

RÜCKGRAT
DER WIRTSCHAFT

SEITE 6: „DIE GRUNDREGEL DES BANKGESCHÄFTS IST, DASS ES FÜR MENSCHEN GUT SEIN SOLL“
SEITE 14: HEIMISCHE KMU IN INVESTITIONSLAUNE
SEITE 26: FRISCHE PIZZA AUF KNOPFDRUCK

ÖSTERREICHISCHE SPARKASSEN-ZEITUNG

FACHBLATT DES HAUPTVERBANDES DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN

Folge **Eine geschichtsträchtige Zeitung.** 4

41. Jahrgang

Inhaltsübersicht

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.

Ein- und Ausfuhr jugoslawischer Banknoten	159
Sicherstellungsweise Zessionen von Forderungen gegen die öffentliche Hand	159
Versicherung der Bedienerin	159
Berichtigung	160

Gesetze und Verordnungen:

Bundesgesetz vom 29. Juni 1954, womit Bestimmungen über die Mietzinsbildung für nicht dem Mietengesetz unterliegende Räume getroffen werden, BGBl. Nr. 132	160
--	-----

Verbände und Versammlungen:

Protokoll über die Vollversammlung des	
--	--

nimmt die Durchführung eines Zinsfußwechsels mehrere Wochen in Anspruch. Es überlagern sich Schwierigkeiten alltagsbekanntem Zustand einer Atmosphäre, von der die Sparkasse nicht wegzukommen vermag, wenn der Abschluß bzw. die beauftragte Arbeit fertig ist und stimmt. Fast scheint es, daß diese immer wiederkehrende Situation in den Sparkassen unabwendbar ist und es zu dem traditionellen Gepflogenheiten unseres Berufes gehört, den Jahreswechsel hinter dem Schreibtisch zu verbringen und auch sonst bei gewissen Anlässen oft wochenlang andauernde Überstundenarbeit zu leisten.

Die nachstehenden Gedanken und auch der Bericht über die bezüglichlichen praktischen Erfahrungen in einer niederösterreichischen Sparkasse sollen nun zeigen, daß mit dieser Tradition gebrochen werden kann, wenn nur Organisation und Betriebstechnik zusammenstehen und zunächst der Mut aufgebracht wird, neue zeitgemäße Wege zu beschreiten.

„Vorarbeiten besser als Nacharbeiten!“

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;

Chefredakteure: Markus Nepf, Stephan Scoppetta (www.feuerifer.at); Stellvt. Chefredakteur: Armand Feka;

MitarbeiterInnen dieser Ausgabe: Herta Scheidinger (CvD), Milan Frühbauer, Helene Tuma, Sandra Wobrazek;

Redaktionsbeirat: Karin Berger, Christian Hromatka, Klaus Lackner; Coverbild: iStock.com;

Produktion/Litho/Druck: Bernsteiner Media GmbH, Rautenweg 10, 1220 Wien, www.bernsteiner.at;

Art Direktion/Gestaltung: Dina Gerersdorfer, www.gerersdorferdesign.at;

Offenlegung gemäß § 5 ECG und gemäß § 25 Mediengesetz: <http://www.sparkassenverband.at/de/ueber-uns/impressum>



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.

[ˈʃpa:rkassən] INHALT

Foto: Sparkassenverband/Hinterramskogler



6



14

Foto: iStock.com



30

Foto: Ingo Pertramer



Bild: BistroBox

26

● **IM FOKUS**

● **4**

Editorial und Kurznachrichten aus der Sparkassengruppe

● **ECONOMY**

● **6**

Das Bankgeschäft soll für die Menschen gut sein
Interview mit Alfred Riedl, Präsident des Österreichischen Gemeindebundes und Gerhard Fabisch, Präsident des Österreichischen Sparkassenverbandes

10

Jubiläum: 90 Jahre Filialen
Vom Amts-Charakter zur raschen Problemlösung

12

Insight Brüssel
Die aktuellsten News aus der EU-Hauptstadt

13

Kommentar Kommunikation
Professionelles „Nicht-Kommunizieren“ als Erfolgsfaktor für Unternehmen

● **LAND UND MÄRKTE**

● **14**

Studie
KMU in Investitionslaune

17

Innovativ, engagiert und nachhaltig
Heimische KMU stellen sich vor

20

Ab 1,90 online auf Nummer sicher
Der neue s Alpin-Unfall-Schutz und s Running-Unfall-Schutz

● **WERTE**

● **22**

Zukunfts- und wettbewerbsfähiger Finanzplatz Österreich
Hauptforderungen des Österreichischen Sparkassenverbandes an die neue Bundesregierung

25

Schritt in die Zukunft
Digitalisierung als Chance für die heimische Wirtschaft

26

Frische Pizza auf Knopfdruck
BistroBox – ein Erfolgskonzept aus Oberösterreich

28

Wir schaffen ein Zuhause
Traditionsunternehmen: ZIMA Unternehmensgruppe

● **FINALE**

● **30**

Fünf Fragen an ...
Kabarettist und Schauspieler Thomas Stipsits

FORUM



Foto: Christian Wild

Foto: iStock.com

ERSTE GROUP ERZIelt IM ERSTEN HALBJAHR 2017 EINEN NETTOGEWINN VON 624,7 MILLIONEN EURO

Das gute Ergebnis der Erste Group im ersten Halbjahr 2017 kann mit einigen sehr positiven Highlights aufwarten: Das gesunde Kreditportfolio ist um 6,7 Prozent gewachsen, die Kundeneinlagen sind um 11,6 Prozent angestiegen. „Solche Wachstumsraten hat kaum eine andere Bank in Europa. Diese Entwicklung erklärt sich mit unserem Geschäftsmodell, das funktioniert und auch damit, dass CEE jene Region in Europa ist, die das stärkste Wirtschaftswachstum aufweist. Unsere Kapitalisierung ist mit einer harten Kernkapitalquote (CET 1) von 12,8 Prozent sehr solide. Darüber hinaus verbessert sich die Kreditqualität kontinuierlich und unsere Risikovorsorgen bleiben auf einem niedrigen Niveau“, erklärt Andreas Treichl, CEO der Erste Group Bank AG.

Der Anteil notleidender Kredite ist das 14. Quartal in Folge gesunken, auf nunmehr 4,7 Prozent. Dass die Erste Group von allen drei großen Ratingagenturen mit einem ‚A‘ bewertet wurde, ist eine Bestätigung des Weges. Treichl: „Das bedeutet jedoch nicht, dass wir jetzt nachlassen dürfen. Unser Zinsüberschuss ist trotz unseres wachsenden Kreditgeschäfts und des starken Zuflusses an Einlagen nach wie vor rückläufig (2.143,0 Millionen Euro, -2,3 Prozent; 2.194,1 Millionen Euro). Das Niedrigzinsumfeld und die zurückgehenden Erträge aus unserem Staatsanleihenportfolio beschäftigen uns. Unser Provisionsüberschuss stieg auf 910,9 Millionen Euro (+2,9 Prozent; 884,9 Millionen Euro), was positiv ist und was ich als Erfolg betrachte, da wir ja, was die Produkte und Beratung betrifft, die wir unseren Kundinnen und Kunden anbieten, nach wie vor sehr vorsichtig sind.“



FRÜHE GELDERZIEHUNG FÜR 9 VON 10 ÖSTERREICHERINNEN WICHTIG

Geld und seinen Wert zu erfassen ist für Kinder schwierig. Berechnungen zufolge könnten jedoch 4,6 Milliarden Euro pro Jahr an Taschengeld in Kinderhände fließen. In der Erziehung sehen 89 Prozent der Bevölkerung das Thema Geldwirtschaft als wichtig.

Durch Taschengeld lernen Kinder den Umgang mit Geld, das geht aus einer aktuellen Integral-Umfrage im Auftrag von Erste Bank und Sparkassen hervor. Für jeweils neun von zehn ÖsterreicherInnen sind relevante Motive für Taschengeld „Geld einteilen“, „den Wert eines Geldbetrags einschätzen“, „Verantwortung übernehmen“ und „den unabhängigen Umgang sowie den Sinn des Sparens erkennen“. Acht von zehn meinen, dass die Kinder und Jugendlichen durch eigenes Taschengeld lernen „Bedürfnisse aufzuschieben“, weil sie finanziell nicht die notwendigen Rücklagen haben. Rund drei Viertel der Bevölkerung sind der Ansicht, dass als Motiv „das Geld für eigene Wünsche zur Verfügung zu haben“ und die Tatsache, dass „Entscheidungsbefugnis über eigenes Geld Konflikte reduziert“ wesentliche Faktoren für Taschengeld sind. Dass Taschengeld allerdings gegeben wird, um einem gesellschaftlichen Anspruch zu genügen, ist nur für ein Drittel der ÖsterreicherInnen wichtig.

ZUR UMFRAGE: Die Erste Bank beauftragte das Marktforschungsinstitut Integral für eine telefonische Befragung rund um die Themen Gelderziehung und Taschengeld. In der Zeit von 4. bis 18. August wurden 500 Personen telefonisch befragt. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren (7,6 Millionen Menschen).

EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser!

Was fällt Ihnen zu den Begriffen „innovativ, engagiert und nachhaltig“ ein?

Diese Eigenschaften treffen vor allem auf eine wichtige Säule der heimischen Wirtschaft zu, auf unsere KMU! Die rund 327.000 Klein- und Mittelbetriebe in Österreich, die an die 3,5 Millionen Menschen beschäftigen, brauchen natürlich noch viele andere Stärken um am Markt bestehen zu können. Bei ihrem erfolgreichen Voranschreiten, Modernisieren und Wachsen wollen wir Sparkassen die Betriebe in den einzelnen Regionen unseres Landes unterstützen und vertrauensvoll begleiten. Wir dürfen Ihnen die Ergebnisse der aktuellsten KMU-Studie präsentieren und sowohl die größten Herausforderungen an das ‚Rückgrat unserer Wirtschaft‘ für die Zukunft beleuchten als auch einige Parade-KMU selbst vor den Vorhang bitten.

Es liegt auf der Hand, dass die Umstellung auf die Digitalisierung nicht nur den Konzernen, sondern auch den KMU einiges an Know-how, Flexibilität und Kreativität abverlangt. Zudem erschweren viele neue Regularien und verschärfte Bestimmungen etwa im Konsumentenschutz das Geschäftsleben der Betriebe – wie auch der Kreditinstitute. Um mit Nachdruck auf diesen Sand im Getriebe der heimischen Wirtschaft und Finanzwirtschaft aufmerksam zu machen, haben wir als Verband ein Forderungsprogramm an die neue Bundesregierung für einen zukunfts- und wettbewerbsfähigen Finanzplatz Österreich formuliert, das wir Ihnen in diesem Magazin erstmalig vorstellen.

Das Ziehen von Politik und Wirtschaft an einem Strang ist für die Zukunft unseres Wirtschaftsstandortes unerlässlich. Dies beginnt bereits in den kleinsten lokalen Einheiten: bei der Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden, Unternehmen und Regionalbanken. Wir haben den neuen Präsidenten des Österreichischen Gemeindebundes, Alfred Riedl, und unseren Verbandspräsidenten, Gerhard Fabisch, darüber zur Diskussion geladen, die viele Gemeinsamkeiten, aber auch wechselseitige Wünsche ans Tageslicht gebracht hat.

Spannendes Lesen wünscht Ihnen

Franz Portisch



Foto: Daniel Hinterramskogler

FRANZ PORTISCH, GENERALSEKRETÄR DES ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSENVERBANDES

INTERVIEW: HERTA SCHEIDINGER

„DIE GRUNDREGEL
DES BANKGESCHÄFTS
IST, DASS ES FÜR
DIE MENSCHEN
GUT SEIN SOLL“



Alfred Riedl, Präsident des Österreichischen Gemeindebundes und Gerhard Fabisch, Präsident des Sparkassenverbandes über die Bedeutung der Regionalbanken für die Gemeinden, die Wichtigkeit des Breitbandausbaus im Kampf gegen die Abwanderung aus den Regionen und Nachhaltigkeit als zentrales Thema.



Sparkassenzeitung: *Herr Riedl, wo sehen Sie als neuer Präsident des Gemeindebundes die aktuellen Herausforderungen für die Gemeinden?*

Alfred Riedl: Das zentrale Anliegen ist, in der Stadt und auf dem Land gleichwertige Lebensbedingungen zu schaffen. Der ländliche Raum muss den Bewohnerinnen und Bewohnern und insbesondere den Familien die gleichen Chancen bieten, wie man sie in der Stadt findet. In jüngster Zeit gibt es hier gute Ansätze, um diesem Ziel wieder ein Stück näher zu kommen. Entscheidend ist vor allem eine funktionierende Infrastruktur.

Wie wichtig ist hier die Zusammenarbeit der Sparkassen mit den Gemeinden?

Gerhard Fabisch: Die Gemeinden sind in vielen Fällen die Ursprungszellen für die Gründung von Sparkassen. Es waren immer die Verantwortungsträger in den Regionen, die de facto die Sparkassen gegründet haben. So sind über Jahrzehnte sehr enge geschäftliche Beziehungen zu den Gemeinden gewachsen.

Wie sehen Sie die Bedeutung von Regionalbanken für die Gemeinden?

Riedl: Ursächlich für diese Beziehung war die Hilfe zur Selbsthilfe der Verantwortlichen in der Region. Natürlich darf das betriebswirtschaftliche Denken nicht zu kurz kommen, aber was zählt, ist auch die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Hier einen gemeinsamen Nenner zu finden wird durch die regionalen und historischen Verbindungen einfacher.

Fabisch: Wir haben eine hohe Wertschöpfung, die wir in den ländlichen Gebieten erzeugen, da wir Menschen aus den Regionen beschäftigen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Sparkassen, die dort ihre Löhne bekommen und diese wieder in den Regionen ausgeben. Wir achten auch darauf, dass unsere Lieferantinnen und Lieferanten, wie zum Beispiel Tischler, aus den Regionen kommen. Insgesamt erzeugen die Sparkassen in ganz Österreich eine Wertschöpfung von über acht Milliarden Euro. Die Region gibt uns sehr viel, und deshalb wollen wir der Region auch einen wichtigen Beitrag zurückgeben.

Ein großes Thema ist auch der Breitbandausbau in den Regionen. Warum geht es so schleppend voran?

Riedl: Zum einen liegt es daran, dass wir keine nachhaltige Zieldefinition haben, sondern nur für Wahlperioden

taktische Initiativen setzen. Hätten wir beim Infrastrukturausbau vor 20 Jahren nicht nur das Kanal- und Wassernetz ausgebaut, sondern auch gleich die Kabel verlegt, hätten wir heute keine Probleme mit der digitalen Anbindung. Die Internetoffensive war zwar ein guter Anreiz, aber schon nach wenigen Jahren sind wir draufgekommen, dass die Mittel nicht ausreichen. Heute bräuchten wir zusätzliches Geld um den Ausbau voranzutreiben.

Breitband ist Daseinsvorsorge für die Gemeinden?

Riedl: Ohne Breitband wird der ländliche Raum wirtschaftlich nicht mithalten können. Heute ist eine gute Internetanbindung eine zentrale Standortvoraussetzung für Unternehmen. Gibt es keine gute Netzanbindung, dann wird sich der ländliche Raum auch nicht entwickeln. Es ist also im öffentlichen Interesse, hier ein passives Netz zu haben. Wie beim Strom wäre auch bei den Datenleitungen eine beherrschende öffentlich-rechtliche Eigentümerstruktur denkbar, die diese Infrastruktur wieder an private Betreiber vermietet. Auch der Strommarkt wurde liberalisiert, obwohl die Netze mehrheitlich im öffentlich-rechtlichen Eigentum stehen. Bisher hat das gut funktioniert. Überlassen wir den Netzausbau nur dem freien Markt, dann wird der ländliche Raum nie angebunden werden. Der gesamte Bereich muss entbürokratisiert werden und Fördergelder müssen schneller fließen.

Fabisch: Wir würden einen Ausbau ebenfalls unterstützen. Das ist heutzutage wie Strom und Wasser – wenn man das nicht hat, kann man niemanden dazu bewegen dorthin zu gehen. Umso wichtiger ist der allgemeine Konsens, dass Datenleitungen eine Infrastruktur sind, die zur Basisausstattung gehört. Eine kurzfristige und rein wirtschaftliche Betrachtung macht hier keinen Sinn. Man muss hier das öffentliche Interesse im Auge haben.

Kann man mit dem Breitbandausbau auch die Abwanderung der Jugend verhindern?

Fabisch: Auch wir haben ein großes wirtschaftliches Interesse daran, dass die Jugend nicht in die Städte abwandert. Geht die Jugend, dann verliert auch die Region, weil sie damit ihre Zukunft verliert. Dabei darf man aber nicht vergessen, dass eine gute Infrastruktur nur ein erster Schritt sein kann, um ein Leben am Land attraktiv zu machen. Darüber hinaus gibt es noch viele Aspekte, wie Bildungs- und Kulturangebote, die hier eine wichtige Rolle spielen.



Dass man die Infrastruktur braucht, steht also außer Frage. Aber wer soll sie finanzieren?

Riedl: Natürlich kostet die Infrastruktur viel Geld, aber aus meiner Sicht gibt es genug Geld, das lukrative Investments sucht. Stehen hinter den Investitionen tragfähige wirtschaftliche Konzepte, dann lassen sich auch institutionelle Anleger wie Banken, Pensionskassen oder Versicherungsunternehmen für regionale Investments gewinnen.

Fabisch: Bei solchen Projekten braucht es zudem eine gewisse Solidarität. Es muss eine Kostenverteilung geben, die sich nicht nur an den Kabelkilometern bemisst. Damit haben entlegene Höfe und Häuser nie eine Chance auf eine Netzanbindung, weil es zu teuer ist. Was bei Strom und Wasser kein Thema ist, darf heute auch bei der Daten-netzanbindung keine Rolle mehr spielen.

Riedl: Besteht beim Kanal- und Stromnetzausbau zwischen Bund, Ländern und Gemeinden der Konsens, dass wir die volle Flächenversorgung bei sozial verträglichen Gebühren haben wollen, so fehlt diese Einigkeit im Breitbandausbau. Dabei ist dieser genauso wichtig wie eine Strom- oder Wasseranbindung.

Wie steht es um die Mobilität? Ist nicht auch die Verkehrs-anbindung ausschlaggebend?

Riedl: Wie der Breitbandausbau ist auch die Mobilität im ländlichen Raum ein zentrales Thema. Neubaugebiete müssen verkehrstechnisch gut angebunden sein, sonst will niemand dorthin ziehen. Je besser die öffentliche Anbindung ist, desto attraktiver werden die jeweiligen Regionen. Das zeigt sich auch bei zahlreichen Projekten im ländlichen Raum, die hier Maßstäbe gesetzt haben.

Sustainable Finance: ein neuer Begriff für etwas, das man in den Gemeinden und in der Sparkasse schon immer gemacht hat?

Fabisch: Gewinnmaximierung steht bei uns nicht im Mittelpunkt, sondern nachhaltige Finanzierung. Die meisten Sparkassen sind zwischen 150 und 200 Jahre alt, und es wird uns auch morgen noch geben. Wir haben aber nur dann eine Zukunft, wenn unsere Finanzierungen auch einen nachhaltigen Wert bringen, für die Region, für die Menschen, für unsere Kundinnen und Kunden. Die Grundregel des Bankgeschäfts ist, dass es für die Menschen gut sein soll, dass es nachhaltig sein soll, dass es anständig sein soll, dass es wirtschaftlich sein soll. Das hat die Sparkassen über 200 Jahre überleben lassen.



Können Sie uns ein Beispiel für Ihr nachhaltiges Handeln geben?

Fabisch: Vor 60 Jahren sind in der Südsteiermark die Weinbauern reihenweise bankrott gegangen. Die Reblaus vernichtete gesamte Weinkulturen. Die Sparkassen mussten die Weingüter als Pfand nehmen. Aber was fängt eine Bank mit bankrotten Weingütern an? Natürlich hätte man sie verkaufen und den Verlust ausbuchen können. Wir handelten anders. Die Sparkassen führten damals eine Weintraube aus Amerika ein, die gegen die Reblaus resistent war, und haben diese Weintraube in der Steiermark kultiviert. Die in Konkurs gegangenen Weinbauern wurden eingeladen, ihre eigenen Weingüter wieder zurückzupachten. Die kultivierten Weintrauben wurden gratis zur Verfügung gestellt, bis die Weinbauern wieder so stark waren, dass sie ihre Weingüter zurückkaufen konnten. Das Ganze war ein Programm über 20 Jahre, das letztendlich sehr erfolgreich war.

Mit einem kritischen Blick betrachtet: Was würden Sie sich voneinander wünschen?

Riedl: Wir haben zur Zeit ein Problem mit der flächen-deckenden Geldversorgung. Wir sehen, dass die in den Regionen lebenden Personen noch Bargeld zum täglichen Bedarf brauchen, und trotzdem werden in vielen Gebieten

die Bankomaten abgebaut. Betriebswirtschaftlich wird das schon Sinn machen, aber natürlich schadet es den Standorten. Es würde uns sehr freuen, wenn die Regionalbanken hier das Gemeinwohl über den Kostenfaktor stellen würden.

Fabisch: Hier braucht es von beiden Seiten wieder mehr Zusammenhalt. Nicht nur die Kundinnen und Kunden sind finanztechnisch mobiler geworden und nutzen immer öfter überregionale Bankangebote, sondern auch die Gemeinden selbst greifen bei Finanzierungsausschreibungen immer öfter auf Billigangebote internationaler Investmentbanken zurück. So etwas hinterlässt Spuren in der Region. Natürlich sollte man Leistungen für das Gemeinwohl nicht gegenverrechnen, aber solche Beziehungen dürfen auch keine Einbahnstraße werden. Letztendlich ist es uns allen ein Anliegen, dass der ländliche Raum wieder gewinnt und wir alle davon profitieren.



INTERVIEW: MILAN FRÜHBAUER

„VOM AMTS-CHARAKTER ZUR RASCHEN PROBLEMLÖSUNG“

DIE SPARKASSENFILIALE IST 90 JAHRE ALT. SIE IST NATURGEMÄSS IMMER EIN SPIEGELBILD DER VERTRIEBSKONZEPTE UND DER KUNDENKOMMUNIKATION GEWESEN. ÜBER DEN WANDEL IN DER GESCHICHTE UND DAS AUSROLLEN EINES NEUEN KONZEPTE SPRACHEN WIR MIT DEM FÜR RETAIL ZUSTÄNDIGEN VORSTAND DER ERSTE GROUP BANK, PETER BOSEK.



Sparkassenzeitung: *Die Filiale der Sparkassen gibt es erst seit 90 Jahren, seit 1927. Die Sparkassengründung in Österreich feiert in zwei Jahren, also 2019, ihren 200. Geburtstag. Ein Paradoxon?*

Peter Bosek: Die ersten Jahrzehnte waren wohl nicht vom Privatkundengeschäft, sondern von Aktivitäten als mittelständische Geschäftsbank geprägt. Das Bankgeschäft war eben noch kein Breitengeschäft.

Die Filiallandschaft hat im Laufe der Jahrzehnte einen beachtlichen Strukturwandel durchgemacht. Das Ambiente hat sich komplett gewandelt ...

Bosek: ... von einer Institution mit ausgeprägtem Amtscharakter und einem ehrfurchtgebietenden Umfeld zu einem modernen Dienstleistungszentrum. Die ersten Filialen waren von der Barriere des Schalters und der dahinter agierenden Bankbeamten geprägt. Kunde und Kundin stellten sich an, ihr Anliegen wurde zur Kenntnis genommen und dann verschwand der Bankmitarbeiter im Back Office – das hieß damals natürlich noch nicht so – um später wiederzukommen. In der Bürokratie gibt es bekanntlich den Begriff der Hoheitsverwaltung, und diesen Eindruck vermittelte die Bankfiliale. Alles hatte seine amtliche Ordnung, selbst die Sparbucheintragung musste in den ersten Jahrzehnten händisch vorgenommen werden. Erst später kamen die Buchungsgeräte.

Das Publikum schimpfte in den fünfziger und sechziger Jahren, dass in vielen Bezirken attraktive Kaffeehäuser einer Bankfiliale weichen mussten. Das wurde im Volksmund als Indiz wieder aufkeimender Inflation interpretiert. Jedenfalls waren die Filialstandorte der Kreditwirtschaft stets eine Frage von öffentlichem Interesse.

Bosek: Das mit den Kaffeehäusern ist mir persönlich nicht mehr erinnerlich. Aber ich kann mir vorstellen, dass gute Kaffeehaus-Standorte nicht unbedingt auch optimale Locations für Bankfilialen waren.

Welche strategischen Überlegungen liegen dem neuen Filialkonzept der Sparkassen zugrunde?

Bosek: Die Routinevorgänge im Geschäftsverkehr mit den Kundinnen und Kunden sollen überwiegend digital abgewickelt werden. Der volle Erfolg des Netbankingkonzepts George beweist uns, dass die Kundinnen und Kunden die Bequemlichkeiten dieses Angebots binnen kurzer Zeit sehr zu schätzen lernten. Und das unabhängig von den Altersgruppen. Das war ein generationenübergreifender Erfolg, der sich jetzt nach der kompletten Systemumstellung im Netbanking verfestigen wird.

Wer jetzt in eine Filiale kommt, hat einen Wunsch oder ein Problem mit Beratungsbedarf, von dem er oder sie wünscht, dass es dort möglich rasch gelöst wird. Dafür nimmt man schon mal einen längeren Anfahrtsweg in Kauf. Entscheidend ist, dass wir bereit sind, wenn uns der Kunde oder die Kundin braucht. Deshalb haben wir die Öffnungszeiten gegenüber früher deutlich verlängert und auch die Möglichkeiten der individuellen Terminvereinbarungen wesentlich ausgeweitet.

Was gut angenommen wird?

Bosek: Sehr gut sogar, denn es signalisiert, dass wir die jeweils auftauchenden Probleme sehr ernst nehmen. Sowohl bei den Privatkundinnen und -kunden wie auch bei den Kommerzkunden. Denn ich kann als moderne Bank nicht sagen, lass mich Teil deiner Wertschöpfungskette sein, aber leider ist bei uns um 15 Uhr Schluss. Es war dringend notwendig diese Amtsstunden-Mentalität zu überwinden.



Peter Bosek, Vorstand der Erste Group

Hat diese Öffnung Auswirkungen auf das Primärmittelaufkommen?

Bosek: Nicht unbedingt. Aber es hat sicher auch gewisse Auswirkungen auf den Zustrom von Neukundinnen und Neukunden zu den Sparkassen, den wir derzeit mit großer Freude verzeichnen. Das ist Ausdruck des Vertrauens in die Sparkassen und in deren Dienstleistungsorientierung. Es ist für immer mehr Menschen attraktiv Sparkassenkunde oder -kundin zu sein. Das macht uns verständlicherweise auch etwas stolz. Wir rollen dieses neue Filialkonzept derzeit auch in Prag, Budapest und Bukarest aus, denn die Bedarfsstrukturen sind dort ähnlich.

Ist das neue Filialkonzept nicht bis zu einem gewissen Grad kommunikationshemmend?

Bosek: Keineswegs – im Gegenteil. Die Routine überlassen wir der Digitalisierung. Aber unser Erfolg als Bank wird nicht an der Zahl der im Foyer installierten Automaten, sondern an der Qualität des persönlichen Beratungsgesprächs mit den einzelnen Kundinnen und Kunden gemessen. Wir sprechen ja sehr gerne mit den Kunden, nur so bekommt man profunden Einblick in die Probleme und Marktbedürfnisse. Daher müssen wir auch permanent die Ausbildung der Beraterinnen und Berater verbessern. Ihr Know-how ist unser wichtigstes Asset bei der raschen Problemlösung für unsere Kundinnen und Kunden, deren Zahl erfreulicherweise bei den Sparkassen laufend steigt.

INSIGHT BRÜSSEL

Mit dem Büro des Österreichischen Sparkassenverbandes in Brüssel sind die Sparkassen stets top über wichtige Entscheidungen und Entwicklungen auf EU-Ebene informiert. Hier die aktuellsten News aus der EU-Hauptstadt.

DER KAMPF GEGEN DIE NOTLEIDENDEN KREDITE

Finanzkrise, Rezession und Strukturprobleme haben in vielen EU-Mitgliedstaaten dazu geführt, dass Banken hohe Stände an notleidenden Krediten (Non-performing Loans, NPLs) in ihren Büchern haben.

Obwohl die Höhe dieser NPLs in letzter Zeit nicht gestiegen ist, machen sich der EU-Gesetzgeber und die Aufsicht – aufgrund der potenziellen Risiken in Hinblick auf die Gesamtwirtschaft und die Stabilität des Finanzsystems der EU – große Sorgen um die Zukunft des nationalen und europäischen Finanzsektors.

Aufgrund der hohen Bedeutung für den Finanzsektor hat sich die EU entschieden, dieses Problem auch auf politischer Ebene anzufassen. Mittels eines Maßnahmenkatalogs soll gewährleistet werden, dass der vorhandene Bestand an NPLs reduziert und eine Eindämmung der Risiken erwirkt werden kann.

EU-Maßnahmen

Vor rund einem Jahr hat der Ausschuss für Finanzdienstleistungen des Rates eine Arbeitsgruppe auf europäischer Ebene ins Leben gerufen, die sich mit der Bestandsaufnahme des NPL-Problems und der Erarbeitung entsprechender Maßnahmen und politischer Empfehlungen beschäftigt. Mit Hilfe von vier Konzepten soll es den notleidenden Krediten an den Kragen gehen durch die Erhöhung der Aufsichtspraktiken und -instrumente, die Förderung struktureller Reformen und Insolvenzsysteme, ein verbessertes Funktionieren des Sekundärmarktes sowie das Vorantreiben der Bankenrestrukturierung.

Auch die Europäische Zentralbank war nicht untätig und hat bereits im heurigen Frühling ihren Leitfaden zu notleidenden Krediten veröffentlicht. Sie ermahnt die Kreditinstitute eine Strategie zu entwickeln, ihren NPL-Bestand so rasch wie möglich zu reduzieren.

ALTERSVORSORGE MIT NEUEM PEP(P)

Die Europäische Kommission schlägt ein neues paneuropäisches Pensionsprodukt vor.

Die Idee einer europäischen Altersvorsorge ist nicht neu. Bereits 2012 stieß die Europäische Kommission das Projekt an und ließ erste Ideen für ein einfaches und mobiles Pensionsprodukt für die private Altersvorsorge ausarbeiten. Derzeit haben nämlich nur knapp über ein Viertel der rund 240 Millionen EU-BürgerInnen zwischen 29 und 59 Jahren eine private Pensionsvorsorge. Und das trotz der demografischen Entwicklung in Europa und der dadurch bevorstehenden Pensionslücke.

Nun schlägt die Kommission in einem Verordnungsentwurf, der Ende Juni präsentiert wurde, die Schaffung eines „Pan-European Personal Pension Products“ („PEPP“) vor. Dieses standardisierte europäische Pensionsprodukt soll die bestehenden nationalen Altersvorsorge-Angebote ergänzen, jedoch weder ersetzen noch harmonisieren.

PEPP zieht mit um

Was kann das PEPP also? In der Standardvariante, die risikoarm und für die breite Masse gedacht ist, wird das eingesetzte Kapital garantiert.

Für etwas mutigere PensionsparerInnen gibt es vier weitere Anlageoptionen, die ohne Kapitalgarantien angeboten werden. In puncto Auszahlung am Ende der Laufzeit sind verschiedene individuelle Gestaltungsvarianten vorgesehen. Alle fünf Jahre können die SparerInnen zu gedeckelten Kosten den Anbieter wechseln. Zieht er innerhalb der EU um, nimmt er sein PEPP einfach mit. Mobilität wird auch für die Anbieter großgeschrieben. Das PEPP kann mit einem EU-Pass europaweit vertrieben werden – auch online. Die strikten Beratungsaufgaben gelten natürlich in jedem Fall. Als nächstes muss der Vorschlag durch den EU-Gesetzgebungsweg.



PROFESSIONELLES „NICHT-KOMMUNIZIEREN“ ALS ERFOLGSFAKTOR FÜR UNTERNEHMEN

Das berühmte Zitat des Kommunikationsforschers Paul Watzlawick, „Man kann nicht nicht kommunizieren“, ist vor allem im Arbeitsalltag der Beschäftigten eines Unternehmens von hoher Bedeutung. Selbst wenn man nicht direkt mit seinen KollegInnen oder Angestellten oder den MitarbeiterInnen seiner Angestellten kommuniziert, wird dieses Verhalten als kommunikativer Akt verstanden, der etwa als fehlendes Interesse oder als ausgeprägtes Hierarchiedenken interpretiert werden kann. Darum ist professionelle interne Kommunikation für ein Unternehmen besonders wichtig. Wenn die Kommunikation zwischen den MitarbeiterInnen und den Vorgesetzten gut funktioniert, werden viele Fehler und Probleme verhindert, da Missverständnisse rasch ausgeräumt werden können.

Ähnlich, aber noch um einiges komplexer, verhält es sich in der externen Kommunikation. Sie haben es sicherlich schon erlebt: Sie schreiben eine E-Mail oder rufen jemanden an, sprechen auf die Mobilbox, und erhalten über Tage, ja Wochen keine Reaktion, irgendwann das ersehnte Feedback – oder gar keine Antwort. Was schließen Sie daraus? Die Reaktion auf die Nicht- oder (Zu-)Spät-Reaktion fällt vielfältig aus: Von Unprofessionalität über Arroganz bis Vergesslichkeit oder Urlaubsstress (ohne Aktivierung des automatischen Abwesenheitsassistenten) werden dem säumigen Kontakt viele Gründe unterstellt. Deutlich kürzere Abstände zwischen Schreiben und Antworten erwartet man sich generell bei SMS, WhatsApp und dergleichen Kurzmeldungen: Je nach Person und Dringlichkeit ist im dienstlichen Bereich von Sofort-Rückmeldung bis zur Antwort am selben Tag ein gewisser Spielraum gegeben, aber eben nur ein gewisser.

Es existieren inzwischen zahlreiche äußerst hilfreiche Kommunikationswerkzeuge, die aber auch spezifische Erwartungshaltungen mit sich bringen, sobald man sich als TeilnehmerIn „outet“ – als Privatperson oder auch als MitarbeiterIn einer Firma. Dazu zählen Facebook, Twitter, Instagram, Messenger genauso wie andere webbasierte soziale Netzwerke zur Pflege bestehender und zum Knüpfen neuer geschäftlicher Verbindungen wie LinkedIn, Xing und wie sie alle heißen. Diese bieten Chat- und Nachrichtenfunktionen an. Ist man (zahlendes) Premium-Mitglied, wird auch angezeigt, wer das eigene Profil ansieht, was ebenfalls bereits einen Kommunikationsakt darstellt. Wenn auch der Interpretationsspielraum ein sehr breiter ist: Schließlich kommt es darauf an, wer der Besucher oder die Besucherin meines Profils ist, was meine letzten öffentlichen Beiträge in dem Netzwerk waren, oder das Interesse kommt durch einen neuen Kontakt, der wiederum mit einer anderen Person über mich gesprochen und mich schlichtweg ‚ge-



googelt‘ hat; denn bei dieser Art von Internetrecherche sind Profile in sozialen Netzwerken und veröffentlichte Artikel meist recht prominent gelistet. Ob es sich lohnt für solch diffuse Informationen wie Profilaufrufe Mitgliedsbeiträge zu zahlen, muss jeder für sich abwägen, genauso wie die eigene Kommunikation oder Nicht-Kommunikation in den diversen Kommunikationsplattformen.

Was kann ich nun tun, wenn ich viele Kommunikationskanäle nutze, oder wenn ich nur ausprobieren möchte, ohne andere TeilnehmerInnen durch Nicht- oder Zu-Spät-Antworten vor den Kopf zu stoßen? In erster Linie gilt das persönliche Abwägen von Dringlichkeit und Hierarchie. Wir müssen ein Feingefühl für Bedeutung und Höflichkeit entwickeln und dieses, je nach Kommunikationskanal, auch schulen. Manche MitarbeiterInnen richten sich eine E-Mail-Benachrichtigung ein, wenn sie etwa nur einmal im Monat ihren Twitter-, LinkedIn oder sonstigen Account checken, falls sich jemand auf den Plattformen melden sollte. So wissen sie Bescheid, wenn sich jemand meldet, können aber immer noch entscheiden, ob sie antworten wollen oder nicht. Dies setzt allerdings eine wohlgeordnete E-Mail-Organisation voraus und wirkt der weitverbreiteten E-Mail-Flut nicht gerade entgegen. Fakt ist vielmehr, dass auch E-Mails langfristig eher als „sterbende Spezies“ einzuordnen sind und in Unternehmen immer mehr neue, ganzheitliche Kommunikationslösungen angestrebt werden.

Welche Kommunikationskonstellation auch immer wir in unserem Büroumfeld vorfinden, wir müssen uns täglich neu entscheiden, wie, wann und mit wem wir kommunizieren, und dabei miteinbeziehen, dass wir nicht nur mit Worten, sondern auch mit unserem (Nicht-)Antwort-Verhalten kommunizieren.

Als Schlussfolgerung könnte man die These von Paul Watzlawick um einen weiteren Satz ergänzen: „Auch Nicht-Kommunizieren muss gelernt sein.“

Markus Nepf leitet die Stabsstelle Kommunikation des Österreichischen Sparkassenverbandes

VON STEPHAN SCOPPETTA

STUDIE: KMU IN INVESTITIONSLAUNE

Eine aktuelle Studie von Erste Bank und Sparkassen belegt, dass sich die Stimmung bei den KMU wieder aufhellt. Jedes vierte KMU plant derzeit eine Finanzierung, um dringend notwendige Investitionen vorzunehmen. Erste Bank und Sparkassen starten eine Finanzierungsoffensive für KMU.

Die heimische Wirtschaft ist kleinteilig, aber oho – das belegen auch die Zahlen. Laut Statistik Austria sind 99,7 Prozent der Unternehmen in Österreich klein- und mittelständisch. In den 327.500 KMU sind beachtliche 3,5 Millionen Menschen beschäftigt – davon 1,6 Millionen in einem Angestelltenverhältnis. Insgesamt erwirtschaften die klein- und mittelständischen Unternehmen einen Umsatz von rund 453 Milliarden Euro. Dieser könnte steigen, denn die aktuellen Voraussetzungen sind gut und nach mehreren Jahren schleppenden Wachstums konnte Österreich 2016 endlich eine kraftvolle Erholung vorweisen. Diese wurde in erster Linie vom Aufschwung des privaten Konsums, von Investi-

tionswachstum und Exporten gestützt. Stefan Dörfler, Vorstandschef der Erste Bank Österreich: „Trotz der positiven Entwicklung des Wirtschaftsumfeldes empfinden klein- und mittelständische Unternehmen die momentane Lage als herausfordernd.“ Laut einer aktuellen IMAS-Umfrage unter 900 österreichischen KMU (zwei bis 50 Millionen Euro Jahresumsatz) im Auftrag von Erste Bank und Sparkassen geben drei Viertel der KMU an, dass das Marktumfeld für sie schwieriger geworden sei. MitarbeiterInnen, Innovation, Kundengewinnung und Digitalisierung führen die befragten UnternehmerInnen als die wichtigsten Erfolgsfaktoren an, um für die Zukunft gerüstet zu sein. Knapp dahinter rangie-



ren Kostenführerschaft, Markterschließungen und günstige Finanzierungsmöglichkeiten. Dörfler: „Um den Wirtschaftsaufschwung nicht im Keim zu ersticken, sind nun dringend Investitionen notwendig.“

WACHSTUM DURCH INNOVATION

„Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen KMU in Digitalisierung und Innovationen investieren“, sagt Dörfler. Laut der aktuellen Umfrage hat der Begriff Innovation aber für die Klein- und Mittelbetriebe eine mannigfaltige Bedeutung. Ein Drittel assoziiert damit die Produktentwicklung. Jedes siebente Unternehmen bringt Innovation mit neuen Technologien und Effizienz in Verbindung und jedes neunte



Foto: Steiermärkische Bank und Sparkassen

„KMU SIND DAS RÜCKGRAT DER ÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFT. WAS IHRE HERAUSFORDERUNGEN BETRIFFT, MÜSSEN KMU WAHRE ZEHNKÄMPFER SEIN. AKTUELL BIETEN DIGITALISIERUNG, BIG DATA, DEMOGRAPHISCHER WANDEL UND AUCH NEUE MÄRKTE WEITERE GRÜNDE, SICH ÜBER DAS EIGENE GESCHÄFTSMODELL GEDANKEN ZU INVESTIEREN.“

Ernst Rath,
Leiter Geschäftsfeld Kommerz
Steiermärkische Bank und Sparkassen AG

findet die Kundenbindung in diesem Zusammenhang, wichtig. Fast neun von zehn Unternehmen sehen die Digitalisierung auch als Chance, und 86 Prozent erkennen darin große Möglichkeiten der Effizienzsteigerung. Aber jedes zehnte Unternehmen gibt auch an, dass Kompetenz und Weiterentwicklung der MitarbeiterInnen ein wesentlicher Faktor für Wachstum sei. Geht es um die eigene Innovationskraft im Vergleich zu anderen in der Branche, schätzt sich jedes dritte KMU stärker ein als die Konkurrenz. Umsatzstärkere Betriebe (42 Prozent) zeigen sich dabei selbstbewusster als umsatzschwächere (30 Prozent). Kein Wunder also, dass derzeit ein Viertel der österreichischen KMU eine Finanzierung plant. Für rund drei Viertel der Klein- und Mittelbetriebe ist dabei der traditionelle Bankkredit nach wie vor die beste Möglichkeit. Sechs von zehn Befragten halten auch einen geförderten Kredit für ansprechend, gefolgt von Eigenkapitalerhöhung (49 Prozent) und Leasing (48 Prozent). Obwohl ein geförderter Kredit Platz 2 im Ranking der ansprechenden Finanzierungsformen einnimmt, kennt sich nur rund die Hälfte der KMU mit Begünstigungen von Investitionen durch den Bund, die Bundesländer oder die EU aus.



Foto: Erste Group/Daniel Hinterramskogler

„UNSER GELDHAHN IST OFFEN. ERSTE BANK UND SPARKASSEN HABEN IM ERSTEN HALBJAHR 2017 BEREITS 5,412 MILLIARDEN EURO AN NEUEN KREDITEN AN FIRMENKUNDEN VERGEBEN.“

Gerhard Dörfler,
Vorstandschef, Erste Bank Österreich

REGULARIEN VERHINDERN INVESTITIONEN

Trotz hoher Investitionslust werden KMU ausgebremst. Laut Studie gibt jedes sechste Unternehmen an, dass Innovationsvorhaben in der Vergangenheit nicht umgesetzt werden konnten, weil es keine Finanzierung bekommen hat. Betriebe mit einem Umsatz von zwei bis fünf Millionen Euro (20 Prozent) sind davon eher betroffen als umsatzstärkere (fünf bis 50 Millionen Umsatz, 14 Prozent). Dörfler: „Bei Kreditvergaben spielen viele Faktoren zusammen, leider gehen die wenigsten von der Bank aus. Wir würden gerne mehr finanzieren, aber es gibt sehr strenge Auflagen der Regulatoren.“ Trotzdem setzt die Erste Bank und Sparkassengruppe Maßstäbe bei der Finanzierung von klein- und mittelständischen Unternehmen. Dörfler: „Unser Geldhahn ist offen. Erste Bank und Sparkassen haben im ersten Halbjahr 2017 bereits 5,412 Milliarden Euro an neuen Krediten an Firmenkunden vergeben, das sind um 26,3 Prozent mehr als im Jahr zuvor.“

EINE MILLIARDE EURO FÜR INNOVATIONEN

Seit 2014 stellen Erste Bank und Sparkassen jährlich eine Milliarde Euro zur Verfügung, um innovative Ideen, Projekte oder Geschäftsmodelle zu finanzieren. Das für 2017 bereitstehende Geld ist bereits zu zwei Dritteln ausgeschöpft. „Die Nachfrage ist groß. Ab sofort wird dieser Topf wieder mit



Foto: Sparkasse Kufstein

„ES GIBT ÜBER 5.000 BETRIEBE IN UNSERER REGION MIT MEHR ALS 33.000 UNSELBSTÄNDIG ERWERBSTÄTIGEN. BEI EINEM KUNDENVOLUMEN VON RUND DREI MILLIARDEN EURO ENTFÄLLT EIN GUTES DRITTEL AUF DAS KOMMERZGESCHÄFT. DAS ZEIGT DEN HOHEN STELLENWERT IN UNSEREM INSTITUT. UNSER HAUPTAUGENMERK LIEGT DARAUF, FÜR UNSERE HEIMISCHEN UNTERNEHMEN NACHHALTIG DIE BESTE BANKVERBINDUNG ZU SEIN.“

Franz Maier,
Bereichsleiter Sparkasse Kufstein

Foto: Kremser Bank und Sparkassen AG



„DIE STEIGENDE GESCHWINDIGKEIT, MIT DER SICH GESCHÄFTSFELDER UND BRANCHEN ÄNDERN, STELLT VIELE BETRIEBE VOR NEUE HERAUSFORDERUNGEN. NUR UNTERNEHMEN, DIE INNOVATIONEN ZULASSEN UND AUCH AKTIV MITGESTALTEN, WERDEN GESTÄRKT AUS DIESEN FORDERNDEN ZEITEN HERVORGEHEN. DAFÜR BRAUCHT ES SOLIDE PARTNERSCHAFTEN, WIE SIE NUR DIE SPARKASSEN IN DEN REGIONEN BIETEN.“

Norbert Ewald, *Kommerzkundenbetreuung Kremser Bank und Sparkassen Aktiengesellschaft*

einer glatten Milliarde Euro aufgefüllt“, erklärt Dörfler. Damit stehen ab sofort 1,3 Milliarden Euro zur Verfügung. „Einen ersten Einblick, wie innovativ das eigene Unternehmen ist, kann online unser ‚Innovations-Check‘ geben. Er gibt Aufschluss über die aktuelle Agilität und die Ausschöpfung des Potenzials in der Zukunft“, erklärt Dörfler. Das Tool wurde gemeinsam mit erfahrenen UnternehmensberaterInnen entwickelt und zeigt nicht nur, wie innovationsfreudig das Unternehmen ist, sondern liefert auch Umsetzungs-Tipps sowie Links und Buch-Empfehlungen zum Thema. Es dient den KMU aber vor allem als Arbeitspapier, um Schwachpunkte im Unternehmen zu schließen und Fortschritt voranzutreiben.

Foto: Sparkasse OÖ



„ES STEHT AUSSER FRAGE, DASS DEN HEIMISCHEN KLEIN- UND MITTELBETRIEBEN DIE REGULATIONSFLUT SCHWER ZU SCHAFFEN MACHT. DEM MUSS DRINGEND EINHALT GEBOTEN WERDEN. UNTERNEHMEN BENÖTIGEN WIEDER MEHR ZEIT FÜR IHRE KUNDINNEN UND KUNDEN UND FÜR DIE ENTWICKLUNG VON INNOVATIONEN. DAS IST EIN DRINGENDER APPELL AN DIE POLITIK.“

Christian Terink, *Leiter Corporate Banking Sparkasse OÖ*

NEUE KOOPERATION MIT AWS

Darüber hinaus gehen aws und Erste Bank und Sparkassen ab sofort eine Kooperation ein, um innovative, forschungsorientierte Klein- oder Mittelbetriebe zu unterstützen. Mit InnovFin werden nun geförderte Kredite angeboten, mit denen KMU mit weniger als 500 Beschäftigten ihre Investitio-

nen oder Betriebsmittel im Rahmen eines EU-Programms mit aws-Garantieübernahmen von 80 Prozent sehr günstig finanzieren können. Die KMU erzielen durch diese Kooperationen einen Preisvorteil von rund 30 Prozent. InnovFin gilt für Kredite bis zu 9,375 Millionen Euro, wenn diese der Herstellung oder Entwicklung von innovativen Produkten, Prozessen oder Dienstleistungen mit hohem technischem oder industriellem Risiko dienen. Dörfler: „Günstiger kommen innovative KMU wirklich nicht zu frischem Geld.“

Foto: Sparkasse Gemeinde Egg



„KMU SIND DER MOTOR UNSERER REGION UND SCHAFFEN ARBEITSPLÄTZE, DIE WOHLSTAND ZUR FOLGE HABEN. WIR VERZEICHNEN JAHR FÜR JAHR SOWOHL IM VERANLAGUNGS- ALS AUCH IM FINANZIERUNGSBEREICH WACHSENDE VOLUMINA. DABEI KÖNNEN WIR DIE REGION DURCH VIELE ENTSCHEIDUNGEN ZUGUNSTEN UNSERER KUNDINNEN UND KUNDEN AKTIV MITGESTALTEN.“

Daniel Schneider, *Leiter Kreditabteilung Sparkasse der Gemeinde Egg*



VON TIZIANA LEEB-HERZELE, HERTA SCHEIDINGER

INNOVATIV, ENGAGIERT UND NACHHALTIG

KMU haben dank ihrer Stärke einen wesentlichen Einfluss auf die Wirtschaftsstruktur. Und egal in welcher Branche die Unternehmen tätig sind, sie haben alle eines gemeinsam: Sie erfüllen die Anforderungen des Marktes oft besser als große Unternehmen und besitzen durch ihre Flexibilität einen wichtigen Wettbewerbsvorteil. Mit der Entwicklung von Spezialprodukten werden Nischen besetzt, denn die Betriebe haben die Möglichkeit ihre Ideen flexibel umzusetzen.

FELIX UND ERWIN

Eine Kärntner Uhrenmanufaktur sorgt mit ihren Produkten für große Aufmerksamkeit, und das auch international. Unter dem Namen Habring² werden exklusive mechanische Uhren hergestellt. Felix und Erwin sind bewusst gewählte Namen für zwei der Modelle, um deren Wesen bestmöglich zu beschreiben. Felix ist das Einstiegsmodell bei Habring², Erwin der jüngere Bruder mit dem sprunghaften Sekundenzeiger. Beide Uhren werden mithilfe einer besonderen technischen Raffinesse nach den klassischen Vorbildern der 1950er Uhren hergestellt. „Für solche Neuheiten braucht man natürlich eine entsprechende Entwicklungszeit, zumal, wenn man wie wir diesen Job selbst erledigt. Hinter uns steht keine ‚Konstruktionsbude‘, sagt Richard Habring. In den Uhren steckt viel Leidenschaft und Handwerk, und dies ist das Erkennungsmerkmal der Marke. Maria Kristina und Richard Habring sind die stolzen „Eltern“ des kleinen Betriebs in Völkermarkt. Fairness und Verantwortung stehen für die Kärntner an oberster Stelle.

Habring² ist auch heuer wieder für den Grand Prix d'Horlogerie nominiert.



„Wir sind der Überzeugung, dass unsere Kleinheit und unsere Ehrlichkeit der Schlüssel zum Erfolg sind. Natürlich neben der fachlichen Kompetenz. Und deshalb möchten wir klein bleiben – denn ‚small ist beautiful‘. Wir sehen keinen Grund,

unsere Marke aufzublasen. Habring soll kein Massenprodukt werden – und wird es auch niemals sein. Jede

Habring-Uhr soll durch unser beider Hände gehen.

Wir bürgen persönlich für die Qualität. Und zwar mit unserem guten Namen“, bekräftigt Maria Kristina Habring. Und der Erfolg gibt den beiden Uhrenherstellern Recht.

Die Auftragslage ist gut, denn die Nachfrage ist groß. Dreimal wurde das Unternehmen bereits mit dem Grand Prix d'Horlogerie, dem sogenannten Uhren-Oscar ausgezeichnet.

Auf Promi-Werbung wird bei Habring übrigens ganz verzichtet, denn man möchte den KundInnen ersparen, indirekt die SchauspielerInnen zu bezahlen – und die wahren Promis von Habring sind schließlich ihre Uhren.

Foto: Habring

WEIL REPARATUR NICHT GLEICH REPARATUR IST

Die „Karosserie Akademie“ in Alberschwende, geleitet von Geschäftsführer Wilfried Mennel, hat sich als kompetentes Unfall-Reparatur-Unternehmen rund um die Unfallinstandsetzung von Autos einen Namen gemacht. Mit Know-how und hochmoderner Technik kann das Unternehmen punkten. „Die technische Entwicklung in unserer Branche macht Riesenschritte, in der Entwicklung von Fahrzeugen werden die unterschiedlichsten Materialien herangezogen, die dem Leichtbau dienen. In der Elektronik gibt es starke Entwicklungen in Richtung Fahrerassistenz und autonomes Fahren. Aber auch Elektrofahrzeuge gehören zum Fortschritt, hier müssen wir unser Wissen täglich erweitern. Unser Motto lautet: Vorsprung durch Bildung und Technik“, gibt Wilfried Mennel zu Protokoll.

Gemeinsam mit seiner Frau Maria und dem Team aus zehn Angestellten sorgt er mit einem außergewöhnlichen Ausbildungsmodell für die Kfz- und Spenglerbranche immer wieder für Aufmerksamkeit. „Seit der Betriebsgründung 2002 genießt unser Unternehmen einen internationalen Namen, da unser zweites Standbein, die berufsbegleitende Ausbildung in der Karosserie Akademie, gepaart mit der Unfallinstandsetzung als Tagesgeschäft, einzigartig ist“, erklärt Mennel: „Fachkräfte kommen mittlerweile aus ganz Österreich, um die Ausbildung auf höchstem Niveau bei unserer Firma zu beginnen.“ Derzeit bildet das Unternehmen auch fünf Lehrlinge aus. Mennel: „Die Lehrlingsausbildung ist essenziell für die Standortsicherung in der Region. Das Lernen von Beruf und Handwerk, der Umgang mit dem Material und das Tragen von Verantwortung sind wesentliche Punkte der Lehrlings- und Berufsausbildung.“

Metaflex produziert mittels innovativem Online-Konfigurator und weltweit einzigartiger Produktionsanlage Kantteile für Spenglereien, Hallen- und Fassadenbaufirmen per Mausclick.



Foto: METAFLX Kantechnik GmbH



Foto: Karosserie Akademie Mennel

Maria und Wilfried Mennel bieten neben der Reparatur von Autos auch eine berufsbegleitende Ausbildung in der Karosserie Akademie in Alberschwende.

PER MAUSCLICK ZUM FERTIGEN PRODUKT

Das St. Pöltener Unternehmen Metaflex produziert Kantteile für Spenglereien, Hallen- und Fassadenbaufirmen per Mausclick über einen Online-Konfigurator. Und das binnen 48 Stunden. „Mit dieser Thematik beschäftigen wir uns schon seit mehr als zwölf Jahren. Dabei gehen die Aufträge automatisiert über Schnittstellen in die Produktionsanlage. Diese Fertigungsanlage ist weltweit einzigartig, eine hausinterne, individuelle Vernetzung aus mehreren Maschinen mit Roboter- und Fördertechnik“, erklärt Metaflex-Geschäftsführer Gerhard Resch. Die KundInnen profitieren von den Innovationen, denn die Abwicklung der Aufträge erfolgt schnell und klar. „Weil Ihre Zeit kostbar ist!“ – lautet der Leitspruch der Firma. „Wir beschäftigen uns seit vielen Jahren mit dem Thema Industrie 4.0 und sehen die laufende Weiterentwicklung und die Einbindung von technischen Möglichkeiten als Kern unseres internationalen Erfolgs. Vor allem umfangreiche und tiefgreifende Lösungen individuell angepasst anzubieten, sodass diese auch für kleine Unternehmen sinnvoll und leistbar sind, ist für uns ein Erfolgsrezept“, sagt Resch.

Im Oktober 2016 wurde die nuIT GmbH gegründet, die maßgeschneiderte Lösungen im Sinne von Industrie 4.0 anbietet. „Mittlerweile haben wir bereits Kundinnen und Kunden in Österreich, Deutschland, der Schweiz, Italien, Skandinavien und den USA, dazu noch Interessenten in Ländern wie Australien oder Frankreich. Wir sind gerade dabei ein weltweites Vertriebsnetz aufzubauen und etablieren uns im Bereich der prozess- und produktionsoptimierten Metallteilefertigung immer mehr als namhafter Anbieter von Softwarelösungen“, beschreibt Resch die Zusammenarbeit mit nuIT. „Der Umstand, dass wir einen produzierenden Betrieb mit einer IT-Firma kombinieren, wird von Kundinnen und Kunden sehr geschätzt und hilft uns den Fokus auf den Kundenbedürfnissen zu halten“, sagt Resch.

VOLLVERSORGUNG IN HOTEL & GASTRONOMIE

„Innovation aus Tradition“ – diesen Leitsatz hat das Innviertler Dienstleistungsunternehmen durch den Neubau des Firmensitzes in Eberschwang in allen Bereichen umgesetzt. Textilpflege Leitgeb ist als Serviceleitbetrieb stetig darauf bedacht auf dem neuesten Stand der Technik zu sein, um seinen KundInnen beste Qualität zu bieten. Im Unternehmenssitz in Eberschwang werden Textilien von Hotels und Gastronomie sowie Berufsbekleidung für die Industrie und GeschäftskundInnen aus Oberösterreich und Salzburg professionell bearbeitet. Tisch- und Bettwäsche im Miet- und Lohnsystem: „Die Ansprüche der Gäste werden immer umfangreicher, wir helfen gerne dabei, den Qualitätsstandard zu erhöhen. Textilien von höchster Qualität werden unseren Kundinnen und Kunden entsprechend ihrem Bedarf bereitgestellt“, erklärt Geschäftsführerin Tina Märzendorfer.

Neben dem Quantensprung in den Bereichen Qualität und Produktivität wurden durch den Einsatz modernster Technik auch enorme Einsparungen in Wasser- und Energiever-

brauch sowie bei CO₂-Emissionen realisiert: Der CO₂-Ausstoß je Kilowattstunde wurde nachweislich um über 30 Prozent gesenkt. Der Frischwasserverbrauch liegt bei 5,8 Liter pro Kilogramm Wäsche; zum Vergleich: 15 bis 18 Liter benötigt man im Privathaushalt. Die Hygienestandards entsprechen allen Anforderungen aus dem Hotel- und Gastronomiebereich, wie auch den strengen Richtlinien der Lebensmittelindustrie. Textilpflege Leitgeb wird regelmäßig von der HygCen Austria überprüft und entsprechend ausgezeichnet. Gute Kundenbetreuung ist für das über 400 Jahre alte Traditionsunternehmen der wesentliche Grund des Erfolgs. „Als ausgezeichnete Serviceleitbetrieb profitieren wir durch die Zufriedenheit unserer KundInnen. Durch eine Vielzahl an Weiterempfehlungen wachsen wir stetig“, sagt Tina Märzendorfer: „Deshalb sind wir immer auf der Suche nach neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die Freude daran haben, unsere Kundinnen und Kunden zu begeistern.“

Textilpflege Leitgeb ist als Serviceleitbetrieb darauf bedacht auf dem neuesten Stand der Technik zu sein, um seinen KundInnen beste Qualität zu bieten.



Foto: Textilpflege Leitgeb

VON STEPHAN SCOPPETTA

AB 1,90 EURO ONLINE AUF NUMMER SICHER GEHEN

Der neue s Alpin-Unfall-Schutz und der s Running-Unfall-Schutz sorgen mit wenigen Klicks für mehr Sicherheit auf dem Berg und beim Sport. Einfach online abschließen und sorgenfrei Berge erklimmen oder einen Marathon laufen.



Foto: iStock.com

Sonnenschein, grüne Almen und einen Gipfel vor Augen – was gibt es Schöneres: Herbstwochenenden laden zu ausgedehnten Wanderungen ein. Das bringt nicht nur den Körper in Schwung, sondern ist auch Entspannung pur für den Geist. Doch im Gebirge ist höchste Vorsicht geboten, denn nicht nur das Wetter kann unberechenbar sein, auch das Gelände. Laut Österreichischem Kuratorium für Alpine Sicherheit sind 2016 beachtliche 7.579 Unfälle im alpinen Gelände passiert. Wobei die meisten Unfälle nicht, wie man meinen könnte, beim Klettern oder bei anderen extremen Sportarten geschehen, sondern beim Wandern. Manfred Bartalszky, Vorstandsdirektor der s Versicherung: „Grundsätzlich werden die Risiken bei Freizeitaktivitäten von den Österreichern unterschätzt. Dabei passieren 75 Prozent aller Unfälle beim Sport, im Haushalt oder in der Freizeit.“ Das Problem dabei ist, dass man in Österreich nach einem Unfall zwar medizinisch erstversorgt wird, aber für Folgeschäden, wie etwa Invalidität nach einem Freizeitunfall, keine Leistungen aus der gesetzlichen Unfallversicherung erwarten darf. „Die gesetzliche Unfallversicherung kommt nur für die Folgen von Unfällen auf, die sich am Arbeitsplatz oder auf dem Weg dorthin ereignen. Für alle Unfälle in der Freizeit oder im Haushalt gibt es hingegen keinen gesetzlichen Schutz“, warnt Bartalszky. Eine private Unfallversicherung ist daher ein Gebot der Stunde. Dennoch hat rund die Hälfte der Bevölkerung noch keine private Unfallversicherung abgeschlossen.



Foto: s Versicherung

„GRUNDSÄTZLICH WERDEN DIE RISIKEN BEI FREIZEIT-AKTIVITÄTEN VON DEN ÖSTERREICHERN UNTERSCHÄTZT.“

Manfred Bartalszky
Vorstandsdirektor der s Versicherung

GARANTIERTE SOFORTAUSZAHLUNG

Für einen vernünftigen Unfallschutz muss man heute nicht mehr unbedingt den Weg in seine Erste-Filiale oder Sparkasse antreten, sondern kann das ganz bequem online von zu Hause aus erledigen. Der s Unfall-Schutz mit garantierter Sofortauszahlung kann jederzeit via „George“, dem Online-banking von Erste Bank und Sparkassen, abgeschlossen werden. Der Versicherungsschutz – weltweit und rund um die Uhr – beginnt in der Sekunde des Mausclicks zum Vertragsabschluss. Vorstandsdirektor der s Versicherung Bartalszky: „Der s Unfall-Schutz der s Versicherung garantiert die sofortige Auszahlung für die 47 häufigsten Verletzungsarten wie Knochenbrüche, Sehnen- oder Bänderrisse, Verrenkungen oder Amputationen. Damit müssen Verunglückte keine langen Wartezeiten und Diskussionen über die Einstufung der Verletzung in Kauf nehmen. Es reicht ein ärztlicher Befund, und die s Versicherung zahlt sofort und ohne Wartezeit den entsprechenden Geldbetrag aus.“

KURZFRISTIG VERSICHERT VIA SMARTPHONE

Doch was tun, wenn man sich aufgrund des schönen Wetters zu einer Wanderung entschließt oder spontan an einem Laufevent teilnimmt? Bartalszky: „Die s Versicherung hat spezielle Produkte für sport- und bewegungsbegeisterte Menschen entwickelt. Der s Alpin-Unfall-Schutz ist ideal für den Bergsport, der s Running-Unfall-Schutz ist auf die besonderen Bedürfnisse von Laufbegeisterten abgestimmt.“ Der s **Alpin-Unfall-Schutz** bietet für ein bis sieben Tage das Rundum-Sorglos-Paket für den Berg. Ob Wandern im Herbst oder Schifahren im Winter, um nur 4,90 Euro pro Tag sind Hubschrauber-Bergungskosten bis zu 10.000 Euro und Unfallkosten bis 1.000 Euro (zum Beispiel Wahlarztgebühren) gedeckt. Darüber hinaus werden bei schweren Unfällen 100.000 Euro direkt ausgezahlt.

Der s **Running-Unfall-Schutz** eignet sich besonders für TeilnehmerInnen von Firmenläufen, Marathons und anderen Laufevents in Österreich. Um günstige 1,90 Euro ist man bereits eine Stunde nach Abschluss bis 24 Uhr am Veranstaltungstag versichert. Bartalszky: „Jeder kann sich versichern. Für Versicherungsnehmer mit Wohnsitz in Österreich leistet der s Running-Unfall-Schutz zusätzlich die garantierte Sofortauszahlung für die 47 häufigsten Verletzungsarten.“

Beide Produkte können ab sofort und mit wenigen Klicks auf www.sparkasse.at/unfallversicherungen abgeschlossen werden.

s Alpin-Unfall-Schutz – die Vorteile

- Kurzfristige Unfallversicherung für den Bergsport (wandern, klettern, schifahren, snowboarden etc.)
- Laufzeit: individuell wählbar von 1 bis 7 Tagen
- Hubschrauber-Bergungskosten bis 10.000 Euro
- Unfallkosten bis 1.000 Euro, z.B. Wahlarztgebühren oder Rücktransport ins Heimatspital
- Kostenersatz für kosmetische Operationen bis 10.000 Euro
- Hilfe für medizinische, soziale und berufliche Rehabilitation
- 100.000 Euro Versicherungsleistung ab 50 Prozent Invalidität
- Prämie pro Person und Tag: 4,90 Euro, bis zu drei Kinder können pauschal für 2,50 Euro pro Tag mitversichert werden
www.sparkasse.at/alpinschutz

s Running-Unfall-Schutz – die Vorteile

- Kurzfristige Unfallversicherung für Laufevents in Österreich
- Laufzeit: Versicherungsschutz am Veranstaltungstag bis 24 Uhr
- Garantierte Sofortauszahlung für die 47 häufigsten Verletzungsarten wie Knochenbrüche, Sehnen- und Bänderrisse oder Verrenkungen für TeilnehmerInnen mit Wohnsitz in Österreich
- Unfallkosten bis 1.500 Euro
- Bis zu 300.000 Euro Versicherungsleistung ab 90 % Invalidität
- Knochenbruchpauschale bis 500 Euro
- Prämie pro Person und Tag: 1,90 Euro
www.sparkasse.at/runningschutz

ZUKUNFTS- UND WETTBEWERBSFÄHIGER FINANZPLATZ ÖSTERREICH

HAUPTFORDERUNGEN DES ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSENVERBANDES AN DIE NEUE BUNDESREGIERUNG

Die Globalisierung bietet die große Chance, den hohen gesellschaftlichen Wohlstand zu erhalten. Dafür müssen Politik und Wirtschaft gemeinsam kontinuierlich an einem Strang ziehen und an sinnvollen, praxistauglichen und nachhaltig erfolgreichen Strukturen, Regeln und Rahmenbedingungen arbeiten. Für das Arbeitsprogramm der neuen österreichischen Bundesregierung hat der Österreichische Sparkassenverband als die Interessenvertretung der heimischen Sparkassen daher die aktuell wichtigsten Forderungen für einen zukunfts- und wettbewerbsfähigen Finanzplatz zusammengefasst.

1. ANGEMESSENE UND ZIELGERICHTETE REGULATORIK

Die seit der globalen Finanzkrise überbordenden Regulierungen im Bereich der Finanzwirtschaft strapazieren Kreditinstitute wie KundInnen gleichermaßen. Die Kundenbeziehungen werden durch überzogene Informations-, Hinweis- und Meldepflichten belastet. Die bestehenden Regulierungen gehören dringend evaluiert und auf Praxistauglichkeit geprüft. Im Zuge der Regulierungsflut wurde zudem vergessen, zwischen großen, systemrelevanten Kreditinstituten und kleinen und mittleren Retailbanken, wie den Sparkassen, zu unterscheiden.

- **Proportionalität:** Gerade kleinere, regional verankerte Kreditinstitute, die vor allem in Österreich auf breiter Ebene die Wirtschaft tragen, sind besonders krisenfest und leisten einen bedeutenden Beitrag für die Finanzierung von KMU und PrivatkundInnen. Zur nachhaltigen Sicherung dieser heterogenen Bankenstruktur muss von Österreichs Politik dringend mehr Proportionalität in der Regulierung eingefordert und umgesetzt werden. Es braucht eine stärkere Differenzierung aufgrund von Größe, Risiko, Geschäftsmodell sowie weiterer entscheidender Kriterien, um die Belastung durch regulatorische Anforderungen auf ein angemessenes Maß zu reduzieren.
- **Auch innerhalb konsolidierter Gruppen:** Wichtig ist dabei, dass die Prüfung, ob ein Institut als systemrelevant einzustufen ist oder nicht, auch bei konsolidierten Gruppen auf Einzelinstitutsebene erfolgt. Das heißt: Einzelinstitute auch innerhalb einer konsolidierten Gruppe müssen von einer proportionalen Anwendung Gebrauch machen dürfen. Damit wird die Wettbewerbsneutralität von Regionalinstituten sichergestellt. Alles andere würde für kleine regionale Kreditinstitute weiterhin unverhältnismäßig hohe regulatorische Kosten und Aufwand bedeuten.
- **Ende der doppelten Rechnungslegung:** Einen konkreten Schritt in Richtung Entbürokratisierung würde auch die Umsetzung des in der EU bereits vorhandenen Wahlrechts bezüglich der befreienden Anwendung von IRFS für den Einzelabschluss bedeuten. Wie bereits in vielen Ländern Europas angewendet, fordern wir auch für Österreich, von dieser Wahlmöglichkeit Gebrauch zu machen. Damit würde die zwingende Erfordernis einer doppelten Rechnungslegung entfallen und alle Unternehmen, die zusätzlich zum UGB- auch einen IRFS-Abschluss erstellen müssen, würden eine wesentliche Kostenreduktion erfahren.
- **Unbürokratischer Konsumentenschutz statt Gold-Plating:** Die österreichischen Sparkassen bekennen sich seit jeher zu sinnvollem Konsumentenschutz. In den letzten Jahren haben die Konsumentenschutzgesetze allerdings eine Dimension erreicht, die nicht mehr im Interesse der KonsumentInnen liegt. Die diesbezüglichen Bestimmungen sollten daher Ministerien-übergreifend auf ihre Wirksamkeit und Notwendigkeit evaluiert werden, mit dem Ziel, leicht verständliche, einfache Regelungen zu etablieren und über das Ziel hinausschießende Regelungen (Gold-Plating) entsprechend anzupassen.
- **Basel IV:** Zudem soll sich die künftige Bundesregierung für international abgestimmte Regulierungsstandards einsetzen. So ist insbesondere bei einer möglichen künftigen Umsetzung von Basel IV auf die europäischen und österreichischen Spezifika zu achten und globalen Wettbewerbsverzerrungen vehement entgegenzutreten. Im Interesse des Standorts Österreich darf die Kreditvergabe keinesfalls eingeschränkt werden. Die aktuellen Vorschläge des Basler Ausschusses würden zu deutlichen Erhöhungen der Eigenkapitalanforderungen führen und Arbeitsplätze in Österreich gefährden. Ein Beispiel von reduzierter Eigenkapitalunterlegung wären etwa Finanzierungen im Sinne von „Sustainable Finance“ (siehe Punkt 5).

2. BEIBEHALTUNG DES BARGELDS ALS WICHTIGE WAHLFREIHEIT FÜR KONSUMENTINNEN UND UNTERNEHMERINNEN

Wir fordern ein klares Bekenntnis der Bundesregierung sich auch in internationalen Gremien für die Beibehaltung von Bargeld einzusetzen. Auf EU-Ebene wird die Bargeldeinschränkung derzeit vor allem als Maßnahme gegen Terrorbekämpfung diskutiert. Bargeld steht jedoch nicht in ursprünglichem Zusammenhang mit Terror und die Verhältnismäßigkeit ist nicht gegeben. Den ÖsterreicherInnen muss die volle Wahlmöglichkeit und persönliche Freiheit belassen werden, wie sie Zahlungen abwickeln möchten. Bargeld ist nach wie vor die einfachste und sicherste Zahlungsart und stellt einen wesentlichen Teil der Privatsphäre unserer BürgerInnen dar.

3. DIGITALISIERUNGSFREUNDLICHE RAHMENBEDINGUNGEN UND ERHÖHTE SICHERHEIT

Wir befinden uns mitten in der digitalen Revolution. Um die Potenziale der Digitalisierung möglichst rasch heben und im internationalen Wettbewerb bestehen zu können, benötigen wir digitalisierungsfreundliche Rahmenbedingungen.



- **Fairer Wettbewerb und ein Level-Playing-Field:** Die Basis für einen wettbewerbsfähigen (Finanz-)Standort bilden ein fairer Wettbewerb und ein Level-Playing-Field zwischen allen Marktteilnehmern. Neue technologische Lösungen und FinTechs begrüßen wir, bedeuten sie doch neue Möglichkeiten und Effizienzpotenziale. Sowohl für einen fairen Wettbewerb aller Player als auch für einen konsequenten Verbraucherschutz ist jedoch Voraussetzung, dass für alle Anbieter von Finanzdienstleistungen gleiche regulatorische Anforderungen gelten. Österreich muss hier eine proaktive Rolle einnehmen.
- **Volldigitalisierung des Geschäftsverkehrs (Onboarding):** Parallel mit der voranschreitenden Digitalisierung ist ein entsprechender Rechtsrahmen zu schaffen, der wiederum mit Augenmaß und möglichst unbürokratisch an die sich wandelnden Bedürfnisse von Finanzdienstleistungs-Anbietern und KundInnen angepasst werden soll. Ziel sollte sein, dass von der Kontoeröffnung bis zur -schließung alles digital ausgeführt werden kann. Momentan sind Unternehmen noch immer verpflichtet die meisten Konsumenteninformationen schriftlich zuzustellen, was vielfach unnötig Zeit und Kosten verursacht.
- **Serviceorientierter Datenschutz bei gleichzeitiger Erhöhung der Datensicherheit:** Während das ‚Banking‘ immer digitaler wird, hinken die ‚Services‘ hinterher. Dieser Widerspruch gehört aufgelöst und die sinnvolle Nutzung von Kundendaten ermöglicht, mit der etwa ein optimiertes Anlageprodukt empfohlen und die Beratungsleistung verbessert werden kann. Derzeit darf ein Beratungsservice nicht aufgrund automatisch ausgewerteter Daten erfolgen.

Gleichzeitig sind die Gesetzgeber gefordert, rasch effektive Maßnahmen und Rahmenbedingungen gegen Cybercrime im Sinne der Datensicherheit und des Verbraucherschutzes zu setzen.

4. EU-EINLAGENSICHERUNG DARF NICHT ZUR VERGEMEINSCHAFTUNG VON RISIKEN FÜHREN

Der Entwurf zur Europäischen Einlagensicherung (EDIS) ist ein Vorstoß hin zu mehr Risikoteilung innerhalb der Bankenunion. Er muss jedoch der Bedeutung dezentraler Institute wie der Sparkassen und ihrer Sicherungssysteme noch mehr gerecht werden.

Die Risikoreduzierung und die adäquate Berücksichtigung von Sicherungssystemen, die genau diesen Zweck erfüllen, muss gewährleistet werden. Dies ist derzeit nicht der Fall. Die einheitliche Einlagensicherung, die alle Spareinlagen auf EU-Ebene sichern soll, würde im Ernstfall zu einer Vergemeinschaftung von Risiken zu Lasten der österreichischen SparerInnen führen. Die wichtigste Vorbedingung ist daher die Reduzierung der Risiken in den Bankbilanzen vieler Institute. Das Prinzip „too big to fail“ muss der Vergangenheit angehören.

5. KLARES BEKENNTNIS ZU „NACHHALTIGER FINANZIERUNG“ (SUSTAINABLE FINANCE)

Die österreichischen Sparkassen bekennen sich zum Thema Nachhaltigkeit und leben das Thema ‚Gemeinwohl‘ bereits seit ihrer Gründung vor 200 Jahren. Wir unterstützen daher ausdrücklich die aktuellen Bemühungen auf EU-Ebene für „Sustainable Finance/Nachhaltige Finanzierung“ und fordern auch von der heimischen Politik ein klares Bekenntnis dazu ein.

Nachhaltige Finanzierung bezieht sich auf jede Form von Finanzdienstleistung, die in die Geschäfts- oder Investitionsentscheidungen Umwelt-, Sozial- und Governance-Kriterien einbezieht, durch die die KundInnen und die Gesellschaft insgesamt profitieren. Ziel ist ein Finanzsystem, das sich einer nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung mehr als der Gewinnmaximierung verpflichtet fühlt, nachhaltige soziale Entwicklung statt Ungleichheit sowie eine nachhaltige Umweltentwicklung fördert. Gleichzeitig stimuliert Sustainable Finance die Wirtschaft und leistet einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der Klimaziele 2030/2050.

Um für dieses zukunftsweisende Bekenntnis Zustimmung auf breitester Ebene zu erlangen, ist ein Dialog aller beteiligten Akteure, zu denen natürlich auch die Politik zählt, zu forcieren und zuallererst eine gemeinsame Klassifizierung bzw. exakte Definition von Sustainable Finance zu erarbeiten. Aus Sicht der Sparkassen sollte etwa der Bereich des „Social Banking“ unter diese Klassifizierung fallen und sich Österreich als Vorreiter bereits jetzt steuerliche Anreizsysteme und weitere geeignete Rahmenbedingungen für die praktische Umsetzung überlegen.

VON HERTA SCHEIDINGER

SCHRITT IN DIE ZUKUNFT

Der Begriff Digitalisierung ist in aller Munde. Hier den Anschluss nicht zu verpassen, ist für die heimische Wirtschaft essenziell – Klein- und Mittelbetriebe sind gefordert.

Wer denkt, dass die Digitalisierung nur große Industriebetriebe betrifft, der irrt. Auch Klein- und Mittelbetriebe müssen sich mit dem Thema auseinandersetzen, um in Zukunft bestehen zu können. „Digitalisierung ist keine Frage der Branche oder der Unternehmensgröße. Auf Seiten der Unternehmen muss das Digitalisierungstempo jedoch deutlich erhöht werden, damit Österreich den internationalen Anschluss nicht verliert“, sagt Dietmar Kotras, Managing Partner bei DXC Technology Austria.

„Die Digitalisierung birgt unglaubliche Chancen, nicht nur für Vermarktung und Vertrieb, sondern für sämtliche Bereiche eines Unternehmens – es werden Innovationen forciert und es wird grundlegend eine bessere Vernetzung ermöglicht. Unternehmen im ländlichen Raum brauchen nicht mehr hinter den urbanen Ballungsgebieten zurückstehen.“

KNOW-HOW DER MITARBEITERINNEN IST GEFRAGT

Entscheidend ist natürlich, wie es um die digitalen Kompetenzen und das Know-how der MitarbeiterInnen bestellt ist. Ein Punkt, der den heimischen KMU bewusst ist: Neun von zehn Unternehmen bieten ihren MitarbeiterInnen Weiterbildung an, Österreich liegt damit deutlich über dem EU-Durchschnitt von 66 Prozent. Sind auch die Unternehmen abseits der Landeshauptstädte für die digitale Zukunft gerüstet? „Die Potenziale werden bereits heute weit abseits der Landeshauptstädte genutzt. Mit dem seit langem avisierten Breitband-Ausbau und 5G-Lösungen wird die existierende Infrastruktur weiterentwickelt, um entsprechende Rahmenbedingungen für alle Unternehmen zu schaffen“, erklärt Kotras. Noch lässt der Breitbandausbau in vielen Regionen auf sich warten. Ist es aber einmal soweit, dann rückt der überregionale oder gar weltweite Vertrieb der Waren für die heimischen KMU in greifbare Nähe. Die steigende Nachfrage nach regionalen Produkten in einer globalisierten Wirtschaft bietet weitere Chancen für KMU. Regionale Produkte werden zunehmend über Online-Shops vertrieben, dabei spielt es keine Rolle mehr, wo das Unternehmen zu Hause ist. Ausschlaggebend wird jedoch sein, sich den neuen Herausforderungen zu stellen, Kompetenzen aufzubauen und zukunftsfit zu werden.

Foto: Jürgen Hammerschmid



„DIE DIGITALISIERUNG BIRGT UNGLAUBLICHE CHANCEN, NICHT NUR FÜR VERMARKTUNG UND VERTRIEB, SONDERN FÜR SÄMTLICHE BEREICHE EINES UNTERNEHMENS.“

Dietmar Kotras,
Managing Partner, DXC Technology Austria

Die Digitalisierung wird zu grundlegenden Veränderungen der Marktbedingungen führen. In 55 Prozent der Unternehmen ändert sich dadurch das Geschäftsmodell. Und da heißt es keine Zeit mehr zu verlieren, denn das Veränderungstempo ist enorm. Das Thema Digitalisierung betrifft viele Bereiche in den Betrieben, von der elektronischen Rechnung über digitale Geschäftsprozesse bis hin zur Logistik. Auch E-Commerce und Social Media, also den elektronischen Verkauf und das elektronische Marketing, darf man nicht vergessen. Digitalisierungs-Experte Kotras:

FRISCHE PIZZA AUF KNOPFDRUCK – EIN ERFOLGSKONZEPT AUS OBERÖSTERREICH



AUS EINEM STUDENTENPROJEKT WURDE EINES DER INNOVATIVSTEN START-UPS IN OBERÖSTERREICH: MIT SEINEM „RUND-UM-DIE-UHR-PIZZERIA“-KONZEPT ETABLIERTE SICH BISTROBOX IN EINER BISHER KAUM BESETZTEN NICHE.

Die innovative Idee für einen Brot- und Gebäck-Backautomaten wurde von Jürgen Traxler, Klaus Haberl und David Kieslinger, drei Absolventen der Fachhochschule Wels, während einer Marketing-Vorlesung geboren. In zahlreichen Einzelprojekten und Diplomarbeiten wurde das Thema behandelt und heraus kam schließlich das funktionierende Konzept eines Heißluft-„Pizzaofens“ für die Selbstbedienung durch die KundInnen. Der erste Prototyp, aus Teilen eines Küchenofens der Mutter eines der Gründer, wurde ebenfalls im Zuge einer Lehrveranstaltung entwickelt. Wie die erste Pizza der drei Oberösterreicher geschmeckt hat, weiß keiner, denn sie kam brennend aus dem Ofen. Die technische Entwicklung des Pizzaofens startete Ende 2008 und dauerte sechs Jahre, bis 2014 die erste 24-Stunden-Pizzeria in Eferding eröffnet wurde.

GEGENSEITIGE UNTERSTÜTZUNG

Doch wie schwer war es für die drei jungen Start-up-Gründer, andere von der innovativen Idee zu überzeugen? „Da wir als Gründerteam zu dritt sind, hatten wir hier die dreifache Motivation und konnten uns, beziehungsweise können uns, immer gegenseitig unterstützen und ergänzen. Das ist ein großer Vorteil“, sagt Geschäftsführer und Co-Founder Klaus Haberl: „Wir hatten das Glück, dass wir meist mit einer ofenfrischen Pizza bestechen konnten, um mit unserer Idee zu überzeugen. Teilweise war es jedoch schwierig den High-Tech-Charakter rüberzubringen, der hinter unserer ‚Pizza auf Knopfdruck‘ steckt. Etwa die Heizung, Kühlung, Lebensmitteltechnik, Automatisierung und unzählige Sensoren. Wir haben sechs Patente angemeldet.“

BEI 300 GRAD OFENFRISCH GEBACKEN

In der BistroBox gibt es vier Sorten Pizza, die immer verfügbar sind: Salami, Schinken, Diavolo, Käsebaguette, und dazu eine saisonale Sorte, die alle drei Monate wechselt. Die Pizzen stammen von einem niederösterreichischen Produzenten, der die Herkunft der Zutaten aus Österreich garantiert. Jede Pizza wird von Hand belegt, luftdicht verpackt und kommt bei 5 °C in den Pizzaofen. Dabei speichert jeder Pizzaofen automatisch das Befülldatum jedes einzelnen Produkts. Um die Pizza genießen zu können, wählt man am Display die Wunschpizza aus, bezahlt und drückt auf „Start“. Dann wird die Pizza von der Verpackung getrennt und in den Heißluftofen geschoben. Dort wird sie bei über 300 °C ofenfrisch gebacken. KundInnen können durch ein Sichtfenster den Vorgang von der Entpackstation bis zum Heißluftofen verfolgen. Die frische Pizza ist in zwei

Minuten fertig. Neben den Pizzen werden im Selbstbedienungs-System insgesamt über 100 Produkte angeboten, darunter 30 verschiedene Getränke, unterschiedliche Snacks und frisch gemahlener Kaffee.

Das System, das ohne Personal auskommt, sichert dennoch Arbeitsplätze. Denn BistroBox geht dorthin, wo die Infrastruktur im Rückzug ist. Der Bau, das Beliefern und das Warten der Öfen schufen in der Unternehmenszentrale Stellen für 13 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

FRANCHISE-SYSTEM

Beim Ausbau des Filialnetzes setzt das innovative Gastronomie-Start-up aus Holzhausen auf ein Franchise-System. Mittlerweile gibt es zwölf Standorte, von denen vier von der BistroBox GmbH selbst betrieben werden, die restlichen acht Filialen werden von vier Franchise-PartnerInnen geführt. Und so funktioniert es: Die Franchise-PartnerInnen errichten und eröffnen mit Hilfe der BistroBox-Zentrale ihren jeweils eigenen BistroBox-Standort und betreiben diesen als selbständige UnternehmerInnen. PartnerInnen der Bistrobox können auf ein komplettes System zurückgreifen: angefangen von Standortbau und Standortsuche über Produktentwicklung, Marketing, Geräteauswahl, Einkaufskonditionen, Onlineüberwachung bis hin zu Sortiment und Preisfestlegung und einheitlichen Qualitätsstandards. Die Hauptaufgaben der Franchise-NehmerInnen sind dabei die ordentliche Bestückung, um den KundInnen gleichbleibende Qualität zu garantieren, sowie die Reinigung und Instandhaltung. Die BistroBox-Zentrale unterstützt im Hintergrund und entwickelt das System laufend weiter, damit das Konzept auf dem neuesten Stand bleibt.

EXPANSIONSKURS IN GANZ ÖSTERREICH

Der Expansionskurs der Oberösterreicher ist noch lange nicht beendet. Mit der Eröffnung einer BistroBox im Wiener Prater wurde im Mai 2017 die erste Filiale außerhalb Oberösterreichs eröffnet. „Durch unser Franchise-System ist das Geschäftsmodell skalierbar geworden. Aktuell arbeiten wir daran, in ganz Österreich mit unserem Konzept vertreten zu sein. Dazu sind wir auf der Suche nach den besten Standorten und nach Partnerinnen und Partnern, die bei der Expansion von BistroBox dabeisein wollen“, sagt Klaus Haberl. Über mangelndes Interesse können sich die Gründer nicht beklagen – momentan liegen mehr als 400 Anfragen von potenziellen Franchise-PartnerInnen auf dem Tisch.

TRADITIONSUNTERNEHMEN

„WIR SCHAFFEN EIN ZUHAUSE“

VON HERTA SCHEIDINGER



Individualität statt Einheitsbrei – die ZIMA Unternehmensgruppe setzt Maßstäbe in der Immobilienentwicklung.

Seit der Gründung im Jahr 1971 entwickelt und realisiert ZIMA „besondere Gebäude für besondere Menschen“. Und das hat seinen Grund: Das eigene Zuhause definiert für die meisten Menschen den Mittelpunkt ihres Lebens. Darum braucht es für die Schaffung von Wohnraum viel Gefühl und Know-how. Ganzheitliche Entwicklung im Einklang mit städteplanerischen Anforderungen, den Bedürfnissen der Menschen sowie im nachhaltigen Umgang mit der Umwelt ist das Ziel. „Wir haben in den vergangenen 46 Jahren über 6.000 Wohnungen gebaut und Betriebsansiedelungen für über 6.500 Arbeitsplätze geschaffen“, erzählt Alexander Nußbaumer, Vorstandsvorsitzender und Inhaber der ZIMA Gruppe: „Wir schaffen ein Zuhause, und das ist das Schöne an unserem Beruf.“

ERFOLGREICH IM DEUTSCHSPRACHIGEN ALPENRAUM

Von Vorarlberg aus etablierte sich der Immobilienentwickler ZIMA zunächst regional, um dann schrittweise zu expandieren: Neben dem Stammsitz in Dornbirn befinden sich weitere Niederlassungen in Wien, Innsbruck, Bozen, München, Röhthis und St. Gallen. Heute ist ZIMA einer der führenden privaten Marktteilnehmer im deutschsprachigen Alpenraum. Der Erfolg in Zahlen ausgedrückt: Die Jahresgesamtleistung wurde im Zeitraum 2011 bis 2016 pro Jahr um rund 18 Prozent gesteigert. Im Vorjahr verzeichnete man einen Umsatz von 174 Millionen Euro.



„WIR HABEN IN DEN VERGANGENEN 46 JAHREN ÜBER 6.000 WOHNUNGEN GEBAUT UND BETRIEBSANSIEDELUNGEN FÜR ÜBER 6.500 ARBEITSPLÄTZE GESCHAFFEN.“

Alexander Nußbaumer,
Vorstandsvorsitzender und Inhaber
der ZIMA Gruppe

WOHNEN IM ZENTRUM ALS HERAUSFORDERUNG

Metropolregionen wie München oder Wien erleben in den letzten Jahren einen enormen Aufschwung. Der stetig wachsende Wohnraumbedarf kann kaum bedient werden. Der Trend geht wieder verstärkt in die Stadt- und Dorfkerne. „Wohnen im Zentrum ist eine anhaltende Tendenz und zugleich auch Herausforderung, Projekte mit entsprechender Qualität, Lage und Funktion zu entwickeln. Weltweit geht der Trend sogar vermehrt dahin, dass Menschen wieder in Groß-

städte ziehen. Allen voran die jüngere Generation. Das Konsumverhalten der jungen Leute hat sich verändert. Die ‚Generation Entertainment‘ will Spaß, Unterhaltung, Ausgehen. Aber auch Ausbildungsmöglichkeiten, Universitäten, Jobs und berufliche Perspektiven sind immer wichtiger“, bringt es Alexander Nußbaumer auf den Punkt.

SCHRITT NACH WIEN

Mit der Expansion in die Bundeshauptstadt Wien schaffte ZIMA 2016 den Lückenschluss im deutschsprachigen Alpenraum Richtung Osten. Im Oktober 2016 wurde das Büro in der Nähe des Stephansdoms bezogen. Das sechsköpfige Team an erfahrenen Immobilienprofis hat aktuell drei Großprojekte in Vorbereitung. Nußbaumer: „Mit rund 770 Neubauwohnungen und einem Projektvolumen von insgesamt rund 180 Millionen Euro werden wir uns auch in Wien nachhaltig etablieren können. So werden etwa im Bezirk Donaustadt gleich zwei Areale aufgewertet. Der 22. Gemeindebezirk ist einer der aufstrebendsten Bezirke in Wien.“ Ziel ist es, ansprechenden Wohnraum zu einem angemessenen Preis zu schaffen. Mitten im „Kirschblütenpark“ entsteht an der Donaufelder Straße/Nippongasse ein Wohnhausprojekt mit rund 380 Wohneinheiten verteilt auf drei Baukörper. Das Projektvolumen umfasst rund 100 Millionen Euro. Die fußläufige Erschließung des Parks durch öffentliche Durchgänge verbessert die Wohnsituation deutlich. Am Standort Breitenleer Straße/Senekowitschgasse wiederum wird ein Wohnhausprojekt mit rund 190 Wohneinheiten samt modernen Büro- und Geschäftsräumen gebaut.

PLÄNE FÜR DIE ZUKUNFT

Insgesamt hat die Unternehmensgruppe derzeit rund 3.300 Wohneinheiten in Bau oder in Vorbereitung, davon rund 160 in der Ostschweiz, 360 in Südtirol, 590 in Vorarlberg, 640 in Tirol, 770 in Wien und 780 in München. Gemeinsam mit den geplanten Gewerbeprojekten ergibt das ein Gesamtprojektvolumen von 1,17 Milliarden Euro. Auf Zukunftspläne angesprochen, sagt Nußbaumer: „In der Immobilienbranche denken wir in längeren Zyklen. Unser erklärtes Ziel ist es, alle Projekte in den nächsten Jahren in der Qualität und dem vorgegebenen Zeitraum zu realisieren. Eine der größten Herausforderungen liegt darin, den aktuellen Wohnraumbedarf speziell in Ballungszentren und Ortskernen zu befriedigen und an entsprechendes Bauland zu gelangen. Die aktuelle Grundstückspreisentwicklung in allen Märkten ist fast schwindelerregend, und es wird für uns als Immobilienentwickler immer schwieriger, attraktives Bauland für zukünftige Neubauwohnprojekte zu akquirieren.“

FÜNF FRAGEN AN ...

THOMAS STIPSITS, KABARETTIST, SCHAUSPIELER UND NEO-BUCH-AUTOR, ÜBER GLÜCK, VORSORGE UND VERANTWORTUNG.

1. MACHT GELD GLÜCKLICH? Es macht zumindest unabhängig. Man kann sich damit Situationen schaffen, die glücklich machen. Es kommt auch darauf an, wie man Glück oder Luxus definiert, denn es gibt genug Menschen, die ohne viel Geld glücklich sein können. **2. WAS BEDEUTET GLÜCK FÜR SIE?** Christine Nöstlinger sagt, „Glück ist etwas für den Augenblick“. Es gab in meinem Leben einige Momente, in denen das Glück im Raum war, wie etwa die Geburt meines Sohnes. Da habe ich einen reinen Glücksmoment gespürt. Es ist auch wichtig, die kleinen Glücksmomente zu erkennen, wie Zeit mit meiner Familie zu verbringen oder auch auf einen Berg zu steigen. **3. SPAREN SIE GELD FÜR HARTE ZEITEN – ODER LEBEN SIE FINANZIELL IM MOMENT?** Ich bin ein konservativer Sparer: Den berühmten Notgroschen habe ich immer auf der Seite, das war schon als Kind so. Meine Eltern haben mich einen Sommer ins Ferienlager geschickt, ausgerüstet mit Taschengeld und Verpflegung. Ich war das einzige Kind, das mit mehr Geld retour gekommen ist – weil ich meine Chips, und was ich sonst noch so mithatte, an die anderen verkauft habe. **4. HAT SICH IHR VERHÄLTNISS ZU GELD GEÄNDERT, SEIT SIE VATER SIND?** Man denkt daran, für die Zukunft zu sparen, denn wir möchten unserem Sohn eine finanzielle Basis schaffen, mit der er eine gute Zukunft haben kann. Auch Themen wie eine Zusatzversicherung sind plötzlich wichtig. **5. ÜBERNEHMEN SIE GERNE VERANTWORTUNG?** Ja, im Beruf – aber im Privatleben bin ich froh, wenn ich sie abgeben kann. Zum Glück ist meine Frau sehr gut organisiert und behält den Überblick. Wir haben in dieser Hinsicht eine gesunde Gesprächsbasis und besprechen alles. Das ist in einer Beziehung essenziell.

INFO: Der Obersteirer ist einer der erfolgreichsten Kabarettisten Österreichs und regelmäßig in Film und Fernsehen tätig. Als nächstes ist Stipsits in der Kinokomödie „Baumschlager“ (Kinostart 22. 9.) zu sehen, in der er einen UN-Offizier verkörpert, der in Israel zum Spielball der Interessen wird. In seinem ersten Buch „Das Glück hat einen Vogel“ (Verlag Ueberreuter) wirft der 34-Jährige, der mit seiner Frau und Kollegin Katharina Straßer einen dreijährigen Sohn hat, einen humorvollen Blick auf das Thema Glück.



ERSTE  **BANK**

SPARKASSE 

Was zählt, sind die Menschen.

Schon über

1.000.000

ÖsterreicherInnen
nutzen George!



 George. Das modernste
Banking Österreichs.

erstebank.at
sparkasse.at

