['ʃpa:rkassən] *seit* 1906

MÄRZ 2018

EXPORT

SEITE 6:
INTERVIEW ANDREAS TREICHL, CEO ERSTE GROUP, ÜBER DIE NEUE TAGTRAEUMER-KAMPAGNE

SEITE 10: BLOCKCHAIN – DIE KETTE KALKULIERTER ZUFÄLLE

SEITE 16:
HEIMISCHE UNTERNEHMEN TRÄUMEN VON DER WEITEN WELT

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: Stephan Scoppetta;
MitarbeiterInnen dieser Ausgabe: Stephan Scoppetta, Herta Scheidinger (CvD), Milan Frühbauer,
Helene Tuma, Bastian Kellhofer, Max Trauner, Sarah El Sayed;
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 1a, OG 2, 1140 Wien, www.bernsteiner.at;
Art Direktion/Gestaltung: Dina Gerersdorfer, www.dinagerersdorfer.com;
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: Marion Vicenta Payr

Foto: Jacques Lemans

Foto: istock.com

Illustration: istock.com

IM FOKUS
4
Editorial und Kurznachrichten

ECONOMY
6
„Wir dürfen nie aufhören zu träumen"
Andreas Treichl, Vorstandsvorsitzender Erste Group Bank AG im Interview

10
Blockchain
Die Kette kalkulierter Zufälle

14
Flankenschutz für die Exportdynamik
Exportförderung: Österreichische Kontrollbank

16
Träume werden wahr
Heimische Unternehmen und der Export

19
5 volkswirtschaftliche Thesen
Gerhard Winzer, Chefvolkswirt der Erste Asset Management: Fünf Thesen für 2018

20
Insight Brüssel
Die aktuellsten News aus der EU-Hauptstadt

21
Kommentar Kommunikation
Der Trend zu digitalen Touchpoints verstärkt sich

LAND UND MÄRKTE
22
Traditionsunternehmen
Pro-Ject sorgt für beste Hi-Fi-Qualität

24
„Wir managen mehr als zehn Milliarden Euro"
Andreas Zakostelsky, Generaldirektor der VBV-Gruppe im Interview

WERTE
26
Pionier der Virtuellen Anthropologie
Interview mit Prof. Gerhard Weber

28
CIVITAS Award 2017
Die Preisträger des Sparkassenstiftungs-Awards

FINALE
30
Fünf Fragen an …
Tagtraeumer

FORUM

Foto: Christian Wind

ERSTE GROUP ERWIRTSCHAFTET 2017 EINEN NETTOGEWINN VON 1,31 MILLIARDEN EURO

Das Ergebnis der Erste Group für 2017 unterstreicht einmal mehr, dass das Geschäftsmodell einer Bank, die Privat- und UnternehmenskundInnen in CEE bedient, gut funktioniert. Das kräftige Wachstum der CEE-Volkswirtschaften, das jenes Westeuropas deutlich übertroffen hat, hat zum guten Ergebnis beigetragen. Positives Highlight ist der Nettogewinn von 1,31 Mrd. Euro, der höchste, den die Erste Group jemals erzielte. „Aber auch der starke Nettozufluss an Kundeneinlagen in Höhe von 13 Mrd. Euro und die hohe Kreditnachfrage von Unternehmern und privaten Haushalten, denen wir Neukredite in Höhe von mehr als neun Mrd. Euro zur Umsetzung ihrer Wünsche zur Verfügung gestellt haben, zeigt die Stärke unseres Geschäftsmodells", so Andreas Treichl, CEO der Erste Group.

Aber auch die Liquiditäts- und Eigenkapitalausstattung war für Treichl eine solide Grundlage für die Ergebnisse 2017. „Mit einer NPL-Quote von vier Prozent und Risikokosten von neun Basispunkten haben wir Niveaus erreicht, die wir seit dem Beginn der Finanzkrise nicht gesehen haben", kommentierte der Erste-CEO die Risikoentwicklung.

Der Zinsüberschuss ging trotz Kreditwachstums insbesondere aufgrund des geringeren Zinsertrags aus Veranlagungen in Staatsanleihen und eines niedrigeren Beitrags aus Unwinding auf 4.353,2 Mio. Euro (-0,5 Prozent, 4.374,5 Mio. Euro) zurück. Der Provisionsüberschuss stieg auf 1.851,6 Mio. Euro (+3,8 Prozent, 1.783,0 Mio. Euro). Starke Anstiege gab es neben den Erträgen aus dem Wertpapiergeschäft und der Vermögensverwaltung auch bei den Vermittlungsprovisionen, während sich die Erträge aus dem Kreditgeschäft rückläufig entwickelten.

Die Bilanzsumme stieg auf 220,7 Mrd. Euro (+6,0 Prozent, 208,2 Mrd. Euro). Auf der Aktivseite erhöhten sich Kassenbestand und Guthaben auf 21,8 Mrd. Euro (18,4 Mrd. Euro), die Kredite an Banken auf 9,1 Mrd. Euro (3,5 Mrd.). Die Kundenkredite stiegen auf 139,5 Mrd. Euro (+6,8 Prozent, 130,7 Mrd. Euro). Passivseitig gab es einen Zuwachs sowohl bei den Einlagen von Kreditinstituten auf EUR 16,3 Mrd. (14,6 Mrd. Euro) als auch erneut bei Kundeneinlagen – insbesondere in Tschechien und Österreich auf 150,9 Mrd. Euro (+9,4 Prozent, 138,0 Mrd. Euro).

Foto: s Versicherung

NACHRUF: HEINZ SCHUSTER EIN TOP-MANAGER MIT VIEL HERZ IST VON UNS GEGANGEN

Er war leidenschaftlich, immer gut gelaunt und doch sehr konsequent in der Umsetzung von Zielen. Heinz Schuster, der Generaldirektor der Sparkassen Versicherung, ist unerwartet im Alter von 65 Jahren verstorben. Der gelernte Versicherungsexperte war eng mit Österreichs Sparkassengruppe verbunden und prägte durch sein Wirken 47 Jahre die Sparkassenwelt. Schuster begann seine Laufbahn im Jahr 1971 im Rechnungsdienst der heutigen Erste Bank. Bis 1980 war er unter anderem als Organisationsleiter in der s Bausparkasse tätig und gelangte danach als Landesdirektor für Niederösterreich und das Burgenland schließlich in die s Versicherung. Hier bekleidete Schuster von 1989 bis zu seiner Bestellung zum Vorstandsmitglied 2009 die Position des Vertriebschefs mit Prokura. 2013 wurde er zum Vorstandsvorsitzenden der s Versicherung und 2015 zum Generaldirektor ernannt. Ende 2016 verabschiedete er sich in den Ruhestand, übernahm aber noch beratende Funktionen für die VIG. Die KollegInnen der s Versicherung, Erste Group, Erste Bank und Sparkassen trauern um Heinz Schuster, einen Manager mit viel Herz und Charme.

EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser!

Als Kinder hatten wir große Träume. Wir wollten Astronaut werden, große Erfinder oder Superstars. Doch je älter wir wurden, desto mehr haben wir gelernt realistisch zu sein und die Bodenhaftung nicht zu verlieren. Andreas Treichl, CEO der Erste Group, plädiert im großen Interview in der aktuellen Ausgabe des Sparkassen-Magazins dafür, dass wir uns die Zeit zum Träumen nehmen, denn Träume sind unser innerer Motor. Auf diesem Motto setzt auch die neue Werbekampagne der Erste Bank und Sparkassen auf, die in den nächsten Monaten landauf, landab gespielt werden wird. Das passt gut zu unseren KundInnen, denn auch sie haben sehr viele große und kleine Träume, die wir als Sparkassengruppe tagtäglich mit unserer Arbeit wahr werden lassen.

Wussten Sie, dass das österreichische Exportvolumen 2017 bereits mehr als 140 Milliarden Euro betrug? Der Export ist damit der wichtigste Konjunkturtreiber in Österreich. Auch in diesem Jahr wird sich dieser Kurs fortsetzen, aber natürlich haben besonders die fast 50.000 exportorientierten Unternehmen in Österreich eigene Bedürfnisse. Sie brauchen nicht nur eine gute Beratung und Förderung, sondern auch eine Bank, die sie auf dem Weg in die weite Welt hinaus unterstützt und begleitet. Der Uhrenhersteller Jacques Lemans, die Küchenlegende Riess Kelomat und der Beschichtungsexperte Tiger verraten, wie sie es geschafft haben, auf den Weltmärkten erfolgreich zu sein. Übrigens: Bei allen drei Unternehmen waren die zentralen Erfolgsfaktoren Innovation, ständige Weiterentwicklung und gut ausgebildete MitarbeiterInnen.

Kaum etwas spaltet die Finanzwelt derzeit mehr als das Thema Blockchain und die damit einhergehenden Kryptowährungen wie Bitcoin. In einem umfassenden Bericht versuchen wir einmal abseits der großen Emotionen einen näheren Blick auf die Blockchain-Technologie zu werfen und auch das Potenzial für die Finanzwelt aufzuzeigen. Petia Niederländer, Leiterin der Abteilung Retail & Corporate Operations bei der Erste Group, gibt in einem Interview tiefe Einblicke in den Wettstreit der einzelnen technologischen Ansätze von IBM, SWIFT, R3 beziehungsweise Ripple und zeigt auf, welche Auswirkungen das auf den Zahlungsverkehr der Banken in Zukunft haben wird. Diese und natürlich viele weitere interessante Themen finden Sie in unserer ersten Sparkassenzeitung des heurigen Jahres.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen und beim Träumen!

Foto: Daniel Hinterramskogler

FRANZ PORTISCH, GENERALSEKRETÄR DES ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSENVERBANDES

ECONOMY

INTERVIEW VON STEPHAN SCOPPETTA

„WIR DÜRFEN NIE AUFHÖREN ZU TRÄUMEN“

ANDREAS TREICHL, CEO DER ERSTE GROUP ÜBER DIE NEUE WERBEKAMPAGNE DER ERSTE BANK UND SPARKASSEN, VISIONEN UND WARUM VERTRAUEN DIE WICHTIGSTE WÄHRUNG FÜR DIE ZUKUNFT EINER BANK IST.

Andreas Treichl, CEO der Erste Group mit der österreichischen Band Tagtraeumer, die den Song für die neue Werbekampagne der Erste Bank lieferten.

Foto: Marion Vicenta Payr

Fotos: Marion Vicenta Payr

Sparkassenzeitung: *Sie haben gerade die neue Kampagne Tagtraeumer präsentiert, im Grunde ist das ein Aufruf an die Menschen wieder zu träumen. Haben wir das Träumen verlernt?*
Andreas Treichl: Als Kinder haben wir alle große Träume. Wir wollen Astronauten werden, Abenteurer oder große Erfinder. Viele Erwachsene ermahnen uns dann dazu, am Boden zu bleiben und realistisch zu sein. Kindern wird so beigebracht, dass träumen schlecht beziehungsweise ein Luxus ist, den man sich im echten Leben nicht leisten kann. Aber Träume sind unser innerer Motor. Die meisten von uns träumen vom Glück oder von materiellem Wohlstand, und wir setzen vieles daran, unsere Träume wahr werden zu lassen. Wir dürfen nie aufhören zu träumen.

Wie kann eine Bank helfen Träume zu verwirklichen?
Treichl: Wir wurden vor 200 Jahren gegründet um den Menschen beim Aufbau von Wohlstand zu helfen. Da hat sich bis heute nichts geändert. Das ist unsere Aufgabe. Wir wollen die Menschen und Unternehmen unseres Landes bei ihren „glaub an dich"-Momenten, bei der Verwirklichung ihrer Träume unterstützen. Wir wollen mit unserer Kampagne ein Zeichen setzen und für Zuversicht eintreten. Die Menschen in Österreich müssen gerade jetzt an sich glauben und brauchen jemanden, der an sie glaubt. Die Sparkassengruppe vertritt seit jeher diese Werte, an denen wir auch die nächsten zwei Jahrhunderte festhalten. Und dem liegt immer eines zu Grunde: der Glaube an die Menschen.

Was macht aus Ihrer Sicht Träumer beziehungsweise Visionäre aus?
Treichl: Visionen sind im Grund genommen Träume, die man glaubt in Zukunft verwirklichen zu können. Visionär sein heißt Träume zu haben und dabei den Zeitgeist der Zukunft zu treffen. Diese Visionäre sind der Motor unserer Gesellschaft. Johannes Gutenberg hatte die Idee, dass sich Schriften deutlich einfacher vervielfältigen lassen, wenn man sie druckt, und hat den Buchdruck erfunden. Hätte Karl Benz nicht die Vision einer motorgetriebenen Kutsche gehabt, würde es heute kein Auto geben. Wäre Thomas Edison nicht beharrlich dem Traum vom elektrischen Licht nachgehangen, würden wir heute vermutlich noch immer am Abend bei Kerzenlicht lesen. Es sind gerade diese Visionäre, die oft die großen gesellschaftlichen Revolutionen einläuten.

Wird die neue Tagtraeumer-Kampagne der Erste Bank und Sparkassen die #glaubandich-Kampagne ablösen?
Treichl: Die Tagtraeumer-Kampagne ist Teil der #glaubandich-Kampagne. Aber das „glaub an dich" und der Claim „Dieses Land braucht Menschen, die an sich glauben. Und eine Bank, die an sie glaubt" bleiben gleich und werden nur wieder anders interpetiert.

Bis 2016 sind wir durch ein tiefes wirtschaftliches Tal geschritten. Mit der Kampagne #glaubandich und nun mit Tagtraeumer versprühen Sie neuen Optimismus im Land. Ist uns der Optimismus in der Krise abhandengekommen, oder würden Sie sagen, er war immer da, man hat ihn nur wieder wachgeküsst?
Treichl: Ich glaube, eine Krise wird auch von Menschen hervorgerufen, nicht nur von Situationen. Wenn einem in der Krise der Glaube an die Zukunft, die Vision und das Träumen verloren gehen, dann wird man eine Krise nicht bewältigen. Der Grund, warum wir aus dieser Krise herausgekommen sind, liegt darin, dass es genügend Menschen gegeben hat, die fest daran geglaubt haben, dass es irgendwann einmal wieder besser wird. Krisen sind sehr viel auch Kopfsache und kippt der Schalter wieder Richtung Optimismus, dann läuft auch wieder die Wirtschaft rund.

Wir haben steigende Digitalisierung, niedrige Zinsen, Globalisierung – Österreich steht ja vor vielen Herausforderungen. Was brauchen wir aus Ihrer Sicht um die großen Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen?
Treichl: Ich glaube, das Allerwichtigste ist, dass wir uns auf eine deutlich schnellere Veränderung einstellen. Mit der Geschwindigkeit wird es aber umso schwerer, die Zukunft zu planen, und die Unsicherheit wächst. Unsere Aufgabe als Erste Bank und Sparkassen ist es, den Menschen, so gut wir können, Sicherheit zu geben, und auch das wird immer schwieriger. Hier müssen auch wir viel in die Digitalisierung, aber auch in Ausbildung und Kompetenzen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investieren. Das

DIE MUSIK DER KAMPAGNE ZUM NACHHÖREN:
Suchen unter „tagtraeumen"

Spotify · amazon.com · iTunes · MUSIC

Entscheidende ist aber, dass wir den Menschen Vertrauen geben müssen.

Wie lässt sich das Vertrauen in eine Bank für die Zukunft aufbauen?
Treichl: Wir müssen hier weit über unsere Generation hinausgehen und die Menschen, die heute geboren werden, müssen in 20 oder 30 Jahren zu schätzen wissen, dass die Beratung durch vertrauenswürdige und gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Finanzinstitutionen einen echten Wert für sie hat. Trotz aller Digitalisierung und Artificial Intelligence lässt sich Vertrauen nur zwischen Menschen aufbauen, und genau diese Botschaft müssen wir transportieren und auch leben.

Gleichzeitig schreitet die Automatisierung in den Banken voran.
Treichl: Natürlich lassen sich heute viele Dinge schon sehr vereinfacht via Internet oder an einem Automaten erledigen. Aber es gibt viele Geschäftsvorgänge, wie zum Beispiel die Aufnahme eines Wohnbaukredits oder eine umfassende Finanzstrategie, die der Beratung durch gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bedürfen. Hier braucht es ein Gespräch und Beratung, und je qualifizierter und besser wir die Kundinnen und Kunden hier betreuen, desto größer wird auch das Vertrauen in uns als Bank sein.

Was bringt eigentlich eine Kampagne wie #glaubandich oder Tagtraeumer? Lohnt es sich wirklich viel Geld ins Marketing zu investieren?
Treichl: Das ist eine berechtigte Frage. Bei den Kosteneinsparungen wird immer diskutiert, ob wir bei Personal-, Sach- oder Marketingkosten einsparen sollen. Am einfachsten ist es beim Marketing zu sparen. Aber wir müssen uns vor Augen halten, dass wir in einem hochkompetitiven Umfeld agieren und den Menschen auch vermitteln müssen, was unsere Werte sind und wo die Besonderheiten unserer Dienstleistungen liegen. Mit unserem Marketing ist uns das in den vergangenen Jahren ausgezeichnet gelungen und wir konnten dadurch auch Kundenzuwächse erzielen. Es hilft uns zum Beispiel nicht, mit George das beste Onlinebanking in Österreich auf den Markt zu bringen, wenn wir nicht darüber sprechen.

Aber geht es bei Ihren sehr emotionalen Kampagnen um mehr als nur Kundenwachstum?
Treichl: Wir wollen den Menschen in unserem Land zeigen, dass wir da sind für sie und dass wir wirklich an sie glauben. Damit legen wir uns selbst die Latte sehr hoch, denn wir müssen nun immer wieder unter Beweis stellen, dass das kein Marketinggag ist, sondern wir es wirklich ernst meinen. Das heißt, wir sind nach innen bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, aber auch bei unseren Kundinnen und Kunden gefordert, hier unseren eigenen Ansprüchen gerecht zu werden.

Die Erste Bank arbeitet bei dieser Kampagne das erste Mal mit einer aufstrebenden jungen österreichischen Band zusammen. Ist das als Botschaft zu werten?
Treichl: Es ist eine Botschaft, denn wir glauben an die fünf jungen Männer von Tagtraeumer. Aber natürlich passt auch der Song ausgezeichnet zu unserer Kampagne. Mit der Neuinterpretation ihres Hits „tagtraeumen" haben sie gleich die passende Geschichte und den passenden Soundtrack zum neuen Spot geliefert. Wir wollen damit unterstreichen, dass wir an unser Land und an die heimische Kreativwirtschaft glauben. Und es macht großen Spaß mit den Jungs zusammenzuarbeiten.
Da bleibt nur ein Zitat von Tagtraeumer übrig: „Wir dürfen nur nicht aufhören zu träumen!"

www.facebook.com/erstebank.sparkasse

www.instagram.com/erstebank.sparkasse/

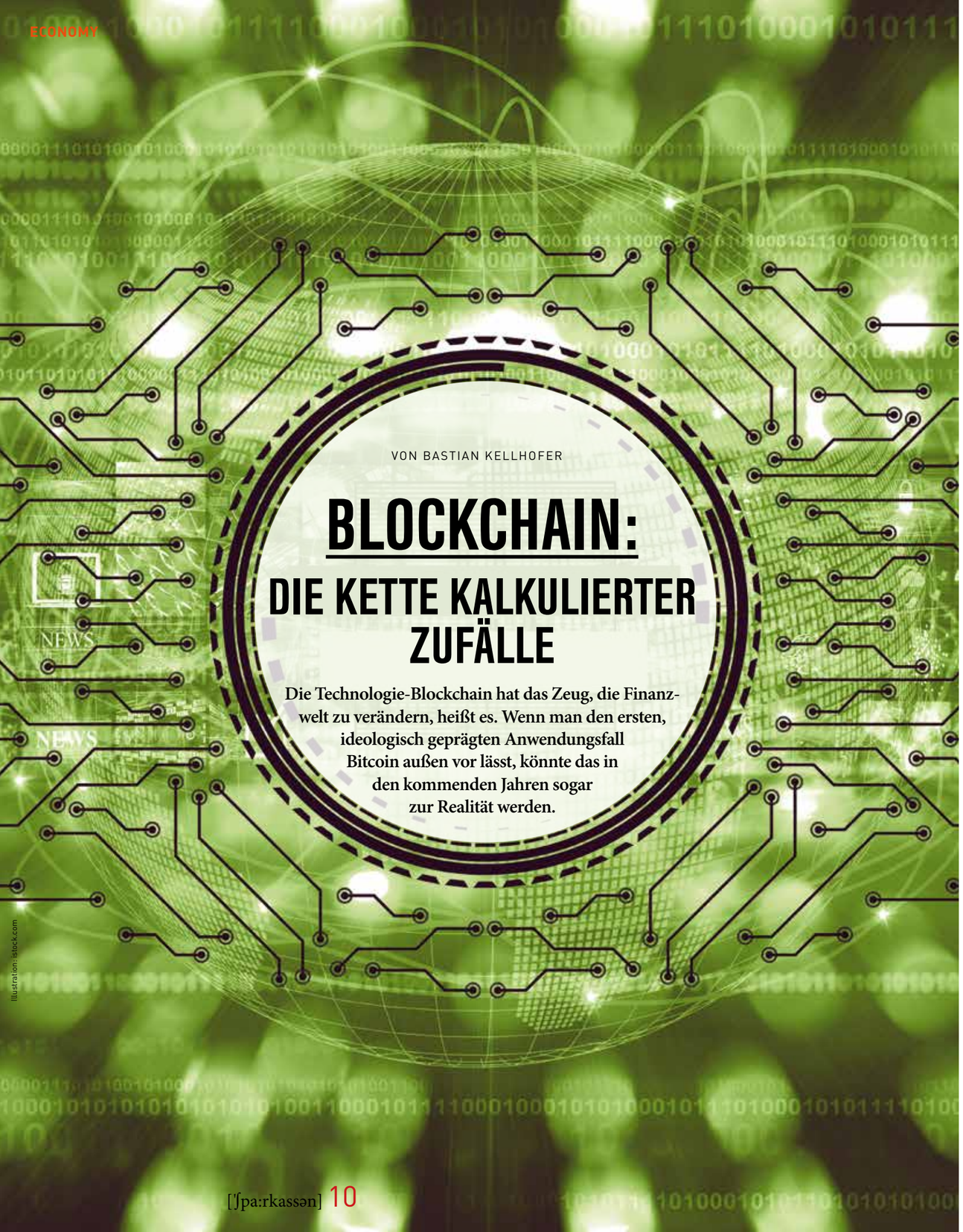


Illustration: istock.com

VON BASTIAN KELLHOFER

BLOCKCHAIN: DIE KETTE KALKULIERTER ZUFÄLLE

Die Technologie-Blockchain hat das Zeug, die Finanzwelt zu verändern, heißt es. Wenn man den ersten, ideologisch geprägten Anwendungsfall Bitcoin außen vor lässt, könnte das in den kommenden Jahren sogar zur Realität werden.

Die Blockchain ist groß im Kommen. Digitale Währungen auf Basis von Blockchains (wie Bitcoin, Litecoin, Monero) sprießen aus dem Boden und sind der neueste Trend der Finanzspekulation. Konzepte wie selbstausführende Verträge („Smart Contracts“) werden erstmals eingesetzt. Nur: Was sind Blockchains eigentlich?

Eine Blockchain ist eine verteilte Datenbank, eine Excel-Tabelle, die nicht auf einem zentralen Datenträger gespeichert ist, sondern auf vielen verschiedenen verteilten Computern. Etwa alle zehn Minuten wird ein Bündel an Transaktionen gemeinsam (als „Block“) vom Netzwerk verifiziert. Jeder Block verweist dann auf den Block, der vor ihm kam. Die Datenbank ist also als Liste von Transaktionsblöcken aufgebaut. Ein Block enthält außerdem eine Prüfsumme, die verhindert, dass die Transaktionen im Nachhinein verändert werden können.

Das Konzept Blockchain wurde dafür geschaffen, ein Äquivalent von Bargeld im Internet zu ermöglichen, das keine ausgebende Stelle wie eine Zentralbank benötigt. Zumindest wollte der erste Anwendungsfall Bitcoin es so. Um das zu erreichen, mussten seine Erfinder einige Grundprobleme der digitalen Welt lösen. Das Konzept bringt Unveränderlichkeit in die durch Veränderbarkeit geprägte Welt des Digitalen; es erlaubt Konkurrenten, die einander nicht vertrauen, sich auf eine gemeinsame Wahrheit zu einigen.

DER NEUE MARKT GEHÖRT ALTEN BEKANNTEN

Amazon, Google, Facebook – die Macht im Internet teilen sich nur ein paar Unternehmen. Massen an Daten von Milliarden InternetnutzerInnen sind in den Händen wenig transparenter Firmen. Als das Internet in den 1990ern seinen Siegeszug antrat, witterten Early Adopters die Morgenluft der digitalen Freiheit. Spätestens 2005 waren sie in der Realität angekommen. Jetzt soll das Versprechen der Dezentralisierung, die das Internet nicht gebracht hat, von einer neuen Technologie gehalten werden. Die Hoffnung in den verteilten Charakter der Blockchain ist groß.

Während die einen durch eine neue Dezentralität wieder von einem freien Fluss an Informationen und Daten jeglicher Art ohne Mittelsleute träumen, wollen IT-Großkonzerne der alten Garde und andere große Unternehmen den Zug diesmal auf keinen Fall verpassen – und es sieht für sie gar nicht schlecht aus. Der größte Fisch im Teich des Blockchain-Technologie-Geschäfts war 2017 kein innovatives Start-up, sondern ein 106 Jahre alter Konzern: IBM lag laut einer Befragung von Juniper unter UnternehmerInnen und ManagerInnen an der Spitze der Anbieter von Blockchain-Technologie. Auf Platz zwei landete Microsoft. Schätzungen von AnalystInnen und UnternehmensberaterInnen zufolge soll der globale Blockchain-Markt in den nächsten fünf Jahren auf sechs bis zehn Milliarden Dollar anwachsen. Laut dem Fachportal Coindesk flossen 2016 weltweit mehr als 400 Millionen Dollar Risikokapital in Blockchain-Technologien – in der ersten Jahreshälfte 2017 waren es bereits rund 300 Millionen Dollar. Der Hype treibt dabei mitunter skurrile Blüten. Die Euphorie ist so groß, dass es derzeit als Unternehmen anscheinend genügt, „irgendwas mit Blockchain“ zu machen. Nachdem sich ein amerikanischer Getränkehersteller in „Long Blockchain Corp.“ umbenannte, legte der Aktienkurs der Firma prompt um 238 Prozent zu. Für Überraschung sorgte zuletzt auch das Fotografie-Urgestein Kodak, das auf der Elektronikmesse CES in Las Vegas mit einem handlichen Bitcoin-Mining-Gerät auf sich aufmerksam machte. Zur Erinnerung: Bitcoins werden mittlerweile in Rechenzentren in der Größe von Lagerhallen in Ländern mit günstigen Strompreisen „geschürft“.

MÄCHTIGE NEUE ALLIANZEN

Bisher konzentrieren sich die ernst zu nehmenden Bemühungen also auf zwei große Open-Source-Plattformen. Die ältere Plattform, Hyperledger, wurde bereits 2015 von der Linux-Foundation begründet und bekannt durch das ein Jahr später von IBM angekündigte Blockchain-as-a-Service. Im Hyperledger-Konsortium sitzen unter anderen die Deutsche Börse, Airbus, Accenture, Cisco, Baidu und Intel – insgesamt sind es mehr als 180 Mitglieder. Microsoft gehört nicht dazu. Anfang 2017 hat sich die zweite große Plattform formiert: Die Ethereum Enterprise Alliance (EEA) basiert, wie der Name verrät, auf der für „Smart Contracts“ bekannten Ethereum-Blockchain und zählt mittlerweile rund 200 Mitglieder. Neben Microsoft gehören der EEA auch Schwergewichte wie Mastercard, J.P. Morgan, Cisco oder Hewlett Packard an.

BATAVIA: SCHNELLES, SICHERES IMPORTGESCHÄFT DANK DER BLOCKCHAIN

Ganz konkret finden sich für Finanzinstitute auch Anwendungsfälle neben dem direkten Kerngeschäft. Die Handelsfinanzierungsplattform Batavia, die 2016 von der Schweizer Großbank UBS und IBM gestartet wurde und auf der einen großen Open-Source-Plattform „Hyperledger“ aufbaut, will einerseits Transaktionen zwischen den Teilnehmern eines Handelsnetzes (Produzenten, Lieferanten, Behörden, Banken, Käufer) simpler und kostengünstiger machen und andererseits Warensendungen von der Auslieferung aus dem Lager über die Verladung in ein Transportmittel (Schiff, Flugzeug, Zug, LKW etc.) bis hin zum Eintreffen am Zielort durchgängig tracken. Auf dem Weg der Ware soll die Blockchain-Technologie dafür sorgen, dass Zahlungen immer dann automatisch erfolgen, wenn die Ware einen bestimmten Kontrollpunkt passiert hat.

Dieser Initiative haben sich die Erste Group sowie die Bank of Montreal aus Kanada, die CaixaBank aus Spanien und die deutsche Commerzbank angeschlossen. „Gemeinsam mit den weiteren internationalen Geschäftsbanken und unserem Technologiepartner arbeiten wir derzeit eng mit einigen Unternehmen in der Entwicklung zusammen, um Batavias Prozessabläufe zu definieren und bald die ersten Pilottransaktionen durchzuführen“, sagt Patrick Götz, der Head of Corporate Flow Products der Erste Group. Die österreichische Bank stellt dem Batavia-Projekt eigenes

Personal (unter anderen ProgrammiererInnen) zur Verfügung und bringt außerdem Know-how darüber ein, welche geschäftlichen Vorgaben die Technologie für die Bank und ihre KlientInnen erfüllen muss. Erste Testtransaktionen sollen im ersten Quartal 2018 stattfinden.

Erwartet wird von Batavia, dass die Plattform KäuferInnen, VerkäuferInnen und deren Banken hilft, Geld zu sparen. Ist es heute oft so, dass bei Handelsgeschäften viele Papierdokumente erstellt werden müssen, die Zeit und Geld kosten, könnte die Blockchain künftig viel Aufwand und Kapital sparen. Auch Vertrauen zwischen internationalen Handelspartnern soll mit der Technologie aufgebaut werden: Im „Ledger" sind die Verträge zwischen ihnen über „Smart Contracts" einsehbar und gleichzeitig nicht veränderbar.

Batavia wird mit IoT-Systemen zusammenspielen: Damit Waren getrackt werden können, müssen diese mit Chips (etwa RFID) ausgestattet werden. So können Lesegeräte erfassen, wo die Güter gerade sind, und das an Batavia weiterleiten. Die Gefahr von Irrtümern, Manipulationen und Streitigkeiten wird stark verringert. Wenn alle an einer Transaktion Beteiligten Zugang zu einer einheitlichen Darstellung der Fakten haben, schafft das untereinander mehr Vertrauen, was wiederum die Errichtung größerer, dezentraler Netzwerke und in der Folge höhere Umsätze ermöglicht.

R3: 80 BANKEN AUF DER SUCHE NACH DEM EIGENEN WEG

Mittlerweile haben sich über 80 Banken im Konsortium R3 zusammengeschlossen, um an einer eigenen privaten Version der Blockchain zu basteln. R3 wurde im September 2015 von den Banken Barclays, BBVA, Commonwealth Bank of Australia, Credit Suisse, Goldman Sachs, J.P. Morgan, Royal Bank of Scotland, State Street und UBS gegründet. Bislang gab es keine Bestrebungen von R3, eine eigene Kryptowährung auszugeben, vielmehr konzentriert sich R3 auf die Entwicklung der Plattform Corda. Das ist eine für die betriebliche Anwendung entwickelte Plattform für die Finanzindustrie und den Handel. Gemeinsam mit den Mitgliedern werden Proofs of Concept entwickelt, um Distributed-Ledger-Applikationen kommerziell zu nutzen.

RIPPLE: ANDERS ALS DIE ANDEREN KRYPTOS

Ripple ist der Gegenspieler von R3 und wählt einen anderen Weg, um die Banken in die dezentrale Welt zu führen. Ripple hat die dritthöchste Marktkapitalisierung im Kryptoland (39,5 Milliarden Dollar). Seit Beginn 2017 stieg der Wert der hauseigenen Kryptowährung (XRP) von 0,0065 Dollar-Cent auf zwischenzeitlich über 3,31 Dollar an. Mittlerweile hat sich der Preis pro XRP bei rund einem Dollar eingependelt. Ripple konterkariert die Ansätze vieler andere digitaler Währungen und bindet die Banken in das Geschäftsmodell mit ein. Die meisten Kryptowährungen wollen die Mittelsleute – also die Banken – im Zahlungswesen umgehen. Ripple schart sie um sich und baut ein in sich geschlossenes System. Heute sendet die Welt mehr als 155 Billionen Dollar über die Landesgrenzen hinweg. Dennoch ist die zugrundeliegende Infrastruktur fehlerhaft. Die Transaktionen kosten die Banken zwischen zwei und drei Prozent der Transaktionssumme. Bei milliardenschweren Schuldverschreibungen, wie sie heute gang und gäbe sind, ein enormer Kostenfaktor. Ripple hingegen bietet die Möglichkeit, Geld weltweit und widerstandslos über die Blockchain zu versenden, für unter einen Dollar-Cent pro Transaktion.

RIPPLE: 1.500 TRANSAKTIONEN PRO SEKUNDE

Die Kosten werden über XRP abgewickelt, die wie eine Briefmarke die Zugehörigkeit des Datensatzes zum Ripple-Netzwerk bestätigen, also als eine Art Spamschutz fungieren. Ripple-CTO Stefan Thomas (übrigens Österreicher): „Finanzinstitute können mit RippleNet ihre Kundenzahlungen mit nur einer Schnittstelle sofort, zuverlässig und kostengünstig umsetzen." Laut Website ist Ripple das einzige Blockchain-Banken-Netzwerk mit definierten Regeln, Standards und Führungsstrukturen für grenzüberschreitende Zahlungen.

Die Ripple-Blockchain ist eine Art Datenbank, auf der die Schuldscheine (IOUs) gespeichert sind, die Banken sich gegenseitig ausstellen. Der Konsens-Ledger des Unternehmens kann 1.500 Transaktionen pro Sekunde verwalten und internationale Überweisungen binnen Sekunden verifizieren – ebensoviele wie etwa das Visa-Netzwerk. Der Distributiv-Ledger steht im Kontrast zum gängigen „Proof of work"-System von Bitcoin. Er basiert auf dem Vertrauen der Institute untereinander. Damit steht das Fintech in direkter Konkurrenz zu der Organisation Swift, die den Zahlungsverkehr zwischen 11.000 Bankhäusern weltweit regelt.

Ripple vereint die effektive Blockchain-Technologie mit einem weltweiten Kooperationsnetzwerk: Neben UniCredit, UBS, Bank of America, Santander und Merrill Lynch sind 47 japanische Banken an Bord, die Ripple bereits implementiert haben. „Wir sind das einzige Unternehmen mit echten Kunden, während unsere Konkurrenz noch im Sandkasten spielt. Ein Proof of Concept ist noch lange kein Business Modell", sagte CEO Bran Garlinhouse. Nach der letzten Ausbaustufe soll Ripple ein Peer-to-Peer-Zahlungsverfahren und ein eigener Devisenmarkt sein. Dabei grenzt Ripple Fiat-Währungen nicht aus, sondern bindet sie ein. Jede beliebige Währung wird unterstützt. Das dezentrale Bitcoin-System wird auf alle Währungen ausgedehnt.

Diese neuen Logiken sind nicht nur auf digitale Währungen anwendbar, sie können auch in anderen Bereichen nützlich sein. In der Logistik, im Energiebereich, in der Identitätsabfrage, für Versicherungen. In nahezu allen Branchen lassen sich Anwendungsfälle finden, für die die Blockchain Verwaltungskosten abbaut, Transaktionszeiten verkürzt und Einflussnahme von außen ausschließt. Die Branche lockt aktuell mehr Developer an als alle anderen Teilbereiche zusammen. Die Zahl der Ausschreibungen für IT-Profis mit Blockchain-Kenntnissen stieg im vergangenen Jahr um über 200 Prozent.

INTERVIEW

Foto: Erste Group/ Alfred Haas

PETIA NIEDERLÄNDER, ERSTE GROUP: „WIR ARBEITEN SEIT ZWEI JAHREN MIT RIPPLE ZUSAMMEN"

Petia Niederländer hat an der Wirtschaftsuniversität Wien Investmentbanking und Unternehmensführung studiert und einen Teil ihrer Studienzeit in Australien verbracht. Die Bulgarin lebt seit 20 Jahren in Österreich und arbeitet seit 2009 in der Erste Group. Seit April 2013 leitet sie die Retail & Corporate Operations und ist für das Clearing und die internationalen Geschäftsbeziehungen der Erste Group verantwortlich.

Wir haben uns mit ihr über die Strategie der Erste Group hinsichtlich der Blockchain-Technologie unterhalten. Sie lieferte uns tiefe Einblicke in den Wettstreit der einzelnen technologischen Ansätze von IBM, SWIFT, R3 und Ripple. Eines scheint allerdings sicher: In der Bankenwelt entsteht durch die Distributed-Ledger-Technologien ein neues Backend-System, aus dem sich eine neue Art des Zahlungsverkehrs entwickeln könnte.

Sparkassenzeitung: *Die Erste Group hielt sich bislang mit Aussagen über Bitcoin und Co. sehr bedeckt. Wie beurteilt Ihr Institut das Thema?*
Petia Niederländer: Wir sind dort grundsätzlich nicht involviert. Unsere Anstrengungen bezüglich der Blockchain-Technologie zielen darauf ab, herauszufinden, in welchen Sektoren wir zukünftig die größte Disruption vermuten. Wir beobachten vor allem den grenzüberschreitenden Handel zwischen den Banken und versuchen für unsere Corporate-Kunden effizientere Systeme zu schaffen.

Trotz des gigantischen Hypes um Bitcoin bekommen die Retail-Kunden der Banken wenig von den technologischen Neuerungen mit.
Niederländer: Die Blockchain ist eine Backend-Technologie. Sie stiftet großen Nutzen für Teilnehmer eines gemeinsamen Ökosystems. Für unsere klein- und mittelständischen Kunden haben wir mit der Batavia-Plattform einen ersten Piloten gelauncht, der die Finanzierung der Export- und Importgeschäfte auf neuartige Weise abbildet – das Innovations-Internetportal „trending topics" berichtete. Wenn beispielsweise ein Restaurant im Ausland Kaffee, Getränke oder Nahrungsmittel einkauft, die kurzfristig von uns finanziert werden sollen, dann entstehen oft wochenlange Wartezeiten. Importeur und Exporteur kennen und vertrauen einander nicht. Durch die Zollämter und Grenzkontrollen entsteht ein komplizierter Prozess mit vielen Stempeln und noch mehr Papier. Wir verlegen mit Batavia die Abwicklung der mit dem Import verbundenen Services auf eine Blockchain. Alle beteiligten Parteien wissen, wo sich die Ware befindet, welchen Status sie gerade innehat. Die Blockchain garantiert auch die Bezahlung der Waren durch unsere Bank.

Wie viel Zeit sparen sich die Unternehmen so ein?
Niederländer: Die Geschwindigkeit hängt vom Zielland ab. Innerhalb Europas schaffen wir den Abschluss eines Import-Vertrags inklusive der Garantie über die Finanzierung mittlerweile in wenigen Stunden. Früher konnte das Tage, wenn nicht Wochen in Anspruch nehmen. Aktuell nutzen wir Batavia für Kunden aus den USA und Europa. Die neue Methodik hat mit dem starken Partnernetzwerk UBS, Caixa Bank, Bank of Montreal und Commerzbank aber durchaus das Ziel global zu agieren.

Batavia basiert auf Hyperledger von IBM. Sehen Sie aktuell einen Wettstreit der einzelnen Distributed-Ledger-Technologien?
Niederländer: Definitiv. Gerade im Finance-Sektor gibt es die unterschiedlichsten Player, die ein ähnliches Ziel verfolgen – den Interbankenhandel effizienter zu gestalten und Transaktionszeiten radikal zu verkürzen. IBM bringt Hyperledger in den verschiedensten Konsortien ein. Auch SWIFT arbeitet an einem eigenen Proof of Concept, um die Liquidität der Banken in Echtzeit abzubilden. Die Organisation ist für den Transaktionsverkehr für mehr als 10.000 Banken verantwortlich, und damit ist die User Group natürlich gewaltig. Allerdings kann es noch Jahre dauern, bis SWIFT eine eigene Blockchain-Technologie auf den Markt bringt. Ripple hat aktuell einen Vorsprung. Gut möglich, dass das Start-up schneller eine massenkompatible Technologie auf den Markt bringt.

Wie wird sich Distributed Ledger auf die Bankenwelt auswirken?
Niederländer: Vor unseren Augen entsteht ein neues Internet, das die unterschiedlichen Distributed-Ledger-Ansätze miteinander verknüpft und so eine neue digitale Welt schafft, in der Protokolle der einzelnen verteilten Datensätze miteinander kommunizieren. Transaktionen passieren in Echtzeit, die Kosten werden radikal gesenkt.

Welche anderen Piloten hat die Erste Group gestartet?
Niederländer: Wir arbeiten seit 2016 mit Ripple zusammen und haben einen Piloten für den Auslandszahlungsverkehr entwickelt. Wer Geld in einer Fremdwährung ins Ausland überweisen möchte, wird das in Zukunft ohne Wartezeiten erleben. Der Pilot versucht, unsere Tochterbanken miteinander zu verknüpfen und so internationale Transaktionen ohne Konvertierungen zu realisieren.

FLANKENSCHUTZ FÜR DIE EXPORTDYNAMIK

VON MILAN FRÜHBAUER

SCHON MEHR ALS 140 MILLIARDEN EURO IM VORJAHR: DAS ÖSTERREICHISCHE EXPORTVOLUMEN IST EINER DER WICHTIGSTEN KONJUNKTURMOTOREN. 2018 DÜRFTE DIE REKORDJAGD WEITERGEHEN. SIE BRAUCHT PRIMÄR WETTBEWERBSFÄHIGE UNTERNEHMEN, ABER AUCH GEZIELTE FÖRDERUNGEN, FINANZIELL UND ORGANISATORISCH. HIER KOMMT DIE OESTERREICHISCHE KONTROLLBANK (OEKB) INS SPIEL.

Mittlerweile sind es fast 50.000 Unternehmen, die von Österreich aus exportieren. Ihre Zahl ist in den vergangenen Jahren rasant angestiegen: Die Aktion „Go International", die das Wirtschaftsministerium nach der Jahrtausendwende zusammen mit der Wirtschaftskammer forcierte, hat Früchte getragen. Die heimischen Ausfuhren basieren nicht allein auf den Erfolgen der industriellen Leitbetriebe, sondern haben stark an Breite gewonnen. Der Anteil der KMU an den Exportvolumina hat sich dramatisch erhöht. Dazu zählen hochspezialisierte industrielle Zulieferbetriebe ebenso wie beispielsweise der Tischler aus dem grenznahen Bereich, der etwa mit Spezialanfertigungen von Möbeln in Bayern oder Südböhmen neue Marktnischen erschließt.

FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN AUSSCHLAGGEBEND FÜR EXPORTERFOLG

Für viele Unternehmen sind die Finanzierungsmöglichkeiten für das grenzüberschreitende Geschäft jedoch ausschlaggebend für den Exporterfolg. Eine besondere Hilfe ist dabei die „Kontrollbank". Sie ist nicht – wie der Name fälschlicherweise vermuten lassen könnte – ein staatliches Kontrollinstitut für den Finanzsektor, sondern eine privatwirtschaftliche Spezialbank, die sich neben anderen Agenden umfassend der Förderung der Exporte widmet. Ihre Gesellschafter sind die heimischen Banken. Die OeKB wickelt unter anderem die Exporthaftungen der Republik Österreich ab und ermöglicht attraktive Finanzierungen im Zusammenhang mit Auslandsgeschäften.

Zentraler Ansatz ist das „Exportfinanzierungsverfahren". Das ist eine für die heimische Exportwirtschaft attraktive und flexible Finanzierungsquelle. Die Geschäftsbanken, also meist die Hausbanken der exportierenden Unternehmen, beantragen für ihre KundInnen die Finanzierung bei der OeKB. Das der Refinanzierung zugrunde liegende Geschäft muss durch eine Haftung oder eine Versicherung gedeckt sein. So will es das Gesetz.

Als Sicherung gelten eine Garantie oder Wechselbürgschaft des Bundes, die Versicherung bei einer von der OeKB überprüften Kreditversicherung, die Haftung durch das Wirtschaftsservice (aws) oder eine Haftung bestimmter internationaler Organisationen. Die der Finanzierung zugrunde liegenden Lieferungen oder Leistungen müssen „eine direkte oder indirekte Verbesserung der österreichischen Leistungsbilanz bewirken", wie es in den Refinanzierungsvoraussetzungen so schön heißt. Im Internet können Exporteure jeweils aktuell die Zinssätze für die Kredite erfahren. Je nach Länderkategorie des Abnehmerlandes können Laufzeiten bis zu zehn Jahren finanziert werden. Im Einzelfall kann der Tilgungszeitraum länger sein.

REFINANZIERUNG VON BETEILIGUNGEN UND AUSLANDSINVESTITIONEN

Was viele nicht wissen: Es gibt auch die Möglichkeit der Refinanzierung von Beteiligungen und Auslandsinvestitionen. Und diese aktiven Direktinvestitionen sind ein oft sträflich unterschätzter Motor für das Außenhandelswachstum, also gerade auch für die Exporte. In den vergangenen drei Jahrzehnten sind die Direktinvestitionen österreichischer Unternehmen im Ausland um das 80-Fache gestiegen. Sie haben die 200-Milliarden-Euro-Marke erreicht und liegen bereits um rund 50 Milliarden Euro über den Investitionen ausländischer Unternehmen in Österreich. Nicht weniger als 811.000 Beschäftigte arbeiten in Niederlassungen heimischer Unternehmen im Ausland.

Solche Auslandsinvestitionen beflügeln naturgemäß die Handelsbeziehungen mit jenen Märkten, in denen investiert wird. Wenn etwa eine österreichische Bank im CEE-Raum Beteiligungen hält, dann ist es wahrscheinlich, dass sie sich aus Österreich exportierter Software bedient und auch Hardware bei heimischen Herstellern bestellt. Das größte einzelne Zielland österreichischer Auslandsinvestitionen ist Deutschland. Dort macht der Bestand etwa 26 Milliarden Euro aus, gefolgt von den Niederlanden und der Tschechischen Republik. In China hingegen ist das Engagement mit vorerst nur rund 3,5 Milliarden Euro vergleichsweise – in Relation zur Bedeutung des Wirtschaftsraums – bescheiden. Es ist kein Zufall, dass die OeKB, für die eine wichtige Säule des Geschäftsmodells die facettenreiche Exportförderung darstellt, auch den Direktinvestoren unter die Arme greift.

Übrigens: Die Kontrollbank ist neben der Exportförderung und Entwicklungsfinanzierung auch im Kapitalmarkt-Service (umfassende und lückenlose Wertpapierevidenz) und im Energiemarkt-Service tätig.

Foto: Jacques Lemans

VON HERTA SCHEIDINGER

TRÄUME WERDEN WAHR

EIN BLICK AUF DIE EXPORTQUOTEN DER HEIMISCHEN UNTERNEHMEN BESEITIGT ALLE ZWEIFEL: DIE ÖSTERREICHISCHE WIRTSCHAFT LEBT VOM EXPORT. VIELE UNTERNEHMERINNEN UND UNTERNEHMER TRÄUMEN DEN TRAUM VOM SCHRITT ÜBER DIE GRENZEN.

Foto: Riess KELOMAT

Alfred Riedl (re.), der die Uhrenmarke Jacques Lemans gründete, setzt auf internationale Unterstützung wie Hollywoodstar Kevin Costner.

Österreich hat sich längst als Exportland etabliert. Fast 50.000 heimische Firmen vertreiben ihre Fertig- und Zulieferprodukte in rund 220 Ländern. Die Exportquote vieler Betriebe liegt bei 90 Prozent und höher. Wenn der Standort des Unternehmens auch in Österreich liegt, so ist doch die Welt das Ziel.

Nicht vergessen darf man dabei die Auswirkungen auf den heimischen Arbeitsmarkt, denn diese sind enorm: Eine Milliarde Euro an Exporten schafft oder sichert über 6.000 Arbeitsplätze, und jeder zweite heimische Job ist direkt oder indirekt vom Export abhängig. Steigt die Exportquote um ein Prozent, bedeutet das 10.000 neue Arbeitsplätze.

Die größten Export-Destinationen der österreichischen Unternehmen sind seit Jahren dieselben: In Sachen Export ist Deutschland klar die Nummer eins, gefolgt von den USA, Italien, der Schweiz, Frankreich und Tschechien. Gut 85 Prozent der österreichischen Exporte gehen in europäische Länder.

Die Frage nach dem Erfolgsrezept, um international konkurrenzfähig zu sein, beantworten alle UnternehmerInnen gleich: Innovation, ständige Weiterentwicklung und gut ausgebildete MitarbeiterInnen. Und es ist kein Wunder, dass viele heimische Unternehmen an der Erfolgsstory Export teilhaben wollen. Wenn man wachsen will, ist internationaler Erfolg wichtig.

DER TRAUM VOM EXPORT

Der Uhrenhersteller Jacques Lemans ist bereits seit über 40 Jahren erfolgreich als internationales Uhrenunternehmen tätig. „Am Anfang war der Traum, eine große Uhrenmarke zu schaffen. Dieser hat sich im Laufe der Zeit verwirklicht. Heute ist Jacques Lemans in mehr als 120 Ländern der Welt tätig und vertreibt über eine Million Uhren pro Jahr“, erzählt Alfred Riedl, der das Unternehmen 1975 gegründet hat. Gesteuert wird alles nach wie vor von der Konzernzentrale in St. Veit an der Glan.

Der Erfolg baut auf einer klaren Philosophie auf: Top-Qualität zu Top-Preisen. Dafür stellen sich auch Weltstars wie Oscar-Preisträger Kevin Costner, Skistar Anna Veith oder Star-Pianistin Khatia Buniatishvili als MarkenbotschafterInnen, zur Verfügung. Was den internationalen Ansatz zusätzlich unterstreicht.

Wie wichtig sind Weiterentwicklung und Innovationen für den weltweiten Erfolg? „Für ein internationales Uhrenunternehmen wie Jacques Lemans ist es besonders wichtig innovativ zu sein. Designerinnen und Designer, Technikerinnen und Techniker sitzen bei uns direkt in der Zentrale. Gemeinsam entwickeln wir unsere Uhren ständig weiter und präsentieren laufend neue Modelle. Dazu kommt der Markenschutz um sich gegenüber billigen Imitationen zu schützen“, erklärt Alfred Riedl. Die Exportquote von Jacques Lemans liegt derzeit bei rund 55 Prozent – Tendenz steigend. Doch viele Länder der Welt sind noch nicht von Jacques Lemans erschlossen. Alfred Riedl: „Daran arbeiten wir. Das Jahr 2018 hat bereits sehr gut begonnen, sodass wir auch heuer wieder auf eine zweistellige Zuwachsrate im Export hoffen dürfen.“

TÖPFE FÜR DEN WELTMARKT

Jeder kennt sie, und viele haben sie in ihrer Küche: die Produkte der Firma RIESS KELOmat. Auch International ist die Marke gefragt. „Wir freuen uns sehr darüber, und die internationale Komponente ist mittlerweile sehr wichtig. Sie zeigt uns, dass wir eine breite Akzeptanz und Anerkennung der Qualität unserer Produkte haben. Wir spüren weltweit eine Rückbesinnung einer größer werdenden Konsumentenschicht auf den bewährten natürlichen Werkstoff Emaille“, gibt Julian Riess Auskunft. Mittlerweile leitet die neunte Generation den Familienbetrieb in Ybbsitz. Die Emailleprodukte der Marke RIESS werden in über 35 Länder weltweit exportiert, das heißt, fast 50 Prozent der Marke RIESS gehen in den Export, bezogen auf das Gesamtunternehmen liegt der Export-Anteil bei 35 Prozent. Wer denkt, dass Innovation bei einem Traditionsprodukt hintangestellt wird, der irrt. „Innovation, vor allem in der Produktentwicklung, ist bei uns überlebenswichtig um am umkämpften Markt zu bestehen. Wir haben gemeinsam einen laufenden Prozess entwickelt, wo wir Feedback von Händlern, Konsumentinnen und Konsumenten und unserem Außendienst einholen, und arbeiten mit jungen DesignerInnen um unsere beiden Marken laufend weiterzuentwickeln. Technologisch feilen wir parallel dazu immer daran, die Produktion zu optimieren“, sagt Julian Riess: „Der Ausbau unserer internationalen Aktivitäten wird weiter vorangetrieben, gleichzeitig achten wir darauf, dass wir solide auf unseren drei Geschäftsbereichen – die Haushaltsmarken RIESS und KELOmat, Emailleschilder und Industriekomponenten – stehen und jeden einzelnen entwickeln.“

Wo liegt der Schlüssel zum Erfolg? „Auschlaggebend ist unsere nachhaltige Ausrichtung in allen Unternehmensbereichen, speziell genannt sei unsere CO_2-neutrale Produktion mit eigener Wasserkraft und unsere ressourcenschonende Herstellung in Ybbsitz. Eine zweite wichtige Säule sind unsere MitarbeiterInnen, ohne die der Erfolg der letzten Jahre

Produkte aus dem Hause RIESS werden weltweit in 35 Länder exportiert. Der Familienbetrieb in Ybbsitz wird in neunter Generation geführt.

nicht möglich gewesen wäre. Drittens genannt sei unsere vorsichtige Geschäftspolitik bei gleichzeitiger Offenheit neuen Entwicklungen gegenüber sowie unsere Ausrichtung auf drei Geschäftsbereiche, wodurch wir das Unternehmen nun schon in der neunten Generation in der Familie führen können", gibt Riess zu Protokoll.

ÄSTE IN DIE WELT

Anfang der 1930er Jahre erblickte TIGER das Licht der Welt. Ursprünglich war das Unternehmen auf den Nasslack-Sektor spezialisiert, doch im Jahr 1968 wagte TIGER als eines der ersten Unternehmen den Einstieg in die damals neue Pulverlack-Technologie: Aus der einstigen Farbenhandlung wurde der Marktführer bei der Herstellung von duroplastischen Pulverbeschichtungen für den Außen- und Innenbereich.

Mehr als fünf Prozent des Umsatzes investiert TIGER in die Entwicklung ausschließlich umweltfreundlicher Hochleistungs-Produkte, die dem neuesten Stand der Technik entsprechen. So können die Oberösterreicher den immer spezifischer werdenden Anforderungen der KundInnen gerecht werden. „Wir re-investieren unseren Gewinn vornehmlich in neue Technologien um die Wettbewerbsfähigkeit von TIGER weiter zu stärken. Das ist die Basis unserer Unabhängigkeit", so das TIGER-Management. Mit hohen Qualitätsstandards, umweltfreundlichen und innovativen Produkten und kurzen Lieferzeiten erobern die Welser die Märkte.

Das managementgeführte Unternehmen ist in Familienbesitz und blickt auf eine über-80-jährige Geschichte in der Lack- und Farbenindustrie zurück. An dieser Struktur wird sich nichts ändern. „Unsere Wurzeln sind in Österreich, unsere Äste reichen in die ganze Welt", heißt es bei TIGER. Rund 70 Prozent des Umsatzes von mehr als 305 Millionen Euro werden jenseits der österreichischen Grenzen erwirtschaftet.

Am Welser Standort beschäftigt das Unternehmen 536 MitarbeiterInnen; weltweit sind es 1.251. „Unsere Marktführerschaft erreichen wir mit engagierten, loyalen, kommunikativen und fachlich kompetenten KollegInnen. New Skills wie Teamfähigkeit, Selbstverantwortung und Selbst-Lernfähigkeit sind existenzielle Eigenschaften für den Erfolg im Umfeld ständiger Veränderung", weiß man bei TIGER.

Foto: TIGER Coatings

Rund 70 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet TIGER Coatings jenseits der heimischen Grenzen. Innovationen machen das Unternehmen konkurrenzfähig.

5 VOLKSWIRTSCHAFTLICHE THESEN FÜR 2018

VON SARAH EL SAYED

Foto: Daniel Hinterramskogler_EAM

Gerhard Winzer, Chefvolkswirt der Erste Asset Management hat fünf Thesen für dieses Jahr aufgestellt.

DAS GEGENWÄRTIGE WIRTSCHAFTSUMFELD KANN MIT „UMSTELLUNG" BESCHRIEBEN WERDEN. FÜR DIE KAPITALMÄRKTE BEDEUTET DAS EINEN ANSTIEG DER KURSSCHWANKUNGEN.

Die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen waren für die Kapitalmärkte seit dem Ende der Großen Rezession im Jahr 2009 günstig. Die Weltwirtschaft befand sich, unterstützt von den sehr lockeren Geldpolitiken, in einer moderaten Erholungsphase. Vor rund eineinhalb Jahren hat mit dem Übergang in eine Boomphase das Umfeld eine neue Qualität erreicht: Starkes, breit basiertes Wachstum, niedrige Inflation, unterstützende Geldpolitiken, gutes Gewinnwachstum und niedrige Kursschwankungen haben zu kräftigen Kursanstiegen bei risikobehafteten Wertpapierklassen wie Aktien geführt. Doch diese beste aller Welten beginnt sich langsam, aber doch, zu ändern. Gerhard Winzer, Chefvolkswirt der Erste Asset Management hat fünf Thesen für dieses Jahr aufgestellt.

1 DAS GLOBALE WACHSTUM ERREICHT DIESES JAHR SEINEN HÖHEPUNKT.

Als Auswirkung der Großen Rezession hat die Weltwirtschaft deutlich unter ihrem Produktionspotenzial Güter und Dienstleistungen hergestellt. Die Produktionslücke war stark negativ – sprich: Die Arbeitslosenraten waren hoch. Mit dem Einsetzen der Erholung verkleinerte sie sich langsam wieder (die Arbeitslosenraten sind gefallen). Mittlerweile wird sie in immer mehr Ländern positiv (die Arbeitslosenraten erreichen ein niedriges Niveau). Allerdings liegt das aktuelle Wachstum über dem langfristig zu erwartenden Wert, dem sogenannten Potenzialwachstum. Das bedeutet aber auch, dass immer mehr Länder an die Grenzen ihres Produktionspotenzials stoßen. Weil dieses weniger stark steigt als das aktuelle Wirtschaftswachstum, wirkt das wie eine Wachstumsbremse.

2 DIE NIEDRIGE INFLATION WIRD IN EINIGEN WICHTIGEN LÄNDERN MODERAT ANSTEIGEN.

Je länger das aktuelle Wachstum über dem Potenzialwachstum liegt und damit einen Rückgang der aktuellen Arbeitslosenrate unter die strukturelle Arbeitslosenrate bewirkt, desto eher wird die zugrundeliegende Inflation ansteigen. Diese Aussage ist aktuell vor allem für die USA von Relevanz, dort ist die Arbeitslosenrate bereits auf 4,1 Prozent gefallen, die strukturelle Arbeitslosenrate wird auf 4,6 Prozent geschätzt. Gleichzeitig drücken strukturelle Kräfte wie die Digitalisierung auf die Inflation. Der Inflationsanstieg wird also nur gering sein. Vor allem in der Eurozone wird er niedrig bleiben.

3 DIE EXTREM LOCKEREN GELDPOLITISCHEN HALTUNGEN WERDEN VORSICHTIG ZURÜCKGEFAHREN.

Das Wachstum wird immer selbsttragender, demzufolge haben bereits im vergangenen Jahr einige Zentralbanken ihren Leitzinssatz angehoben. In den USA hat die Fed den Leitzinssatz auf mittlerweile 1,25 bis 1,5 Prozent erhöht. Zumindest drei Zinsanhebungen sind in diesem Jahr realistisch. In der Eurozone wird allerdings erst für das nächste Jahr mit einer Leitzinsanhebung gerechnet. Nicht nur steigt der Zinssatz leicht an. Auch wird das Wachstum des Zentralbankgeldes abnehmen. In der Eurozone hat die Europäische Zentralbank eine Halbierung des Anleiheankaufsprogramms angekündigt.

4 DIE (GEO-)POLITIK WIRD TENDENZIELL RELEVANTER FÜR DIE KURSBILDUNG.

Die Anti-Globalisierungs-Tendenzen stehen erst am Anfang. An vorderster Front droht ein möglicher Handelskonflikt zwischen den USA und China. Die internationalen Organisationen und Institutionen werden tendenziell geschwächt. Das reicht von der UNO über die EU (Brexit) bis hin zum Klimaschutzabkommen. Zudem könnten die Spannungen im Mittleren Osten und in Nordkorea eskalieren. Darüber hinaus stehen in Italien, Brasilien, Russland und Mexiko wichtige Wahlen an.

5 SOWOHL BEI DEN VOLKSWIRTSCHAFTLICHEN VARIABLEN ALS AUCH BEI DEN WERTPAPIERKURSEN WIRD DIE VOLATILITÄT ZUNEHMEN.

Die Phase der positiven Wachstumsüberraschungen wird enden, die Inflation könnte sprunghaft ansteigen, die Zentralbankmaßnahmen (Leitzinsanhebungen, Reduktion der Liquidität) könnten als zu wirtschaftsdämpfend interpretiert werden, eine wirtschaftspolitisch restriktive Maßnahme in China könnte die Befürchtungen einer „harten" Landung schüren, das Gewinnwachstum könnte enttäuschen, geopolitische Maßnahmen könnten eskalieren, im Zusammenhang damit könnte der Ölpreis kräftig ansteigen.

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.

SPARKASSENVERBAND STÄRKT SEINE VOR-ORT-VERTRETUNG IN BRÜSSEL

Der Österreichische Sparkassenverband nimmt die Interessenvertretung der österreichischen Sparkassen auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene über seine Abteilung „European Affairs" mit seinem Büro in Brüssel wahr. Hier werden die Anliegen der Sparkassen gegenüber Europäischer Kommission und Europäischem Parlament gezielt vor Ort vertreten und regulatorische Entwicklungen und Rahmenbedingungen im Finanzdienstleistungsbereich antizipiert.

Zur Stärkung und Bündelung dieser interessenpolitischen Vertretung hat sich der Verband entschlossen, die Abteilung European Affairs anstelle der bisherigen personellen Aufteilung in Wien und Brüssel künftig ausschließlich in Brüssel zu fokussieren. Die Leitung der Abteilung European Affairs wird mit 1. April 2018 Amrit Rescheneder übernehmen, die mehrjährige Erfahrung in der Sparkassengruppe mitbringt und seit 2016 in Brüssel für die Interessen der Sparkassen zuständig ist. Der Verband ist überzeugt, mit künftig vier MitarbeiterInnen in Brüssel die Schlagkraft der Interessenvertretung der Sparkassengruppe auf EU-Ebene weiter steigern zu können.

Dazu kommt eine enge Zusammenarbeit mit dem Bereich „Group Board Support and Stakeholder Management" von Mariana Kühnel. Insbesondere mit ihrer neu geschaffenen EU-Repräsentanz, über die vor allem die Interessenvertretung für die Erste Group und ihre CEE-Töchter verfolgt wird, werden Synergien für eine gemeinsame Interessenpolitik in Brüssel genutzt werden können. Dies ist gerade im Vorfeld der österreichischen EU-Präsidentschaft in der zweiten Jahreshälfte 2018 sowie der rumänischen und kroatischen Präsidentschaften in den Jahren darauf von großer Bedeutung.

WIR SIND EU-PRÄSIDENT

Im zweiten Halbjahr 2018 ist es wieder einmal soweit: Österreich übernimmt zum dritten Mal, nach 1998 und 2006, den Vorsitz im Rat der Europäischen Union. Dass die Ratspräsidentschaft eine besondere Herausforderung ist, liegt daran, dass der Vorsitz gesetzgeberische und politische Entscheidungen forciert sowie Kompromisse unter den Mitgliedstaaten vermittelt und somit maßgebliche Akzente in der Entwicklung der EU setzen kann. Die Arbeiten, die auf Österreich zukommen, könnten herausfordernder nicht sein: Vertiefung der Wirtschafts- und Währungsunion, Migration und natürlich Abschluss der Verhandlungen zum Brexit, um nur ein paar Beispiele zu nennen. Das ergibt sich alles bereits aus einem Trio-Programm, welches den strategischen Rahmen für die Arbeiten der drei aufeinanderfolgenden Präsidentschaften – Estland, Bulgarien und Österreich – bildet.

ENORMER ARBEITSAUFWAND

Die ersten Lenkungsgruppen wurden bereits im Juni 2016 eingerichtet und die innerösterreichischen Vorbereitungen intensivierten sich im vergangenen Jahr zusehends. Um das Arbeitspensum überhaupt bewältigen zu können, haben die diversen Ministerien Heerscharen von neuen MitarbeiterInnen angeheuert. Der erste Kalenderentwurf für das zweite Halbjahr 2018 sieht fast hundert Ratssitzungen vor, in denen Österreich den Vorsitz innehat und als „neutraler Mittler" auftreten muss. Da das Einbringen von eigenen Positionen in dieser Zeit nicht mehr möglich ist, müssen alle Anliegen, die noch Berücksichtigung finden sollen, noch schnell verpackt werden – besser gestern als heute.

Foto: istock.com

KOMMUNIKATION KOMMENTAR

Illustration: istock.com

DER TREND ZU DIGITALEN TOUCHPOINTS VERSTÄRKT SICH

Wenn man sich zu aktuellen Trends in Public Relations umsieht, wird deutlich, dass die Digitalisierung auch in der PR weiter voranschreitet und der Bedarf nach einer Online-Positionierung von Unternehmen laufend zunimmt. Der Trend der letzten Jahre setzt sich fort, allerdings mit mehr Tempo. Wer präsent und relevant bleiben möchte, sollte sich Assets im Web aufbauen. Jörg Eigendorf, Konzernsprecher der Deutschen Bank, ist überzeugt, dass sich die PR immer mehr von klassischen Pressekonferenzen und -mitteilungen zu einem integrierten Medienmanagement und zur „Kommunikation dazwischen" wandelt: „Kurze Videos, Posts und Storys. Nur wer glaubwürdige Geschichten für die Kommunikation nach innen und außen entwickelt, wird auf die Dauer die Wahrnehmung formen können."

KOMMUNIKATIONSERFOLG DURCH VIRAL SEEDING

Viral Seeding, auch Social Seeding genannt, ist eine Kommunikationsstrategie, bei der durch gezieltes Verbreiten eines Inhalts im Internet schnell und kostengünstig eine kritische Masse erreicht werden soll, von der aus die NutzerInnen durch Teilen und Empfehlen selbst zur „viralen" Verbreitung des Inhalts beitragen. Klingt gut, muss aber strategisch einwandfrei konzipiert sein und den RezipientInnen Nutzen bringen. Ist der Inhalt nicht unterhaltsam oder informativ genug, wird es auch bei einem breiten Seeding nicht zu einer viralen Verbreitung kommen. Die Grundfrage zum Vorab-Test der Strategie sollte lauten: Würde ich den Inhalt im privaten Bereich meinen engsten Freunden weiterleiten oder nicht?

Inhaltliche Profilierung steht somit vor Unternehmensprofilierung. Dies kann über eigene Online-Magazine sowie über Inhalts-affine „Influencer" erreicht werden. „Das können Blogger oder bekannte Youtuber sein, die als Multiplikatoren für Inhalte fungieren. Eine klassische Win-win-Situation, da einerseits die Unternehmensmarke mit der Expertise der Influencer aufgeladen wird und andererseits die Kooperation die Personenmarke der Influencer stärkt. Und nebenbei auch deren Konto. Die Höhe der Gage hängt dabei in erster Linie von der Reichweite und der Zielgruppe der Blogger ab", erklärt Sophia Uhlich, Social-Media-Expertin in der Erste Group.

Den Trends folgend sollte erfolgreiche Unternehmenskommunikation also heute mehr denn je crossmedial auf den verschiedensten Kanälen erfolgen und stark auf Content zugeschnitten sein. Und Achtung: Die Medienkonvergenz schreitet rasch voran, ob sich die Unternehmen darauf einstellen oder nicht!

Markus Nepf leitet die Stabsstelle Kommunikation des Österreichischen Sparkassenverbandes.

Im neuen „Pro-Ject"-Headquarter in Wilfersdorf/Mistelbach kann man sich im Flagship-Store von der Qualität der Plattenspieler überzeugen. Das Comeback der Schallplatte machte das Unternehmen zum Weltmarktführer, der auch gerne Kooperationen mit Künstlern wie den Beatles eingeht.

VON HELENE TUMA

TRADITIONSUNTERNEHMEN

MUSIK BEWUSST HÖREN

Mit seinen beiden Firmen „Audio Tuning" und „Pro-Ject" verfolgt Heinz Lichtenegger eine bestimmte Philosophie: Er will seinen KundInnen beste Hi-Fi-Qualität zu erschwinglichen Preisen bieten. Das hat ihn im Bereich Plattenspieler zum Weltmarktführer gemacht.

Fotos: Sebastian Reich, Po Ject

Seinen Erfolg hat sich Heinz Lichtenegger hart erarbeitet. Da in seiner Familie mit sechs Kindern das Geld knapp war, arbeitete er schon mit zehn Jahren in der Tankstelle seiner Mutter mit und trug am Wochenende Zeitungen aus. Da er sich sehr für Hi-Fi-Anlagen interessierte, begann er den Gewerbeschein seiner Mutter zu nutzen und an Bekannte und Freunde Hi-Fi-Geräte zu verkaufen. So erfolgreich, dass er damit sein Studium finanzieren konnte. Er übersiedelte vom Weinviertel nach Wien und eröffnete ein Geschäft in einem Substandard-Lokal. Mit seiner Firma „Audio Tuning" zählte er jedoch bald zu den größten Händlern in Österreich und hat derzeit die Generalvertretung von rund 50 internationalen Topmarken aus dem Hi-Fi-Bereich.

WELTMARKTFÜHRER MIT „PRO-JECT"

Als Ende der 80er-Jahre durch die Einführung der CD der Schallplattenmarkt zusammenbrach, kamen Lichtenegger die Plattenspieler-Hersteller abhanden. So machte er sich auf die Suche nach einem neuen Produzenten. Durch Zufall wurde er auf eine Firma in Tschechien aufmerksam, die eigentlich im Begriff war zuzusperren, und ging eine Kooperation mit dem Hersteller ein – die Firma „Pro-Ject" war geboren. „Durch das Revival der Schallplatte stieg die Produktion von anfänglich tausend Plattenspielern pro Jahr auf mittlerweile 130.000 Stück. Die Konsumentinnen und Konsumenten sind zu Vinyl zurückgekehrt", erklärt Herbert Rutschka, Betriebsleiter des Logistikzentrums Wilfersdorf. Die Zahl der MitarbeiterInnen in Österreich, Tschechien und der Slowakei beläuft sich momentan auf rund 500. Besonders stolz ist man bei „Pro-Ject", dass die Geräte im EU-Raum hergestellt werden. „Ich würde niemals im Fernen Osten produzieren. Die Kunden kaufen nicht nur unsere Plattenspieler, sondern auch unsere Philosophie", lautet deshalb ein Motto Lichteneggers. Seit 1991 ist Lichteneggers Eigenmarke auf dem Weltmarkt vertreten und wird in über 80 Länder exportiert. Hauptabnehmer des Weltmarktführers sind die USA, Deutschland, England und Australien.

TOP-QUALITÄT ZUM ERSCHWINGLICHEN PREIS

Die Produktpalette von „Pro-Ject" weist heute mehr als 60 verschiedene Modelle auf. Die Preise reichen von 200 Euro für die „Elemental Line" über 1.000 Euro für die „Classic Line" bis zirka 10.000 Euro für Sondereditionen, die von LiebhaberInnen gekauft werden. Eine der Innovationen von „Pro-Ject" ist der Vertical Player: ein aufrecht stehender Plattenspieler, den man an die Wand hängen oder als Blickfang in den Raum stellen kann. Viele der Plattenspieler-Modelle wurden über Jahre in Folge mit dem „Eisa Award", bei dem 53 internationale Fachzeitschriften die Technik-Produkte des Jahres küren, als bestes Produkt ausgezeichnet.

SONDEREDITIONEN MIT DEN BEATLES UND DEN ROLLING STONES

Der gute Ruf eilt dem Unternehmen voraus, wodurch auch einige namhafte Kooperationen entstanden. „Vor eineinhalb Jahren ist das Management der Beatles an uns herangetreten, weil sie zum 50-Jahr-Jubiläum des „Sergeant Pepper"-Albums für ein Merchandise-Programm Plattenspieler haben wollten. Die Schallplatte wurde neu herausgebracht und es sollte auch eine Beatles-Edition an Plattenspielern geben. Wir haben dann innerhalb von sechs Wochen sechs verschiedene Plattenspieler hergestellt", erinnert sich Rutschka. Danach kamen die Rolling Stones und das Hardrock Café, um Sondereditionen zu bestellen. Aber auch österreichische Künstler wie Parov Stelar haben „Pro-Ject" im Programm. „Wir haben auch eine Kooperation mit den Wiener Philharmonikern zum 175-Jahr-Jubiläum. Für die Limited Edition in Top-Qualität wurde Holz vom Geigenbau verwendet und das goldene Blech von Blechblasinstrumenten", erzählt Rutschka.

NEUES HEADQUARTER

Im August 2017 wurde in Wilfersdorf/Mistelbach ein neues Headquarter für „Pro-Ject" bezogen. Im schwarzen Gebäude-Komplex im Box-Design, der von Architekt Andreas Burghardt stammt, sind 25 MitarbeiterInnen beschäftigt. Er beherbergt einen 1.200 Quadratmeter großen Büro- und Kundenbereich. Dort befinden sich neben dem Flagship-Store auch drei Hörräume, in denen sich KundInnen ungestört von der Qualität der Plattenspieler, Boxen und Elektronik überzeugen können. Musik bewusst zu hören, so Rutschka, gehöre zum Erlebnis Schallplatte dazu. Das Foyer des neuen Gebäudes wird für Präsentationen, Schulungen und Veranstaltungen genutzt. In Zukunft sollen hier auch Konzerte stattfinden.

Beheizt wird das Bauwerk durch Eis: In einem Becken unter der Erde ist eine Wassermenge von 1.000 Kubikmetern gespeichert. Das Wasser wird abwechselnd gefroren und durch Wärmeenergie aus einer Photovoltaik-Anlage wieder aufgetaut. Die daraus entstehende Energie wird über eine Wärmepumpe zum Haus geleitet. Über die Luft-Wasser-Pumpe kann zusätzlich Kälteenergie erzeugt werden. So kann das Gebäude im Winter geheizt und im Sommer gekühlt werden, ohne auf externe Energiequellen zurückgreifen zu müssen. In seiner Art ist die Anlage die einzige in Österreich.

Foto: VBV / Tanzer

„WIR MANAGEN BEREITS MEHR ALS ZEHN MILLIARDEN EURO“

VON STEPHAN SCOPPETTA

Andreas Zakostelsky, Generaldirektor der VBV-Gruppe über das gute Ergebnis 2017, das neue Kundenportal und das Engagement der VBV-Gruppe in den Bereichen Nachhaltigkeit und Umwelt.

Sparkassenzeitung: *Die vergangenen Jahre sind gerade durch die Null-Zins-Politik der Europäischen Zentralbank besonders für Vorsorge-Unternehmen sehr herausfordernd. Wie hat sich Ihr Geschäft 2017 entwickelt?*
Andreas Zakostelsky: Alle Gesellschaften der VBV-Gruppe waren im abgelaufenen Geschäftsjahr 2017 sehr erfolgreich. Wir konnten mit einem Wachstum von rund elf Prozent die Schwelle von zehn Milliarden Euro an verwaltetem Vermögen überspringen. Das ist ein beachtlicher Erfolg für uns als Vorsorgegruppe. Zudem steigerten wir auch die Zahl der Berechtigten um 6,5 Prozent auf aktuell 3,4 Millionen. Diesen Kurs wollen wir auch 2018 fortsetzen. Deshalb haben wir bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr mehrere Projekte im Bereich Innovation und Nachhaltigkeit vorbereitet.

Wie konnten Sie dieses große Wachstum erzielen?
Zakostelsky: Besonders erfreulich ist, dass wir aufgrund unserer hohen Qualität ein überdurchschnittliches organisches Wachstum an den Tag legen. Darüber hinaus haben wir 2017 auch die EVN-Pensionskasse AG erworben. Für die VBV-Pensionskasse AG war das ein wichtiger Schritt im Ausbau der Marktführerschaft. Die EVN-Pensionskasse AG wies bei der Übernahme ein verwaltetes Vermögen von rund 170 Millionen Euro aus und verfügt insgesamt über 3.282 Kundinnen und Kunden. Dabei möchte ich betonen, dass sich für die EVN-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter durch den Übergang ihrer Pensionskasse zur VBV-Gruppe in den Abläufen nichts ändert. Der Vorteil besteht darin, dass für ihre betriebliche Altersvorsorge nun die Sicherheit und die langjährige Erfahrung der größten heimischen Pensionskasse hinzukommt.

Mit welchen Maßnahmen wollen Sie Ihren Wachstumskurs 2018 fortsetzen?
Zakostelsky: Das stärkste Argument, das für uns spricht, sind die überdurchschnittlichen Veranlagungsergebnisse. Hier liegen wir im Schnitt der letzten drei, fünf und sieben Jahre deutlich über dem Markt. Darüber hinaus gewährleisten wir als größte Pensionskasse eine optimale Streuung bei den veranlagten Pensionsgeldern. Zusätzlich sorgt das professionelle Risikomanagement für größte Sicherheit für unsere Kundinnen und Kunden. Gleichzeitig wollen wir aber auch unsere Serviceleistungen weiter ausbauen.

Alle Gesellschaften der VBV-Gruppe waren im abgelaufenen Geschäftsjahr 2017 sehr erfolgreich.

Wie wollen Sie den Kundenservice weiter optimieren?
Zakostelsky: Gleich zu Beginn des Jahres 2018 haben wir unseren Online-Auftritt einem kompletten Relaunch unterzogen. Neben der Neugestaltung aller Webportale gibt es ein neues Vorsorgeportal für alle VBV-Endkundinnen und -kunden. Dieses „Meine VBV“ genannte Portal bietet ihnen ihr jeweils persönliches Pensions-Portfolio: Es umfasst die gesamte zweite Pensionssäule und bietet Informationen rund um die Veranlagung des Sozialkapitals – Pensions-Vermögen, geschätzte künftige Pension, Jahres-Performance der Veranlagung. Mit Hilfe eines neu gestalteten Vorsorge-Kalkulators können alle Kundinnen und Kunden ihre Ansprüche aus Pensions- und Vorsorgekasse abrufen; die Schätzung erfolgt auf Basis bestehender Zahlen. Daraus ergibt sich für alle VBV-Endkundinnen und -kunden eine Gesamtsicht auf ihre künftige Zusatz-Pension. Auch lässt sich daraus eine mögliche Vorsorgelücke erkennen und schließen. Denn auch der Beginn der Zahlung von Eigenbeiträgen ist nun online mit wenigen Klicks möglich. Bereits jetzt nutzen über 125.000 Berechtigte das neue Portal „Meine VBV“. In den nächsten ein bis zwei Jahren wollen wir bis zu 300.000 dafür begeistern.

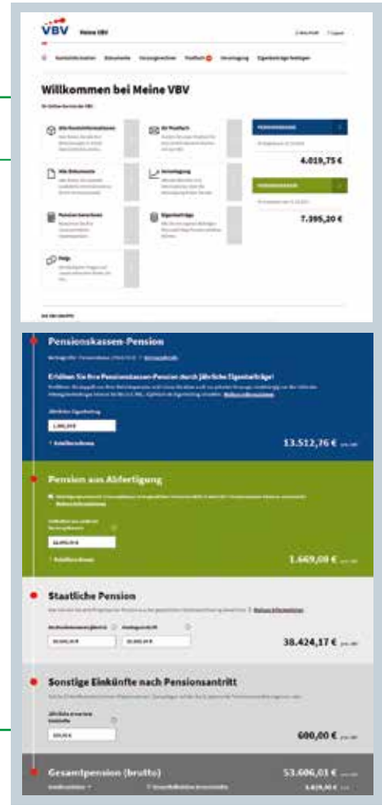
Die VBV legt bei der Veranlagung der Kundengelder großen Wert auf das Thema Nachhaltigkeit. Welche Optimierungen wollen Sie 2018 in diesem Bereich vornehmen?
Zakostelsky: Im Rahmen ihrer Nachhaltigkeits-Strategie setzt die VBV seit Jahren auf umfassende, zugleich sorgsam ausgewählte Aktivitäten im Umweltschutz sowie bei sozialen und wirtschaftlichen Belangen. So messen sowohl die Vorsorgekasse als auch die Pensionskasse der VBV-Gruppe ihren CO_2-Fußabdruck systematisch und veröffentlichen diesen regelmäßig. Zudem haben beide Tochterunternehmen das „Montreal Carbon Pledge“-Abkommen unterzeichnet. Dieses versucht höhere Transparenz beim CO_2-Fußabdruck von Aktien-Portfolios zu schaffen um zu dessen Verkleinerung beizutragen. Kurz vor Jahresende 2017 hat die VBV-Gruppe zudem ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001:2015 eingeführt. Damit haben wir uns verpflichtet, unser Unternehmen laufend zu verbessern und auf wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen zu reagieren. Deshalb berücksichtigen wir bei Veranlagungsentscheidungen neben ökonomischen auch immer stärker ökologische Aspekte. Zudem unterstützen wir umweltfreundliches Verhalten unserer mittlerweile mehr als 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Damit kann die VBV-Gruppe auch in diesem für die Zukunft sehr wichtigen Themenfeld weiter Vorbild der Branche sein.

DAS NEUE KUNDENPORTAL „MEINE VBV“

Mit dem kompletten Relaunch ihres Online-Auftritts setzt die VBV-Gruppe gleich zu Jahresbeginn 2018 einen weiteren großen Schritt: Neben der Neugestaltung aller Webportale gibt es ein neues Vorsorgeportal für alle VBV-Berechtigten. Unter „Meine VBV“ (www.meinevbv.at) können die AnwenderInnen ihr jeweils persönliches Pensions-Portfolio abrufen. Dabei finden sich im Portal alle persönlichen Informationen für die gesamte zweite Pensionssäule.

Abrufbar sind das aktuelle Pensions-Vermögen, die geschätzte künftige Pension und auch die Jahres-Performance der Veranlagung. Ein besonderes Extra ist der **neu gestaltete Vorsorge-Kalkulator** (rechts unten abgebildet). Mit diesem neuen Tool können Berechtigte auf Basis einer Schätzung ihre Ansprüche aus Pensions- und Vorsorgekasse abrufen. Daraus ergibt sich für alle Berechtigten eine Gesamtsicht auf ihre künftige Zusatz-Pension. Auch lässt sich die staatliche Pension im persönlichen Pensions-Portfolio abbilden. Aus dieser Gesamtsicht – staatliche Pension und Zusatzpension – kann man sofort eine mögliche Vorsorgelücke erfassen und entsprechende Gegenmaßnahmen einleiten, um diese zu schließen. Mit nur wenigen Klicks können online Eigenbeiträge eingezahlt werden.

Besuchen Sie das neue VBV-Vorsorgeportal unter www.meinevbv.at



Bilder: VBV

INTERVIEW: MAX TRAUNER

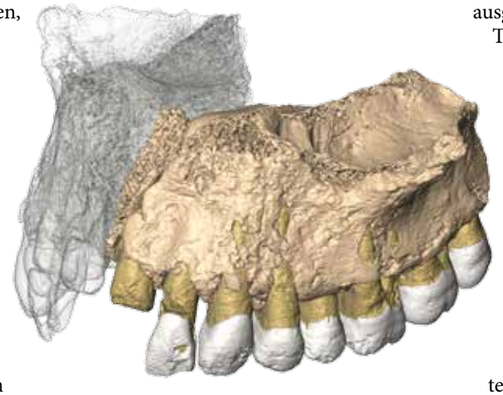
„ICH BIN EBEN PIONIER IN DER VIRTUELLEN ANTHROPOLOGIE“

Der Wiener Anthropologe Gerhard Weber hat sich der Virtuellen Anthropologie verschrieben. Als Professor an der Universität Wien fühlt er unseren Vorfahren mittels Mikro-CT auf den Zahn. Warum die Virtuelle Anthropologie Ötzi viel zu verdanken hat und was den Fund von Misliya so sensationell macht, verrät er im Interview.

Foto: Universität Wien

Sparkassenzeitung: *Herr Professor Weber, was kann man sich unter Virtueller Anthropologie vorstellen?*
Gerhard Weber: Ich bin gewissermaßen der High-Tech-Anthropologe, der versucht, die Methoden des 21. Jahrhunderts in die Anthropologie hineinzubringen. Wir betreiben biologische Anthropologie, beschäftigen uns mit der Variabilität von Menschen, deren Vorgängern und nahen Verwandten. Wir fragen danach, was uns gemeinsam ist und was nicht. Wir beschäftigen uns auch viel mit Zähnen, weil wir mit dem Mikro-CT seit ungefähr zehn Jahren die Möglichkeit haben, sehr hochauflösende Aufnahmen zu machen. Es ist bisher praktisch nichts bekannt über die Form im Detail. Wir machen sehr detaillierte Analysen mit neuen Messmethoden, die wir in den letzten 20 Jahren entwickelt haben. Wir bekommen mit sehr vielen Messpunkten – wir nennen sie Landmarks, Kurven und Oberflächen-Landmarks – die Form detailgenau in den Griff und nehmen nicht nur zwei Breiten- und Längenmaße, wie das Anthropologen die letzten 150 Jahre gemacht haben, sondern machen Hunderte Messungen an einem Zahn und vergleichen diese.

Seit wann haben Sie an den Ergebnissen zum Fund Misliya gearbeitet?
Weber: Der Fund selber ist 2011 gemacht worden, 2013 habe ich das Ding hier in meinem Mikro-CT gescannt. Die Archäologen, die die Steinwerkzeuge in den Höhlen gefunden haben, meinten, das sei seltsam, denn es gäbe keine Steinwerkzeuge, die jünger als 160.000 Jahre sind. Und da ist die Höhle eingestürzt. Der Fund musste sehr alt sein, sah aber aus wie ein moderner Mensch. Nur das kann es eigentlich außerhalb von Afrika zu dieser Zeit nicht geben. Daraufhin haben wir diese genauen Analysen gemacht, haben fünf verschiedene Dinge angesehen, und alle haben eindeutig ergeben: Das ist ein moderner Mensch!



Die bislang ältesten bekannten Überrest eines Homo sapiens außerhalb Afrikas aus der Misliya-Höhle in Israel

Wie hat das alles begonnen mit Virtueller Anthropologie?
Weber: Begonnen haben wir damit in den 90er Jahren. Wir haben damals über die Ötzi-Forschung – da war genug Geld da, denn der Ötzi war interessant genug – einen technologischen Sprung machen können. Und plötzlich hatten wir Mitte der 90er Jahre den Silicon-Graphics-Hochleistungscomputer. Der war so viel schneller als alle anderen PCs, die man kannte. So konnten wir damals anfangen mit 3-D-Daten zu arbeiten. Wir hatten damals diesen technologischen Vorsprung und haben vieles entwickelt. Ich bin eben Pionier in der Virtuellen Anthropologie.

Das heißt, die Virtuelle Anthropologie hat dem Ötzi viel zu verdanken?
Weber: Ja, obwohl für den biologischen Anthropologen der Ötzi natürlich nicht so rasend interessant ist. Mit 5.000 Jahren ist er ein Mensch wie wir, evolutionsbiologisch hat sich da nicht mehr viel getan, aber er hat uns eben irrsinnig viel ermöglicht. Wir haben die Technik dann auf Fossilien angewandt und neue Methoden entwickelt, mit einem Statistiker aus den USA, Fred Bookstein, mit dem ich auch das Buch geschrieben habe, und mit begnadeten Studenten, die jetzt auch Professorenjobs haben.

Der Aufwand muss enorm gewesen sein, allein die Daten zu erfassen ...
Weber: Ja, und dazu die Methoden zu entwickeln, wie man damit überhaupt rechnen kann. Ich habe 2006 das größte Anthropologie-Projekt, das jemals in Europa stattgefunden hat, initiiert. Wir haben in ganz Europa 28 PhDs und Post Docs ausgebildet – damit diese neue Technologie bekannt und angewandt wird. Damit waren wir den Amerikanern weit voraus, die haben so etwas bis heute teilweise nicht. Das EVAN, das European Virtual Anthropologie Network ist weltweit bekannt. Es wurde vier Jahre von der EU finanziert, lief dann aber aus. Im Anschluss habe ich einen Verein gegründet, die EVAN Society, dort veranstalten wir weiterhin Schulungen, entwickeln die Software weiter und stellen sie zur Anwendung zur Verfügung.

Ist Anthroploge Ihr Traumberuf?
Weber: Ich muss sagen, ich bin sehr glücklich mit meinem Job, weil er sehr abwechslungsreich ist. Mir hat zum Beispiel die Zusammenarbeit mit dem Kunsthistorischen Museum großen Spaß gemacht, bei der wir die Stradivaris genau gescannt haben. Wir haben die ersten Bilder davon produziert und waren damit sofort auf dem Cover von The Strad, das ist sozusagen die Bibel für Geigenmusiker. Die waren fasziniert, wie hochauflösend unsere Aufnahmen waren. Man kann ganz genau erkennen, wie es dem Instrument geht. Die werden ja alle repariert, man sieht diese Leimschichten exzellent, man sieht den Holzwurmbefall. Wir wenden auf die Stradivaris zum ersten Mal Methoden an, mit denen wir Fossilien analysieren. Noch niemand hat sich so eingehend damit beschäftigt, wie die Form einer Stradivari aussieht und wie sie sich geändert hat im Laufe von Stradivaris Wirken.

Bildr: Tel Aviv University

Foto: Norbert Novak

VON HERTA SCHEIDINGER

CIVITAS-AWARD 2017

BEI DER CIVITAS-GALA AM 25. JÄNNER IN WIEN STAND REGIONALES GEMEINWOHL-ENGAGEMENT IM MITTELPUNKT. EINE EXPERTINNENJURY UNTER DEM VORSITZ DES CSR-EXPERTEN ROMAN H. MESICEK PRÄMIERTE DIE VIELVERSPRECHENDSTEN PROJEKTE ÖSTERREICHS.

Jahr für Jahr fördern die Sparkassenstiftungen zahlreiche Projekte, die sich durch außergewöhnliches soziales Engagement, Nachhaltigkeit und gemeinschaftsbildende Maßnahmen auszeichnen. Mit dem Sparkassenstiftungs-Award CIVITAS werden einmal jährlich die erfolgreichsten davon prämiert. „Die Sparkassenstiftungen leisten mit ihren ambitionierten regionalen Projekten einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität der Menschen vor Ort. Diese Gemeinwohlorientierung entspricht genau dem Selbstverständnis der Sparkassen und ihrer Geschichte. Sie fördern die Region, in der sie wirken, und tragen zu ihrer Weiterentwicklung zum Wohl der Gesellschaft bei“, betont Franz Portisch, Generalsekretär des Österreichischen Sparkassenverbandes. Da die Sparkassenstiftungen heuer eine Fülle an kreativen und nachhaltigen gesellschaftlichen Unterstützungsideen eingereicht hatten, fiel der unabhängigen ExpertInnenjury unter dem Vorsitz von Roman H. Mesicek, Leiter des Studiengangs für Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement an der IMC Fachhochschule Krems, die Auswahl besonders schwer.

Ausgezeichnet wurden:

1. PLATZ: „ZUKUNFT STIFTEN FÜR OSTTIROLS JUGEND“

Die Privatstiftung Lienzer Sparkasse fördert schon seit Jahren die Entwicklung der Talente und Fähigkeiten der Menschen im Bezirk Lienz und im Besonderen der Lienzer Jugend. Nun wurde die neue spannende Initiative „Zukunft stiften für Osttirols Jugend“ gestartet, bei der Projekte an Osttirols Schulen unterstützt werden, die sich speziell mit den aktuellen Herausforderungen der jungen Menschen beschäftigen: Aus- und Weiterbildung, besondere Lerninhalte, die nicht im Lehrplan abgedeckt sind, Berufsorientierung, sinnstiftende Freizeitgestaltung und so weiter. Fünf Projekte sind im Rahmen dieser Initiative bereits erfolgreich an den Schulen angelaufen: „Optische Illusionen zum Begreifen“, „Sportliche Begabtenförderung“, „Austauschprogramm mit australischer Partnerschule“, „Brücke der guten Worte“ und „Verkaufs- und Beratungstechnik“.

Foto: Norbert Novak

Von links: Franz Portisch (ÖSPV-Generalsekretär), Martin Bergerweiß (Vorstand Lienzer Sparkasse), Wilhelm Kraetschmer (ÖSPV) bei der feierlichen Preisverleihung

2. PLATZ: „WASSER-ERLEBNISPARK BRUCKMÜHLE“

Die Sparkasse Pregarten-Unterweißenbach Privatstiftung hat gemeinsam mit Förderungen des Landwirtschaftsministeriums, des Landes Oberösterreich und der Europäischen Union den „Wasser-Erlebnispark Bruckmühle“ geschaffen, der speziell auf die Bedürfnisse von Familien ausgerichtet ist. Und der attraktive Erholungsraum hat einiges zu bieten: Wasserwege, einen barrierefreien Weg, Sandspiel-, Holz- und Kreativbereich, Schaukel- und Balancierbereich, Niedrigseilgarten, eine Hängebrücke sowie eine gute Infrastruktur für Freiluftveranstaltungen. Das alles wäre ohne die finanzielle Unterstützung der Sparkassenstiftung nicht realisierbar gewesen.

3. PLATZ: LILITH-WOHNZIMMER – KRISENWOHNRAUM FÜR FRAUEN

Die Privatstiftung Sparkasse Krems hat ein Wohnprojekt ins Leben gerufen, das Frauen sowie Frauen mit Kindern in krisenhaften Lebenssituationen mit dringlichem Wohnbedarf eine befristete, professionell begleitete Wohnmöglichkeit zur Verfügung stellt. Leistbaren Wohnraum in Krems zu finden stellt gerade für Frauen in schwierigen Lebensphasen oft ein unüberwindbares Problem dar. Hier setzt das Projekt „Lilith Wohnzimmer – Krisenwohnraum für Frauen“ an. Es bietet eine gesicherte Wohnraumsituation für neun Monate und professionelle frauenspezifische Einzelberatung zu finanziellen, gesundheitlichen, arbeitsmarktbezogenen und sozialen Themen. Darüber hinaus gibt es WG-Betreuung und Gruppengespräche, Erarbeitung einer Tagesstruktur, Unterstützung bei der Wohnungssuche, Unterstützung bei Behördengängen sowie Vermittlung zu anderen sozialen Einrichtungen, Anwälten und Ärzten. Das Land Niederösterreich finanziert 73 Prozent der laufenden Kosten für die betroffenen Frauen und ihre Kinder. Mit Hilfe der finanziellen Unterstützung durch die Privatstiftung Sparkasse Krems sind nun auch die restlichen Kosten für die nächsten Jahre gedeckt.

FÜNF FRAGEN AN ...

Foto: Ben Wolf

TAGTRAEUMER, DIE ERFOLGREICHE FÜNFKÖPFIGE POPBAND, ÜBER DEN GLAUBEN AN SICH SELBST UND EINE SEHR GELUNGENE ZUSAMMENARBEIT.

1. WER HAT AN EUCH GEGLAUBT (ALS IHR BEGONNEN HABT)? *Kevin:* Also bei mir waren's meine Großeltern, die haben immer gesagt, ich kann gut singen, als ich auf dem kleinen E-Piano herumgeklimpert und Melodien nachgespielt hab. Dann hab ich von meinem Vater die erste Gitarre zu Weihnachten bekommen. *Tom:* Der Produzent hat an uns geglaubt, als wir begonnen haben – das war extrem wichtig. Er war der Erste, der an uns als Projekt geglaubt hat und uns bestärkt hat, keine Cover, sondern unsere eigenen Lieder zu machen. So ist auch das Lied „Sinn" rausgekommen – unser erster Hit.

2. EIN PERSÖNLICHER #GLAUBANDICH-MOMENT? *Kevin:* Bei mir war's der Tag, an dem ich beschlossen hab, kein Studium weiterzumachen, sondern Musik zu machen. *Tom:* Dann war der Moment, als wir den Vertrag mit der Plattenfirma unterschrieben haben. Da wussten wir, jetzt ist es echt. *Kevin:* Wir sind gemeinsam nach Wien gefahren und haben uns zum ersten Mal im Radio gehört. Das war ein extrem schönes Gefühl.

3. WANN UND WO KOMMT IHR NOCH ZUM TRÄUMEN? *Kevin:* Ich setz mich nicht hin und sag, so, jetzt träume ich mal ein bisschen. Wenn man mit offenen Augen durchs Leben geht, kommt man eigentlich ganz oft dazu. *Tom:* Wenn ich Zeit hab, bleib ich die ganze Nacht wach und schreib an meinen Songs. Das ist meine Zeit.

4. WIE IST DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DER ERSTE BANK ENTSTANDEN? *Kevin:* Das war eigentlich eine glückliche Fügung – wir haben bei der Werbeagentur der Erste Bank und Sparkasse ein kleines Konzert gespielt. Das Team, das die Erste Bank betreut, ist direkt danach zu uns gekommen. Offenbar ist die Idee entstanden, als sie den Song „Tagtraeumen" live gehört haben. *Tom:* Und dann ging's ganz schnell. Unser Manager hat die Zusammenarbeit ins Rollen gebracht und dann waren wir auch schon im Tonstudio, um den Song neu aufzunehmen.

5. PASST DIE BOTSCHAFT VON SONG UND VIDEO FÜR EUCH ZUSAMMEN? *Tom:* Für mich ist das fast wie ein Musikvideo – das zeigt schon, dass das stimmig ist. Die Bilder in meinem Text sind ja sehr bildhaft und super umgesetzt worden. *Kevin:* Ich hab nix gegen unser eigenes (lacht), aber ja, eigentlich hätte das auch unser offizielles Musikvideo sein können.

INFO: Tagtraeumer (Thomas Schneider, Kevin Lehr, Alexander Putz, Matthias Kalcher, Tobias Fellinger) sind in der Kategorie „Songwriter" für die Amadeus Austrian Music Awards 2018 nominiert. Ihre „Unendlich Eins"-Tour 2018 startet im April.

ERSTE SPARKASSE
Was zählt, sind die Menschen.
Unser Land braucht Menschen, die an sich glauben.
Und eine Bank, die an sie glaubt.
#glaubandich