

## Der Euro ist der Stimmzettel im Handel



**100.000 Betriebe diskutieren** einen Standortwechsel • Insolvenzen auf Vorjahresniveau • **Die Evolution** der Start-ups in Österreich

# Cyber-Sicherheit für NIS-2-Lieferanten schnell und günstig nachweisen.



Cyber Risiken sind allgegenwärtig: 60.000 Fälle von Internetkriminalität pro Jahr in Österreich sprechen eine deutliche Sprache. Insbesondere Lieferketten und IT-Schnittstellen bergen Risiken, die ein professionelles **Cyberisiko-Management** für Dienstleister, Lieferanten und Dritte erfordern.

Das **CyberRisk Rating by KSV1870** bietet einen standardisierten Prozess, um Anforderungen zu erfüllen und einen Sicherheitsnachweis zu erlangen. Die transparente Bewertung von Cyber Risiken ermöglicht gezielte Risikoverringerungen.

- ✓ Für IT-Lieferanten weltweit einsetzbar
- ✓ Rasche, unkomplizierte Durchführung
- ✓ Kostengünstigste Lösung am Markt



Mehr Informationen erhalten Sie unter [www.ksv.at](http://www.ksv.at) oder via QR-Code

KSV. Einfach.Innovativ.

**KSV1870**

# Editorial

Liebe Mitglieder,

im Juni ging die 150. Generalversammlung des Kreditschutzverband von 1870 über die Bühne. Im Zuge dessen konnten mein Vorstandskollege Hannes Frech und ich ein erfreuliches Ergebnis für das Geschäftsjahr 2025 präsentieren. In Zeiten wie diesen ist es alles andere als eine Selbstverständlichkeit, eine Betriebsleistung von 65,1 Millionen Euro zu erwirtschaften. Es ist das Ergebnis konsequenter, innovativer Arbeit eines engagierten Teams – dafür möchte ich mich auch auf diesem Wege bei allen Kolleginnen und Kollegen sehr herzlich bedanken.

Das vergangene Jahr hat einmal mehr gezeigt, wie komplex die Rahmenbedingungen sind. Nicht nur für uns, sondern für Österreichs Unternehmen im Allgemeinen. Ob sich an diesen in den kommenden Monaten etwas entscheidend verändern wird, bleibt abzuwarten. Die Ausgangsbasis in Form des kürzlich von Bundesminister Markus Marterbauer präsentierten Doppelbudgets 2027/28 ist leider wenig rosig – zudem wirken die zuletzt gesetzten Initiativen zu wenig. Doch gerade jetzt wäre es dringend notwendig, zielgerichtete Maßnahmen auf den Weg zu bringen, die den Unternehmen zumindest die Chance auf einen Turnaround bieten. Denn derzeit sind nur 48 % der heimischen Betriebe mit ihrer Geschäftslage zufrieden, und in mehr als 100.000 Unternehmen gibt es Überlegungen, zumindest einzelne Geschäftsbereiche innerhalb der kommenden drei Jahre ins Ausland zu verlagern, wie unsere jüngste Umfrage zeigt.

Eines ist klar: Die Unternehmerinnen und Unternehmer haben nicht das Wirtschaften verlernt, sondern die Menge an Bällen, die gleichzeitig jongliert werden müssen, sind in den

vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Zwei bis drei Bälle sind in der Regel gut machbar, doch wenn vier, fünf oder noch mehr Bälle in Form von negativen Rahmenbedingungen zu jonglieren sind, wird es schwierig.

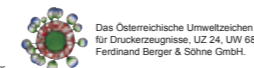
Österreichs Unternehmen benötigen eine klare Vision für die Zukunft, die von Zusammenhalt, Innovation und wirtschaftlicher Stärke und Stabilität geprägt ist. Angesichts des gegenwärtigen Staatsbudgets werden die Unternehmen jedoch in naher Zukunft größtenteils auf sich alleine gestellt sein. Umso wichtiger ist es, das eigene Budget genau im Blick zu haben, Risiken objektiv zu analysieren und, darauf aufbauend, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Als KSV1870 verfügen wir über umfassende Expertise im Risikomanagement – wir unterstützen Sie gerne.

Ihr Ricardo-José Vybiral



   **KSVBLOG**

IMPRESSUM: Medieninhaber: Kreditschutzverband von 1870, 1120 Wien, Wagenseilgasse 7; [www.ksv.at](http://www.ksv.at); Herausgeber: Ricardo-José Vybiral; Verlagsort: Wien; Chefredaktion: Markus Hinterberger; Redaktion: Birgit Glanz, Sandra Kienesberger, Ava van der Kleyn; Autoren dieser Ausgabe: Julia Gerber, Gerlinde Maschler; Layout: Die Kreation Werbung+Design; Lektorat: Johannes Payer.



# Inhalt

## COVER

- 6 **Der Euro ist der Stimmzettel im Handel.** In Zeiten tiefgreifender Veränderungen zeigt sich ein neues Konsumverhalten.
- 10 **KI-gestützte Empfehlungen gewinnen an Einfluss.** Orsolya Hegedüs von Deloitte Österreich über aktuelle Entwicklungen im Handel.

## AKTUELL

- 11 **Ergreifen Österreichs Betriebe die Flucht?** Eine schwache Geschäftslage und viel Bürokratie sorgen für Kopfzerbrechen.
- 14 **Reform Martin ist das 35.000. KSV1870 Mitglied.** Klaus Schaller und Ulrike Gastl begrüßen das neue Jubiläumsmitglied in Tirol.
- 15 **Insolvenzen auf Vorjahresniveau.** Die aktuelle KSV1870 Hochrechnung zeigt kaum Bewegung bei Unternehmen wie Privatpersonen.
- 16 **Die Evolution der heimischen Start-ups.** Österreichs Gründerszene zwischen Vergangenheit und Gegenwart.
- 19 **Eurovision Song Contest mit KSV1870 Know-how.** Als „technischer Lieferant“ war der KSV1870 mittendrin bei Europas größter Musikshow.

## NEWS

- 20 **KSV1870 Inside.** News vom führenden Gläubigerschutzverband Österreichs.

## RECHTLICHE FRAGEN

- 22 **Rechtsfragen aus der Beratungspraxis.** Die Kanzlei Stoff Meier Simma mit aktuellen Fragen und Antworten zum Thema Cyberkriminalität.

## STEUERTIPPS

- 24 **Steuertipps.** Wichtige Neuigkeiten und Änderungen im Steuerrecht.

## GLÄUBIGERSCHUTZ

- 25 **Gläubigerschutz.** Aktuelles aus Rechtsprechung und richterlicher Praxis.
- 26 **Helle Köpfe.** KSV1870 Experten schaffen Wissen und sichern Werte.
- 26 **Quergelesen.** Neue Fachbücher, die Praxiswissen vermitteln.

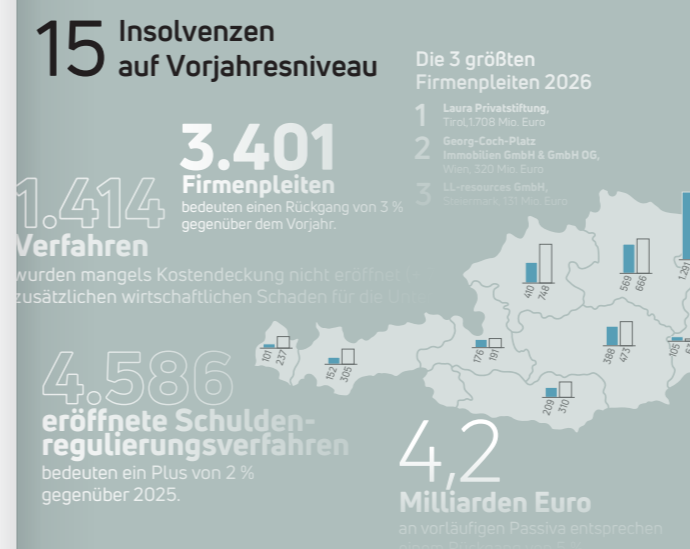
**Jahresbericht:**  
Das Geschäftsjahr  
2025 des KSV1870.



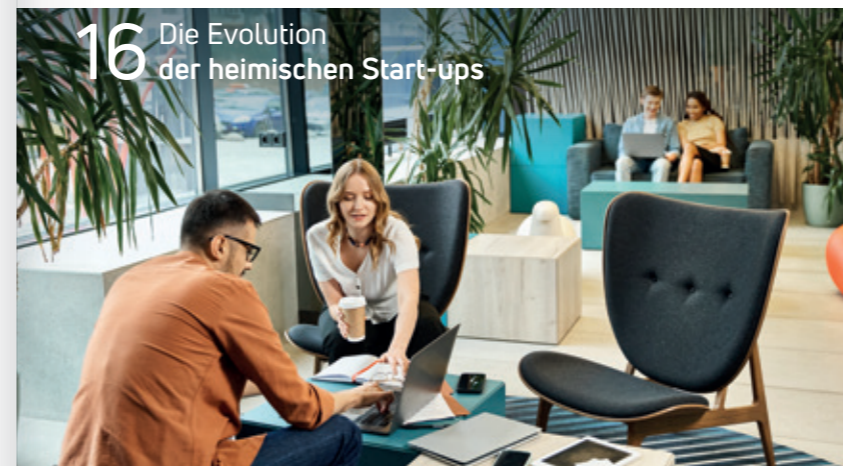
# 06

Der Euro ist der Stimmzettel im Handel

Fotos: ORF/Roman Zach-Krasling, Shutterstock, stock.adobe.com/geoggerudy, goir



19 KSV1870 Know-how beim Eurovision Song Contest



16 Die Evolution der heimischen Start-ups

11 100.000 Betriebe diskutieren einen Standortwechsel



# Der Euro ist der Stimmzettel im Handel

Der Handel befindet sich in einer Phase tiefgreifender Veränderungen. Inflation, steigende Kosten, der wachsende Online-Handel sowie ein verändertes Konsumverhalten setzen Unternehmen massiv unter Druck. Aufseiten der Konsumenten entstehen klare Erwartungen. Der „neue“ Kunde ist kostenbewusst, selektiv und anspruchsvoll. TEXT: Gerlinde Maschler

In der berühmten, ehemals eleganten Wiener Kärntner Straße reiht sich eine Billig-Modedekette an die nächste. Günstige Mode verkauft sich gut – und nicht nur diese. Überall wird genau gerechnet und gespart. Die Sparquote in Österreich ist auf einem historisch hohen Niveau – Polykrisen, Inflation und ein schwindendes Vertrauen in die Zukunft fordern ihren Tribut. Wenn aber zu viel Geld auf die hohe Kante wandert, leidet die Wirtschaft, denn die Hälfte der österreichischen Wirtschaftsleistung hängt vom Konsum ab. Insbesondere der Handel spürt die Zurückhaltung der Konsumenten. Zusätzlich haben die Betriebe mit vielen weiteren Herausforderungen zu kämpfen – allen voran dem Trend, dass immer mehr für Freizeit und Erlebnisse statt für Waren ausgegeben wird.

## Emanzipation der Konsumenten.

„Vom Haben zum Sein“ nennt das Romina Jenei, CEO des Beratungsunternehmens Regioplan. Insgesamt binde der Einzelhandel nur noch rund 30 % der Kaufkraft, denn Handel und Konsum seien seit rund zehn Jahren einem massiven Wandel unterworfen. Christoph Teller, Vorstand des Instituts für Handel, Absatz und Marketing an der Johannes Kepler Universität Linz, präzisiert: „Die Konsumenten emanzipieren sich und verändern Märkte – aber nicht laut, ideologisch oder revolutionär. Sondern still, pragmatisch und häufig aus wirtschaftlicher Notwendigkeit heraus.“

Sein Institut führt regelmäßig repräsentative Befragungen zum Konsumverhalten und Handelsmanagement durch. „Ich vergleiche dieses Verhalten gerne mit demokratischen Wahlen. Der Euro

ist der Stimmzettel im Handel. Vielen Konsumenten ist die Macht, die sie damit ausüben, allerdings gar nicht bewusst“, sagt Teller, der gleichzeitig vor der sogenannten „Mittelwertlüge“ warnt. Es gebe nämlich nicht den einzigen „typischen Konsumenten“, sondern signifikante Unterschiede: „Nicht alle sparen gleich. Höhere Einkommensgruppen konsumieren zum Beispiel weiterhin qualitäts- und werteorientiert“, so der Experte. Das Kaufverhalten lässt sich jedoch auch nach

„Im Supermarkt wird gerechnet, bei emotionalen Konsumausgaben wie Urlaub, Freizeit oder kleinen Luxusmomenten wird weiterhin Geld ausgegeben.“

Lebensstilen und Alter differenzieren. So greifen insbesondere junge Konsumenten immer öfter zu Secondhand-Produkten, was der Entwicklung zu mehr Ressourcenschonung und Preisbewusstsein Rechnung trägt. Der Secondhand-Handel hat zuletzt ein Marktvolumen von rund 950 Millionen Euro erreicht, das ist

immerhin 1 % am gesamten Einzelhandel – Tendenz steigend. Fast jeder zweite Österreicher hat im letzten Jahr zumindest einmal gebrauchte Ware gekauft. „Es handelt sich nicht mehr um ein Nischensegment, sondern um einen etablierten Konsumtrend mit wachsender wirtschaftlicher Bedeutung“, sagt Christoph Teller. Auf den der Handel längst reagiert – und zwar mit eigenen Secondhand-Angeboten.

#### Individualität im Fokus.

Dass auch der Online-Handel mit einem Anteil von rund einem Drittel an den einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben zu den Gewinnern des veränderten Konsumverhaltens gehört, überrascht kaum. Auch in diesem Segment geben junge Menschen die Richtung vor und nützen mittlerweile sogar immer öfter Künstliche Intelligenz als Verkaufsassistenten. Indes hat sich während der Pandemie der Trend zum Online-Kauf stark auch in älteren Bevölkerungsgruppen verfestigt. „Die Pandemie hat diese Entwicklung zwar beschleunigt, aber nicht erschaffen“, sagt Romina Jenei, die in Österreich und anderen hochentwickelten Ländern einen zusätzlichen, grundlegenden Wandel beobachtet, der sich psychologisch trefflich anhand der berühmten „Maslow’schen Bedürfnispyramide“ erklären lässt: Sind die Grundbedürfnisse des Menschen befriedigt, rücken verstärkt Individualität und Selbstverwirklichung in seinen Fokus.

#### Erlebnisse statt Produkte.

Typisch dafür: Die Konsumausgaben für Urlaube und Gastronomie haben sich laut Regioplan innerhalb von zehn Jahren verdoppelt. Nicht zuletzt, weil der finanzielle Spielraum für derartige

Ausgaben nach wie vor hoch ist. Denn, so Christoph Teller, nur rund 10 % der verfügbaren Mittel für den Konsum werden hierzulande für Lebensmittel verwendet – ein klares Zeichen, dass Österreich ein sehr wohlhabendes Land sei. Das strenge österreichische Lebensmittelgesetz sorgt zudem dafür, dass sich Konsumenten auch beim Diskonter gut aufgehoben fühlen, bei Eigenmarken auf solide Qualität vertrauen dürfen und somit beim täglichen Einkauf sparen, während anderswo der Euro durchaus locker sitzt. Teller dazu: „Besonders deutlich zeigt sich das bei Reisen. Laut unserer aktuellen Sommerurlaubsanalyse 2026 wollen trotz wirtschaftlicher Unsicherheit 65 % der Österreicher verreisen. Das ist typisch für den neuen hybriden Konsumenten: Im Supermarkt wird gerechnet, bei emotionalen Konsumausgaben wie Urlaub, Freizeit oder kleinen Luxusmomenten wird weiterhin Geld ausgegeben.“ Auch in den Sektoren Tierbedarf – ein Ausdruck

„Die Konsumenten emanzipieren sich und verändern Märkte [...] still, pragmatisch und häufig aus wirtschaftlicher Notwendigkeit heraus.“

der veränderten Lebensformen einer steigenden Zahl von Singlehaushalten – und Schönheit ist ein Boom zu sehen. „Man gönnt sich statt eines weiteren T-Shirts eine Schönheitsbehandlung“, so Jenei.



Foto: stock.adobe.com/georgenudy

#### Das Mittelmaß verliert an Bedeutung.

Auch die aufgehende Schere zwischen billig und teuer ist ein wichtiges Signal an die Handelsbetriebe. „Der reine Logistiker oder das Mittelmaß tun sich schwer. Wichtig ist eine klare Positionierung“, sagt Jenei, die vor Kurzem mit dem Handelsverband die Studie „Der große Wandel. So shoppt Österreich 2026“ präsentiert hat. Fazit: Große Einkaufszentren reüssieren aufgrund der Dichte an Geschäften sowie eines zusätzlichen Erlebnis-Mix an Kinos, Spielhallen und Gastronomieangeboten. Gleichzeitig blicken sieben von zehn Händlern pessimistisch in die Zukunft. Der Polarisierung der Konsumenten Richtung Discount oder Premium stehen viele ratlos gegenüber. „Stuck in the

middle“ werde gefährlich, unterstreicht Teller: „Wer weder Preisführer noch emotional relevante Premium-Marke ist, verliert Sichtbarkeit und Relevanz.“

#### „Auto nicht wegen der guten Bremsen“.

Ein breites Betätigungsfeld für den „Faszinationsexperten“ Bernhard Kloucek, der aus der Praxis kommt. Er gründete mit seiner Familie in den 1990er-Jahren die Bekleidungsfirma Kloucek und bewies schon damals ein gutes Händchen für eine zuge-spitzte Zielgruppen-Strategie. Als die Konkurrenz dem Unternehmen stark zusetzte, zog die Familie rechtzeitig die Reißleine. Heute berät Kloucek heimische Händler in Sachen Verkauf und Marketing. „Der heutige Konsument

kauft nicht eine Ware, sondern Wohlbefinden und Emotionen. Ich entscheide mich für ein Auto nicht wegen der guten Bremsen“, sagt Kloucek. Ob eine Luxusuhr von Rolex oder Lebensmittel bei Hofer – der Kunde habe eine Erwartungshaltung und möchte Klarheit und Sicherheit. Derzeit unterstützt der Wiener eine alteingesessene Bäckerei bei ihrer Transformation zu einem modernen Biobetrieb. Für Brote aus Natursauerteig bezahlen Kunden gut und gerne doppelt so viel wie für Brot im Supermarkt – bekommen dafür aber nicht nur hochwertige Ware, sondern auch das Wohlgefühl, etwas Besonderes zu konsumieren. Das Brot wird zum Beispiel über eine teure Marmortheke gereicht – ein Detail, das Lifestyle und Qualität

vermittelt. Dass der Backbetrieb stark auf eine stimmige Social-Media-Kampagne setzt, ist ebenfalls Teil des Vermarktungskonzepts.

#### Auch kleine Signale zählen.

Qualität und Unverwechselbarkeit ist auch das oberste Prinzip von Silvia Kelterer, Seniorchefin eines gut eingeführten Optiker- und Brillengeschäfts in Niederösterreich. Im Wettbewerb mit großen Optikerketten setzt das Familienunternehmen auf eine einfache, aber wirksame Strategie: persönliche Ansprache, Kundenbindung und ein kompromissloser Qualitätsanspruch. Auch Service und eine fast liebevolle Betreuung – Stichwort Emotionalität – spielen dabei eine zentrale Rolle, erzählt Kelterer: „Per WhatsApp wird der Kunde mit einem Bild seiner neuen Brille verständigt. Bei der Abgabe wird die Brille auf einem Tablett mit einer kleinen Süßigkeit und einem Brillenputztuch serviert und zur Glaspflege ein Brillenspray mitgegeben.“ Der Kunde solle ein gutes Gefühl haben, wenn er das Geschäft verlässt. „Nach dem Motto: Ein gutes Geschäft ist es, wenn der Kunde wiederkommt und nicht die Ware“, sagt die Unternehmerin.

Die Konsumenten des Jahres 2026 sind nicht nur wählerischer geworden – sie haben tatsächlich die Wahl, wo, wie und wofür sie ihr Geld ausgeben. Das gibt ihnen Macht, die sie – ob bewusst oder unbewusst – zu nützen wissen. Doch ein auf den ersten Blick herausforderndes Umfeld bietet auch Chancen für jene, die kreative Konzepte haben. „Ausreden findet man immer“, sagt Bernhard Kloucek, der nichts von „Krisengerede“ hält: „Wir sterben nicht aus und werden auch in Zukunft Nahrung und Kleidung brauchen.“

## INTERVIEW:

## KI-gestützte Empfehlungen gewinnen an Einfluss

Der Handel steht vor einer schnell voranschreitenden Transformation. Machtbewusste und gut informierte Konsumenten erfordern eine immer raschere Anpassung, sagt Unternehmensberaterin Orsolya Hegedüs, Partnerin bei Deloitte Österreich. INTERVIEW: Gerlinde Maschler

### Wie sehr überzeugen „starke“ Marken den Konsumenten des Jahres 2026?

Das Prinzip „Preis schlägt Marke“ kann man aktuell deutlich häufiger beobachten, das wird auch durch Inflation und Preissteigerungen befeuert. Aspekte wie die Herkunft, Produktionsbedingungen und Regionalität gewinnen ebenfalls an Bedeutung – allerdings nur, solange sie auch leistbar bleiben. Der Nachhaltigkeitsaspekt tritt bei knappen Budgets oft in den Hintergrund.

### Gibt es so etwas wie ein typisches Kaufverhalten, oder muss man differenzieren?

Da muss zwischen den unterschiedlichen Altersgruppen unterschieden werden: Ältere Generationen legen mehr Wert auf Regionalität, vor allem beim Lebensmitteleinkauf. Die Ausnahme ist der Autokauf, da hier laut Deloitte-Analysen gerade jüngere Generationen stärker auf europäische Produktion achten. Außerdem nutzen sie im Vergleich zu älteren Konsumenten vermehrt KI-gestützte Online-Recherche, vor allem in der Informationsphase und bei teureren Anschaffungen, weniger bei Routinekäufen.

### Was bedeutet das für Unternehmen?

Aktuell liegt der Fokus auf günstigen Sortimenten sowie Eigenmarken, ergänzt durch flexible Preis- und Promotion-Strategien. Eigenmarken werden immer häufiger gekauft,

während der Markenwert abnimmt. Marken müssen diesen gegenüber ihren Kunden klarer begründen und ihre Positionierungsstrategie an die jeweiligen Marktgegebenheiten anpassen. Häufige Maßnahmen sind etwa der Ausbau von günstigeren Sortimenten und Eigenmarken sowie stärkere Kundenbindung anhand von Treueprogrammen. Eigenmarken und Diskonter gewinnen Marktanteile. Oft ist dieser Wechsel zu günstigeren Produkten dann langfristig, denn Konsumenten bleiben häufig bei günstigeren Alternativen, selbst wenn sich ihre finanzielle Lage verbessert.

### Welche Rolle spielt die Digitalisierung?

Im Bereich der Digitalisierung gewinnen KI-gestützte Empfehlungen an Einfluss, denn etwa die Hälfte der Konsumenten nützt vorab KI-gestützte Funktionen. Dies zeigt sich besonders in der frühen Entscheidungsphase, da KI-Tools – im Vergleich zu herkömmlichen Recherchen im Internet – deutlich effizientere Produktempfehlungen und Preisvergleiche liefern können. Aufgrund dessen ist die Sichtbarkeit von Händlern in digitalen Kanälen heute besonders entscheidend. Durch den Anstieg in der Nutzung von KI-Tools – von Recherchen bis zu

Checkout-Prozessen – entsteht daher bei den Unternehmen zunehmend eine Abhängigkeit von Plattformen und KI-Systemen.

### Wie reagieren Unternehmen auf den „neuen“ Konsumenten?

Unternehmen reagieren darauf mit strategischen Anpassungen wie stärkerer Regionalisierung, Diversifikation und vorsichtigeren Investitionen. Jeder zweite Händler und Hersteller gab etwa in einer Deloitte-Befragung an, bereits an der Minimierung von Abhängigkeiten in Absatz- und Beschaffungsmärkten zu arbeiten, nicht zuletzt, um auch die Abhängigkeit vom Weltmarkt zu reduzieren. ■

Orsolya Hegedüs,  
Partnerin bei Deloitte Österreich



## Ergreifen Österreichs Betriebe die Flucht?

Die aktuelle Geschäftslage der heimischen Unternehmen ist deutlich zu niedrig, und ein nachhaltiger Wirtschaftsaufschwung ist auch aufgrund einer hohen Spar- und niedrigen Investitionsquote unmittelbar nicht in Sicht. Aufgrund dieser Faktoren beschäftigen sich derzeit viele Betriebe mit der Standortfrage.

TEXT: Markus Hinterberger

Es besteht kein Zweifel: Österreichs Wirtschaft hat definitiv schon bessere Tage erlebt, wie zuletzt mehrere voneinander unabhängige Wirtschaftsumfragen bestätigt haben. Laut Austrian Business Check des KSV1870 bewerten nur 48 % der Unternehmen ihre gegenwärtige Geschäftslage mit „sehr gut“ oder „gut“. Das sind um fünf Prozentpunkte mehr als im Frühjahr 2025, dennoch liegt dieses Ergebnis deutlich unter jenem aus Vorkrisenzeiten – hier liegt der Referenzwert bei mindestens 60 %. Zudem erwartet nur jeder fünfte Betrieb (22 %), dass sich die Lage in den kommenden Monaten entscheidend verbessern wird. „Österreichs Wirtschaft ist seit einigen Jahren von einer sanften, aber stetigen Erosion geprägt. Ein Aufschwung wird von den Unternehmen für unser Hochpreisland kaum erwartet, denn eine Krise jagt die nächste, und es scheint kein Ende in Sicht. Aktuell befeuert die Perspektivlosigkeit aufseiten der Betriebe Exitszenarien, und es droht

die Gefahr, mehr und mehr ins Mittelfeld abzurutschen“, erklärt Ricardo-José Vybiral, CEO der KSV1870 Holding AG.

### Kein Weg aus der Krise.

Darüber hinaus mussten zuletzt die Wirtschaftsforscher von WIFO und IHS ihre Konjunkturprognose für 2026 deutlich senken. Gründe dafür sind die Entwicklungen im Nahen Osten und die

stark gestiegenen Energiepreise. Zudem soll heuer die Inflation mit 2,7 bzw. 2,9 % weiter über dem 2-%-Ziel der Europäischen Zentralbank liegen. Ein ähnlich trübes Bild zeichnet angesichts einer schwachen Konjunktur auch der „Deloitte Radar 2026“: „Der Wirtschaftsstandort Österreich schafft es seit Jahren nicht aus dem Krisenmodus. Im Gegenteil: Im aktuellen Wettbewerbsranking des IMD erreichen wir erneut nur den 26. Platz und verharren deutlich hinter vergleichbaren europäischen Ländern wie der Schweiz, Dänemark oder Schweden“, sagt Harald Breit, CEO von Deloitte Österreich. Bei dem Ranking handelt es sich um das renommierte Wettbewerbsfähigkeitsranking der Lausanner Wirtschaftshochschule IMD, für das im Vorjahr 69 Volkswirtschaften verglichen wurden.

### Gastronomie größtes Sorgenkind.

Wie aus der KSV1870 Umfrage hervorgeht, zeigen sich jedoch branchen-

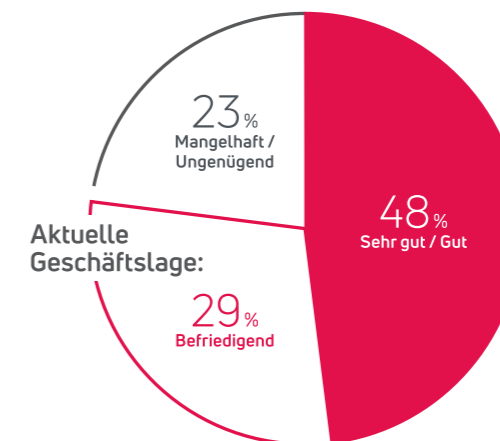


Foto: stock.adobe.com/geir



**Gelingt es nicht, die Betriebe wesentlich zu entlasten, besteht in naher Zukunft die Gefahr einer Abwanderungsbewegung und des Verlusts von Arbeitsplätzen.**

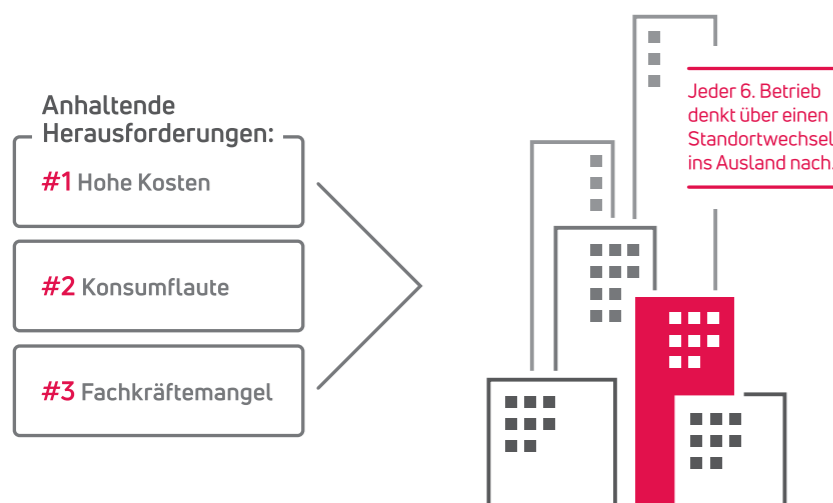


spezifische Unterschiede. Während 85 % der Finanz- und Versicherungsdienstleister ihre Geschäftslage positiv („sehr gut“/„gut“) bewerten, sind es im Bereich Gastronomie/Beherbergung nur 35 %. „Die Gastronomie hat sich zum größten Problem-Hotspot des Landes entwickelt. Auch deshalb, weil in diesem Segment hohe Betriebskosten auf eine Vielzahl struktureller Probleme, wie geringe Margen, weniger Konsum und starke Konkurrenz, treffen. Das zeigt sich auch bei den Insolvenzzahlen“, so Vybiral.

**Erzielte Umsätze verpuffen.**

Im Vergleich zum Jahr 2024 hat sich die Auftragslage im Vorjahr sehr unterschiedlich entwickelt – jeweils ein Drittel spricht von einem Anstieg, von einer gleichbleibenden Entwicklung bzw. von rückläufigen Aufträgen. Weiters sprechen 44 % von einem Umsatzplus, doch es ist eine besorgniserregende Entwicklung, wenn trotz steigender Umsätze keine höheren Gewinne erzielt werden können. „Anhand der Umsatzergebnisse zeigt sich, auf welchem schmalen Grat sich die Unternehmen aktuell bewegen. Getrieben von einem

**WIRTSCHAFT AKTUELL**



hohen Kostenniveau, wird es immer schwieriger, Gewinne zu erzielen und ein Geschäftsjahr positiv abzuschließen“, analysiert Vybiral.

**Standortwechsel als Option?**

Infolge der unverändert hohen Kosten, einer ausgeprägten Konsumflaute und der schwierigen Suche nach Fachkräften überlegt in Österreich bereits jeder sechste Betrieb (17 %), zumindest einzelne Geschäftsbereiche innerhalb der nächsten drei Jahre ins Ausland zu verlagern. „Das Ergebnis ist ein Hammer und untermauert die große Unzufriedenheit der Unternehmen. Gelingt es nicht, die Betriebe wesentlich zu entlasten, besteht in naher Zukunft die Gefahr einer Abwanderungsbewegung und des Verlusts von Arbeitsplätzen. Angesichts der schon jetzt hohen Zahl an arbeitssuchenden Menschen sollte dieses Schreckgespenst besser in der Kiste bleiben“, so Vybiral. Insbesondere in der Industrie bzw. in der Warenproduktion, im Grundstücks- und Wohnungswesen und im Bereich Telekommunikation/IT gibt es überdurchschnittlich viele Unternehmen, die über einen solchen Schritt nachdenken.

**Sparen rettet die Gegenwart.**

Angesichts der jüngeren Vergangenheit ist es keine Überraschung, dass laut Austrian Business Check 85 % der Betriebe weiterhin im Sparmodus verharren – das sind fünf Prozentpunkte mehr als vor einem Jahr. „Die Unternehmen reagieren auf die wirtschaftlichen Herausforderungen mit einem klaren Sparkurs. Sie bewältigen damit aktuelle Krisensituationen und schützen ihre Substanz, so gut es geht. Investitionen,



**Die finanzielle Vorsicht der Unternehmen in den vergangenen Jahren und die Zurückhaltung bei Investitionen sind zwar kein Zukunftsmodell, zeigen aber kurzfristig Wirkung.**



Kreditverbindungen, längerfristige Projekte werden vermieden. Kurzum: Die Betriebe leben im Jetzt“, erklärt Günther Fasching, Prokurist der KSV1870 Information GmbH.

Unter dem massiven Kostenmanagement leidet jedoch die Investitionsbereitschaft der Unternehmen. Lediglich 18 % (2025: 16 %) der Betriebe planen, im Jahresverlauf konkrete Investments zu tätigen, für weitere 35 % (2025: 40 %) sind diese eine Frage der wirtschaftlichen Machbarkeit. Weiters wollen nur 10 % jener Betriebe, die tatsächlich investieren, in hohem Ausmaß investieren. Das ist zu wenig. Im Fokus steht in erster Linie die Digitalisierung. Ebenfalls recht häufig wurden die Erhöhung der Kundenzufriedenheit und „reine Ersatzinvestitionen“ genannt – Letztere sind notwendig, um Bestehendes zu erhalten.

**Stabile Verhältnisse – noch.**

Trotz großer Herausforderungen und wirtschaftlich angespannter Zeiten weisen sieben von zehn Unternehmen (68 %) eine stabile wirtschaftliche Struktur auf, 21 % von ihnen sogar eine sehr stabile. „Die finanzielle Vorsicht der Unternehmen in den vergangenen Jahren und die Zurückhaltung bei Investitionen sind zwar kein Zukunftsmodell, zeigen aber

kurzfristig Wirkung“, so Fasching. Eine Analyse der Ratingklassen aus der KSV1870 Wirtschaftsdatenbank zeichnet ein ähnliches Bild. Zwar befinden sich 87 % der Unternehmen nach wie vor in Ratingklassen mit geringen Risiken, doch innerhalb

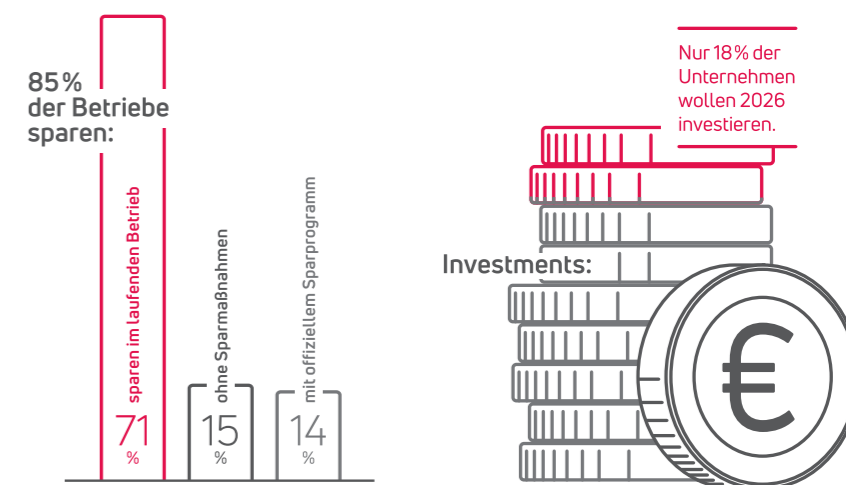
dieser Klassen gibt es Verschiebungen nach unten: „Die Bonität hat sich im Laufe der Krisenjahre tendenziell Richtung Mittelfeld bewegt. Solche Bewegungen sind aufgrund der großen Menge der Unternehmen in unserer Datenbank eher selten und belegen, dass die Wirtschaft unter Druck ist“, so Fasching.

**Industriestrategie fällt durch.**

Im Rahmen der KSV1870 Umfrage wurden die Industrieunternehmen gefragt, wie sie die Anfang des Jahres seitens der

Bundesregierung vorgestellte Industriestrategie einstufen. Das Ergebnis ist ernüchternd: Nur 6 % sind „zufrieden“, während jeweils 47 % mit „mittelmäßig“ bzw. „unzufrieden“ geantwortet haben. „Für Österreichs Industrieunternehmen ist der vorgelegte Plan zu unkonkret. Er enthält keine ausreichenden Maßnahmen, wie es gelingen soll, die Industrie langfristig auf die Überholspur zu bringen“, so Vybiral. Am häufigsten fehlen den Unternehmen ein konkreter Plan zur Kostensenkung und nachhaltige Maßnahmen zur Entbürokratisierung. Tendenziell positiver werden hingegen die kürzlich abgeschlossenen Freihandelsabkommen, wie etwa das EU-Mercosur-Abkommen oder das EU-Indien-Abkommen, gesehen. Immerhin 36 % sehen in diesem Zusammenhang einen positiven Einfluss auf die zukünftige Wirtschaftsentwicklung im Land. ■

**FINANZEN IM FOKUS**



# Reform Martin ist das 35.000ste KSV1870 Mitglied

Das österreichische Familienunternehmen mit langer Tradition hat sich auf hochwertige Lebensmittel, Nahrungsergänzung und Naturkosmetik spezialisiert. Dabei setzt das Unternehmen nicht nur auf Qualität, fachkundige Beratung und enge Zusammenarbeit mit Produzenten und Geschäftspartnern, sondern vertraut ab sofort auch auf die Unterstützung des KSV1870 in Sachen Risikomanagement. **TEXT:** Ava van der Kleyn

Mit einem modernen Sortiment an Naturprodukten begleitet das Reformhaus zahlreiche Menschen auf ihrem Weg zu einem gesunden, vitalen und nachhaltigen Lebensstil. Alle Produkte folgen einem hohen Qualitätsstandard, und durch den gezielten Einsatz natürlicher Rohstoffe und innovativer Produktionsprozesse wird ein ressourcenschonender Umgang garantiert. Die Wurzeln von Reform Martin reichen bis ins Jahr 1905 zurück, als Ludwig Tachezy seine erste Drogerie in Innsbruck gründete. Schon damals setzte das Unternehmen auf natürliche und nachhaltige Produkte – lange bevor sie zum „Hype“ wurden. Bis heute ist es gelungen, Tradition und Innovation erfolgreich zu verbinden. Mit einem feinen Gespür für sinnvolle Trends und qualitativ hochwertige Produktneuheiten hat sich das Unternehmen als feste Größe in der Branche etabliert – nicht nur in Tirol, sondern in ganz Österreich.

### Kompetenz und Beratung.

Hinter dem erfolgreichen Reformhaus steht ein Team aus rund 300 speziell geschulten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die Kundinnen und Kunden kompetent beraten. Denn ein hochwertiges Sortiment entfaltet seinen Mehrwert erst durch individuelle und fundierte Beratung. Ergänzt wird das



Klaus Schaller (links), KSV1870 Standortleiter Innsbruck, und Ulrike Gastl (rechts) begrüßen Alexander Martin und Markus Krüer (Reform Martin) „im“ KSV1870.

Angebot durch Rezept- und Gesundheitstipps im „Reformhaus® Magazin“ sowie auf der Website.

### Fit für die Zukunft.

Die Mitgliedschaft beim KSV1870 bietet Reform Martin Sicherheit in einem dynamischen Wirtschaftsumfeld. „Wir haben uns für eine KSV1870 Mitgliedschaft entschieden, weil die Services uns helfen, Geschäftsrisiken zu minimieren, während wir uns auf unser Kerngeschäft konzentrieren können. Als Familienunternehmen ist es uns zu jeder Zeit wichtig, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen stabilen Arbeits-

platz zu bieten“, so Alexander Martin, geschäftsführender Gesellschafter von Reform Martin.

### 35.000 Unternehmen wissen Bescheid.

„Objektive Bonitätsauskünfte, rasches Inkasso und eine kompetente Gläubigervertretung im Falle einer Insolvenz sorgen für sichere Geschäfte innerhalb von Österreichs Wirtschaft“, erklärt Klaus Schaller, KSV1870 Standortleiter in Innsbruck. „Wir freuen uns daher sehr, ein traditionsreiches sowie innovatives Unternehmen wie Reform Martin mit unseren vielfältigen Leistungen in Zukunft unterstützen zu dürfen.“ ■

# Insolvenzen auf Vorjahresniveau

Die aktuelle KSV1870 Hochrechnung zum ersten Halbjahr 2026 zeigt wenig Bewegung: Während die Zahl der Unternehmensinsolvenzen leicht rückläufig ist, ist bei den Privatkonkursen ein marginaler Anstieg erkennbar.



## Unternehmensinsolvenzen

**3.401**  
Firmenpleiten

bedeuten einen Rückgang von 3 % gegenüber dem Vorjahr.

**4,2**  
Milliarden Euro

an vorläufigen Passiva entsprechen einem Rückgang von 4 %.

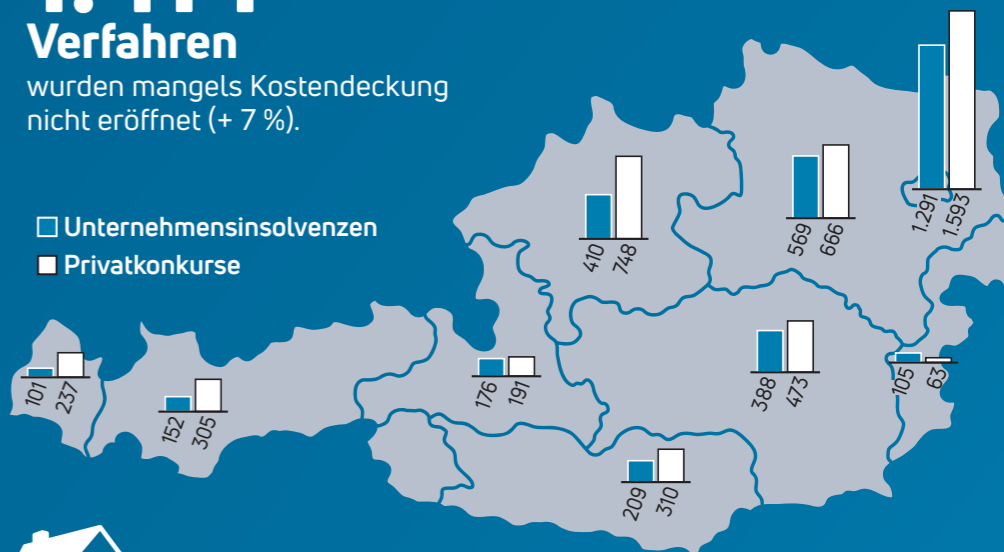
**1.414**  
Verfahren

wurden mangels Kostendeckung nicht eröffnet (+ 7 %).

### Die 3 größten Firmenpleiten 2026

- 1** Laura Privatstiftung, Tirol, 1.708 Mio. Euro
- 2** Georg-Coch-Platz Immobilien GmbH & GmbH OG, Wien, 320 Mio. Euro
- 3** LL-resources GmbH, Steiermark, 131 Mio. Euro

Unternehmensinsolvenzen  
Privatkonkurse



## Privatkonkurse

**4.586**  
eröffnete Schuldenregulierungsverfahren

bedeuten ein Plus von 2 % gegenüber 2025.

**653**  
Millionen Euro

an vorläufigen Passiva entsprechen einem Anstieg von 12 %.

Zahlenwerte betreffen die vorläufigen Passiva.

# Die Evolution der heimischen Start-up-Szene

Österreichs Gründerszene im Lokalaugenschein. Was hat sich verändert, was hat sich verbessert, und was ist heute schwieriger als vor zehn Jahren. TEXT: Julia Gerber



Ich habe ein hippestes Café aufgemacht. Jetzt ist das ein Start-up.“ Der Begriff „Start-up“ etablierte sich in unseren Breitengraden in den 1990er- und 2000er-Jahren rasch als Modewort. Viele Jungunternehmen bezeichneten sich plötzlich als Start-up, obwohl die Definition laut „Austrian Startup Monitor“, der wichtigsten jährlichen Studie zur heimischen Gründerszene, eindeutig ist:

„Als Startups werden Unternehmen definiert, die jünger als zehn Jahre sind, mit ihren Produkten, Dienstleistungen, Technologien oder Geschäftsmodellen innovativ sind und ein signifikantes Mitarbeiter- oder Umsatzwachstum aufweisen oder dieses aktiv anstreben.“

Damit steht fest, wie Start-ups zu definieren sind. Aber wie haben sie sich im Laufe der Jahre verändert? Ein Faktencheck zwischen Vergangenheit und Gegenwart.

## Strukturwandel in der Start-up-Szene.

Österreichische Start-ups denken heute internationaler als zu Beginn der 2010er-Jahre. Damals wurde in erster Linie Wachstum in Österreich oder im DACH-Raum vorangetrieben, heute ist die Erschließung globaler Märkte oft direkter Bestandteil der Strategie. Laut „Austrian Startup Monitor“, der gemeinsam vom AIT Austrian Institute of Technology und dem WU Gründungszentrum erstellt wird, liegt der durchschnittliche Auslandsumsatz mittlerweile bei 42 %. 80 % der Start-ups planen eine weitere Internationalisierung. Das bewertet Investor und Ex-Gründer Gerald Pollak positiv. Er gründete 2022 das Start-up blocktorch, eine Beobachtungs- und Analyseplattform für dezentrale Anwendungen (Web3), die er mittlerweile verkauft hat. „Wir beobachten ein steigendes Interesse internationaler Investoren am österreichischen Markt. Das Land wird heute deutlich stärker wahrgenommen als noch vor einigen

Jahren“, so Pollak. Als Beispiele nennt er die jüngsten Übernahmen von Open-Claw durch OpenAI und Emmi AI durch Mistral AI.

## Mehr Internationalität und KI.

Interessant ist auch, dass Gründungsteams immer internationaler werden: 17 % stammen aus dem Ausland, während der weltweite Wettbewerb um Entwickler, KI-Experten und andere Spezialisten weiter zunimmt. Hybride Strukturen und „Remote first“-Konzepte haben klassische Büros abgelöst oder ergänzt. Dennoch rekrutieren Start-ups heute mit Bedacht: Künstliche Intelligenz ermöglicht es, mit deutlich kleineren Teams zu skalieren. Generell hat KI einiges auf den Kopf gestellt und die Struktur vieler Start-ups verändert: 84 % nutzen KI bereits in internen Prozessen, 70 % in der Produktentwicklung. Mehr als jedes zweite Start-up hat KI direkt in sein Angebot integriert.

Gleichzeitig bleibt festzuhalten: Heute müssen deutlich mehr regulatorische Anforderungen berücksichtigt werden als noch vor 15 Jahren. Dazu zählen

„Wir beobachten ein steigendes Interesse internationaler Investoren am österreichischen Markt.“

vor allem DSGVO, Nachhaltigkeitsanforderungen inklusive Reporting, KI-Regulierung (AI Act) und Cybersecurity.

## Wo Start-ups tätig sind.

Vor zehn bis 15 Jahren dominierten oft Apps, Plattformen und E-Commerce-Modelle. Das ist heute nicht mehr der Fall, dennoch blieb die starke Technologieorientierung der heimischen

Start-up-Szene unverändert. 71 % entwickeln Schlüsseltechnologien, also Technologien, die Innovations-

sprünge in verschiedenen Branchen ermöglichen. Dazu gehören etwa KI und Dateninnovation, Energie- und Umwelttechnologien sowie Life Sciences. 12 % aller Startups sind dem Deep-Tech-Sektor zuzurechnen: Sie entwickeln forschungsintensive Technologien mit dem Potenzial, ganze Branchen grundlegend zu verändern.

Die Branchen Bekleidung/Textil, Konsumgüter und Nahrungsmittel sowie Energie und Mobilität machen jeweils rund 7 % aus. 28 % können als Manufacturing-Start-ups klassifiziert werden. Das

bedeutet, sie stellen Produkte selbst her bzw. lassen diese von Dritten herstellen. Der Anteil der Green oder Social Impact Start-ups betrug 2014 bis 2016 nur 13 %, zwischen 2023 und 2025 waren es bereits 31 %. Zudem entstanden in den vergangenen Jahren immer mehr akademische Spin-offs – aktuell können 23 % als solche klassifiziert werden.

## Ziele im Wandel der Zeit.

Die Anforderungen an Geschwindigkeit, Performance und Skalierung sind zuletzt massiv gestiegen. Während vor zehn bis 15 Jahren die Zielsetzung „solides Wachstum“ war, wird heute in vielen Fällen das primäre Ziel verfolgt, Geschäftsmodelle rasch international und nachhaltig zu skalieren. „Die Krisenjahre haben einen klaren Shift hin zu mehr Effizienz und Profitabilität gebracht“, sagt Hannah Wundsam, CEO von Austrian Startups. „Bis etwa 2021 haben wir einen starken

ist Kapital teurer, die Due Diligence umfangreicher, und Investoren achten stärker auf Cashflow und nachhaltiges Wachstum. „Außerhalb hochkomplexer Forschungsfelder sind die Eintrittsbarrieren für neue Produkte stark gesunken. Produkte können schneller entwickelt, getestet und iteriert werden

“ **Die Krisenjahre haben einen klaren Shift hin zu mehr Effizienz und Profitabilität gebracht.** “



als jemals zuvor. Wer schnell lernt und sich anpasst, gewinnt“, so Pollak, der ergänzt: „Galt lange Zeit ein jährliches Umsatzwachstum um den Faktor drei als Benchmark, erwarten VCs heute teilweise Wachstumsraten vom Sieben- bis Zehnfachen bei Jungunternehmen.“

Förderstellen wie die AWS und die FFG zählen weiterhin zu wichtigen Geldgebern für heimische Start-ups, haben ihre Programme jedoch zunehmend auf forschungsintensive, technologische und grüne Innovationen ausgerichtet. Private Risikokapitalgeber, insbesondere im Venture-Capital-Umfeld, orientieren sich heute laut Pollak stärker am Power-Law-Prinzip: Ein kleiner Teil der Unternehmen zieht einen immer größeren Anteil des verfügbaren Kapitals an. „Bei 3VC investieren wir mit einem langfristigen Horizont. Entscheidend ist die Qualität der Teams. Dazu gehören Motivation, Ehrgeiz, Lernfähigkeit, Umsetzungsstärke und Dringlichkeit sowie die Größe und Zukunftsfähigkeit des adressierten Marktes“, so Pollak. ■

### Start-up-Erfolg im Jahr 2026.

„Österreich ist ein spannender Test- und Einstiegsmarkt. Wer jedoch wirklich erfolgreich sein will, braucht eine Vision, die über die eigenen Landesgrenzen hinausgeht“, so Wundsam. Sie rät, von Tag eins an europäisch zu denken – auch wenn dies den Unternehmen aufgrund von Bürokratie nicht leicht gemacht werde. Deshalb brauche es in ihren Augen jetzt Initiativen wie die EU-Inc: eine neue, europaweite Rechtsform, die die Nutzung des europäischen Binnenmarkts von Anfang an vereinfacht.

Entscheidend für den Erfolg, unabhängig von der Branche, sind Marktzugang, Kundenkontakte, Fachwissen und eine klare Wettbewerbsstrategie. Hinzu kommen strategische Partnerschaften und eine starke Vernetzung in relevanten Communitys.

### Internationale Hotspots.

Von Österreich aus wird oft neidisch auf die USA geblickt, da dort die wertvollsten Start-ups aller Zeiten zu Hause sind. Im aktuellen „Global Startup Ecosystem Report“ gelten San Francisco, New York und Boston als führende Hotspots. Asien holt jedoch auf: Beijing, Shanghai und Bengaluru konnten ihre Positionen in den globalen Rankings zuletzt deutlich verbessern. In Europa hat sich Paris zu einem der dynamischsten Start-up-Standorte entwickelt. Die Stadt profitiert von milliardenschweren Investitionen in KI und digitale Infrastruktur. Doch auch in Deutschland nahm die Gründungsdynamik zuletzt spürbar zu: Die Zahl der Start-up-Neugründungen stieg 2025 um knapp 30 %. Pollak beobachtet jedenfalls einen stärkeren europäischen Selbstanspruch: „Viele Gründer wollen heute bewusst europäische Technologieführer aufbauen und zur technologischen Souveränität Europas beitragen.“ ■



## Eurovision Song Contest 2026 mit KSV1870 Know-how

Die große Bühne in der Wiener Stadthalle war den Musikerinnen und Musikern vorbehalten, doch im Hintergrund hat die KSV1870 Nimbusec GmbH einen wesentlichen Beitrag zum Gelingen der größten europäischen Musikshow geleistet. **TEXT:** Markus Hinterberger

Im Mai 2026 haben Millionen Menschen den Eurovision Song Contest verfolgt. Hinter den Kulissen steckte jedoch nicht nur monatelange organisatorische Arbeit, sondern auch ein hoher Anspruch an Sicherheit und Stabilität. Genau hier kam der KSV1870 ins Spiel: Als „Official Technical Supplier“ unterstützte die KSV1870 Nimbusec GmbH den ORF dabei, potenzielle Cyber Risiken im Umfeld des Eurovision Song Contest frühzeitig zu erkennen – und zwar dahingehend, dass die KSV1870 Nimbusec GmbH sämtliche vom ORF genannten Lieferanten hinsichtlich ihrer Cybersicherheit überprüft hat.

### Lieferanten auf Herz und Nieren getestet.

Im Zentrum stand das CyberRisk Rating by KSV1870. Mithilfe eines standardisierten und behördlich anerkannten Verfahrens wurden auf Hochdruck Lieferanten auf ihr Sicherheitsniveau überprüft und entsprechende Risiken bewertet. „Die vergangenen Wochen und Monate waren für uns Challenge und Auszeichnung zugleich. Denn es ist keine Selbstverständlichkeit, als verhältnismäßig kleines Unternehmen vom ORF mit einer derart verantwortungsvollen Aufgabe betraut zu werden“, so Robert Staubmann, Geschäftsführer der KSV1870 Nimbusec GmbH.

### CyberRisk Manager bewahrt den Überblick.

Ergänzend dazu konnte der ORF mithilfe des CyberRisk Managers den Überblick über das Cyber-Sicherheitsniveau seiner Partner behalten und mögliche Veränderungen rasch erkennen. Diese Lösung wurde für Unternehmen mit einer großen Anzahl an Lieferanten entwickelt - auch, um Maßnahmen rasch setzen zu können sollte sich das Cyberrisiko eines Geschäftspartners verändern. ■



## DREI FRAGEN ZUM CYBERRISK RATING

### 1. Wie lange dauert es, bis ein CyberRisk Rating durchlaufen ist?

Der Aufwand ist vom jeweiligen Status quo abhängig und wie gut ein Unternehmen in Sachen Cybersecurity bereits vorbereitet ist. Im Normalfall müssen ein bis zwei Tage für die Abwicklung, Vorbereitung und Beantwortung der Fragen kalkuliert werden. Die Durchlaufzeit beträgt durchschnittlich vier Wochen.

### 2. Wie lange ist ein CyberRisk Rating gültig?

Grundsätzlich zwölf Monate. Darüber hinaus ist das Rating weiterhin sichtbar, aber mit dem Vermerk „Abgelaufen“ gekennzeichnet.

### 3. Ist das CyberRisk Rating anerkannt?

Ja, das CyberRisk Rating by KSV1870 erfüllt laut der österreichischen operativen NIS-Behörde (BMI) die Vorgaben des NIS-Gesetzes bezüglich Lieferantenrisiken, und es wird auch als Best Practice geführt.

Foto: KSV1870/Avan der Kleyn



## START-UPS IN ÖSTERREICH

Seit 2014 wurden in Österreich mehr als 3.600 Start-ups gegründet. Sie gelten als Schlüssel für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Zukunft unseres Landes. Seit dem Gründungsboom 2021 stagniert die Zahl der Neugründungen.



Foto: KSV1870

## KSV1870 lud zur ACCIS Annual Conference 2026



Hausherr Gerhard Wagner freut sich über Teilnehmer aus aller Welt.

Die ACCIS Annual Conference zählt zu den bedeutendsten globalen Fachveranstaltungen der Kreditinformationsbranche. Regelmäßig bringt sie führende Vertreterinnen und Vertreter internationaler Auskunfteien, Finanzdienstleister, Regulierungsbehörden sowie Expertinnen und Experten aus den Bereichen Datenmanagement, Compliance und Technologie zusammen, um aktuelle Entwicklungen und zukünftige Herausforderungen der Branche zu diskutieren. Zum bereits zweiten Mal durfte der KSV1870 als Gastgeber der ACCIS Annual Conference fungieren und Branchenvertreter in Wien willkommen heißen. Unter dem diesjährigen Motto „Waltzing with Intelligence and Regulation – Fostering Growth through Data & Technology“ standen insbesondere regulatorische Veränderungen in Europa, Datenschutz, Transition Finance, Payment Regulations sowie der Einsatz von Künstlicher Intelligenz und Cloud-Technologien im Fokus. Hochkarätige Keynotes, Panel-Diskussionen und Fachvorträge boten den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zahlreiche Möglichkeiten zum fachlichen Austausch und zur internationalen Vernetzung. Austragungsort der ACCIS Annual Conference 2026 war das Vienna Marriott Hotel in Wien. Ergänzt wurde das Programm durch ein Open House beim KSV1870 sowie ein gemeinsames Galadinner im Palais Coburg.

Die ACCIS Annual Conference zählt zu den bedeutendsten globalen Fachveranstaltungen der Kreditinformationsbranche. Regelmäßig bringt sie führende Vertreterinnen und Vertreter internationaler Auskunfteien, Finanzdienstleister, Regulierungsbehörden sowie Expertinnen und Experten aus den Bereichen Datenmanagement, Compliance und Technologie zusammen, um aktuelle Entwicklungen und zukünftige Herausforderungen der Branche zu diskutieren. Zum bereits zweiten Mal durfte der KSV1870 als Gastgeber der ACCIS Annual Conference fungieren und Branchenvertreter in Wien willkommen heißen. Unter dem diesjährigen Motto „Waltzing with Intelligence and Regulation – Fostering Growth through Data & Technology“ standen insbesondere regulatorische Veränderungen in Europa, Datenschutz, Transition Finance, Payment Regulations sowie der Einsatz von Künstlicher Intelligenz und Cloud-Technologien im Fokus. Hochkarätige Keynotes, Panel-Diskussionen und Fachvorträge boten den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zahlreiche Möglichkeiten zum fachlichen Austausch und zur internationalen Vernetzung. Austragungsort der ACCIS Annual Conference 2026 war das Vienna Marriott Hotel in Wien. Ergänzt wurde das Programm durch ein Open House beim KSV1870 sowie ein gemeinsames Galadinner im Palais Coburg.

## KSV1870 zu Gast beim Rechtsanwaltsverein

Am 21. Mai waren Wolfgang Belovsky (KSV1870), Patrick Wall (KSV1870 Nimbusec GmbH) und Stefan Wurzl (KSV1870) zu Gast beim Österreichischen Rechtsanwaltsverein. Die Themen waren breit gestreut und reichten u. a. von aktuellen Entwicklungen in den Bereichen IT, Sicherheit und digitale Lösungen bis hin zu CyberRisk- und Datenschutz-Ratings, Lieferketten-sicherheit sowie der automatisierten Bankkontoanalyse durch die FINcredible GmbH (Part of KSV1870).



Mariusz Cholewa, ACCIS Präsident, und Ricardo-José Vybiral, CEO der KSV1870 Holding AG, begrüßen die Gäste in Wien.

Fotos: Anna Rauchenberger

## Neue Lösungen für nachhaltige Entscheidungen



Foto: Shutterstock

Im ersten Moment hat es den Anschein, dass die große ESG-Euphorie vielerorts abgeflacht ist – auch aufgrund regulatorischer Anforderungen der Europäischen Union, die zuletzt abgeschwächt worden sind. Doch der Bedarf an verlässlichen Nachhaltigkeitsinformationen ist anhaltend hoch. Gerade bei Geschäftsbeziehungen mit Banken oder Großkunden sowie bei Ausschreibungen sind KMU immer wieder gefordert, verlässliche, nachvollziehbare und strukturierte Daten vorzulegen. Genau hier setzt der KSV1870 gemeinsam mit seinem Partner SDI an. Mit den neuen ESG-Lösungen unterstützt der KSV1870 Unternehmen dabei, ihre ESG-Daten einfach zu erfassen, übersichtlich zu strukturieren und zentral verfügbar zu machen. Herzstück ist ein praxisnahes ESG-Profil auf Basis des VSME-EU-Standards für KMU. Ein verständlicher Fragebogen, das „Falls zutreffend“-Prinzip und ein integrierter CO<sub>2</sub>-Kalkulator erleichtern die Datenerhebung deutlich. Ergänzend unterstützt der KSV1870 ESG-Monitor Banken und Großkunden dabei, relevante ESG-Daten ihrer Lieferanten, Partner und Kunden durch eine einheitliche Struktur zu erheben und auf die Einhaltung von ESG-Anforderungen zu prüfen. „Viele Unternehmen beschäftigen sich nach wie vor intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit. Aber gerade bei KMU liegt die größte Herausforderung oft darin, Informationen strukturiert und effizient bereitzustellen. Genau dafür wollten wir eine praxisnahe Lösung schaffen“, erklärt Michael Lunzer, stellvertretender Leiter des KSV1870 Innovation Lab.

## Praxiswissen für die Studierenden der WU Wien

Bereits zum dritten Mal hatte der KSV1870 die Gelegenheit, am Institut für Wirtschaftspädagogik der Wirtschaftsuniversität Wien eine Lehrveranstaltung zu gestalten. Unter dem Titel „Praxisorientiertes Risikomanagement“ gaben KSV1870 Expertinnen und Experten zukünftigen Pädagoginnen und Pädagogen ihr praxisnahes Wissen weiter, damit sie Finanzbildung verständlich und lebensnah vermitteln können. Über mehrere Wochen hinweg erhielten die Studierenden Einblicke in Themen wie Bonität, Forderungsmanagement sowie Unternehmens- und Privatinsolvenz. Anhand von realen Beispielen konnten wir aufzeigen, wie sich mangelnde Finanzbildung im Alltag auswirken kann. Im Austausch mit den Studierenden kamen dabei auch spannende Diskussionen über aktuelle wirtschaftliche Entwicklungen und deren Auswirkungen auf Privatpersonen und Unternehmen auf. Im Zuge der Lehrveranstaltung entwickelten die Studierenden eigene Unterrichtskonzepte zu den behandelten Themen, absolvierten ein Quiz und verfassten eine Seminararbeit. Die Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsuniversität Wien unterstreicht das gemeinsame Ziel, Finanzbildung nachhaltig zu fördern und Schülerinnen und Schüler frühzeitig für Finanzthemen zu sensibilisieren.



Auch Julia Sokic und Walter Koch (KSV1870 Forderungsmanagement GmbH) teilten ihr Wissen von der Mahnung bis zur Verjährung.

Foto: KSV1870 / Ava van der Kleyn

# Rechtsfragen aus der Beratungspraxis

Die fortschreitende Digitalisierung bringt enorme Effizienzgewinne, eröffnet Cyberkriminellen jedoch gleichzeitig neue Angriffsflächen. Die Kanzlei Stoff Meier Simma hat sich mit den aktuell häufigsten Fragen zum Thema befasst.

**D**ie Täter agieren heute hochprofessionell, arbeitsteilig und international. Doch mit welchen konkreten Cyberbedrohungen sehen sich Unternehmen derzeit konfrontiert, und wie sieht die rechtliche Realität im akuten Schadensfall aus?

## 1. Welche Cybercrime-Fälle prägen aktuell den Kanzleialltag am stärksten?

In der Beratungspraxis dominieren vor allem drei Deliktformen, die Unternehmen finanziell massiv schädigen können:



### KOSTENFREIE RECHTSBERATUNG FÜR KSV1870 MITGLIEDER

Oft stellen sich im täglichen Geschäftsleben rechtliche Fragen. Mit dem Rechtsanwaltservice finden KSV1870 Mitglieder auf solche Problemstellungen klare Antworten. Als Mitglied können Sie monatlich eine kostenfreie Rechtsberatung bei unseren Verbandsanwälten in Anspruch nehmen.

Termine und Anmeldeinformationen finden Sie unter [www.ksv.at](http://www.ksv.at)

Erstens der sogenannte CEO-Fraud (Täter geben sich als Geschäftsführer aus): Täter spionieren interne Kommunikationswege aus und fälschen Identitäten der Geschäftsführung. Durch enormen psychologischen Druck verleiten sie Mitarbeiter zu eiligen Überweisungen auf inländische oder oft auch ausländische Konten. Dies erfüllt regelmäßig den Tatbestand des schweren, gewerbsmäßigen Betrugs (§§ 146, 147 Abs 3, 148 StGB).

Zweitens sehen wir vermehrt Unternehmenserpressungen durch Ransomware, bei denen das gesamte Firmennetzwerk durch Schadsoftware verschlüsselt und Lösegeld gefordert wird.

Drittens bleibt Phishing allgegenwärtig: Über manipulierte Nachrichten werden sensible Zugangsdaten für das Firmenkonto ausgespäht, um unberechtigte Zahlungen vorzunehmen. Eine strafrechtliche Haftung des getäuschten Mitarbeiters ist bei all diesen Fällen in der Regel auszuschließen, da er ohne Vorsatz handelte und selbst Opfer einer Täuschung wurde.

## 2. Wie handle ich bei einem Angriff am besten, um den wirtschaftlichen Schaden minimal zu halten?

Im Ernstfall entscheidet das konsequente Handeln der ersten Stunden über den Erfolg der Schadensbegrenzung. Fließt Geld unberechtigt ab, ist unverzüglich die Hausbank zu kontaktieren, um einen möglichen Zahlungsrückruf zu initiieren. Je schneller dies geschieht, desto höher ist die Chance, den Geldfluss zu stoppen. Parallel müssen die IT-Systeme gesichert und Beweise gerichtsverwertbar dokumentiert (E-Mails, Server-Logs, gefälschte Überweisungsbelege) werden. Mit diesen Unterlagen ist umgehend eine Sachverhaltsanzeige

bei der Polizei oder der Staatsanwaltschaft zu erstatten. Über strafprozessuale Sicherstellungen (§ 109 ff StPO) können veruntreute Gelder im Ermittlungsverfahren oft selbst von ausländischen Konten erfolgreich eingefroren und zurückgeholt werden. Zudem ist es wichtig, sich dem Strafverfahren als Privatbeteiligter anzuschließen, um Schadenersatzansprüche direkt geltend zu machen.

## 3. Treffen mich gesetzliche Handlungspflichten?

Das hängt rechtlich stark von der Art des Cyberangriffs ab. Bei einem reinen CEO-Fraud, bei dem das Unternehmen durch eine Täuschung „nur“ um einen Geldbetrag geschädigt wird, besteht für das Unternehmen als Opfer keine automatische behördliche Meldepflicht abseits der polizeilichen Anzeige. Völlig anders stellt sich die rechtliche Lage dar, wenn, wie bei Ransomware oder gezieltem Phishing, das IT-System kompromittiert wird und personenbezogene Daten (beispielsweise von Kunden, Mandanten oder Mitarbeitern) abfließen, kopiert oder unzugänglich gemacht werden. In diesem Moment greift die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) streng durch: Es besteht eine zwingende Meldepflicht an die österreichische Datenschutzbehörde (DSB) unverzüglich und möglichst binnen 72 Stunden ab Bekanntwerden der Verletzung des Datenschutzes. Ein schuldhaftes Versäumnis dieser Meldefrist kann drastische Geldbußen nach sich ziehen. Die Einbindung anwaltlicher Hilfe zur fristgerechten DSB-Meldung ist hier essenziell.

## 4. Mein Unternehmen wurde Opfer einer Ransomware-Erpressung: Soll die geforderte Summe bezahlt werden?

Aus juristischer und kriminalpräventiver Sicht wird von einer Lösegeldzahlung dezidiert abgeraten. Zunächst gibt es bei Kriminellen keinerlei Garantie, dass die Systeme nach einer Zahlung in Kryptowährungen tatsächlich wieder freigegeben und entschlüsselt werden.

Viel gravierender ist jedoch das strategische Risiko: Unternehmen finanzieren durch die Zahlung weitere Straftaten und

markieren sich in entsprechenden Darknet-Foren selbst als zahlungswilliges, lukratives Ziel. Das Risiko von Folgeerpressungen steigt dadurch massiv an. Der unternehmerische Fokus sollte im Ernstfall nicht auf der Verhandlung mit Erpressern, sondern auf einer sauberen IT-forensischen Wiederherstellung aus sauberen Backups sowie der rechtlichen Begleitung (insbesondere hinsichtlich der erwähnten DSGVO-Pflichten) liegen.

### Auf einen Blick.

Die effektivste Verteidigung gegen Cyberkriminalität ist entschlossenes Vorgehen im Ernstfall. Schnelles und rechtlich koordiniertes Handeln, vom Bankkontakt bis zur Einschaltung der Ermittlungsbehörden, ist unerlässlich, um Vermögenswerte zu retten und Haftungsfallen zu vermeiden. Da Cyberkriminelle technische Schutzmaßnahmen oft geschickt umgehen, sind wachsame Mitarbeiter unabdingbar. Deren gezielte Sensibilisierung durch regelmäßige Schulungen bildet den wichtigsten unternehmerischen Schutzschild im digitalen Alltag. ■



### DIE KANZLEI STOFF MEIER SIMMA RECHTSANWÄLTE

steht Ihnen mit mehr als 30-jähriger Berufserfahrung lösungsorientiert und tatkräftig zur Seite. Unsere Kanzlei ist auf allen Gebieten des Arbeits- und Sozialrechts, des Zivilrechts, des Straf- und Verwaltungsrechts, des Erb- und Familienrechts und des Wirtschaftsrechts tätig. Wir sind befugt, unsere Klienten vor allen österreichischen Gerichten und Behörden zu vertreten.

# Steuertipps

## VwGH zum Erwerbbergriff iZm der 16,67%igen NoVA-Vergütung nach § 6 Abs 9 NoVAG

In seinem Erkenntnis vom 18. Dezember 2025, Ro 2024/15/0031, äußert sich der Verwaltungsgerichtshof erstmals zur Auslegung des Erwerbbergriffs im Zusammenhang mit der NoVA-Vergütung nach § 6 Abs 9 NoVAG (vormals § 6 Abs 7 NoVAG). Dabei stellt er klar, dass NoVA-vergütungsberechtigt derjenige ist, bei dem sich beim unmittelbar folgenden Rechtsgeschäft die Umsatzsteuer auf die NoVA kumuliert. Der VwGH bestätigt damit die bereits vom Bundesfinanzgericht (19. September 2024, RV/6100341/2023) geäußerte Rechtsansicht, die Entscheidung steht im Widerspruch zur derzeit von der Finanzverwaltung in den KfzBStR 2021 geäußerten Ansicht (Rz 940 ff). Somit sind etwa Fahrzeughändler zur NoVA-Vergütung berechtigt, wenn sie (zuvor indirekt steuerbefreite) Fahrzeuge (Fahrzeuge der Kurzfristvermietung, Taxis, Rettungsfahrzeuge, Fahrschulautos ...) direkt vom begünstigten Verwender einkaufen und unmittelbar umsatzsteuerpflichtig weiterverkaufen.

### Ausgangslage

Der Regelung des § 6 Abs 9 NoVAG (vormals § 6 Abs 7 NoVAG) liegt folgende Konstellation zugrunde: A liefert ein Fahrzeug NoVA-pflichtig an B (Zwischenhändler, zB Fahrzeughändler), der wiederum unmittelbar folgend ein umsatzsteuerpflichtiges Rechtsgeschäft über dieses Fahrzeug mit C (Endkunden) abschließt. Wird dabei für ein Fahrzeug nach der NoVA-pflichtigen Lieferung von A an B beim unmittelbar folgenden umsatzsteuerpflichtigen Rechtsgeschäft über das Kraftfahrzeug (Lieferung B an C) die NoVA in das Entgelt einkalkuliert und damit in die Umsatzsteuerbemessungsgrundlage einbezogen, ist dem Erwerber des Fahrzeuges gemäß § 6 Abs 9 NoVAG ein Betrag von 16,67 % der NoVA zu vergüten. Gleiches gilt, wenn die NoVA-Pflicht durch die Zulassung durch B eingetreten ist und unmittelbar folgend eine umsatzsteuerpflichtige Lieferung an C erfolgt.

Diese NoVA-Vergütung nach § 6 Abs 9 NoVAG ist eine Folge des EuGH-Urteils in der Rechtsache C-433/09 (22. Dezember 2010, Kommission/Österreich), wonach die NoVA nicht in die Bemessungsgrundlage der Umsatzsteuer einzu beziehen ist. Zwar werden bei der Lieferung von Neufahrzeugen NoVA und Umsatzsteuer grundsätzlich nebeneinander auf Basis des Nettorentgeltes bemessen, es gibt jedoch Konstellationen,

in denen der Endkunde das Fahrzeug von einem Unternehmer erwirbt, der die NoVA aufgrund der bereits eingetretenen NoVA-Pflicht entrichtet hat und diese dem Endkunden weiterverrechnet. Hier setzt die Regelung des § 6 Abs 9 NoVAG an. Durch die Gewährung eines Vergütungsanspruches in Höhe von 16,67 % soll die NoVA-Belastung derart reduziert werden, dass es – auch bei rechnerischer Einbeziehung der NoVA in die Bemessungsgrundlage für die Umsatzsteuer – wirtschaftlich zu keiner Mehrbelastung des Abnehmers kommt.

Bis dato höchstgerichtlich nicht geklärt war die Frage, wer als anspruchsberechtigter „Erwerber“ im Sinne des § 6 Abs 9 NoVAG (vormals § 6 Abs 7 NoVAG) anzusehen ist und ob die Vergütung dem ein- und verkaufenden Unternehmer (zB Fahrzeughändler) oder dem Endkunden zusteht.

### Sachverhalt und zugrundeliegende BFG-Entscheidung

Ein österreichischer gewerblicher Fahrzeughändler von Neu- und Gebrauchtwagen beantragte im Jahr 2019 im Rahmen der NoVA-Anmeldung Vergütungen gemäß § 6 Abs 7 NoVAG (idF BGBl I 13/2024) (nunmehr § 6 Abs 9 NoVAG) für kurzzeitig auf ihn zugelassene, jedoch nicht genutzte Neufahrzeuge (Tageszulassungen) sowie für ein von einem Mietwagenunternehmen erworbenes Gebrauchtfahrzeug, welche umsatzsteuerpflichtig an Endkunden weiterverkauft wurden.

In beiden Konstellationen hat der Fahrzeughändler die NoVA getragen: Bei den Tageszulassungen durch die erstmalige Zulassung (§ 1 Z 3 lit a NoVAG – Rechtslage bis 30. Juni 2021), beim Mietfahrzeug durch den NoVA-Tatbestand der Lieferung (§ 1 Z 4 NoVAG), nachdem das Mietwagenunternehmen zuvor die indirekte Steuerbefreiung nach § 3 Z 3 dritter Teilstich NoVAG (idF BGBl I 103/2019) in Anspruch genommen hatte.

Das Finanzamt verneinte (im Oktober 2023, zuvor sah für Zeiträume vor dem 1. Juli 2021 die Verwaltungspraxis noch Erleichterungen zugunsten der Händler vor) den Vergütungsanspruch für das vom Mietwagenunternehmen erworbene Fahrzeug mit der Begründung, dass „Erwerber“ iSd § 6 Abs 7 NoVAG (nunmehr § 6 Abs 9 NoVAG) nur die Person sei, die das Fahrzeug im unmittelbar auf die ursprüngliche Lieferung oder Erstzulassung folgenden umsatzsteuerpflichtigen Rechtsgeschäft erwirbt (Endkunde); dies gelte grundsätzlich auch für

## Neuigkeiten und Änderungen im Steuerrecht

Tageszulassungen. Der Fahrzeughändler erhob Beschwerde, das BFG änderte im weiteren Verfahren die Festsetzung und berücksichtigte die Vergütungen sowohl für die Tageszulassungen als auch für die von Mietwagenunternehmen erworbenen Fahrzeuge, sofern diese im Jänner 2019 unmittelbar umsatzsteuerpflichtig weiterveräußert wurden.

Bereits das BFG stellt in der Begründung auf Wortlaut, historischen Sinn und Zweck des § 6 Abs 7 NoVAG ab: Ziel sei es, eine Belastung der NoVA mit Umsatzsteuer auf Endkundenseite zu vermeiden, wenn der NoVA-Tatbestand bereits auf Unternehmensebene verwirklicht wurde. Dies werde sachgerecht nur erreicht, wenn die Vergütung (16,67 % der NoVA) beim Unternehmer ansetzt; eine Vergütung an den Endkunden beseitige die Mehrbelastung nicht vollständig und sei auch systemwidrig, da der Endkunde die NoVA-Höhe nicht kennen könne. Den Begriff „Erwerber“ legte das BFG daher unter Bezug auf § 4 Z 1a NoVAG so aus, dass jener Unternehmer gemeint ist, bei dessen Erwerb NoVA und Umsatzsteuer von derselben Bemessungsgrundlage berechnet werden. Systematisch spreche ferner die Verortung der Bestimmung im Tarif (§ 6 NoVAG) und ihre daraus folgend systematische Gewährung von Amts wegen gegen eine Endkundenvergütung. Zeitlich entstehe der Vergütungsanspruch erst im Monat, in dem das unmittelbar folgende umsatzsteuerpflichtige Rechtsgeschäft als erbracht gilt.

Das BFG ließ die Revision zu, da höchstgerichtliche Rechtsprechung sowohl zur Auslegung des „Erwerbers“ iSd § 6 Abs 7 NoVAG (nunmehr § 6 Abs 9 NoVAG) als auch zum Zeitpunkt des Vergütungsabzugs fehlte. Die eingebrachte ordentliche Amtsrevision richtete sich ausschließlich gegen die Auffassung des BFG, wonach der Fahrzeughändler als Erwerber gilt.

Zur Verfügung gestellt von der  
KPMG Austria GmbH.

# Gläubigerschutz

## Aktuelles aus Rechtsprechung und richterlicher Praxis

### Zur Prüfung der Kreditwürdigkeit eines Verbrauchers

Nach § 7 VKrG (Verbraucherkreditgesetz) hat der Kreditgeber vor Abschluss des Kreditvertrags die Kreditwürdigkeit eines Verbrauchers anhand ausreichender Informationen zu prüfen. Wenn diese Prüfung erhebliche Zweifel an der Fähigkeit des Verbrauchers ergibt, seine Pflichten aus dem Kreditvertrag vollständig zu erfüllen, hat ihn der Kreditgeber auf diese Bedenken gegen seine Kreditwürdigkeit hinzuweisen. Diese vorvertragliche Verpflichtung des Kreditgebers wurde in Umsetzung der RL 2008/48/EG über Verbraucherkreditverträge geschaffen und soll den Verbraucher vor der Gefahr der Überschuldung und der Zahlungsunfähigkeit schützen (EuGH C-565/12, LCL Le Crédit Lyonnais SA, Rn 42; C-679/18, OPR Finance s.r.o., Rn 21).

„Kreditwürdigkeit“ ist dahin zu verstehen, dass der Verbraucher bei einer Ex-ante-Betrachtung voraussichtlich in der Lage sein wird, seine Zahlungspflichten aus dem Kreditvertrag vollständig zu erfüllen, ohne dadurch an den Rand seiner wirtschaftlichen Existenz gedrängt zu werden (ErläutRV 650 BlgNR 24. GP 17).

Zu weitreichend und mit dem Wortlaut des § 7 VKrG nicht vereinbar ist es, eine Warnpflicht des Kreditgebers bereits dann zu bejahen, wenn dem Verbraucher der Verlust seines „sozial adäquaten Mindeststandards“ droht, der signifikant über dem Existenzminimum liegt und durch die Kreditaufnahme nicht beeinträchtigt werden darf, weshalb die Bonitätsprüfung auch negativ ausfallen kann, wenn keine Zahlungsunfähigkeit droht.

Der Kreditgeber ist auch nicht immer dann zur Warnung verpflichtet, wenn dem Verbraucher durch den Abschluss des Kreditvertrags das Herabsinken unter das exekutionsfreie Vermögen droht. Dass ein Kreditnehmer mit einem Einkommen im Bereich des unpfändbaren Existenzminimums auskommen muss, rechtfertigt noch nicht die Annahme, dass er von vornherein nicht in der Lage wäre, einen ihm gewährten Kredit zurückzuzahlen. Besonders wenn der Kredit der Lebenshaltung, also etwa dem Ankauf einer Eigentumswohnung, dient, scheint es unproblematisch, wenn das frei verfügbare Einkommen unter das Existenzminimum sinkt, das ja gerade auch solche Ausgaben abdecken soll (zur Anschaffung eines Fahrzeugs 6 Ob 80/21i). Der bloße Umstand, dass das Einkommen des Kreditnehmers im Bereich des Existenzminimums gelegen ist, begründet deshalb für sich genommen noch keine Warnpflicht des Kreditgebers.

Für die Beurteilung der Kreditwürdigkeit und die daran anknüpfende Warnpflicht ist auch nicht auf den Zweck des Kredits abzustellen, sodass etwa bei der Finanzierung einer Urlaubsreise ein strengerer Maßstab anzulegen wäre als bei der Kreditaufnahme zum Ankauf einer Eigentumswohnung. Dass sich die Warnpflicht auch auf die Notwendigkeit oder Sinnhaftigkeit einer Kreditaufnahme erstrecken würde, ergibt sich aber weder aus den Vorgaben der RL 2008/48/EG noch aus § 7 VKrG, wonach nur die Zahlungsfähigkeit des Verbrauchers zu überprüfen ist. Auch ist dem Kreditgeber der Zweck der Kreditaufnahme oftmals gar nicht bekannt, und es trifft ihn auch keine Pflicht, den Verbraucher darüber zu befragen. Die Warnpflicht des Kreditgebers zielt nicht darauf ab, den Verbraucher zu bevormunden (8 Ob 76/16h; 6

Ob 80/21i). Letztlich muss die Frage, wie ein Verbraucher sein frei verfügbares Einkommen verwendet, seiner eigenverantwortlichen Entscheidung im Rahmen seiner individuellen Lebensgestaltung überlassen bleiben, ohne dass er hier einer Warnung und sonstigen Kreditgebers bedarf. Dies gilt auch, wenn die Kreditsumme (wie im Anlassfall) im Casino und für Lokalbesuche aus gegeben wird.

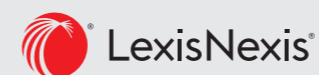
Um die Fähigkeit des Verbrauchers, seine Pflichten aus dem Kreditvertrag vollständig zu erfüllen, beurteilen zu können, sind die laufenden Einkünfte und sonstigen liquiden Mittel des Verbrauchers heranzuziehen und mit den Kosten des Kredits und der laufenden Rückzahlungsverpflichtung in Relation zu setzen (6 Ob 80/21i). Bei solidarisch haftenden Kreditnehmern kommt es bei der Prüfung bloß darauf an, ob die Kreditnehmer den Kredit gemeinsam zurückzahlen können, weil sie sich gerade nicht zur alleinigen Rückzahlung verpflichtet haben (RIS-Justiz RS0133696).

### ZIK 2025/225

VKrG: § 7  
EO: § 291a  
OGH 27. 2. 2025, 8 Ob 156/24k

## Die ZIK Zeitschrift für Insolvenzrecht & Kreditschutz

In der ZIK finden der Rechts- und Unternehmensberater sowie der Unternehmer prägnante Berichte über die aktuelle Rechtslage im Insolvenzrecht und Kreditschutz sowie über wichtige Entwicklungen in Gesetzgebung und Praxis.



Jahresabonnement 2026  
für KSV1870 Mitglieder  
um nur € 421,60 (statt € 496,-)

Bestellen Sie unter:  
Tel.: (01) 534 52-0  
Fax: (01) 534 52-141  
E-Mail: kundenservice@lexisnexis.at

Jetzt einsteigen: [zik.lexisnexis.at](http://zik.lexisnexis.at)

# Helle Köpfe

## Karl-Heinz Götze,

Leiter KSV1870 Insolvenz, referierte im Frühjahr 2026 beim Turnaround Management Association Schweiz über das österreichische Gläubigerschutzsystem, am Juridicum Wien zum Insolvenzrecht und zum Insolvenzfall „Signa“ sowie beim IMH Bankenkongress und der ReTurn Jahrestagung 2026 über die aktuellen Insolvenzzahlen.



## Alexander Greifeneder,

KSV1870 Insolvenzexperte, war am 22. April gemeinsam mit Karl-Heinz Götze, Leiter KSV1870 Insolvenz, zu Gast bei der Austria Presse Agentur, wo sie über das Thema Privatinsolvenz informierten.



## Petra Wögerbauer,

Leiterin KSV1870 Standort Linz, hielt zwei Fachvorträge in Linz: Am 21. April erläuterte sie den Vertretern der Wirtschaftskammer OÖ die Gläubigervertretung durch den KSV1870, und am 19. Mai gestaltete sie an der Johannes Kepler Universität Linz eine Praxiseinheit zu Gläubigerschutz sowie Unternehmens- und Privatinsolvenz.



## Nurija Suljic,

Regional Sales Manager KSV1870 Salzburg, vertrat den KSV1870 bei der Netzwerkfactory der Jungen Wirtschaft Salzburg am 23. April 2026. Die Veranstaltung bot zahlreichen Jungunternehmern die Möglichkeit, sich zu vernetzen, ihre Unternehmen vorzustellen und in kompakten 1-Minuten-Pitches Geschäftsideen, Angebote und Kooperationswünsche zu präsentieren.



## René Jonke,

Leiter KSV1870 Standort Graz, vermittelte im Rahmen von mehreren Schulvorträgen an steirischen berufsbildenden und Berufsschulen praxisnahes Wissen zu den Themen Krisenmanagement, Unternehmens- und Privatinsolvenz sowie Bonitätsprüfung und Forderungsmanagement. Zudem betreute er den KSV1870 Stand auf der Gründermesse Graz.



## Michael Pavlik,

Leiter KSV1870 Vertrieb und Geschäftsführer FINcredible GmbH, sprach beim IMH Bankenkongress (24.–25. März) in Wien zum Thema „Kreditgeschäft im Wandel“. Im Fokus standen die neuen Anforderungen der Verbraucherkreditrichtlinie, die fortschreitende Digitalisierung im Kreditwesen sowie die Weiterentwicklung und Optimierung von KYC-Prozessen.



## QUER GELESEN

### Struktur für kreative Köpfe

Zeitmanagement muss nicht nach festen Regeln funktionieren. Die Autorin ermutigt dazu, die eigenen Stärken zu nutzen und individuelle Wege zu mehr Struktur, Produktivität und Gelassenheit zu finden. Mit vielen alltagstauglichen Anregungen bietet das Buch frische Impulse.



Cordula Nussbaum  
**Zeitmanagement für kreative Chaoten**  
Produktiv und gelassen im dynamischen Alltag  
Verlag: Campus, 4., aktualisierte Auflage, 2026  
Paperback, 304 Seiten  
ISBN: 978-3-593-52173-2  
Preis: 25,00 Euro

### Richtig reagieren

Claude Heini zeigt praxisnah, wie die Herz-Kohärenz-Methode hilft, in Stresssituationen Ruhe, Fokus und Klarheit zu bewahren. Wissenschaftlich fundiert und leicht anwendbar, vermittelt das Buch wirksame Techniken für Prüfungen, Vorträge oder schwierige Gespräche.



Claude Heini  
**Auf Knopfdruck runterkommen**  
Wie du mit der Herz-Kohärenz-Methode unter Stress ...  
Verlag: BusinessVillage, 1. Auflage, 2025  
Gebunden, 180 Seiten  
ISBN: 978-3-86980-804-8  
Preis: 22,95 Euro

### Wachstumstreiber Social Media

Klare Analysen und viele Praxisimpulse zeigen, warum Social Media heute zum strategischen Fundament erfolgreicher Unternehmen gehört. Im Buch werden verbreitete Irrtümer entlarvt, digitale Kommunikation neu gedacht und wertvolle Anregungen geliefert.



Hans Neubert  
**Der Social Media Faktor**  
Wie er Erfolg steuert und Unternehmen voranbringt  
Verlag: Murmann, 2026  
Gebunden, 216 Seiten  
ISBN: 978-3-86774-868-1  
Preis: 24,00 Euro

# KSV1870 BonitätsLabel: Ein Zeichen für Vertrauen.



Sichern Sie sich das Vertrauen Ihrer Kunden von Anfang an. Mit dem KSV1870 BonitätsLabel präsentieren Sie Ihre finanzielle Stärke und zeigen Geschäftspartnern und Mitarbeitenden, dass auf Ihr Unternehmen Verlass ist – transparent, sichtbar und immer aktuell.

**Jetzt bestellen unter [ksv.at/bonitaetslabel](https://ksv.at/bonitaetslabel).**

**KSV.** Einfach.Innovativ.

**KSV1870**

# Mit dem CyberRisk Manager alle Lieferanten im Blick



**Für Unternehmen mit vielen Lieferanten** ist es eine große Herausforderung, das Cyberrisiko ihrer Geschäftspartner professionell, gesetzeskonform und effizient zu managen.

Mit dem CyberRisk Manager der KSV1870 Nimbusec GmbH ist es jetzt möglich, alle wichtigen Prozesse rund um das Thema Cyberrisiko-Management für Lieferanten gemäß NIS-2 zu bündeln.

- ✓ Nachweise der Lieferkette verwalten
- ✓ Risiken intern bewerten und Maßnahmen definieren
- ✓ Erstellung von Einzelratings für Lieferanten weltweit
- ✓ Kontaktmöglichkeit direkt zum Lieferanten

Die Basis für Ihr Lieferantenmanagement nach NIS-2 und DORA. Mehr dazu via QR-Code

