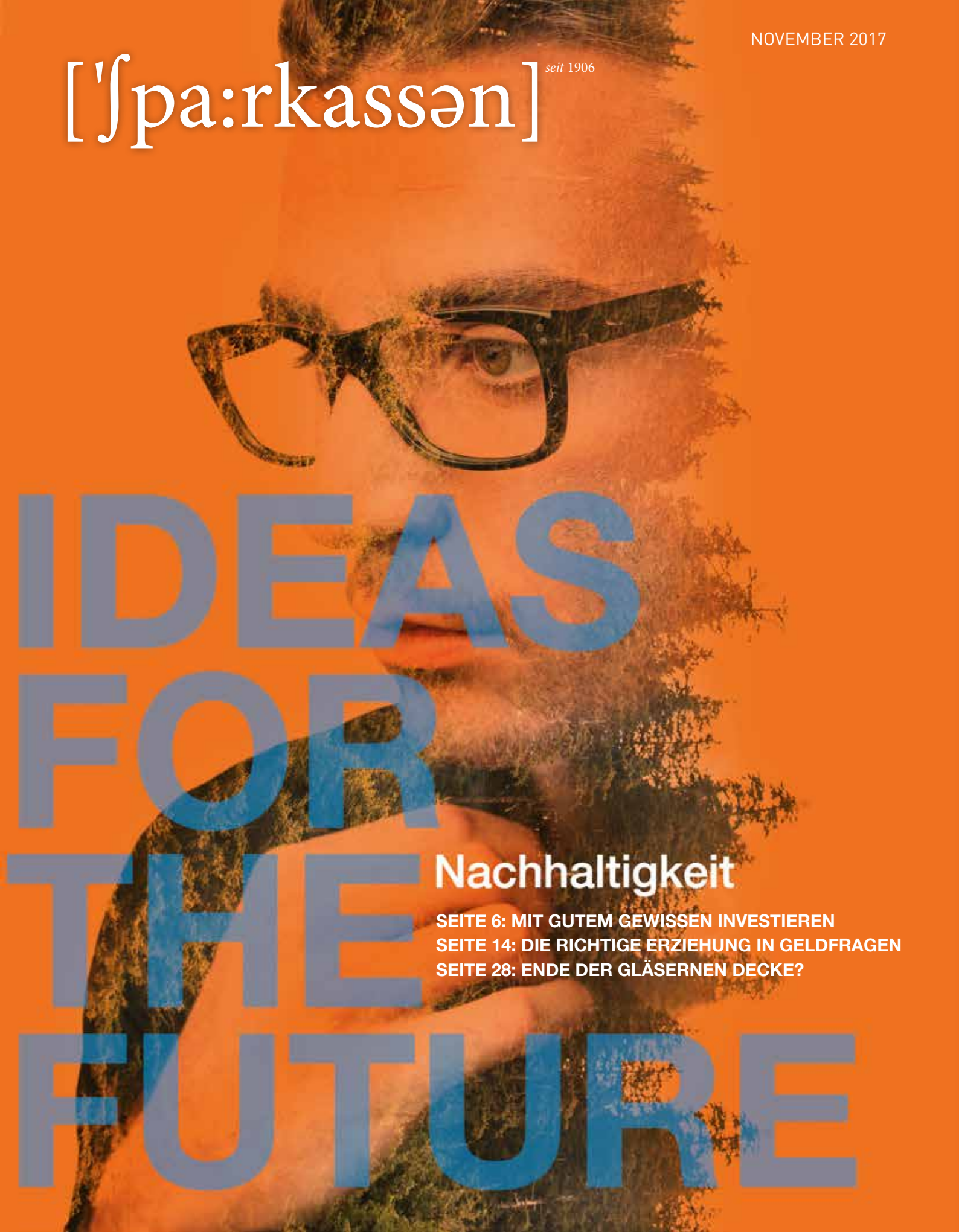
NOVEMBER 2017

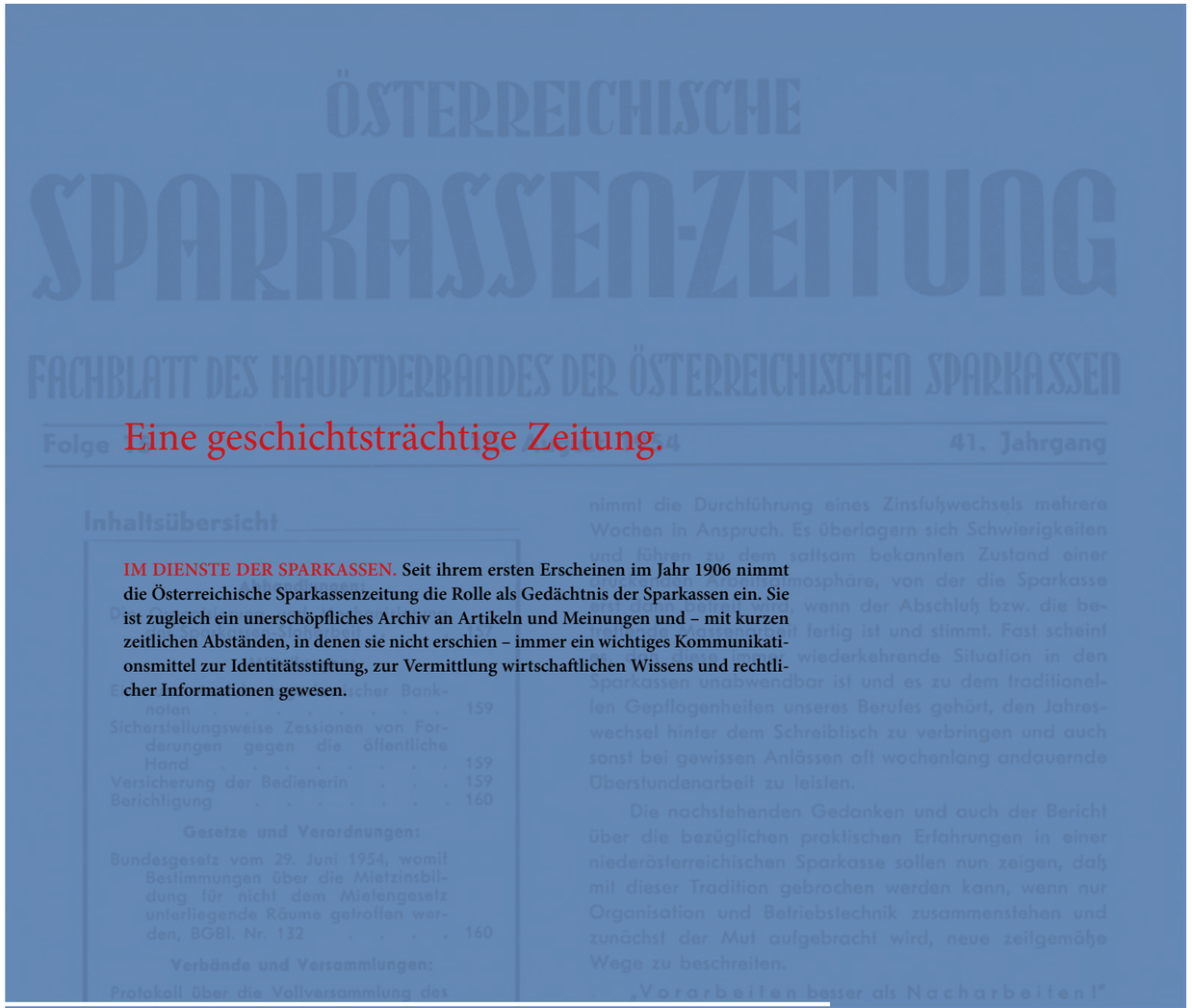
[ˈʃpa:rkassən] *seit 1906*



IDEAS FOR THE FUTURE

Nachhaltigkeit

SEITE 6: MIT GUTEM GEWISSEN INVESTIEREN
SEITE 14: DIE RICHTIGE ERZIEHUNG IN GELDFRAGEN
SEITE 28: ENDE DER GLÄSERNEN DECKE?



Eine geschichtsträchtige Zeitung.

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

IMPRESSUM UND OFFENLEGUNG GEMÄSS MEDIENGESETZ: Bezeichnung des Mediums: Österreichische Sparkassenzeitung;
Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Österreichischer Sparkassenverband, Am Belvedere 1, 1100 Wien,
E-Mail: info@sv.sparkasse.at, Generalsekretär: Franz Portisch; Präsident: Gerhard Fabisch;
Chefredakteur: Markus Nepf; Stv. Chefredakteur: Armand Feka;
MitarbeiterInnen dieser Ausgabe: Stephan Scoppetta, Herta Scheidinger (CvD), Milan Frühbauer,
Ines Friedlmayer, Bastian Kellhofer, Sandra Wobrazek;
Redaktionsbeirat: Karin Berger, Christian Hromatka, Klaus Lackner; Coverbild: iStock.com;
Produktionsleitung: Stephan Scoppetta, Herta Scheidinger (www.feuereifer.at)
Produktion/Litho/Druck: Bernsteiner Media GmbH, Sturzgasse 1 a, OG2, 1140 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

PEFC
PEFC/06-39-269

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

['ʃpa:rkassən] INHALT

Foto: iStock.com

Foto: Pappas Holding

Foto: Irina Gavrich

Foto: Energie und Klimafonds

IM FOKUS
4
Editorial und Kurznachrichten

ECONOMY
6
Mit gutem Gewissen investieren
Ethisch-nachhaltige Investments liegen im Trend

10
MehrWERT
Das Sponsoring-Programm der Erste Bank

12
„Banken verändern auch die Gesellschaft“
Interview mit Klaus Bergsmann, Head of Group Sustainability Office der Erste Group

14
Die richtige Erziehung in Geldfragen
Die Sparkassen engagieren sich seit Jahren als Partner der Schulen

16
Wahrheit oder Mythos?
Was hinter den Vorwürfen gegen Elektroautos steckt

18
100-jährige Anleihe
Das Hundertjährige, das aus dem Fenster stieg

20
Insight Brüssel
Die aktuellsten News aus der EU-Hauptstadt

21
Kommentar Kommunikation
Tue Gutes und rede (nicht) darüber?

LAND UND MÄRKTE
22
Traditionsunternehmen
Die Pappas Holding stellt die Weichen für die Zukunft

24
Der heimische Tourismus boomt
Österreich ist Urlaubs-Hotspot

WERTE
26
Sparkassentag 2017
Regionale Verantwortung für Markt und Gesellschaft

28
Aufsichtsrätinnen:
Ende der gläsernen Decke?

FINALE
30
Fünf Fragen an …
Schauspielerin Doris Schretzmayer

FORUM

NEUER SPAREFROH-FACEBOOK-FILTER

„Erste Bank und Sparkasse“ auf Facebook folgen, in der aktuellen Facebook-Handy-App nach rechts wischen, den Zauberstab wählen und Sparefroh-Filter suchen.

Foto: Erste Bank

Studie: Erste Bank

ETHISCH-NACHHALTIGE INVESTMENTS

Eine Form der Geldanlage wird für die ÖsterreicherInnen immer interessanter: ethisch-nachhaltige Investments. Jede/r zweite ÖsterreicherIn weiß, was darunter zu verstehen ist, aber gerade einmal 4 Prozent haben auch solche Produkte. Das Interesse daran ist dennoch sehr hoch: 45 Prozent halten diese Investments für interessant; 2011 waren es nur 36 Prozent, für die das in Frage gekommen wäre. Heinz Bednar, Geschäftsführer der Erste Asset Management, führt die große Diskrepanz zwischen Interesse und Wertpapier-Besitz darauf zurück, dass viele AnlegerInnen immer noch zu wenig über Wertpapiere wissen und daher bei Veranlagungen an den internationalen Börsen zurückhaltend agieren (mehr dazu auf Seite 12).

STUDIE: SPARBETRAG STEIGT, ZUFRIEDENHEIT BLEIBT ABER UNVERÄNDERT

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

- Der durchschnittliche Sparbetrag steigt auf **239** Euro.
- Nur **10 %** der Einlagen in Aktien veranlagt hätten **4 Mrd.** Euro mehr Rendite gebracht.

Dass die Sparzinsen seit vielen Jahren deutlich unter der Inflationsrate liegen, daran scheint man sich in Österreich gewöhnt zu haben. Das Sparbuch bleibt trotz dieses Umstands weiterhin die beliebteste Sparform der ÖsterreicherInnen. 76 Prozent haben Geld am Sparbuch, bei der ersten repräsentativen IMAS-Studie im Auftrag von Erste Bank und Sparkassen im Jahr 2006 waren es sogar noch fünf Prozent weniger.

Foto: iStock.com

Foto: iStock.com

ZUKUNFTSINSTITUT: PLAYFUL ORGANIZATION

„Entscheidungen einzelner Individuen werden für die Gesellschaft erst dann relevant, wenn sie im Kontext einer Organisation getroffen werden“, beschreibt das Zukunftsinstitut in seiner neuen Studie „Playful Business – Wer spielt, gewinnt!“ die Wichtigkeit von Organisationen. Unabhängig davon, ob sich diese im Bereich des Rechts, der Politik oder der Wirtschaft befinden. Grundtenor ist, dass Organisationen mit eigenen Regeln spielen, um bindende Entscheidungen herauszufiltern. Einengend? Vielleicht. Dennoch sind sie notwendig, dort, wo der oder die Einzelne keinen Weg findet. Unternehmen haben die klare Spielregel „Komplexität reduzieren“. Ihr wichtigstes Werkzeug ist das Management: Wenn es bisher zum Einsatz kam, dienten vor allem Effizienz und Effektivität als Maßstab. Das war damals – heute ist die Komplexität viel größer. Und das Umfeld in dem sich Unternehmen bewegen. Um in diesem Umfeld zu überleben, braucht es neue Methoden des Organisierens: solche, die spielerisches Denken voraussetzen, so eine der Kernaussagen der Studie.

EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser!

Auch wenn Sparbuch und Bausparen immer noch zu den beliebtesten Sparprodukten der ÖsterreicherInnen zählen, wird eine Form der Geldanlage für sie immer interessanter: ethisch-nachhaltige Investments. Während 56 Prozent darüber Bescheid wissen, nutzen sie derzeit aber nur rund vier Prozent, so die neueste IMAS-Umfrage. Dass „Nachhaltigkeit“ keine „Nachteile“ gegenüber nicht-nachhaltigen Investments für InvestorInnen bedeutet, ist offensichtlich noch nicht flächendeckend durchgedrungen. Dabei bestätigen zahlreiche internationale Studien, dass Verantwortung und Rendite kein Widerspruch sind.

Grünes Licht für grüne Fonds? Sind hundertjährige Anleihen veraltet? Diese und andere Fragen beleuchten wir für Sie in der aktuellen Ausgabe unseres Sparkassenmagazins. Da Nachhaltigkeit allerdings ein subjektiver Begriff ist, gibt es auch unterschiedliche Auslegungen über die Eigenschaften eines Nachhaltigkeitsfonds: Vom „Blacklist“- über den „Whitelist“- bis hin zum „Best-in-Class“-Ansatz erklären wir Ihnen die Kriterienkataloge, nach denen in der Fondspraxis die Spreu vom Weizen getrennt wird.

In puncto Nachhaltigkeit geht es uns aber nicht nur um den Investitionsaspekt, sondern auch um generelle Werthaltungen, wie etwa die gesellschaftliche Verantwortung, sowie um erfolgreiche Förder- und Sponsoring-Projekte in der Sparkassengruppe, vom „MehrWERT“-Sponsoring über „Vermehrt Schönes!“ bis hin zur neuen österreichweiten Initiative „zusammen. helfen“.

Liebäugeln Sie aufgrund der niedrigen Sparzinsen damit, Ihr Geld lieber in ein Elektroauto zu investieren? Wir klären Sie über hartnäckige Vorurteile und Mythen auf, welche die leisen Gleiter immer wieder begleiten. „Steter Tropfen höhlt den Stein“ heißt es auch, wenn es um das Finanzwissen unserer Kinder und Jugendlichen geht. Hier bedarf es, wie jüngst Prof. Bettina Fuhrmann vom Institut für Wirtschaftspädagogik auf der WU Wien feststellte, noch zahlreicher Tropfen Wissenselixier, um unsere Kids mit ausreichender finanzieller Eigenverantwortung und ausgeprägtem Risikobewusstsein auszustatten. Kombiniert mit gesellschaftlichem Verantwortungsbewusstsein ist dieses Know-how eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche, nachhaltig gelebte Zukunft. „Geld ist zwar ein Mittel zum Zweck“, sagt Alfred Strigl von der Beratungsfirma plenum für nachhaltige Unternehmensführung, „aber man muss es mit Verantwortung einsetzen und man kann damit einen sozialen und ökologischen Impact erreichen.“

Nützen Sie das gesamte Spektrum an positiven Möglichkeiten und beginnen Sie gleich mit dem Lesen der aktuellen Ausgabe. Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen!

Foto: Daniel Hinterramskogler

FRANZ PORTISCH, GENERALSEKRETÄR DES ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSENVERBANDES

VON STEPHAN SCOPPETTA

For Sustainability

OPEN MIND HERE

LAUT EINER AKTUELLEN STUDIE VON ERSTE BANK UND SPARKASSEN LIEGEN ETHISCH-NACHHALTIGE INVESTMENTS IM TREND. DIE PERFORMANCE EINIGER FONDS AUS DEM BEREICH KANN SICH SEHEN LASSEN. DER NÄCHSTE SCHRITT GEHT WESENTLICH WEITER UND BETRIFFT EIN UNIVERSELLES ENGAGEMENT: DIE ERSTE BANK UNTERSTÜTZT VERMÖGENDE KUNDEN UND KUNDINNEN AUCH BEI IHREN PHILANTHROPISCHEN AGENDEN.

Foto: iStock.com

MIT GUTEM GEWISSEN INVESTIEREN

Die Welt ein Stückchen besser machen. Eine aktuelle IMAS-Studie im Auftrag von Erste Bank und Sparkassen mit 900 TeilnehmerInnen zeigt, dass die ÖsterreicherInnen bei der Geldanlage immer mehr Wert auf ethisch-nachhaltige Investments legen. „Mittlerweile weiß jeder zweite Österreicher, was darunter zu verstehen ist, aber gerade einmal vier Prozent haben auch solche Finanzprodukte“, erklärt Heinz Bednar, Geschäftsführer der Erste Asset Management.

Das Interesse steigt zunehmend: 45 Prozent halten solche Investments für interessant, ein Anstieg von über 20 Prozent in den letzten sechs Jahren. Für Bednar ist diese große Diskrepanz zwischen Interesse und Wertpapier-Besitz darauf zurückzuführen, dass viele AnlegerInnen immer noch zu wenig über Wertpapiere wissen und daher bei Veranlagungen an den internationalen Börsen zurückhaltend agieren. Jede/r zweite ÖsterreicherIn (55 Prozent) geht davon aus, dass ethisch-nachhaltige Investments gleichviel Ertrag bringen wie jedes andere Investment. Die überwiegende Mehrheit der AnlegerInnen (66 Prozent) würde aber sogar einen geringeren Gewinn akzeptieren, nur damit das Geld nachhaltig veranlagt ist. Bednar: „Das müssen sie aber nicht. Zahlreiche internationale Studien bestätigen, dass Verantwortung und Rendite keinen Widerspruch darstellen.“ Insgesamt verwaltet die Erste Asset Management aktuell rund 4,6 Milliarden Euro an Geldern in ethisch-nachhaltigen Fonds und ist damit Marktführer in Österreich. 2011 lag das Volumen noch bei 2,4 Milliarden Euro. „Das ist ein Plus von fast 90 Prozent und zeigt, wie dynamisch sich dieses Thema bei privaten und institutionellen Anlegerinnen und Anlegern entwickelt“, sagt Bednar.

SCHWARZE ODER WEISSE LISTE

Was sind eigentlich Nachhaltigkeitsfonds? Das ist gar nicht so einfach und jede Fondsgesellschaft versteht etwas anderes darunter. AnlegerInnen dürfen nicht vergessen: Nachhaltigkeit ist ein subjektiver Begriff, genauso wie Ethik und Moral. Aber es gibt unterschiedliche Ansätze, wie das gelöst wird. Zum Beispiel gibt es Fonds, die eine „Blacklist“ aufstellen: klare Ausschlusskriterien fürs Investieren. Beispielsweise wird nicht in Unternehmen oder Emittenten investiert, die Menschenrechte missachten oder an der Waffenproduktion beteiligt sind. Oder unethische und umweltschädliche Branchen wie die Rüstungs-, Zigaretten-, oder Öl-Industrie oder Kernenergie sind tabu. Manche formulieren auch eine „Whitelist“, nach der Wertpapiere ausgewählt werden. Investiert wird beispielsweise in Unternehmen, die natürliche Ressourcen schützen.

Foto: Huger

„VERANTWORTUNG UND RENDITE STELLEN DEFINITIV KEINEN WIDERSPRUCH DAR.“

Heinz Bednar,
Geschäftsführer Erste Asset Management

Das können Öko-Firmen sein, die ihr Geld mit Solar- oder Wind-Energie, Biosprit, Biogas, Wasserversorgung oder Abwasseraufbereitung verdienen. Typisch ist, dass diese Unternehmen eine Selbstverpflichtung unterschreiben, nur bestimmte Ausgangsprodukte zu verwenden oder besonders sozial und umweltverträglich zu sein. Es gibt noch einen dritten Ansatz: den „Best-in-Class“-Ansatz. Dabei gelten keine Ausschlusskriterien hinsichtlich Branche und Produkt. Stattdessen wird in Firmen investiert, die in ihrer Branche die ökologischen oder ethischen Standards am besten umsetzen. Hier kann es aber schnell passieren, dass Geld in Unternehmen investiert wird, die nicht mehr viel mit Umweltschutz zu tun haben. In einem solchen Fonds kann sich durchaus auch ein Öl-Multi befinden.

DER PIONIER

Eines der größten Teams von NachhaltigkeitsexpertInnen in Zentraleuropa und der D-A-CH-Region arbeitet in der Erste Asset Management. Sie zählt in Österreich mit mehr als 15 Jahren Erfahrung zu den Pionieren im Bereich nachhaltiger Geldanlage. Beim Investment-Prozess von ethisch-nachhaltigen Investments verfolgt die Erste Asset Management einen integrativen Ansatz, der soziale und Umwelt-Aspekte genauso wie die Unternehmensführung bewertet und einen Best-in-Class-Ansatz beinhaltet. Ausschlusskriterien sind unter anderem geächtete Waffen, Atomkraft, Waffenproduktion und -handel. Auch in Unternehmen, die in Kinderarbeit, Verstöße gegen Menschen- und Arbeitsrechte, Korruption etc. involviert sind, darf nicht investiert werden. Einer der Top-Performer der nachhaltigen Aktienfonds ist der Erste Responsible Stock Global.

Der Fonds wird nach einem vierstufigen Investmentprozess verwaltet, der sehr strengen Kriterien folgt. Trotz der restriktiven Titelauswahl konnte der Fonds in den vergangenen fünf Jahren eine kumulierte Performance von über 60 Prozent erzielen. Auch die Performance des Erste WWF Stock Environment kann sich sehen lassen: Der auf das Thema Umwelt fokussierte Fonds erzielte in den vergangenen fünf Jahren sogar eine kumulierte Performance von über 80 Prozent. Dabei steckt der Fonds mit einem Volumen von rund 111 Millionen Euro sein Geld vorwiegend in die Themen Wasseraufbereitung und -versorgung, Recycling und Abfallwirtschaft, Erneuerbare Energie, Energie-Effizienz und Mobilität. Der Investmentprozess wird dabei bereits seit 2006 vom WWF (World Wide Fund for Nature), der als Umweltbeirat fungiert, unterstützt. Durch die Kooperation mit dem WWF Österreich sind schon über zwei Millionen Euro für den Flussschutz und Klimaschutzprojekte aufgebracht worden.

MENSCHLICHKEIT IM MITTELPUNKT

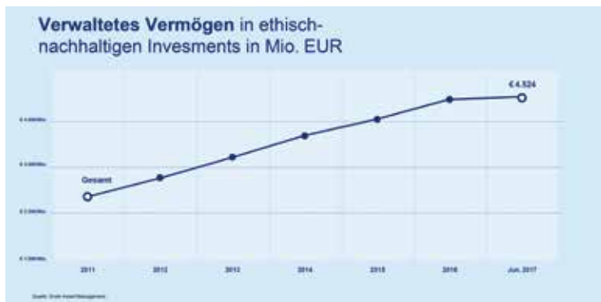
Doch vermögende KundInnen wollen nicht immer aus allem ein Geschäft machen, es geht vielen auch darum, die Welt zu bewegen und ein Stückchen besser zu machen. Günter Benischek, Leiter der Abteilung Social Banking bei der Erste Bank: „Für viele vermögende Kundinnen und Kunden ist nicht nur ein hoher Zinsertrag eine entscheidende Maßzahl, sondern auch die soziale Rendite.“ Dabei wollen sie nicht einfach dem Tierschutzverein oder einer anderen sozialen Organisation Geld spenden, sondern sich für eine Sache, die ihnen wirklich wichtig ist, engagieren. „Viele dieser Kundinnen und Kunden sind Unternehmer, die über großes Know-how verfügen, das sie auch aktiv einbringen wollen“, sagt Erste-Social-Banker Benischek.

Foto: Erste Bank

„DER PROFITGEDANKE STEHT NICHT IMMER IM MITTELPUNKT, ES GEHT AUCH DARUM, UNSERE GESELLSCHAFT, UNSERE WELT EINFACH BESSER ZU MACHEN.“

Günter Benischek,
Social Banking Erste Bank

Die Erste Bank hat den Trend erkannt und bildet nun eigene MitarbeiterInnen im Private Banking als Philanthropie-BeraterInnen aus. Grund: Soziales Engagement und Impact Investing ist nicht so einfach, wie es auf den ersten Blick scheinen mag. Benischek: „Hier gilt es, steuerliche und rechtliche Aspekte zu berücksichtigen, eine passende Organisation zu finden und, was das Wichtigste ist: das eigene Motiv zu klären.“ Dafür braucht es viel Feingefühl und auch das entsprechende Know-how, über das die neuen Social-Banking-BeraterInnen der Erste Bank verfügen. Doch warum kümmert sich eine Bank um das Gewissen der KundInnen? Benischek: „Die Gründung der ersten österreichischen Sparkasse zu Beginn des 19. Jahrhunderts war eine Initiative der Zivilgesellschaft. Aus dieser Tradition leiten wir unser Engagement zur Förderung des Gemeinwohls ab, der sich auch die Erste Stiftung verschrieben hat. Dieses Know-how wollen wir nun auch unseren Kundinnen und Kunden weitergeben. Wir wollen Partner unserer Kunden in allen Lebenslagen sein, und hier steht nicht immer der Profitgedanke im Mittelpunkt, es geht auch darum unsere Gesellschaft, unsere Welt einfach besser zu machen.“



Studie: Erste Bank

Sofern nicht anders angegeben, Datenquelle ERSTE-SPARINVEST Kapitalanlagegesellschaft m.b.H. und Erste Asset Management GmbH. Der Prospekt, die „Informationen für Anleger gemäß § 21 AIFMG“ sowie die „Wesentliche Anlegerinformation/KID“ sind in der jeweils aktuell gültigen Fassung auf der Website www.erste-am.com abrufbar und stehen den interessierten AnlegerInnen kostenlos am Sitz der jeweiligen Verwaltungsgesellschaft sowie am Sitz der jeweiligen Depotbank zur Verfügung. Unsere Analysen und Schlussfolgerungen sind genereller Natur und berücksichtigen nicht die individuellen Bedürfnisse unserer AnlegerInnen hinsichtlich des Ertrags, der steuerlichen Situation oder Risikobereitschaft. Die Wertentwicklung der Vergangenheit lässt keine verlässlichen Rückschlüsse auf die zukünftige Entwicklung eines Fonds zu.

„GELD IST ZWAR EIN MITTEL ZUM ZWECK, ABER MAN MUSS ES MIT VERANTWORTUNG EINSETZEN“

Foto: Erste Bank/Hinterramskogler

ALFRED STRIGL IST GRÜNDER UND MANAGING PARTNER VON PLENUM, EINEM BERATUNGSUNTERNEHMEN FÜR NACHHALTIGE UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND -ENTWICKLUNG. DAS SPARKASSENMAGAZIN FRAGTE BEI IHM NACH, WIE ES WIRKLICH UM UNSEREN PLANETEN STEHT UND WAS WIR TUN KÖNNEN, UM DEN KLIMAWANDEL ZU STOPPEN.

Sparkassenzeitung: *Die Welt hat sich durch den Menschen verändert. Woran kann man das festmachen?*
Alfred Strigl: Wir Menschen sind 3.200 Mal stärker, kräftiger, umgestaltender als die Natur. Geologen sagen, dass wir im Erdzeitalter des Menschen angekommen sind, dem Anthropozän. Wenn wir die Masse der Säugetiere, die wild leben, zur Masse der Säugetiere, die wir Menschen halten, vergleichen, liegen wir etwa bei einem Faktor von eins zu tausend. Das ist ein Verhältnis, mit dem man sich die Kraft des Menschen gut vor Augen führen kann. Wir gestalten die Erdoberfläche. Wir bauen radioaktive Kraftwerke. Wir vermüllen den Planeten mit Partikeln. Das hat die Natur bisher nicht gekannt.

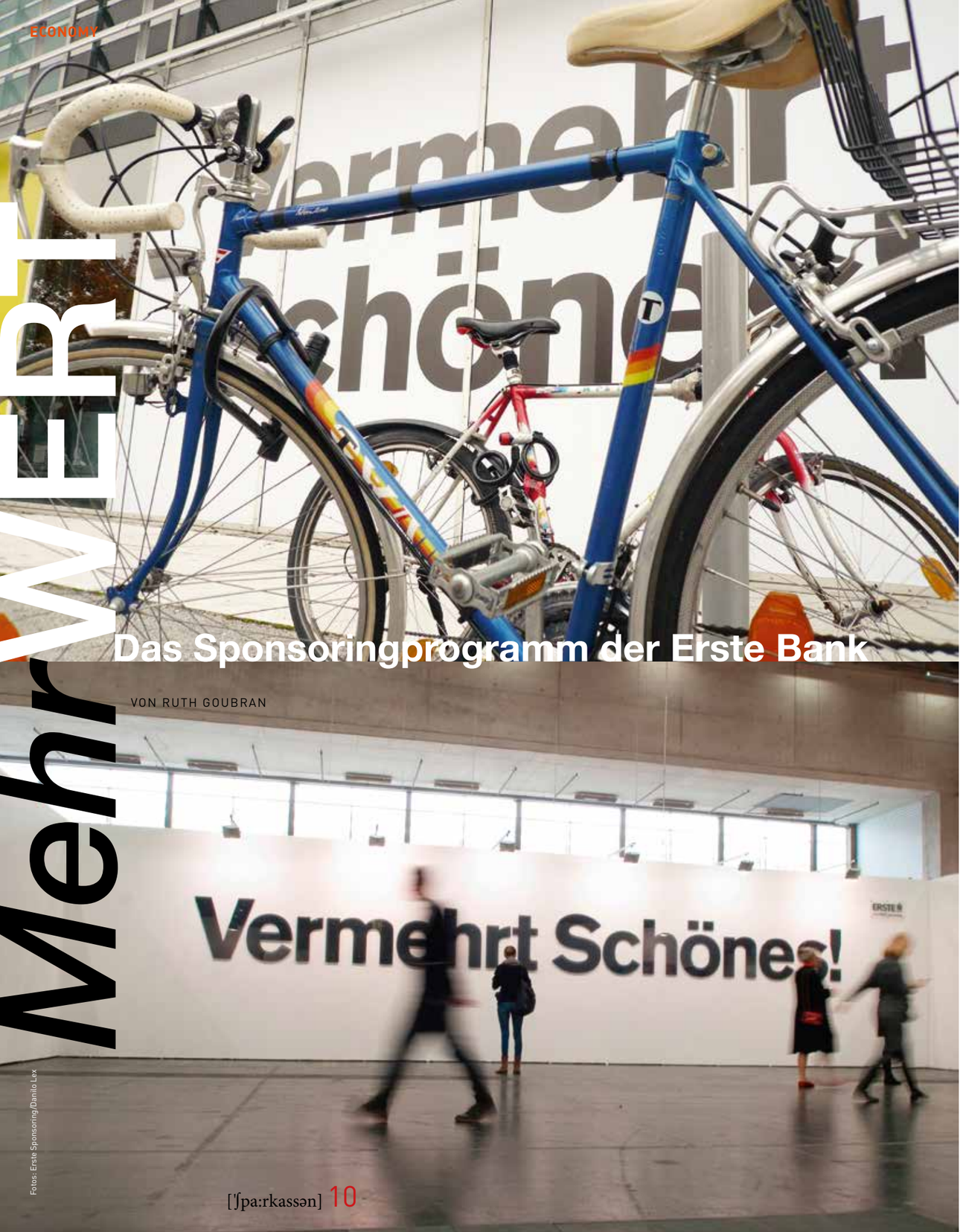
Besonders die Veränderung des Klimas macht viele Forscher besorgt. Lässt sich der Klimawandel noch aufhalten?
Strigl: Wir haben mittlerweile Erderwärmungen von ein bis zwei Grad im Mittel. Das Klima ist ein großes Thema – aber es ist dankenswerterweise ein Thema, das uns deutlich zeigt, dass wir handeln können. Wir können den CO_2-Gehalt messen, und daher können wir auch was gegen den weiteren Anstieg tun. Wir hatten auch ein starkes Ozonproblem und haben durch die Abschaffung von FCKW reagiert. Sobald wir diese Probleme gänzlich begriffen hatten, konnten wir agieren. Wir werden auch das Klimaproblem in den Griff bekommen. Ich denke, der Klimawandel wird zur Klima-Challenge und letztendlich zum Klima-Wunder werden.

Was könnte die Wirtschaft tun, um nachhaltiger zu werden?
Strigl: Zum Beispiel, die soziale Komponente mehr in den Mittelpunkt stellen. Wenn ein Shirt bei einer Kette 29 Euro kostet, dann landen knapp 18 Cent bei der Näherin. Lohnerhöhungen wären ein wichtiger Schritt. Ich denke mir oft, es wäre besser, die Herzen ein- und die Hirne auszuschalten. Ein Wirtschaftsunternehmen der Zukunft wird in meiner Vorstellung alle Aspekte der Nachhaltigkeit gut miteinander in Balance führen.

„DIE SOZIALE KOMPONENTE MEHR IN DEN MITTELPUNKT STELLEN.“

Alfred Strigl, *plenum*

Und was kann man speziell im Bankensektor tun?
Strigl: Geld ist zwar ein Mittel zum Zweck, aber man muss es mit Verantwortung einsetzen. Geld kann einen sozialen oder ökologischen Impact erreichen. Man muss nicht unbedingt die maximale Kapitalrendite erzielen, sondern auch einen guten Zweck. Dann ist das für mich die doppelte Dividende. Albert Einstein sagte: Mehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft, denn in ihr gedenke ich zu leben. Nehmen wir sie in die Hand.



MehrWERT

Das Sponsoringprogramm der Erste Bank

VON RUTH GOUBRAN

Fotos: Erste Sponsoring/Danio Lex

IM RAHMEN DES *Mehr*WERT-SPONSORINGPROGRAMMES DER ERSTE BANK WERDEN PROJEKTE, INITIATIVEN UND INSTITUTIONEN IM KULTUR-, SOZIAL- UND BILDUNGSBEREICH UNTERSTÜTZT. WIR ZEIGEN DAMIT GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG UND SCHAFFEN MEHRWERTE, DIE DEM UND DER EINZELNEN ZUGUTE KOMMEN, UND TRAGEN DAMIT ZUM WOHLSTAND BEI. SOWOHL IM SOZIAL- UND BILDUNGSBEREICH ALS AUCH IM KUNST- UND KULTURBEREICH.

Die konzeptionelle und inhaltliche Verknüpfung innerhalb der Projekte und Partnerschaften ist ein zentraler Ansatz in der Arbeit der Community Affairs and Sponsoring Abteilung der Erste Group. Damit stehen die Partnerschaften nicht einzeln nebeneinander, sondern können durch die Vernetzung innerhalb der Projekte voneinander profitieren. So konnten seit Bestehen des Programms sowohl innerhalb der Kooperationen als auch mit weiteren Partnern neue Konzepte umgesetzt werden. Im Vordergrund steht die enge Verflechtung von Kunst, Kultur, Sozialem und Bildung.

VERMEHRT SCHÖNES!

Die lebendige Wahrnehmung unserer Sponsortätigkeit wird durch unseren Slogan „Vermehrt Schönes!“ in der Öffentlichkeit unterstützt. Sponsoring bedeutet immer **Unterstützung und Ermutigung für Menschen**. Sowohl im Kunst- und Kulturbereich als auch im NGO-Bereich sind die Projekte von engagierten Inhalten getragen, für deren Umsetzung motivierte Menschen mit großem Einsatz kämpfen und arbeiten.

Im Bereich Kunst und Kultur setzt das *Mehr*WERT-Sponsoringprogramm inhaltliche Schwerpunkte bei Musik, Film und Bildender Kunst mit einer großen Bandbreite an Partnern und Projekten, wie etwa der Viennale, dem Erste Bank *Mehr*WERT-Filmpreis oder dem Internationalen Kinderfilmfestival.

Im Sozial- und Bildungsbereich wird mit zahlreichen Projekten und Initiativen der Caritas, dem ZOOM Kindermuseum und dem Volkskundemuseum kooperiert. Weitere Partner sind unter anderen die lobby.16, ein Verein, der unbegleitete junge Flüchtlinge unterstützt, die Holocaust-Gedenkstätte Yad Vashem und Kultur-Transfair. Ergänzt wird das Programm in allen Bereichen durch flexibel eingesetzte Mittel für punktuelle Projekte, die aktuelle und gesellschaftspolitische Relevanz haben.

Die Öffentlichkeit, KundInnen und MitarbeiterInnen werden gezielt angesprochen. Sowohl extern als auch intern werden Gewinnspiele zu zahlreichen Veranstaltungen der Partner angeboten. Als Kommunikationsinstrumente dienen das Intranet (rund 60 Schaltungen jährlich), ein eigener Newsletter und nicht zuletzt unsere Website, die einen aktuellen Überblick über alle Aktivitäten liefert.

PROJEKT-BEISPIELE AUS DEM *Mehr*WERT SPONSORINGPROGRAMM:

ERSTE BANK *Mehr*WERT-PREISE

- Gemeinsam mit dem internationalen Filmfestival Viennale vergeben wir seit 2001 den ***Mehr*WERT-Filmpreis** an eine österreichische Filmproduktion.
- Der **Erste Bank *Mehr*WERT-Kunstpreis** wurde mit dem „weissen haus“ heuer bereits zum dritten Mal vergeben.

  Beide Preise ermöglichen für die KünstlerInnen einen Aufenthalt in New York.
- Der **Erste Bank Kompositionspreis** wird bereits seit 1998 für ein Werk im Genre Neue Musik vergeben.
- Besonders erfreulich ist die Entwicklung rund um den **Erste Bank *Mehr*WERT-Designpreis**, der sich dem Thema **Social Design** widmet und in Kooperation mit der Caritas umgesetzt wird. Social Design wird damit in der Öffentlichkeit positioniert und die Menschen, die in diesem jungen Arbeitsfeld tätig sind, werden ermutigt in diesem Bereich weiterzuarbeiten.

#GLAUBANDICH

- Aus der Kooperation mit „**Hunger auf Kunst und Kultur**“ ging die Unterstützung von **Kulturtransfair** hervor. Kulturtransfair **vernetzt** zwischen **Kultur- und Sozialeinrichtungen** und entwickelt spezielle Vermittlungsprogramme zwischen Kulturinstitutionen und den KlientInnen sozialer Einrichtungen. Eigens entwickelte Vermittlungsformate ermöglichen das Kennenlernen von Kunst- und Kultureinrichtungen und eine aktive Auseinandersetzung mit deren Inhalten. Gleichzeitig wird über den Kontakt von sozialen Einrichtungen und den von ihnen betreuten Menschen für die Kunst- und Kulturinstitutionen ein Lernprozess angeregt.
- Die **Caritas Wien** hat eine Plattform für **Ehrenamtliche**, die „**Kulturbuddies**“, initiiert, die im Rahmen des *Mehr*WERT-Sponsoringprogrammes ermöglicht wird.

Ruth Goubran ist Leiterin von Community Affairs und Sponsoring der Erste Group.

Info: www.sponsoring.erstebank.at

Der Erste Campus ist Hauptquartier der Erste Group und entspricht höchsten ökologischen Standards.

Foto: Christian Wild

„BANKEN VERÄNDERN AUCH DIE GESELLSCHAFT“

KLAUS BERGSMANN, HEAD OF GROUP SUSTAINABILITY OFFICE DER ERSTE GROUP, ÜBER NACHHALTIGKEIT IN EINER BANK, GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT DER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER UND WARUM EIN KREDITINSTITUT EINEN GROSSEN HEBEL HAT, DIE GESELLSCHAFT ZU VERÄNDERN.

Sparkassenzeitung: *Sie sind der Nachhaltigkeitsmanager der Erste Group. Warum muss man sich auch in einer Bank um die Themen Nachhaltigkeit und Ökologie kümmern?*
Klaus Bergsmann: Schon im Gründungsauftrag haben sich die Sparkassen zum nachhaltigen Wirtschaften verpflichtet, indem die Weiterentwicklung des Einzelnen und der Gesellschaft wichtiger war als kurzfristige Gewinne. Zusätzlich hat die Erste Group vor etwa fünf Jahren begonnen sich auch mit den ökologischen Aspekten der Nachhaltigkeit intensiver zu befassen. Zum Glück nahmen wir damit eine Vorreiterrolle ein, denn heute gibt es schon gesetzliche Verpflichtungen über „nichtfinanzielle Daten“ zu berichten – wie zum Beispiel den Energieverbrauch oder die Gender-Verteilung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Nachdem wir schon früher damit angefangen haben, ist es für uns heute keine unlösbare Herausforderung.

Wie weit wird der Begriff der Nachhaltigkeit in der Erste Group gefasst?
Bergsmann: Das Sustainability Office in der Holding kümmert sich nicht nur um die ökologische Nachhaltigkeit unseres Unternehmens, sondern auch um Diversität und Corporate Volunteering. „Diversity“ betrifft Themen wie Geschlechter- oder Generationenmanagement, die unter anderem durch die unterschiedlichsten Aktivitäten, wie den „Women's Hub“ oder „Erste Color“, in den verschiedensten Bereichen im Unternehmen gefördert werden.

Sie haben in der Erste Group auch eine Freiwilligen-Plattform, die „Time Bank“, geschaffen. Was darf man sich darunter vorstellen?
Bergsmann: Mit unserer Corporate-Volunteering-Initiative „Time Bank“ unterstützen wir das gesellschaftliche Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das heißt, wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrer Freizeit bei NGOs tätig sind – dabei reicht das Spektrum von der Feuerwehr über die Caritas bis hin zur Jugendarbeit – dann unterstützen wir das als Unternehmen. Gemeinsam mit einigen Sparkassen haben wir hier eine Plattform im Intranet geschaffen, die dieses Engagement unterstützt.

Und wie sieht das konkret aus?
Bergsmann: Wenn zum Beispiel die Caritas sagt, dass sie für den Großraum Wien jemanden sucht, der einmal im Monat zwei Stunden einen Jugendlichen oder behinderten Menschen betreut, dann stellen wir das auf unsere Plattform, und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich dafür melden. Es haben sich bereits 1.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und 50 NGOs auf unserer Plattform registrieren lassen. Ich möchte betonen, dass das natürlich völlig freiwillig ist. Ähnliche Aktivitäten gibt es auch in unseren CEE-Tochterbanken.

Wie unterstützt die Bank dieses Engagement?
Bergsmann: In einigen unserer CEE-Töchter wird die Freiwilligentätigkeit durch zusätzliche Urlaubstage gefördert. Dieses Ziel haben wir auch für Österreich, wo wir aber noch einige offene Themen zu lösen haben. Natürlich lässt sich damit nicht der Gesamtaufwand und das Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kompensieren, aber es unterstreicht, dass wir diese Leistung anerkennen und fördern.

In der Erste Group wird das Thema Umweltschutz großgeschrieben. Doch eine Bank ist kein Industrieunternehmen mit rauchenden Schloten. Was lässt sich hier wirklich optimieren?
Bergsmann: Stimmt, wir sind kein Industriebetrieb, der große Mengen an Abfall oder Abgasen produziert, aber insbesondere bedingt durch die Rechenzentren verbrauchen wir viel Energie, und das Bankgeschäft verbraucht immer noch große Mengen an Papier.

Hat die Digitalisierung keine Auswirkungen auf die Papiermengen?
Bergsmann: Die Digitalisierung im Büro greift erst langsam. Durch viele sehr unterschiedliche Maßnahmen konnten wir in der Erste Group die Papiermenge von 2.000 Tonnen pro Jahr noch vor fünf Jahren auf aktuell 1.400 Tonnen senken. Aber es wird noch immer zu viel unbedacht ausgedruckt. Wir haben in der Zwischenzeit in der Erste Group und auch in allen CEE-Banken auf 100 Prozent Recycling-Papier umgestellt – leider noch nicht bei vielen Sparkassen. Natürlich gab es anfangs viele Diskussionen darüber, ob man in der Kundenkorrespondenz nicht besser reinweißes Papier nutzen sollte, aber weniger als fünf Prozent des gedruckten Kopierpapiers wird für die Kundenkommunikation verwendet. Inzwischen werden Verträge und Eingaben bei Behörden selbstverständlich auf Recyclingpapier gedruckt, ohne negative Reaktionen. Wir benötigen und verbrauchen Recyclingpapier mit einer hohen Qualität, damit schützen wir zwar die Umwelt, aber es ist nicht billiger als weißes Papier. Das heißt, man muss sich eine Umstellung auch leisten wollen.

Die Erste Group ist erst vor etwas über einem Jahr in die neue Zentrale im zehnten Wiener Gemeindebezirk umgezogen. Wurde auch bei diesem Gebäude auf die Themen Umweltschutz und Nachhaltigkeit geachtet?
Bergsmann: Schon in der Planung haben wir großen Wert darauf gelegt, dass das Gebäude nicht nur eine neue Art der Kommunikation zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unterstützt, sondern auch sehr hohen ökologischen Anforderungen entspricht. Heute ist der Erste Campus mit der höchsten verfügbaren Auszeichnung der Österreichischen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen zertifiziert – Platin DGNB/ÖGNB. Aktuell sind wir mit unserer neuen Konzernzentrale vermutlich eines der ökologischsten Bürogebäude in Wien. Zum Beispiel verbraucht der Erste Campus, in dem derzeit mehr als 5.000 Menschen jeden Tag arbeiten, keinen Kilo fossilen Brennstoff. Wir verwenden ausschließlich Strom aus erneuerbaren Quellen, Geothermie und Fernwärme/Fernkühlung, und beides kommt im Wesentlichen aus der Müllverbrennung in Wien. Regenwasser wird aufgefangen in Zisternen und als Nutzwasser für Grünflächen und WC-Anlagen verwendet. Mit 32 Stromladestellen in der Tiefgarage sind wir auch für die Elektromobilität gut gerüstet.

Sind Sie zufrieden mit der Entwicklung der Erste Group oder gibt es noch weiteres Optimierungspotenzial aus Nachhaltigkeitsgesichtspunkten?
Bergsmann: Ökologisch betrachtet sind wir selbst als Bank sicher sehr gut aufgestellt. Aber wir widmen uns bereits der Frage: Wie groß sind der ökologische und der soziale Impact unserer Bank auf die Gesellschaft? Banken verändern die Gesellschaft, auch durch Finanzierungen und Investments. Finanzieren wir zum Beispiel ein Kohlekraftwerk, so hat das für viele Jahrzehnte negative Auswirkungen auf unsere Umwelt. Hier haben wir einen großen Hebel für Veränderungen und den wollen wir in Zukunft verstärkt nutzen.

Foto: Erste Group

„SUSTAINABILITY KÜMMERT SICH BEI UNS NICHT NUR UM DIE ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT UNSERES UNTERNEHMENS, SONDERN AUCH UM DIVERSITÄT UND CORPORATE VOLUNTEERING.“

Klaus Bergsmann,
Head of Erste Group Sutainability Office

Das heißt, dass es nicht nur darum geht, als Bank möglichst viel Geld zu verdienen, sondern Sie wollen in Zukunft noch stärker auswählen, womit Sie Geld verdienen?
Bergsmann: Das Sustainability Office konnte mitarbeiten an der Entwicklung von konzernweiten Kriterien für verantwortungsbewusstes Finanzieren. Dabei konzentrieren wir uns nicht nur auf rein ökologische Kriterien, wie zum Beispiel, dass keine neuen Kohlebergwerke mehr finanziert werden, sondern entscheiden auch, welche Branchen wir nicht finanzieren wollen, wie Kriegswaffen. Dieser Katalog wird laufend diskutiert und erweitert und ist auch öffentlich verfügbar. Im Grunde ist es nur eine konsequente Fortsetzung unseres Gründungsauftrags. Wir übernehmen Verantwortung für die Gesellschaft und versuchen diese mit unserem Handeln zu verbessern.

Foto: Erste Financial Life Park/Lupi Spuma

VON HERTA SCHEIDINGER

Die richtige Erziehung in Geldfragen

Um Finanz- und Wirtschaftswissen lebensnah in die Klassenzimmer zu bringen, engagieren sich die Sparkassen seit Jahren als Partner der Schulen.

Laut aktuellen Daten des Finanzministeriums ist jede vierte zahlungsunfähige Person in Österreich erst 30 Jahre oder jünger. Jede dieser Personen hat im Durchschnitt 28.000 Euro Schulden – etwa für Handy, Wohnung oder Shopping, und jede/r vierte der jungen Verschuldeten hatte schon vor dem 18. Lebensjahr Geldprobleme. 20 Prozent der Jugendlichen sind kaufsuchtgefährdet. Zahlen, die aufhorchen lassen.

FINANCIAL-LITERACY-STUDIE

Der heutige Wirtschaftsunterricht hat oft wenig mit der Lebensrealität der Kinder und Jugendlichen zu tun. Das mangelnde Fachwissen zeigt auch eine Studie von Bettina Fuhrmann auf, Leiterin des Instituts für Wirtschaftspädagogik an der WU Wien, deren Teilbereich Finanzwissen im Auftrag des Österreichischen Sparkassenverbandes entstand. Die Economic-Literacy-Studie „Ökonomische Bildung – Ende der Sekundarstufe I (13 bis 14 Jahre)“ ergab, dass nur rund die Hälfte der SchülerInnen erkannte, dass Girokonten einen bargeldlosen Zahlungsverkehr ermöglichen und die Grundlage für Überweisungen und Kartenzahlungen bilden. 42,9 Prozent nahmen fälschlicherweise an, dass ein Girokonto nur bei regelmäßigen Zahlungseingängen eröffnet werden kann. Über die Funktionen der Bankomatkarte wussten jedoch über 80 Prozent der SchülerInnen Bescheid. Rund zwei Drittel der SchülerInnen gaben korrekt an, dass man bei Bankschulden Zinsen an die Bank bezahlt und bei Bankguthaben Zinsen von der Bank erhält. Jedoch ging mehr als ein Viertel davon aus, dass man bei Veranlagungen Zinsen zahlen muss. Die Vergabe von Krediten wurde als Hauptaufgabe der Bank gesehen, allerdings von 22 Prozent der Befragten auch das „Drucken von Geld“. Nur ein Anteil von 33 Prozent der befragten Jugendlichen konnte die Kontoverbindung des Empfängers auf einem Zahlschein korrekt wiedergeben.

Warum sich Banken wie die Sparkassen in diesem Bereich engagieren, erklärt Gerhard Fabisch, Präsident des Österreichischen Sparkassenverbandes: „Je früher und konsequenter man mit dieser Thematik beginnt, desto besser. Wir wollen vermitteln, wie wichtig es ist, sich mit Geld und der finanziellen Situation zu beschäftigen. Auch um später selbstbewusster Fragen stellen und sinnvolle finanzielle Entscheidungen treffen zu können. Damit stärken wir die finanzielle Selbstverantwortung und das Risikobewusstsein. Beides sind grundlegende Voraussetzungen für ein gesundes Geldleben.“ Denkt man an die zunehmende Jugendverschuldung, so gilt es, die finanzielle Eigenverantwortung der Jugendlichen so zu stärken, dass es zu weniger falschen finanziellen Entscheidungen kommt. „Das ist gut für die Jugendlichen und schlussendlich gut für die Gesellschaft, für die Wirtschaft und auch für die Bank“, sagt Gerhard Fabisch: „Wir wollen, dass junge Menschen stärker über problematische finanzielle Entscheidungen aufgeklärt werden und das Risikobewusstsein gestärkt wird.“

DIE KUNDEN UND KUNDINNEN VON MORGEN ERZIEHEN

Die Sparkassen unterstützen mit Workshops und umfangreichen Materialien als Partner die Schulen, um Finanz- und Wirtschaftsthemen lebensnah in die Klassenzimmer zu bringen. Sie übernehmen eine Vorreiterrolle im Bereich der Financial Literacy, besonders durch die Arbeit der Sparkasse-SchulreferentInnen. Das sind MitarbeiterInnen der Sparkassen, die regelmäßig in den Schulen in ihrer Region präsent sind, um mit Kindern und Jugendlichen den souveränen Umgang mit Geld zu erarbeiten. Auch das Schulsparen leistet wichtige Bewusstseinsbildung, die sich im wahrsten Sinn des Wortes „auszahlt“. Fabisch: „Wir haben mit dem Erste Financial Life Park (FLIP) einen Ort, an dem wir auf einzigartige Weise Finanzwissen vermitteln. Die Kombination aus digitaler, multimedialer und persönlicher Vermittlung ist heute wichtig, um Jugendlichen, aber auch Erwachsenen diese sperrigen Themen näherzubringen.“

Laut der Leiterin der Studie, Bettina Fuhrmann, haben Jugendliche am Ende der Sekundarstufe I ein unvollständiges und teilweise falsches Bild von „Wirtschaft“. Sie erkennen nicht, wie vielfältig sie in das Wirtschaftsgeschehen involviert sind, fühlen sich nur „am Rande“ betroffen. „Alle gehen mit Geld um, aber haben keine Vorstellung davon, was den Wert des Geldes ausmacht und was genau Zinsen sind. Unternehmen sind für sie vor allem Banken und große Produktionsbetriebe, viele Berufe rechnen sie nicht der Wirtschaft zu. Die Funktionen von Banken sind teilweise unbekannt, ebenso die genauen Funktionen eines Bankkontos“, weiß Fuhrmann. Wesentliche Wirtschaftsbegriffe seien den Jugendlichen zwar geläufig, zum Beispiel Wirtschaftswachstum, aber ökonomische Zusammenhänge häufig unklar.

Foto: Daniel Hinterramskogler

„WIR WOLLEN, DASS JUNGE MENSCHEN STÄRKER ÜBER PROBLEMATISCHE FINANZIELLE ENTSCHEIDUNGEN AUFGEKLÄRT WERDEN UND DAS RISIKO-BEWUSSTSEIN GESTÄRKT WIRD.“

Gerhard Fabisch,
Präsident Österreichischer Sparkassenverband

DIE FORDERUNGEN

Die Finanzkrise 2008 hat das Bewusstsein gebracht, dass die Finanz- und Wirtschaftsbildung der Bevölkerung weiter verbessert werden muss. So wird die finanzielle „Mündigkeit“, das Verstehen der wichtigsten Zusammenhänge, unterstützt. Die Sparkassen fordern daher, dass die handelnden Akteure den Wirtschaftsunterricht in den Schulen an die neuen Möglichkeiten und Herausforderungen von Wirtschaft und Finanzen anpassen.

Nach über 50 Jahren seit der Einführung des Kombinationsfachs „Geografie und Wirtschaftskunde“ könnte man zum Beispiel über ein eigenes Fach „Wirtschafts- und Finanzkunde“ nachdenken. Die Ausbildung der LehrerInnen soll in puncto Finanzwissen unterstützt werden. Fabisch: „Wenn man Hilfe und Unterstützung der Sparkassen braucht, stehen wir mit unseren Erfahrungen und unserer Expertise gerne bereit, wie schon in den letzten 50 Jahren.“

Info:
www.financiallifepark.at
www.geldundso.at

VON BASTIAN KELLHOFER

WAHRHEIT ODER MYTHOS? DAS STECKT HINTER DEN VORWÜRFEN GEGEN ELEKTRO-AUTOS

VORURTEILE UND HALBWISSEN DOMINIEREN DIE DISKUSSION UM DIE SINNHAFTIGKEIT DER ELEKTRO-AUTOS. EINE STUDIE DES ÖSTERREICHISCHEN KLIMA- UND ENERGIEFONDS HAT MIT PARTNERINNEN UND PARTNERN AUS DER TECHNISCHEN UNIVERSITÄT WIEN EINEN FAKTENCHECK ERSTELLT UND DIE MYTHEN MIT DER REALITÄT ABGEGLICHEN. DAS SIND DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE.

Die Temperatur in Österreich ist in den vergangenen 150 Jahren um 1,8 Grad Celsius gestiegen. KlimaexpertInnen prognostizieren, dass das noch lange nicht das Ende ist. Überschwemmungen und Naturkatastrophen werden für Tourismus und Landwirtschaft jährliche Schäden in Milliardenhöhe bedeuten. Hauptverantwortlich dafür ist neben der Land- und Abfallwirtschaft vor allem der weiter zunehmende Pkw- und Lkw-Verkehr. Laut des Pariser Klimaabkommens von 2016 soll Österreich seine CO_2-Emissionen bis zum Jahr 2030 um 36 Prozent senken. Ein Weg aus der Klimafalle ist der sukzessive Umstieg von Verbrennungsmotoren auf E-Mobilität. Mit der Umstellung auf Elektrofahrzeuge ließen sich 70 bis 90 Prozent an CO_2-Emissionen im Verkehrssegment einsparen: Das geht aus dem kürzlich veröffentlichten Faktencheck des Österreichischen Klima- und Energiefonds hervor, der vor allem mit den Mythen Kosten, Praktikabilität und Reichweite aufräumt.

1. MYTHOS: E-AUTOS SIND ZU TEUER

„Die Behauptung hält sich hartnäckig, dass E-Autos weder leistbar noch praktikabel sind", sagt Ingmar Hörbarth, Geschäftsführer des Klima- und Energiefonds, „dagegen liefert der Faktencheck brauchbare Argumente." In der Anschaffung seien die Stromautos zwar teurer als jene mit Verbrennungsmotoren, allerdings sei die Amortisierung innerhalb weniger Jahre dank Förderungen (das Umweltministerium schnürte gemeinsam mit Importeuren ein Mobilitätspaket über 72 Millionen Euro) und steuerlichen Anreizen sowie der deutlich geringeren Betriebskosten erreicht. Auch bei Versicherungen, Wartung und den Treibstoffkosten können E-Auto-BesitzerInnen einiges sparen. Allein durch den Wegfall der Spritkosten können zwischen 500 und 600 Euro pro Jahr wegfallen.

2. MYTHOS: DER STROMBEDARF STEIGT STARK AN

Ein weiterer Mythos ist, dass der erhöhte Strombedarf für E-Autos nur mit fossiler und atomarer Energie gedeckt werden kann. Laut einer TU-Studie würde der Energiebedarf allerdings nur um 3,6 Prozent steigen, wenn 20 Prozent aller Autos (eine Million Stück) in Österreich mit Elektroantrieb fahren würden. Neue Ökostromanlagen können den Bedarf locker abdecken.

3. MYTHOS: DIE BATTERIEN SIND UMWELTSCHÄDLICH

Ein Kritikpunkt betrifft auch die Batterien. Die Lebensdauer der Lithium-Ionen-Batterien liegt bei zehn Jahren oder 4.000 Ladezyklen. Sie sind ein Schlüsselelement, wenn es um die Zukunftsfähigkeit geht. Rund 90 Prozent aller Batterien werden aktuell in China gefertigt, deren Strommix über 80 Prozent Kohle beinhaltet. Laut Strategieberater Georg Günsberg ist China aber auch eine führende Nation bei der Implementierung erneuerbarer Energie. Die Trendwende sei bereits eingeleitet. Ulla Rasmussen vom VCÖ (Verkehrs Club Österreich) würde auch eine Produktionsverlagerung für die Batterien nach Europa begrüßen. Allerdings produziert die Herstellung der Akkus für ein E-Auto Unmengen an CO_2. Fritz Indra von der TU Wien veranschlagt, dass die Lithium-Akkus so viel Energie verbrauchen, wie ein Auto mit Verbrennungsmotor für 40.000 Kilometer benötigt. Das Deutsche Institut für Energie- und Umweltforschung hat berechnet, dass die zusätzliche Umweltbelastung für die Lithium-Ionen-Batterie bei einem Kleinwagen rund 2.400 Kilogramm CO_2 entspricht. Ein Auto mit einem Verbrauch von etwa fünf Litern auf 100 Kilometer erzeugt dies nach 20.000 Kilometern.

Laut Günsberg steigt allerdings auch die Möglichkeit, verbrauchte Akkus wiederzuverwerten und anders einzusetzen, mit der Entstehung neuer Recyclinganlagen. Ab 2025 soll die Menge ausgedienter Lithium-Akkus so groß sein, dass das Recycling für Unternehmen finanziell interessant wird. Somit könnte aus der Wiederverwertung der Batterien eine neue Upcycling-Branche entstehen.

4. MYTHOS: DIE REICHWEITEN SIND ZU GERING

Zwei Drittel unserer Alltagswege sind kürzer als zehn Kilometer. Die Reichweiten-Diskussion betrifft im Grunde wenige Überlandfahrten pro Jahr. Die Akku-Kapazität des Nissan Leaf etwa wurde im Jahr 2015 von 24 auf 30 Kilowattstunden gesteigert, jene im BMW i3 von 19 auf 27,2 kWh. Der Renault Zoe hat seine Kapazität von 22 kWh auf über 41 kWh erhöht, und der Stromspeicher im Volkswagen e-Golf ist von 24 auf knapp 36 kWh angewachsen. Bei neuen Modellen wie dem Tesla Model 3 sind die Reichweiten ebenfalls gestiegen: Das Model 3 schafft mit einer vollen Batterie bis zu 500 Kilometer, der Nissan Leaf 2 bis zu 380 Kilometer. „Wir werden das Tanken neu denken müssen und effizienter mit der Leistung umgehen lernen", sagt Günsberg. Österreich verfügt über eine der höchsten Dichten an Ladestationen: Laut E-Tankstellen-Finder gibt es rund 3.000 öffentlich zugängliche Ladepunkte bis 22 kW und 600 mit über 22 kW Ladeleistung.

Foto: iStock.com

DAS HUNDERTJÄHRIGE, DAS AUS DEM FENSTER STIEG

VON MILAN FRÜHBAUER

Foto: iStock.com

DER ÖSTERREICHISCHE RENTENMARKT STEHT NICHT GERADE IM MITTELPUNKT DES INTERESSES DER INTERNATIONALEN FINANZMÄRKTE. ABER DIESMAL HABEN SELBST DAS „HANDELSBLATT“ UND DIE „FAZ“ NOTIZ DAVON GENOMMEN. GING ES DOCH UM EINE KLEINE FINANZPOLITISCHE SENSATION, SELBST AUF EUROPÄISCHER EBENE: DER ÖSTERREICHISCHE STAAT HAT NÄMLICH VOR KURZEM EINE ANLEIHE MIT 100 JAHREN LAUFZEIT BEGEBEN.

Das heißt im Klartext, dass die Tilgung dieses endfälligen Rentenwertes im Jahre 2117 erfolgen wird. Sie hat eine Nominalverzinsung von 2,1 Prozent, hat mehr als 1,8 Milliarden Euro zur Refinanzierung des heimischen Staatshaushalts gebracht und war vielfach überzeichnet. Das Besondere an diesem Investment ist die Tatsache, dass keiner der Investoren in der Endabrechnung wird beurteilen können, ob sich die Sache gelohnt hat. Selbst wenn die politischen Urenkel des gegenwärtigen Finanzministers es bis dahin schaffen sollten, die Staatsschuld auf 60 Prozent des BIP zu reduzieren. Aber wer weiß heute schon, ob die Maastricht-Kriterien die kommenden Jahrzehnte der Budgetpolitik im Euro-Raum überhaupt überleben werden?

Liegt dieser Asset Allocation grenzenloses Vertrauen in die Stabilität des Finanzmarktes Österreich und seiner sehr guten Ratings bei den internationalen Bewertungsagenturen zugrunde? Mag sein, dass wir alle uns derzeit eine neuerlich ausufernde Schuldenpolitik der öffentlichen Hand nicht vorstellen können, oder nicht vorstellen wollen! Die Rahmenbedingungen für diesen Begebungserfolg sind eher handfester Natur. Die institutionellen Anleger sind im neunten Jahr der EZB-Niedrigstzinspolitik mittlerweile in einer schwierigen Lage.

EIN INTEGRALER BESTANDTEIL

Nicht nur der Mittelstand, der bei seinen Ersparnissen und Aktivitäten zur Geldvermögensbildung auf den Zinseszinseffekt nunmehr schon ein Jahrzehnt verzichten muss. Vor allem die Lebensversicherer sind in den Vorjahren Zinsgarantien eingegangen, die derzeit – mit Ausnahme der Aktienquoten im Portefeuille und beim Immobilienbestand – in der Regel am Rentenmarkt nicht erwirtschaftet werden können. Anleihen der öffentlichen Hand sind aber nun einmal ein integraler Bestandteil der Deckungsstöcke. So auch bei den Pensionskassen, bei den Mitarbeitervorsorgekassen und bei den vielen, von der Finanzwirtschaft angebotenen Fondssparplänen, die selbstverständlich auf Risikostreuung Bedacht nehmen müssen. Zumal wenn es sich um langfristige Strategien der Anleger für Alters- und Pflegevorsorge handelt. Die Suche nach werthaltiger Veranlagung ist somit zu einer der größten Herausforderungen der „Institutionellen“ geworden.

Fazit: Einen „Zweiprozenter“ im Bestand zu haben ist heutzutage schon ein Wert an sich. Dem Vernehmen nach gedenken auch andere Staaten, die sich mit den Anleihelaufzeiten schon bei 50 oder gar 70 Jahren bewegen, die Gunst der Zinsstunde zu nutzen und solche Jahrhundert-Projekte einzugehen. Beispiele für ein derart langes Engagement gab es bisher vereinzelt in Südamerika, den Vorreiter hat Argentinien abgegeben …

Für den Staat als Emittenten im derzeitigen Zinsumfeld ein attraktives Instrument. Die AnleihezeichnerInnen selbst tragen hingegen ein beachtliches Kursrisiko, denn irgendwann werden die Zinsen wieder steigen. Doch das ist wohl noch das geringere Problem. Die wirtschaftshistorische Perspektive ist für InvestorInnen alles andere als beruhigend, geschweige denn nachhaltig. Wäre etwa im Jahre 1917 eine „Hundertjährige“ aufgelegt worden, sie hätte die fatalen ökonomischen Folgewirkungen von zwei Weltkriegen und einige gravierende Währungsreformen überleben müssen. Was im Licht der vergangenen 100 Jahre als Illusion, ja mehr noch als Utopie erscheinen muss.

Aber sind nicht gerade das europäische Einigungswerk und seine währungspolitische Implikation namens Euro-Zone die Antwort auf das Vernichtungswerk des vergangenen Jahrhunderts? Sind die Mechanismen der Wertbewahrung schon so gefestigt, dass wir alle weltgeschichtlichen Turbulenzen mit exzessiver Wertvernichtung von Anlagen aller Art aus dem Bewusstsein verdrängt haben?

Zynische Skeptiker werden einwenden, Wolfgang Schäuble sei doch auch nicht mehr der Jüngste … Die Realisten haben für den Erfolg dieser Finanztransaktion einen weit profaneren Erklärungsversuch und bemühen Friedrich Schiller: „Der Not gehorchend, nicht dem eignen Trieb …“ Das gravierende Problem bleibt: Wir werden den Ausgang dieses Experiments alle nicht erleben!

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.

EUROPÄISCHE EINLAGENSICHERUNG

Der Sparkassenverband fordert Risikoreduzierung vor Risikoteilung bei der Europäischen Einlagensicherung. Europäische Insolvenzfälle dürtfen keinesfalls zu Lasten der österreichischen SparerInnen gehen: „Ein gemeinsames Einlagensicherungssystem für Banken im Euro-Raum kann nur dann ein Gewinn für Europa werden, wenn zuvor der systematische Abbau hoher Risiken in den Bilanzen zahlreicher Finanzinstitute erfolgt ist. Risikoreduzierung vor Risikoteilung“, postuliert Franz Portisch, Generalsekretär des Österreichischen Sparkassenverbandes, anlässlich der jüngst veröffentlichten EU-Kommissionsmitteilung zur Bankenunion, die einen Vorschlag für eine graduelle europäische Einlagensicherung (EDIS) enthält.

Eine Vergemeinschaftung der Einlagensicherung mache obendrein nur dann Sinn, wenn sie der Bedeutung dezentraler Institute wie der Sparkassen und ihrer – im Fall von Österreich sehr gut funktionierenden – Sicherungssysteme gerecht werde. „Andernfalls würden die Spareinlagen auf EU-Ebene nicht sicherer, sondern im Gegenteil würde das Vertrauen der Sparerinnen und Sparer in die Sicherungssysteme untergraben“, warnt Portisch vor inkonsistenten Vorschlägen für eine europäische Lösung. Institutsbezogene Sicherungssysteme zusätzlich zu den staatlichen tragen in Österreich wesentlich zur Risikoreduzierung bei. Dies müsse bei einem EU-eigenen System entsprechend berücksichtigt werden. Hier sei die Europäische Kommission in ihrem Vorschlag noch säumig.

„Grundsätzlich ist die Diskussion um eine Europäische Einlagensicherung aber positiv zu sehen, da sie das Bewusstsein für Sicherheit und Stabilität im Euro-Raum fördert. Bislang sind wir allerdings noch nicht bei einer tragfähigen Lösung angekommen“, meint Portisch.

Foto: iStock.com

ZEIT FÜR NACHHALTIGKEIT

Die Spielregeln der Finanzwelt müssen sich ändern und kurzfristige Profite endgültig der Vergangenheit angehören. So oder so ähnlich lautet das Credo der EU-Expertengruppe über nachhaltige Finanzierung. Diese hat im Sommer einen Zwischenbericht vorgelegt, um Beiträge zu mehr ökonomischer, sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit zu präsentieren.

Hintergrund dieser Debatte ist die 2015 von der UNO beschlossene Agenda für nachhaltige Entwicklung, welche neben zahlreichen anderen Zielen auch nachhaltige Finanzierung vorsieht. Zusammen mit den Beschlüssen des Pariser Klimaschutzabkommens war es daher nicht mehr weit zu mehr Nachhaltigkeit in der Finanzierung der europäischen Wirtschaft.

Lösung Kapitalmarktunion?

Die Europäische Kommission freilich ist der Ansicht, dass ein europäischer Kapitalmarkt genau die richtige Lösung zu mehr Nachhaltigkeit sei. Eine Sichtweise, der heftiger Gegenwind aus der Ökonomie entgegenbläst, ist doch der Kapitalmarkt per se genau das Gegenteil von Nachhaltigkeit, nämlich Kurzfristigkeit in Reinkultur.

Auch im Rahmen der CRD-Überarbeitung wird über die Einführung eines „green supporting factor“, ähnlich dem KMU-Faktor, nachgedacht, um nachhaltiges Finanzieren zu fördern.

Der Sparkassenverband setzt sich dafür ein, diesen auszudehnen und soziale Bankdienstleistungen miteinzubeziehen. Heißen könnte dieser dann „sustainable finance factor“.

KOMMUNIKATION KOMMENTAR

TUE GUTES UND REDE (NICHT) DARÜBER?

Illustration: iStock.com

Wir leben in einer schnelllebigen Zeit und rasen wie auf der Autobahn von einer neuen Entwicklung zur nächsten. Der gefühlte Abstand dazwischen liegt oft unterhalb der Reaktionszeit. Um nicht den Überblick zu verlieren, ist heute mehr denn je ein Wertegerüst gefragt, an dem man sich entlanghangeln kann, das Orientierung und Sicherheit gibt. Die Diskussion über Werte, Ethik und Moral ist voll im Gange, auch in der Wirtschaft, bei Unternehmen wie KonsumentInnen. Aber wie führt man so eine Diskussion am besten? Wie kommuniziert man Werte? Nach innen, nach außen?

In Studien wurde nachgewiesen, dass gemeinsame Werte in Unternehmen jedenfalls die persönliche und unternehmerische Leistungsfähigkeit der MitarbeiterInnen steigern und dass wertbasierte Unternehmen nachweislich erfolgreicher sind als solche Betriebe, die kein bewusstes Wertemanagement betreiben. Bei der Mitarbeiterkommunikation von Werten gibt es verschiedene Ansätze, etwa die Wertevermittlung durch Storytelling, wie es das jüngst erschienene Fachbuch „CSR und Interne Kommunikation: Forschungsansätze und Praxisbeiträge“ erklärt. Dabei werden mittels Interviews Geschichten und Erlebnisse von MitarbeiterInnen erhoben, in denen sich die persönlich empfundene Unternehmenskultur widerspiegelt. Dann erfolgt ein Abgleich zwischen den subjektiven und den unternehmensseitigen Werten. Etwaige – mitunter auch eklatante – Abweichungen der Wertvorstellungen werden mit der Unternehmensleitung diskutiert. Mittels Storytelling-Analyse werden schließlich Geschichten ausgesucht, die sich für eine Wertekommunikation am besten eignen. Dabei kann es um Themen wie Fairness, Zuverlässigkeit, Teamwork, Kreativität, Glaubwürdigkeit gehen. „Neben dem Inhalt und Handlungsverlauf“, heißt es im Buch, „ist entscheidend, wie Geschichten im Unternehmen transportiert werden … beispielsweise durch die persönliche Kommunikation oder über Podcasts im Intranet, Events oder auch Printmedien …“ Interessanter, fast wissenschaftlicher Ansatz.

GLAUBWÜRDIGKEIT UND KOMPETENZ DES UNTERNEHMENS ENTSCHEIDEND

Ob Wertekommunikation aber auch tatsächlich betrieben wird und in welch erfolgreicher Form, steht wieder auf einem anderen Blatt. Konkret zum Beispiel in einer neuen deutschen Studie von AMC & Fährmann, die zeigt, wo Unternehmen, in diesem Fall in der Versicherungsbranche, im Vergleich mit ihren Mitbewerbern stehen. Am besten lässt sich das Ergebnis mit „viel Luft nach oben“ zusammenfassen. Dies trifft laut KPMG auch auf Österreichs Unternehmen zu. Die AMC-Studie weist darauf hin, dass neue sozial-ethische Wertmaßstäbe bei der Auswahl von Produkten und Unternehmen eine immer größere Rolle spielen – und Raum für Differenzierungen bieten. Und sie betont: Die Wirksamkeit der CSR-Kommunikation hängt eng mit der wahrgenommenen Glaubwürdigkeit und Kompetenz des jeweiligen Unternehmens zusammen.

Diese Aussage ist wohl das Erfreulichste daran, relativiert sie doch einiges und ruft zur Besinnung auf das Wesentliche auf: Werte zu leben ist noch immer wichtiger als über Werte zu reden. Und weitergedacht könnte man hinzufügen: insbesondere dann, wenn man ohnehin nicht genau weiß, wie man „kommunikatives Wertemanagement“ optimal betreiben soll. Die Bandbreite zwischen proaktivem Wertemarketing und Information/Bekanntmachung bei Unternehmen ist jedenfalls groß. Falsche und plumpe Kommunikation kann mit Sicherheit mehr Schaden als Nutzen nach sich ziehen. Tue Gutes: JA, rede darüber: JAIN, wäre somit ein pragmatischer Zugang.

Markus Nepf leitet die Stabsstelle Kommunikation des Österreichischen Sparkassenverbandes

LAND UND MÄRKTE

VON HERTA SCHEIDINGER

TRADITIONSUNTERNEHMEN

ALLE AUTOAKTIVITÄTEN UNTER EINEM DACH

Die Pappas Holding GmbH aus Salzburg stellt die Weichen für die Zukunft, um den Herausforderungen der dynamisch wachsenden Autobranche auch weiterhin gerecht zu werden.

Top-Marken, innovative Dienstleistungen und exzellente MitarbeiterInnen sind die Basis des Erfolgs für Pappas. Schon im Jahr 1948 beschäftigten sich die Brüder Georg und Dimitri Pappas mit dem Handel von Automobilen in Salzburg. Die Unternehmen der Pappas Holding blicken daher auf fast 70 Jahre Erfahrung im Automobilhandel zurück. In diesen Jahrzehnten entwickelte sich Pappas von einem kleinen Zwei-Mann-Betrieb zu einem führenden Automobilhandelsunternehmen in Mitteleuropa. Heute umfasst Pappas 46 Standorte in Österreich, Ungarn und Bayern und erzielt einen Umsatz von 1,4 Milliarden Euro.

WEITERENTWICKLUNG

Doch sich auf den Erfolgen und der langen Tradition auszuruhen ist nicht die Sache der Salzburger. Die Pappas Holding GmbH stellte im heurigen Jahr die Weichen für die Zukunft. Neue Technologien und sich verändernde Märkte erfordern eine Organisationsstruktur, die sich klar an den Kundenwünschen orientiert und offen für neue Mobilitätsangebote ist. Darum stellte sich die Pappas Holding neu auf. „Die dynamische Entwicklung der letzten Jahre sowie die Grundsätze der Corporate Governance sind ebenfalls in die neue Organisationsstruktur eingeflossen“, sagt Friedrich Lixl, CEO und Sprecher der Geschäftsführung der Pappas Holding. Kernpunkt ist die Zusammenfassung aller automotiven Aktivitäten unter der Pappas Holding GmbH. Darum wurden die bisher in der CP Auto GmbH geführten Unternehmen DanubeDrive GmbH und Frey Autohaus GmbH Anfang 2017 in die Pappas Holding integriert. So ist eine Automobilhandelsgruppe mit 32.839 verkauften Fahrzeugen und 2.757 MitarbeiterInnen entstanden. Gegenüber der bisherigen Pappas Gruppe bedeutet das ein Umsatzwachstum von 25 Prozent. Mit 1. Mai 2017 wurden zudem die Gesellschaften in der Steiermark und in Tirol auf Pappas umfirmiert (Pappas Steiermark GmbH, Pappas Tirol GmbH). Eine neue Corporate Identity für Pappas gab es obendrein: Die „Pappas Gruppe“ wurde zu „Pappas“.

BRAND DIRECTORS

Um auf die kommenden Herausforderungen reagieren zu können, wurde zudem eine markenorientierte Führungsstruktur eingeführt: Brand Directors sind nun länderübergreifend für Vertrieb und Service von bestimmten Markengruppen verantwortlich. Die Eigentümer Catharina Pappas und Alexander Pappas übergaben die alleinige Verantwortung für die Führung des Automobilkonzerns an das Management. Brand Directors steuern nun das Tagesgeschäft mit den Geschäftsführern der operativen Gesellschaften. Seit 1. September 2017 ist die neue Geschäftsführung des Automobilhandelsunternehmens Pappas Holding GmbH, Salzburg, komplett. Neu in der nunmehrigen Dreier-Geschäftsführung ist Peter Modelhart, der die Aufgabe des Chief Operating Officers (COO) übernommen hat und damit die operative Führung des Automobilvertriebs- und -servicegeschäfts der Pappas Holding in allen Ländern verantwortet. CEO und Sprecher der Geschäftsführung ist Lixl, die Position des CFO bekleidet Kai Droge. „Mit Peter Modelhart verstärkt ein ausgewiesener Automobilhandelsexperte unsere Geschäftsführung“, freut sich Friedrich Lixl. „Wir wollen weiter und nachhaltig wachsen, effizienter werden und unsere Kundinnen und Kunden exzellenter betreuen. Herr Modelhart wird uns dabei maßgeblich unterstützen.“

OPTIMISTISCHER AUSBLICK

Die Pappas Holding GmbH mit ihren Unternehmen erzielte im Vorjahr ein organisches Wachstum von 9,1 Prozent beim Umsatz und 9,0 Prozent beim Fahrzeugverkauf. 351.000 Werkstattdurchgänge wurden verzeichnet (+3 Prozent). Der Pkw-Vertrieb steigerte Umsatz und Absatz sogar überproportional: 20.936 verkaufte Pkw, somit ein Plus von 11,4 Prozent, wurden erzielt. 2016 war für Mercedes-Benz erneut ein All-Time-High bei den Verkäufen.

Zahlen, die es heuer zu schlagen gilt. Die Maßnahmen und Umstrukturierungen sollen sich schon im heurigen Geschäftsjahr positiv auswirken. Für 2017 wird erneut mit einer deutlichen Verkaufssteigerung gerechnet. „Nahezu alle Marken bieten neue, attraktive Modelle an“, betont Lixl. Die Wünsche der KundInnen stehen bei Pappas und seinen MitarbeiterInnen weiterhin an erster Stelle. „Unsere Kundinnen und Kunden sind letztlich unsere Arbeitgeber“, sagt Lixl. Dass die Pappas Holding mit ihren Gesellschaften hier einen guten Job macht, beweisen erneut die hervorragenden CSI- und Kundenzufriedenheits-Werte bei Mercedes-Benz-Pkw und -Transportern in Österreich.

Foto: Pappas Holding

Das Gebäude der Konzernzentrale am Salzburger Flughafen gilt in Architekturkreisen als eines der außergewöhnlichsten Autohäuser Europas.

DER HEIMISCHE TOURISMUS BOOMT

VON HERTA SCHEIDINGER

Österreich ist mit Kunst und Kultur, einer herrlichen Landschaft und einem vielfältigen Tourismusangebot ein Hotspot für UrlauberInnen aus aller Welt.

Österreich ist flächenmäßig ein kleines Land, wenn es um Tourismus und Fremdenverkehr geht, zählt es aber zu den ganz Großen. Der heimische Tourismus steht für mehr als 600.000 Arbeitsplätze in rund 90.000 Betrieben. Diese Unternehmen machen gut 32 Milliarden Euro Umsatz und steuern 15 Prozent zum österreichischen Bruttoinlandsprodukt (BIP) bei. Wirft man einen Blick auf die Tourismuszahlen des heurigen Jahres (Jänner bis August) können sich die TouristikerInnen, den vorläufigen Zahlen zufolge, über ein Nächtigungsplus freuen: Der Zuwachs gegenüber der Vorjahresperiode betrug 2,2 Prozent und stieg damit auf rund 110 Millionen Übernachtungen. Es kamen auch um 3,7 Prozent mehr UrlauberInnen, das ist ein Anstieg auf 30,96 Millionen. Vor allem bei den ausländischen Gästen gab es ein sattes Plus von 4,6 Prozent. Damit verbrachten mehr TouristInnen als je zuvor ihren Urlaub in Österreich. Für das heurige Gesamtjahr hoffen die TourismusexpertInnen, dass die 150-Millionen-Grenze bei den Nächtigungen geknackt werden kann.

SOMMERSAISON IM HOCH

Dass die Alpenrepublik eine attraktive Tourismusdestination ist, hat seinen Grund in der Vielfalt der Angebote, für jeden Urlaubertyp ist etwas dabei: Wandern in den Bergen, Sonnenbaden an einem der herrlichen Badeseen, Kunst und Kultur in den Städten oder sich in einer der modernen Thermen verwöhnen lassen – in kaum einem anderen Land ist Sommerurlaub so abwechslungsreich wie in Österreich. Und genau das schlägt sich jetzt auch in den Tourismuszahlen nieder. Die heurige Sommersaison lässt die heimischen Tourismusbetriebe jubeln. Für die Monate Mai bis August meldete die Statistik Austria neue Höchstwerte. So stieg die Zahl der Ankünfte um 4,8 Prozent zum Vorjahr auf 17,2 Millionen, die Nächtigungen stiegen im gleichen Zeitraum um 3,2 Prozent auf rund 56 Millionen. Unter dem Strich legte die Zahl der Nächtigungen durch TouristInnen aus dem Ausland im bisherigen Sommerhalbjahr um 4,1 Prozent auf 39,62 Millionen zu und jene durch UrlauberInnen aus dem Inland um 1,1 Prozent auf 16,36 Millionen. Ein Plus gab es vor allem bei den Gästen aus Deutschland. So verbrachten um 6,2 Prozent (rund 306.900) mehr Deutsche ihren Urlaub bei uns als im Vorjahr. Die Zahl der Nächtigungen durch deutsche TouristInnen erhöhte sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 4 Prozent auf 20,56 Millionen.

TRENDWENDE BEI RUSSISCHEN GÄSTEN

Bemerkenswert ist auch das Comeback der Gäste aus Russland. Dank steigender Flugzahlen von Moskau nach Wien sowie einem stabilen Wechselkursverhältnis von Rubel zu Euro kommen die russischen UrlauberInnen wieder vermehrt nach Österreich. In den letzten Jahren war der russische Markt wegen der internationalen Sanktionen stark eingebrochen. In den heurigen Sommermonaten kamen jedoch rund 35 Prozent (28.400) mehr RussInnen nach Österreich als im Jahr davor. Die Zahl der Nächtigungen durch russische UrlauberInnen stieg im gemeinsamen österreichisch-russischen Tourismusjahr um fast 30 Prozent auf rund 287.400.

HÖCHSTE ZUWÄCHSE DER BUNDESLÄNDER

Besonders markante Zuwächse verbuchten Kärnten mit einem Plus von 5,5 Prozent und Niederösterreich mit plus 5,3 Prozent. Nach der ersten Analyse der Sommerzahlen für 2017 ist die Stimmung in Kärnten mehr als sonnig. Nach einem sehr erfolgreichen Jahr 2016, in dem die Zahl der Gesamtankünfte erstmals die 400.000er-Marke überstieg, konnte die Region Wörthersee im Sommer 2017 abermals sehr gut performen und das Ergebnis des Vorjahres deutlich übertreffen: So verzeichnete die Region von Mai bis August einen Zuwachs von 9 Prozent bei den Ankünften. Auch sehr erfreulich – mit einem Plus von 8 Prozent – ließen sich die Übernachtungszahlen an. Ausschlaggebend dafür waren das durchdachte touristische Angebot und natürlich das herrliche Wetter im heurigen Sommer. „Wir freuen uns sehr, dass unsere neuen Frühsommer-Themen, wie die Kulinarik oder auch das Yoga, die Reiseentscheidung von Kurzurlauberinnen und Kurzurlaubern im Mai und Juni zu unseren Gunsten beeinflussen konnten. Der Juli und der August waren aufgrund der ausgezeichneten Wetterverhältnisse ohnehin nicht mehr zu toppen. Speziell im August hätten die großen Orte wie Velden und Pörtschach noch gut und gerne weitere Bettenkapazitäten benötigt“, analysiert Wörthersee-Tourismus-Geschäftsführer Roland Sint den Saisonverlauf.

Ein Bild, das sich in Niederösterreich wiederholt: Nach dem rekordverdächtigen Juli hat Niederösterreichs Tourismus auch im heurigen August eine sehr gute Bilanz verzeichnet. Unterstützt vom prächtigen Sommerwetter ist die Zahl der Ankünfte in den niederösterreichischen Beherbergungsbetrieben im Vergleich zum Vorjahr auf knapp 341.000 gestiegen, die Zahl der Nächtigungen stieg um 2,9 Prozent auf 867.000.

Die Tourismuswirtschaft zwischen Enns und Leitha war in der heurigen Sommersaison ausgezeichnet unterwegs. Die niederösterreichischen Beherbergungsbetriebe erzielten von Anfang Mai bis Ende August eine Zunahme um 154.000 Nächtigungen oder 5,3 Prozent auf knapp 3,1 Millionen Übernachtungen. Davon entfielen mehr als 1,9 Millionen Nächtigungen auf inländische, über 1,1 Millionen auf ausländische Gäste.

STÄDTETOURISMUS UND KULTUR

Dass der Städtetourismus in Österreich den weltweiten Krisen trotzt, zeigt sich in Wien besonders deutlich: Mit sieben Millionen Gästenächtigungen wurde der Rekord des Vorjahres um 4,2 Prozent übertroffen. Und wenn es nach der Tourismusstrategie 2020 geht, dann sollen diese Zahlen noch kräftig gesteigert werden: Bis zum Jahr 2020 soll Wien nämlich bei 18 Millionen jährlichen Nächtigungen einen Umsatz von einer Milliarde Euro erreichen.

Foto: Peter Podpera

SPARKASSENTAG 2017:

REGIONALE VERANTWORTUNG FÜR MARKT UND GESELLSCHAFT

DIE ÖSTERREICHISCHE SPARKASSENGRUPPE FORDERT REGULATORIK UND KONSUMENTENSCHUTZ MIT AUGENMASS UND BEKRÄFTIGT IHREN 200 JAHRE ALTEN GEMEINWOHL-AUFTRAG.

Am 2. und 3. Oktober 2017 fand der Österreichische Sparkassentag im Montforthaus in Feldkirch statt. RednerInnen aus Politik, Wirtschaft und Bildung diskutierten in Vorarlberg mit den Vorständen und VertreterInnen der 49 regionalen Sparkassen und 34 Sparkassenstiftungen in Österreich über Gemeinwohl, Macht und Verantwortung auf der einen und veränderten Wettbewerb, Digitalisierung und künftige Herausforderungen auf der anderen Seite. Im Mittelpunkt stand das Bekenntnis der Sparkassengruppe zu „regionaler Verantwortung für Markt und Gesellschaft".

> **„IM SPANNUNGSFELD VON DIGITALISIERUNG UND GLOBALISIERUNG WERDEN WIR DIE NÄHE ZU DEN KUNDINNEN UND KUNDEN BEIBEHALTEN. WER, WENN NICHT DIE SPARKASSEN, KÖNNTE DIESE ANSPRÜCHE ERFÜLLEN?"**
>
> Gerhard Fabisch,
> *Präsident Österreichischer Sparkassenverband*

Die Erste Bank und Sparkassen entwickeln sich sehr erfolgreich, stehen aber aktuell auch großen Herausforderungen gegenüber. „Überzogene Bestimmungen belasten nicht nur die Kreditinstitute, sondern auch die Konsumentinnen und Konsumenten, die durch ein Zuviel an gesetzlichem ‚Schutz' teilweise wie besachwaltete Menschen behandelt werden", kritisiert Gerhard Fabisch, Präsident des Österreichischen Sparkassenverbandes. Konsumentenschutzgesetze sowie die überbordenden Bankenregulierungen müssten auf Ausgewogenheit evaluiert werden. Schließlich stünden die Banken auch mitten im technologischen Wandel. „Im Spannungsfeld von Digitalisierung und Globalisierung werden wir die Nähe zu den Kundinnen und Kunden beibehalten und Gemeinwohlaktivitäten weiterführen. Wer, wenn nicht die Sparkassen, könnte diese Ansprüche erfüllen", zeigte sich Fabisch optimistisch für die Zukunft.

DIE FREIHEIT ES SELBST BESSER ZU MACHEN

Philosoph und Universitätsprofessor Konrad Paul Liessmann unterstrich bei seiner Rede die Bedeutung der Angemessenheit. Die Grenze zwischen Vorschreiben, Nahelegen und Bevormundung sei fließend. „Zuviel staatliche Verantwortung nimmt auch die Freiheit, es selbst besser zu machen." Zuwenig staatliche Zuwendung ortete er hingegen in der heimischen Bildungspolitik. „Die Bildung wird wesentlich mitbestimmen, wie eine Region in Zukunft aussehen und prosperieren wird, und stellt damit eine der wichtigsten Verantwortungen in der Gesellschaft dar." Doch die Politik behandle Bildung schon seit Jahren stiefmütterlich, meinte Liessmann und regte ein kritisches Hinterfragen an.

„Wir sind vor fast 200 Jahren gegründet worden, um den Menschen, den Kommunen und der Region, in der wir wirken, zu Wohlstand zu verhelfen. Die Fragen nach dem Wie und nach dem, was wir als Unternehmen tun, stellen sich alle Unternehmen. Das Wie ändert sich etwa durch die Digitalisierung. Doch die Frage nach dem Warum ist das einzig Essenzielle und unterscheidet uns vom Mitbewerb", machte Andreas Treichl, Generaldirektor der Erste Group, in seiner Keynote deutlich. Das Warum und somit auch die hohen ethischen Ansprüche bei den Sparkassen blieben unverrückbar. Es gehe ihnen beim Geschäft nicht nur darum, ob es profitabel und rechtlich richtig sei, sondern ob es den KundInnen Nutzen bringt. „Das ist unsere Verantwortung, unsere Haltung und unser Gründungsauftrag, an dem wir konsequent festhalten", bekräftigte Treichl.

NEUE GEMEINWOHL-INITIATIVE „ZUSAMMEN.HELFEN"

Nachhaltigkeit, soziales Engagement und gemeinschaftsbildende Maßnahmen: Schlagworte, die heutzutage inflationär verwendet werden. Und dennoch: Selten treffen diese Worte so genau zu wie auf die Projekte der Sparkassen, die sich kontinuierlich für die Unterstützung und Weiterentwicklung in ihren Regionen einsetzen. Franz Portisch, Generalsekretär des Österreichischen Sparkassenverbandes, will an den Gemeinwohl-Kooperationen, wie etwa der heuer zehnjährigen Unterstützung des Österreichischen Hospizverbandes, festhalten. Zudem stellte er die neue österreichweite Initiative der Sparkassen, der Erste Stiftung und der Sparkassen-Stiftungen vor. „Unter dem Titel ‚zusammen.helfen' wird ab heuer alle zwei Jahre ein gesellschaftlich bedeutendes Thema ausgewählt und werden Projekte in ganz Österreich gefördert. In den Jahren 2017/2018 lautet das Motto, Jugendlichen neue Chancen zu eröffnen. Elf Projekte werden bereits unterstützt", sagt Portisch.

> **„UNTER ZUSAMMEN.HELFEN WERDEN AB HEUER ALLE ZWEI JAHRE PROJEKTE UNTER EINEM BESTIMMTEN MOTTO ÖSTERREICHWEIT GEFÖRDERT. 2017 STARTETEN WIR MIT ‚JUGEND/CHANCE'."**
>
> Franz Portisch,
> *Generalsekretär des Österreichischen Sparkassenverbandes*

Fotos: Novak Sparkassenverband

VON INES FRIEDLMAYER

AUFSICHTSRÄTINNEN: ENDE DER GLÄSERNEN DECKE?

Die Regierung hat dieses Jahr eine Frauenquote für Aufsichtsräte beschlossen. Ab 2018 gilt sie für Neumandate – die Erste Gruppe erfüllt sie bereits.

Foto: iStock.com

Aufsichtsratsmandate sind hart umkämpft und mit hohem Prestige verbunden. Frauen gehören in Aufsichtsratsgremien aber immer noch zur Minderheit. Der Gesetzgeber versucht das mit einem vorgeschriebenen Anteil zu ändern – ab 2018 gilt: Ein börsennotiertes Unternehmen oder ein Betrieb mit mehr als 1.000 Beschäftigten muss in seinem Aufsichtsrat eine Frauen-Mindestquote von 30 Prozent einhalten. Sollte die Quote nicht erfüllt werden, bleibt der Sitz unbesetzt. Ob solche Gesetze wirklich notwendig und sinnvoll sind, wird nun viel diskutiert. Sowohl die Erste Gruppe als auch die Sparkassen können bereits jetzt einen vergleichsweise hohen Frauen-Anteil in Aufsichtsratsgremien vorweisen: So sind in der Erste Group 6 von 17 Aufsichtsräten weiblich. Doch bei anderen Betrieben zeigt sich ein düsteres Bild: Im Vergleich zum Vorjahr fiel der Anteil der Frauen, die in Aufsichtsratspositionen tätig sind, im Durchschnitt auf weit unter 18 Prozent.

Foto: Kostwein Maschinenbau GmbH

„UM IN VORSTANDSPOSITIONEN DEN FRAUENANTEIL ZU HEBEN, MUSS MAN BEREITS AUF DER BETRIEBLICHEN EBENE BEGINNEN, POSITIONEN GESCHLECHTERNEUTRAL NACH FÄHIGKEITEN ZU BESETZEN."

Ulrike Schrott-Kostwein,
Managing Director der Kostwein Maschinenbau GmbH

ERSTE BANK UND SPARKASSEN ALS VORREITER

Claudia Höller, Vorstand der Erste Bank und Aufsichtsrätin in mehreren Unternehmen: „Erste Group wie auch Erste Bank Österreich haben sich schon früh mit diesem Thema beschäftigt, und es gibt auch von Seiten des Managements seit mehreren Jahren den klaren Wunsch, mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen. Hier gibt es auch eine gezielte Förderung." Diesen Zugang erfuhr auch Primärärztin Dr. Angelika Karner-Nechvile, Aufsichtsrätin der Wiener Neustädter Sparkassen: „Gesetzliche Quotenregelungen werden von vielen zurecht kritisch bewertet. Die Erfahrung hat jedoch gezeigt, dass Frauen sich führende Positionen oft nicht zutrauen. Ähnlich war das auch bei mir – wäre die Sparkasse nicht proaktiv auf mich zugegangen, würde ich heute nicht im Sparkassenrat sitzen."

FRAUEN NICHT BEVORZUGT BEHANDELT

Besondere Bevorzugungen oder offensichtliche geschlechterspezifische Unterscheidungen seien Karner-Nechvile aber weder in ihrer beruflichen Laufbahn als Ärztin noch bei der Bestellung als Aufsichtsrätin untergekommen. Die Aufsichtsrätin stellt klar: „Frauen müssen selbstverständlich dieselben Qualifikationen für leitende Tätigkeiten vorweisen wie ihre männlichen Kollegen. Quoten können aber helfen, Frauen in diese Positionen zu bringen." Ihre Kärntner Aufsichtsrats-Kollegin,

Foto: Landesklinikum Wr. Neustadt

„GESETZLICHE QUOTENREGELUNGEN WERDEN VON VIELEN ZURECHT KRITISCH BEWERTET. DIE ERFAHRUNG HAT JEDOCH GEZEIGT, DASS FRAUEN SICH FÜHRENDE POSITIONEN OFT NICHT ZUTRAUEN."

Angelika Karner-Nechvile,
Abteilungsvorstand des Landesklinikums Wiener Neustadt

die Unternehmerin Ulrike Schrott-Kostwein, sieht die Situation ähnlich: „Personen mit gleichen Qualifikationen sollen die gleichen Chancen zum Aufstieg haben. Um in Führungs- und Vorstandspositionen den Frauenanteil zu heben, muss man bereits auf der betrieblichen Ebene beginnen, Positionen geschlechterneutral nach Fähigkeiten, Ausbildungen und Erfahrungen zu besetzen. Wäre dies bereits flächendeckend in der Gesellschaft akzeptiert, so müssten wir nicht über Frauenquoten sprechen."

NEUE HERAUSFORDERUNGEN WAGEN

Dass immer noch zu wenige Frauen in Aufsichtsräten tätig sind, liegt folglich sowohl am fehlenden Bewusstsein als auch oft an den Frauen selbst. Zu viele trauen sich die neue Verantwortung nicht zu. Claudia Höller: „Frauen wollen oft darum

Foto: David Sailer

„ERSTE GROUP UND ERSTE BANK HABEN SICH SCHON FRÜH MIT DEM THEMA BESCHÄFTIGT. ES GIBT AUCH VON SEITEN DES MANAGEMENTS DEN KLAREN WUNSCH, MEHR FRAUEN IN FÜHRUNGSPOSITIONEN ZU BRINGEN."

Claudia Höller,
Vorstand der Erste Bank Österreich

gebeten werden, eine Funktion zu übernehmen. Da braucht es ein klares Umdenken – ich glaube, wir sollten uns ein wenig selbst an der Nase nehmen. Mehr Selbstvertrauen kann uns Frauen nie schaden. Am Können wird es nicht scheitern, denn da stehen wir den Herren um nichts nach."

FÜNF FRAGEN AN ...

DORIS SCHRETZMAYER, SCHAUSPIELERIN, ÜBER EHRGEIZ, VORSORGE UND BEGEISTERUNG.

1. IHRE FIGUR IN DER ERFOLGSKOMÖDIE „DIE MIGRANTIGEN“ IST EINE EHRGEIZIGE TV-REGISSEURIN. WIE EHRGEIZIG SIND SIE SELBER? Im buchstäblichen Sinn heißt ehrgeizig „mit Ehre zu geizen“. Warum sollte ich das? Von Ehre hat jeder Mensch von Natur aus genug und Geiz ist doof. Ich bin gern großzügig und der Meinung, dass man sein Potenzial verwirklichen kann, wenn man mit Freude und Interesse dranbleibt. **2. SCHAUSPIELERIN ZU SEIN BEDEUTET MITUNTER, NICHT ZU WISSEN WIE ES BERUFLICH WEITERGEHT. WIE GEHEN SIE DAMIT UM?** Ich habe mich nach der Matura entschieden, selbständig zu sein, und kenne aus 25 Jahren diese und jene Phasen. Ich liebe meinen Beruf, weil er mir jeden Tag Begeisterung schenkt und mir viel Schönheit im Leben zeigt. Manchmal nicht zu wissen, was als nächstes kommt, ist für mich Teil der Entscheidung, die ich getroffen habe. **3. WELCHE ROLLE SPIELT FINANZIELLE VORSORGE IN IHREM LEBEN?** Ich liebe Geld, aber horte es nicht. Ich gehe davon aus, möglichst lang in meinem Berufsfeld tätig zu sein. Mit Absicherung beschäftige ich mich wenig, weil ich nicht an diese Art von Sicherheit glaube. Ich fühle mich sicher, wenn ich das tun kann, was mir Freude macht. **4. BEKOMMT GELD EINE ANDERE BEDEUTUNG, WENN MAN EIN KIND HAT?** Nein. Es ist aber gut, dem Kind beizubringen, dass Geld nichts ist, bei dem man Angst haben muss, dass es nicht da ist. Eine vertrauensvolle Einstellung zu Geld ist für einen selbst und auch für das Kind von Vorteil. **5. WIE WÜRDEN SIE EINEN LOTTOGEWINN ANLEGEN?** Mein Sohn hat mir vor ein paar Tagen erzählt, dass es zehnmal wahrscheinlicher ist, vom Blitz getroffen zu werden als im Lotto zu gewinnen. Wir spielen nicht Lotto und unser Haus hat einen Blitzableiter. INFO: Doris Schretzmayer begann ihre Karriere beim Radio und war schon kurz darauf in zahlreichen bekannten Serien und Kinofilmen wie „Braunschlag“, „Gruber geht“ und „Die Vaterlosen“ zu sehen. Am 24. November erscheint die DVD der Erfolgskomödie „Die Migrantigen“ (100.000 ZuschauerInnen in den österreichischen und deutschen Kinos), mit Doris Schretzmayer in der Rolle einer TV-Regisseurin, auf DVD. Aktuell schreibt die Künstlerin an einem Drehbuch sowie an einem Kurzgeschichten-Band.

Foto: Irina Gavrich