen Geldinstituten, im Münze Österreich Shop Wien sowie unter www.muenzeoesterreich.at.

MÜNZE ÖSTERREICH – ANLEGEN. SAMMELN. SCHENKEN.



Die neue Seilbahn ersetzt 15 km Buslinie.



Die Porr AG baut einen neuen Verkehrsknoten in Polen.

ERSTE DREISEIL-BAHN IN CHINA

Doppelmayr eröffnet Seilbahn nach Lushan.

Lushan ist einer der berühmtesten Orte Chinas und ein beliebtes Ausflugsziel – sowohl für Einheimische als auch für Touristen. Zur Verbesserung der Infrastruktur und um den Komfort für die Besucher zu steigern, durfte die Doppelmayr/Garaventa-Gruppe eine moderne Seilbahn realisieren. Am 27. Juli 2017 startete die allererste Dreiseilbahn Chinas den öffentlichen Betrieb. Sie dient als Ersatz für den Busverkehr, der über eine knapp 15 Kilometer lange, sehr kurvenreiche Strasse nach Lushan eingerichtet war. Die Dreiseilbahn ist ein kuppelbares Umlaufsystem, welches ganz bewusst für den Einsatz in Lushan gewählt wurde. Die UNESCO erklärte das Gebiet in den Neunzigerjahren zum Welterbe. Die 3S-Bahn vermag es, den geschützten Bereich problemlos zu überspannen. ●

www.doppelmayr.com

FÜR KLIMASCHUTZ AUSGEZEICHNET

Die ISS Ground Services wurden für ihr Eintreten für klimaschonende Mobilität mit dem Klimaschutzpreis ausgezeichnet.

Der Klimaaktivpreis für nachhaltige Mobilität ist eine heiss begehrte Auszeichnung. Der Preis prämiiert Projekte, welche besonders ressourcen- und klimaschonende Verkehrslösungen umsetzen. Die modernen, klimafreundlichen Fahrzeuge der ISS Ground Services (mit den alternativen Verbrennungsmotoren) werden am Flughafen Wien-Schwechat eingesetzt. Dadurch konnten die Feinstaubwerte um fast 50 % zu vergleichbaren Dieselfahrzeugen reduziert werden. Darüber hinaus kann durch den Einsatz von Erdgasautos der Ausstoss von Stickoxiden um rund 96 % vermindert werden. ●

www.at.issworld.com

INFRASTRUKTUR

Die Porr AG freut sich über einen Grossauftrag in Polen.

Die PORR S.A. baut den Verkehrsknotenpunkt Lubelska in Zentralpolen, der die Umfahrung Süd von Warschau (S2) mit der Umfahrung Ost (S17) und der Autobahn A2 verbindet. ●

www.porr.at

WOHNUNGS-BOOM

In Österreich entsteht jede Menge neuer Wohnraum.

Mit 7,6 geplanten Wohnungen pro 1.000 Einwohner liegt Österreich an der Spitze von 19 untersuchten Ländern. Das geht aus dem aktuellen Deloitte Property Index hervor. ●

www.deloitte.com

AUF IN DIE TECHNOLOGIE-ZUKUNFT

voestalpine investiert am Standort Donawitz über 100 Millionen Euro in die Entwicklung und Produktion von Hochqualitätsstählen.

Gemäss seiner strategischen Fokussierung auf Kundenbranchen mit höchsten Technologieanforderungen hat der Konzern für den Standort Donawitz zwei zukunftsweisende Investitionsvorhaben mit einem Gesamtvolumen von über 100 Mio. Euro verabschiedet: Zum einen wird eine neue Stranggussanlage zur Herstellung hochreiner Stähle als Vormaterial für Premiumschienen, Qualitätswalzdraht sowie Hightech-Nahtlosrohre errichtet; die Produktionslinie mit einer Jahreskapazität von bis zu 950.000 t soll 2019 den Betrieb aufnehmen. Zum anderen entsteht am Werksgelände ein Forschungszentrum. ●

www.voestalpine.com



Bühler baut eine neue Anlage.

INSEKTEN ALS FUTTERMITTEL

Bühler baut erste industrielle Insektenverarbeitungsanlage in Europa.

Bühler Insect Technology baut zusammen mit dem Partner ProTrix in den Niederlanden die erste industrielle Anlage zur Verarbeitung von Schwarzen Soldatenfliegen für die Tierernährung. Bühler liefert die Technologie, die Anlagen und das Prozess-Know-how für die Aufzucht und Verarbeitung der Insekten sowie deren Aufbereitung zu Futtermitteln. Betriebsbeginn wird 2018 sein. Protein ist ein wesentlicher Teil der Ernährung von Menschen und Tieren. Vor dem Hintergrund der wachsenden Weltbevölkerung werden alternative Eiweissquellen wie Insekten oder Algen immer wichtiger. Insekten bieten eine nachhaltige Alternative: Auf biologischen Abfällen gezüchtet können sie bis zu 70 % der darin enthaltenen Nährstoffe zurückgewinnen und so diese untergenutzten Ströme in die Lebensmittel-Wertschöpfungskette zurückführen. ●

www.fitchratings.com

BUSINESS IN KÜRZE

- **ENERGIEWENDE.** Die ENGIE Energie GMBH plant, errichtet und betreibt als Turn-Key-Provider eine Photovoltaik-Dachanlage (1.000 kWp) auf dem Metro Cash & Carry Markt in St. Pölten und beliefert Metro in den kommenden 25 Jahren über ein Energieliefer-Contracting mit Strom aus der PV-Anlage.
- **ZERTIFIZIERUNG.** Als dritter Schweizer Flugplatz nach Genf und Lugano erhielt der Flugplatz St. Gallen-Altenrhein die Zertifizierung nach EASA (European Aviation Safety Agency).
- **MARKETINGDEAL.** Die MCH Group, eines der weltweit führenden Live-Marketing-Unternehmen mit Hauptsitz in Basel, übernimmt zu 100 % die Unternehmensgruppe MC2 („MC-squared“), ein führendes Dienstleistungsunternehmen im Messe- und Eventmarkt in den USA.
- **ÜBERNAHME.** Die in Liechtenstein ansässige Ivoclar Vivadent AG hat das Schweizer Start-up-Unternehmen Kapanu AG der ETH Zürich übernommen. Beide Unternehmen wollen gemeinsam an der Entwicklung innovativer dentaler Anwendungen arbeiten.



Lindt 
EXCELLENCE



EXCELLENCE mit 70% Cacao

Entfachen Sie Ihre Sinne mit dieser dunklen Chokoladen-Kreation der Lindt Maîtres Chocolatiers. Der extra hohe Cacao-Anteil und ein Hauch feiner natürlicher Vanille sorgen für ein besonders ausgewogenes Geschmackserlebnis mit unvergleichlich zartem Schmelz.

LINDT EXCELLENCE. SO DÜNN. SO INTENSIV.



INGRID GOGL

ist die neue Leiterin der Abteilung Corporate Digital Media in der ÖBB-Holding AG. Sie folgt Michael Schacherhofer nach, der nach acht Jahren konzernintern zur Rail Cargo Group wechselt.

www.oebb.at



KONRAD GINDL

ist ab sofort neuer Leiter von Ruefa in Oberösterreich. Er ist seit über 20 Jahren im Reisegeschäft tätig und führte zuletzt das Ruefa Reisebüro in Wieselburg.

www.verkehrsbuero.com



CHRISTA JANHSEN,

Wirtschaftsprüferin und Juristin, ist ab Juli neue Partnerin im Bereich Forensic bei Deloitte Österreich. Sie ist als Accounting-Expertin in Schiedsverfahren tätig.

www.deloitte.com



ALEXANDER LABAK

wurde zum Generaldirektor sowie Vorstandsvorsitzenden der Österreichischen Lotterien ernannt. Er übernimmt die Funktion von Karl Stoss.

www.lotterien.at



FRIEDERIKE BENSCHID

ist seit Sommer Director im Bereich Corporate Finance bei Deloitte Österreich. Sie ist seit über fünf Jahren im Unternehmen und hat ihren Beratungsschwerpunkt im Bereich Real Estate & Construction.

www.deloitte.at



GÜNTER GORBACH

wechselte zur Zürcher Kantonalbank Österreich AG. Er soll in Zukunft mit dem bereichsverantwortlichen Vorstand Hermann Wonnebauer das strategisch wichtige Segment „Key Clients“ weiter ausbauen.

www.zkb-oe.at

DER FINANZPLATZ Liechtenstein

Thematisch stand bei der diesjährigen Generalversammlung der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein der Finanzplatz Liechtenstein im Mittelpunkt. Wir nehmen das zum Anlass, um Ihnen den Finanzsektor des Landes anhand eindrucksvoller Zahlen vorzustellen.

24% Finanzmarkt

40% Industrie

28% allgemeine Dienstleistungen

8% Landwirtschaft und Haushalte

Die Wirtschaft des Landes zeichnet sich durch Diversität aus. Das gewährleistet hohe Stabilität des Standorts.

47,36 MRD. SFR betrug das Fondvermögen.

1996 wurden im Land noch drei Fonds verwaltet. 2016 waren es schon 695.

24,2 %
Staatsquote

Das ist der niedrigste Wert in ganz Europa.

6.000
Beschäftigte im Finanzsektor

Eine Herausforderung ist, die besten Köpfe ins Land zu bekommen und sie auch zu halten.

**15 BANKEN
UND 39 VERSICHERUNGSUNTERNEHMEN**
unter Aufsicht der Finanzmarktaufsicht.

56 LÄNDER, mit denen es Steuerabkommen gibt.

Liechtenstein setzt die international anerkannten Standards um. Als Mitglied des EWR unterwirft es sein Finanzamt den dort vorgesehenen Regulierungen.

230 MRD. SFR waren Ende 2016 in der Verwaltung der 15 konzessionierten Banken.

Die Liechtensteiner Banken verfügen auch über langjährige Erfahrung im Private Banking.

AAA

Standard & Poor's räumt dem Land das bestmögliche Rating ein. Damit ist Liechtenstein Mitglied eines sehr kleinen Kreises an AAA-Ländern – und das schon mehrfach!

25 MRD. SFR

So viel betrug die Kapitalanlagen der Versicherungen im Jahr 2016.

Die gebuchten Bruttoprämien betragen 2016 stolze 3,2 Mrd. SFR.

LIECHTENSTEIN und der Finanzmarkt

Am 31. Mai 2017 fand die 94. Generalversammlung der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein (HKSÖL) statt – diesmal im Hotel Kommod in Ruggell, Liechtenstein.

Im Anschluss an den formellen Teil, der Mitgliedern der HKSÖL vorbehalten war, standen der Finanzplatz Liechtenstein sowie dessen zukünftige Rolle im internationalen Wettbewerb thematisch im Vordergrund.

In seiner Keynote Speech legte Simon Tribelhorn vom Liechtensteinischen Bankenverband die Chancen, Herausforderungen und Risiken für das Fürstentum dar. Als spezifische Handlungsfelder identifizierte er die Regulierung, das Finanzplatzmarketing, umfassende Digitalisierungsagenden sowie die vermehrte Nachhaltigkeit in allen Bereichen.

HOCHKARÄTIGES PODIUM

Das Thema wurde anschliessend unter der Moderation von Klaus Fiala, Forbes Magazin, diskutiert. Dabei standen als Gesprächspartner auch S. D. Prinz Michael von und zu Liechtenstein sowie Dr. Daniel Risch, Regierungschef-Stellvertreter von Liechtenstein, zur Verfügung. Das Fazit: Liechtenstein muss aktiv um seine Rolle als Finanzplatz kämpfen. Dazu gehört unter anderem, die besten Köpfe und Unternehmen ins Land zu holen und die internationale Bekanntheit mit intensivem Finanzplatzmarketing zu steigern. Auch aktive Standortmassnahmen gehören zum Aufgabengebiet der kommenden Jahre.

ERFOLGSFAKTOR STABILITÄT

Das Fürstentum sei aber, so waren sich alle Vertreter am Podium einig, in einer sehr stabilen Situation. Das verdankt es nicht zuletzt der breiten Diversität der Volkswirtschaft. Der Finanzplatz sei mit 24 % des BIP zwar stark vertreten. „Die Summe der verwalteten Vermögen steigt laufend leicht an“, betonte Tribelhorn auch die positive Entwicklung der Finanzbranche. Doch ist die breit aufgestellte Industrie mit 40 % BIP-Anteil ein wichtiger Stabilitätsfaktor im Land. In konkreten Zahlen stehen 600 Industriebetriebe 380 Dienstleistern gegenüber.

HERAUSFORDERUNGEN ANNEHMEN

Dass der Finanzplatz durch den EWR-Beitritt und die damit verbundenen Regulierungen eingeengt sei, wurde zwar eingeräumt, aber wie Risch betonte: „Wenn wir am internationalen Markt mitspielen wollen, müssen wir uns den damit verbundenen Regulierungen fügen – das wäre auch ohne EWR so.“ Und Prinz Michael definierte die Vorgabe, welche die zukünftige Vorgehensweise bestimmen sollte: „Eine der grössten Herausforderungen ist: Wie erhalten wir das Vermögen unserer Kunden über Generationen?“ Ausserdem „müssen wir uns weltweit sichtbar machen. Das ist nicht



V. l. n. r.: Vizepräsident Markus T. Schweizer, Vizepräsidentin Angelika Moosleithner und Präsident Heinz Felsner gaben einen Überblick über das letzte Jahr.

Walter Vogt, Conara Treuhand, und Claudio Rothmund, LGT Bank

nur Aufgabe des Finanzplatzes, sondern es sind auch die Industrie, die Kultur und die Politik gefordert“.

Die überaus zahlreich erschienenen Gäste folgten den Ausführungen mit grossem Interesse und beendeten den Tag beim Erfahrungsaustausch am Stehbuffet. ●



HKSÖL-Generalsekretär Urs Weber mit Dr. Daniel Risch, S. D. Prinz Michael von und zu Liechtenstein, Moderator Klaus Fiala und Simon Tribelhorn.



Martin Schneider, Brainforce AG, und Peter Schnieper, Schindler Aufzüge, unterhielten sich angeregt.



Die Stimmung war entspannt – auch bei Jürgen Nigg, Wirtschaftskammer Liechtenstein, und Gernot Schuller, Ivoclar Vivadent



Die Generalversammlung in Ruggell war hervorragend besucht.



Im Anschluss ging die Diskussion am Buffet weiter: Dick Wolff (IB Score AG), René Ott (Ott, Hagen & Partner AG), Irene Kiefer (Schustermann & Borenstein), Natalie Maitz (Rhomberg Reisen GmbH) und Stephan Moosleithner (FMA Liechtenstein)



Landschaftlich bietet Siebenbürgen reizvolle Aspekte.

Auch die Folklore kam nicht zu kurz.

OUT OF the Box

„Out of the Box“ ist ein Format, bei dem sich die Direktionsräte und Präsidiumsmitglieder über Regionen ausserhalb des „klassischen HKSÖL-Gebiets“ informieren können.

Da die Zeit für einen intensiveren Gedankenaustausch bei Sitzungen und Veranstaltungen der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein (HKSÖL) meist zu knapp ist, wurde das Format der „Out of the Box“-Reisen eingeführt.

BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Es wendet sich ausschliesslich an Direktionsräte, Präsidiumsmitglieder und HKSÖL-Repräsentanten. Die (kostenpflichtigen) Reisen führen immer in Regionen, die völlig abseits des „klassischen HKSÖL-Gebiets“ liegen, um neben den persönlichen Gesprächen und dem Ausbau des Netzwerks auch Denkanstösse, neue Ideen und den Blick über den Tellerrand zu ermöglichen.

F&E UND SOZIALE HERAUSFORDERUNG

Nach Schanghai, Mumbai und Dubai

führte die diesjährige Reise nach Siebenbürgen. Während der vier Tage konnten die zehn Reisetilnehmer in der teilweise deutschsprachigen Region Rumäniens ganz unterschiedliche, aber immer spannende Einblicke gewinnen: Eine Führung bei Marquardt Schaltsysteme zeigte hochklassige F&E-Aktivitäten eines deutschen Weltmarktführers der Autozulieferindustrie. Beim Treffen mit Jesuitenpater Georg Sporschill in seinem Projekt „Elijah“ wurden wiederum die nach wie vor grossen Herausforderungen für die Volksgruppe der Roma ersichtlich. Ein Gespräch mit der deutschsprachigen Bürgermeisterin von Sibiu, Astrid Fodor, zeigte mehrere Gründe für den enormen Erfolg dieser Region auf.

ANGUS BEEF AUS RUMÄNIEN

Auch landwirtschaftliche Themen fanden Platz: Die Gruppe besuchte Karpát

Meat, ein liechtensteinisches Unternehmen, welches die idealen Bedingungen der Region für die Zucht von hochklassigem Angus Beef nutzt. Ausserdem sahen sich die Direktionsratsmitglieder Viscri/Deutsch-Weisskirch an: Bei dieser Gemeinde handelt es sich um ein von Abwanderung bedrohtes mittelalterliches Dorf, in welchem vor einigen Jahren Prinz Charles ein altes Bauernhaus kaufte. Er liess das Gebäude renovieren und initiierte damit einen enormen Aufschwung, von dem die gesamte Region profitierte.

VIER EINDRUCKSVOLLE TAGE

Es war zwar nur eine viertägige Reise. Sie brachte allerdings eine Menge interessanter Einblicke und neue Ideen, ganz abgesehen von den angenehmen und intensiven persönlichen Kontakten zwischen den Teilnehmern und den Partnern vor Ort. ●

NETZWERK mit Erholungswert

Im Wiener Arcotel Kaiserwasser trafen zahlreiche Gäste der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein einander zum Netzwerk-Event Friends 4 Friends.

Eine hochkarätige Gästeschar genoss gemeinsam Schweizer Fondue und Wiener Wein. Das einladende Ambiente im Restaurant des Hotels an der Donau war der ideale Rahmen, um in angenehmer Atmosphäre neue Bekanntschaften zu machen und das persönliche Netzwerk zu erweitern.

ZWANGLOSES AMBIENTE

Wie immer war auch diese Friends 4 Friends-Veranstaltung hervorragend besucht. Zahlreiche Manager und Entscheidungsträger aus bedeutenden Unternehmen hatten der Einladung der HKSÖL Folge geleistet. Einhellig wurden das kommunikative Ambiente und der entspannte Rahmen gelobt, in dem man zwanglos mit vielen spannenden Menschen ins Gespräch kam. ●

01: Sponsors and Friends: Mag. Thomas Grabner, Six Payment Services (Mitte), und Markus T. Schweizer, EY (r.), hier mit HKSÖL-Generalsekretär Urs Weber

02: Martina Kapral, Humor AG und Andrea Peya, Rechtsanwaltskanzlei Peter Payer

03: Peter Laggner, Trimetis AG, und Dagmar Ludwig-Penall, Residenz Josefstadt

04: HKSÖL-Vizepräsident Burkhard Gantenbein und Andrea Stürmer, Zürich Versicherung, genossen den Abend.

05: Präsident Heinz Felsner, Martina Grimus (mitte, Business Coach), Franco Levis (l.) und Frieder Löhner und Elfriede Piller (r.) (alle drei von FVL Real Estate)



„ES MUSS nur funktionieren!“

Ein Zukunftsthema stand auf dem Programm der Top Speakers Lounge Anfang Juni in Winterthur.

Die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein lud diesmal zu einer Diskussion über Blockchain, ein Thema, das eng mit der Digitalisierung der Wirtschaft zusammenhängt. Das Motto „Crypto-Challenge: ‚Verschlüsselte‘ Zukunft?“ zog viele Besucher an. Als Gastgeber fungierte DMG MORI in Winterthur. BDO und Sherpany unterstützten das Event als Sponsoren.

DIGITALE SICHERHEIT

Die Errungenschaften der Digitalisierung bieten Wirtschaftstreibenden eine enorme Vielzahl an Möglichkeiten – von Cloudcomputing über Kryptowährungen wie Bitcoin bis hin zu digitalen „smart contracts“. Ebenso bekannt wie diese digitalen Lösungen sind mittlerweile jedoch die damit verbundenen Risiken, weshalb Verschlüsselungstechnologien zunehmend an Bedeutung gewinnen. Doch wie „hack“-anfällig sind elektronische Daten und Kommunikation wirklich? Ist Verschlüsselungstechnologie heutzutage Voraussetzung für alle digitalen Dienstleistungen? Und welche Rolle spielt Blockchain dabei?

KOPIEREN VERBOTEN

Das erklärte Dr. Johannes Schweifer, CEO der CoreLedger AG und Mitgründer der Bitcoin Swiss AG, auf allgemein verständliche Weise. Als besonderes Asset der Blockchain-Technologie, die unter anderem hinter dem Umgang mit Bitcoin steht, strich er die Kopiersicherheit digitaler Dateien am Beispiel von Gutscheinsystemen heraus: „Es gibt Firmen, die ihr ganzes Businessmodell auf digitalen Gutscheinen auf-

bauen. Aber man hat dabei das Problem, dass man diese kopieren kann. Das ist eine ideale Anwendung für Blockchain. Mit dieser Technologie geht das nämlich nicht. Das ist genau, was Blockchain kann – sicherstellen, dass es keine Kopien von digitalem Content gibt.“

In der digitalen Welt kann man derartige Gutscheine für alles ausstellen. Das reicht von Öl bis Gold. Man spricht dann von Tokens. Diese kann man einsetzen wie ein Zahlungsmittel.

GESCHÄFTE IN ECHTZEIT

Ein weiterer Vorteil liegt dabei in der Echtzeit, in der das gesamte Geschäft abgewickelt werden kann. Normalerweise bedeutet ein Kauf über digitale Kanäle zwei Vorgänge. Man schickt das Geld und danach geht das Besitzrecht auf den Käufer über. Schweifer: „Der Nachteil ist, dass das mehrere Tage – bei manchen Transaktionen sogar Wochen – dauern kann. Das gibt es in der Blockchain nicht. Wenn der Vorgang dort stattgefunden hat, hat er stattgefunden – die Bezahlung und der Übergang des Besitzrechts geschehen gleichzeitig.“

ANGEREGTE DISKUSSION

Unter der Moderation von Klaus Fiala, Forbes Magazin, diskutierten im Anschluss Thomas Bachheimer, Präsident des Goldstandard-Instituts Europa, Dr. Kurt Mäder, Group COO der Liechtensteinischen Landesbank AG, und Roman Bühler, Board Innovator und Mitgründer von Sherpany, über die zahlreichen Möglichkeiten, die sich durch Blockchain ergeben. Die zahlreich erschienenen Gäste zeigten reges Interesse an dem facettenreichen Thema.

TECHNOLOGIE IM HINTERGRUND

Bleibt noch die Frage, wann Blockchain in der breiten Öffentlichkeit angekommen sein wird. Diese konnte Schweifer beantworten: „Blockchain ist dann im Leben angekommen, wenn man es nicht merkt. Dass das dahintersteht, soll nicht relevant sein. Es soll bloss funktionieren.“

01: HKSÖL-Generalsekretär Urs Weber begrüßte die zahlreich erschienenen Gäste.

02: Am Podium diskutierten unter der Moderation von Klaus Fiala die Experten Thomas Bachheimer, Kurt Mäder und Roman Bühler.

03: Zahlreiche interessierte Besucher folgten den Ausführungen über Blockchain und Bitcoin.

04: Johannes Schweifer erläuterte auf anschauliche Weise, wie Blockchain in unseren Alltag einziehen könnte.

05: Erwin Pfister (WinLink), Yves Buri (Sherpany), Marc Buser (Schneider Group) im Gespräch

06: Moderator Klaus Fiala diskutierte auch selbst mit.

07: HKSÖL-Generalsekretär Urs Weber eröffnete die Veranstaltung in Winterthur.



PRÄSIDIUM



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



Vizepräsident
Dr. Burkhard GANTENBEIN
Geschäftsführer der Gesellschafter Anjo 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



Ehrenpräsident
Mag. Dr. Rudolf GÜRTLER
em. Rechtsanwalt



Ehrenpräsident
Jean-Daniel CORNAZ
CEO Vetropack-Gruppe i.R.



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



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



Ehrenpräsident
Dr. Arthur WULKAN
Partner FIO Partners AG

EHRENPRÄSIDENTEN

DIREKTIONSRAT



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 Sherry, Zürich



Mag. Gerhard FREI
Geschäftsführer Emmi Österreich GmbH, Nüziders



Fabrice FAVERO
Geschäftsführer Nestlé Österreich GmbH, Wien



Thomas FÖRST
Head of Global Network Switzerland Global Enterprise, Zürich



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



Mag. Thomas GRABNER
Geschäftsführer SIX Payment Services (Austria) GmbH, Wien



Kammerrat Dr. René A. HAIDEN
Präsident Grenzlandverein, Wien



Brigitta HARTL-WAGNER
Direktorin Residenz Josefstadt GmbH, Wien



Joanne HUNGER,
Head of Western Union Business Solutions Austria, Wien



Hans-Peter JUCKER
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



Mag. Peter F. LAGGNER
Vorstand Trimetis AG, Wien



Alfred LEU
CEO Generali Versicherung AG, Wien



Christian Paul LYK
Mitglied der Geschäftsleitung Kendris AG, Zürich



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



Michael PÉREZ
Partner Prettenhofer Raimann Pérez Rechtsanwaltspartnerschaft, Wien



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



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



Hugo ROHNER
Vorstandsvorsitzender SKIDATA AG, Salzburg



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



Michael SKALA,
CEO Straight Investment Group AG, Zürich



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



Marcus SCHULZ
Geschäftsführer Vitra Ges.m.b.H., Wien



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



Dr. Herbert STEPIC
Senior Advisor to the Board of Raiffeisen Bank International, Wien



Ing. Karl-Heinz STRAUSS
Vorstandsvorsitzender PORR AG, Wien



Andrea STÜRMER
MSC, MPA
auf 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 DMG Mori Management AG, Winterthur



Georg WEIDINGER
Geschäftsführer Swiss Mail Solutions GmbH, Herzogenburg



Dr. Georg WOLF-SCHÖNACH
Vorstandsvorsitzender Bankhaus Krentschker, Graz

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 WEBE
Generalsekretär, Wien



Katharina SILVA GUERRERO M. A.
Kommunikation & Veranstaltungen, Wien



Ingrid WALLNER
Office Management Finanz- und Rechnungswesen, Wien



Martin BRÄUER
M.A.
Teamassistent, Wien



EVENTS, MESSEN, TERMINE

ÖSTERREICH

13. BRENNPUNKT eTOURISM 12.10.2017, FH Salzburg Puch/Urstein

Die Veranstaltung greift die aktuellsten Trends des Online-Marketings auf – von Chatboots bis hin zur interaktiven Rezeption.

www.brennpunkt-etourism.com

GEWINN MESSE

19.–20.10.2017, Wien

80 Aussteller und zahlreiche Seminare und Veranstaltungen informieren über alle Bereiche der Geldanlage-, der Finanz-, Steuer-, Versicherungs- und Immobilienbranche.

www.gewinn-messe.at

GLOBAL SHOPPING FORUM

16.11.2017, Wien

In diesem Jahr liegt der Fokus darauf, wie führende Reiseverkäufer, Flughäfen, Fluggesellschaften und Reisehandelsmarken Daten nutzen können, um die Chancen zur Umsatzsteigerung in der Reisebranche gewinnbringend für sich einzusetzen.

www.global-shopping-forum.com

SCHWEIZ

BAUEN & WOHNEN

5.–8.10.2017, Luzern

Die ganze Vielfalt rund ums Bauen und Renovieren zeigt diese Messe, die Eigenheimbesitzer, zukünftige Bauherrschaften, Architekten und Planer sowie die ganze Familie anspricht.

www.bauen-wohnen.ch



ZUGER MESSE

21.–29.10.2017

Die Zuger Messe ist die grösste und erfolgreichste Herbstausstellung für Handel und Gewerbe in der Zentralschweiz.

www.zugermesse.ch

ZUKUNFTSREISE HANDWERK 4.0

23.–24.10.2017,
Zürich/München

Wie die Digitalisierung auch in der Holzbearbeitung und im Holzhandwerk genutzt werden kann, zeigt diese Veranstaltung in der Ostschweiz und dem deutschen Bodenseeraum.

www.wko.at

LIECHTENSTEIN

1. LIECHTENSTEINISCHES VERSICHERUNGSRECHTS- FORUM

3.10.2017, Vaduz

Der Finanzplatz Liechtenstein ist mit regulatorischen Neuerungen konfrontiert. Die Universität Liechtenstein beleuchtet die damit verbundenen Änderungen.

www.uni.li

WIRTSCHAFTSWUNDER 2017 – EUROPA SPEZIAL

21.11.2017, Schaan

One Europe, one future? Wie der „Brexit“ Europa und die Welt verändert.

<http://wirtschaftswunder.li>

VERANSTALTUNGEN DER HKSÖL

25. September 2017

Wirtschaftstreffpunkt, Graz / „St.GallenBodenseeArea“

5. Oktober 2017

Top Speakers Lounge, Wien / „Future Leaders“

20. November 2017

Top Speakers Lounge, Zürich / „Zukunftsfähigkeit unseres Gesundheitssystem“

29. November 2017

Top Talk, Wien / „Erfolgsfaktor Schweiz“

11. Dezember 2017

Präsidiums- und Direktionsratssitzung

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 Kühhas **COVERFOTO:** Schustermann & Borenstein **ANZEIGENBERATUNG:** Christian Haider, Tel.: +43/316/806 326 71, christian.haider@styria.com; Karl Hedschet, Tel.: +43/1/601 17-843, karl.hedschet@styria.com; Harald Hermann Kuso, Tel.: +43/1/601 17-437, harald.kuso@styria.com **ART-DIREKTION, GRAFIK:** Rosi Horvath **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.



BUCHERER

1888

KÄRNTNER STRASSE 2 - WIEN
BUCHERER.COM

EINZIGARTIG WIE IHRE EMOTIONEN

UHREN SCHMUCK JUWELEN