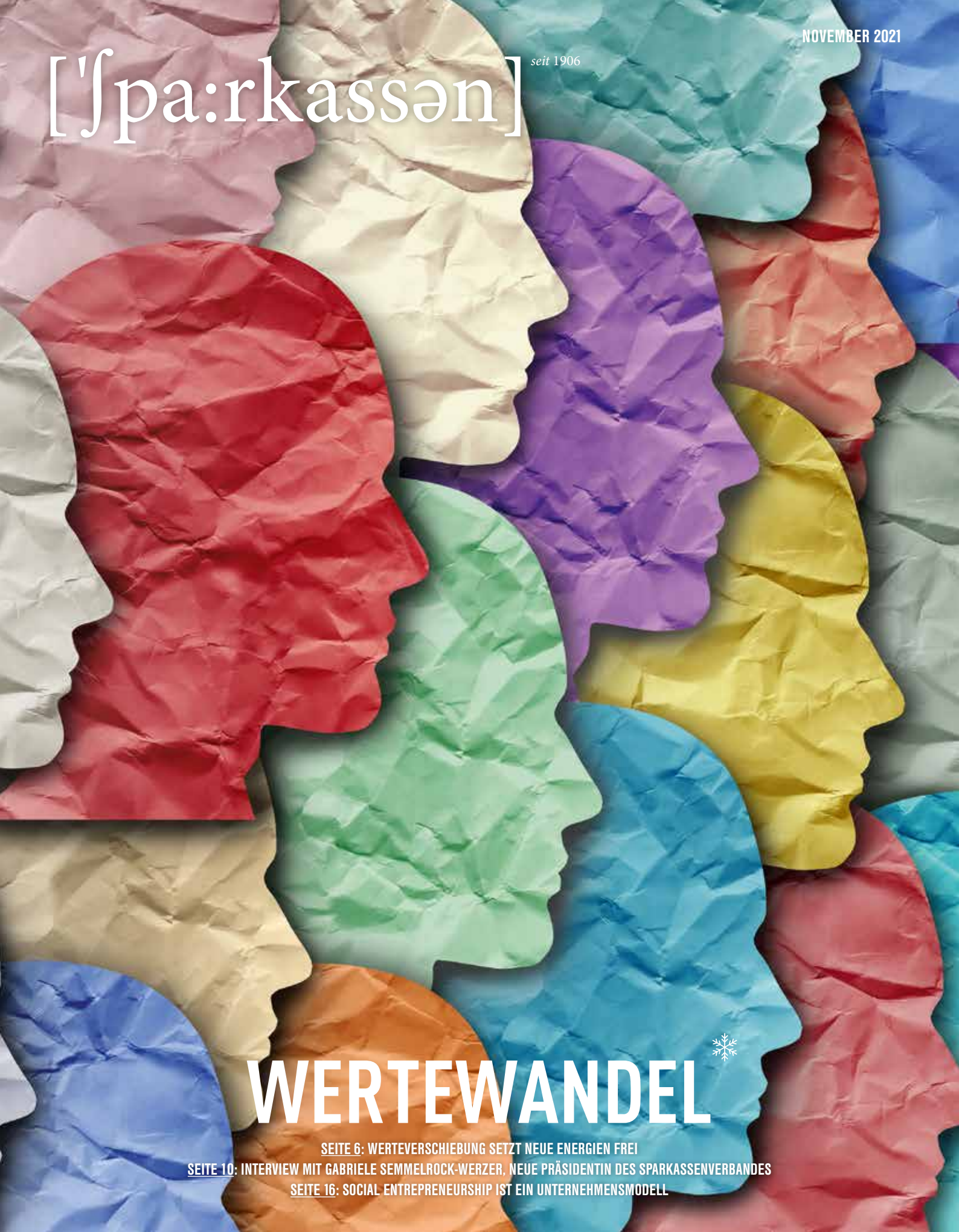
NOVEMBER 2021

['ʃpa:rkassən]

seit 1906



WERTEWANDEL

SEITE 6: WERTEVERSCHIEBUNG SETZT NEUE ENERGIEN FREI
SEITE 10: INTERVIEW MIT GABRIELE SEMMELROCK-WERZER, NEUE PRÄSIDENTIN DES SPARKASSENVERBANDES
SEITE 16: SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IST EIN UNTERNEHMENSMODELL

DIE NÄCHSTE AUSGABE DER SPARKASSENZEITUNG ERSCHEINT IM FRÜHJAHR 2022.

Eine geschichtsträchtige Zeitung.

IM DIENSTE DER SPARKASSEN. Seit ihrem ersten Erscheinen im Jahr 1906 nimmt die Österreichische Sparkassenzeitung die Rolle als Gedächtnis der Sparkassen ein. Sie ist zugleich ein unerschöpfliches Archiv an Artikeln und Meinungen und – mit kurzen zeitlichen Abständen, in denen sie nicht erschien – immer ein wichtiges Kommunikationsmittel zur Identitätsstiftung, zur Vermittlung wirtschaftlichen Wissens und rechtlicher Informationen gewesen.

IMPRESSUM UND OFFENLEGUNG GEMÄSS MEDIENGESETZ: Bezeichnung des Mediums: Österreichische Sparkassenzeitung;
Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Österreichischer Sparkassenverband, Am Belvedere 1, 1100 Wien,
E-Mail: info@sv.sparkasse.at; Generalsekretär: Franz Portisch; Präsident: Gerhard Fabisch;
Chefredakteur: Markus Nepf; Stv. Chefredakteur: Kai Schubert;
MitarbeiterInnen: Stephan Scoppetta, Herta Scheidinger (CvD), Helene Tuma, Sandra Wobrazek, Gerrit Gubo, Amrit Rescheneder;
Redaktionsbeirat: Karin Berger, Christian Hromatka;
Fotos des Covers und der Rückseite: istock.com;
Art Direktion/Gestaltung/Produktionsleitung: Dina Gerersdorfer, www.dinagerersdorfer.com;
Bilanzenproduktion: Bernsteiner Media GmbH;
Redaktionsleitung: Stephan Scoppetta, Herta Scheidinger (www.feuereifer.at);
Lektorat: Gudrun Puhr.
Die abgebildeten Fotos sind zum Teil vor der Corona-Pandemie entstanden
bzw. wurden nach den zum Zeitpunkt ihrer Entstehung geltenden Hygieneregeln angefertigt.
Produktion/Litho/Druck: Bernsteiner Media GmbH, Ursula Preiss, Goldschlagstraße 172/1/OG 4/2, 1140 Wien, www.bernsteiner.at;
Offenlegung gemäß § 5 ECG und gemäß § 25 Mediengesetz: http://www.sparkassenverband.at/de/ueber-uns/impressum

**Gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens, UW-Nr. 785.
Die Sparkassenzeitung ist zudem PEFC-zertifiziert und unterstützt ein internationales Waldschutzprogramm
von ClimatePartner/Klimaneutral.**

785

Klimaneutral
Druckprodukt
ClimatePartner.com/10937-2001-1001

Sollten Sie eine Ausgabe erhalten haben, in der die beiliegenden Bilanzen nicht mehr enthalten sind, können Sie diese online unter www.sparkassenzeitung.at oder unter der Telefonnummer +43 (0) 50100 28425 nachbestellen.

['ʃpa:rkassən] INHALT

Zeichnung: Dina Gerersdorfer

6

Foto: Daniel Waschnig

10

Foto: istock.com

24

Foto: Wiener Börse

26

IM FOKUS
4
Editorial und Kurznachrichten

ECONOMY
6
Werteverschiebung setzt neue Energien frei
Wie die Pandemie einen Wertewandel ausgelöst hat

8
Pandemie verändert Spar- und Anlageverhalten
So sind die ÖsterreicherInnen bisher durch die Krise gekommen

10
„Die Sparkassenidee war schon immer eine sehr moderne Idee“
Gabriele Semmelrock-Werzer, neue Präsidentin des Österreichischen Sparkassenverbandes, im großen Interview

14
Werte im Wandel
Das ist den ÖsterreicherInnen wichtig

16
Spagat zwischen unternehmerischem Denken und sozialem Mehrwert
Diese Social Start-ups setzen sich für das Gemeinwohl ein

20
Spektrum Sparkasse
Die aktuellsten News aus Brüssel und Österreich

LAND & MÄRKTE
22
„Wer jetzt innehält und abwartet, verliert wertvolle Zeit“
Manfred Bartalszky, Vorstand der Wiener Städtischen, über die Notwendigkeit privater Altersvorsorge

24
Finanzbildung im Fokus
Jugendliche fühlen sich nicht ausreichend befähigt, ihr Geldleben richtig zu managen

WERTE
26
250 Jahre Wiener Börse
Zum Geburtstag einer der ältesten Nationalbörsen der Welt

28
„Werte können sich auch im Kleinen sehr schnell ändern“
Der Philosoph Konrad Paul Liessmann über das Phänomen des Wertewandels

FINALE
30
Fünf Fragen an …
Andrea Johanides, Geschäftsführerin von WWF Österreich

FORUM

GEMEINNÜTZIG TÄTIGE STIFTUNGEN: EUROPATAGUNG IN WIEN

Die Jahreskonferenz des European Foundation Centre fand heuer erstmals in Wien statt (ursprünglich wäre Frühjahr 2020 geplant gewesen). Die Organisation in der Landeshauptstadt übernahmen die ERSTE Stiftung und ein gastgebendes Komitee. Damit war Wien für einige Tage im Oktober Europas Zentrum der Philanthropie: Rund 400 VertreterInnen von gemeinnützig tätigen Stiftungen und Verbänden aus ganz Europa diskutierten drei Tage lang über Trends und Lösungsansätze bei Klimakrise, Demokratieentwicklung, Philanthropie und Gesellschaft.

Foto: ERSTE Stiftung

Von links: Angel Font, EFC-Präsident, „la Caixa" Foundation, Andreas Treichl, Präsident des Aufsichtsrats der ERSTE Stiftung, Kumi Naidoo, Aktivist, Delphine Moralis, Chief Executive des European Foundation Centre, und Boris Marte, CEO ERSTE Stiftung

Andreas Treichl begrüßte als Präsident des Aufsichtsrats der ERSTE Stiftung die Gäste und stellte ihnen den Studenten Kenan al Barede vor, der als Geflüchteter nach Wien gekommen war und von seinen Erlebnissen berichtete. „Philanthropie und Unternehmen sollten auf der gleichen Linie sein und von der Politik entschlossenes Handeln einfordern – dieser Trend wird sich noch verstärken", forderte Treichl im Rahmen des mehrtägigen Events.

DAS ERSTE ÖSTERREICHISCHE SPARKASSENMUSEUM IN GROSS-SIEGHARTS WÄCHST WEITER

Foto: Gernot Blieberger

Österreichs erstes Sparkassenmuseum lockt interessierte BesucherInnen mit vielen originalen Ausstellungsstücken an.

Das im Jahr 2018 eröffnete Erste Österreichische Sparkassenmuseum erfreut sich großer Beliebtheit. Immer wieder ergänzen neue, sehr interessante Exponate die Ausstellung. Daher wurde das Museum räumlich erweitert und am 2. Oktober 2021 der Öffentlichkeit im Rahmen von Sonderführungen präsentiert. So überreichte Margot Klein eine äußerst beachtenswerte Sammlung ihres verstorbenen Vaters Heinz Klein, der Sparkassendirektor in Bruck/Leitha war, und machte sie dem Sparkassenmuseum in Groß-Siegharts zum Geschenk.

Der Vorsitzende des Vorstandes der Sparkasse Groß-Siegharts Privatstiftung Christian Reegen freute sich über den zahlreichen Besuch und konnte unter anderem Bezirkshauptfrau Daniela Obleser, den Generalsekretär des Österreichischen Sparkassenverbandes Franz Portisch sowie die Bürgermeister und die SchuldirektorInnen der Region und weitere Persönlichkeiten aus der Sparkassengruppe begrüßen. Der Museumsgründer Reinhold Weikertschläger führte gemeinsam mit Christian Reegen durch das Museum, das einen informativen Querschnitt durch die Geschichte der Sparkassen zeigt. Mit vielen technischen Exponaten wird beispielsweise die Entwicklung der Rechen- und Schreibmaschinen bis hin zur modernen Datenverarbeitung dargestellt. Herzstück ist ein Kassenjournal, in dem die Buchungen des Eröffnungstages im Jahr 1874 vermerkt sind. Gründungsdokumente, historische Urkunden und Banknoten sowie Wertpapiere (Eisenbahnaktien der Linie Göpfritz – Raabs, Aktien der „Centralbank der deutschen Sparkassen", Kriegsanleihen etc.) und historische Korrespondenz runden das Bild ab. Auch ein alter Bankschalter darf im Museum nicht fehlen.

Das Museum kann gegen Terminvereinbarung unter 0664/20 34 734 besucht werden.

NEUE FINANZBILDUNGSSTRATEGIE

Seit vielen Jahren kümmern sich die österreichischen Sparkassen um die finanzielle Gesundheit der ÖsterreicherInnen. Langsam, aber sicher findet das Thema auch in der österreichischen Politik Beachtung und Finanzminister Gernot Blümel hat vor Kurzem die neue nationale Finanzbildungsstrategie „Mein Geld, mein Leben, meine Entscheidung – ich bin mir sicher" vorgestellt. Kern des Aktionsplans ist der Aufbau eines eigenen Finanzbildungsportals, welches als One-Stop-Shop für Informationen rund um das Thema Finanzbildung dienen soll.

„In Österreich gibt es bereits zahlreiche gute Initiativen und Informationen zu diesem Thema. Mit dem neuen Finanzbildungsportal soll all das für die Bürgerinnen und Bürger zusammengeführt werden. Zur Überprüfung des erworbenen Wissens wird das Portal auch die Möglichkeit zur Absolvierung eines nationalen Finanzführerscheins bieten, der vor allem persönliche Orientierung sein wird. Zudem kann dieser Nachweis auch eine Zusatzqualifikation bei Bewerbungsprozessen sein", erklärt Blümel.

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Einst sagte die Schriftstellerin Marie von Ebner-Eschenbach: „Was wir heute tun, entscheidet darüber, wie die Welt von morgen aussieht." Unser Handeln wird dabei von einem eigenen Wertesystem gesteuert, egal ob auf persönlicher, gesellschaftlicher oder globaler Ebene. Die Corona-Pandemie hat uns vor Augen geführt, dass sich Werte aber auch wandeln können und ihnen mal mehr, mal weniger Bedeutung zugesprochen wird – Themen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Regionalität haben unlängst deutlich an Momentum gewonnen. Das freut uns als Sparkassengruppe sehr, denn seit über 200 Jahren fühlen wir uns genau diesen Werten verpflichtet und deshalb heißt es bei uns nicht nur #glaubandich, sondern auch #glaubanmorgen.

Im wahrsten Sinne an Wert gewonnen hat die Sparsamkeit der Österreicherinnen und Österreicher – in Zeiten der Pandemie wird so viel Geld auf die Seite gelegt wie noch nie. Warum die Menschen bisher insgesamt besser als erwartet durch die Krise gekommen sind, erfahren Sie auf den Seiten 8 und 9. Eine große Veränderung im Österreichischen Sparkassenverband fand im September statt. Gabriele Semmelrock-Werzer wurde als erste Frau an die Spitze des Verbandes gewählt und folgt als neue Präsidentin auf Gerhard Fabisch. Im großen Einführungsinterview erzählt sie über ihre Ambitionen in ihrer neuen Rolle, das Spannungsverhältnis von niedrigen Zinsen und steigender Inflation und warum Bargeld nach wie vor wichtig ist (ab Seite 10). Welche Werte sind eigentlich den Österreicherinnen und Österreichern wichtig? Spannende Einblicke gibt Ihnen die aufwendig gestaltete Grafik auf den Seiten 14 und 15.

Nicht immer muss Gewinnmaximierung an erster Stelle des unternehmerischen Handelns stehen. Ab Seite 16 stellen wir Ihnen einige spannende Social Start-ups vor, die sich der Lösung eines gesellschaftlichen Problems annehmen und dadurch einen sozialen Mehrwert schaffen.

Ein Wert, der noch deutlich an Relevanz zunehmen sollte, ist die private Altersvorsorge. Manfred Bartalszky, Vorstand der Wiener Städtischen Versicherung, gibt einen Überblick über aktuelle, nachhaltige Vorsorgemöglichkeiten (ab Seite 22). Weiterhin einen viel zu geringen Stellenwert hat nach wie vor die Finanzbildung in Österreich. 50 Prozent der Jugendlichen fühlen sich nicht ausreichend für die Zukunft gerüstet und haben Zweifel, das eigene Geldleben managen zu können. Um die Wissenslücken zu füllen, bedarf es auch seitens der Politik einer mit Leben gefüllten Finanzbildungsstrategie. Seit bereits fünf Jahren unterstützt der Erste Financial Life Park (FLiP) Jugendliche für ein unabhängiges Finanzleben (ab Seite 24).

Dass kein Wert jemals in Stein gemeißelt ist, weiß auch der Philosoph Konrad Paul Liessmann. Er erklärt uns, welche Funktion ethische Werte für uns und die Gesellschaft haben, wo sie ihren Ursprung finden und warum sie sich im Laufe der Zeit ändern (ab Seite 28).

Liebe Leserinnen, liebe Leser: Welche Werte sind Ihnen persönlich wichtig? Langsam, aber sicher bewegen wir uns auf die besinnliche Jahreszeit zu – eine Zeit, um sich neu zu fokussieren. Vielleicht hilft Ihnen dabei auch die neue, für heuer letzte Ausgabe der Sparkassenzeitung. Ich wünsche Ihnen jedenfalls viel Spaß beim Lesen und ein gutes restliches Jahr.

Foto: Ann-Kathrin Wuttke

FRANZ PORTISCH, GENERALSEKRETÄR DES ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSENVERBANDES

VON STEPHAN SCOPPETTA

WERTEVERSCHIEBUNG SETZT NEUE ENERGIEN FREI

DIE PANDEMIE WAR MEHR ALS EINE GESUNDHEITS- UND WIRTSCHAFTSKRISE. SIE FÜHRTE ZU EINEM BRUCH IM BESTEHENDEN DENKEN UND HAT EINE WERTEDISKUSSION HERBEIGEFÜHRT, DIE UNS DIE CHANCE GIBT, UNSERE ZUKUNFT NEU ZU DENKEN.

Zeichnung: Dina Gerersdorfer

Das Covid-19-Virus war mit Sicherheit eine Plage, die unserer Gesellschaft in den vergangenen eineinhalb Jahren vieles abverlangt hat. Aber Corona hat auch einiges in Bewegung gebracht, das nicht nur schlecht ist: Die Krise hat unsere Art zu wirtschaften auf den Prüfstand gestellt und auch den Fokus auf die Umwelt gelenkt. Die Grenzen der Globalisierung wurden nun mit den Lieferengpässen offenbart, denn in ganz Europa fand sich kaum noch ein Unternehmen, das Impfstoffe oder Schutzmasken herstellen konnte. Auch das Dogma Wachstum um jeden Preis, auf Kosten der Umwelt und des Klimas, ist ins Wanken geraten.

NACHHALTIGKEIT WIRD ZUM WICHTIGEN PRODUKTMERKMAL

War vor wenigen Jahren Nachhaltigkeit ein nettes Add-on beim Kauf eines Produktes, so ist diese heute ein wesentliches Attribut, wenn es um die Entscheidung zwischen vergleichbaren Produkten und Marken geht. Das schlägt sich auch in den Zahlen nieder: Laut einer im August 2021 vom Handelsverband präsentierten Studie von MindTake Research war das Bewusstsein für einen nachhaltigen, möglichst regionalen Konsum noch nie so ausgeprägt wie heute. Beim Lebensmitteleinkauf achten bereits 90 Prozent, bei Elektrogeräten 67 Prozent und beim Thema Mode 61 Prozent der ÖsterreicherInnen auf den Faktor Nachhaltigkeit. Darüber hinaus ist für 92 Prozent der KonsumentInnen die Herkunft ein entscheidender Faktor. Viele Unternehmen nutzten die Lockdowns und reagierten auf diesen Trend mit der Entwicklung nachhaltigerer Zukunftskonzepte.

WIR SIND JUNG, WIR SIND LAUT, WEIL IHR UNS DIE ZUKUNFT KLAUT!

Die Trendwende kam von der Jugend. Teenager und junge Erwachsene distanzieren sich immer öfter vom elterlichen spaß- und wachstumsorientierten Lebensstil. Abgrenzung erfolgt dabei auch über Ernährungs-„Intoleranzen“ wie vegetarisch oder vegane Ernährungsweisen. Doch kanalisiert wurde der Frust der Jugend durch die Fridays-for-Future-Bewegung. Der Slogan „Wir sind jung, wir sind laut, weil ihr uns die Zukunft klaut!“ macht die älteren Generationen für den Zustand des Planeten verantwortlich und natürlich führt dies zu einem manchmal auch sehr emotional geführten Diskurs. Denn Veränderung ist unbequem und erzeugt Spannungen, die oftmals aber auch der Beginn für etwas Neues sind. Nicht zuletzt hat sich daraus auch eine neue Haltung zum Konsum entwickelt. Trends wie der Minimalismus, also eine Reduktion des Konsums, aber auch des Lebens auf das Wesentliche, greifen um sich. Heute steht bei vielen jungen Menschen nicht mehr der Besitz eines Gutes im Vordergrund, sondern eine Sharing-Economy greift um sich. Autos, Werkzeuge und Wohnungen werden geteilt. Produkte werden nicht mehr weggeworfen, sondern getauscht oder einem Upcycling unterzogen. Diese Trends haben nur bedingt die breite Masse erreicht, aber die Saat ist gesät und es sind besonders die uns nachfolgenden Generationen, die hier auf das Gaspedal drücken.

DAS KOLLEKTIV WAR ERFOLGREICH

Corona hat auch gezeigt, dass nicht einzelne Menschen die Welt retten können, sondern die Zusammenarbeit aller Menschen notwendig ist, um Großes zu bewegen. Selbst in den kühnsten Träumen hätten sich WissenschaftlerInnen im März 2020 nicht ausgemalt, dass sich ein Impfstoff gegen das Virus in wenigen Monaten entwickeln lässt. Doch unglaubliche Mittel und die Zusammenarbeit vieler ForscherInnen rund um den Globus haben es möglich gemacht, dass bereits im Herbst 2020 die ersten Impfstoffe zugelassen wurden. Also eine konzertierte Anstrengung aller Menschen hat zu einer ersten Lösung des Problems geführt. Die Hoffnung ist nun groß, dass das der Menschheit bei der größten Herausforderung, dem Klimawandel, ebenfalls gelingen wird.

PERSÖNLICHE FREIHEIT WENIGER WICHTIG

Laut einer neuen Studie in Zusammenarbeit mit dem IFES – Institut für empirische Sozialforschung und Pick & Barth, Wiener Agentur für Kampagnen, Strategien und digitale Kommunikation, geben 17 Prozent der ÖsterreicherInnen an, (eher) keinen Einfluss darauf zu haben, was mit ihnen geschieht – 2018 empfanden dies nur zehn Prozent. Während persönliche Freiheit 2019 noch für 63 Prozent der Befragten „äußerst wichtig“ war, sind es jetzt nur mehr 53 Prozent. Dieser Wert bleibt dennoch auf Platz zwei der wichtigsten Werte, nur noch wichtiger ist den ÖsterreicherInnen ein respektvoller Umgang miteinander (für sechs von zehn äußerst wichtig). Ein Auftrag für die Zukunft, hier die Gräben, die durch Corona aufgerissen wurden, zuzuschütten und den Respekt im Umgang miteinander wieder einkehren zu lassen.

VON STEPHAN SCOPPETTA

PANDEMIE VERÄNDERT SPAR- UND ANLAGEVERHALTEN

DAS VERGANGENE JAHR WAR EINE ZÄSUR AUCH BEIM GELDLEBEN DER ÖSTERREICHER_INNEN. EINE REPRÄSENTATIVE IMAS-STUDIE IM AUFTRAG DER ERSTE BANK UND SPARKASSEN GIBT EINEN ÜBERBLICK ÜBER DIE AKTUELLEN TRENDS.

ÖSTERREICHER_INNEN KOMMEN FINANZIELL BESSER DURCH DIE KRISE ALS ERWARTET

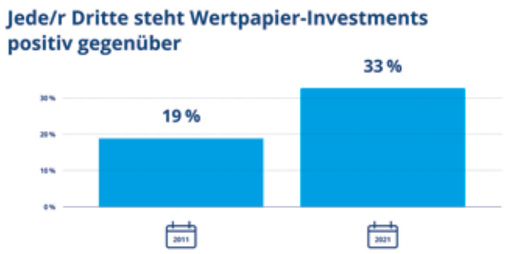
Durch Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit hat die Pandemie tiefe Spuren in den privaten Finanzen der ÖsterreicherInnen hinterlassen. Aber die Lage bessert sich: Laut IMAS-Studie im Auftrag der Erste Bank und Sparkassen ist die finanzielle Betroffenheit von 38 Prozent im Vorjahr auf 29 Prozent in diesem Jahr gesunken. In absoluten Zahlen bedeutet das einen Rückgang von rund 700.000 von 2,9 auf 2,2 Millionen Personen, die finanziell entweder leicht oder stark von der Pandemie betroffen sind. Entgegen allen Befürchtungen kommen heute weite Teile der Bevölkerung besser durch die Krise als erwartet.

ES WIRD SO VIEL GESPART WIE NOCH NIE

Die Corona-Pandemie hat sich deutlich auf die monatliche Sparrate der ÖsterreicherInnen ausgewirkt. Nachdem schon 2020 ein starker Anstieg auf 272 Euro verzeichnet wurde, ist dieses Jahr die monatliche Sparrate sogar auf 344 Euro gesprungen. 71 Prozent der Befragten gaben an, aufgrund von Corona weniger Geld ausgegeben zu haben. Krisenbedingt wird auch die finanzielle Absicherung für die ÖsterreicherInnen immer wichtiger. Mit 81 Prozent liegt die Anzahl jener, denen Sparen sehr oder ziemlich wichtig ist, nicht nur über der des Vorjahres, sondern auch über dem Niveau der Finanzkrise 2008/09 (beide 79 Prozent).

WERTPAPIERE GEWINNEN IN ÖSTERREICH AN BEDEUTUNG

Noch immer ist das Sparbuch die beliebteste Anlageform der ÖsterreicherInnen. Aber mit der steigenden Inflation und den anhaltend niedrigen Zinsen ändert sich dieses Bild. Laut aktueller Umfrage geben bereits 62 Prozent an, dass das Sparbuch heute kein zeitgemäßes Sparprodukt mehr ist. Die Geldanlage in Wertpapiere konnte bei der Beliebtheit in den vergangenen zehn Jahren um 14 Prozent zulegen. Das belegen auch die Zahlen der Erste Bank und Sparkassen: Von 2011 bis heute hat das Wertpapiervolumen von 8,1 auf 12,7 Milliarden Euro zugelegt – das entspricht einer Steigerung von 56,7 Prozent.



NACHHALTIGKEIT LIEGT IM TREND

Laut IMAS-Studie achten bereits 84 Prozent der ÖsterreicherInnen beim Kauf von Konsumgütern und Produkten auf Nachhaltigkeit. Diese Entwicklung zeitigt nun auch beim Thema Investieren ihren Niederschlag. Für 22 Prozent ist es bereits ein wichtiger Aspekt bei Investments. Dass beim Thema nachhaltige Investments jedoch Nachholbedarf besteht, zeigt das Umfrageergebnis, wonach erst zwei von drei ÖsterreicherInnen überhaupt davon gehört haben. Außerdem können sich lediglich 58 Prozent vorstellen, in ebendiese zu investieren, obwohl 76 Prozent gleich viel oder sogar mehr Gewinn von nachhaltigen Investments erwarten.

Grafiken: Paul Leichtfried

Foto: Daniel Waschnig

INTERVIEW: KAI SCHUBERT

„DIE SPARKASSENIDEE WAR SCHON IMMER EINE SEHR MODERNE IDEE“

GABRIELE SEMMELROCK-WERZER IST DIE NEUE FRAU AN DER SPITZE DES ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSENVERBANDES. DIE VORSTANDSSPRECHERIN DER KÄRNTNER SPARKASSE HAT DAS AMT VON GERHARD FABISCH ÜBERNOMMEN UND SPRICHT IM INTERVIEW ÜBER IHRE AMBITIONEN ALS PRÄSIDENTIN, DAS SPANNUNGSVERHÄLTNIS VON NIEDRIGEN ZINSEN UND STEIGENDER INFLATION UND WARUM BARGELD NACH WIE VOR WICHTIG IST.

Gabriele Semmelrock-Werzer wurde am 17. September 2021 von der außerordentlichen Vollversammlung einstimmig zur neuen Präsidentin des Österreichischen Sparkassenverbandes gewählt.

Frau Semmelrock-Werzer, wie sind Sie heute in den Tag gekommen und wie sieht Ihr üblicher Tagesablauf aus, falls es diesen überhaupt gibt?
Gabriele Semmelrock-Werzer: Üblicherweise beginne ich meinen Arbeitstag mit einem Kaffee. Schon immer habe ich mir beibehalten, erst um neun Uhr ins Büro zu kommen. Dafür bleibe ich aber auch länger am Abend. Da ich im Moment mein altes Haus renoviere und sich das schon länger hinzieht, versuche ich einiges bereits früh am Morgen zu erledigen, bevor ich mich an meinen Schreibtisch setze. In Wahrheit ist ab dann mein Arbeitstag ziemlich durchgetaktet. In Zukunft bin ich neugierig, wie ich die vielen neuen Themen im Zuge meiner Präsidentschaft in meinem Terminkalender unterbringen kann. Die meisten Jours fixes kann ich sehr gut über die digitalen Kanäle wahrnehmen – eine Entwicklung, die vor allem der Corona-Krise geschuldet ist. Wir haben mittlerweile alle gelernt mit MS Teams zu arbeiten und das ist eine große Erleichterung für mich. So kann ich auch tatsächlich besser terminliche Rückstaus vermeiden.

Sie übernehmen die Führung des Sparkassenverbandes inmitten einer Pandemie und zu einer Zeit, in der es keine Zinsen, dafür aber seit Jahren wieder eine spürbare Inflationsrate gibt. Zwei Parameter, die für die Kundinnen und Kunden der Sparkassen wesentliche Indizien für Spar- und Investitionsentscheidungen waren. Wie sehen Sie diese Entwicklung?
Semmelrock-Werzer: Das ist die Folge des von der EZB eingeschlagenen Kurses, mit möglichst niedrigen Zinsen die Wirtschaft zu stimulieren. Es hätte sich aber niemand vorstellen können, dass wir in eine Negativzins-Landschaft hineinkommen. Ich glaube, dass es vor allem im zentraleuropäischen Raum schwieriger ist solche Anreize zu nutzen, weil die Menschen in einer Krise eigentlich dazu neigen zu sparen. Dann verleiten auch niedrige Zinsen nicht dazu Investitionen zu tätigen. Man merkt allerdings, dass es einen Anstieg an Investitionen in Sachwerte und Immobilien gibt. Auch wenn es in Europa länger als erwartet gedauert hat, sind natürlich in Folge die Immobilienpreise gestiegen. Vor allem bei den jungen Menschen sehen wir leider, dass sie sich trotz dieser niedrigen Zinsen die Schaffung von neuem Wohnraum eigentlich nicht leisten können und es für sie generell extrem schwierig geworden ist. Und natürlich zahlen die Sparerinnen und Sparer diese Rechnung. Wir befinden uns in einer schleichenden, langanhaltenden Phase der Geldentwertung und die Sparerinnen und Sparer kommen jetzt durch den Anstieg der Inflation unfreiwillig zum Handkuss. Vermögenserhalt ist mit einem Sparbuch nicht mehr möglich, ein Aufbau sowieso schon lange nicht mehr. Gerade im deutschsprachigen Raum, aber auch in Italien, gibt es eine sehr hohe Sparquote und die Sparerinnen und Sparer zahlen zusätzlich dafür, dass die Staaten sich in der Finanzkrise sehr hoch verschuldet haben und zusätzlich auch noch einmal in der Pandemie. Deshalb bin ich auch nicht sehr zuversichtlich, dass sich die Zinslandschaft so schnell ändern wird.

Fehlendes Finanzwissen tut hier sein Übriges. Erst vor Kurzem hat der Finanzminister seine neue Finanzbildungsstrategie vorgestellt. Glauben Sie, dass das Thema jetzt mehr Fahrt aufnimmt?
Semmelrock-Werzer: Das Gefühl habe ich schon und das ist auch dringend notwendig. Die Schulen haben es sehr lange verabsäumt sich mit Finanzbildung zu beschäftigen und so waren es vor allem die Banken, die den richtigen Umgang mit Geld überhaupt adressiert haben. Daher ist es wichtig, dass hier noch viel mehr passiert. Wir sehen, dass das Finanzwissen in Österreich und unter den Erwachsenen katastrophal unterentwickelt ist. Da gibt es wirklich noch sehr viel Aufholbedarf. Wenn wir über Finanzbildung reden, sprechen wir auch immer von Krediten und Veranlagung. Sowohl die Sparkassen als auch die Regierung haben die Verantwortung, die Menschen in die Lage zu versetzen, Vermögen aufbauen zu können. Und das geht im Moment nur mit einer gewissen Risikobereitschaft beim Kauf von Wertpapieren. Das müssen die Österreicherinnen und Österreicher sicher noch lernen. Wir sehen immer noch, dass trotz steigender Inflation Geldbeträge ungenutzt auf den Sparkonten liegen und im Laufe der Zeit immer mehr an Wert verlieren. Das wird immer noch allzu gerne hingenommen. Die Rolle der Banken muss hier wieder aufgewertet werden. Ich glaube dennoch, dass ein Sparbuch in Form eines Sparkontos nach wie vor seine Berechtigung hat, auch wenn das im Moment etwas kostet. Für kurzfristige Bedürfnisse kann ich jedem empfehlen, sich einen Liquiditätspuffer zu erhalten. Auch die Banken zahlen für ihre Liquidität. Das muss man einfach hinnehmen.

Trotz allgemeiner Krise sind die Sparkassen bisher gut durch die schwierige Zeit gekommen. Wie ist das in der Sparkassengruppe gelungen?
Semmelrock-Werzer: Ich erinnere mich noch sehr gut an die Zeit vor eineinhalb Jahren, als die Pandemie plötzlich wirklich da war. Wir haben hier sehr schnell reagiert und der Verbandsvorstand hat beinahe tägliche Telefonkonferenzen mit den Sparkassenvorständinnen und -vorständen einberufen, um sie über die laufenden Entwicklungen und nächsten Schritte zu informieren. Während des gesamten ersten Lockdowns haben wir diese hohe Informationsfrequenz beibehalten und konnten uns so sehr gut österreichweit abstimmen, was wesentlich zur Beruhigung auch unserer Kundinnen und Kunden beigetragen hat. Wir haben so auch entscheiden können, die Filialen offenzuhalten. Bis auf ganz wenige Fälle, wo es ressourcenmäßig nicht möglich war, ist uns das auch landesweit gelungen. Das ist sehr gut bei unseren Kundinnen und Kunden, aber auch den Nicht-Kundinnen und -Kunden angekommen und

Foto: Studio Horst

Im Alltag zählen für Gabriele Semmelrock-Werzer vor allem Zuverlässigkeit und Authentizität.

hat zu viel positivem Feedback für die Sparkassen geführt. In den ersten Tagen des Lockdowns hat es einen richtigen Run auf die Geldautomaten gegeben. Durch die sehr gute Erreichbarkeit der Sparkassen und die Sicherstellung der Bargeldversorgung war aber schnell klar, dass Geld nicht gehamstert werden musste. Das war ein sehr wichtiges Signal und hat auch gezeigt, dass es sich diesmal nicht um eine Bankenkrise, sondern eine Gesundheitskrise handelt, bei der wir ein Teil der Lösung sind. Und diese Funktion behalten wir auch bei.

Sie kennen die österreichische Sparkassengruppe schon sehr lange und sind seit 2011 als Vorstandsdirektorin der Kärntner Sparkasse tätig. Was sind Ihre Ambitionen als neue Präsidentin und welche konkreten Schritte möchten Sie zu Beginn Ihrer Präsidentschaft setzen?
Semmelrock-Werzer: Zuerst einmal ist das Amt der Präsidentin mit einer großen Verantwortung gegenüber der gesamten Sparkassengruppe verbunden, die sehr divers aufgestellt ist. Mir ist es wichtig, die unterschiedlichen Anliegen der einzelnen Sparkassen möglichst gut zu vertreten und im Gesamtbild gute Lösungen für alle Mitgliedsinstitute zu finden. Das wird zwar nicht immer ganz einfach sein, aber in Summe haben wir alle eine gemeinsame DNA, die uns miteinander vereint. Ich freue mich besonders darauf, das Thema Diversität in seinen verschiedenen Facetten voranzutreiben. Die unterschiedlichen Menschen, die für uns in den Städten und in den Regionen arbeiten, sind ein besonderer Reichtum für uns als Gruppe und dafür möchte ich noch mehr Bewusstsein schaffen. Ein weiteres wichtiges Thema ist Nachhaltigkeit und ESG, an dem es kein Vorbeikommen mehr gibt. Ich bin wirklich überzeugt, dass das perfekt zu uns als Sparkassengruppe passt. Die Sparkassenidee war schon immer eine sehr moderne Idee und auf eine nachhaltige Entwicklung der Regionen und die dort lebenden Menschen ausgerichtet. Mich beeindruckt es sehr, wie diese Idee im Laufe der Jahre angepasst worden ist. Im Bereich Digitalisierung sind die Sparkassen mit George bereits Vorreiter. Diese Vorreiterrolle müssen wir auch für das Thema Nachhaltigkeit nutzen, denn es liegt auf der Hand, dass wir den respektvollen Umgang mit unseren Ressourcen weiter vorantreiben müssen.

Seit über 200 Jahren ergeben sich aus dem Gründungsauftrag der Sparkassen ganz konkrete Werte, die ihr Handeln bestimmen. Dazu zählen unter anderem Regionalität, Kundennähe und eine gemeinwohlorientierte Geschäftsausrichtung. Haben sich diese Werte auch in der schwierigen Phase, wie wir sie derzeit erleben, bewährt?
Semmelrock-Werzer: Zu 100 Prozent. Ich habe bemerkt, dass die Menschen das auch honorieren. Die Sparkassen haben eben nicht nur das Geld zur Verfügung gestellt, sondern waren für die Menschen als Ansprechpartner vor Ort da und sind auch proaktiv mit ihnen in Kontakt getreten. Unser Motto #glaubandich bildet eine Wertedimension ab, mit denen sich die Sparkassen tagtäglich befassen. Der respektvolle Umgang mit unseren Kundinnen und Kunden sowie unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gehört hier dazu. Genauso wie unsere Verantwortung, dass unsere Finanzprodukte auch einen echten Vorteil für unsere Kundinnen und Kunden bieten sollen. Darüber hinaus reinvestieren die Sparkassen einen großen Teil des erwirtschafteten Gewinns wieder in die Region. Das ist ein echtes Alleinstellungsmerkmal im Bankensektor und kommt der nachhaltigen Entwicklung der Einzugsregionen der Sparkassen zugute. Manchmal wundere ich mich, warum eigentlich nicht alle Menschen Sparkassenkundinnen und -kunden sind *(lacht)*.

Welche Werte sind für Sie persönlich besonders wichtig?
Semmelrock-Werzer: Mir sind Zuverlässigkeit und Authentizität wichtig. Man soll immer derjenige sein, der man wirklich ist, und nicht nur eine Rolle spielen. Auch der respektvolle Umgang mit den Menschen, der Natur und unserer Umwelt liegt mir sehr am Herzen.

Werte können sich im Laufe der Zeit ändern und besonders einschneidende Ereignisse wie zuletzt die Corona-Pandemie haben gezeigt, dass Themen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung für die Kundinnen und Kunden immer wichtiger werden. Welche Rolle können hier die österreichischen Sparkassen übernehmen, um dem in der Gesellschaft wahrnehmbaren Wertewandel gerecht zu werden?
Semmelrock-Werzer: Unser Omni-Channel-Ansatz und das Thema Digitalisierung gehen Hand in Hand. Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden nicht dazu zwingen eine Form der Betreuung in Anspruch nehmen zu müssen, die sie noch nicht ganz verstehen. Andererseits nehmen sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter viel Zeit, um den Kundinnen und Kunden neue Services oder Applikationen zu erklären. Dadurch bekommen wir viel Zuspruch und unsere Kundinnen und Kunden werden nachhaltig digitaler und fühlen sich gut von uns verstanden. Trotzdem, und das passt zu unseren Werten, wissen unsere Kundinnen und Kunden, dass sie immer auch einen persönlichen Kontakt haben. Ansonsten könnten sie auch gleich zu Revolut oder N26 gehen. Für uns bleibt es wichtig, dass wir ein top Online-Banking haben, und es hilft uns, dass wir nach wie vor eine persönliche Beratung bieten und den Menschen nicht außen vor lassen. Deshalb finde ich es toll, dass George auch so eine starke persönliche Note hat und nicht irgendein weiteres Tool ist.

Trotz der voranschreitenden Digitalisierung, Pläne für einen digitalen Euro und Phänomene wie Bitcoin setzen die Österreicherinnen und Österreicher nach wie vor auf Bargeld. Der Sparkassenverband setzt sich weiterhin für Bargeld ein, auch wenn das bei den Banken hohe Kosten verursacht. Warum ist das so und was halten Sie von einer Bargeldobergrenze, die derzeit wieder in aller Munde ist?
Semmelrock-Werzer: Von einer Bargeldobergrenze halte ich gar nichts. Sie ist ein reines Instrument der Politik, um Steuerhinterziehung beziehungsweise Steuerschonung zu vermeiden und die Schattenwirtschaft einzudämmen. Vorgeschobene Argumente wie Geldwäsche oder Terrorfinanzierung finden meines Erachtens nicht mehr durch Bargeldtransaktionen statt. Eine Bargeldobergrenze hat nichts mit uns Banken zu tun und ist eine rein gesetzliche Steuerungsmaßnahme, die ich kritisch sehe. Ich sehe den Nutzen darin einfach nicht, außer dass wir besser überwacht werden können. Bargeld ist eine Kernkompetenz der Bank und diese sollte man auch nicht gänzlich abgeben. Ich wünsche mir, dass eigentlich nach wie vor jede Filiale eine Kasse hat, auch wenn sie mitunter nicht täglich verwendet wird, weil ich es nicht gerne sehe, wenn Kundinnen und Kunden beispielsweise ihr Geld in einem Supermarkt wechseln müssen. Dass sich die Wichtigkeit von Bargeld als Zahlungsmedium ändert, ist in Ordnung und wahrscheinlich auch in gewisser Weise eine Art Wertewandel. Vor allem volkswirtschaftlich wird Bargeld aber immer relevant bleiben. Denn Ausfälle von Online-Banking oder Bankomaten wird man nie zu 100 Prozent ausschließen können. Damit unsere Kundinnen und Kunden im Zweifelsfall nicht hungrig ins Bett gehen müssen, empfehlen wir immer, dass sie auch ein wenig Bargeld eingesteckt haben sollen. Man muss den Menschen einfach ein Zahlungsmittel zur Verfügung stellen, mit dem sie sich bewegen können. Alles andere ist absurd und daher hoffe ich, dass das Bargeld nie ganz abgeschafft werden kann.

ÜBER GABRIELE SEMMELROCK-WERZER

Foto: Studio Horst

Gabriele Semmelrock-Werzer ist gebürtige Kärntnerin und kommt aus Pörtschach am Wörthersee. Sie besuchte die Wirtschaftsuniversität Wien, wechselte 1995 nach Stationen in der Chase Manhattan Bank AG in Wien und der Crédit Lyonnais AG Wien in die Erste Group Bank AG. Seit 2011 ist sie Vorstandsdirektorin und Sprecherin des Vorstandes der Kärntner Sparkasse AG.

WERTE IM WANDEL

DAS GLÜCK IST EIN VOGERL

Gesellschaft und Wertvorstellungen sind ständig im Wandel. Was den ÖsterreicherInnen wichtig ist:

- GESUNDHEIT 87 %
- INTAKTE FAMILIE 75 %
- KEINE GELDSORGEN 65 %
- FREUND_INNEN 63 %
- PARTNERSCHAFT 57 %
- SCHÖNES ZUHAUSE 54 %

REMOTE WORKING

BILDUNGSSTAND DER JUGENDLICHEN

20 bis 24-Jährige mit höherem Bildungsabschluss als Pflichtschule

DAS SAGEN DIE JUGENDLICHEN

70 %
sind Traditionen wichtig

80 %
schätzen Sauberkeit, Ordnung und Sparsamkeit

80 %
sind stolz ÖsterreicherInnen zu sein

Grafik: Gebrüder Pixel, Quelle: Jugendwertestudie 2021, Glücksbarometer, IFK Marketing, Österreichischer Familienbericht, Statistik Austria

SPARQUOTE DER ÖSTERREICHER_INNEN

14 %
Juli 2020 bis Juni 2021

10 %
Juli 2019 bis Juni 2020

8 %
Juli 2018 bis Juni 2019

IM „WORLD HAPPINESS REPORT 2021" BELEGT ÖSTERREICH

PLATZ 10

ERWARTUNGEN AN EINE PARTNERSCHAFT

DER GENERATIONENZUSAMMENHALT

30 %
der Über-80-Jährigen erhält einmal pro Woche Unterstützung von den Kindern, Hilfe im Haushalt oder bei administrativen Dingen.

40 %
der Großeltern helfen bei der Kinderbetreuung aus, ca. 20 % regelmäßig.

Foto: Evelyn Hronek

VON HELENE TUMA

SPAGAT ZWISCHEN UNTERNEHMERISCHEM DENKEN UND SOZIALEM MEHRWERT

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IST EIN UNTERNEHMENSMODELL, DAS ZUNEHMEND AN BEDEUTUNG GEWINNT UND EINE ECHTE ALTERNATIVE FÜR DIE ZUKUNFT BIETET, DA ES NICHT IN ERSTER LINIE EINE GEWINNMAXIMIERUNG ANSTREBT, SONDERN DIE LÖSUNG EINES GESELLSCHAFTLICHEN PROBLEMS.

Das Ziel vieler Start-ups ist es, Probleme der KundInnen durch neue, innovative Geschäftsmodelle zu lösen. Das gilt auch für Social Start-ups, die jedoch neben Kreativität und Innovationsgeist die nachhaltige Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme in den Mittelpunkt stellen. Ihre Motivation ist, die Gesellschaft durch das eigene Verhalten und Wirtschaften zu verbessern. Eines dieser Social Start-ups ist atempo. Das Unternehmen entwickelt Produkte und Dienstleistungen, die das Leben von Menschen mit und ohne Behinderungen leichter machen. „Zum Beispiel helfen wir Firmen und Behörden dabei, besser verständlich zu informieren, sodass alle Menschen sie verstehen. Und wir machen einfach verständliche Ausbildungsangebote für behinderte und benachteiligte Menschen zur Integration am Arbeitsmarkt. Wir bilden die Menschen nicht nur aus, sondern unterstützen sie so lange, bis sie einen Arbeitsplatz gefunden und sich dort eingearbeitet haben“, erklärt Walburga Fröhlich, Geschäftsführerin von atempo. Die Idee zu atempo entstand aus der Unzufriedenheit heraus, dass Menschen mit Lernschwierigkeiten viel zu wenig mitzureden haben in unserer Gesellschaft. „Für sie ist alles viel zu kompliziert, zu schnell, und viel zu oft bestimmen andere, was für sie das Beste ist. Das wollten wir ändern und die Welt ein bisschen besser machen, denn ein Zusammenleben von Menschen mit und ohne Behinderungen ist für alle von Nutzen. Nur so wird unsere Gesellschaft menschlicher, mutiger und klüger“, so Fröhlich. Auch digitale Lösungen für soziale Herausforderungen rücken immer mehr in den gesellschaftlichen

Harmony & Care hat sich zum Ziel gesetzt, als „Partnerbörse“ Pflegebedürftige mit den passenden Betreuungskräften zusammenzubringen und damit einen harmonischen Beitrag zur 24-Stunden-Betreuung zu leisten.

Vordergrund, denn digitale Tools machen Inklusion und Teilhabe in vielen Bereichen erst möglich. atempo setzt daher schon seit einigen Jahren auf die Digitalisierung, um eine soziale Wirkung zu erreichen und diese zu skalieren. „Unser Motto ist: Digital kann sozial. Als Beispiel für digitale Lösungen, die atempo entwickelt, kann ich capito digital nennen. Hier werden automatisiert Online-Texte auf ihre Verständlichkeit gecheckt und Tipps für das Vereinfachen von komplexen Informationen gegeben. Wir entwickeln gerade eine Künstliche Intelligenz, die automatisiert komplexe Informationen in leicht verständliche Sprache übertragen kann“, so Fröhlich.

PASSENDE BETREUUNGSKRAFT

Harmony & Care hat sich seit 2017 zum Ziel gesetzt, Pflegebedürftige mit den passenden Betreuungskräften zusammenzubringen. Begonnen hat alles mit einem wissenschaftlichen Projekt, der Studie „Psychologische Tests und ihre Anwendung im Pflegebereich“. Das Ergebnis neben der Unternehmensgründung stellt eine eigens entwickelte Software-Plattform für Pflegeagenturen dar. Im Zentrum steht ein wissenschaftlich fundiertes Matching-Verfahren, das soziale Kompetenzen, Interessen und Neigungen sowohl von den PflegerInnen als auch von den Betroffenen abfragt und abgleicht – das sogenannte „Harmony & Care System“. Dieses System als „Partnerbörse“ zwischen Pflegebedürftigen und PflegerInnen sorgt für die passende Betreuungskraft und liefert somit einen harmonischen Beitrag zur 24-Stunden-Betreuung. „Dabei matcht diese innovative Software-Plattform basierend auf wissenschaftlich fundierten Fragebögen Betreuungskräfte und Pflegebedürftige unter fachlichen und vor allem menschlichen Gesichtspunkten. Der ‚Harmony Check‘ als Rückgrat der Software umfasst einen sozialpsychologischen Fragebogen, der weiche Faktoren wie soziale Kompetenzen, Interessen oder persönliche Neigungen in den Mittelpunkt stellt“, erklärt Anja Silberbauer, Geschäftsführerin von Harmony & Care. Der Persönlichkeitstest wird digital einerseits von den Pflegebedürftigen bzw. deren Angehörigen und andererseits auch von den Betreuungskräften ausgefüllt. Die anschließende Analyse und Auswertung erfolgt mittels spezieller Algorithmen basierend auf psychologischen Profildaten. Diese Vorgehensweise führt aufgrund der zugrundeliegenden wissenschaftlichen Methodik dazu, dass Pflegepersonal und Pflegebedürftige gut zusammenpassen und damit die Wahrscheinlichkeit eines Pflegepersonalwechsels, im Vergleich zu klassischen Vermittlungsservices, um bis zu 80 Prozent verringert wird. Das spürbare Ergebnis dabei ist weniger Stress und eine höhere Zufriedenheit bei den Pflegebedürftigen und ihren Angehörigen. „Für die Zukunft haben wir uns vorgenommen, Spezialist in Digitalisierungsthematiken mit der hochaltrigen Bevölkerung zu sein und neue, innovative Produkte zum Wohle dieser Bevölkerungsgruppe und ihrer Angehörigen zu entwickeln“, so Silberbauer.

Foto: atempo

atempo bietet leicht verständliche Ausbildungsangebote für behinderte und benachteiligte Menschen zur Integration am Arbeitsmarkt an.

Das Reparatur- und Service-Zentrum R.U.S.Z ist nicht nur ein Pionierbetrieb der Kreislaufwirtschaft, sondern bildet auch ehemals langzeitarbeitslose MechatronikerInnen zu FachexpertInnen aus.

Foto: R.U.S.Z

SOZIAL-ÖKOLOGISCHE WIRKUNG

Das Reparatur- und Service-Zentrum R.U.S.Z ist ein Pionierbetrieb der Kreislaufwirtschaft. Das Unternehmen erbringt einen Mehrwert für das Gemeinwesen auf sozialer und ökologischer Ebene durch die unbefristete Beschäftigung von ehemals langzeitarbeitslosen MechatronikerInnen, die zu FachexpertInnen ausgebildet werden. Durch die Verlängerung der Nutzungsdauer von Konsumgütern leistet R.U.S.Z einen wesentlichen Beitrag zur Ressourcenschonung. „Als Gründer, Inhaber und Geschäftsführer eines sozialen, gemeinwohlorientierten Unternehmens habe ich vor 22 Jahren die Lösung einer gesellschaftlichen Herausforderung zu meinem Geschäftsmodell gemacht. Die sozial-ökologische Wirkung von R.U.S.Z geht weit über die betrieblichen Beiträge zur Verlängerung der Produktlebensdauer von Elektro- und Elektronikgeräten – und damit zur Ressourcenschonung und zum Klimaschutz – hinaus. Nutznießerinnen und Nutznießer sind vor allem die nächsten Generationen“, erklärt Sepp Eisenriegler, Geschäftsführer von R.U.S.Z. Das Unternehmen ist ein privates Social Business und neben dem täglichen Reparaturservice auch ein Zentrum für Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit. „Wir betreiben Österreichs größtes Re-Use-Zentrum für Haushaltsgroßgeräte und bieten ein wöchentliches Reparatur-Café an, um den neuen Statussymbolen einer wachsenden nachhaltigen Konsum-Minderheit gerecht zu werden und niemanden zurückzulassen. R.U.S.Z hat das ReparaturNetzWerk Wien gegründet, einen Zusammenschluss aller seriösen Reparaturbetriebe im Großraum Wien“, so Eisenriegler. Derzeit ist R.U.S.Z für die Verlängerung der Nutzungsdauer von rund 9.000 Elektrogeräten pro Jahr in Wien verantwortlich und leistet dadurch einen Beitrag zum Klimaschutz, denn über 50 Prozent der gesamten Umweltbelastung im Leben von Haushaltsgeräten werden durch Produktion und Distribution verursacht.

talentify.me bietet als Non-Profit-Bildungsnetzwerk mittels einer Onlineplattform von SchülerInnen für SchülerInnen eine Alternative zur klassischen Nachhilfe und fördert gezielt Talente.

Foto: talentify.me

LERNHILFE-PLATTFORM

talentify.me ist ein Non-Profit-Bildungsnetzwerk mit Sitz in Tulln an der Donau, das mittels einer Onlineplattform die Lernhilfe von SchülerInnen für SchülerInnen österreichweit unterstützt und gezielt Talente fördert. Durch die Lernhilfe zwischen Jugendlichen werden soziale Kompetenzen entwickelt. Ältere SchülerInnen fungieren dabei als Vorbilder und Inhalte werden dank „Lernen auf Augenhöhe“ besser vermittelt. talentify.me bietet so auch eine Alternative zur klassischen Nachhilfe – vor allem für die, die es sich sonst nicht leisten können. Ziel ist es, ein nachhaltiges Peer-to-Peer-Onlinenetzwerk zu etablieren, das jungen Menschen dabei hilft, ihr volles Potenzial zu entfalten, unabhängig vom sozialen oder finanziellen Hintergrund der Eltern. Ein weiterer wichtiger Aspekt von talentify.me ist die berufliche Orientierung der Jugendlichen. „Wir schlagen eine Brücke zwischen Jugendlichen und Unternehmen, denn viele Jugendliche sind sich nicht darüber im Klaren, worin ihre Interessen und Stärken liegen und welche Möglichkeiten es nach der (Pflicht-)Schule gibt“, erklärt Bernhard Hofer, CEO von talentify.me. Unternehmen wiederum wissen oft nicht genau, wie sie Jobangebote jugendgerecht kommunizieren sollen und wie sie die richtigen Talente finden können. „Hier kommen wir ins Spiel, denn wir unterstützen Betriebe beim Recruiting junger Talente im Hinblick auf Lehrstellen, Praktika und Berufseinsteiger-Positionen. Der Fokus liegt dabei auf der frühzeitigen Bewusstseinsbildung bei Jugendlichen für Berufsbilder und Unternehmen. Zusätzlich können sich die Jugendlichen auf unserer Plattform Insider-Tipps von anderen Lehrlingen holen und werden somit bei der Berufsorientierung unterstützt“, so Hofer. Neben Österreich war die Expansion nach Deutschland (Berlin) im vergangenen Jahr für das Unternehmen ein wichtiger Schritt. Ziel ist es nun die Kooperationen mit Schulen zu vertiefen und talentify.me erfolgreich an Berlins Schulen zu etablieren. Auch die Zusammenarbeit mit Ausbildungsbetrieben und Organisationen ist im Hinblick auf die Bewusstseinsbildung für Perspektiven und Möglichkeiten für Jugendliche besonders wichtig.

Zeitpolster erbringt Betreuungsleistungen für ältere Menschen, Menschen mit Behinderung und Kinder. Für eine Stunde Betreuung wird den Helfenden eine Stunde auf einem Zeitkonto gutgeschrieben.

Foto: Zeitpolster/Ingrid Delacher

ZEITKONTO FÜR BETREUUNG

Die Idee ist schon lange vor der Gründung im Jahr 2018 entstanden. In verschiedenen Projekten und privaten Zusammenhängen wurde die Notwendigkeit Betreuungsleistungen neu zu organisieren sichtbar. „Die Generation, die unseren Wohlstand aufgebaut hat, soll nicht allein gelassen werden. Gleichzeitig gibt es immer mehr fitte Seniorinnen und Senioren, die sich einbringen können“, erklärt Gernot Jochum-Müller, Gründer von Zeitpolster. Zeitpolster ist eine österreichweit aktive Organisation und ein Dach für viele Freiwilligengruppen, die Betreuungsleistungen für ältere Menschen, Menschen mit Behinderung und Kinder bieten. „Diese lokalen Teams schulen wir und statten sie mit allem aus, was sie brauchen. Beispielsweise mit Unterlagen, Werbemitteln und Versicherung für alle Helfenden. Für eine Stunde Betreuung wird den Helfenden eine Stunde am Zeitkonto gutgeschrieben. Diese Zeit kann später bei eigenem Bedarf eingelöst werden. Für die Betreuten kostet die Stunde nur acht Euro. Die Hälfte davon legen wir in einen Notfalltopf. Wenn eine Helferin in 20 Jahren Hilfe braucht und es findet sich niemand, hat diese zum Beispiel schon 4.000 Euro aus dem Notfallkonto zur Verfügung, um damit andere Betreuungsleistungen zu kaufen. So sichern wir die Leistungen über Generationen ab“, so Jochum-Müller.

Am Beginn des Start-ups Organic Tools stand der Wunsch, ein Gerät zu entwickeln, das für die Ernte von Verarbeitungsobst auf Streuobstwiesen optimiert ist. Deshalb lag der Fokus auf der Entwicklung des Erntegerätes Obstraupe.

Foto: Patrick Tafemer

INNOVATIVE ERNTETECHNIK

Als Berater für extensiven Obstbau war David Brunmayr damit konfrontiert, dass zwei Drittel des Obstes von Streuobstwiesen nicht genutzt wurden. Ein zentraler Faktor dabei ist die mühsame Ernte, verbunden mit einem niedrigen Obstpreis. Erntetechnik ist kaum verbreitet, da die am Markt verfügbaren Geräte nicht den Anforderungen der Ernte auf den vielfältigen Streuobstwiesen entsprechen. „Am Beginn unseres Projektes stand deshalb der Wunsch, ein Gerät zu entwickeln, das für die Ernte von Verarbeitungsobst auf Streuobstwiesen optimiert ist. Die Obsternte muss sich wieder auszahlen und die Bewirtschafterinnen und Bewirtschafter sollen beim Obstklauben mehr Freude und kein Kreuzweh haben“, erklärt Organic-Tools-Co-Founder David Brunmayr. Gegründet 2018 in Wien, startete das Start-up von David Brunmayr, Stefan Bermadinger und Lukas Griesbacher mit der klaren Vision, neben dem betriebswirtschaftlichen Erfolg auch positive Wirkungen auf Natur und Gesellschaft als Kernpfeiler des Unternehmens zu etablieren. Zu Beginn lag der Fokus auf der Entwicklung und dem Vertrieb des innovativen Erntegerätes Obstraupe, durch dessen Einsatz die Wirtschaftlichkeit von Streuobst erhöht und so ein Beitrag für die nachhaltige Nutzung und Bewirtschaftung ökologisch wertvoller und stark gefährdeter Streuobstwiesen (Rote Liste 2) geleistet wird. Brunmayr: „2019 haben wir zudem das zweite Produkt, das Sortier!, erstmals produziert und verkauft. Mit dem äußerst flexiblen und robusten Verlesetisch werden verschiedene Früchte nachsortiert. Seit dem Verkaufsstart haben wir etwa 900 Obstraupen und zirka 300 Sortiertische verkauft. Unser Exportanteil von rund 70 Prozent ist recht hoch. Zuerst lieferten wir nach Deutschland und in die Schweiz, inzwischen haben wir schon in fast allen Ländern Europas Kundinnen und Kunden und auch schon die ersten Produkte nach Nordamerika verkauft.“

SPEKTRUM SPARKASSE

Immer am Puls der Zeit: Der österreichische Sparkassenverband ist dran an den wichtigsten Themen, die unsere Gruppe beschäftigen, um stets über wesentliche Entscheidungen, Entwicklungen und Erfolge informieren zu können. Hier sind die brandaktuellen Themen aus Brüssel und Österreich.

VON AMRIT RESCHENEDER UND KAI SCHUBERT

INSIGHT BRÜSSEL

SPARKASSENVERBÄNDE DSGV, ACRI UND ÖSPV FÜR EU-NACHHALTIGKEITSGESETZE MIT AUGENMASS

Foto: Shutterstock

Seit mehr als 200 Jahren haben die Sparkassen Europas den Auftrag, den Menschen und Regionen zu Wohlstand zu verhelfen. Eine auf Dauer ausgerichtete soziale und wirtschaftliche Entwicklung ist daher tief im Sparkassenwesen verwurzelt. Im Tagesgeschäft bedeutet das, dass das Bankgeschäft sowohl wirtschaftlich erfolgreich als auch unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Kriterien betrieben wird. Die Gesetze, Leitfäden und Regelungen im Bereich Nachhaltigkeit sprießen wie Schwammerln aus dem Boden. Und obwohl wir die EU bei ihrer Mission zum Klimaschutz unterstützen, sehen wir diese Entwicklung sehr kritisch. Vor allem die Erfahrungen mit dem ersten EU-Aktionsplan zur nachhaltigen Finanzierung aus dem Jahr 2018 haben bewiesen, dass unsere Sorge berechtigt ist. Das Ziel ist gut, der Weg dorthin leider oftmals verworren und bürokratisch. Da das Thema aber politisch teilweise sehr schwierig zu diskutieren ist, haben wir uns mit dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) und dem Italienischen Sparkassenverband (ACRI) vereint, um gemeinsam unsere Ideen vorzubringen: ja zum Ziel, aber nein zum vorgeschlagenen Weg.

Klar ist, dass überschießende gesetzliche Vorgaben bis ins kleinste Detail kontraproduktiv sind. Es braucht mehr Proportionalität für den Mittelstand, damit KMU nicht überfordert werden und insgesamt die globale Wettbewerbsfähigkeit der Union nicht gefährdet wird. Die neuen Nachhaltigkeitspakete der Kommission werden zu einer erheblichen Änderung des Rechts- und Regulierungsrahmens für den Finanzsektor und die gesamte Wirtschaft führen. Eine Überforderung der Marktteilnehmer kann dadurch vermieden werden, indem sie umfassend in den Gesetzgebungsprozess einbezogen werden, alle Rechtsakte inhaltlich und zeitlich aufeinander abgestimmt sind und realistische Fristen für die Umsetzung und Anpassung an neue rechtliche Erfordernisse eingeräumt werden. Nicht nur die Normunterworfenen benötigen ausreichend Zeit für die Rechtsbefolgung, sondern auch die EU-Aufsichtsbehörden, um die Vielzahl der ihnen übertragenen Mandate mit der gebotenen Sorgfalt zu erfüllen. Die EU verfügt aber über den richtigen Instrumentenkasten, wie zum Beispiel Auswirkungsstudien, Konsultationen, KMU-Test, Subsidiaritäts- und Proportionalitätsprinzip, um niemanden auf diesem Weg zurückzulassen. Sparkasseninitiativen, die die finanzielle Ausgrenzung von sozial Benachteiligten bekämpfen, dürfen durch rechtliche Maßnahmen nicht erschwert werden. Ganz wichtig ist den drei Sparkassenverbänden, dass die EU-Nachhaltigkeitsagenda ein gemeinwohlorientiertes Bankwesen durch einen entsprechenden Rechtsrahmen fördert.

DIVIDENDEN: RÜCKKEHR ZUR NORMALITÄT

Die EZB hat zu Beginn der Pandemie im März 2020 die Aussetzung von Dividendenausschüttungen, Aktienrückkäufen und variablen Vergütungen empfohlen. Mit dieser Empfehlung wollte die EZB als Vorsichtsmaßnahme sicherstellen, dass neben der Unterstützung von Haushalten und Unternehmen ebenso das Vorhandensein notwendiger Liquidität im Bankensektor gewährleistet wird. Letztlich haben sich alle Kreditinstitute dazu entschlossen, der EZB-Empfehlung zu folgen.

Nun hat die EZB im Juli 2021 beschlossen, diese Empfehlung nicht weiter aufrecht zu erhalten. Gründe dafür sind die vielversprechende Wirtschaftsentwicklung und das steigende Vertrauen in Banken. Zuversichtlich zeigt sich auch die FMA, welche die Meinung der EZB teilt. Natürlich achtet die Bankenaufsicht nach wie vor darauf, dass der Finanzsektor trotz weiter anhaltender Pandemie stabil bleibt. Auch das Vertrauen in den Kapitalmarkt spielt eine Rolle: Viele AnlegerInnen erwarten sich Dividenden. In diesem Zusammenhang nehmen die Sparkassen vor Ort eine besondere Rolle ein, da die Stakeholder-Struktur vieler Institute von gemeinnützigen Stiftungen dominiert wird, die ihren Gewinn auf nachhaltige Weise in die Region investieren. In solchen Krisenzeiten ist dieser Beitrag besonders wichtig. Der Sparkassenverband setzt sich stark dafür ein, diese wichtige Rolle unserer Sparkassen den EU-Institutionen in Brüssel sowie auch der EZB in Frankfurt näherzubringen.

Foto: interfoto

Elisabeth Spenger ist seit 2018 Digital Marketing Managerin der Erste Bank und Sparkasse.

ERSTE BANK UND SPARKASSEN SETZEN AUF DIGITAL MARKETING

Über 40 Prozent aller Werbeausgaben in Österreich gehen auf das Konto von Digital Marketing. Die Covid-Pandemie hat die Relevanz der digitalen Werbekanäle noch einmal verstärkt. Welche Bedeutung Digital Marketing für Erste Bank und Sparkassen hat und wie man damit erfolgreich ist, das erzählt Elisabeth Spenger aus dem Team Vertrieb Digital der Erste Bank.

Welche Rolle spielt Digital Marketing für den Produktverkauf?
Elisabeth Spenger: Eine wesentliche, denn viele potenzielle Kundinnen und Kunden recherchieren und vergleichen online, bevor sie ein Produkt abschließen. Egal, ob dieser Abschluss dann in der Filiale, online im Digital Store (Local Store AT) oder in George passiert. Dabei kommen sie mit unterschiedlichen digitalen Werbemaßnahmen und Kanälen in Kontakt. Sämtliche Maßnahmen im Digital Marketing zielen daher darauf ab, Kundinnen und Kunden auf unsere Erste Bank- und Sparkassen-Websites zu führen, wo es bestenfalls zu einem Online-Produktabschluss kommt. Da nicht alle Produkte online abgeschlossen werden können – wie etwa Wohnfinanzierung –, schaffen wir für die Userinnen und User am Portal zumindest eine Kontaktbeziehungsweise Terminvereinbarungsmöglichkeit.

Wie kann man sich das „Hinleiten" vorstellen?
Spenger: Ein Beispiel: Eine Studierende interessiert sich für ein Studentenkonto und „googelt" danach. In den Google-Suchergebnissen erscheint unsere Werbeanzeige zum Studentenkonto und wird hoffentlich angeklickt. Die Studentin vergleicht noch schnell die Kontokonditionen mit jenen der Mitbewerber und geht dazu etwa auf www.durchblicker.at. Auch dort schalten wir unsere Werbeanzeige beim Girokonten-Vergleich. So holen wir die Interessentin mit einem digitalen Kontaktpunkt im richtigen Moment ab.

Ist Digital Marketing also gleichzusetzen mit bezahlter digitaler Werbung?
Spenger: Grundsätzlich umfasst der Digital-Marketing-Mix drei Bereiche, die zusammenwirken: Owned Media – damit sind die eigenen Kanäle des Unternehmens wie Website, Blogs, Social-Media-Channels et cetera gemeint. Earned Media, also (selbst) verdiente Medienleistung – das bedeutet, dass Inhalte eines Unternehmens oder einer Marke nicht von dieser selbst, sondern von Multiplikatoren wie Kundinnen und Kunden, Journalistinnen und Journalisten oder Bloggerinnen und Blogger auf deren Kanälen verbreitet werden. Und schließlich Paid Media, also die bezahlte digitale Werbung, auf die wir im Digital Marketing fokussieren. Das betrifft bei Erste Bank und Sparkassen die Werbekanäle Suchmaschinen-Werbung, Affiliate Marketing (provisions-basierte Werbemaßnahmen eines Websitebetreibers) und Display Advertising (alle Arten von Online-Werbung mit grafischen Werbemitteln, zum Beispiel Bannerwerbung). Innerhalb dieser Werbekanäle setzen wir Kampagnen zu verschiedenen Themen und Produkten mit unterschiedlichen Zielen und Laufzeiten um. Die Planung und Umsetzung erfolgt dabei in enger Zusammenarbeit mit Kreativ- und Mediaagenturen sowie intern relevanten Abteilungen. Damit wollen wir eine optimale Customer Journey und Kampagnenumsetzung sicherstellen.

Welche Arten von digitalen Kampagnen gibt es?
Spenger: Wir unterscheiden zwischen Awareness- und Performance-Kampagnen. Erstere soll Marken- oder Produktbekanntheit sowie Werbeerinnerung in einer definierten Zielgruppe erzeugen. Diese Strategie verfolgen wir jedes Quartal vor allem bei Image-Kampagnen, bei denen die Marken Erste Bank und Sparkasse, George sowie der Claim #glaubandich oder #glaubanmorgen im Fokus stehen. Bei unseren Performance-Kampagnen geht es primär um die Bewerbung ausgewählter Finanzprodukte. Damit wollen wir den Produktabschluss im Digital Store und so die Erreichung der Digital-Sales-Ziele bestmöglich unterstützen. Individualisierte Werbebotschaften an genau die richtige Userin oder den richtigen User zur richtigen Zeit und zum besten Preis stehen dabei im Mittelpunkt.

Wie messt ihr den Erfolg solcher Kampagnen?
Spenger: Es ist extrem wichtig, unsere digitalen Maßnahmen zu messen und nachzuvollziehen. Das machen wir zum Beispiel mit Hilfe von Tracking-Codes und speziellen Softwarelösungen, mit denen wir die Besucherströme und das Nutzerverhalten auf der eigenen Website und Fremdplattformen analysieren. So können wir auch unsere Kampagnen verbessern, denn wir arbeiten zielorientiert auf Basis von Digital-Marketing-KPIs je Kampagne. Speziell der Aspekt, dass der Effekt unserer Digital-Marketing-Maßnahmen auf die Internetnutzerinnen und -nutzer transparent dargestellt werden kann, macht diese Disziplin für mich so spannend.

Foto: Ian Ehm

„WER JETZT INNEHÄLT UND ABWARTET, VERLIERT WERTVOLLE ZEIT“

MANFRED BARTALSZKY, VORSTAND DER WIENER STÄDTISCHEN UND AUCH VERANTWORTLICH FÜR DIE MARKE s VERSICHERUNG, ÜBER DIE NOTWENDIGKEIT PRIVATER ALTERSVORSORGE, DAS UNTERSCHÄTZTE PFLEGERISIKO UND PRODUKTE, DIE SICH IM ZINSTIEF LOHNEN.

Noch immer stehen wir unter dem Einfluss der Corona-Pandemie. Die Zeiten sind weiterhin unsicher. Ist jetzt der richtige Augenblick, um an Altersvorsorge zu denken?
Manfred Bartalszky: Es ist immer Zeit, um über die Zukunft nachzudenken. Natürlich waren die vergangenen eineinhalb Jahre eine große Herausforderung für uns alle, aber jede Generation hat ihre Herausforderungen zu bewältigen. In Zeiträumen von 75 bis 85 Jahren, also einem durchschnittlichen Menschenleben, gibt es immer wieder Ereignisse, die uns an der Zukunft zweifeln lassen. Aber unseren Optimismus dürfen wir uns nicht nehmen lassen. Das Leben geht weiter.

Das heißt also, der Routine folgen?
Bartalszky: Soweit es möglich ist, sollte man auch in der neuen Normalität, wie es so schön heißt, die Zukunft aktiv planen. Wer jetzt innehält und abwartet, verliert wertvolle Zeit. So, wie die Karriere oder die Familie Planung benötigen, so muss auch die finanzielle Zukunft geplant werden. Das Thema Vorsorge ist mit einer langen Wanderung vergleichbar: An manchen Stellen geht es steil bergauf und jeder Kilometer ist mühsam. Manche Passagen wiederum sind einfach zu bewältigen. Doch hält man durch, freut man sich umso mehr am Gipfel angekommen zu sein.

Aber warum sollte man viel Energie aufwenden, um für die Pension vorzusorgen? Bisher ist die staatliche Pension trotz aller Schwierigkeiten nicht ins Wanken geraten.
Bartalszky: Eine private Vorsorge ist notwendig, um wesentliche Werte wie die finanzielle Unabhängigkeit im Alter zu erhalten. Wer nicht vorsorgt, wird sich aufgrund der Pensionslücke, also der Differenz zwischen dem letzten Erwerbseinkommen und der Pension, die bereits heute im Schnitt 47 Prozent beträgt, schwertun, seinen Lebensstandard im Alter halten zu können. Das Umlageverfahren hat zwar in den vergangenen Jahrzehnten gut funktioniert, aber die Menschen werden immer älter, und immer weniger junge Erwerbstätige müssen immer mehr Pensionisten erhalten. Und: Seit dem Jahr 2020 schrumpft jener Anteil der Bevölkerung, der das Sozialsystem maßgeblich finanziert.

Wird sich die Pensionslücke weiter vergrößern?
Bartalszky: Davon ist leider auszugehen, denn weitere Pensionsreformen werden in den nächsten Jahren unvermeidlich sein. Aus der aktuellen langfristigen Budgetprognose geht hervor, dass die Ausgaben für die staatliche Pension in den kommenden 14 Jahren stark steigen werden. Betrugen die Ausgaben 2018 noch 13,3 Prozent des BIP, steigt diese Quote bis 2035 auf 15 Prozent an. Hauptgrund für die deutliche Steigerung der Pensionsausgaben bis 2035 ist die Zunahme der Anzahl der Pensionsempfängerinnen und -empfänger. Dies insbesondere aufgrund der geburtenstarken Babyboom-Generation, die langsam ins Pensionsalter kommt.

Was ist aus Ihrer Sicht die Basis jeder Altersvorsorge?
Bartalszky: Das Wichtigste ist: Je früher man mit der Vorsorge beginnt, desto mehr lässt sich selbst mit kleinen Beträgen erreichen. Der Faktor Zeit ist in der Altersvorsorge wichtiger als die Rendite. Aber derzeit sollte man auf jeden Fall auf Produkte setzen, die Wertpapiere enthalten. Nur damit lässt sich auf lange Sicht bei den aktuell niedrigen Zinsen ein vernünftiger Finanzpolster aufbauen.

Welche Produkte sind hier zu empfehlen?
Bartalszky: Die Basis jeder Altersvorsorge ist und bleibt die prämienbegünstigte Zukunftsvorsorge. Kein anderes Produkt bietet derartige Steuererleichterungen und eine staatliche Förderung. Daneben gibt es ein breites Spektrum an weiteren Vorsorgemöglichkeiten. Aufgrund der seit mehr als zehn Jahren herrschenden Niedrigzinssituation sind Hybridprodukte wie die s Lebens-Versicherung oder Fondspolizzen wie die s Fonds-Polizze ECO sehr beliebt. Beide Produktgruppen bieten bei Laufzeiten von zehn oder mehr Jahren gute Chancen auf positive Renditen. Und: Im Gegensatz zu einem Direktinvestment in Aktien oder Fonds sind Kurserträge innerhalb einer Fondspolizze steuerfrei.

Lässt sich mit Vorsorgeprodukten auch der Nachhaltigkeitsgedanke leben?
Bartalszky: Nachhaltigkeit ist uns wichtig, und die Vorsorge ist ein wesentlicher Hebel, um die Umwelt und das Klima zu schützen und für mehr soziale Gerechtigkeit am Globus zu sorgen. Als führender Lebensversicherer in Österreich bieten wir mit der s Fonds-Polizze ECO ein Produkt, mit dem man die Idee der Nachhaltigkeit aktiv mittragen kann.

Ein Thema, das immer wieder vernachlässigt wird, ist die Pflege im Alter. Ist hier eine private Vorsorge notwendig?
Bartalszky: Klare Antwort – ja! 456.000 Menschen sind in Österreich bereits heute auf Pflegeleistungen angewiesen. Das sind mehr Menschen als das Bundesland Vorarlberg Einwohnerinnen und Einwohner hat. Bis zum Jahr 2050 werden aufgrund der Überalterung der Bevölkerung 750.000 Menschen Pflegeleistungen benötigen. Schon heute sind knapp eine Million Österreicherinnen und Österreicher direkt oder indirekt in die Pflege und Betreuung eines Angehörigen involviert. Und: 80 Prozent werden zu Hause durch Familienmitglieder gepflegt. Mit einer ergänzenden privaten Pflegevorsorge schafft man sich die finanzielle Möglichkeit zu wählen, wie und wo man einmal betreut oder gepflegt werden möchte und entlastet zugleich seine Angehörigen.

Ist es hier mit einer Zusatzvorsorge getan?
Bartalszky: Im Bereich der Pflege braucht es in Österreich tiefgreifende Reformen. Das beginnt bei den Strukturen der Ausbildung und endet bei der Wertschätzung und Bezahlung des Pflegepersonals. Gerade die Pandemie hat die Bedeutung dieser Tätigkeit dramatisch aufgezeigt.

„NACHHALTIGKEIT IST UNS WICHTIG, UND DIE VORSORGE IST EIN WESENTLICHER HEBEL, UM DIE UMWELT UND DAS KLIMA ZU SCHÜTZEN UND FÜR MEHR SOZIALE GERECHTIGKEIT AM GLOBUS ZU SORGEN.“

Manfred Bartalszky,
Vorstand der Wiener Städtischen und verantwortlich für das Team s Versicherung

Foto: Ian Ehm

DREI VORSORGEPRODUKTE, DIE SICH LOHNEN

s Lebens-Versicherung
Wer seine finanzielle Zukunft ganz individuell und flexibel gestalten möchte, der findet in der s Lebens-Versicherung ein ideales Vorsorgeprodukt. Die Höhe des Ablebensschutzes, die Veranlagung der Prämien, der Einschluss von Zusatzleistungen und die Höhe der garantierten Leistungen können vollkommen individuell zusammengestellt werden. Das Besondere an der s Lebens-Versicherung ist aber der „Ertrags-Retter“. Dieser schichtet Erträge aus der Aktienveranlagung automatisch in den Deckungsstock um und sichert diese dort ab. Dadurch gehen Erträge aus der Aktienveranlagung nicht verloren, sondern erhöhen die Garantieleistungen.

s Fonds-Polizze ECO
Diese Polizze bietet einen auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmten Versicherungsschutz mit einer Veranlagung in nachhaltige Investmentfonds, die mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet sind. Darüber hinaus ist das Produkt sehr flexibel, unkompliziert übertragbar und damit ein optimales Produkt für die Familienvorsorge. Zudem ist es auch steuerlich attraktiv. Im Gegensatz zu einem Direktinvestment in Aktien oder Fonds fällt bei einer Fondspolizze zwar die 4-prozentige Versicherungssteuer, nicht aber die 27,5-prozentige Kapitalertragsteuer an. Dieses Produkt ist aktiver Umwelt- und Klimaschutz und bietet die Chance auf einen effektiven Vermögensaufbau in Zeiten niedriger Zinsen.

s Pflegevorsorge
Professionelle Alterspflege kostet viel Geld. Eigenmittel, wie die staatliche und private Pension oder das gesetzliche Pflegegeld, reichen dafür oft nicht aus. Mit der s Pflegevorsorge lässt sich die Lebensqualität im Alter absichern. Die s Pflegevorsorge ist in zwei Varianten, „Komfort“ für Leistungen ab Pflegestufe 1 und „Basis“ für Leistungen ab Pflegestufe 3, erhältlich und kann auch für Angehörige abgeschlossen werden. Kundinnen und Kunden, die eine s Pflegevorsorge abschließen, bietet die s Versicherung, eine Marke der Wiener Städtischen, wertvolle Mehrleistungen wie etwa das s Pflegetelefon. Hier gibt es rund um die Uhr, 365 Tage im Jahr, Soforthilfe für Angehörige und Pflegebedürftige.

VON HERTA SCHEIDINGER

FINANZBILDUNG IM FOKUS

50 PROZENT DER JUGENDLICHEN FÜHLEN SICH NICHT AUSREICHEND FÜR DIE ZUKUNFT GERÜSTET UND HABEN ZWEIFEL, DAS EIGENE GELDLEBEN MANAGEN ZU KÖNNEN.

Foto: istock.com

Um die Kenntnisse von Jugendlichen in Finanzfragen ist es schlecht bestellt. Dessen ist sich auch Österreichs Jugend bewusst, denn jede und jeder zweite Jugendliche fühlt sich mit der eigenen Finanzbildung nicht ausreichend auf die Zukunft vorbereitet. Rund zwei Drittel der 14-bis-20-Jährigen haben hier enormen Aufholbedarf und fordern mehr finanzielle Bildung ein. Dazu Bernd Spalt, CEO der Erste Group: „Das muss man wirklich ernst nehmen. Die nationale Finanzbildungsstrategie muss deshalb dringend mit Leben gefüllt werden."

GRAVIERENDE WISSENSLÜCKEN

Schaut man beispielsweise in den Schuldenreport 2021, sind die Fakten dramatisch: 24,7 Prozent der KlientInnen sind 30 Jahre oder jünger und haben eine durchschnittliche Verschuldung von rund 32.000 Euro. Dabei sind die Schulden nicht zwingend das Resultat von zu geringem Einkommen oder Arbeitslosigkeit. Vor allem junge Menschen haben oft Schwierigkeiten beim Start in die finanzielle Selbstständigkeit. Grund dafür ist ein Wissensmangel, der den Jugendlichen auch das Vertrauen in die eigene Kompetenz nimmt, die es braucht, um das Geldleben selbstständig und erfolgreich managen zu können. Dass viele Jugendliche ihrer finanziellen Zukunft skeptisch entgegensehen, verwundert daher wenig. Das belegt auch der aktuelle Youth Empowerment & Participation (YEP) Jugendbericht im Auftrag des Erste Financial Life Park, bei dem 14- bis 20-Jährige befragt wurden (repräsentativ für die österreichische Bevölkerung). Nur jede/jeder fünfte Jugendliche weiß demnach genau, wie viel Geld im Monat ausgegeben wird. Jede/jeder Sechste hat überhaupt keine Übersicht über das Budget. Gleichzeitig hat bereits jede/jeder Fünfte Sorge, geborgtes Geld nicht mehr zurückzahlen zu können. Die Corona-Pandemie hat diese Unsicherheit zusätzlich erhöht.

FLiP SETZT JUGENDBEIRAT EIN

Der Erste Financial Life Park, kurz „FLiP", ist eine weltweit einzigartige Einrichtung mit dem Ziel, die finanziellen Fähigkeiten von Kindern und Jugendlichen zu verbessern. „Mit dem FLiP können wir Interesse für Finanzthemen wecken und verständlich machen, wie wichtig es ist, sich mit der eigenen finanziellen Situation auseinanderzusetzen. Wir sind mit unserer Arbeit allerdings noch lange nicht am Ziel. Wir wollen der Jugend eine Stimme geben und setzen deshalb ab sofort einen Jugendbeirat ein. Das fünfköpfige Gremium soll uns dabei unterstützen, genau die Themen zu bearbeiten, die den Jugendlichen wichtig sind und wo sie sich allein gelassen fühlen", so Philip List, Leiter des FLiP.

Vor exakt fünf Jahren hat sich das FLiP als Vorreiter zur Aufgabe gemacht, die Finanzbildung bei Kindern und Jugendlichen voranzutreiben. Zum heurigen Jubiläum wurde erstmals Bilanz gezogen: So haben mehr als 100.000 Jugendliche in den vergangen fünf Jahren die unterschiedlichsten Bildungsangebote des FLiP in Anspruch genommen.

MEHR FINANZBILDUNG IN SCHULEN NOTWENDIG

Besonders das Finanzbildungsangebot im Unterricht wird von den Jugendlichen kritisch beurteilt. Auf einer Bewertungsskala von eins bis zehn schneidet die Wissensvermittlung im Schulunterricht mit einem Durchschnittswert von 3,6 desaströs ab. Dass Finanzbildung für das berufliche Fortkommen und eine positive Zukunft essenziell ist, haben Österreichs Jugendliche allerdings längst erkannt und formulieren laut FLiP-Studie den klaren Wunsch nach mehr Informationen und Praxisorientierung zu Geld- und Finanzthemen. Spalt: „Finanzbildung kann jedoch nicht alleine die Aufgabe von Unternehmen sein. Finanzbildung muss jetzt wirklich Einzug in den Pflichtschulunterricht finden. Auch das Lehrpersonal muss dahingehend geschult werden." Die 14-bis-20-Jährigen wünschen sich vor allem in der Primar- und Sekundarstufe 1 gezielte Finanzbildung, denn in der Schule würden alle jungen Menschen losgelöst von ihrem familiären Hintergrund erreicht, so die Meinung der Jugendlichen.

„DIE NATIONALE FINANZBILDUNGSSTRATEGIE MUSS JETZT DRINGEND MIT LEBEN GEFÜLLT WERDEN."

Bernd Spalt,
CEO der Erste Group

Foto: Wolfgang Zack suspenders

Eine zentrale Rolle beim Thema Finanzbildung spielt aber auch das eigene Elternhaus. Rund 20 Prozent geben an, zuhause oft über Geld zu sprechen – bei der Hälfte der Befragten ist das zumindest manchmal der Fall. Bei einem Drittel wird das Thema Finanzen & Co allerdings kaum bis gar nicht angesprochen. Dabei herrscht ein enormer sozialer Unterschied, denn Jugendliche aus bildungsfernen Schichten sind hier deutlich benachteiligt. Laut der aktuellen Studie sehen die Befragten auch Aufholbedarf im familiären Umfeld und wünschen sich offene Gespräche und mehr Einblick bei Geldangelegenheiten.

Fotos: Wiener Börse

Das originale Gründungsdokument der Wiener Börse, das von Maria Theresia unterzeichnet wurde, wird im österreichischen Staatsarchiv aufbewahrt – ebenso wie die Fotografie (rechts) des prächtigen alten Börsensaals, auf dem früher der „Handel auf dem Parkett" betrieben wurde.

VON GERRIT GUBO

250 JAHRE WIENER BÖRSE

EINE DER ÄLTESTEN NATIONALBÖRSEN DER WELT FEIERT GEBURTSTAG – DIE IM JAHR 1771 VON MARIA THERESIA GEGRÜNDETE WIENER BÖRSE WIRD 250 JAHRE ALT. ANLÄSSLICH DIESES JUBILÄUMS LOHNT SICH EIN BLICK AUF DIE VERGANGENHEIT UND DIE ZUKUNFT DES HANDELSHAUSES.

Schon 1761 begann man in Wien über die Gründung einer Börse nachzudenken, unter Kaiserin Maria Theresia wurden die Verträge 1771 schlussendlich in trockene Tücher gelegt – damals mit dem Hintergedanken, das Vertrauen der BürgerInnen in den Staatshaushalt des Hauses Habsburg zu stärken. Am 2. September 1771 fand der erste Handelstag an der Wiener Börse statt.

DIE HISTORIE

Von freiem Handel war zu Beginn nicht die Rede: Nach französischem Vorbild wurde die Wiener Börse als Zwangsbörse gegründet, die der staatlichen Kapitalaufbringung diente. Den damaligen Handel leiteten die sogenannten Sensale, die ganz anders als heutige BörsenmaklerInnen persönliche Geschäfte „auf dem Parkett" abwickelten. War das Portfolio der Wiener Börse anfangs noch recht dürftig, so wurde es ein halbes Jahrhundert später aufgestockt: Fast fünfzig Jahre nach der Gründung der Wiener Börse wurde 1818 der Aktienhandel eingeläutet. „Nach dem anfänglichen Handel mit Anleihen, Wechseln und Devisen notierte mit der Oesterreichischen Nationalbank ab 1818 schließlich die erste Aktie in Wien. Einer der ersten Aktionäre war kein Geringerer als Ludwig van Beethoven", erzählt Christoph Boschan, CEO der Wiener Börse.

TURBULENTE ZEITEN

Mitte des 19. Jahrhunderts erlangte die Börse dank der politischen und wirtschaftlichen Bedeutung der Habsburgermonarchie zunehmend internationales Ansehen. Wertpapiere privater Unternehmen, Staatsanleihen und Aktien unterschiedlicher Banken boomten – die Wirtschaft der Donaumonarchie war aufgrund der Notierung und Handelbarkeit von immer mehr Wertpapieren an der Börse im Aufschwung, der Standort wurde auch für ausländische Investoren attraktiv. Der Konjunkturaufschwung brachte zahlreiche Neunotierungen mit sich, unter anderem konnten ab 1869 Aktien der PORR AG und der Wienerberger AG gehandelt werden, die nach 150 Jahren Erfolgsgeschichte heute noch als die ältesten Titel an der Wiener Börse gelten. Die damalige liberale Wirtschaftspolitik brachte allerdings kein unbegrenztes Wachstum: Durch unsolide Unternehmensgründungen und eine Spekulationswelle kam es am 9. Mai 1873 zum Wiener Börsenkrach, mit dem etwa die Hälfte der Aktien vom Kursblatt verschwand. Als weitere einschneidende Geschehnisse in der Geschichte der Wiener Börse gelten neben der Eröffnung des historischen Börsengebäudes am Ring und dessen verheerendem Brand auch die kriegsbedingten Schließungen des Handelshauses in den Jahren zwischen 1914 und 1945. Nach langen ereignisreichen Jahrzehnten brachten die Umbrüche gegen Ende des 20. Jahrhunderts der Wiener Börse einen erneuten Aufschwung: „Die Vergangenheit zeigt, dass die Entwicklung der Börse nie stillsteht", fasst Boschan zusammen.

Foto: Wiener Börse

Nach dem 1996 erfolgten Wechsel auf ein vollautomatisiertes Handelssystem wird der Handel an der Wiener Börse nur noch digital abgewickelt – die Trades gehen heutzutage in Sekundenschnelle über die Bühne.

MODERNISIERUNG UND DIGITALISIERUNG

Die unbestritten größte Veränderung an der Börse brachten wohl die Entstehung und der Aufstieg des Internets mit sich. 1989 wurde das erste teil-elektronische Handelssystem eingeführt, mit 1996 stieg man auf ein vollautomatisiertes EQOS (Electronic Quote- and Order-driven System) um. Boschan betont: „Fand der Handel zu Beginn noch persönlich am Parkett statt, so war wohl eine der größten Transformationen die ins digitale Netzwerk. Seit 1991 wird der Leitindex ATX berechnet und seit 1999 findet der Handel ausschließlich elektronisch statt." Ein wesentlicher Effekt der Digitalisierung des Börsenmarktes war die damit einhergehende Vereinfachung des globalen Handels: „Mit starker internationaler Ausrichtung, sowohl kundenseitig als auch mit unserem Partnernetzwerk, öffnen wir die Tore zu den globalen Finanzmärkten", zeigt sich der CEO der Wiener Börse überzeugt. Allerdings lassen sich nicht nur im internationalen Raum Erfolge verzeichnen, auch im Inland hat sich in den vergangenen Jahren an der Börse viel bewegt: So meldete die Wiener Börse 2017 mit der BAWAG Group AG den bisher größten Börsengang Österreichs, dessen Emissionsvolumen sich auf 1,93 Milliarden Euro belief. Hinter den positiven Entwicklungen des österreichischen Finanzmarktes steckt auch ein stetiges Engagement: „Wir sind in vielen Bereichen, wie etwa der Finanzbildung und der Wissensvermittlung rund um das Thema, aktiv, um den heimischen Kapitalmarkt weiterhin zu stärken. Der Ausbau einer starken heimischen Aktionärsbasis ist etwas, das ich mir für den Standort Österreich wünsche. Das würde zu einer stärkeren Teilhabe an der fantastischen Entwicklung der österreichischen börsennotierten Unternehmen führen", ist sich Boschan sicher.

„WIR WERDEN WEITERHIN TRADITION UND VERLÄSSLICHKEIT MIT ZUKUNFT UND SCHNELLIGKEIT VERBINDEN!"

Christoph Boschan,
CEO der Wiener Börse

Foto: Wiener Börse

BLICK IN DIE ZUKUNFT

Auch wenn es an der Börse oft turbulent wird: Für den CEO ist klar, dass man durch langfristiges Denken und mit der richtigen Herangehensweise trotz herausfordernder Zeiten die Oberhand behält. „Der klare strategische und bis jetzt sehr erfolgreiche Plan wird fortgesetzt werden. Das bedeutet, dass trotz eines nicht immer sehr vorteilhaften Umfeldes ein Wachstumskurs angestrebt wird." Nach bewegten 250 Jahren blickt man an der Wiener Börse jedenfalls gespannt in die Zukunft, deren Perspektiven und Chancen man nützen möchte: „Wir planen das Datengeschäft, alle Arten von Notierungsservices und hierbei besonders den in letzter Zeit sehr starken Anleihenbereich weiterhin auszubauen. Und natürlich wollen wir beim Handel mit österreichischen Unternehmen unsere Marktführerschaft beibehalten. Wir werden weiterhin Tradition und Verlässlichkeit mit Zukunft und Schnelligkeit verbinden", versichert Boschan.

VON SANDRA WOBRAZEK

„WERTE KÖNNEN SICH AUCH IM KLEINEN SEHR SCHNELL ÄNDERN“

PHILOSOPH KONRAD PAUL LIESSMANN IM INTERVIEW ÜBER DIE FUNKTION VON WERTEN, WARUM SIE SICH ÄNDERN UND WIESO SPAREN ZU EINEM „UNWERT“ GEWORDEN IST.

Foto: Heribert Corn

Gibt es Werte, die aktuell für die meisten Menschen Bedeutung haben?
Konrad Paul Liessmann: Es gibt einige wenige Grundwerte. Wenn wir uns an die 18 Monate der Pandemie zurückerinnern, herrschte vor allem am Anfang bei den meisten Menschen Konsens, dass der Schutz des Lebens ein hoher Wert ist und man Menschen nicht wahllos sterben lassen kann, nur um die Wirtschaft aufrechtzuerhalten.

Finden Wertewandel im Kleinen oder eher in großen Wellen statt?
Liessmann: Beides. Der Wert in einem ethischen Sinn existiert erst seit dem 19. Jahrhundert. Ursprünglich stammt der Begriff aus der Ökonomie und bezeichnete die Wertschätzung, die man einem Gegenstand gegenüber zum Ausdruck brachte, durch das, was man bereit war, für ihn zu zahlen. Werte können sich auch im Kleinen sehr schnell ändern. Dadurch unterscheiden sie sich von religiösen Geboten. Diese kommen für den Gläubigen von Gott und gelten deshalb immer und ewig. Ein Gott, der dem Menschen ein Gebot gegeben hat, wird nicht nach ein paar Tausend Jahren menschlicher Zeitrechnung sagen, dass das ein Blödsinn war und sein Gebot ändern.

Wieso ändern sich Werte beim Individuum?
Liessmann: Etwa dadurch, dass man älter wird. Denn in der Jugend schätzt man andere Dinge wert als 20 oder 30 Jahre später. Alleine weil sich die Lebensbedingungen ändern. Wenn ich studiere und Karriere machen will, sind andere Dinge für mich wichtig als später, wenn ich eine Familie habe. Dann kommen neue Werte hinzu, an die ich als Zwanzigjähriger gar nicht gedacht habe. Werte können sich auch ändern, wenn man in ein anderes Land zieht und mit anderen Kulturen zu tun hat. Viele Studentinnen und Studenten, die ein Auslandssemester machen, kommen mit anderen Denk- und Lebensweisen in Berührung – dann können sich auch ihre Werte ändern. Werte ändern sich auch durch Erfahrungen. Etwa, wenn uns etwas, das uns wichtig war, enttäuscht hat.

Und die großen, gesellschaftlichen Werte?
Liessmann: Wir werten als Gesellschaft ständig Dinge auf und ab. Denken wir zum Beispiel an Diversität, die momentan als Wert hoch im Kurs steht. Ich kenne kein Unternehmen, das in seiner Personalpolitik nicht darauf hinweist, wie sehr Diversität hochgehalten wird. Noch vor zehn Jahren war sie kein Thema. Dass ein Wert sich gesamtgesellschaftlich bemerkbar macht, können Sie daran beobachten, dass er plötzlich in Bereichen auftaucht, wo er vielleicht gar nichts zu suchen hat. Nachhaltigkeit zum Beispiel, ein Dauerbrenner, der immer wieder seine Konjunkturen hat, ist ein Begriff, der im 18. Jahrhundert in der Forstwirtschaft entwickelt wurde – und bedeutet hat, dass der Wald so behandelt wird, dass der Baumbestand nachhaltig gewahrt bleibt. Kaum wird Nachhaltigkeit zu einem gesamtgesellschaftlichen Wert, wird alles nachhaltig: Unternehmen investieren nachhaltig, Bildung muss nachhaltig sein, Kultur wird nachhaltig und sogar Flugreisen werden als nachhaltig angepriesen.

Auch die Familie als Wert hat sich verändert …
Liessmann: Sie war einmal ein ganz hoher Wert, reduziert allerdings auf das Bild der klassischen Kleinfamilie. Während der sexuellen Revolution war sie überhaupt kein Wert mehr, sondern der Ausdruck des Spießertums, des borniert kleinbürgerlichen Zusammenlebens, eingeschnürt im Gefängnis der heterosexuellen Zweierbeziehung. Und heute ist sie wieder ein ganz großer Wert, aber unter anderen Gesichtspunkten: Ehe für alle.

Inwiefern hat im ökonomischen Bereich ein Wertewandel stattgefunden?
Liessmann: Als ich ein Kind war, das ist ein halbes Jahrhundert her, war es klar, dass es einen zentralen Wert gab: Sparen. Damals gab es den Weltspartag und Sparbücher. Wenn man von jemandem sagte, dass er sparsam sei, war das eine Tugend. „Spare in der Zeit, dann hast du in der Not“ – mit diesem Spruch sind wir großgeworden. Doch wer heute noch in diesem Sinne sparsam ist, gilt ökonomisch gesehen als Idiot, der nicht in produktive Anlageformen investiert. Aus einem zentralen Wert wurde so binnen weniger Jahrzehnte ein Unwert.

Welche Werte werden in der Zukunft eine relevante Rolle spielen?
Liessmann: Ich bin kein Prophet, aber eines kann man sagen: Wir dürfen nicht dem Irrtum unterliegen, zu denken, dass die Werte, an die wir jetzt gerade glauben – wie Diversität, Menschenrechte, Europa, Klimaschutz oder Innovationskraft – ewig sind. Auch sie werden ab-, um- und aufgewertet werden. Denn Dinge, aber auch Lebensformen werden für den Menschen immer dann mehr wert, wenn es wenig davon gibt. Fliegen zum Beispiel war in den letzten 20 Jahren nichts mehr wert. Wenn ein Ticket nach Barcelona 9,99 Euro kostet, hat es keinen Wert mehr, es ist eine Selbstverständlichkeit. Das gerät ins Wanken, weil wir unsere Einstellung zum Fliegen dramatisch geändert haben und es auch mit der CO_2-Bepreisung teurer werden wird. Aktuell ist es eher ein Unwert, wer viel fliegt, sollte sich schämen. Das Paradoxe: In dem Moment, in dem sich nicht mehr alle das Fliegen werden leisten können, könnte es erneut ein Privileg und somit wieder ein hoher Wert werden.

„WIR WERTEN ALS GESELLSCHAFT STÄNDIG DINGE AUF UND AB. DENKEN WIR ZUM BEISPIEL AN DIVERSITÄT, DIE MOMENTAN ALS WERT HOCH IM KURS STEHT.“

Konrad Paul Liessmann,
Philosoph und Kulturpublizist

Foto: Heribert Corn

Gibt es noch andere Werte, die sich zukünftig ändern werden?
Liessmann: Mobilität ist ein Wert, der erst im Lauf des 19. Jahrhunderts aufgekommen ist. Und es steht nirgends geschrieben, dass uns dieser Wert ewig bleiben wird. Ich kann noch nicht abschätzen, ob wir unseren Mobilitätskult weiter pflegen werden – oder ob sich eine neue Art der Sesshaftigkeit als neuer Wert etablieren wird. In dem Sinne, dass es nicht mehr notwendig ist, weit in die Arbeit, zum Kindergarten oder den Supermarkt zu fahren, weil man sich eine Umgebung leisten kann, in der man alles fußläufig oder mit dem Rad erreicht. Viele Menschen haben in der Pandemie das Homeoffice schätzen gelernt. Hier könnten die Verbindungen von Wohnen und Arbeiten, die vorindustrielle Werte waren, wieder neues Ansehen und alternative Lebens- und Wohnmodelle eine neue Wertigkeit bekommen.

FÜNF FRAGEN AN ...

Foto: bright light photography

INTERVIEW: SANDRA WOBRAZEK

ANDREA JOHANIDES, DIE GESCHÄFTSFÜHRERIN VON WWF ÖSTERREICH ÜBER WERTE ALS KOMPASS, DIE BEDEUTUNG VON UMWELTSCHUTZ UND WARUM IN DER POLITIK MEHR WERTE GEFRAGT SIND.

1. WAS VERSTEHEN SIE UNTER WERTEN? Grundlegende Überzeugungen, Haltungen und Ideale, die uns sowohl beruflich als auch privat anleiten und als eine Art Kompass dienen. **2. WELCHEN WERT HAT UMWELT- UND KLIMASCHUTZ IN UNSERER GESELLSCHAFT?** Umfragen zeigen, dass die Bedeutung definitiv gestiegen ist. Das ist einerseits ein genereller, langjähriger Trend, weil viele Menschen spüren, dass hier mehr getan werden muss, hat aber andererseits auch mit den Folgen der Pandemie zu tun. Uns allen ist der Wert einer gesunden, sauberen Umwelt noch bewusster geworden. Das ist für den WWF nicht nur eine starke Motivation, sondern auch ein klarer Auftrag, weil ein ganzheitlicher Ansatz wichtig ist: Eine intakte Natur ist unser größter Verbündeter im Kampf gegen die Klimakrise. **3. WAS MUSS GETAN WERDEN, UM NOCH MEHR MENSCHEN VOM WERT DES UMWELT- UND KLIMASCHUTZES ZU ÜBERZEUGEN?** Den größten Hebel hat die Politik. Sie muss die notwendigen Maßnahmen beschließen und für einen sozialen Ausgleich sorgen. Sie muss ehrlich kommunizieren und darf keine Nebelgranaten abfeuern. Sie muss viel mehr klar machen, dass es beim Schutz der Umwelt um uns alle geht. Dabei reden wir von einer Luft, die sauberer ist, von einer neuen Mobilität, um leichter von A nach B zu kommen, von einer intakten Natur, die unsere Lebensgrundlagen sichert. Dennoch wird es Menschen noch immer schwer gemacht, weil etwa öffentliche Verkehrsangebote und Radwege zu schlecht ausgebaut sind oder die Herkunft und Qualität von Lebensmitteln nicht ausreichend gekennzeichnet ist. Da gibt es also noch sehr viel Potenzial. **4. WELCHE WERTE NEBEN DEM UMWELTSCHUTZ LEBEN SIE?** Ich versuche, meine Werte sowohl privat als auch beruflich zu leben. Zusammenhalt, Teamgeist und Fürsorge sind mir dabei genauso wichtig wie gegenseitiger Respekt. **5. IN WELCHEN BEREICHEN DES LEBENS BRAUCHT ES MEHR WERTE?** Wir alle sind gefordert, aber gerade in der Politik ist der Handlungsbedarf besonders groß. Anstatt sich auf den eigenen Machterhalt zu konzentrieren, sollte es sehr viel stärker um das Gemeinwohl und den Schutz unserer gemeinsamen Lebensgrundlagen gehen. Auch unsere Wirtschaft ist gut beraten, wenn sie das Schaffen langfristiger, umweltfreundlicher Werte in den Vordergrund stellt und nicht den schnellen Profit verfolgt.

INFO: Die geborene Wienerin Andrea Johanides ist seit 2013 Geschäftsführerin der Naturschutzorganisation WWF (World Wide Fund for Nature) Österreich. Die begeisterte Taucherin und Naturliebhaberin ist seit 2005 beim WWF tätig. *www.wwf.at*

Scannen Sie den QR-Code und folgen
Sie dem ÖSPV auch auf LinkedIn.
www.sparkassenzeitung.at