

# hub

DAS MAGAZIN DER HANDELSKAMMER  
Schweiz ■ Österreich ■ Liechtenstein

Ausgabe 01/21 | März 2021



HANDELSKAMMER  
Schweiz ■ Österreich ■ Liechtenstein

## WETTBEWERB

Garant für Wohlstand  
und Innovation S. 12

## NETZWERK

Wie die HKSÖL Menschen  
und Unternehmen  
verbindet S. 15



## BANKING

Der heiße Draht  
zum Kunden. S. 22

Innovation:  
**VON DER  
IDEE ZUM  
BUSINESS**  
S. 08

## 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](http://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

**6** News in Kürze

## COVER

**8** Im Gespräch – Burkhard Gantenbein, Ango Invest GmbH

## THEMA: INNOVATION

**12** Garant für Wohlstand und Innovation

**20** 100 Jahre alt und professionell & digital vernetzt

## SERIE: 100 JAHRE HKSÖL

**15** Die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein: Netzwerken seit 100 Jahren

## BUSINESS

**22** Der heiße Draht zum Kunden

**24** Business in Kürze

## FINANZEN

**28** Finanzen in Kürze

## STANDARDS

**26** Neue Mitglieder

**30** Präsidium und Direktionsrat der HKSÖL

**19** Personalien

**31** HKSÖL inside/ Impressum



UNSER COVER

**Burkhard Gantenbein** ist Geschäftsführender Gesellschafter der Ango Invest GmbH und Business Angel.

## 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 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](http://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](mailto: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](http://www.hk-schweiz.at) oder per E-Mail: [wallner@hk-schweiz.at](mailto:wallner@hk-schweiz.at)

## SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE LESERINNEN UND LESER,



Heinz Felsner,  
Präsident HKSÖL

die HKSÖL feiert in diesem Jahr 100 Jahre ihres Bestehens seit ihrer Gründung in Wien 1921.

Ein Jahr vorher hat die Monarchie der Habsburger nach mehr als sechs Jahrhunderten geendet – eine der vielen Folgen des Ersten Weltkriegs. Eine Vielzahl von Nachfolgestaaten ist entstanden, mit Grenzen und anderen Barrieren – Erschwernis für die Menschen und die Wirtschaft gegenüber den früheren Verhältnissen in Europa.

Das Fürstentum Liechtenstein hat sich nach Jahrhunderten der engen Verbundenheit mit der Habsburgermonarchie zur Schweiz hingewendet, auch das österreichische Bundesland

Vorarlberg wollte ein Kanton der Schweiz werden, was die Schweiz aber abgelehnt hat.

Die Gründer unserer Kammer haben angesichts dieser Umgebung ein ausserordentliches Mass von Mut, Weitsicht und Einsatz bewiesen. Ihr Ziel war, die wirtschaftlichen Verbindungen der Vorkriegszeit wiederzubeleben und neue aufzubauen, um einen Beitrag zur Überwindung der weit verbreiteten Not der Nachkriegszeit und zur guten Entwicklung einer besseren Zukunft zu leisten.

Dafür sind wir ihnen dankbar und nehmen diese Verpflichtung durchaus in diesem Sinn für die HKSÖL weiter an.

Unser hundertstes Bestandsjahr haben wir den Themen Bildung – Innovation – Unternehmertum gewidmet. Wir meinen, dass es genau die Verbindung dieser Stärken erfordert, um ein Unternehmen, eine Region, einen Staat nachhaltig und im Sinn seiner Stakeholder zu entwickeln.

Wir werden daher ganz besonders in diesem Jahr Sie, unsere geschätzten Mitglieder, bitten, ihre Erfolgsbeispiele mit anderen zu teilen – auch als Motivation, die in weiten Bereichen unserer Gesellschaft und Wirtschaft gravierenden Folgen der Pandemie rasch zu überwinden.

Wir freuen uns auf ein interessantes und spannendes Jahr 2021 mit Ihnen!

**Mit herzlichen Grüssen und den besten Wünschen für Ihre Gesundheit, Ihr**

Heinz Felsner

Urs Weber,  
Generalsekretär HKSÖL



## SO WIE FRÜHER – DIE BEDEUTUNG PERSÖNLICHER KOMMUNIKATION

Innovationen als eine der bedeutendsten Grundlagen unseres Wohlstands beziehen sich in unserem Wirtschaftsraum vor allem auf den MINT-Bereich\*. Ich kenne diesen eigentlich nur als Nutzniesser; in Hinblick auf meine Kompetenzen sicher ganz gut so. Ich bin in der Kommunikationsbranche tätig, in der vielmehr das Zwischenmenschliche von Bedeutung ist: „Innovation“ reduzierte sich hier bislang vor allem auf den Träger der Botschaft: Mail statt Brief, Video statt eines persönlichen Treffens, etc. ... Aber gerade der Teil zwischen „Informationsträger“ und „Inhalt“ hat sich in der aktuellen Situation spannend weiterentwickelt – und gleichzeitig bestätigt.

Die Corona-Pandemie akzentuierte zwei gegenläufige Entwicklungen – einerseits durch die unglaublich schnelle Entwicklung der Onlinekonferenzen: Phantastisch, wie leicht sich hier die aktuellen Probleme umgehen, persönliche Meetings ersetzen lassen. Verrücktheiten wie für ein dreistündiges Meeting nach London zu fliegen werden sich aller Voraussicht nach drastisch reduzieren, genauso wie der Widerstand gegen Homeoffice. Das wiederum hat zahlreiche weitere positive Folgen: weniger Berufsverkehr, mehr Arbeits-/Freizeit, geringerer Aufwand fürs Pendeln.

Andererseits zeigt der digitale Ersatz persönlicher Treffen sehr deutlich, dass Menschen trotz allem eben immer noch Lebewesen sind, die den persönlichen Austausch benötigen, sich „live“ sehen und hören, riechen und spüren wollen. Bei einem Gespräch von Angesicht zu Angesicht wird man sich Nuancen bewusst, die auch beim besten und völlig „ruckelfreien“ Onlinemeeting verloren gehen, gar nicht wahrgenommen werden können, da eben nur der auditive und der visuelle Kanal zum Zuge kommen. Vertrauen lässt sich digital ungleich schwerer aufbauen als bei „Live“-Treffen.

Dies gleich eine Innovation zu nennen ist natürlich zu hoch gegriffen. Aber ist nicht auch Erfahrung und Erkenntnis, dass sich direkte, persönliche nach wie vor nicht ersetzen lassen genauso Grundlage für unseren Erfolg?

**Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre der aktuellen Ausgabe!**

Herzlich, Ihr

Urs Weber

\* MINT: Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik



Das „Europäische Jahr der Schiene“ soll die Bahn noch stärker als nachhaltiges Verkehrsmittel positionieren.

## BAHN FREI

2021 ist das „Europäische Jahr der Schiene“.

Die Europäische Kommission, die ÖBB und die österreichische Klimaschutzministerin haben eine EU-Lok in neuem Design zum Auftakt des 2021 ausgerufenen „Europäischen Jahrs der Schiene“ am Wiener Hauptbahnhof eingeweiht. Sie wird als Botschafterin dieses Jahres in Österreich und den Nachbarländern unterwegs sein. Ziel des „Europäischen Jahrs der Schiene“ ist es, den Umstieg auf die Bahn als sicheres und nachhaltiges Verkehrsmittel zu fördern und damit den europäischen Green Deal, der Klimaneutralität bis 2050 zum Ziel hat, zu unterstützen. ●

[www.oebb.at](http://www.oebb.at)

## ALLES WALZER!

Mit einem virtuellen Ballsaal hält die Österreich Werbung (ÖW) Österreichs Ballkultur bei internationalen Gästen in Erinnerung.

Die Website [www.waltzaroundtheworld.at](http://www.waltzaroundtheworld.at) nimmt die BesucherInnen mit auf eine musikalische Reise um die Welt. Die Seite stellt bekannte heimische Walzer vor und gibt Hintergrundinfos zu Österreichs „fünfter Jahreszeit“. Ausserdem ruft die Österreich Werbung zur Tanz-Challenge #waltzaroundtheworld auf. Musikbegeisterte in aller Welt sind aufgerufen, mit der Tanzpartnerin beziehungsweise dem Tanzpartner zu Wiener-Walzer-Klängen zu tanzen und Kurzvideos dazu unter den Hashtags #alleswalzer und #waltzaroundtheworld auf Instagram online zu stellen. Die Videos sind auf der Website via Social Wall sichtbar. ●

[www.austriantourism.com](http://www.austriantourism.com)

## UNGETRÜBTE REISELUST

Eine Umfrage des Corps Touristique zeigt für den Sommer 2021 grosse Reiseabsicht der ÖsterreicherInnen.

Ganze 78 % aller ÖsterreicherInnen ab 18 Jahren planen für 2021 eine private Reise, 56 % erwägen eine private Auslandsreise. Die Top 5 der Wunschreiseziele sind wie vor der Pandemie Italien, Kroatien, Deutschland, Griechenland und Spanien. Am beliebtesten ist der Badeurlaub. Individualreisen gewinnen stark an Bedeutung, während Pauschalreisen 2021 einen leichten Rückgang verzeichnen dürften. Der PKW bleibt weiterhin das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel, während das Flugzeug für Auslandsreisestationen stabil bleibt. Die beliebtesten Unterkünfte sind Ferienwohnungen und Privatunterkünfte. ●

[www.corps-touristique.at](http://www.corps-touristique.at)

Die Pilatus-Bahn ist die steilste Zahnradbahn der Welt.



## STEIL BERGAUF

Pilatus-Bahnen AG investiert in neue Triebwagen.

Die Pilatus-Bahnen AG hat ihr 55-Millionen-Franken-Projekt der Öffentlichkeit vorgestellt: Ab Sommer 2021 werden acht neue Triebwagen auf den Gleisen der steilsten Zahnradbahn der Welt verkehren. Die Wagen werden von Schweizer Firmen angefertigt. Das zeitlose Design der Züge mit 360-Grad-Panoramafenstern steigert den Fahrernuss und sorgt für noch mehr Herzklopfen am Luzerner Hausberg. Ein innovatives Leitsystem und weitere technologische Neuerungen bringen mehr Komfort sowie einen nachhaltigeren Betrieb – künftig sogar im Halbstundentakt. Die maximal grossen Glasfronten gewähren in den neuen Wagen ein noch spektakuläreres Fahrerlebnis. ●

[www.pilatus.ch/zahnradbahn](http://www.pilatus.ch/zahnradbahn)

15 weibliche Vorstandsmitglieder stehen in Österreichs börsennotierten Unternehmen 175 männlichen gegenüber.



## SPITZENREITER SCHWEIZ

*Die Schweiz ist das innovativste Land Europas.*

Die Schweiz ist im Bloomberg Innovation Index um einen Rang vorgerückt. Sie belegt nun den dritten Platz weltweit und den ersten Platz in Europa. Vor ihr liegen nur Südkorea und Singapur. Damit überholt die Schweiz Deutschland, das im Vergleich zum Vorjahr um drei Plätze auf Rang vier zurückgefallen ist. Insgesamt sind 60 Länder im Index aufgeführt, die anhand von Themen wie Forschung und Entwicklung, Produktionsfähigkeit sowie der Konzentration börsennotierter Hightech-Unternehmen bewertet werden. Die Schweiz schnitt insbesondere im Bereich Forschung und Entwicklung gut ab. Bei der Forschungsintensität belegt sie den dritten, bei der Konzentration an Forschenden den vierten Platz. Weiters gehört die Schweiz auch im Bereich Fertigung und Wertschöpfung zu den besten fünf Ländern.

[www.bloomberg.com](http://www.bloomberg.com)

## GRÜNDEN TROTZ KRISE

*Der Gründerspirit in Österreich ist ungebrochen.*

Trotz Coronakrise konnte in Österreich bei den Gründungen ein Plus von 1,2 % verzeichnet werden, 401 neue Unternehmen wurden gegründet. Die Tendenz ist weiterhin stark steigend: Innerhalb von fünf Jahren ist der Wert somit um 8 % gestiegen (2006: 37 %). Im Durchschnitt sind die GründerInnen 37 Jahre alt und haben Berufserfahrung gesammelt. Der Anteil jener, die aus der Arbeitslosigkeit heraus gründen, liegt stabil bei etwas über 5 %. Der Frauenanteil steigt kontinuierlich und liegt jetzt über 45 %. Gewerbe und Handwerk liegen mit einem Anteil von 37,5 % vor dem Handel (30,6 %) und Information und Consulting (20 %). 7 % der Gründungen verzeichnet die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, weitere 4,9 % entfallen auf Transport und Verkehr. Die restlichen 0,2 % fallen auf Industrie, Banken und Versicherungen.

[www.wko.at](http://www.wko.at)

## GLÄSERNE DECKE

*„Mixed Leadership Barometer Österreich 01/2021“.*

Die Anzahl weiblicher Vorstandsmitglieder in Österreichs börsennotierten Unternehmen (Stichtag 1.1.2021) ist laut der Studie von EY im Vergleich zur Jahresmitte 2020 (Stichtag 1.8.2020) um eine Frau gestiegen. Im Vergleich zur letzten Analyse bedeutet das einen leichten Anstieg von 7,4 auf 7,9 %. Bereits mehr als jedes vierte Aufsichtsratsmitglied der österreichischen WBI-Unternehmen ist aktuell eine Frau: Somit ist in den Aufsichtsräten insgesamt die Anzahl der Frauen von 27,4 auf 27,8 % gestiegen und hat einen neuen Höchststand erreicht. Gegenüber August 2020 ist die Zahl der weiblichen Aufsichtsräte zwar konstant geblieben, allerdings ist die Anzahl der Aufsichtsräte um neun gesunken. In den Aufsichtsgremien sind damit 145 Frauen (27,8 %) und 376 Männer (72,2 %) vertreten.

[www.ey.com](http://www.ey.com)

## AKTUELL IN KÜRZE

- ◆ **JUBILÄUM.** Die Universität Liechtenstein wurde vor zehn Jahren als erste öffentliche Hochschule im Fürstentum gegründet. Aufgrund der Corona-Pandemie ist eine Feier frühestens im Sommer 2021 geplant.
- ◆ **GUTE NACHBARSCHAFT.** Am 26. Januar 2021 erneuerten die Schweiz und das Fürstentum Liechtenstein ihre Vereinbarung über die Förderung wissenschaftsbasierter Innovation. Damit wird in diesem wichtigen Bereich eine enge und gewinnbringende Zusammenarbeit beider Länder weiter vertieft.
- ◆ **HÖCHSTRATING.** Standard & Poor's hat Liechtenstein erneut mit der Bestnote AAA und stabilem Ausblick bewertet. Die Basis dafür stellen stabile Haushalte, hohe Finanzreserven und die sehr gute Einkommenssituation dar.
- ◆ **WEITBLICK.** Die Wirtschaftskammer Österreich zeichnete 30 UnternehmerInnen als „Born Global Champions“ – UnternehmerInnen, die bereits bei ihrer Gründung die Weltmärkte für ihre Ideen, Produkte und Dienstleistungen im Blick haben – aus.

## IMMOBILIEN GEFRAGT

### *Der Schweizer Immobilienmarkt profitiert von der Pandemie.*

Die Schweiz bleibt für Investoren auch 2021 ein attraktiver bis sehr attraktiver Immobilienmarkt. Dies sehen 99 % der Investoren so, die von den Immobilienexperten bei EY Schweiz für die Studie „Trendbarometer Immobilien-Investmentmarkt 2021“ befragt wurden. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Attraktivität sogar noch einmal leicht gestiegen. In Bezug auf das Transaktionsvolumen erwarten 79 % der Befragten für das Jahr 2021 eine Seitwärtsbewegung auf hohem Niveau. Lediglich 15 % stimmen der Aussage zu, dass sich das Investitionsvolumen im Jahr 2021 rückläufig entwickeln werde; im Vorjahr waren es 17 %.

[www.ey.com](http://www.ey.com)



In der Schweiz wird nach wie vor eifrig in Immobilien investiert.

## POSITIVE STIMMUNGSLAGE

*Ein Grossteil der österreichischen Betriebe ist von den wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Krise unmittelbar betroffen, trotzdem herrscht Optimismus.*

Der Austrian Business QuickCheck, den der KSV1870 zum Ende des zweiten Lockdowns im Dezember 2020 durchgeführt hat, zeigt: Trotz Coronakrise wird 2020 von 60 % der rund 600 befragten Betriebe positiv bewertet, 40 % sehen es deutlich negativer, 13 % davon sehr negativ. Rund 75 % starten mit positiver Erwartungshaltung ins neue Jahr. Zudem fielen die wirtschaftlichen Konsequenzen der ersten beiden Lockdowns für rund ein Drittel der Unternehmen gleich negativ aus. Für ein Viertel war der zweite Lockdown weniger dramatisch als der erste, während Lockdown I und II für 17 % der Betriebe keine finanziellen Auswirkungen hatten. 8 % sehen positive Auswirkungen auf ihre Finanzen. Weiters rechnen mehr als 25 % mit einer Entspannung der wirtschaftlichen Lage frühestens im dritten Quartal 2021 – ebenso viele erwarten diese für 2022.

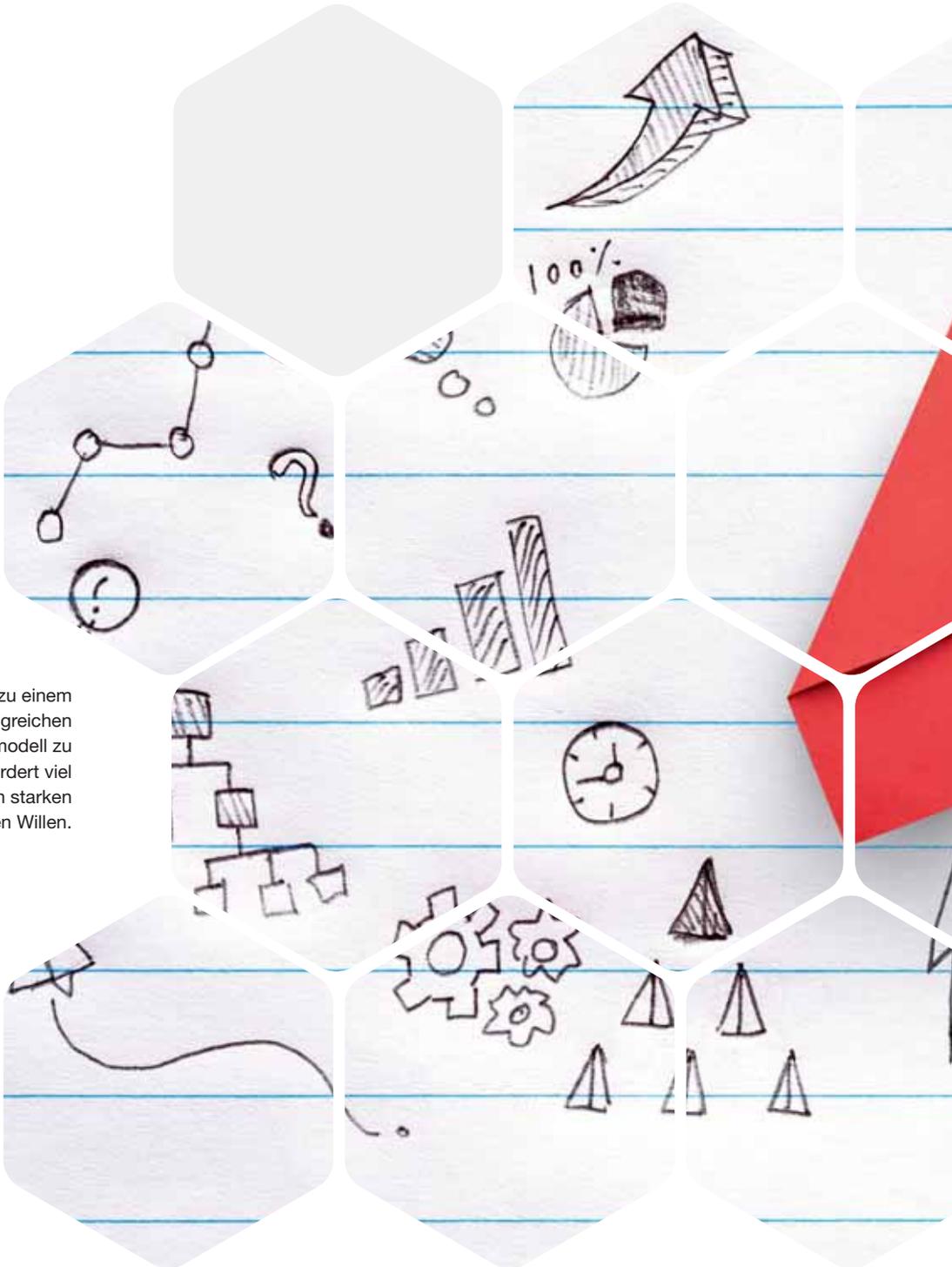
[www.ksv.at](http://www.ksv.at)

## VON DER UNI IN DIE WIRTSCHAFT

*Die Zahl der Ausgründungen der Universität Zürich steigt weiter.*

Seit 1999 wurden an der Universität Zürich 143 Spin-offs gegründet. Im vergangenen Jahr schafften sieben Gründerteams den Weg in die Selbstständigkeit und schlossen einen Lizenzvertrag mit der Universität ab. Unter den Forschenden, Studierenden und Alumni der Universität Zürich sind zahlreiche UnternehmerInnen, die Innovationen auf den Markt bringen, die mehrheitlich im Medtech-, Biotech- sowie im KI-Bereich angesiedelt sind – u. a. innovative Drohnensoftware sowie eine Methode, die vorgeburtliche Eingriffe sicherer macht.

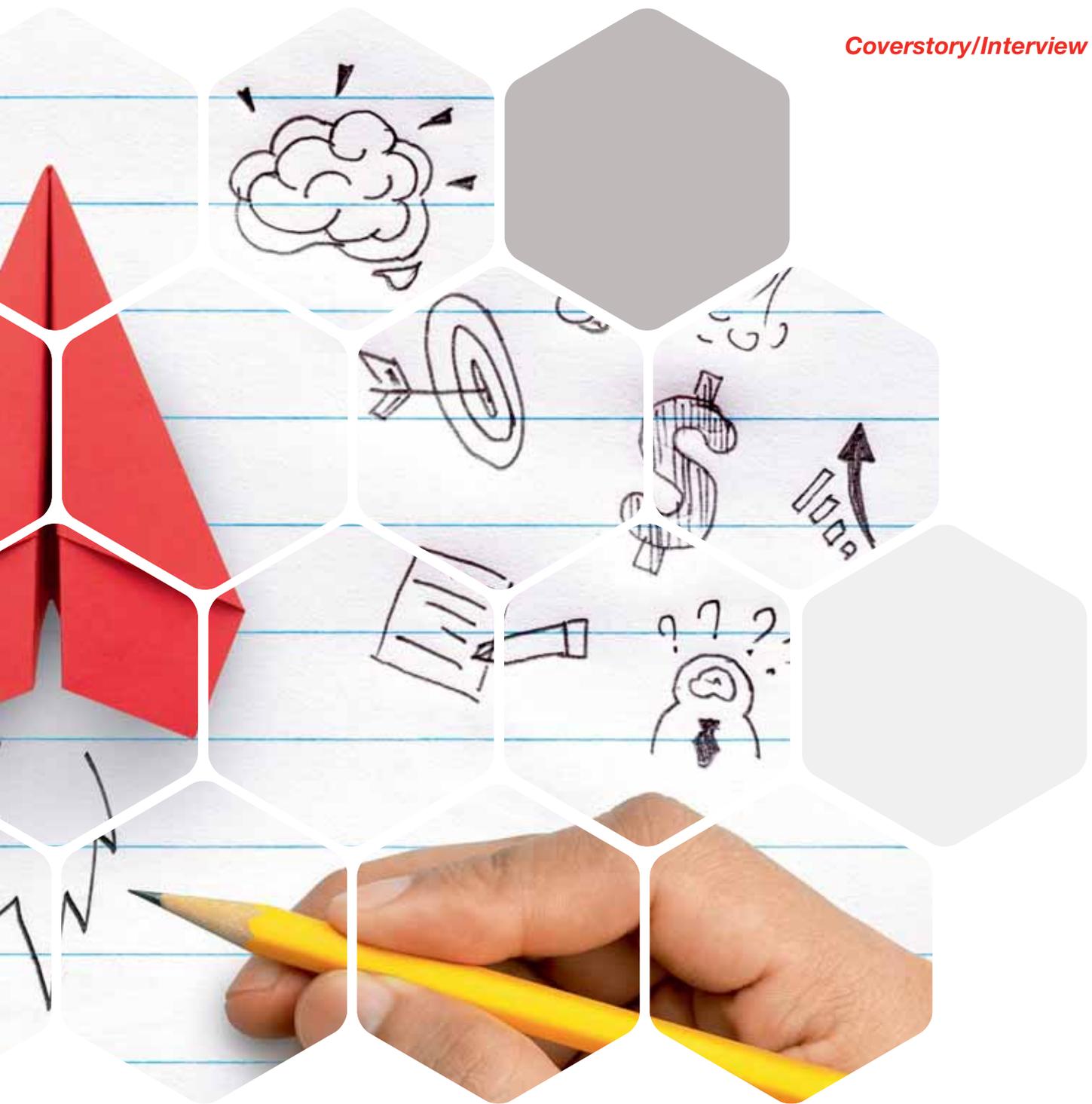
[www.uzh.ch](http://www.uzh.ch)



Neue Ideen zu einem  
erfolgreichen  
Geschäftsmodell zu  
machen erfordert viel  
Mut und einen starken  
eigenen Willen.

# WILLE, TEAM, Geld und Glück

*Burkhard Gantenbein ist Business Angel und in  
diversen Aufsichtsräten tätig. Er ist Mitglied des  
HKSÖL-Direktionsrats.*



Mit uns sprach der ausgebildete Jurist, der schweizerisch-deutscher Doppelstaatsbürger ist, über seine Gedanken zum Thema Innovation und darüber, was erfolgreiche und innovative Geschäftsmodelle ausmacht.

**hub:** Sie begleiten und unterstützen Start-ups. Was sind Ihrer Erfahrung nach die wichtigsten Faktoren dafür, dass aus einer Innovation ein erfolgreiches Geschäftsmodell werden kann?

**Burkhard Gantenbein:** Man benötigt ein starkes Team und den unbedingten Wil-

len, etwas zu erreichen. Dazu braucht das Team viel Umsetzungskraft beziehungsweise -fähigkeit.

Denn die meisten Gründer haben gute, innovative Ideen. Aber ganz entscheidend ist, wie stark das Team ist, wie gut einander die einzelnen Mitglieder ergänzen. Und ob sie wirklich gewillt sind, alle Höhen und Tiefen eines Start-ups durchzustehen und dabei ihre Idee umzusetzen. Auch wenn dafür vielleicht eine Anpassung der Geschäftsidee notwendig ist.

Ohne Geld geht nichts, aber zu viel Geld ist auch nicht förderlich: Die finanzielle Ausstattung muss passen und dem Unternehmen ein Mindestmass an Bewe-

gungsfreiheit bieten. Es kann entscheidend sein, dass man genügend Mittel hat, um wesentliche Schritte nach vorne zu machen und damit den Durchbruch zu schaffen. Oftmals gibt es einen oder mehrere Mitbewerber mit einem ähnlichen Geschäftsmodell. Da können gut eingesetzte, ausreichende finanzielle Mittel entscheidend sein.

Aber: Zu viel Geld zur Verfügung zu haben kann leicht zu unnötigen Ausgaben verführen (für Marketing, Mitarbeiter, Büros, „nice to have“-Ausstattung usw.). Man fokussiert sich dann oft auch nicht auf das Wesentliche. Und letztendlich ist immer eine ordentliche Portion Glück nötig.



Innovationen muss man sich leisten können. Da sie aber unverzichtbar für die Wirtschaftskraft sind, sieht Burkhard Gantenbein bezüglich der Finanzierung neuer Entwicklungen optimistisch in die Zukunft.

Das kann viele Aspekte betreffen: die zeitliche Komponente im Vergleich zum Wettbewerb, die richtigen Partner oder Investoren, einen glücklichen technologischen Durchbruch, eine hilfreiche Änderung von Rahmenbedingungen z. B. durch Gesetzesänderungen und vieles mehr.

**hub:** Welche Branchen werden in den kommenden Jahren besonders viele neue Innovationen hervorbringen? Woran liegt das?

**Gantenbein:** Das Gesundheitswesen ist im Bereich Digital Health im Hintertreffen. Die Coronakrise deckt das gerade schonungslos auf. In fast allen Branchen werden Big Data, KI und Machine-Learning entscheidende Themen sein.

Viel Bewegung werden wir bei Cleantech sehen: Der Klimawandel wird nicht nur durch weniger Verbrauch realisierbar sein, sondern auch in beträchtlichem Ausmass durch technische Innovationen in diesem Bereich. Auch das Bewusstsein für Social und Environmental Impact wächst. Immer

mehr Menschen und Investoren wollen in diesen Bereichen Innovationen fördern. Wenn alles digitalisiert und vernetzt ist, Stichwort „Internet of Things“, dann ist auch Cybersecurity ein wichtiges Thema. Die entsprechenden Innovationen werden eine zentrale und globale Rolle spielen.

**hub:** Welche Arten der Finanzierung für neue Ideen werden in den nächsten Jahren dominieren (Bank, Crowdfunding etc.)?

**Gantenbein:** Am Anfang spielen die Investitionen von Business Angels und der Zugang zu Förderungen die grösste Rolle. Anschliessend wird die Finanzierung durch Venture Capital entscheidend. Crowdfunding funktioniert nur für spezifische Innovationen und Themen, v. a. im Bereich „Impact“, also Social und Environmental Impact. Banken spielen bei der Finanzierung neuer Ideen kaum ein Rolle.

**hub:** Wie sieht die Rolle der Regierung bei der optimalen Unterstützung von

**F&E und neuen Geschäftsmodellen aus? Wie weit geschieht das schon, wo ist noch Handlungsbedarf?**

**Gantenbein:** Will eine Regierung ihr Land generell als attraktiven Standort für Innovationen und Start-ups positionieren, sind folgende Aspekte von zentraler Bedeutung: Wir brauchen sehr gute Schulen und Universitäten. Digitale Kompetenzen und Unternehmertum müssen gefördert werden. Ohne ausreichend Fördergelder für F&E wird es wenig neue Entwicklungen geben können.

Starken Handlungsbedarf sehe ich in der Infrastruktur. Das reicht vom Wohnraum über den Verkehr bis hin zu diversen Technologien, wie dem Internet. Auch unbürokratische Verfahren bei Gründung, Förderungen, Arbeitsbewilligungen sowie gute steuerliche Rahmenbedingungen für Gründer und Investoren sind nötig, damit Innovation entstehen kann und ein Standort für die Ansiedlung von Start-ups attraktiv ist. Österreich hat es vor allem im Bereich der unbürokratischen Verfahren

und der steuerlichen Attraktivität verpasst, ein Top-Standort für Start-ups zu werden, z. B. für CEE.

**hub:** Die aktuelle Situation belastet die Budgets der Staaten und Unternehmen sehr. Wie viel Innovation werden wir uns in den nächsten Jahren überhaupt leisten können?

**Gantenbein:** Ich bin in diesem Punkt recht zuversichtlich. Die Politiker in vielen Ländern sind sich meines Erachtens nach der Tatsache bewusst, dass Innovationen dringend notwendig und zu unterstützen sind. Sie wissen, dass es um Lösungen für grosse Herausforderungen wie Umwelt und Gesundheit geht, aber auch um die Attraktivität ihres Standortes für junge, internationale Menschen, um die Schaffung von Arbeitsplätzen in zukunftsorientierten Industrien und somit um den zukünftigen Wohlstand des Landes.

Bei den Unternehmen ist es wiederum so, dass der Wettbewerb, nicht zuletzt durch Start-ups, dafür sorgt, dass sie noch viel innovativer und schneller werden müssen. Diese Bewusstseinsbildung findet zum Glück immer öfter statt und führt unter anderem dazu, dass zahlreiche Unternehmen nun Start-ups direkt fördern oder finanzieren, aber auch Accelerator-Programme und Inkubatoren unterstützen.

**hub:** Was bedeutet innovatives Denken für Sie persönlich?

**Gantenbein:** Bestehendes zu hinterfragen, Neues zuzulassen, in Chancen und vernetzt zu denken.

**hub:** Was ist für Sie derzeit der interessanteste Innovationsstandort weltweit und warum?

**Gantenbein:** Israel. Dort findet man eine sehr gute Mischung aus hoch qualifizierten Leuten. Sie sind innovativ, aber auch unternehmerisch und risikoaffin. Das Land hat ein gutes Ökosystem, genügend Kapital und ausreichend unterstützende Rahmenbedingungen.

**hub:** Vielen Dank für das Gespräch.



### **BURKHARD GANTENBEIN ...**

... studierte Rechtswissenschaften in Zürich (lic. iur.) und Fribourg (Dr. iur.), an der Universität St. Gallen sowie der London Business School. Er startete seinen beruflichen Werdegang bei der Generali Gruppe und nahm später dort diverse Vorstandstätigkeiten ein. Ab 2007 war Gantenbein CEO der Helvetia Versicherungen AG in Wien. Seit 2015 ist er Mitglied des Aufsichtsrats der Uniqa Insurance Group AG, Wien, Vorstandsvorsitzender der Uniqa Versicherungsverein Privatstiftung, Wien, sowie Aufsichtsrat bei der Bank Gutmann AG. Als Business Angel ist er an über einem Dutzend Start-ups beteiligt und begleitet diese aktiv in ihrer Entwicklung.

# GARANT FÜR WOHLSTAND und Innovation

*In einem sich rasant verändernden Wirtschaftsumfeld ist die Fähigkeit zur Innovation für Unternehmen existenziell.*



**Prof. Dr. PATRICK  
L. KRAUSKOPF  
(LL.M. Harvard)**

ist Leiter des Zentrums für Wettbewerbsrecht und Compliance an der ZHAW-School of Management and Law. Er ist ausserdem Gründer und Partner der Kartellrechtskanzlei AGON Partners Legal AG und Miteigentümer der Swiss Legal Tech Solutions GmbH, welche IT-Produkte im Bereich Kartellrecht und Compliance entwickelt. Patrick Krauskopf war zuvor Vizedirektor bei der Schweizer Wettbewerbsbehörde WEKO.

Die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen ist Voraussetzung, um sich im internationalen Wettbewerb zu behaupten und Wohlstand zu generieren. Innovation setzt eine „intelligente“ Wettbewerbspolitik und einen funktionierenden Kartellrechtsvollzug voraus. Erst dadurch werden die Bildung schädlicher Monopole verhindert sowie Marktzutrittsbarrieren für neue Marktteilnehmer abgebaut.

## WETTBEWERB UND INNOVATION

Innovation wird gemeinhin als die „Durchsetzung neuartiger Kombinationen“ verstanden<sup>1</sup>. Innovation schafft neue kommerziell nutzbare Produkte und Dienstleistungen. Wettbewerb als zentraler Allokationsmechanismus einer Marktwirtschaft spielt eine entscheidende Rolle, weil Produzenten von Waren und Anbieter von Dienstleistungen gezwungen werden, sich konsequent mit den sich ändernden Produkthanforderungen der Kunden auseinanderzusetzen und das eigene Produkt- bzw. Leistungsportfolio entsprechend weiterzuentwickeln<sup>2</sup>. Im Ergebnis führt dieser Prozess dazu, dass Ineffizienzen beseitigt werden und letztlich die gesamtwirtschaftliche Produktivität gesteigert sowie die Prosperität des volkswirtschaftlichen Gemeinwesens gefördert wird<sup>3</sup>.

## DIE BEDEUTUNG DES KARTELLRECHTS FÜR INNOVATION

Die Aufgabe des Kartell- und Wettbewerbsrechts liegt in der Aufrechterhal-



lung des freien Wettbewerbs und letztlich in der Förderung von Innovation. In der Regel bestehen für Unternehmen zwei Möglichkeiten, um Gewinne, die über der risikoadäquaten Kapitalmarktrendite liegen, zu erzielen. Unternehmen können (A.) wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen, wie etwa Kartellabsprachen, wählen oder (B.) innovative Produkte entwickeln.

### A. Die schlechte Wahl: Wettbewerbsbeschränkendes Verhalten

Unternehmen können geneigt sein, dem Innovationsdruck zu entgehen, indem sie wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen wählen. Dazu gehören Kartellabsprachen oder der Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung, indem etwa der Markteintritt von neuen Marktteilnehmern durch Koppelungsgeschäfte,



Wettbewerb ist eine wichtige  
Triebfeder für Innovation.

Exklusivitäten oder Preisunterbindungen verhindert wird.

Zur Illustration: Die Plattformunternehmen GAFA positionieren sich als Intermediäre zwischen Angebot und Nachfrage. Aufgrund von positiven Netzwerkeffekten („Der Nutzen für die Konsumenten nimmt mit der Anzahl der Netzwerkteilnehmer zu“) konnten diese Unternehmen innerhalb weniger Jahre eine überragende Marktmacht aufbauen. Heute sind diese Unternehmen in der Lage, die grundlegenden Marktfunktionen wie (i) Preisfindung, (ii) Matching und (iii) Marktzugang zu beeinflussen, zum Teil sogar zu bestimmen. Gleichzeitig vertreiben Digitalunternehmen eigene Produkte und Dienstleistungen und treten direkt in Konkurrenz zu Unternehmen, die ihre Produkte auf der Plattform anbieten. Dies führt zu Interessenskonflikten (Amazon bevorzugte die Eigenmarke Amazon Basics oder den

Smart-Speaker Alexa bei den Such-einträgen).

Der Gesetzgeber muss den Kartellrechtsverstoss zu Lasten von Kunden und von Innovationen unattraktiv gestalten. Er tut dies, indem ein solches Verhalten unter so hohen Strafen (z. B. Gefängnis, Bussgelder, Schadenersatz) gestellt wird, dass eine Kartell- oder unzulässige Monopolrente mehr als abgeschöpft wird. Der bloße Gedanke an einen Wettbewerbsverstoss soll sich von vornherein nicht lohnen.

#### **B. Die gute Wahl:**

##### **Entwicklung innovativer Produkte**

Innovation bildet die Grundlage für die langfristige Sicherung der eigenen Marktposition und die Erwirtschaftung entsprechender Gewinne. Innovation bedingt, dass Unternehmen ihre Prozesse optimieren, neue Geschäftsmodelle und Produkte kreieren und kommerzialisieren.

**„INNOVATION BILDET  
DIE GRUNDLAGE FÜR  
DIE LANGFRISTIGE  
SICHERUNG DER EIGENEN  
MARKTPPOSITION.“**

Patrick L. Krauskopf



Die Unternehmen müssen, um innovative Produkte bieten zu können, immer mehr in Forschung und Entwicklung investieren.

Jedoch zeigt sich, dass es in den vergangenen Jahren zunehmend schwierig geworden ist, Innovationen hervorzu- bringen. Um am Markt zu bestehen, sind Unternehmen angehalten, immer mehr Mittel aufzubringen, um erfolgreich For- schung und Entwicklung zu betreiben. Dieser Trend kann sich langfristig negativ auf die Innovationslandschaft eines Lan- des auswirken<sup>4</sup>.

Abhilfe kann die verstärkte Nutzung von Forschungs- und Entwicklungskoope- rationen mit Hochschulen bieten, um sich Zugang zum benötigten Know-how zu verschaffen. Es ist empirisch beleg- bar, dass Unternehmen, die mit Hoch- schulen kooperieren, deutlich höhere Umsätze mit innovativen Produkten er- wirtschaften<sup>5</sup>. Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass die Anzahl von Forschungs- und Entwicklungskoope- rationen in Österreich und der Schweiz stark zugenommen hat. Kooperationen mit Hochschulen sind somit ein wichtiger Bestandteil für Unternehmen, die ihre Position am globalen Innovationsmarkt verteidigen wollen<sup>6</sup>.

### DAS BRINGT DIE ZUKUNFT

Als Kernaufgabe der Wettbewerbspolitik gilt die Gewährleistung eines funktionie-

renden Wettbewerbs auf den Märkten für Güter und Dienstleistungen. Indem eine Konzentration der Marktstruktur unter- bunden und wettbewerbsbeschränken- de Verhaltensweisen sanktioniert werden, erhalten die Unternehmen Anreize für In- novationsaktivitäten. Dieser innovations- gerichtete Such- und Entdeckungspro- zess resultiert in einer besseren Entwick- lung der Gesamtwirtschaft und einem dynamischen Wirtschaftswachstum. ●

[www.zhaw.ch](http://www.zhaw.ch)

<sup>1</sup> SCHUMPETER „Konjunkturzyklen. Eine theoretische, historische und statistische Analyse des kapitalisti- schen Prozesses“, 1961.

<sup>2</sup> TIROLE “The Theory of Industrial Organization”, Kapitel 10, 1988.

<sup>3</sup> LEIBENSTEIN, “Allocative Efficiency and X-Efficiency”, The American Economic Review, 56 (1966), pp. 392–415.

<sup>4</sup> BLOOM, JONES, VAN REENEN, und WEBB (2017). Are Ideas Getting Harder to Find? (No. w23782). National Bureau of Economic Research, <https://dievolkswirtschaft.ch/de/2020/05/starker-trend-zur-konzentration-von-forschungs-und-entwicklungsausgaben/>.

<sup>5</sup> ARVANITIS, SYDOW und WOERTER (2008). Do Spe- cific Forms of University-Industry Knowledge Transfer Have Different Impacts on the Performance of Private Enterprises? An Empirical Analysis Based on Swiss Firm Data. In: The Journal of Technology Transfer, 33(5), 504–533.

<sup>6</sup> <https://dievolkswirtschaft.ch/de/2020/05/starker-trend-zur-konzentration-von-forschungs-und-entwicklungsausgaben/>

## ZENTRUM FÜR WETTBEWERBSRECHT UND COMPLIANCE

Wettbewerbs- und Kartellrecht sowie Compliance stellen die Kernkompe- tenzen des Zentrums mit über 20 Mit- arbeitenden dar. Das Zentrum trägt mit seinen erfahrenen Dozierenden in Bachelor- und Masterstudiengängen, Weiterbildungsveranstaltungen (CAS, DAS und MAS), mit Tagungen und Dienstleistungen (Gutachten) sowie mit Forschungsprojekten und Publikationen zum Transfer dieses Wissens in die Pra- xis bei.

Am 22. April 2021 findet das XXXVI. Atelier de la Concurrence zum Thema „Das Kartell- und Wettbewerbsrecht als Garant für Wohlstand und Innovation“ statt. Im Zuge eines Ländervergleichs zwischen der Schweiz und Österreich referieren und diskutieren ExpertInnen aus Wirtschaft, Behörden, Wissen- schaft und Politik die Bedeutung von Wettbewerbsrecht und Wettbewerbs- politik für Innovation und Wohlstand.



Einander kennenlernen, geniessen und Geschäftsbeziehungen anbahnen: Vernetzung und Austausch sind die DNA der HKSÖL.

# Seit 100 JAHREN vernetzt

*Ein Jahrhundert HKSÖL bedeutet auch ein Jahrhundert erfolgreicher Vernetzungen.*

**D**er Gedanke der Vernetzung ist es auch, warum die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein überhaupt aus der Taufe gehoben wurde. Durch die intensiven Kontakte innerhalb der Donaumonarchie waren die österreichischen Verbindungen in den heutigen CEE-Raum nach wie vor lebendig. Davon konnten andere Staaten nur träumen. Die Schweiz hat das schnell erkannt. Mit der Gründung der HKSÖL stand plötzlich ein internationales Netzwerk zur Verfügung, das es zuvor so weder zwischen der Schweiz und Österreich noch unter den anderen ehemaligen Kronländern und der Schweiz gegeben hatte.

## **NETZWERK ALS SERVICE**

Heute ist „Vernetzung“ eine der wichtigsten Dienstleistungen, die die HKSÖL

anbietet. Generalsekretär Urs Weber erklärt, wie es dazu gekommen ist: „Als ich meine Position übernommen habe, habe ich bald bemerkt, dass es enorm grossen Wert hat, wenn man in eine Person oder Institution Vertrauen hat. Dieses Vertrauen haben wir uns im Lauf der Zeit erworben. Heute, wo man Zielgruppen fein abgestimmt ansprechen kann, kann man diesen ‚Goldstandard‘ beim Vertrauen nutzen. Das ist für uns aber auch eine Verpflichtung: Wir vernetzen nicht ohne Recherche, sondern überzeugen uns selbst von der Qualität der Kontakte, die wir bieten können – erst dann geben wir Empfehlungen ab.“ Neben standardisierten Netzwerkleistungen, wie der Adressabfrage über Testimonial-Mailings bis zur Personenvernetzung, spielt dabei auch persönliche Vernetzung eine bedeutenden

de Rolle. Auch dafür stehen der HKSÖL mehrere Instrumente zur Verfügung.

## **PERSON TO PERSON**

Einerseits ist es die gezielte persönliche Vernetzung. Der Kunde definiert eine bestimmte Person, aber auch eine bestimmte Funktion in einem Unternehmen, mit der er in Kontakt treten will. Hat die HKSÖL passende Kontakte, nimmt sie den Kontakt auf und bemüht sich um die weitere Vernetzung. Dabei steht wie immer der hohe Anspruch an die eigene Seriosität der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein im Vordergrund. Urs Weber: „Hat die gesuchte Ansprechperson kein Interesse daran, sich mit der anfragenden Person oder deren Unternehmen zu vernetzen, respektieren wir das. Es kommt aber auch vor, dass wir



Die „Friends 4 Friends“-Abende sind mit einer exklusiven Gästeliste das High-End-Eventformat für erfolgreiches Netzwerken.

Aufträge gar nicht annehmen, weil wir keine Erfolgsaussichten für eine Vernetzung sehen oder weil – was selten, aber doch vorkommen kann – es aus unserer Sicht Gründe gibt, dem Auftraggeber nicht zu vertrauen.“

die Top-Führungskräfte geladen werden. Heinz Felsner, Präsident der Handelskammer Schweiz–Österreich–Liechtenstein: „Wir sehen unsere Veranstaltungen als Möglichkeit des Zusammentreffens, Kennenlernens und Austauschs für jede Art und Grösse von Unternehmen. Unseren Gästen bieten wir durch spannende Wirtschaftsthemen Denkanstösse und regen zum Diskutieren an.“

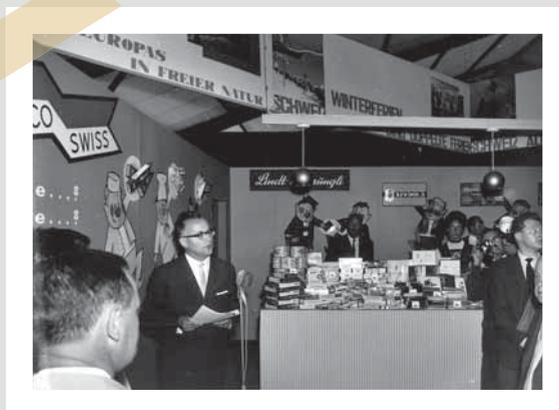
### GEMEINSAM UNTERWEGS

Andererseits gibt es durch die HKSÖL auch zahlreiche Netzwerkangebote im Eventbereich, bei denen sich hochkarätige Entscheider austauschen können. Die Events sind zwar im Moment coronabedingt ausgebremst. Man nutzt aber die Zwangspause bereits intensiv, um neue spannende Themen, Locations und Teilnehmende zu fixieren sowie die Formate zu verfeinern.

Denn bald sollen wieder rund 20 Events pro Jahr zum Netzwerken einladen. Dafür gibt es vier etablierte Eventformate, die unterschiedlich aufgebaut sind und unterschiedliche Ziele verfolgen. Das reicht von der themenbezogenen und stets hochkarätig besetzten „Top Speakers Lounge“ mit über 100 Teilnehmern bis hin zu den sehr exklusiven „Friends 4 Friends“-Racletteabenden, zu denen bewusst nur

### ZUSAMMENFINDEN, OHNE ZU SUCHEN

Networking spielt bei den HKSÖL-Veranstaltungen eine sehr grosse Rolle. Die Gäste können ihre potenziellen Partner oder Kunden in einem entspannten Rahmen ansprechen und sich austauschen. Bei einem guten Glas Wein oder beim Anstellen um einen Teller köstliches Raclette lernt man sich leichter kennen als über die diversen Assistentinnen im Vorzimmer der Führungskräfte. Das beweisen auch die Erfolgsgeschichten von Partnerschaften, die über einem Teller mit geschmolzenem Käse oder beim Anstossen in angenehmer Ambiente ihren Ausgang genommen haben. Davon gab es im letzten Jahrhundert unzählige. Urs Weber: „Durch unsere Veranstaltungen haben sich bereits erfolgreiche Geschäftsbeziehungen entwickelt, es sind langjährige Partnerschaften und innovative Ideen entstanden.“ ●



Wo Schweiz draufsteht, war schon immer feinste Schokolade dabei. Auch schon 1962 bei der Gruppenschau schweizerischer Industriefirmen der schweizerischen Handelskammer auf der Welser Messe.

### EINST & JETZT

Die HKSÖL bot ihren Mitgliedern von jeher auch die Möglichkeit, ihre Unternehmen im Rahmen von Veranstaltungen und Kooperationen zu präsentieren. Bis heute haben die Sponsoren der Events der Handelskammer Schweiz–Österreich–Liechtenstein auch im Aussenauftritt der HKSÖL einen herausragenden Stellenwert.

# GEMEINSAM durch Jahrzehnte

Seit über 120 Jahren stellt die Holzmanufaktur und Vitrinenbau Auer in Innsbruck hochwertige Einrichtung her, seit mehr als drei Jahrzehnten ist sie Mitglied bei der HKSÖL.

**D**er Familienbetrieb wird von Heinrich und dessen Sohn Thomas Auer geleitet. Ersterer sprach mit uns über die gemeinsame Zeit seines Unternehmens mit der HKSÖL.

**hub:** Wie haben die HKSÖL und Sie zusammengefunden?

**Heinrich Auer:** Über eine Aktivität der HKSÖL-Repräsentanz in Innsbruck – ich weiss nicht mehr, ein Event oder vielleicht eine Fahrt in die Schweiz. Ich habe mir das angesehen und wusste gleich, dass das eine gute Sache ist.

**hub:** Wie passt das Netzwerken im Rahmen der Handelskammer in Ihr Gesamtkonzept?

**Auer:** Wir haben mehrere Standbeine. Bei einigen haben wir direkte Kontakte, bei anderen ist es gut, wenn man über die Handelskammer neue Personen kennenlernen kann. Eine unserer Spezialitäten ist Museumsvitrinenbau. Das ist eine Marktnische, in der wir selbst alle Kunden kennen. Und wir arbeiten mit Konzernen aus Österreich direkt zusammen. Unter anderem haben wir in der Schweiz für Swarovski das Headquarter eingerichtet. Auch mit Architekten haben wir bereits viele Lösungen in der Schweiz umgesetzt. Ein weiteres Spezialgebiet sind Schiffseinrichtungen für Fähren und Passagierschiffe. Da arbeiten wir mit der ÖSWAG Werft in Linz zusammen. Wenn es aber z. B. um den Hotel- oder Restaurantbereich geht, ist das Netzwerk der HKSÖL sehr interessant für uns. Ausserdem gestalten wir Privathäuser. Dabei geht es um hochklassige Wohnungsausstattungen. In dem Segment und auf diesem Niveau sind hochkarätige persönliche Kontakte, wie man sie bei der HKSÖL pflegen kann, sehr wichtig.



**„ICH BIN ÜBER EINE AKTIVITÄT DER REPRÄSENTANZ IN INNSBRUCK ZUR HKSÖL GEKOMMEN.“**

Heinrich Auer

**hub:** Wobei hat Ihnen die HKSÖL besonders geholfen?

**Auer:** Sehr viel hat mir die Kammer bei rechtlichen und steuerlichen Fragen helfen können. Wertvoll war für uns auch immer die Unterstützung bei Montagen. Es gibt dabei sehr viele Vorschriften, die sich laufend ändern. Da hilft uns die HKSÖL sehr. Sie recherchiert das und gibt mir dann zeitnah hervorragende Informationen weiter.

**hub:** Was wünschen Sie sich für die nächsten 30 gemeinsamen Jahre?

**Auer:** Nur, dass die Zusammenarbeit so gut weitergeht wie bisher.



## JUBILÄUMS-WORDRAP

Gerhard Frei ist Geschäftsführer von Emmi Österreich GmbH, seit 2013 im Direktionsrat der HKSÖL und seit Mai 2019 Vizepräsident.

◆ **Netzwerken bedeutet für mich ...**

sich mit interessanten Menschen auszutauschen.

◆ **Zuletzt habe ich mich erfolgreich vernetzt ...**

mit Florian Schönwiese, „the sound of leadership“.

◆ **Man ist gut vernetzt, wenn ...**

sowohl die berufliche als auch private Entwicklung dadurch gefördert wird.

◆ **Diese bekannte Persönlichkeit ist für mich ein/e begnadete/r NetzwerkerIn ...**

Rudi Semrad, der ehemalige Swatch CEO, jetzt engagiert für „Österreich verbindet Welten“.

◆ **Ich hätte mich gern mit folgender historischen Person vernetzt ...**

John F. Kennedy.

◆ **Die ersten drei Begriffe, die mir zur HKSÖL einfallen, sind ...**

das engagierte Team, die interessanten Mitglieder und die hochwertigen Veranstaltungen.

### 3 X PRIVAT GEFRAGT:

◆ **Dieses Buch lese ich gerade ...**

„Zusammenhänge: Wie wir lernen, die Welt wieder zu verstehen“ von Wolf Lotter.

◆ **Berge oder Meer?**

Meer, denn in meiner Heimat in Vorarlberg lebe ich in einer wunderbaren Berglandschaft.

◆ **Zuletzt habe ich gelacht ...**

bei Viktor Gernot, „Im Glashaus“ auf ORF III.

# Gedanken aus dem HKSÖL-Direktionsrat: NETZWERKEN



**„ES GEHT MIR PRIMÄR  
DARUM, ANDERE MENSCHEN  
KENNENZULERNEN.“**

Michal Spiller, CEO Lindt & Sprüngli Austria

„Ich denke, man muss an Menschen interessiert, neugierig, begeisterungsfähig und offen für neue Ideen, Kooperationen oder den einfachen Wissens- und Erfahrungsaustausch sein. Nicht jeder Kontakt muss zu einem wirtschaftlichen Erfolg führen, auch wenn ich nicht unglücklich darüber bin, wenn ich mehr Menschen für unsere Schokolade begeistern kann. Wichtig ist, dass der Austausch auf gegenseitiger Unterstützung, nicht auf persönlichen Vorteilen basiert, dann ist ein Netzwerken erfolgreich. Gerade in Zeiten von Corona entdeckt man wieder den Wert des persönlichen Treffens, auch wenn ich die Möglichkeiten des digitalen Networkings zu schätzen weiss. Dabei schätze ich das Miteinander in Österreich, ob innerhalb unserer Branche oder in Netzwerken wie der Handelskammer, das habe ich in anderen Ländern weniger intensiv erlebt. Das Angebot an Networkingmöglichkeiten ist gross.

Die Mischung macht es aus, mal ein spannender Vortrag, mal eine abwechslungsreiche Branchen- oder eine gesellschaftliche Veranstaltung – am liebsten sind mir Austauschmöglichkeiten mit authentischen Gesprächen in angenehmer Atmosphäre, wie z. B. bei der Wirtschaftswanderung. Die HKSÖL versteht es wunderbar, bei Networking-Gelegenheiten eine Balance zwischen fachlichem Inhalt und gesellschaftlich angenehmer Atmosphäre zu finden und Menschen pragmatisch zu vernetzen. Als in Österreich lebender Schweizer schätze ich es ganz besonders, mich mit Gleichgesinnten über deren Erfahrungen im beruflichen wie im privaten Bereich auszutauschen. Und schliesslich freue ich mich, bei unseren Events neben der Schweizer Schoggi immer wieder auch Raclette-Käse und guten Walliser Weisswein kosten zu können.“



**„FÜR GUTES NETZWERKEN  
MUSS DER KOPF FREI FÜR  
NEUE IDEEN SEIN.“**

Eva-Maria Kubin, Geschäftsführerin COPE  
Content Performance Group GmbH

„Ich halte es eigentlich mit dem Motto ‚Netzwerke schaden nur dem, der keine hat‘. Es gibt zwei Arten von Netzwerken, die für mich relevant sind: zum einen die, die ich mit einem konkreten Ziel pflege und die, bei denen der Fun-Faktor und das reine Inspirieren im Vordergrund stehen. Was ich besonders schön finde, ist zu sehen, wie sich mein persönliches Netzwerk immer weiterentwickelt. Manche Kontakte werden immer wieder intensiver, andere entfernen sich auch mit der Zeit, wenn es nicht genügend Gemeinsamkeiten und berufliche Anknüpfungspunkte gibt. Aber in Summe entstehen immer mehr und vielseitigere Verbindungen. Der beste Tipp für alle, die damit starten wollen, ist: zuerst geben, dann erst nehmen. Wenn jemand egoistisch und nur auf den eigenen Vorteil bedacht an die Sache herangeht, wird er vielleicht am Anfang Erfolg haben, mittel- und längerfristig aber bestimmt keinen mehr. Auch Vorurteile beim Kennenlernen sind kein guter Ratgeber, wenn es um Netzwerke geht. In meinen 30 Jahren Berufserfahrung gab es schon viele Kontakte, die anfangs eher nicht sehr vielversprechend ausgesehen haben, sich dann aber als menschlich enorm bereichernd oder auch beruflich höchst relevant entpuppt haben. So werden manchmal private Netzwerke zu beruflichen und umgekehrt. Damit so etwas geschehen kann, muss man den Kopf frei für neue Ideen und Inspirationen haben. Ich bin überzeugt davon, dass man das am besten schafft, indem man andere nicht im Konferenzsaal eines Unternehmens, sondern in angenehmer und entspannter Atmosphäre kennenlernt. Ich bin daher immer wieder gern bei diversen Veranstaltungen der Handelskammer Schweiz–Österreich–Liechtenstein und freue mich schon auf die Zeit, wenn sie wieder in gewohnter Weise – gänzlich analog – stattfinden.“



Die Erste Group bereitet sich mit einem Managementwechsel auf die Zeit nach Corona vor. **ANDREAS HUBER** übernimmt ab 1. März 2021 den Bereich „Group Strategy“. Zuletzt war er im Finanzbereich als Head of Group Portfolio Management tätig.

[www.erstegroup.com](http://www.erstegroup.com)



Ab März 2021 wird **GABI ZORNIG** die externe Kommunikation der ÖBB leiten. Sie war Pressesprecherin des Vizekanzlers Werner Kogler und Medienkoordinatorin zwischen den Regierungsparteien. Davor leitete Zornig acht Jahre lang das Pressebüro der Grünen Österreichs.

[www.oebb.at](http://www.oebb.at)



Die beedete Steuerberaterin und Wirtschaftsprüferin **CHRISTINA DECKER** erweitert das Partnerteam von PWC Österreich. Christina Decker ist auf die Prüfung von Jahresabschlüssen nach Unternehmensgesetzbuch und Konzernabschlüssen nach IFRS spezialisiert.

[www.pwc.at](http://www.pwc.at)



**MONIKA DABROWSKA** ist seit Jänner Director Audit & Assurance bei Deloitte Österreich. Sie ist seit 20 Jahren bei Deloitte und erfahren bei Abschlussprüfungen von Bankengruppen, aufsichtsrechtlichen Prüfungen sowie bei Beratungsprojekten.

[www.deloitte.at](http://www.deloitte.at)



Die Geschäftsführung von Saint Elmo's Hamburg stellt sich neu auf. **PETER GOCHT** steigt als Managing Director ein. Zuvor war er Teil des Creative Boards bei Serviceplan und für verschiedene internationale Marken und Innovationsthemen verantwortlich.

[www.saint-elmos.com](http://www.saint-elmos.com)



**BENEDIKT ESCHER** wird per 1. Februar 2021 neuer Head of Network Management bei SWISS. Zuvor war er als Head of Scheduling & Slot Management im Unternehmen tätig. Escher tritt die Nachfolge von Michael Trestl an, der als CCO zu Austrian Airlines gewechselt hat.

[swiss.newsmarket.com](http://swiss.newsmarket.com)

Glaubwürdigkeit und digitale Expertise sind heute die Erfolgsgeheimnisse guter Kommunikation.



**BUILD  
YOUR  
BRAND**

# 100 JAHRE ALT UND ... professionell digital vernetzt!

*Die HKSÖL nutzt LinkedIn als wichtigen Kommunikationskanal. Und zeigt sich dabei als Trendsetter mit Tradition.*

TEXT: RITCHIE PETTÄUER, THOMAS GOISER

## **LINKEDIN ALS LEITWÄHRUNG DER B2B-ONLINEKOMMUNIKATION**

Spätestens die langen Lockdown-Wochen haben den Fokus noch stärker in Richtung Onlinekommunikation verschoben. Neben einer viel intensiveren Nutzung von Videokonferenzen zählt LinkedIn zu den grossen Gewinnern bei unserer Nutzungszeit – nicht zuletzt aufgrund der intensiven Video-Einbindung und neuer Funktionen.

## **LINKEDIN? XING? WOHIN SOLL ICH MICH WENDEN?**

In der Schweiz lag LinkedIn immer deutlich vor Xing, auch bedingt durch die Mehrsprachigkeit und die vielen internationalen Firmensitze. Im Rest der D-A-CH-

Region holte LinkedIn erst ab 2019 rasant auf und liegt seit Kurzem vor Xing. Das zu Burda gehörige Netzwerk hat den Sprung zur Content-Marketing-Plattform eher halbherzig vollzogen, Funktionsumfang und Usability wirken etwas angestaubt. Dieselbe Sprache spricht der wichtigste Messwert aus Sicht der Plattform-Betreiber: der Aktivitätsindex. Während Xing eher anlassbezogen beim Jobwechsel verwendet wird, ist LinkedIn längst nicht mehr nur im Recruiting stark, sondern wird von einer ständig wachsenden Zahl an Mitgliedern als Informations- und Publishing-Plattform genutzt. Ihre Zeit ist dort am besten investiert, wo sich Ihre Zielgruppe regelmässig und lange aufhält.

## **LINKEDIN HOCH 3: CORPORATE-, EMPLOYER- UND PERSONAL BRANDING**

Die Identität eines Unternehmens auf LinkedIn besteht aus der Company Page und den Profilen aller Mitarbeiter. LinkedIn fungiert zugleich als Informationskanal, Jobbörse und digitale Visitenkarte. Wer sein Profil auf öffentlich stellt, sichert sich mit vergleichsweise minimalem Aufwand einen der vordersten Plätze auf Google. Für die Planung der Content-Strategie ist entscheidend, dass der Filter-Algorithmus von LinkedIn Beiträge von persönlichen Accounts gegenüber Postings von Unternehmensseiten drastisch bevorzugt. Das schlägt sich in der durchschnittlich vierfachen Reichweite nieder.

B2B-Werbung ist teuer und Social Media macht da keine Ausnahme. Gewinner sind jene Unternehmen, denen es gelingt, die Fachkompetenz von Experten und Führungsteam in digitale Glaubwürdigkeit und Expertise zu transformieren. Das erfordert motivierte Mitarbeiter und eine durchdachte Organisation von der Themenplanung bis zur Auswertung. Genau hierin liegt die besondere Komplexität der Plattform.

### THE RIGHT TONE FROM THE TOP

Die Kommunikationsabteilung soll künftig noch stärker zum Enabler werden, die C-Level-Manager sind in einer Zeit, in der 92 % aller Befragten „eher Menschen als Brands vertrauen“ (Nielsen 2019), einer der zentralsten Bestandteile der Brand-Identität.

Soll das etwa bedeuten, die Kommunikationsabteilung bespielt das Chefkonto und alle Mitarbeiter teilen auf Kommando die Inhalte? Das genaue Gegenteil führt zum Ziel, und das ist nie Reichweite, sondern Kundengewinnung, Umsatz (und in der Folge Loyalität). Wie im konkreten Fall

die Themen-Aufteilung zwischen offiziellem Kanal und Corporate-Influencern ausfällt, hängt nicht nur vom Businessmodell, der Branche und natürlich von den persönlichen Präferenzen ab. Faktum bleibt aber auch für kamerascheue Kapitäne: CEOs that talk win! Daher: Erst massgeschneiderte Strategien entwickeln, dann raus auf die Brücke und mutig raus mit der Message! Ein kluges Pingpong zwischen den unterschiedlichen Profilen und Pages sollte in keinem internen Redaktionsplan fehlen.

Abschliessend erwähnt sei hier noch, dass abseits der „offiziellen Arbeitsmärkte“ LinkedIn auch den persönlichen digitalen Beziehungsaufbau und die Direktansprache fördert. Top-Talente sind bzw. werden Kontakte, die Zeit ist also gut investiert! Für wie relevant LinkedIn selbst diese One-to-One Recruiting-Märkte hält, zeigt die neue Hiring-Profilbox, die auch das Avatar-Bild mit einem deutlichen Hinweis kennzeichnet. Potenziell werden so alle Mitarbeiter – oder zumindest die Corporate-Influencer – zu Teilzeitmitgliedern der HR-Abteilung. ●



### MAG. RITCHIE PETTAUER

ist Online-Strategie-Berater und spezialisiert auf unternehmensinterne LinkedIn-Workshops. Er hält an der Universität Wien die Social-Media-Einführungsvorlesung. [www.datenschmutz.net](http://www.datenschmutz.net)



### DI (FH) MAG. THOMAS GOISER MBA MA

ist Unternehmens- und PR-Berater mit Schwerpunkt Sicherheit in Böhleimkirchen (Niederösterreich) und Wien, Mediator und Lehrbeauftragter. [www.goiser.at](http://www.goiser.at)

## 5 SOFORT-TIPPS FÜR IHR PROFIL

- Füllen Sie Ihr Profil unbedingt vollständig aus. Sie bekommen dann „Superstar“-Status (All Star): Das klingt gut und ist es auch, denn Ihre „garantierte Reichweite“ im Newsfeed verdoppelt sich dadurch.
- Bedenken Sie bei jedem Posting die Dramaturgie des Newsfeed: Erregen Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Follower mit einem auffälligen Visual, nutzen Sie einen kurzen Teaser-Text, der neugierig macht. Denken Sie nicht an Reichweite, sondern tragen Sie zur Lösung von möglichst konkreten Problemen Ihrer Zielgruppe bei.
- Ihre Reichweite im Newsfeed und Ihr Netzwerk sind untrennbar verbunden. Sie müssen wissen, wofür sich Ihre Kontakte interessieren, und dazu brauchen Sie ein fokussiertes Netzwerk. (Ja, Sie müssen „aufräumen“.)
- Vernachlässigen Sie bei aller Begeisterung für das Neue nicht die bisherigen Kommunikationskanäle. Ein Experten-Audit hilft Ihnen, Synergiepotenziale zu identifizieren und die Redaktionsplanung zu optimieren.
- Allerdings gilt es insbesondere für angestellte Führungskräfte langfristig etwas zu bedenken: Sie sind vielleicht in unterschiedlichen gesellschaftlichen Rollen unterwegs, haben auch eine mittelfristige Karriereperspektive ausserhalb der Branche ...

... also bleiben Sie flexibel und strategisch, verschieben Sie Ihren Fokus so, dass er zu Ihren Zukunftsplänen passt.

## MEMBERS WITH PRIDE!

### Wie kommt die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein ins Profil?

Da die HKSÖL eine „Company Page“ eingerichtet hat, kann man ganz einfach auch die eigene Mitgliedschaft im eigenen Profil darstellen. Richten Sie dazu in Ihrem Profil in der Rubrik „Volunteer Experience“ einen neuen Eintrag ein und geben Sie als Organisation die HK an.

Dann tragen Sie als Funktion „Active Member“ bzw. „Aktives Mitglied“ ein (die Autoren haben das bereits gemacht; für Direktionsräte würde dann gelten: „Member of the Direktionsrat“). Als „Cause“ kommt im Auswahlnü wohl am ehesten „Economic Empowerment“ in Frage. So werden Sie in Zukunft auch für andere Mitglieder besser auffindbar sein!

# DER HEISSE DRAHT zum Kunden

*Die meisten Privatbanken haben keinen Draht zu ihren Kunden – es ist höchste Zeit, dass sie diese kennenlernen.*

Das globale Vermögen hat in den letzten Jahren eine unglaubliche Widerstandsfähigkeit bewiesen, hat Dotcom-Blase und Finanzkrise überstanden und weist seit 2010 eine beeindruckende jährliche Wachstumsrate von 6,1 % auf<sup>1</sup>. Die globale Vermögensverwaltung konnte dem hingegen nicht folgen: Während das investierbare Vermögen im High-Net-Worth-Bereich 2018 um 75 % höher war als 2007, sind die Erträge der Vermögensverwalter in absoluten Zahlen immer noch weit vom Niveau vor der Finanzkrise entfernt<sup>1,2</sup>.

## VERÄNDERTE KUNDENBEDÜRFNISSE

COVID-19 war für viele Vermögensverwalter ein Weckruf. Die Pandemie zeigte, dass sie es verschlafen hatten, ihre Geschäftsmodelle an moderne Kundenbedürfnisse und Interaktionsmodelle anzupassen – obwohl einige mithilfe der positiven Märkte und schneller Anpassungsfähigkeit 2020 Rekordergebnisse erzielt haben. Aber Kundinnen und Kunden blieben von kleineren Änderungen in Servicemodellen weitgehend unbeeindruckt: Im Vergleich mit Tech-Unternehmen hinken Banken meist stark hinterher. Mit ein Grund: Vermögensverwalter haben den „heissen“ Draht zu ihren Kunden verloren. Zudem fehlen ihnen die analytischen Fähigkeiten, um Kundeninformationen richtig einzusetzen, um ihre Kunden noch besser zu verstehen und zu betreuen. Doch die Interaktionen werden virtueller werden und Kunden kennen personalisierte Angebote aus anderen



Man sollte immer von den Wünschen der Kunden ausgehen.

Industrien. Somit wird es auch im Wealth Management immer wichtiger, personalisierte Angebote jenseits eines „One-size-fits-all“-Ansatzes zu entwickeln.

## FRAUEN WERDEN WEITERHIN FALSCH BEDIENT

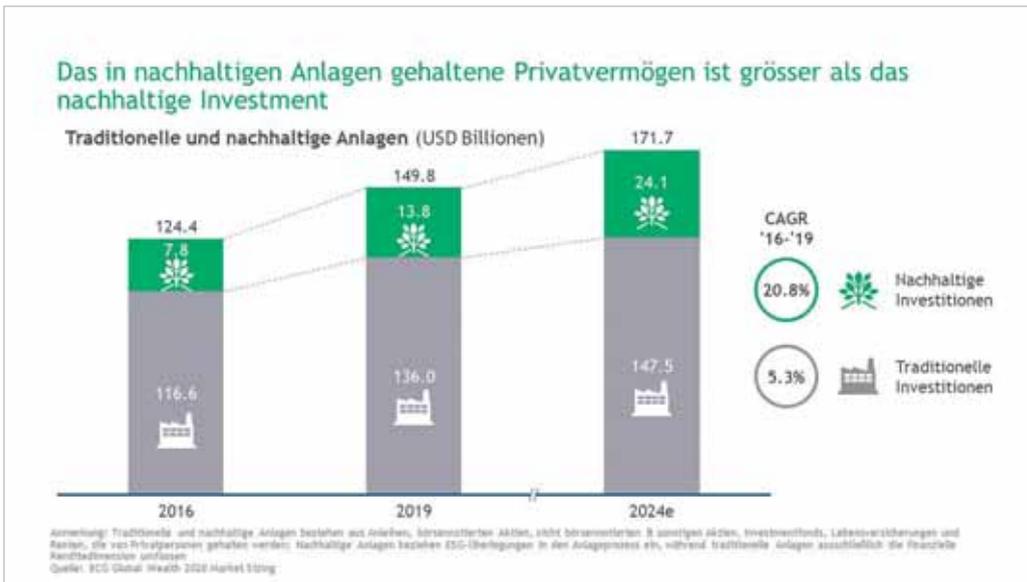
Frauen haben sich zu einer bedeutenden Wirtschaftskraft entwickelt. Sie hielten im Jahr 2019 mit 73 Billionen Dollar 32 % des weltweiten Vermögens<sup>3</sup>. Doch traditionelle Vermögensverwalter werden den Prioritäten von Frauen nicht gerecht. BCG-Studien zeigen, dass Frauen generell bewusstere Anlageentscheidungen treffen, das Risiko streuen und langfristiger investieren<sup>3</sup>. Und sie neigen dazu, für bestimmte Lebensphasen zu investieren. Vermögensverwalter verpassen also eine grosse Chance, wenn sie Frauen als

homogene Gruppe behandeln. In einer Umfrage sagten 32 % der Frauen, dass ihre Vermögensverwalter ihr Leistungsangebot verbessern müssen: Die aktuellen Dienstleistungen und Botschaften für Frauen wirken bestenfalls oberflächlich und schlimmstenfalls herablassend<sup>3</sup>.

## DIE NÄCHSTE GENERATION

Bei den jüngeren „Digital Natives“ stehen vor allem ein einfacher Zugang und Preistransparenz im Fokus; sie sind wählerischer und auch offener für einen Wechsel. Und sie suchen wirkungsvolle Investitionen: 95 % der jüngeren Kundinnen und Kunden haben ein Interesse an nachhaltigen Investitionen<sup>4</sup>.

In den letzten zehn Jahren (2010–2020) übertrafen 60 % der nachhaltigen die traditionellen Fonds<sup>5</sup>, wobei die weltweite



Nachfrage nach ESG-Investitionen seit 2012 mit einer jährlichen Wachstumsrate von 15 % wächst<sup>6</sup>. Selbst innerhalb einer bestimmten Branche übertreffen nachhaltige Akteure diejenigen mit traditionellen Geschäftsmodellen, da sie Risiken effektiver managen, Top-Talente anziehen und von einem strategischen Markenaufbau profitieren<sup>7</sup>. Unternehmen stehen bei der Umsetzung von ESG-Kriterien jedoch vor grossen Herausforderungen: Standards werden gerade erst von den Behörden definiert und Kunden hinterfragen darum umso mehr, was ihnen angeboten wird. Abhilfe schaffen könnte hier die Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR), die im März 2021 eingeführt wird und für mehr Transparenz und Standardisierung rund um nachhaltige Finanzierungen auf dem europäischen Markt sorgen soll.

**DIE GUNST DER STUNDE GEHÖRT DEN MUTIGEN**

Es ist höchste Zeit, dass Vermögensverwalter ihre Kundinnen und Kunden wirklich verstehen und sich an ihre verändernden Bedürfnisse und Erwartungen anpassen. In einer Welt des „mehr“ wollen Kunden nicht mehr, sondern „besser“. Und indem Vermögensverwalter verstehen, was „besser“ für jede einzelne KundIn und für jeden einzelnen Kunden ist, können sie auch nachhaltige Wettbewerbsvorteile schaffen. ●

Mehr Informationen zu BCGs Wealth Management Practice finden Sie hier: [www.bcg.com/en-ch/industries/financial-institutions/wealth-management](http://www.bcg.com/en-ch/industries/financial-institutions/wealth-management)

Nachhaltigkeit umfasst viele verschiedene Aspekte.



**ANNA ZAKRZEWSKI**

leitet das globale Vermögensverwaltungs- und Private-Banking-Segment von BCG, sie ist ein Kernmitglied der Praxisgruppe Financial Institutions and Strategy des Beratungsunternehmens Boston Consulting Group.

Sie ist eine der Hauptautorinnen des Global Wealth Report und hat dessen inhaltliche Entwicklung über viele Jahre hinweg vorangetrieben.

[www.bcg.ch](http://www.bcg.ch)



<sup>1</sup> BCG Global Wealth 2020  
<sup>2</sup> "The changing future of wealth management" by Anna Zakrzewski, presentation at North American Advisor Symposium, October 2020  
<sup>3</sup> "Managing the Next Decade of Women's Wealth" – BCG Publication, 2020  
<sup>4</sup> Making ESG Your DNA – How wealth managers can grow through sustainability. BCG White Paper, September 2020  
<sup>5</sup> Morningstar (2020), "How to win in the market with sustainable investing", October 2020  
<sup>6</sup> Global Sustainable Investment Review 2018 "Environmental, Social, Governance in Wealth Management", March 2020  
<sup>7</sup> Presentation "Environmental, Social, Governance in Wealth Management", March 2020



Die ÖBB setzen unter anderem auf Solarenergie.

## SOLARSTROM AUF SCHIENE

**Die ÖBB setzen in Oberösterreich auf grünen Strom aus Sonnenenergie.**

**A**m Hauptbahnhof Wels, auf dem Dach des Parkdecks, hat die ÖBB-Infrastruktur AG eine der ersten Photovoltaikanlagen in Oberösterreich in Betrieb genommen. Insgesamt wurden 554 Paneele mit einer Gesamtfläche von circa 934 m<sup>2</sup> und einer Jahresstromerzeugung von 204 MWh, das entspricht dem Strombedarf von 50 Haushalten, verbaut. Der so erzeugte Grünstrom wird für den Energiebedarf des Bahnhofs genutzt. Zudem setzen die ÖBB auf weitere innovative Pilotprojekte zur

Erprobung von Photovoltaikanlagen auf der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur, wie z. B. als integrierte Bauelemente auf Fahrradunterständen oder auf Bahnsteigdächern. Das Parkdeck selbst fasst über 540 Stellplätze. Der Bahnhof ist ein wichtiger Knoten- und Umsteigepunkt in der Region, der jetzt auch grünen Strom für den Betrieb der Anlagen verwendet. ●

[www.oebb.at](http://www.oebb.at)

## EXPANSION IN DEN WESTEN

**Die Trimetis Gruppe baut ihr Expert-Sourcing-Geschäft aus.**

**D**ie Trimetis AG, eine in Wien ansässige Beratungs-, IT- und Beteiligungsgesellschaft, baut gemeinsam mit ihrem Partner adicta GmbH die Sourcing Holding Tridicta GmbH auf und übernahm mit dieser zum 1. Januar 2021 die aldoluck AG mit Sitz in Schwerzenbach, Schweiz, zu 100 %. Damit erweitert sie ihre Expert-Sourcing-Sparte signifikant. Mit der Übernahme baut die Gruppe nicht nur das Expert-Sourcing-Geschäft und die Position im wichtigen Markt der Schweiz weiter aus, sondern sie bietet auch ihrem langjährigen Geschäftspartner, dem bisherigen aldoluck Eigentümer und Geschäftsführer Aldo Luck, eine perfekte Nachfolgelösung. Die im Markt bestens etablierte Marke aldoluck mit einem Umsatz von etwa 10 Mio. Euro und derzeit 10 MitarbeiterInnen am Standort Zürich bleibt erhalten. ●

[www.trimetis.com](http://www.trimetis.com)

## SMART BUILDINGS

**Honeywell und Idemia gehen eine strategische Allianz zur Entwicklung eines Angebots für intelligente Gebäude ein.**

**H**oneywell, weltweit führender Anbieter von vernetzten Gebäuden, und Idemia, weltweit führender Anbieter von Augmented Identity, gehen eine strategische Allianz ein, um ein smartes und für BetreiberInnen und BewohnerInnen einfach zu bedienendes Gebäudemanagement zu ermöglichen. Dabei werden die Sicherheits- und Gebäudemanagementsysteme von Honeywell mit den biometrisch basierten Zugangskontrollsystemen von Idemia verbunden, um sicherere und effizientere Gebäude zu schaffen. Es sollen Lösungen entwickelt werden, die den BewohnerInnen eine einfache und sichere, berührunglose Interaktion mit einem Gebäude ermöglichen – von der Fahrzeugerkennung auf dem Parkplatz über automatische Aufzugsrufe bis hin zum biometrisch basierten Zugang und personalisierten Einstellungen für Konferenzräume. ●

[www.honeywell.com](http://www.honeywell.com)



Die Besucher werden in 35 m Höhe über die internationale Gartenausstellung schweben.

## ÜBER DEN GÄRTEN SCHWEBEN

### Doppelmayr/Garaventa errichtet eine Seilbahn für die Floriade 2022.

Die BesucherInnen der Floriade Expo 2022 – der international bekannten und beliebten Blumen- und Gartenausstellung, die derzeit im niederländischen Almere entsteht – werden in 35 Meter Höhe über das Ausstellungsgelände schweben. Frei nach dem Motto „Growing Green Cities“ errichtet Doppelmayr/Garaventa hier eine Seilbahn als nachhaltiges Verkehrsmittel. Auf 850 m Länge wird sie den südlichen Teil des Floriade-Parks

mit dem nördlichen verbinden und die Autobahn A6 überspannen. Die BesucherInnen werden während der 5-minütigen Fahrt eine fantastische Aussicht auf die einzigartige Kleingartenausstellung haben. Der Bau der Seilbahn startete im November 2020, voraussichtlich im Juni 2021 wird sie fertiggestellt. Die Floriade Expo 2022 findet vom 14. April bis zum 9. Oktober 2022 statt. ●

[www.doppelmayr.com](http://www.doppelmayr.com)

## BUSINESS IN KÜRZE

- **ZAHNTECHNIK.** Ivoclar Vivadent, Spezialist für ästhetische Zahnversorgungen, und 3Shape, Produzent von 3D-Scannern und Software, intensivieren ihre Zusammenarbeit.
- **GEBÜNDELTE KRÄFTE.** Die Private-Equity-Gesellschaft EMZ Partners erwirbt die Mehrheit an der ASSEPRO Gruppe. Damit erhält die ASSEPRO Gruppe einen starken Partner, um ihre Digitalisierungsstrategie voranzutreiben.
- **ZWEIGSTELLE.** Mit EFG Cyprus Limited, mit Sitz in Nikosia, ist EFG International seit Anfang Februar 2021 in Zypern präsent.
- **BETEILIGUNG.** Helvetia Venture Fund beteiligt sich am Zürcher Start-up Taxly. Das Start-up bietet eine einfache Lösung zum Erstellen und Einreichen der Steuererklärung an.
- **WEITERBILDUNG.** PORR sichert sich die Beteiligung am Lerntechnologie-Start-up QuickSpeech und optimiert damit seine MitarbeiterInnen-Trainings.
- **STANDORT ASIEN.** Die Zühlke Group eröffnet im ersten Halbjahr 2021 einen neuen Entwicklungsstandort in Ho Chi Minh City (Vietnam). Damit ist Zühlke nach Singapur und Hongkong bereits in drei asiatischen Staaten vertreten.

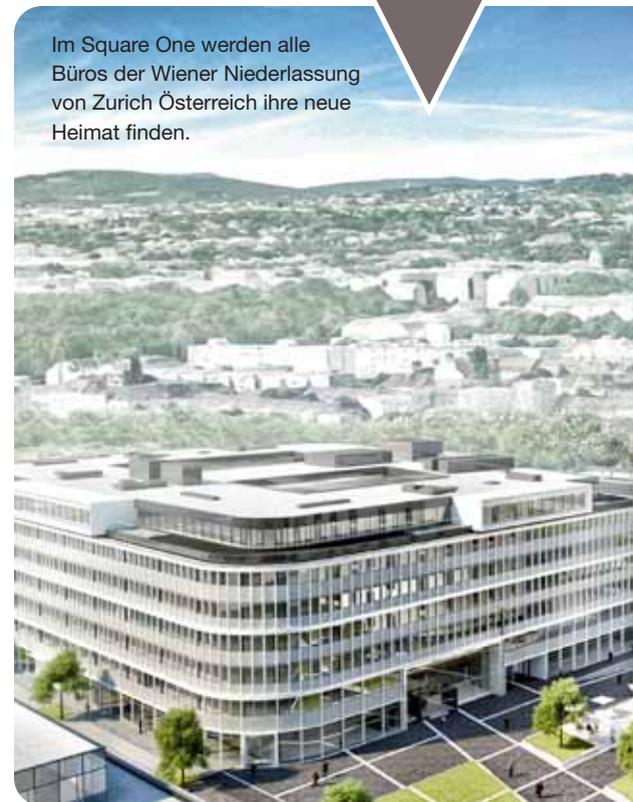
## SCHÖNE NEUE ARBEITSWELT

### Zürich bricht in eine neue Arbeitswelt auf und vereint Wiener Standorte.

Die Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft (Zürich Österreich) bündelt alle Wiener Büros an einem neuen Standort in Wien, im Square One im 19. Wiener Gemeindebezirk. Square One ist das erste Gebäude Österreichs, das mit dem „Platin-Zertifikat von ÖGNI für Nachhaltigkeit“ ausgezeichnet wurde. Zürich schafft damit ein topmodernes Arbeitsumfeld und setzt gleichzeitig ein sichtbares Zeichen für die Nachhaltigkeit. Auf einer Mietfläche von rund 9.000 m<sup>2</sup> wird ein Arbeitsumfeld geschaffen, das dem Arbeitsplatzkonzept des Activity Based Working folgt. Dabei werden verschiedene Umfeldler angeboten, die Kommunikation und Zusammenarbeit optimal unterstützen. Moderne Schreibtisch-Arbeitsplätze wechseln sich mit topausgestatteten Besprechungsräumen und Lounge-Bereichen für den informellen Austausch ab. Der Umzug ist für Herbst 2021 geplant. ●

[www.zurich.at](http://www.zurich.at)

Im Square One werden alle Büros der Wiener Niederlassung von Zürich Österreich ihre neue Heimat finden.



## CO<sub>2</sub>-NEUTRAL

**EY erreicht CO<sub>2</sub>-Neutralität und erweitert mit „EY Carbon“ seine Beratung zu Nachhaltigkeit.**

**K**ohlenstoffneutral zu sein – dieses Ziel hat die globale EY-Organisation weltweit mit Ende 2020 erreicht. Dafür setzte das Prüfungs- und Beratungsunternehmen insbesondere auf die Reduktion und den Ausgleich der Kohlenstoffemissionen. Eine deutliche CO<sub>2</sub>-Reduktion wird über drei Schienen erzielt: ein – kurzfristig durch COVID-19 bedingt starkes, mittelfristig stufenweises – Einschränken der Geschäftsreisen, nachhaltiges Einkaufsmanagement und die Nutzung erneuerbarer Energien an den Standorten. Darüber hinaus kauft EY für eine ausgeglichene Umweltbilanz Carbon Credits (Kohlenstoffgutschriften) zu, zum Beispiel über Aufforstungsprojekte. Dieses Engagement spiegelt den Schwerpunkt von EY wider, eine nachhaltigere Organisation zu werden, indem die Umweltleistung verbessert und ein langfristiges, nachhaltiges Wachstum vorangetrieben wird. ●

[www.ey.com](http://www.ey.com)



EY hat sein Engagement für die Umwelt gleich auf mehreren Standbeinen aufgebaut.



## WELCOME on Board

**Timea Tarnai verabschiedete sich Ende Dezember, weshalb unsere neue Kollegin Hannah Frei ihre Aufgaben im Bereich Kommunikation und Veranstaltungen übernimmt.**

**H**annah Frei schloss Ende 2020 ihr Masterstudium in Marketing, Electronic Business und Wirtschaftsrecht ab und konnte im Rahmen von Praktika wie beispielsweise beim Swiss Business Hub Einblicke in die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Österreich und der Schweiz

gewinnen. Als Verantwortliche für Kommunikation und Veranstaltungen ist Frau Frei seit 1. Februar Teil des HKSÖL-Teams. Neben dem Mitgliedermanagement und der Eventorganisation verantwortet sie auch den Bereich Marketing und steht für Mitgliederfragen gerne zur Verfügung. ●

# Neue Mitglieder der HKSÖL

### PODOVSOVNIK RECHTSANWÄLTE

Habsburgergasse 2/2  
AT-1010 Wien  
[www.podovsovnik.at](http://www.podovsovnik.at)

### AL-WAZZAN GMBH

Habsburgergasse 2/1  
AT-1010 Wien

### STOBAG ÖSTERREICH AG

Radlberger Hauptstrasse 100  
AT-3105 St.Pölten-Unterradlberg  
[www.stobag.com](http://www.stobag.com)

### VSOP AG

Winzergasse 2  
FL-9490 Vaduz  
[www.vsop.li](http://www.vsop.li)

### BUNDESIMMOBILIEN-GESELLSCHAFT m.b.H

Trabrennstrasse 2c  
A-1020 Wien  
[www.big.at](http://www.big.at)

### DEXTRA GROUP AG

Schaanerstrasse 13  
FL-9490 Vaduz  
[www.dextra.li](http://www.dextra.li)

### LIVESCSCIENCES AG

Greifengasse 7  
CH-4058 Basel  
[www.livesciences.com](http://www.livesciences.com)

# FORSCHUNG vernetzen

*Die digital Trial Intervention Platform (dTIP) der ETH Zürich soll Forschende und Spin-offs bei der Umsetzung klinischer Studien unterstützen und die Forschung im Gesundheitsbereich vorantreiben.*

Die wachsenden Ansprüche an das Gesundheitswesen machen die Medizin zu einem zentralen Anliegen unserer Gesellschaft. Um zur Weiterentwicklung der medizinischen Ausbildung beizutragen sowie um den Transfer neuer Erkenntnisse in die Praxis zu fördern, hat die ETH Zürich Medizin als einen von vier thematischen Schwerpunkten definiert. Diese Schwerpunkte, zu denen auch Daten, Nachhaltigkeit und Fertigungstechnologien gehören, orientieren sich an gesellschaftlichen Bedürfnissen und ergänzen die Aktivitäten der 16 ETH-Departemente.

## PLATTFORM TREIBT FORSCHUNG VORAN

Im Rahmen des Schwerpunkts Medizin hat die ETH Zürich im Januar 2021 mit dem Aufbau der digital Trial Intervention Platform (dTIP) begonnen und sie mit einem Kick-off des Steuerungsgremiums Anfang Februar lanciert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die medizinische For-

schung an der ETH voranzutreiben. Mit der Plattform baut die ETH ihre klinische Infrastruktur weiter aus. Zudem erhalten ETH-Forschende, ETH-Spin-offs sowie weitere Partnerinnen und Partner künftig Unterstützung bei der Planung, Einreichung und Durchführung komplexer, klinischer Studien.

## ERFAHRUNG INNOVATION

Über die Plattform können vor allem Grundlagenforschende, die mit den spezifischen Anforderungen klinischer Forschung noch weniger vertraut sind, viel leichter von vorhergehenden Erfahrungen profitieren und Synergien nutzen.

Bereits heute beschäftigt sich rund ein Drittel der Professorinnen und Professoren an der ETH Zürich in ihrer Forschung mit gesundheitsbezogenen Problemen; dabei handelt es sich gleichermassen um Ingenieure wie Naturwissenschaftlerinnen. Die Hauptaktivitäten liegen in der medizin-relevanten Grundlagenforschung, Diagnostik, Medizintechnolo-

gien und in der Entwicklung von bioaktiven Substanzen.

## ZWEI STANDORTE

Die neue Plattform dTIP verteilt sich auf zwei Standorte: Die Studien finden derzeit im Kantonsspital Baden (KSB) statt und in Zukunft auch in Zürich im neuen Entwicklungs- und Laborgebäude GLC, dessen Bau sich in der Abschlussphase befindet. Die Aktivitäten im translationalen Bereich werden gemeinsam mit dem Wellcome Trust, einer Stiftung zur Förderung medizinischer Forschung, welche das ambitionierte Vorhaben über die ETH Foundation unterstützt. Die Einbindung der Förderinstitution hat zwei Vorteile: Erstens lassen sich neue Studienmethoden direkt in einer klinischen Umgebung entwickeln und testen, zweitens kann der Wellcome Trust mit seiner langjährigen Expertise das ETH-Team bei translationalen Fragestellungen unterstützen. ●

[www.ethz.ch](http://www.ethz.ch)

Die Plattform dTIP unterstützt bei der Planung, Einreichung und Durchführung komplexer klinischer Studien.

Bei erfolgreichem Abschluss der Transaktion ist geplant, die Equa bank mit der Raiffeisenbank zu fusionieren.



## FINANZEN IN KÜRZE

- ◆ **GELISTET.** Die Liechtensteinische Landesbank (LLB), die zur LLB-Gruppe gehörende Bank Linth sowie die VP Bank AG sind von der Schweizer Börse in die SIX Nachhaltigkeitsindizes aufgenommen worden.
- ◆ **STABIL.** Auch 2020 ist die Appenzeller Kantonalbank (APPKB) gewachsen und hat trotz des schwierigen Marktumfelds ein sehr erfreuliches Ergebnis erreicht. So bleibt der Betriebsertrag mit 41,4 Mio. CHF und der Gewinn mit 12,0 Mio. CHF auf dem Niveau des Vorjahres.
- ◆ **VERLÄNGERUNG.** Die Volksbank und der Versicherer ERGO verlängern ihre Zusammenarbeit bis zum Jahr 2032. Im Zuge einer Neuausschreibung punktete ERGO besonders in den Bereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierung.
- ◆ **HÖHENFLUG.** Die Kryptowährung Bitcoin hat erstmals die 50.000-Dollar-Marke geknackt. Tesla-Chef Elon Musk spielt bei der jüngsten Kurs-Rallye eine wesentliche Rolle. Er hat 1,5 Milliarden Dollar in die Cyber-Währung investiert.

## ÜBERNAHME

**Raiffeisen übernimmt Equa bank.**

**D**ie Raiffeisen Bank International AG (RBI) hat einen Vertrag zur Akquisition von 100 % der Anteile an der Equa bank von AnaCap Financial Partners – einem auf Finanzdienstleistungen spezialisierten Private-Equity-Investor – durch ihre tschechische Tochterbank unterzeichnet. Die Equa bank fokussiert sich auf das Konsumentenkreditgeschäft und betreut knapp 480.000 Kunden. Die beabsichtigte Akquisition ist Teil der RBI-Strategie, ihre Präsenz in ausgewählten Märkten zu erweitern. Die Geschäftsmodelle der Equa bank und der Raiffeisenbank ergänzen sich sehr gut, weshalb die Akquisition im Endeffekt zu strategischen Synergien und einem verbesserten digitalen Angebot führen würde. ●

[www.rbinternational.com](http://www.rbinternational.com)

## AKTIV FÜR GLEICHSTELLUNG

**Die Erste Group ist weiterhin das einzige österreichische Unternehmen im Bloomberg Gender Equality Index.**

**D**ie Erste Group Bank AG (Erste Group) wurde als eines von 380 Unternehmen aus weltweit 11 Sektoren und 44 Ländern im Bloomberg Gender Equality Index (GEI) 2021 gelistet. Durch die Veröffentlichung von genderbezogenen Kennzahlen auf Basis des GEI verpflichten sich die Unternehmen, einen umfassenden Einblick in ihre Aktivitäten zur Förderung der Gleichstellung von Frauen am Arbeitsplatz sowie in den Communities, in denen die Unternehmen aktiv sind, zu gewährleisten. Die Erste Group

erzielte eine Bewertung an oder über einem von Bloomberg gesetzten globalen indizierten Schwellenwert. Dieser Wert spiegelt ein hohes Mass an Transparenz und eine hohe Gesamtleistung über die 5 Säulen des GEI-Bewertungsrahmens wider: Leadership & Talente-Förderung, Gender-Pay-Gap, Unternehmenskultur, Massnahmen gegen sexuelle Belästigung sowie Markenauftritt. ●

[www.erstegroup.com](http://www.erstegroup.com)

## KRISENFEST

**Die Schweizer Banken zeigen sich resilient gegenüber den Folgen der Corona-Pandemie und blicken optimistisch in die Zukunft.**

Eine Umfrage im Rahmen des EY-Bankenbarometer 2021 zeigt: Die Schweizer Banken sind aus einer Position der Stärke in die Coronakrise geraten und haben sie bisher gut gemeistert, insbesondere dank der seit 2008 erhöhten Substanz sowie der gesunden Struktur ihrer Kreditbücher. Auf lange Sicht kommt bei den Banken keine Panik in Bezug auf die drohenden Kreditausfälle auf. 52 % bzw. 44 % der befragten Institute gehen langfristig für Wohnbau- bzw. KMU-Finanzierungen von

unveränderten Wertberichtigungen aus und rechnen nur mit einer kurzfristigen Phase von erhöhten Kreditausfällen. 83 % der Banken denken, dass sich die KMU innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre von der Krise erholen. 75 % befürchten dennoch, dass es kurzfristig zu einem sprunghaften Anstieg der Wertberichtigungen vor allem im Kreditgeschäft mit KMU kommen wird (Vorjahr: 12 %). ●

[www.ey.com](http://www.ey.com)



Die Kooperation ermöglicht es der BTV, noch mehr kleinen Unternehmen mit Krediten unter die Arme zu greifen.

## VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

**Die LGT hat die Principles for Responsible Banking der Vereinten Nationen unterzeichnet.**

Die LGT ist im Dezember 2020 zur offiziellen Unterstützerin der UN Principles for Responsible Banking geworden – eines einheitlichen Rahmenwerks für einen nachhaltigen Finanzsektor, das von Banken weltweit und der Finanzinitiative der Vereinten Nationen gemeinsam entwickelt wurde. Mit diesem Schritt unterstreicht die LGT erneut ihr Engagement für einen nachhaltigen Finanzsektor. Das Regelwerk definiert die Verantwortung des Bankensektors bei der Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft und bei der Ausrichtung des Sektors auf die UN-Nachhaltigkeitsziele und das Pariser Klimaabkommen. Die Principles for Responsible Banking ermöglichen es einer Bank, das Thema Nachhaltigkeit in allen Geschäftsbereichen zu verankern und zu erkennen, wo das Institut das grösste Potenzial hat, seinen Beitrag zu einer nachhaltigen Welt zu leisten. Weltweit haben bereits über 200 Banken diese Regeln unterzeichnet. ●

## KRISENBEWÄLTIGUNG

**Ein Schulterchluss der EIB-Gruppe und der Bank für Tirol und Vorarlberg AG ermöglicht zusätzliche Darlehen an KMU und Midcap-Unternehmen.**

Die EIB-Gruppe – Europäische Investitionsbank (EIB) und Europäischer Investitionsfonds (EIF) – hat der Bank für Tirol und Vorarlberg AG (BTV) im Rahmen einer synthetischen Verbriefung eine Garantie für eine Mezzanine-Tranche von rund 130 Mio. Euro bereitgestellt. Die Transaktion soll im Rahmen der EU-Eigenkapitalverordnung eine Kapitalentlastung bewirken, wodurch die Risikotragfähigkeit der BTV steigt. Da sie dadurch mehr Kredite vergeben kann, wird sie ein neues Portfolio förderfähiger Darlehen an KMU und Midcap-Unternehmen in Gesamthöhe von 435 Millionen Euro aufbauen – hauptsächlich in Tirol, Vorarlberg, Wien und Süddeutschland. Die Transaktion ist eine direkte Reaktion der EIB-Gruppe auf die COVID-19-Pandemie, weil KMU und Midcap-Unternehmen in der derzeitigen Krise durch Liquiditäts- und Finanzierungsengpässe in Schwierigkeiten geraten. ●

[www.btv.at](http://www.btv.at)

[www.lgt.com](http://www.lgt.com)

PRÄSIDIUM



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

**Vizepräsident**  
Mag. Gerhard FREI  
Geschäftsführer Emmi Österreich GmbH, Nüziders

**Vizepräsident**  
Dr. Nikolaus KAWKA  
Geschäftsführer Zühke Engineering, 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**  
Dipl.-Ing. ETH Martin SCHNEIDER  
CEO und Präsident des Aufsichtsrates der Brainforce AG, Zürich

EHRENPRÄSIDENTEN



**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 BUOCC-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 Global Enterprise, Zürich

Dr. Burkhard GANTENBEIN  
Geschäftsführender Gesellschafter Ango Invest GmbH, Wien

Kammerrat Dr. René A. HAIDEN  
Präsident Grenzlandverein, Wien

Brigitta HARTL-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

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

Walter KRAHL  
Geschäftsführer Ruefa Reisen und Airticket Österreich, Wien

Eva Maria KUBIN,  
MA  
Geschäftsführerin COPE Content Performance Group GmbH, Wien/Graz

Andre KÜHNI  
First Vice President EFG Bank AG, Zürich

Mag. Peter F. LAGNER  
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 Prettnerhofer Raimann Pérez Rechtsanwaltspartnerschaft, Wien

DI Herbert POCK  
Geschäftsführer BDO Consulting GmbH, Graz

Mag. Helmut PRÄNISS  
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

Julien ROSSIER  
Stellvertreter der Geschäftsführung Juwelier Bucherer, Wien

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



Michael SKALA,  
CEO Straight Investment Group AG, Zürich

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

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
- Matchmaking
- 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](http://www.hk-schweiz.at/leistungen)

## Repräsentanz der HKSÖL im Porträt:

### BTV BANK FÜR TIROL UND VORARLBERG AG

Als Regionalbank setzt die BTV auf den Ausbau ihrer Marktposition in Tirol und Vorarlberg, Wien, der Ostschweiz, Bayern, Baden-Württemberg, Südtirol sowie im Veneto. Die BTV ist der Überzeugung, dass der persönliche Kontakt, die Beziehung zwischen Kunde und BTV-Mitarbeiter in ihrem Geschäft der entscheidende Erfolgsfaktor ist und bleiben wird. Schnelligkeit, Flexibilität, unbürokratisches Handeln und Kompetenz in allen Finanzangelegenheiten verlangen Kunden heute mehr denn je.

#### Kontakt:

Stadtforum 1, AT-6020 Innsbruck  
Tel. +43 505 333 1001  
[www.btv.at](http://www.btv.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

Hannah FREI  
Kommunikation &  
Veranstaltungen,  
Wien

#### Beratende Funktion



Ingrid WALLNER  
Office Management  
Finanz- und  
Rechnungswesen,  
Wien

Martin BRÄUER M.A.  
Projektmanager,  
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 LANDESHYPOTHEKENBANK AG

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

#### Tirol

### BTV – BANK FÜR TIROL UND VORARLBERG AG

Stadtforum 1,  
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](http://www.hk-schweiz.at)  
**VERLEGER:** COPE Content Performance Group GmbH, Hainburger Strasse 33, A-1030 Wien, Tel.: +43/1/60 117-269, [www.copegroup.com](http://www.copegroup.com) **CHEFREDAKTEURIN UND FÜR DEN INHALT VERANTWORTLICH:** Mag. Sonja Feher-Wohlfahrt, Tel.: +43/1/60 117-269, E-Mail: [sonja.feher-wohlfahrt@copegroup.com](mailto:sonja.feher-wohlfahrt@copegroup.com) **REDAKTIONELLE MITARBEIT:** DI Cornelia Kühhas, DI (FH) Mag. Thomas Goiser, Mag. Ritchie Pettauer, Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf (LL.M. Harvard), Anna Zakrzewski **COVERFOTO:** UNIQA **ANZEIGENBERATUNG:** Erich Peinsipp, E-Mail: [erich.peinsipp@copegroup.com](mailto:erich.peinsipp@copegroup.com), Gerald Daum, [gerald.daum@daumconsulting.io](mailto:gerald.daum@daumconsulting.io) **KONZEPT:** Rosi Horvath **ART-DIREKTION/GRAFIK:** Joanna Jagiello **PRODUKTION:** Styria Media Design GmbH & Co KG, [www.styria.com/mediadesign](http://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.

# Verantwortung wahrnehmen

Nicht irgendwo, sondern hier bei uns.

Die BTV kommt aus der Region und investiert in der Region. Das Richtige dort zu tun, wo wir alle leben und arbeiten heißt für uns, lokal zu handeln – aber auch darüber hinauszudenken.