November 2015

['ʃpa:rkassən]

seit 1906

DIESE ZEITUNG IST GUT!

MICROFINANCE SINCE 1819
DIE GRÜNDUNGSGESCHICHTE DER SPARKASSE
Seite **12**

BANKING 4.0
SPARKASSENVORSTÄNDE IM GESPRÄCH
Seite **6**

ANLAGESTRATEGIE MIT ETHIK
NACHHALTIGES INVESTIEREN
Seite **22**

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, Grimmelshausengasse 1, 1030 Wien, E-Mail: info@sv.sparkasse.at; Generalsekretär: Mag. Michael Ikrath; Präsident: Dr. Gerhard Fabisch; Chefredakteur: Armand Feka; Redaktion: Milan Frühbauer, Stephan Scoppetta, Bastian Kellhofer, Sophia Uhlich, Christian Prenger; Redaktionsbeirat: Karin Berger, Nicola Frimmel, Christian Hromatka; Produktion/Litho/Druck: Bernsteiner Media GmbH, Rautenweg 10, 1220 Wien, www.bernsteiner.at; Art Direktion/Gestaltung: Dina Gerersdorfer, www.gerersdorferdesign.at; Coverfoto: Daniel Hinterramskogler; Offenlegung gemäß § 5 ECG und gemäß § 25 Mediengesetz: http://www.sparkassenverband.at/de/Impressum

PEFC
PEFC/06-39-269

[ˈʃpa:rkassən] INHALT

6

Foto: Felicitas Matern

18

Foto: Charly Kleissner

14

Foto: istock.com

12

Foto: Erste Bank

IM FOKUS
4
Kurznachrichten aus der Wirtschaft

ECONOMY
6
„Den Mut, voneinander zu lernen“ Sparkassenvorstände im Gespräch

10
Herzenswärme aus der Chefetage
Unternehmensimage und Recruiting

12
Microfinance since 1819
Die Gründungsgeschichte der Sparkasse

14
Brückenbau und unternehmerisches Potenzial
Wirtschaftsfaktor Flüchtlinge

LAND UND MÄRKTE
17
Endlich eine Reform der Gemeinnützigkeit?
Kommentar Michael Meyer

18
Ein Kapitalismus, der den Planeten rettet
Social Impact Bonds

WERTE
20
Jeden Tag eine gute Tat
Die österreichischen Pfadfinder

22
Die Moral und das Investieren
Nachhaltiges Investment

24
Start-up
Bademeisterei

25
Aus der Mitte entspringt die Unternehmenskultur
Die Sparkasse Neuhofen

FINALE
26
Fünf Fragen an ...
Direktor der Viennale Hans Hurch

FORUM

ZAHLEN SPIEL

Wie spart Österreich in Zeiten von Niedrigzinsen?

Österreichweit liegt der durchschnittliche Sparbetrag bei **201 Euro**. Die Bedeutung von Sparen ist im Sinken: Erstmals sagt fast ein **1/3** der befragten ÖsterreicherInnen, sparen sei für sie nicht wichtig.

Dennoch: Für jene, die dem Sparen die Treue halten, bleibt das Sparbuch mit **77 %** die beliebteste Sparform. Wertpapiere, Fonds und Anleihen haben dafür im letzten Jahrzehnt an Beliebtheit gewonnen.

Financial Literacy bei Erste Bank und Sparkassen

Financial Literacy ist im Gründungsauftrag der Erste Bank und Sparkassen verankert. In verschiedenen Projekten vertiefen Kinder, Jugendliche und Erwachsene ihr finanzielles Wissen. Kurzfilme von Sparefroh TV erklären wirtschaftliche Basisthemen und vermitteln spielerisch den verantwortungsvollen Umgang mit Geld. Bei „Youth Start" steigern ExpertInnen in Workshops die Financial Literacy aller Altersgruppen.

Die Sparkasse Oberösterreich konzentriert sich auf Schuldenprävention bei Jugendlichen und realisiert mit der Schuldnerhilfe Oberösterreich ein attraktives Medienprojekt. Um Unklarheiten bei Wirtschaftsthemen zu beseitigen, gibt es für Erwachsene Kurzfilme, die aktuelle ökonomische Themen anschaulich erklärten. Der Financial Life Park (FLiP) am neuen Erste Campus ist die größte Financial-Literacy-Initiative eines Finanzdienstleisters im europäischen Raum. Ein eigens konzipierter Ausstellungsbereich von rund 2.000 Quadratmetern soll zukünftig jährlich bis zu 40.000 BesucherInnen empfangen.

Willkommen in Österreich: weil jeder Mensch zählt!

MitarbeiterInnen der österreichischen Sparkassen und Erste Bank engagieren sich für Flüchtlinge.

Unzählige Menschen müssen derzeit aus ihrer Heimat fliehen und suchen Schutz und Sicherheit in Europa. Die einen sind auf der Durchreise, andere bleiben in Österreich. Erste Bank und Sparkassen haben sich seit jeher für das Gemeinwohl eingesetzt. Initiativen wie das kostenlose Habenkonto für AsylwerberInnen oder Notschlafstellen in der ehemaligen Erste-Bank-Filiale am Wiener Westbahnhof und am Erste Campus in Wien zeugen davon. Das Projekt ‚Willkommen in Österreich: weil jeder Mensch zählt' geht nun weiter, setzt auf Aufklärung und fördert lokale Projekte von MitarbeiterInnen.

Der **Flüchtlingsfonds der ERSTE Stiftung** fördert selbstinitiierte Projekte von MitarbeiterInnen der österreichischen Sparkassen und Erste Group. Eine Förderung von 100 bis 3.500 Euro soll lokalen Projekten zu Gute kommen, die das Ziel verfolgen, die Aufnahme und Inklusion von Flüchtlingen zu verbessern, und damit zu einem Klima der Akzeptanz in der Gemeinde beitragen. Der Fonds ist zunächst mit 500.000 Euro dotiert.
www.weil-jeder-mensch-zaehlt.at

Foto: Daniel Hinterramskogler

Was wäre, wenn …?

Bereits zum fünften Mal lud TEDxVienna QuerdenkerInnen zu einer Konferenz ein. Die seit 2010 abgehaltene Veranstaltung stand dieses Jahr unter dem Motto „What if …" und fokussierte die zukünftigen Auswirkungen unserer gegenwärtigen Handlungen. Das Line-up umfasste 22 lokale und internationale Vortragende, die am 31. Oktober 2015 im Wiener Volkstheater über die Nachhaltigkeit unterschiedlichster Themenkreise referierten. Einer davon war der österreichische Regisseur Filip Malinowski, der in seinen Dokumentarfilmen die Kernideen unserer globalen Gesellschaft beleuchtet.

EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser,

was macht das Gute aus? Welche Eigenschaft macht uns zu moralisch „besseren" Wesen, und was können Unternehmen tun, um – ehrlich und authentisch – Gutes zu tun? Diesem Thema stellen wir in uns in der aktuellen Ausgabe. Und hier wären wir auch schon beim größten Problem angelangt. Denn: Gutes tun und darüber reden (und es auch so meinen), war einmal. Was aber, wenn Gutes tun die Bedingung der Existenz ist, quasi eine unternehmerische Conditio sine qua non? Mehr darüber erfahren Sie in unserem Artikel über die Gründungsgeschichte der ersten Sparkasse – die als Gründungsgeschichte für Sparkassen in ganz Österreich herangezogen werden kann (Seite 12).

Was ist eine Tragödie? Im modernen Sprachgebrauch wird sie durch ein Ereignis von monumentalem menschlichen Leid definiert, meist von einer Hülle von Pathos und Unheil umgeben. Aber: Dort wo Unheil ist, gibt es auch Hilfsbereitschaft und Chancen. Krieg und Zerstörung jeglicher Existenzgrundlage – die Gründe, wieso gerade heutzutage viele Menschen aus ihrer Heimat fliehen, sind so vielfältig wie komplex. Genauso komplex und herausfordernd sind die Probleme, die eine Gemeinschaft hat, Flüchtlinge zu integrieren und ihnen ein humanes Leben zu ermöglichen. Dass (wirtschaftliche) Integration keine Einbahnstraße ist, zeigen wir in unserem Artikel über Flüchtlinge und das unternehmerische und demografische Potenzial, das sie mitbringen (Seite 14).

Soziales Engagement und gemeinschaftsbildende Maßnahmen sind Schlagworte, die heutzutage inflationär verwendet werden. Und dennoch: Selten treffen diese Worte so genau zu wie auf die vielen Sparkassen in ganz Österreich. Welche Eigenschaften unterscheiden die Sparkassen zudem noch von anderen Banken? Welche Herausforderungen und Weichenstellungen warten auf sie, und vor allem: Was bedeuten Individualisierung und Regionalität? Diese Fragen beantwortet eine Runde an Sparkassen-Vorständen in unserem Leitartikel ab Seite 6.

Ein nachhaltiges Lesevergnügen wünscht Ihnen

das [ˈʃpa:rkassən] Redaktionsteam

„DEN MUT, VONEINANDER ZU LERNEN“

SPARKASSE 4.0: DER MENSCH BLEIBT IM MITTELPUNKT

Von Stephan Scoppetta

Die Digitalisierung stellt die Sparkassen vor neue Herausforderungen. Was zählt, ist auch in Zukunft der Faktor Mensch – eingebettet in eine digitale Strategie, die qualitativ hochwertigen Service für KundInnen möglich macht.

In Zeiten von Digitalisierung und niedrigen Zinsen braucht es neue Rezepte für die Zukunft, und alle österreichischen Sparkassen-ManagerInnen sind eingeladen, sich am Diskurs zu beteiligen. Schon seit Monaten wird in Arbeitsgruppen an Konzepten gearbeitet, um sich für die zukünftigen Herausforderungen zu rüsten. Mitte Oktober fanden sich in Wien Beteiligte, Verantwortliche und Interessierte aus der Sparkassenwelt in der Erste Bank ein, um über den Dreh- und Angelpunkt zu diskutieren: ein neues Zukunftsbild. Die wichtigsten Fragen und Antworten geben uns vier Vorstände aus der Sparkassengruppe:

Warum braucht es ein neues Zukunftsbild?
Thomas Uher, Vorstandschef der Erste Bank Oesterreich: „Alle Banken durchleben gerade eine schwierige Zeit. Niedrige Zinsen, eine schwache wirtschaftliche Entwicklung, Konsumentenschutz und die Regulierungswut treffen uns alle hart. Doch mit jammern kommen wir nicht weiter. Was es braucht, sind Lösungen für die Zukunft. Das Gute daran ist, dass die Sparkassen überhaupt die Möglichkeit haben, ein neues Zukunftsbild zu entwerfen und umzusetzen.“ Dezentral organisierte Gruppen wie die Sparkassen müssen sich innovationsfreudig und schnell wie ein junges Fintech-Unternehmen zeigen, ohne dabei das große Ganze aus dem Blickfeld zu verlieren. Dass das auch der Sparkassengruppe gelingen kann, zeigt sie schon mit der Online-Banking-Plattform George.

„Wir haben uns wie ein Fintech-Unternehmen benommen und in kürzester Zeit etwas Neues aus dem Boden gestampft, das uns heute entscheidend vom Mitbewerb unterscheidet“, betont Uher. Dass ein Zukunftsbild kein Luxus, sondern eine Notwendigkeit ist, unterstreicht auch Gerhard Fabisch, Präsident des Österreichischen Sparkassenverbandes: „Wie funktioniert Sparkasse neu unter den aktuellen Voraussetzungen? Diesen Fragen müssen wir uns jetzt stellen, denn in den nächsten Jahren werden weitere Belastungen auf uns zukommen. Dagegen müssen wir uns wappnen.“

Ist Online-Banking die einzige Lösung?
Das zentrale Thema für die KundInnen ist die Erreichbarkeit. „Gerade in diesem Punkt liegt eine der großen Stärken als Sparkassengruppe. Wir sind mit Filialen regional vor Ort, wir sind am Telefon und im Internet 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr erreichbar. Wir holen unsere KundInnen dort ab, wo sie stehen. Es geht nicht darum, ob Online-Banking oder die Filiale besser ist, sondern wir bespielen alle Kanäle“, erklärt Gerhard Fabisch. Auch Daniel Mierer, Vorstand der Sparkasse Feldkirch ist davon überzeugt, dass eine potente Schnittstelle zum Web notwendig ist: „Gerade in einer hoch digitalisierten Welt ist das Echtzeitbedürfnis bei unseren KundInnen groß und das können wir mit George schon weitgehend erfüllen.“

Heutzutage kontraintuitiv oder nicht – ein gutes Filialnetz bleibt auch in Zukunft ein entscheidender Faktor für eine erfolgreiche Bank. „Ich bin davon überzeugt, dass neben den Digitalisierungen die Bankfilialen ein entscheidender Faktor für den Kundenkontakt sind. Das Modell Sparkasse hat 196 Jahre ausgezeichnet funktioniert. Der Erfolgsfaktor dabei war immer, dass wir mit den Menschen in Beziehung getreten sind“, betont Elfriede Sejkora, Vorstand der Sparkasse Ried-Haag. Online-Banking ist Gegenwart und Zukunft, nimmt einen enorm wichtigen Stellenwert im Bankgeschäft ein. Allein über das Internet ist aber nicht jedes Kundenproblem lösbar. „Für Standardprodukte und Überweisungen ist Online-Banking heute sicher die beste Mög-

Foto: Felicitas Matern

ECONOMY

lichkeit, doch wenn KundInnen differenziertere Lösungen wie eine Wohnraum-Finanzierung brauchen, dann ist der persönliche Kontakt unerlässlich“, sagt Sejkora.

Alle sind sich darüber einig, dass der Betrieb eines großen Filialnetzes teuer ist, aber hinter der Idee Sparkasse steckt mehr als reines Profitdenken. Sparkasse-Feldkirch-Vorstand Mierer: „Wir sind zwar bezüglich unserer Kostenentwicklung wachsam, aber eine Kostenoptimierung passiert bei den Sparkassen nicht unter der Maxime der Gewinnmaximierung.“ Auch Thomas Uher sieht hier den Dreh- und Angelpunkt: „Konsequentes Kostenmanagement ist notwendig, um uns Raum für Investitionen und Wachstum zu schaffen. Machen wir weiter wie bisher, wird uns das nicht gelingen.“

Die Zukunft der Bankfilialen
Hierbei ist zwischen dem ländlichen Raum und den Ballungszentren wie zum Beispiel Wien, Graz oder Linz zu unterscheiden. Die Filialstruktur in der Region ist weitgehend an alle Erfordernisse der Zukunft angepasst, im städtischen Raum gibt es hierfür noch Potenzial. Das Credo der Zukunft ist für Uher ein Mehr an Qualität: „Es geht nicht darum an jeder Ecke eine Bankfiliale zu haben, sondern darum unseren KundInnen eine optimale Betreuung bieten zu können. Das funktioniert über größere und schönere Filialen, die Raum für Kommunikation bieten und die auch längere Öffnungszeiten haben. Die KundInnen werden in Zukunft weniger oft zu uns kommen, aber wenn sie die Filiale besuchen, müssen sie besser beraten werden.“

Zeit für Veränderungen?
Es ist Zeit für große Veränderungen. Die Produktwelt der Sparkassen-Gruppe ist derzeit hoch komplex und von einer großen regionalen Diversifizierung geprägt. „Nicht jeder wird alles selbst erfinden können. Worum es geht, ist ein größeres Miteinander. In Zukunft werden wir weniger und das gemeinsam machen. Dafür werden die regionalen Sparkassen mehr Zeit für ihre KundInnen haben, denn genau dort liegen die Stärken einer Regionalbank“, ist Erste Bank Oesterreich Chef Uher überzeugt. Gleichzeitig sollen einfache Produkte auch so aufbereitet werden, dass sie den KundInnen über George angeboten werden können.

Von links: Thomas Uher, Erste Bank, Gerhard Fabisch, Steiermärkische Sparkasse und Sparkassenverbandspräsident, Moderator Lukas Sustala, Daniel Mierer, Sparkasse Feldkirch und Elfriede Sejkora, Sparkasse Ried-Haag

Die Rolle der Sparkassen-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Zukunft
Sie sind der zentrale Erfolgsfaktor. „Der Punkt, wo wir uns wirklich vom Mitbewerb unterscheiden können, ist die Kompetenz unserer Beraterinnen und Berater. Wir brauchen junge, engagierte und gut ausgebildete MitarbeiterInnen für unsere KundInnen“, ist Elfriede Sejkora überzeugt. Und gerade bei der Ausbildung junger MitarbeiterInnen will man in Zukunft auf die Kraft der Sparkassen-Gruppe setzen. „Nicht nur der Know-how-Austausch wird dadurch beflügelt, auch die Kosten für eine gute Ausbildung lassen sich senken.“

„Den Mut, voneinander zu lernen“
„Wir müssen uns wirklich bedingungslos auf die Bedürfnisse unserer KundInnen konzentrieren. Mit Produkten und Konditionen kann man sich kaum vom Mitbewerb abheben, aber wenn wir loyale und faire Geschäftspartner sind, vertrauen uns die KundInnen und sind uns treu“, sagt Mierer, Vorstand der Sparkasse Feldkirch. Dafür braucht es auch eine Vereinfachung der Prozesse. „Der Kunde will schnelle Entscheidungen und nicht erst in fünf Schleifen eine Zu- oder Absage. Hier sind wir gefordert, deutlich klarer und einfacher mit unseren KundInnen zu kommunizieren“, erklärt Uher. Dass es Optimierungen für KundInnen braucht, darüber sind sich alle einig. Über das „Wie“ wird noch viel diskutiert. „In der Vergangenheit haben wir in den heimischen Sparkassen viele gute Wege entwickelt, aber einander zu wenig davon erzählt. Wir müssen in Zukunft einfach den Mut haben, auch neue Wege gemeinsam zu gehen und voneinander zu lernen“, betont Gerhard Fabisch abschließend.

Foto: Felicitas Matern

Ganz von allein holt man die besten Talente heute nicht mehr ins Boot. Soziales Engagement und ein nachhaltiges Unternehmensbild ziehen heute mehr denn je.

Von Christian Prenger

HERZENS-WÄRME AUS DER CHEFETAGE

Immer öfter entscheiden sich Jobsuchende für Firmen, die Nachhaltigkeit nicht bloß als Imagepolitur betrachten. Das Gute im Betrieb ist trotzdem kein Recruiting-Wundermittel.

Illustration: iStock.com

Sie kaufen nur fair gehandelten Kaffee, sparen Energie zugunsten der Umwelt und lassen Billig-Jeans aus Sorge um Arbeitsbedingungen im Regal liegen. Was im Handel fast schon zum Konsumalltag gehört, stoppt auch nicht vor den Türen von Personalbüros: der gesellschaftliche Wertewandel in Richtung soziale Verantwortung. Immer mehr Jobsuchende wollen wissen, ob das von ihnen anvisierte Unternehmen innere Werte aufweist.

Eine globale Studie der Managementberatung Bain & Company belegt diese Entwicklung ganz deutlich: Die betriebliche Nachhaltigkeitsstrategie hat mehr als 50 Prozent der Personen unter 40 Jahren bei der Auswahl des aktuellen Arbeitgebers beeinflusst. Bei älteren MitarbeiterInnen liegt der Anteil noch bei rund 29 Prozent.

Zu jenen, die vor dem „Ja" ein Augenmerk auf das Gute im Unternehmen richteten, zählt Mirjana Vuksa, bei Ikea Österreich als Sustainability Managerin zuständig für Umwelt und Soziales. „Nachhaltigkeit war mein Entscheidungsgrund, hier arbeiten zu wollen", sagt die gebürtige Serbin. „Als ich anfing, hatte ich schon einen Überblick über die Strategie und kannte auch Aktivitäten. Das ist es, was mir gefällt und warum ich den Job wollte."

WAHRE WERTE IM RECRUITING

Herzenswärme aus der Chefetage, früher bestenfalls ein netter Randschauplatz auf dem Weg zum Brötchengeber, beeinflusst also verstärkt das Recruiting. Mehr Sinn im Berufsleben statt mehr Komfort im Dienstwagen, könnte das Credo jener lauten, die Firmen heute mit anderen Augen sehen statt nur die Karriere im Blick zu behalten.

In der Überzeugung, dass allen Menschen mit Würde und Respekt zu begegnen ist, haben die GründerInnen der Sparkassen in Österreich während der letzten zwei Jahrhunderte Finanzinstitutionen geschaffen, die allen – ohne Unterschied von Status, Nationalität, Glaube oder Geschlecht – Zugang zu Wohlstand ermöglichen sollten. Eine Einstellung, die die Zeit überlebt hat. „Wir brauchen die besten Köpfe, um erfolgreich zu sein. Eine entscheidende Voraussetzung dafür ist, dass durch unser Handeln ein unverwechselbares ‚Employer Branding' entsteht. Nachhaltigkeit spielt dabei eine besondere Rolle, denn auf diesem Weg bleiben wir als Arbeitgeber attraktiv", unterstreicht Wilfried Bachmayr, Vorsitzender des Vorstandes der Sparkasse Ried-Haag.

Dann kann die gelebte Tugendhaftigkeit hinter dem Schreibtisch auch auf sehr erstaunliche Art motivierend wirken. Im Rahmen der Analyse von Bain & Company erklärten 15 Prozent der Befragten, dass sie tatsächlich auf ein höheres Einkommen verzichtet hätten, um in einer „grünen" Firma arbeiten zu können. Selbst wenn solche Bekenntnisse leicht irritierend wirken – ignorieren lässt sich die neue Berufsphilosophie kaum noch. „Es geht um den Fingerabdruck von Unternehmen. Immer wieder treffen wir heute auf solche KandidatInnen, denen es weniger um gehaltliche Weiterentwicklung geht, sondern primär um soziale Verantwortung, Nachhaltigkeit sowie ein klares ökologisches Statement", konstatiert Personalberater Florens Eblinger von Eblinger & Partner.

IMAGEBEHÜBSCHUNG WIRD ZUM BUMERANG

Der Glaube an eine Wunderwaffe für den vielzitierten „War of Talents" scheint trotz aller Indizien verfrüht zu sein. Denn umworbene schlaue Köpfe unterschreiben nicht gleich den Arbeitsvertrag, nur weil sich der Vorstand plötzlich öffentlich als Öko-Fundi positioniert. Sollten Nebelwerfer im Vorstand von Verantwortung reden und gleichzeitig Produkte unter miserablen Bedingungen fertigen lassen, kann Imagebehübschung zum Bumerang werden.

„Wir brauchen die besten Köpfe, um erfolgreich zu sein. Entscheidend ist, durch unser Handeln ein unverwechselbares ‚Employer Branding' zu schaffen."

Wilfried Bachmayr,
Sparkasse Ried-Haag

„Nachhaltigkeitsstrategie beeinflusst die Hälfte aller Personen unter 40 bei der Auswahl der Arbeitgeber."

Studie Bain & Company

Globale Popularität erfahren die allfälligen Unterschiede zwischen blumiger Theorie und fragwürdiger Praxis durch Facebook, Twitter und Co. Beinharte Absatzförderung im Nachhaltigkeits-Tarnanzug gilt angesichts immer kritischerer VerbraucherInnen als Weg der Abschreckung von Fachkräften. Ohne glaubwürdiges Agieren wird auch der plakativste Versuch für das Recruiting nichts bringen. Offen bleibt auch die Frage, ob es sich um einen bloßen Hype handelt oder um einen echten Strukturwandel. Eine Analyse der Managementberatung Accenture zeigte bereits, wie diffizil sich die Materie präsentiert: In Europa gaben nur 34 Prozent der befragten Vorstandschefs zu Protokoll, Nachhaltigkeit für sehr wichtig zu erachten.

Es sind aber ebenso soziale Faktoren, die mitentscheiden, ob dieser Boom anhält. „Die Grundbedürfnisse junger AkademikerInnen sind zumindest in Mitteleuropa weitgehend gedeckt. Deshalb wird es für viele immer wichtiger, einen Beitrag zur nachhaltigen Lebensweise zu leisten. Das ist leichter für jemanden, der über gute Lebensqualität verfügt, als für jene, die unter Armut leiden", weiß Karin Gastinger, Expertin der Managementberatung PwC Österreich. Was ManagerInnen im Finanzwesen nicht hindern wird, ihre Chance zu suchen. Gerhard Übelacker, Personalchef der Sparkasse Niederösterreich: „Im Recruiting können wir bei Messen, in Schulen und Broschüren für Nachwuchskräfte wichtige Faktoren beleuchten. Dabei sollte gleichermaßen auf das soziale und gesellschaftspolitische Engagement hingewiesen werden. Bewerbungstrainings oder eine Darstellung von Karrieremöglichkeiten reichen heute nicht mehr, um junge Leute für Arbeitgeber zu interessieren."

Wer top-motivierte MitarbeiterInnen finden und langjährig binden möchte, muss aber auch nach dem Recruiting mehr bieten. Deshalb hat zum Beispiel die Personalentwicklung der Kärntner Sparkasse einen eigenen Lehrgang ins Leben gerufen: die „Talenteschmiede". „Typische Nachwuchsförderprogramme sind nicht genug. Wir müssen ‚young professionals' auch Entwicklungsmöglichkeiten geben, um ihre Vorstellungen einzubringen – sie sollen an nicht alltäglichen Situationen lernen und wachsen", rät Michelle Kraxner, Personalentwicklerin in der Kärntner Sparkasse.

Von Matthias Beitl

MICROFINANCE SINCE 1819

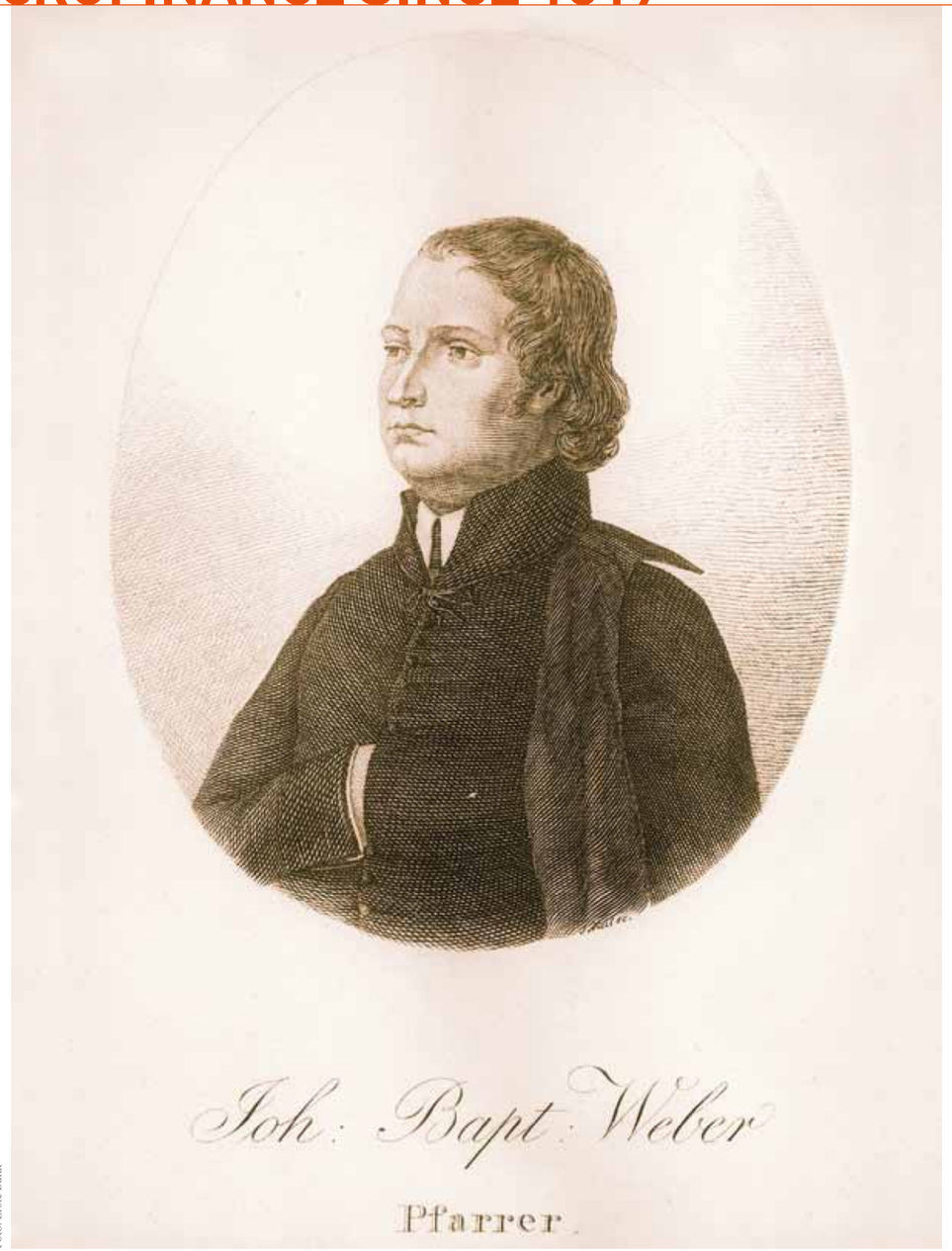

Foto: Erste Bank

Johann Baptist Weber (1776–1848) war katholischer Pfarrer und Mitbegründer der Ersten österreichischen Spar-Casse.

Die Gründung der Sparkasse leitete vor fast zwei Jahrhunderten ein neues Kapitel in der Art und Weise ein, wie Menschen Banken sehen. Von der Gründung des Sparbuchs bis zum Gemeinwohlgedanken.

Jedes Jahr am 4. Oktober findet in der Kirche St. Leopold im 2. Wiener Gemeindebezirk eine Gedächtnismesse statt. Diese Messe ist der Gründung der Erste Oesterreichische Sparkasse und ihrer legendären Gründungspersönlichkeit, Pfarrer Johann Baptist Weber, gewidmet. Eine Gründungsgeschichte, die – aufgrund ihres Gemeinwohlzugangs – stellvertretend für zahlreiche Sparkassen in ganz Österreich steht.

An einem solchen 4. Oktober, dem Namenstag des damals regierenden Kaiser Franz, eröffnete im Jahr 1819 in Webers Pfarrkanzlei die erste Sparkasse der Monarchie ihre Pforten. Die Sparkasse war kein Bankhaus wie die anderen damals existierenden Kreditinstitute. Die Gruppe der GründerInnen, der neben dem Pfarrer einige Adelige und Wiener BürgerInnen angehörten, schuf einen völlig neuen Typ einer Bank. Diese stand weiten Teilen der Gesellschaft offen, jeder konnte dort erstmals seine Ersparnisse sicher und gewinnbringend anlegen. Ein Novum für die damalige von sozialen Unruhen gebeutelte Gesellschaft.

HILFE ZUR SELBSTHILFE

Der ursprüngliche Sinn der Gründung war zweifellos die von Kaiser Franz forcierte Armutsbekämpfung, die Vorsorge für schlechtere Zeiten und die Ermächtigung zur Selbsthilfe. Diese Werte, die, unter den Begriffen Gemeinnützigkeit und Gemeinwohlorientierung subsummiert, den Unterschied zu anderen Banken ausmachen, sind geblieben. Sie finden sich in den Stiftungen, den eigentlichen Rechtsnachfolgern der ursprünglichen Sparkassen, wieder.

Für diese Werte stand Johann Baptist Weber, der schon vor 1819 ein anerkannter „Menschenfreund“ und Armenfürsorger war. In den Gründungsdokumenten sind Taglöhner und Dienstboten als Klientel dieses Unternehmens genannt. Bald aber kamen Bürgertum und niedriger Adel dazu, weil auch ihnen die Tore der elitären Bankiers nicht offenstanden. Und so erfuhr die Sparkassenidee unmittelbar nach ihrer Einführung im Zentrum der Habsburgermonarchie einen enormen Aufschwung.

WAS IST GEBLIEBEN?

Von der ersten Sparkasse Österreichs ist deshalb auch wesentlich mehr geblieben als der Wohlfahrtsgedanke. Das adelige Umfeld des Pfarrers, vor allem Bernhard von Eskeles, der auch als Gründer der Nationalbank gilt, und der kaiserliche Beamte Ignaz von Schönfeld hatten die Geschäfte anderer Sparkassen in Europa genau studiert. Nun wollten sie das Beste davon in Österreich umsetzen, um die sozialen Aufgaben erfüllen zu können. In den ersten Jahren dieser Sparkasse wurde nicht nur das Sparbuch, wie wir es heute kennen, „erfunden“, sondern auch der Hypothekarkredit in jene Form gebracht, wie sie heute noch Grundlage eines der am häufigsten verkauften Produkte ist. Man könnte sogar sagen, dass Microfinancing, also die finanzielle Unterstützung kleiner UnternehmerInnen, in der Ersten erstmals umgesetzt wurde. Das Wechseldarlehen, das jenen Handwerkern gewährt wurde, die keinen Schutz mehr in den sich auflösenden Zünften fanden, war die erste Finanzierungsart für diese Berufsgruppe. Der Bierbrauer Anton Dreher zum Beispiel, der vor genau 175 Jahren das Wiener Lagerbier erfand, nahm bei der Sparkasse sein erstes Darlehen auf, um dann – Jahrzehnte später – die größte Brauerei Europas zu führen.

Schließlich waren die Sparkassen auch maßgebend bei der Unterstützung der Bauern, die nach der Abschaffung der Erbuntertänigkeit und Leibeigenschaft ihr Land kaufen konnten und dafür Kredite benötigten.

Ohne die Sparkassen hätte sich im 19. Jahrhundert der Übergang zu den heute bestehenden Grundlagen des Gewerbes und der Landwirtschaft stark verzögert.

Die Erste österreichische Spar-Casse schuf 1819 ein nachhaltiges Geschäftsmodell, das für den zentraleuropäischen Raum beispielgebend wurde und schon bald seinen 200-jährigen Bestand feiern wird.

Notschlafstellen für 350 Flüchtlinge wurden am Erste Campus in Wien bereitgestellt. Erste Bank und Sparkassen helfen auch mit der Initiative „Willkommen in Österreich: weil jeder Mensch zählt“ – das Projekt setzt auf Aufklärung und fördert lokale Initiativen von MitarbeiterInnen.

Foto: Erste Bank/Michael Mazohl

Von Bastian Kellhofer

BRÜCKENBAU UND UNTERNEHMERISCHES POTENZIAL

Noch schäumt es rund um die Debatte gewaltig. Wenn die Hysterie erst einmal verklungen ist, wird sich Europa fragen, wie die Flüchtlinge aus Syrien und dem Irak rasch und unbürokratisch Arbeit und Wohnfläche bekommen.

Das Künstlerkollektiv „Zentrum für politische Schönheit“ ist bekannt dafür, mit seinen Aktionen den Finger zielgenau in die Wunde zu legen. So auch mit einer Video-Ankündigung, die während eines Wien-Besuchs über soziale Netzwerke verbreitet wurde. Im beigefügten Video spricht der österreichische Flüchtlingskoordinator Christian Konrad und gibt den Bau einer interkontinentalen Brücke zwischen dem italienischen Agrigento auf Sizilien und Al Huwariyah in Tunesien gemeinsam mit dem Baukonzern Strabag bekannt. Kostenpunkt 230 Milliarden Euro. Fertigstellung des Mammutprojekts: 2030. Ein Ende des Schlepperwesens, ein Jahrhundertprojekt der Humanität – weg von der Festung, hin zu einem „offenen Haus Europa“. Zwar nur ein ironisches „Kunstprojekt“ fernab jeglicher Realität, aber mit einem absurden Bezug dazu.

PRIVATWIRTSCHAFT PRESCHT VOR

WirtschaftsforscherInnen und Interessensverbände sehen in Flüchtlingen ein wirtschaftliches und demografisches Potenzial, das den Bevölkerungsschwund in den europäischen Ländern auf kreative Art aushebeln könnte. Und nicht nur das: Tausende der Geflüchteten aus Syrien haben dort studiert, gelernt oder gelehrt. Dietmar Zetsche war einer der ersten, die diesen Umstand erkannten. Der Vorstandsvorsitzende von Mercedes-Benz sagte Anfang September öffentlichkeitswirksam, dass er sich vorstellen könne, „dass wir in den Aufnahmezentren die Flüchtlinge über Möglichkeiten und Voraussetzungen informieren, in Deutschland oder bei Daimler Arbeit zu finden“. Viele Flüchtlinge seien jung, gut ausgebildet und hoch motiviert. „Genau solche Leute suchen wir doch“, sagte der Daimler-Chef.

Eine kürzlich veröffentlichte Studie des in Wien ansässigen Internationalen Zentrums für Migrationspolitikentwicklung (ICMPD) weist zudem darauf hin, dass EinwanderInnen mit ihren unternehmerischen Aktivitäten zu globaler Entwicklung und Armutsreduktion beitragen. Dank ihrer Kenntnisse von Sprache und Kultur ihrer Herkunftsländer haben solche UnternehmerInnen beste Voraussetzungen, um transnationale Geschäftsbeziehungen herzustellen. Sie fördern demnach insbesondere den Technologie- und Wissenstransfer, schaffen Arbeitsplätze und öffnen Märkte. Als WegbereiterInnen ziehen sie laut dem Institut weitere Investitionen an und können so die gesamte Wirtschaft einer Region stärken.

UND IN ÖSTERREICH?

Die ÖBB mit ihrem Chef Christian Kern sprangen in einer brenzligen Situation in die Bresche und halfen tausenden Flüchtlingen, mittels Sonderzügen schnell und unkompliziert nach Deutschland zu kommen. Die Erste Bank öffnete zuerst die Pforten ihrer Filiale am Europaplatz und ermöglichte dann auch die Bereitstellung von Notschlafstellen für 350 Flüchtlinge am Erste Campus in Wien.

Allerdings bringt das den neuen MitbürgerInnen noch keine Möglichkeit, den Alltag zu bestreiten. Dafür brauchen Menschen eine Wohnung, eine Arbeit und ein funktionierendes Umfeld. Mit diesem Ziel entstehen mehr und mehr Initiativen, viele auch von Privaten. Eine Umfrage des Instituts market hat die Stimmung der ÖsterreicherInnen zu diesem Thema eingefangen. So berührt zwei Drittel der ÖsterreicherInnen die aktuelle Flüchtlingssituation, knapp 80 Prozent halten Krieg für einen legitimen Fluchtgrund und meinen, dass Flüchtlinge deswegen aufgenommen werden sollten. Aus mehrheitlicher Sicht agiert Österreich zwar beispielhaft und verhält sich gastfreundlich – ähnlich wie Deutschland. Dennoch würden sich zwei von fünf Befragten hierzulande ein stärkeres Engagement für Flüchtlinge

Foto: istock.com

wünschen, vor allem von unseren PolitikerInnen und der Regierung. Auch beanstanden 76 Prozent, dass nicht alle Bundesländer in der Flüchtlingsfrage gleichermaßen engagiert sind, vor allem von Vorarlberg und Tirol erwartet man mehr. Knapp drei Viertel sind überhaupt für einen verpflichtenden Beitrag von Ländern, im Mittel sollten zwei Flüchtlinge pro 100 EinwohnerInnen aufgenommen werden. Jede/r Zweite würde die Öffnung des Arbeitsmarktes für AsylwerberInnen befürworten. Gleichzeitig stehen die ÖsterreicherInnen aber einem Flüchtlingslager in der Nachbarschaft skeptisch gegenüber, und über die Hälfte ist gegen die Schaffung von mehr Erstaufnahmezentren. Insgesamt knapp drei Viertel würden auch schärfere Kontrollen an den EU-Außengrenzen befürworten, so das Studienergebnis.

HÜRDENLAUF FÜR ÄRZTE UND GASTRONOMEN

Der gute Willen der UnternehmerInnen wird jedoch immer wieder durch bürokratische Hürden gebremst. So haben etwa nur anerkannte Flüchtlinge freien Zugang zum Arbeitsmarkt. Für AsylwerberInnen, deren Antrag auf Anerkennung des offiziellen Flüchtling-Status noch läuft (darunter fallen auch nahezu alle, die im Zuge der aktuellen Flüchtlingswelle nach Österreich gekommen sind), gelten hingegen starke Einschränkungen. Klassische Arbeitnehmerverhältnisse bleiben ihnen verwehrt. Sie dürfen frühestens nach drei Monaten als Selbstständige oder SaisonarbeiterInnen arbeiten oder gemeinnützige Tätigkeiten durchführen, für die sie einen kleinen Anerkennungsbeitrag bekommen.

Das Gesundheitsministerium hat unlängst einen Koordinator eingesetzt, der unter den Flüchtlingen Ärzte aufspüren soll um den Integrationsprozess, der oft Jahre dauern kann, zu beschleunigen. Dazu äußert sich der Präsident der Wiener Ärztekammer Thomas Szekeres: „Zahlreiche österreichische ÄrztInnen wandern ins Ausland ab. Wir haben dringenden Bedarf an MedizinerInnen. Deshalb differenzieren wir nicht nach Nationalität.“ Die ÄrztInnen sollen ab dem ersten Tag Deutsch lernen und durch die Begleitung heimischer MedizinerInnen schnell einen Zugang zum Berufsleben finden. Rund 40 syrische ÄrztInnen unterstützen ihre österreichischen KollegInnen mittlerweile in Flüchtlingsheimen bei der täglichen Arbeit, sei es als ÜbersetzerInnen oder als medizinische Hilfskräfte.

Auch GastronomInnen regen eine schnelle Integration von KöchInnen an. Unter chancegastronomie.com sammeln sich HotelbesitzerInnen und WirtInnen, die eine schnelle Eingliederung der Fachkräfte unter den Flüchtlingen befürworten. Einer der Hauptkritikpunkte der Initiative richtet sich an die Regelung, AsylwerberInnen nur als Saison- oder HilfsarbeiterInnen anstellen zu dürfen. „AsylwerberInnen müssen mit regulären Arbeitsverträgen legales Einkommen erwirtschaften können, um nicht von der staatlichen Grundversorgung abhängig zu sein oder schwarzarbeiten zu müssen“, sagt Juan Amador, Drei-Sterne-Koch und Unterstützer von chancegastronomie.com.

Die Bereitschaft der Gesellschaft zur Integration zeigt sich also auf verschiedene Art und Weise. Der Boden ist bereitet. Jetzt muss die Politik die Scheuklappen ablegen und die Gegebenheiten verändern, damit die Initiative nicht im Sand verläuft.

Von Michael Meyer

ENDLICH EINE REFORM DER GEMEINNÜTZIGKEIT?

Hält sich die Bundesregierung an ihren Zeitplan, sollte es diesen Herbst Ernst werden mit der Gemeinnützigkeitsreform. 2016 wird dann ein neues Recht für gemeinnützige Stiftungen in Kraft treten. Damit sollte dann mittelfristig die philanthropische Rückständigkeit Österreichs überwunden werden.

In gemeinnützige Stiftungen soll steuerbegünstigt investiert werden können, vorerst 100.000 Euro pro Jahr, bis zu 10 Prozent der Jahreseinkünfte und insgesamt maximal 500.000 Euro. Um eine blühende Stiftungslandschaft zu schaffen, in der tausend neue gemeinnützige Stiftungen eine Milliarde Euro im Jahr in Bildung und Forschung, Kunst und Kultur und soziale Projekte investieren, wie dies Staatssekretär Harald Mahrer plant, wird es aber noch mehr brauchen:

- Österreich hat ein im internationalen Vergleich extrem rigides Gemeinnützigkeitssteuerrecht. Nur wer unmittelbar und ausschließlich gemeinnützig tätig ist, hat Steuervorteile. Im Vergleich dazu haben Deutschland, die Schweiz und Schweden viel liberalere Regelungen und größere Rechtssicherheit für gemeinnützige Organisationen.
- Die Stiftungsbehörden müssten sich zu kompetenten BeraterInnen und DienstleisterInnen für potenzielle StifterInnen entwickeln. Das Vereins- und Stiftungswesen ressortiert aber aus historischen Gründen beim Innenministerium und den Landesregierungen, was die Hoffnungen etwas dämpft.
- Sehr rigid sind derzeit jene Bereiche reglementiert, für die gemeinnützige Stiftungen ihr Geld ausgeben dürfen. Eine Bindung an die Gemeinnützigkeit der Empfänger oder gar an die Liste der Spendenorganisationen ist ein sehr enges Korsett für ein Engagement für soziale Innovationen. Es schließt die Förderung sozialer Start-ups aus. Warum regelt man gemeinnützige Ausgaben nicht wie die Betriebsausgaben von Unternehmen? Warum nicht auch hier stichprobenartige Kontrolle, Missbrauchsaufsicht und finanzstrafrechtliche Sanktionen? Derzeit sind in den Entwürfen Regelungen dahingehend vorgesehen, dass nur Ausschüttungen an jetzt schon spendenbegünstigte Organisationen oder an neu zu schaffende „Institute“ möglich sind. Diese verteilen Mittel dann wieder an soziale Innovationen oder Kunst- und Kulturprojekte. Damit wird die Motivation von PhilanthropInnen grundlegend verkannt.
- Die strikten Betragsbeschränkungen für gemeinnütziges Stiften werden zu Mikro-Stiftungen führen, die keine nennenswerten Erträge erwirtschaften. Wenn es nicht zu Stiftergemeinschaften kommt, werden also die Effekte gering bleiben.
- Unklar bleibt, ob die Kapitalerträge von gemeinnützigen Stiftungen KESt-befreit werden. Passiert das nicht, stehen nur mehr 72,5 Prozent für das Gemeinwohl zur Verfügung.
- Der Stiftungsboom in Deutschland war auch der Kombination von Steuerbefreiung bei gemeinnütziger Widmung von Privatvermögen und einer sozial gerechten und maßvollen Erbschafts- und Schenkungssteuer zu verdanken. Dass Letztere bei uns abgeschafft wurde, ist keinem vernünftigen Menschen nachvollziehbar.

Wunder darf man sich also von diesem ersten Schritt keine erwarten, ist doch eine typisch österreichische Lösung im Sinne von „Wasch mich, aber mach mich nicht nass“ zu befürchten. Zu groß ist das Misstrauen der Sozialdemokratie gegenüber der privaten Philanthropie, zu starr die Position der ÖVP gegenüber Erbschafts- und Vermögenssteuern.

Dennoch gebührt der Regierung Anerkennung, da sich diese Maßnahme doch nicht dem „eat-the-rich“-Populismus fügt. Viele Wohlhabende dieses Landes sind nämlich schon jetzt gerne bereit, ihre Verantwortung für die Gesellschaft wahrzunehmen.

Michael Meyer ist Universitätsprofessor für Betriebswirtschaftslehre an der WU Wien. Seit 2005 leitet er das Institut für Nonprofit-Management der WU. Seine Forschungsfelder sind unter anderem Zivilgesellschaft, Social Entrepreneurship und Philanthropie und generell das Management gemeinnütziger Organisationen.

Foto: Vyhnalek/Michael Meyer

LAND UND MÄRKTE

Von Bastian Kellhofer

EIN KAPITALISMUS, DER DEN PLANETEN RETTET

SOCIAL IMPACT BONDS

Social Impact Investments vereinen Geldverdienen mit dem Bewusstsein, etwas Gutes zu tun. Kann dieser ideologische Ansatz funktionieren oder gar die Welt verbessern? Der Tiroler Charly Kleissner ist eine der Triebfedern der prosperierenden Szene, die sich jetzt in den Institutionen wiederfindet.

Im Jahr 2001 hat Karl „Charly“ Kleissner erreicht, was er in seinem Leben immer wollte. Er managt als CTO und Senior Vice President das A-Level-Unternehmen Ariba im kalifornischen Silicon Valley mit einem Vierteljahresumsatz von 140 Millionen Euro, und leitet ein Team von mehr als 700 TechnikerInnen. Dann tauscht der Softwarekonzern seinen CEO aus. Larry Mueller kommt. Zwar bleibt Kleissner weiterhin oberster Techniker, ihm wird aber rasch klar: Die Harmonie mit dem neuen Kollegen stimmt nicht. Kleissner schmeißt seinen Job hin. „Ich wollte nicht mehr. Ich kann nur mit Menschen arbeiten, denen ich vertraue“, sagt er. Wo andere Karrieren ihren Glanz verlieren, nähert sich die des Österreichers erst ihrem Zenit. Der Verkauf seiner Managementanteile am Unternehmen bringt Kleissner 78 Millionen Euro, und ihn zum Grübeln. Gemeinsam mit seiner Frau Lisa bereist er Indien zur Sinnsuche. Das Geld soll auch nicht unter der Matratze landen. Die beiden beschließen im Laufe der folgenden Monate, dass sie ihre finanziellen Mittel sinnvoll anlegen wollen. Sie verschreiben sich der Idee eines verantwortungsvollen Kapitalismus: Gutes und das Streben nach Profiten sollen zueinanderfinden. Charly und Lisa Kleissner machen sich mit den Ideen des Social Impact Investment vertraut.

DAS GEWINNBRINGENDE SOZIALE GEWISSEN

Das Ganze funktioniert so: Sozialprogramme werden nicht durch den Staat, sondern von privaten Investoren oder Stiftungen finanziert. Um die Investoren zu überzeugen, ihr Geld in solch ein Projekt zu stecken, braucht es Anreize. Bei Social Impact Bonds gibt es neben der guten Tat noch einen zweiten: die Aussicht auf Gewinne. Ist das Projekt erfolgreich, erhält jeder, der Geld gegeben hat, die investierte Summe zurück – plus einer Rendite.

Und weil Finanzmittel alleine keinen Erfolg bringen, bietet Kleissner als Mitbegründer von Social Impact International Coaching und Mentoring für hoffnungsvolle SozialunternehmerInnen – global: Der Ableger Dasra operiert vom indischen Mumbai aus, nach Österreich zieht Kleissner regelmäßig das Investment Ready Program, das gezielt Initiativen in Zentral- und Osteuropa fördern soll. Im Wiener Co-Working-Space „The HUB“ findet die Inkubation ihren physischen Ort, der ambitionierten und engagierten GründerInnen Platz zum Entwickeln ihrer Unterfangen bietet. „Wachstum muss nachhaltig passieren. Ich glaube nicht, dass es immer exponenziell weitergeht.“ Soziale und ökologische Konsequenzen von Investitionen dürfen nicht mehr aus den Kalkulationen herausgehalten werden. „Die Folgen sind nicht außerhalb unseres Universums, sondern Teil davon“, sagt Kleissner.

GROSSER ANKLANG

In den USA findet die Idee, Kapitalvermehrung mit sozialen Aspekten zu verbinden, weiten Anklang. Erst waren es Think Tanks wie das „Center for American Progress“, die in den Bonds eine sinnvolle Weiterentwicklung des Kapitalismus sahen. Als der bekannte Investor Bill Ackmann auf den Zug aufsprang, entdeckten auch die Institute in den USA die Social Impact Bonds für sich. Goldman Sachs, Merrill Lynch und die Bank of America starteten Initiativen. Eine der ersten wurde von Goldman Sachs in Zusammenarbeit mit der Stadt New York und Bloomberg Philanthropies – sie investierten gemeinsam zehn Millionen US-Dollar in Sozialprojekte wie Weiterbildung von Erwachsenen und Programme, die ehemalige GefängnisinsassInnen in strukturschwachen Bezirken betreuen. Wenn Straffällige durch die unterstützenden Programme nicht wieder rückfällig wurden, erhielt Goldmann Sachs eine Rendite, die sich aus den Einsparungen für den Staat errechnete. Das Programm war für alle Beteiligten ein voller Erfolg.

In Zeiten, in denen Staaten hoch verschuldet sind und Kürzungen von Sozialleistungen die Gesellschaft belasten, steigt das Interesse, neue Wege zu finden, Dienstleistungen der öffentlichen Hand auf kosteneffektive Art und Weise zu finden. Die Social Impact Bonds sind so ein Vehikel.

Charly Kleissner ist bei Social Impact Bonds Vordenker einer Idee, die sich auch in Österreich zu institutionalisieren beginnt.

Charly Kleissner ist damit Vordenker einer Idee, die sich auch in Österreich zu institutionalisieren beginnt. Denn die Bundesregierung bekennt sich im Arbeitsprogramm 2013 bis 2018 dazu, mittels Social Impact Bonds innovative Ansätze in der Sozialpolitik zu erproben, um sich den aktuellen Herausforderungen zu stellen, mögliche Lücken zu schließen und mit neuen Initiativen den sozialen Zusammenhalt in Österreich zu stärken. Die Erste Stiftung steht Pate für das Pilotprojekt, welches gemeinsam mit dem Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, der Juvat gemeinnützige Gesellschaft mbH (eine Tochtergesellschaft der Benckiser Stiftung Zukunft) und dem Bundesministerium für Bildung und Frauen durchgeführt wird. Hierbei werden Frauen ökonomisch unterstützt, die zum Opfer von Gewalt wurden. So bekommt Kleissners Idee wichtige Unterstützer, die seine Vision weitertragen.

LANGFRISTIGKEIT ALS ARGUMENT

Nachdem 2005 das erste Impact Investment erfolgt war, sind bald 25 Prozent des Vermögens der Familienstiftung KL Felicitas in derlei Projekte geflossen. Derzeit sind rund 90 Prozent so veranlagt, dass sie Gesellschaft und Umwelt auch tatsächlich Gutes tun. Seit 2014 entsprechen praktisch alle seine Investments den ethischen Kriterien. Auch die über andere, private Kanäle investierten 40 Millionen Dollar des Kleissnerschen Vermögens werden vermehrt dem Impact gewidmet. Häufig nimmt Kleissner sich junger Projekte an, weil sie im sozial und ökologisch nachhaltigen Sektor in ihren Startphasen erhebliche Schwierigkeiten haben, Investoren vom wirtschaftlichen Erfolg zu überzeugen, auch wenn ihr Finanzbedarf ohnehin bescheiden ist. Geduldiges Kapital ist rar, selbst für eine Tranche bis 500.000 Dollar. „Letztlich ist es wie in der IT-Branche. Der Mainstream sagt oft, es würde nicht funktionieren. Aber alle meine Unternehmen wurden trotzdem erfolgreich. Das Thema Profit muss längerfristig gedacht werden.“

Foto: Charly Kleissner

Von Nicola Frimmel

JEDEN TAG EINE GUTE TAT

DIE ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN UNTERSTÜTZEN DIE PFADFINDER

Die Mission der Pfadfinder sieht eine ganzheitliche Entwicklung von jungen Menschen zu eigenverantwortlichen Persönlichkeiten vor, durch ein Wertesystem, das auf Gesetz und Versprechen der PfadfinderInnen aufbaut. Sie helfen damit, eine bessere Welt zu schaffen, in der Menschen ihr Potenzial entfalten und sich aus ihrem Glauben heraus in der Gesellschaft engagieren. Auch die Sparkassen engagieren sich seit ihrer Gründung in der und für die Gesellschaft. So liegt die Wertehaltung der Pfadfinder und der Sparkassen eng zusammen.

Jeden Tag eine gute Tat zu vollbringen und der Allgemeinheit durch vielseitige Förderungen wieder einen guten Teil des wirtschaftlichen Erfolges zurückzugeben, das sind Triebfedern für beide Institutionen. Gemeinschaft erleben, die Unterstützung und Förderung der Jugend und des Gemeinwohls, die Befassung mit gesellschaftspolitischen Herausforderungen und die Stärkung der sozialen Kompetenzen von Jugendlichen sind nur einige Schlagworte, die sich sowohl im Leitbild der Pfadfinder wie auch im Gemeinwohlgedanken der Sparkassen wiederfinden, der vor beinahe 200 Jahren festgeschrieben wurde. So wie die Sparkassen Verantwortung für Jugendliche auf dem Gebiet der umfassenden Finanzbildung übernehmen, widmen sich die PfadfinderInnen der Förderung des Gemeinschaftssinnes, der frühzeitigen Bildung, der für das spätere Berufsleben so wichtigen Fähigkeiten von sozialer Kompetenz sowie Teamfähigkeit und dem verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen im Sinne des Natur- und Umweltschutzes.

SPARKASSENZELTE FÜR DIE PFADFINDERINNEN

Eine neue Zusammenarbeit wurde durch die Übergabe von 40 roten Sparkassenzelten an die PfadfinderInnen Österreichs gestartet. Sie werden in den kommenden Jahren für Kinder- bzw. Jugendpfadfindercamps, insbesondere für sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche, verwendet. „Die Förderung und Unterstützung der Kinder und Jugendlichen ist uns Sparkassen in vielerlei Hinsicht ein Anliegen. Neben einem Schwerpunkt in der Finanzbildung setzen wir auch in anderen Bereichen Zeichen und unterstützen junge Menschen in ihrer Entwicklung. Die Kooperation mit den PfadfinderInnen Österreichs stellt eine gute Voraussetzung dar, um dies auch außerhalb des Finanzlebens in ganz Österreich zu ermöglichen“, sagt Gerhard Fabisch, Präsident des Österreichischen Sparkassenverbandes bei der Übergabe der Zelte in Schloss Krastowitz.

Dominik Habsburg-Lothringen, Präsident der Pfadfinder und Pfadfinderinnen Österreichs, der die Zelte für die Pfadfinder übernahm, freut sich über die neue Kooperation: „Die große Bandbreite der Pfadfinder, angefangen von der Vorurteilslosigkeit gegenüber Namen, Herkunft, Religion, Nationalität und Hautfarbe, ist für unsere Gesellschaft bereichernd. Kinder und Jugendliche dürfen in dieser Bewegung viel probieren, lernen, Fehler machen und sich weiterentwickeln. Jedes Kind sollte davon profitieren, Abenteuer erleben und, durch den Bezug zur Natur, Achtung vor dem Leben und Respekt vor sich selbst entwickeln können. Durch Bündelung unserer Ideen und Kräfte mit dem Österreichischen Sparkassenverband wollen wir dies vermehrt für Kinder und Jugendliche zu Wege bringen, die diese Möglichkeit sonst nicht haben würden. Wir wollen gemeinsam helfen, unsere Kinder und Jugendlichen zu selbständigen und verantwortungsbewussten jungen Erwachsenen zu erziehen“, erklärt Präsident Habsburg-Lothringen.

Von Stephan Scoppetta

DIE MORAL UND DAS INVESTIEREN

Politisch korrekte Geldanlage boomt. Den AnlegerInnen geht es neben Ethik und Moral auch um Rendite. Dass dies kein Widerspruch sein muss, zeigen bereits erfolgreiche Fonds.

Die ÖsterreicherInnen lieben Bio-Lebensmittel. Im vergangenen Jahr stiegen die Ausgaben für Produkte aus nachhaltiger Landwirtschaft weiter an. Im Schnitt gibt ein Haushalt in Österreich laut Agrarmarkt-Analysen pro Jahr 115 Euro für Lebensmittel aus biologischer Landwirtschaft aus. Eier von glücklichen Hühnern und Milch von Kühen, die auf der Weide gehalten werden, stehen bei den ÖsterreicherInnen hoch im Kurs. Stefan Rößler, Analyst der Erste Asset Management: „Beim Einkauf, im Umgang mit Energie oder der Ernährung legen die Menschen immer öfter Wert auf Nachhaltigkeit. Doch im Bereich Geldanlage fehlt noch immer das Bewusstsein. Es ist schon absurd: Viele kaufen einerseits Bio-Lebensmittel und investieren andererseits das Ersparte in Atomkraftwerke."

INSTITUTIONELLE INVESTOREN ALS VORREITER

Viele private InvestorInnen glauben leider noch immer, dass mit einem nachhaltigen Investment keine Rendite zu erzielen wäre. „Dabei zeigen zahlreiche nationale und internationale Studien, dass zwischen einer nachhaltigen und einer normalen Veranlagung in aller Regel keine Rendite-Unterschiede zu verzeichnen sind", sagt Rößler. Hat bei institutionellen Investoren bereits ein großer Umdenkprozess eingesetzt, hinkt der private Bereich noch massiv hinterher. Das zeigen auch die Zahlen: Flossen bis Ende 2014 in Deutschland, Österreich und der Schweiz beachtliche 197,5 Milliarden Euro in nachhaltige Investments, so stammen 97 Prozent dieser Gelder aus dem institutionellen Sektor und nur drei Prozent von privaten AnlegerInnen. Dabei gibt es in Österreich eine positive Ausnahme. Von den insgesamt 9,5 Milliarden Euro, die 2014 hierzulande in nachhaltige Investmentformen flossen, stammen 23 Prozent von privaten AnlegerInnen – Tendenz stark steigend.

WAS IST NACHHALTIG?

Die Branche der nachhaltigen Geldanlage ist leider sehr unreguliert und nicht jedes Investmentprodukt hält, was es verspricht. „Grundsätzlich ist es so, dass nachhaltige Investmentprodukte neben einer finanziellen Rendite auch einen positiven sozialen oder ökologischen Mehrwert erzielen sollten", betont Rößler. Mit einer Anlage in einen Mikrofinanzfonds fließt zum Beispiel Geld in kleine Unternehmen in Entwicklungsländern wie Indien, Bangladesch oder die Mongolei und soll letztendlich den KleinunternehmerInnen neue Chancen ermöglichen. Verantwortungsvolles Investieren benötigt auch klare Ausschlusskriterien. Dazu gehört, dass nicht in Branchen, Unternehmen oder auch Staaten investiert wird, die sich nicht an bestimmte soziale, ökologische und ethische Kriterien halten. Aktien der Rüstungs-, Glücksspiel-, Tabak- und Alkoholindustrie scheiden meist aus. Unternehmen, die mit Pornografie, Kinderarbeit oder Tierversuchen Geld verdienen, stehen ebenfalls auf der schwarzen Liste. „Wir investieren in Unternehmen, Branchen und Fonds, die langfristig denken, Verantwortung zeigen und das öffentlich dokumentieren. Ohne dass die InvestorInnen dabei Einbußen bei ihrer Rendite hinnehmen müssten", erläuert Rößler weiter.

GEPRÜFTES INVESTMENTUNIVERSUM

Die Erste Asset Management (EAM) nimmt eine Pionierrolle im Bereich ethischer und nachhaltiger Geldanlage ein. Seit 2001 setzt das Unternehmen auf verantwortungsvolle Produkte, die unter den Bezeichnungen „ERSTE RESPONSIBLE" und „ERSTE WWF" angeboten werden. Schon heute sind bei der EAM rund 3,68 Milliarden in ethisch-nachhaltigen Investmentfonds veranlagt. Analyst Rößler: „Damit sind wir Marktführer in diesem Segment in Österreich. Wichtig ist, dass alle Fonds von externen Stellen kontinuierlich beobachtet und geprüft werden. Die Fonds tragen das Österreichische Umweltzeichen und das Europäische Transparenzlogo für nachhaltige Publikumsfonds (EUROSIF), und einige wurden mit dem renommierten TRIGOS-Award, einer österreichische Auszeichnung für Corporate Social Responsibility, ausgezeichnet."

Die Produktpalette reicht von Anleihen- über Aktien- bis hin zu Dachfonds. Unter den elf Fonds ist für jeden Anlegertyp etwas dabei. Besonders erfolgreich ist einer der ältesten nachhaltigen Aktienfonds, der Erste WWF Stock Umwelt (ISIN AT0000705678). Der Fonds wurde bereits 2006 gemeinsam mit der Umweltschutzorganisation WWF aufgelegt und erzielte allein im vergangenen Jahr eine Performance von 14,86 Prozent. In den letzten drei Jahren legte der Fonds sogar um über 70 Prozent zu und zählt damit zu den erfolgreichsten nachhaltigen Aktienfonds in Österreich.

GUTES TUN, OHNE UMWEGE

Ein besonderes Investment hat derzeit die katholisch geprägte Don Bosco Finanzierungsgesellschaft gemeinsam mit der Erste Asset Management aufgelegt. Mittels einer bis 2021 laufenden Social-Impact-Anleihe in US-Dollar wird Geld für den Ausbau einer Universität in Ecuador gesammelt. Reinhard Heiserer, Geschäftsführer der Don-Bosco-Aktion in Österreich, „Jugend eine Welt": „Mittels dieser Anleihe wird die Salesianeruniversität in Ecuador ausgebaut. Mit dem Geld werden an drei Universitätsstandorten neue Universitätsgebäude mit Lehrsälen und Labors gebaut." Das Gute dabei ist, die AnlegerInnen bekommen jährlich einen Kupon von 1,5 Prozent für das von ihnen veranlagte Geld. Heiserer: „Die Universität ist ein positiv bilanzierendes Wirtschaftsunternehmen.

Das gelingt durch die Studienbeiträge der 22.000 StudentInnen, staatliche Förderungen und freie Einnahmen der Universität. Gleichzeitig sichern soziale Maßnahmen auch einen Zugang für ärmere StudentInnen." Für „Jugend eine Welt"-Chef Heiserer steht außer Frage, dass sich soziale Investments lohnen: „Ausbeutung und eine sich öffnende Schere zwischen Arm und Reich stören den sozialen Frieden. Die aktuellen Flüchtlingsströme erinnern uns daran, dass Mauern keine Lösung sind. Langfristig braucht es für ein friedliches Miteinander mehr soziale Gerechtigkeit, und hier kann Moral beim Investieren sehr viel bewegen."

Stefan Rößler,
Analyst der
Erste Asset Management

Illustration: iStock.com

Foto: Cosmetic Kitchen

Von Sophia Uhlich

Partner – Sparkasse Oberösterreich

DIE BADEMEISTEREI

Wir alle haben Träume und Visionen. Die Vision des Seifenkaisers Alexander Kraml ist es der Dr. Oetker der Kosmetikbranche zu werden. Der Jungunternehmer aus Linz ist ein gelungenes Beispiel dafür, dass man auch als Mann in der Kosmetikbranche Fuß fassen kann. Mit seiner Manufaktur „Die Bademeisterei" produziert er erfolgreich handgefertigte Badezusätze, Seifen sowie Duschgels und Körperlotionen und ist mittlerweile nicht nur in Österreich auf Erfolgskurs unterwegs.

2008 werden in Linz die Grundsteine für „Die Bademeisterei" gelegt. In ihrer Garage produzieren Alexander Kraml und seine damalige Frau unermüdlich Badezusätze, immer mit einem klaren Ziel vor Augen: die Gründung ihrer eigenen Kosmetikmanufaktur. „Die Wachstumsphase war sehr spannend, aber auch sehr anstrengend. Wir haben Tag und Nacht hart gearbeitet", betont Firmengründer Kraml rückblickend. Dank langjähriger Handelserfahrung und wertvoller Kontakte ließ der Erfolg jedoch nicht lange auf sich warten. Mittlerweile kann der Seifenkaiser einen Jahresumsatz von 2,5 Millionen Euro sowie renommierte Kunden wie DM, Müller, Bipa und Douglas vorweisen.

Die hochwertigen Kosmetikartikel werden am Linzer Bäckermühlweg von den 85 MitarbeiterInnen sorgfältig hergestellt. Die hochwertigen Artikel werden von Hand hergestellt und anschließend in dekorative Schachteln verpackt: „Derzeit stellen wir täglich 30.000 bis 50.000 Produkte händisch her. 90 Prozent gehen in den Export. Wir verkaufen unsere Ware von Deutschland über die Schweiz und Russland, bis hin nach Südkorea", sagt Kraml. Das Jungunternehmen setzt auf eine Mehrmarkenstrategie, um eine breite Zielgruppe zu erreichen. Die Kosmetiklinie erstreckt sich von bio-veganer über kindgerechte bis hin zur innovativer Seifenkunst. Mit dem Produkt „Cosmetic Kitchen" können KundInnen jetzt ganz neu im „do-it-yourself"-Prinzip ihre eigene Kosmetik herstellen.

Für die nächsten fünf Jahre hat „Die Bademeisterei" Großes geplant. Neben dem Erreichen eines Umsatzes von 17 Millionen Euro möchte Alexander Kraml seine „Cosmetic Kitchen" als Weltmarke etablieren. Die Prognosen schauen rosig aus. Die Bestätigung erhielt der Jungunternehmer auch im Rahmen der TV-Show „Die Höhle der Löwen" auf VOX, in der InvestorInnen Ideen bewerten und unterstützen.

AUS DER MITTE ENTSPRINGT DIE UNTERNEHMENSKULTUR

Von Friedrich Himmelfreundpointner

Vorstandsvorsitzender mit sozialem Auftrag: Friedrich Himmelfreundpointner aus der Sparkasse Neuhofen über Werthaltungen, Unternehmenskultur und MitarbeiterInnen.

Ethik begegnet uns jeden Tag: Ihre alltägliche Relevanz reicht dabei weit über unsere Assoziationen von zum Beispiel reiner Wirtschaftsethik hinaus. Eine Tatsache, derer sich die Sparkasse Neuhofen bewusst ist. Viele stellen sich die Frage, was wir als Sparkasse anders machen, da wir in den letzten 15 Jahren vielfach ausgezeichnet wurden.

Ob beim „VICTOR" als beste Bank des Jahres, beim Sparkassen Award als beste Sparkasse Österreichs oder bei „Great Place to Work" als bester Arbeitgeber Österreichs: All diese Auszeichnungen haben ein wesentliches Fundament – unsere Werte, die Art und Weise, wie sie umgesetzt werden, und unsere Unternehmenskultur.

Wie wir miteinander umgehen, prägt schlussendlich das Denken, die Entscheidungsfindung und das Verhalten der MitarbeiterInnen sowie der Führungskräfte. Daraus ergibt sich eine wesentliche Außenwirkung, die durch Kundenzufriedenzeit, das Vertrauen und das Image des Unternehmens zum Ausdruck kommt. Positive Unternehmenskultur zeichnet sich vor allem dadurch aus, die unterschiedlichen Neigungen, Talente und Interessen der im Betrieb tätigen Menschen zu einem gemeinsamen Ganzen zu formen.

MitarbeiterInnen sind das wichtigste Kapital im Unternehmen. Die Tätigkeit in der Sparkasse, geprägt von einer Unternehmenskultur, soll bei den MitarbeiterInnen zu Glück und Zufriedenheit und damit zu einem wesentlichen Bestandteil eines zufriedenen Lebens beitragen. Wir streben stets an, nicht einen Erfolg durch die, sondern mit den MitarbeiterInnen. Erfolg wird bei uns als Kombination zwischen Erreichung wirtschaftlicher Ziele und hohen zwischenmenschlichen Werthaltungen definiert.

Letztendlich trägt der von Werthaltung, Respekt, Achtung und Wertschätzung geprägte Umgang mit MitarbeiterInnen ganz wesentlich zum Wohlbefinden und damit zu einem positiven Lebensinhalt der Menschen bei. Unternehmenskultur ist somit ein laufender Prozess, an dessen Verbesserung jeder einzelne im Unternehmen tätige Mensch arbeiten muss.

Von harmonischer Unternehmenskultur profitieren auch unsere KundInnen, wenn sie die positive Atmosphäre in unserem Haus spüren. Ein weiterer entscheidender Faktor ist die gelebte Verantwortung für die Gesellschaft unserer Region. Wir übernehmen nicht nur Verantwortung durch das vielfache ehrenamtliche Engagement unserer MitarbeiterInnen, sondern tätigen auch wesentliche Investitionen, die allen Schichten der Gesellschaft zugute kommen. Beispiele sind die Unterstützung der Freiwilligen Feuerwehr, des Roten Kreuzes, der Jugend und von Vereinen.

Wir glauben, dass durch unsere Beiträge, unsere Haltung und auch unsere Vorbildwirkung ein ganz wesentliches Element für eine gedeihliche Entwicklung wie auch für ein gutes Zusammenarbeiten der Menschen in unserem Einzugsgebiet gegeben ist.

FÜNF FRAGEN AN ...

Foto: Alexi Pelekanos

HANS HURCH, DIREKTOR DER VIENNALE

1. WAS IST IHR ANTRIEB, IHR LEBEN DEM FILM ZU WIDMEN? Ich widme ja nicht mein ganzes Leben dem Film, sondern nur einen Teil davon. Es gibt einen schönen Spruch: „Wer nur vom Film etwas versteht, versteht auch vom Film nichts". **2. WAS IST FÜR SIE ERFOLG?** Wenn mich junge Frauen in der Bar Roberto erkennen und ansprechen, sich dann aber herausstellt, dass sie mich mit Manfred Deix verwechseln. **3. WIE WICHTIG IST IHNEN GELD?** Geld ist mir nicht besonders wichtig, aber das ist natürlich in gewisser Weise ein Luxus, den ich mir leiste. Denn ich weiß, dass unser Leben und unsere Welt wesentlich von Geld bestimmt sind. **4. WIE MORALISCH IST DAS FILMBUSINESS?** Ich glaube, das Filmbusiness ist nicht mehr oder weniger moralisch oder unmoralisch als jedes andere Business. Wobei ich überzeugt bin, dass es eine ganze Reihe von Geschäftemachereien gibt, die viel schlimmer sind. **5. KANN FILM EINEN BEITRAG FÜR EINE BESSERE WELT LEISTEN?** Ja, das kann ein Film. Um das allerdings zu erklären, würde es mehr Platz brauchen als hier zur Verfügung steht.

INFO: Hans Hurch ist seit 1997 Direktor der Viennale. Seine Leidenschaft für das Kino führte ihn über den Filmklub in Passau ins Wiener Filmmuseum. In den 70er Jahren war er Kritiker, in den 80er Jahren wurde der Theoretiker dann zum Praktiker. 2015 hat man seinen Vertrag als Festivaldirektor bis 2018 verlängert. Seit 2004 ist die Erste Bank im Rahmen des MehrWERT Sponsoringprogramms Hauptsponsor der Viennale.

ERSTE BANK SPARKASSE
Was zählt, sind die Menschen.

YOU INVEST
Auch als Einsteiger in der Profiliga mitspielen.

Jetzt auf **youinvest.at** informieren!

Geldanlage neu erleben: mit unserem innovativen Veranlagungskonzept. Aktiv gemanagt von unseren ExpertInnen.

Die Chancen und Risiken einer Veranlagung in diese Investmentfonds sowie die Rechtsdokumente (Prospekt und KID inkl. deren Abholstellen und Sprachversionen) sind auf der Homepage www.youinvest.at ersichtlich.