

Die Welt des Payments im Wandel



Blickrichtung Zukunft
KSV1870 steigt bei FINcredible ein

Herzlich willkommen
Das Jubiläumsmitglied ist an Bord



AUSTRIAN BUSINESS CHECK zum Wirtschaftsstandort Österreich.

So steht es um die heimische Wirtschaft.

Das kostenlose Whitepaper des KSV1870 fasst die Umfrageergebnisse zum Status quo der heimischen Wirtschaft zusammen, informiert Sie über den aktuellen Stand der Digitalisierung und liefert acht Tipps, wie der Wandel in Ihrem Unternehmen funktionieren kann.

Jetzt Whitepaper downloaden unter:
www.ksv.at/whitepaper/austrian-business-check-2019



KSV1870

Editorial

Liebe Mitglieder,

ein spannendes Jahr neigt sich langsam, aber sicher dem Ende entgegen. Ein Jahr, das uns gezeigt hat, wie wichtig es für Unternehmen ist, vorausschauend zu agieren und neue Trends nicht zu verschlafen. Denn wie unser diesjähriger Austrian Business Check gezeigt hat, gibt es für die heimische Wirtschaft im internationalen Vergleich noch ausreichend Luft nach oben, um Österreich wieder unter die Top-Standorte zu bringen. Ob attraktivere Rahmenbedingungen, gut ausgebildete Fachkräfte oder die Intensivierung unserer digitalen Hausaufgaben – für das kommende Jahr gibt es einiges zu tun.

Wenn wir von Zukunft sprechen, kommt in Zeiten der Digitalisierung auch immer wieder die Frage auf, wie eigentlich unsere Zahlungsmittel in zehn, zwanzig oder dreißig Jahren aussehen könnten. Gerade hierzulande eine spannende Frage, zumal die Österreicherinnen und Österreicher einer bargeldlosen Zukunft nur wenig abgewinnen könnten – gerade einmal jeder Zehnte sieht darin ein positives Szenario. Für uns Grund genug, uns mit diesem Thema näher zu beschäftigen. Dazu haben wir auch mit Guido Schäfer, Professor an der Wirtschaftsuniversität Wien und Experte für Kryptoökonomie, gesprochen. Das Interview lesen Sie im Blattinneren.

Das Thema Finanzierung hat aber auch uns als KSV1870 in den vergangenen Monaten intensiv beschäftigt. Es freut mich persönlich daher sehr, dass wir vor Kurzem als strategischer Investor bei der FINcredible GmbH eingestiegen sind – ein Wiener Start-up aus der FinTech-Szene, das sich auf die Bereitstellung von Echtzeit-Bonitätsabfragen spezialisiert hat. Wer hinter FINcredible steht und wie wir unsere gemeinsame Zukunft gestalten möchten, erfahren Sie ebenfalls in dieser Ausgabe.



Foto: Guenther Peroutka

Apropos Zukunft: Das Jahr 2020 ist für den KSV1870 ein ganz besonderes Jahr. Gibt es doch nicht weniger als unseren 150. Geburtstag zu feiern. So viel sei an dieser Stelle verraten: Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren! Und da trifft es sich ausgezeichnet, dass uns vor wenigen Wochen in Sachen Mitglieder der nächste Meilenstein gelungen ist. Mit der Firma café+co begrüßen wir das 25.000. Mitglied im Kreise unserer Community. Schön, Sie an Bord zu haben.

Mit dieser erfreulichen Nachricht zum Schluss darf ich mich bei Ihnen, liebe Mitglieder, im Namen des KSV1870 für Ihre Treue, Zusammenarbeit und Ihr Engagement bedanken. Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Jahresendspurt, eine besinnliche Weihnachtszeit und freue mich, Sie im kommenden Jahr auf einem unserer zahlreichen Events begrüßen zu dürfen.

Ihr Ricardo-José Vybiral

   **KSVBLOG**

IMPRESSUM: Medieninhaber: Kreditschutzverband von 1870, 1120 Wien, Wagenseilgasse 7; www.ksv.at; Herausgeber: Ricardo-José Vybiral; Verlagsort: Wien; Chefredaktion: Markus Hinterberger; Redaktion: Birgit Glanz, Michaela Kohlbacher, Karin Schönhofer; Autoren dieser Ausgabe: André Exner, Raimund Lang, Markus Mittermüller, Stephan Scoppetta; Layout: Die Creation Werbung+Design; Lektorat: Johannes Payer; Druckerei: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., Wienerstraße 80, 3580 Horn; Auflage: 25.500; Hinweis: Aus Gründen der Lesbarkeit wird darauf verzichtet, geschlechtsspezifische Formulierungen zu verwenden. Soweit personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Männer und Frauen in gleicher Weise.



Das Österreichische Umweltzeichen
für Druckerzeugnisse, UZ 24, UW 686
Ferdinand Berger & Söhne GmbH.

Inhalt

COVER

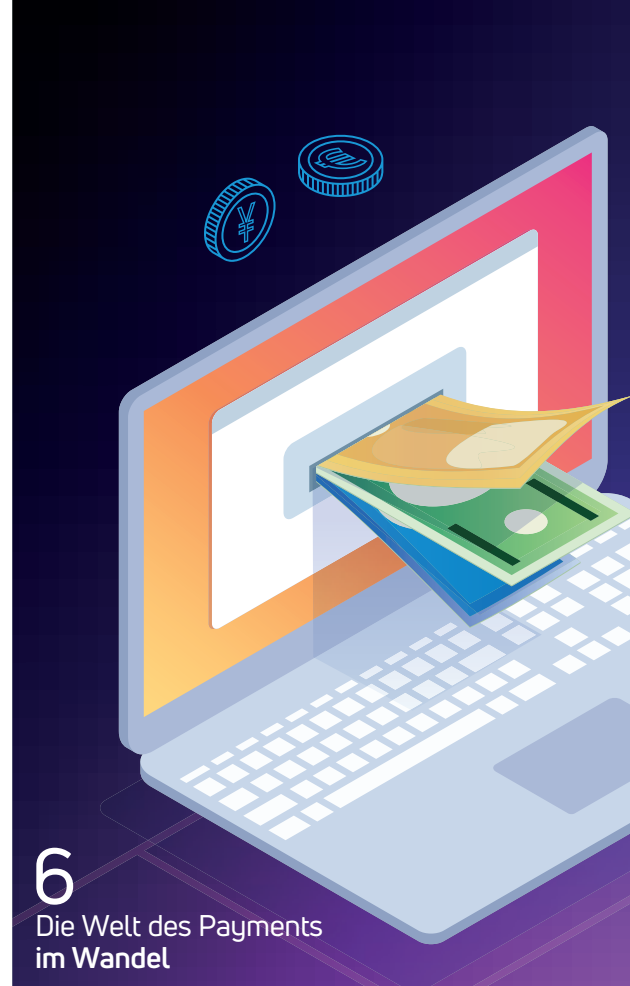
- 6 **Die Welt des Payments im Wandel.** Das Bargeld gerät immer mehr ins Abseits. Trotzdem wird es wohl nicht aussterben.

AKTUELL

- 10 **Interview.** Die großen Währungen sind für Guido Schäfer unsinkbare Schiffe. Warum, erklärt er im Gespräch.
- 12 **Mit Augen und Ohren immer am Kunden.** Eine geniale Idee reicht heutzutage nicht aus. Es braucht vor allem Durchhaltevermögen.
- 14 **Die verflixten ersten Jahre.** Laut Experten sind die Ursachen für das rasche unternehmerische Ende häufig hausgemacht. Was kann dagegen getan werden?
- 16 **Megatrends, die unsere Zukunft beeinflussen.** Im zweiten Teil befassen wir uns mit gesellschaftlichen Entwicklungen, die auf uns warten.
- 18 **Das WC als Creative Hub. Auch in Zukunft?** Schreibtischburgen waren gestern. Moderne Bürokonzepte passen sich aktuellen Anforderungen der Arbeitswelt an.
- 20 **Saubere Daten statt schwarzer Listen.** Hat Ihr Geschäftspartner eine blütenweiße Weste? Ein Blick in den KSV1870 Datenpool hilft.

TOOLS

- 22 **Podcasts für Unternehmer.** Acht Podcasts für mehr Expertenwissen, von dem nicht nur Unternehmer profitieren.



6 Die Welt des Payments im Wandel



12 Mit Augen und Ohren immer am Kunden



18 Das WC als Creative Hub. Auch in Zukunft?

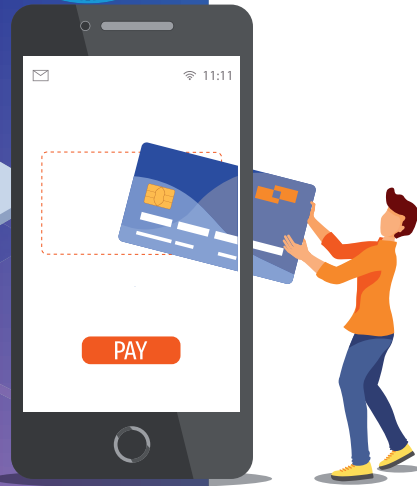


Foto: Anna Rauchenberger

26 Blickrichtung Zukunft: KSV1870 und FINcredible machen gemeinsame Sache

NEWS

24 KSV1870 Inside. News vom führenden Gläubigerschutzverband Österreichs.

26 Blickrichtung Zukunft: KSV1870 und FINcredible machen gemeinsame Sache. Die Geschäftsführer beider Unternehmen im Interview.

28 KSV1870 begrüßt sein 25.000stes Mitglied. Seit kurzer Zeit vertraut auch café+co Österreich auf die Vorzüge der KSV1870 Mitgliedschaft.

30 Helle Köpfe. KSV1870 Experten schaffen Wissen und sichern Werte.

30 Quergelesen. Neue Fachbücher, die Praxiswissen vermitteln.

31 GLÄUBIGERSCHUTZ
Aktuelles aus Rechtsprechung und richterlicher Praxis.

32 STEUERTIPPS
Wichtige Neuigkeiten und Änderungen im Steuerrecht speziell für Unternehmer.

34 WIRTSCHAFTSBAROMETER
Tops & Flops in der österreichischen Wirtschaft.



Foto: Anna Rauchenberger

28 Herzlich willkommen:
KSV1870 begrüßt sein 25.000stes Mitglied



Foto: Shutterstock (5)

Die Welt des Payments im Wandel

Das Bargeld gerät durch den Siegeszug des E-Commerce selbst in klassischen Cash-Ländern wie Österreich immer mehr ins Abseits. Doch aussterben wird es nicht: Zukunftsvisionen, dass wir bald alle nur mehr digital zahlen werden, darf man nicht für bare Münze nehmen. **TEXT:** André Exner





Geld macht glücklich. Wenn man rechtzeitig drauf schaut, dass man's hat, wenn man's braucht“, wusste schon Joki Kirschner. Auch wenn der Spruch bereits Jahrzehnte alt ist, steckt er in den Köpfen der Menschen offenbar nach wie vor fest. Denn ob unter der Matratze, im Gürkenglas oder im eigens dafür angemieteten Safe in der Filiale der Hausbank: In Österreich horten Menschen gerne Bargeld in größeren Mengen, wie eine Studie der Wirtschaftsuniversität Wien belegt. Nicht, um damit Handwerker schwarz zu bezahlen oder Ausgaben ohne Wissen der Finanz zu tätigen, sondern einfach, um sich sicherer zu fühlen. In jeder Familie gibt es Erinnerungen an Kriege, Krisen und Revolutionen, und neben dem „echten“ Familiensilber war immer der Notgroschen das wichtigste Mittel, auf das man im Ernstfall zurückgreifen konnte, weil man es „hatte, wenn man es brauchte“.

Betrachtet man die Zahlen zum Bezahlwesen, gibt es in Österreich heute rund 50 % Bargeldenthusiasten, 20 % Kartenfans, und der Rest ist neutral und verwendet beide Systeme ähnlich viel. Doch der Wandel in Richtung einer beinahe bargeldlosen Gesellschaft wirft bereits erste Schatten voraus: „In den letzten Jahren sind immer mehr bargeldlose Zahlungsmittel auf den Markt gekommen“, sagt Daniel Kalbeck, Managing Director der Unternehmens-Bildungsplattform Codeversity für digitale Kompetenzerweiterung. „Nicht nur die Anzahl nimmt zu, auch die Vielfalt der Player: Abseits der klassischen Kreditkartenanbieter tummeln sich hier mittlerweile auch regionale Telekomkonzerne wie die Telekom Austria, globale Hard- und Softwaregiganten wie Apple, Technologie-Start-ups wie N26 oder Blue Code International aus Österreich sowie Banken mit spezialisierten Produktangeboten.“

Bargeld ist Krisenwährung Nummer eins.

„Der Marktanteil des Bargelds bei Zahlungen geht zurück, das stimmt. Wer im Internet einkauft, kann das nicht mit Bargeld machen“, bestätigt Guido Schäfer,

Bargeld ist als „Krisenwährung“ noch immer die erste Wahl.

Professor für Analytische Volkswirtschaftslehre an der Wirtschaftsuniversität Wien und Experte für Kryptoökonomie. Aber: „Bargeld ist als ‚Krisenwährung‘ noch immer die erste Wahl.“ Vor diesem Hintergrund ist auch der Vorstoß der Politik,

mit der Abschaffung des 500-Euro-Scheins den Geldkreislauf etwas einzudämmen, in einem anderen Licht zu sehen. Der Regulator möchte vor allem verhindern, dass Menschen zu Hause große Geldsummen in Scheinen horten. Zudem ist es auch für den Handel viel besser, wenn mit Plastikgeld bezahlt wird. Probleme wie Verzählen oder Kosten für den gesicherten Transport gibt es ja nur dann, wenn die Mehrheit an der Kassa auf Scheine und Münzen setzt.

Dafür werfen digitale Bezahlösungen andere Probleme auf, warnt Gerhard Wagner, Geschäftsführer der KSV1870 Information GmbH: Wer elektronisch bezahlt oder auch nur Kundenkarten verwendet, gibt seine Daten her – und in der digitalen Welt sind Daten das neue Gold. Dem Datenschutz kommt daher eine besondere Bedeutung zu. Wenn etwa ein in Österreich tätiger internationaler Großkonzern seine hierzulande gesammelten Daten US-Behörden offenlegen muss, helfen selbst die strengsten Datenschutzrichtlinien der EU wenig. Dazu kommt, dass in der virtuellen Welt der Kundenservice nicht gerade großgeschrieben wird. „Alle neuen Payment-Systeme machen daher erst dann wirklich Sinn, wenn dahinter auch ein vernünftiges Kommunikationssystem steht“, so Wagner. In der Kommunikation mit dem Kunden braucht es Menschen aus Fleisch und Blut, die in Österreich sitzen. Denn: „Der Hausverstand ist nicht durch Checklisten zu ersetzen“, betont Wagner.

Handy ersetzt Scheine und Münzen.

Damit ist auch die Entwicklungsrichtung klar, wie die Experten meinen: Bargeld wird es weiterhin geben – und Schritt für Schritt gesellen sich verlässliche digitale Zahlungsmethoden und neue E-Payment-Systeme auf App-Basis dazu. „Besonders für die junge Generation technikaffiner Menschen wird es in absehbarer Zeit normal sein, nur mehr bargeldlos per

Zahlungskarte oder Smartphone zu bezahlen“, sagt Christian Pirkner, CEO des österreichischen E-Payment-Pioniers Blue Code International AG. „Manche Länder sind dabei schon viel weiter als Österreich. Schweden beispielsweise will ab 2030 ohne Bargeld auskommen, wodurch die erste bargeldlose Gesellschaft der Welt entstehen könnte. Wie gut das funktioniert, wird sich erst weisen.“

Wer digital bezahlt, kann das mit Leichtigkeit in unterschiedlicher Form tun – mit Kreditkarte, in Euro über PayPal, aber warum nicht auch mit seiner Facebook-App in einer eigenen globalen Kryptowährung. Auch wenn bis dahin noch einige rechtliche, politische und organisatorische Hürden zu überwinden sein werden. Kryptowährungen werden im Alltag daher in Zukunft wohl zunehmend relevanter und sich langfristig an der Seite von herkömmlichem Notenbankengeld etablieren: „Dies gilt für alle Finanzbereiche, insbesondere auch den Zahlungsverkehr“, sagt Pirkner.

Kryptowährungen: ein riskantes Spiel.

Denn noch gibt es keine digitale Währung, die den Durchbruch geschafft hat:

„Es herrscht noch Goldgräberstimmung“, meint Codeversity-Chef Kalbeck. Täglich entstehen und verschwinden neue Kryptowährungen mit klingenden Namen wie Ether, Litecoin, Aurora, Monacoin oder Nano – und der Kursverlauf der bekanntesten Kryptowährung Bitcoin an der Börse ähnelt einer Hochschaubahnfahrt ohne Aufsichtsperson. Der exorbitant hohe Energieverbrauch für die Erzeugung, sprich das „Mining“ von Kryptowährungen, stellt ebenfalls ein hohes Risiko dar – für die Energiesicherheit, aber auch für die Umwelt. „Bereits jetzt ist der Energiebedarf der Minen weltweit höher als der Gesamtverbrauch von Staaten wie Dänemark – Tendenz steigend“, so Kalbeck. „Das Handling im Umgang mit den Währungen ist so problematisch, dass erstaunlich geringe Anteile von Bitcoins tatsächlich genutzt werden. Unter diesem Gesichtspunkt sind auch Kryptowährungen heute zu bewerten. Damit zahlen ist noch ein Abenteuer, darin veranlagen, ebenso.“

Schafft es eine Kryptowährung, das Image des Verruchten abzuwerfen, könnte sie sich tatsächlich neben Notenbankengeld etablieren. Aber nur als Alternative: Egal,





wie viele Milliarden von herkömmlichem Geld die Entwickler in ihre jeweiligen Systeme stecken, können sie damit keine Übermacht für Kryptowährungen kaufen.

Der Euro bleibt die Nummer eins.

Denn Geld muss vor allem sicher sein – und nur wo Euro draufsteht, ist Euro

Eine Kryptowährung wie Bitcoin wird den Dollar und die anderen Währungen niemals ersetzen. Die Wirtschaft mit Liquidität zu versorgen ist nicht einfach, deswegen gibt es ja Notenbanken. Bitcoin ist dafür nicht geeignet.

drinnen, wie Schäfer betont: „Eine Kryptowährung wie Bitcoin wird den Dollar und die anderen Währungen niemals ersetzen. Die Wirtschaft mit Liquidität zu ver-

sorgen ist nicht einfach, deswegen gibt es ja Notenbanken. Bitcoin ist dafür nicht geeignet. Es wächst bis zu einem Horizont, dann stabilisiert es sich. Das wäre in einer realen Wirtschaft oder gar in einer Krise katastrophal. Ich sehe die Rolle von Bitcoin oder anderen Kryptowährungen in der Nische – etwa, indem jemand aus einem Entwicklungsland, der im Westen arbeitet, Geld nach Hause schicken kann, obwohl es in seiner Heimat gar keine richtigen Bankdienstleistungen gibt.“

Auch IT-Experte Martin Puaschitz, Wiener Obmann der Fachgruppe UBIT (Unternehmensberatung, Buchhaltung, IT) in der Wirtschaftskammer, schlägt in die gleiche Kerbe: „Keine Frage, der Euro ist eine starke und stabile Währung. Kryptowährungen müssten etablierte Währungen daher in Zukunft nicht ersetzen, sondern werden diese ergänzen. Es könnte durchaus sein, dass digitale Währungen in manchen Anwendungsbereichen besser geeignet sind, und in anderen Bereichen zahlen wir weiterhin mit Euro, Dollar oder Pfund. Die Informationstechnologie hat sich bereits in der jüngsten Vergangenheit als Innovationstreiber bei Bankgeschäften erwiesen.“

Und Blockchain, jene Technologie, auf der Kryptowährungen basieren, bietet auch in anderen Bereichen riesige Potenziale. „Mittels Pilotprojekt könnte man schon heute austesten, ob zum Beispiel eine Blockchain im Grundbuchbereich oder anderen zentralen, öffentlichen Registern nicht eine schnellere und einfachere Lösung wäre“, so Puaschitz. Die Technologie hinter riskanten Kryptowährungen für solide Immobilientransaktionen in Euro zu nutzen – das wäre die wahre Revolution im Zahlungsverkehr. ■



ÖSTERREICH BARGELD-NATION NUMMER EINS

Nur jeder zehnte Österreicher könnte einer bargeldlosen Zukunft etwas abgewinnen. Das zeigt eine internationale Studie der ING in Österreich. Für die Studie wurden 13 Länder in Europa sowie die USA und Australien untersucht. Dabei zeigt sich: Österreich ist die Cash-Nation Nummer eins. Während hierzulande nur jeder zehnte Einwohner meint, künftig auf Bargeld verzichten zu wollen, ist es im Europaschnitt jeder fünfte. Am ehesten können sich diese Entwicklung Konsumenten in der Türkei vorstellen.

Innerhalb Österreichs sind es vor allem die Steirer, die definitiv nicht auf Bargeld verzichten wollen. Denn nur 7 % könnten oder wollten auf Bargeld verzichten – gefolgt von den Salzburgern (8 %) und den Niederösterreichern (10 %). Dagegen stellen sich die Kärntner mit 15 % Zustimmung zu einer Zukunft ohne Cash am progressivsten dar. Selbst die jungen Österreicher können sich für eine bargeldlose Zukunft kaum erwärmen: In der Gruppe der 18- bis 34-Jährigen meinten nur 17 % sinngemäß: „Cashless is beautiful“. Am liebsten bar bezahlen die Österreicher ihren Kaffee, im Restaurant und das Taxi.

INTERVIEW:

„Die großen Währungen sind unsinkbare Schiffe“

Guido Schäfer, Professor für Analytische Volkswirtschaftslehre an der Wirtschaftsuniversität Wien und Experte für Kryptoökonomie, sieht das Bargeld noch lange nicht am Ende. Auch Bitcoin oder eine eigene Facebook-Währung kann kein Ersatz, sondern nur Ergänzung zu Euro, Dollar und Yen sein. Und gerade in Österreich lautet die Devise seit jeher „Nur Bares ist Wahres“.

INTERVIEW: André Exner

Viele Anbieter von neuen Zahlungslösungen läuten bereits das Ende von Bargeld ein. Sie haben jedoch unlängst eine Studie erstellt, die zeigt, dass die Beliebtheit von Bargeld in den großen Währungsräumen deutlich zugenommen hat und gerade Österreich ein klassisches Bargeldland ist. Warum ist das eigentlich so?

Guido Schäfer: Das ist eine komplexe Frage. Um sie zu beantworten, müssen wir sie etwas verallgemeinern und die Faktoren finden, die Zahlungsverkehrs-



Foto: Credit: Wirtschaftsuniversität Wien

strukturen in einem Land bestimmen. Es lassen sich vier Faktoren definieren: Erstens haben Zahlungssysteme einen deutlichen Netzwerkcharakter – nach dem Motto „Wo Tauben sind, fliegen Tauben zu“. Zahlungssysteme sind große Systeme, und große Systeme bleiben gerne lange bestehen: In den USA sind beispielsweise Schecks ein weit verbreitetes Zahlungsmittel – in Österreich gibt es diese gar nicht. In Großbritannien ist die Kreditkarte beliebt, in den Niederlanden die Debitkarte, und in China wird gerne über QR-Code und Handy bezahlt. Daraus ergibt sich der zweite Faktor: Die Gewohnheit ist sehr wichtig. Man überlegt gar nicht, wie man zahlt. Wer immer zur Bankomatkarte greift, wird auch immer zuerst so bezahlen wollen. Das bestehende System wird dadurch unterstützt.

In Österreich lautete die Devise seit jeher „Nur Bares ist Wahres“ ...

GS: Das ist Faktor drei: die Geschichte. In Ländern, wo es in der Vergangenheit Finanzkrisen gab, ist die Bargeldhaltung weit verbreitet. Österreich oder Deutschland haben massive Erschütterungen ihres Finanzsystems erlebt, und auch aus diesem Grund sind das bis heute Bargeldländer. Man muss dabei gar nicht in die



Vergangenheit blicken: In Island ist die Bargeldhaltung nach der Finanzkrise 2008 auf einmal enorm angestiegen. Faktor vier ist schließlich die Zahlungsverkehrspolitik – und in Österreich nimmt die Oesterreichische Nationalbank zu dem Thema eine sehr neutrale Haltung ein.

In Schweden ist das offenbar anders, dort hat die Notenbank das Ziel „Bargeldloses Land bis 2030“ ausgerufen. Also geht es auch ohne Cash?

GS: Die Zentralbank in Schweden ist von diesem Ziel inzwischen etwas zurückgerudert. Denn man hat gemerkt, dass man auch Bargeld braucht, etwa bei Cyberangriffen auf das Finanzsystem oder bei einem massiven Blackout.

„Cash is king“ ist also die Gegenwart. Aber ist Bezahlen nicht auch ein Generationenthema? Wird das Bargeld mittelfristig aussterben?



GS: Der Marktanteil des Bargelds bei Zahlungen geht zurück, das stimmt. Wer im Internet einkauft, kann das nicht mit Bargeld machen. Doch in den meisten Ländern steigt der Bargeldumlauf. Auch in Österreich, denn nur Bargeld ist angreifbar und hat somit eine unmittelbare Wertaufbewahrungsfunktion.

Das heißt, dieselben Menschen, die auf Amazon mit der Kreditkarte bezahlen, horten zu Hause Tausende von Euro in Cash?

GS: Das kann sein, ja. In Gurkengläsern, unter Matratzen und in Tresoren wird in Österreich noch immer sehr gerne Bargeld aufbewahrt – als Notgroschen für den Ernstfall.

Wenn irgendwann alles nur mehr online gekauft wird und Shops zu reinen Abholmärkten werden: Verschwindet dann das Bargeld?

GS: Das erwarte ich nicht: Neue Lösungen ersetzen nicht alte, sondern es gibt in der Regel eine Koexistenz. Höchstens Teilfunktionen können komplett ersetzt werden. Das ist ähnlich wie in der Medienwelt: Das Radio hat nicht die Zeitung verdrängt oder das Fernsehen das Radio und das Internet dann alles Bisherige. Vielmehr gibt es unterschiedliche Lösungen für unterschiedliche Ziele und Zielgruppen.

Sind Kriminelle, die große Geldbeträge bewegen wollen, auch eine Zielgruppe? Gerade Kryptowährungen haftet das Image des Kriminellen und der Schattenwirtschaft an.

GS: Das mag sein, aber nicht nur Kryptowährungen, sondern auch Bargeld wird für Schwarzgeldzahlungen verwendet. Die Moral einer Gesellschaft lässt sich nicht am Zahlungsinstrument festmachen. Im vorhin erwähnten Schweden, bekanntlich ein Hochsteuerland, ist der Anteil der Schattenwirtschaft am BIP beispielsweise deutlich höher als in Österreich.

Bitcoin lässt sich schwer regulieren. Mit Facebook fasst nun einer der Tech-

Giganten das Geschäft mit der eigenen Währung ins Auge. Auch andere Großkonzerne wie Apple und Google arbeiten an entsprechenden Lösungen. Kann das funktionieren?

GS: Da wäre ich besonders vorsichtig mit Vorschusslorbeeren. Denn zunächst wird die regulatorische Seite zu klären sein. Die Notenbankchefs in den USA und Großbritannien haben schon angekündigt, dass Facebook Libra nicht wie Bitcoin „unter dem Radar“ wird fliegen können. Der britische Notenbankchef Mark Carney hat klargemacht, dass Libra enorm viele regulatorische Auflagen erfüllen muss. Es gibt sicher einen Nutzen für eine solche Kryptowährung, die Vorlaufzeit wird aber Jahre benötigen.

Ob Cash oder digital, werden wir also auch in Jahrzehnten noch in Euro, Dollar, Yen und Co. bezahlen?

GS: Ich glaube schon. Solange kein massiver Vertrauensverlust entsteht, ist ein einheitlicher Wertestandard sehr wichtig. Um die großen Währungen herum sind viele andere Lösungen als Nischenprodukte vorstellbar. Aber die großen Währungen an sich sind schon unsinkbare Schiffe. Es sind auch massive Gegenreaktionen der Behörden bis zum Totalverbot möglich: Bitcoin ist dezentral und daher schwer greifbar. Wer bekommt den Bescheid, dass er Regeln verletzt hat? Aber in dem Moment, wo eine Alternative zum Währungsregime ein großes System werden will, werden die Regierungen Ansatzpunkte finden. Denn die Politik wird sich die Souveränität ihrer Währungs- und Finanzpolitik nicht aus der Hand nehmen lassen. ■



Mit Augen und Ohren immer am Kunden

Eine geniale Idee allein ist zu wenig, um ein Produkt später auch zu verkaufen. Nur wer die Kunden von Beginn an mit einbindet, kann am Markt erfolgreich sein. **TEXT:** Markus Mittermüller

Selbst Deutsche werden sich schwertun, die Gemeinde Haßloch in Rheinland-Pfalz auf der Landkarte zu finden. Doch der 20.000-Einwohner-Ort hat es schon zu einer gewissen Berühmtheit gebracht. Hier entscheidet sich nämlich, ob neue Produkte auf den Markt kommen oder nicht. Denn was die Haßlocher einkaufen, das wird in ganz Deutschland oder sogar europaweit in die Regale gestellt. Was die Bewohner von Haßloch nicht überzeugt, bekommen andere erst gar nicht zu sehen.

Blick in den Einkaufswagen.

Die Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) betreibt in Haßloch seit 1986 einen einzigartigen Testmarkt. Von den über 12.000 Haushalten lassen sich 3.400 freiwillig in den Einkaufswagen blicken. Diese Käufer sind so ausgewählt, dass sie die deutsche Bevölkerung im Kleinen abbilden. Dass der Ort ein idealer Testmarkt ist, zeigen die erhobenen Daten der GfK – diese stimmen zu 90 % mit den späteren Marktdaten überein. Und nicht nur das Produkt selbst, auch die dazugehörige Werbung lässt sich testen. Sie kommt – in Form von speziellen TV-Spots, die in Haßloch eingespielt werden – via Kabelfernsehen in die Testhaushalte, ohne dass diese es merken. 1986 waren bereits 90 % des Ortes mit Kabelfernsehen ausgestattet – ein Grund, Haßloch den Zuschlag als Testmarkt zu geben. Ein Unternehmen, das so einen Produkt-Testlauf

durchspielen will, muss allerdings schon tiefer in die Tasche greifen. Die Kosten dafür starten bei 200.000 Euro.

Teures Testland.

„Das ist schon die Luxusvariante, um ein Produkt zu testen“, sagt Christina Holweg, Associate Professor am Institut für Handel und Marketing der Wirtschaftsuniversität Wien. Sie selbst war für den Konsumgüterhersteller Procter & Gamble tätig, wo sie Produkte mitentwickelt und getestet hat. So wurde damals etwa für die Bounty-Küchenrolle Österreich als Testland ausgewählt. „Auch die Niederlande sind ein beliebtes Testland, weil es klein ist und weltoffen“, so Holweg.

Ich habe eine Idee, entwickle ein fertiges Produkt und werfe es auf den Markt. Wer so agiert, macht einen großen Fehler.

Doch sind wirklich hunderttausende Euro nötig, um ein Produkt oder eine Idee zu testen? Was können kleinere Unternehmen tun, um einen teuren Flop zu vermeiden? „Ich habe eine Idee, entwickle ein fertiges Produkt und werfe es auf den Markt. Wer so agiert, macht einen großen Fehler“, sagt Katja Hitz, Geschäftsführerin des deutschen Unternehmens five digital. Sie kümmert sich um den Aufbau digitaler Vertriebskanäle und neuer Geschäfts-

modelle für mittelständische Unternehmen. Der erste Gedanke vor einer Produktentwicklung sollte hingegen sein: Wer ist meine Zielgruppe, und welche ihrer Probleme und Bedürfnisse kann ich mit meiner Idee lösen? Um das herauszufinden, sind keine großen finanziellen Mittel notwendig. Zu Beginn reicht es, das Internet zu durchforsten: „Gibt es zum Problem bereits Suchanfragen auf Google? Oder existieren Foren und Gruppen, in denen das Thema von der Zielgruppe diskutiert wird?“, listet Hitz Möglichkeiten auf, sich den potenziellen Kunden zu nähern.

Betroffene kennen die Ideallösung.

Im zweiten Schritt empfiehlt die Expertin, bis zu zehn persönliche Gespräche mit Personen aus der Zielgruppe zu führen. „Damit kann man sich schnell Feedback holen, und man bekommt oft völlig neue Hinweise“, sagt Hitz. Zum Beispiel, wie die Zielgruppe das Problem derzeit löst und welche Vorstellungen sie davon hat, wie eine Ideallösung aussehen könnte. In der Phase dieses „Konzepttests“, wie Holweg ihn nennt, existiert immer noch kein Produkt: „Erst danach entwickle ich das Produkt und teste es ab, zum Beispiel mittels Fokusgruppe oder Befragung.“ Dies kann im kleineren Kreis mit bis zu sechs Personen geschehen. Bei Befragungen, persönlich oder online, auch breiter.

„Minimal überlebensfähiges Produkt“.

Aus der Essenz der Rückmeldungen entsteht dann ein Produkt – das allerdings noch lange nicht das Endprodukt ist. Vielmehr handelt es sich um ein Minimum Viable Product (MVP), also ein „minimal überlebensfähiges Produkt“. Ursprünglich stammt der Begriff aus dem Silicon Valley,



Foto: Shutterstock

wo junge Tech-Start-ups bereits erfolgreich mit dem Konzept arbeiten. „Dieses Minimum Viable Product hat jedoch die wichtigsten Eigenschaften des zukünftigen Produkts und zeigt vor allem den Nutzen auf, den es den Kunden bietet“, erklärt Hitz.

Ein Minimum Viable Product hat die wichtigsten Eigenschaften des zukünftigen Produkts und zeigt vor allem den Nutzen auf, den es den Kunden bietet.

Ein Beispiel dafür ist der Online-Speicherdienst Dropbox. Statt einen Prototypen zu entwickeln, drehte das Start-up anfangs lediglich ein Video, das zeigte, wie der

Dienst funktionieren sollte – und ermöglichte den Besuchern der Website, sich per E-Mail informieren zu lassen, sobald der Dienst verfügbar ist. Viele trugen ihre E-Mail-Adresse ein, die Hypothese der Nachfrage nach dem Dienst bestätigte sich. „Interessenten konnten sich auch als Beta-Tester registrieren. Innerhalb weniger Wochen hatte das Unternehmen über 30.000 Tester“, so Hitz.

Mit Chatbots vorne dabei.

Wie man konkret Interessenten wie diese findet, wissen die Verkaufsexperten Gerhard Feiler und Gernot Krickl von der Unternehmensberatung wir-sind-verkauf.com. „Über vier Millionen Österreicher sind auf Facebook. Also auch Geschäftsführer, die hier oft mit privaten Profilen vertreten sind. Somit ist Facebook ebenfalls für den B2B-Bereich interessant“,

erklärt Feiler. Mit einer Werbeeinblendung, die direkt auf eine ganz konkrete Zielgruppe abgestimmt wird, können mehrere Tausend Personen erreicht werden – und das laut Krickl mit einem Budget von nur ein paar hundert Euro. Ziel dieser Werbung ist, die Interessenten auf eine Landing Page zu leiten. Wenn die potenziellen Kunden dort ihre Kontaktdaten eintragen, können sie über weitere Details und Entwicklungen zum Produkt informiert werden. Um möglichst nahe am Kunden zu sein, sind Chatbots eine Überlegung: Hier liegt die Öffnungsrate oftmals bei 85 %, weil die Nachricht direkt am Handy aufpoppt. Beim E-Mail-Marketing liegen die Öffnungsraten hingegen bei 20 %. Erst dann empfiehlt Hitz, „den Geldhahn ganz gezielt aufzudrehen“. Also auch mehr ins Marketing und den Webauftritt zu investieren. ■

Die verflixten ersten Jahre

Rund ein Drittel aller 2018 insolventen Firmen wurde nicht älter als vier Jahre. Die Ursachen dafür sind laut Experten meistens hausgemacht, vor allem eine bessere Vorbereitung und ein Auge auf bürokratische Vorgaben würden helfen. **TEXT:** André Exner

Gerade noch im Fernsehen – und schon am Handelsgericht. Das Start-up Hadi, eine Vermittlungsplattform für Handwerker, musste im Sommer Insolvenz anmelden. Trotz des erfolgreichen Auftritts in der Start-up-Fernsehshow „2 Minuten 2 Millionen“ hat die Idee der Gründer den „Reality Check“ nicht bestanden: Die Nachfrage war zwar groß, das Produkt aber noch nicht ausgereift. Nach Kundenbeschwerden wurde das Team ausgetauscht und die App neu programmiert, doch für Marketing und Vertrieb fehlte letztlich das Geld. Eine traurige Geschichte – und doch typisch für Österreichs Gründerszene. Auf beinahe jede Erfolgsstory kommt ein gescheiterter Jungunternehmer. Während im bundesweiten Schnitt 34,5 % der Unternehmen zum Zeitpunkt ihrer Insolvenz nicht älter als vier Jahre sind, liegt dieser Wert in Wien mit knapp 40 % spürbar höher. In Vorarlberg und der Steiermark mit jeweils rund 29 % darunter.

Im TV ist alles einfacher.

„Start-up-Shows im Fernsehen suggerieren, dass jeder ohne viel Aufwand

Oft wird mit sehr ambitionierten Umsatzzielen geplant und die Kostenbasis bei Verfehlung der Umsatzbasis nicht zeitgerecht angepasst. Dadurch ergibt sich schnell der Bedarf einer neuen Finanzierungsrunde, welche im Falle des Scheiterns das Aus bedeuten kann.

ein Unternehmen gründen kann“, sieht Unternehmensberaterin Claudia Strohmaier den Grund für die unvorteilhafte Statistik auch im Rampenlicht und den damit verbundenen Vorschusslorbeeren, die jedoch – wie die Praxis zeigt – selten berechtigt sind. „Ein Unternehmen zu führen bedeutet mehr, als eine spritzige Erstpräsentation abzugeben. Es braucht Ausdauer, Engagement und eine gut durchdachte Zukunftsplanung.“ Helmut Kosa, Geschäftsführer des Marken- und Vertriebsberaters &US, schlägt in die gleiche Kerbe: „Durch den Start-up-Hype der letzten Jahre ist das Gründen wieder attraktiver geworden. Leider ist die Vorbereitung auf das Unternehmertum nicht besser, sondern teilweise schlechter geworden.“

Folgefinauzierungen als Herausforderung.

Walter Scherb jun., Geschäftsführer des Lebensmittel-Familienunternehmens Spitz und Partner von Square One Foods, ist sowohl als Gründer als auch als Kapitalgeber in der Start-up-Szene aktiv. Laut seiner Erfahrung ist zwar jede Geschäftsidee und damit auch jede Insolvenz individuell, dennoch gibt es in der Tat Fehler, die immer wieder begangen werden. „Oft wird mit sehr ambitionierten Umsatzzielen geplant und die Kostenbasis bei Verfehlung der Umsatzbasis nicht zeitgerecht angepasst. Dadurch ergibt sich schnell der Bedarf einer neuen Finanzierungsrunde, welche im Falle des Scheiterns das Aus bedeuten kann.“ Erschwerend kommt hinzu, dass Österreich weit vom Silicon Valley entfernt ist, was sich bei



jeder Finanzierung einer prinzipiell guten, jedoch nicht sofort ertragreichen Idee negativ bemerkbar macht.

Unternehmen wie Uber oder Tesla, die Milliarden in die Expansion stecken, ohne jemals einen Cent verdient zu haben, werden hierzulande nicht von Investoren „durchgefüttert“, die auf den großen Reibach hoffen. Für den Start selbst gibt es Förderungen der Öffentlichen Hand und Seed Capital, aber in

Viele Start-ups agieren einfach nach dem Prinzip ‚Schauen wir einmal, wie es weitergeht‘, statt sich zu gegebener Zeit Gedanken über die laufenden Steuern und Sozialversicherungsbeiträge zu machen. Eines Tages kommt dann der Tag der Wahrheit.

den Folgejahren ist es häufig schwierig, größere Summen für die Expansion zu erhalten. Zudem ist Österreich ein kleiner Markt: „Am Ende des Tages liegt Scheitern auch immer wieder daran, dass es nach dem angebotenen Produkt oder der Dienstleistung einfach nicht genug Nachfrage gibt“, so Scherb. Sprich: Die Geschäftsidee ist zwar innovativ und gut, lässt sich aber nicht mit dem anvisierten Deckungsbeitrag verwirklichen. Und bei der „Skalierung“, der Ausweitung des Modells auf einen Auslandsmarkt, landet man als kleiner Fisch im Haifischbecken. So gesehen beim Start-up Rublys, das das Rubbellos als Smartphone-App wiederbeleben wollte, aufgrund der schwierigen Marktlage aber trotz erfolgter Expansion nach Deutschland Insolvenz anmelden musste.

Marktlage genau prüfen.

Besonders wichtige Faktoren beim Aufbau eines neuen Unternehmens sind neben Finanzierung und Businessplanung daher die Positionierung und Differenzierung am Markt: „Schon sehr früh im Prozess, und zwar in der Vorbereitung zur Gründung, müssen essenzielle Fragen beantwortet werden“, sagt Kosa. Dazu gehören:

- Warum sollte jemand zu mir kommen und mein Produkt oder meine Dienstleistung kaufen?
- Was macht meine Lösung einzigartig und unterscheidbar von Angeboten der Mitbewerber?
- Wie mache ich potenzielle Kunden und Geschäftspartner auf meine Angebote aufmerksam?
- Wie bringe ich sie dazu, bei mir zu kaufen?

„Die Startphase ist natürlich schwierig“, meint auch Barbara Havel, Vorsitzende der Jungen Wirtschaft Wien: „Das liegt unter anderem an bürokratischen Hürden und finanziellen Belastungen, die gerade am Anfang sehr hoch sind.“ Das Motto „Augen zu und durch“ sollte aber gerade hier nicht gelten: „Schuld an Insolvenzen sind regelmäßig nicht

die anderen, sondern die Unternehmer selbst“, so Strohmaier: „Viele Start-ups agieren einfach nach dem Prinzip ‚Schauen wir einmal, wie es weitergeht‘, statt sich zu gegebener Zeit Gedanken über die laufenden Steuern und Sozialversicherungsbeiträge zu machen. Eines Tages kommt dann der Tag der Wahrheit.“

Staatliche Anreize als Hilfeleistung?

In diesem Bereich könnten staatliche Anreize helfen. Der Mut der Gesetzgeber ist allerdings nicht sehr groß, wie der 2017 eingeführte, jedoch bereits im Jahr darauf wieder gestrichene Beschäftigungsbonus zeigt. Scherb nennt das Vorbild Großbritannien: Dort genießen Anleger eine Reihe von steuerlichen Vorteilen, wenn sie in junge Unternehmen investieren, was das Finanzierungsangebot deutlich erhöht. „Da junge Unternehmen ein wesentlicher Treiber für das Einstellen von Arbeitskräften sind, hätte die gesamte österreichische Wirtschaft davon einen Vorteil“, meint er. Denn es würde nicht nur die Anzahl der Insolvenzen in der Gründerszene senken, sondern auch der Wirtschaftsstandort Österreich würde profitieren – eine Win-win-Situation für alle Beteiligten. ■



Megatrends

die unsere Zukunft maßgeblich beeinflussen werden

Nachdem im ersten Teil die Technologietrends der Zukunft im Mittelpunkt gestanden sind, dreht sich in dieser Ausgabe alles um gesellschaftliche Entwicklungen, auf die wir uns einstellen müssen. **TEXT:** Raimund Lang

KLIMAWANDEL

Niemand bestreitet heute noch ernsthaft den Klimawandel und fast niemand, dass er menschengemacht ist. Die Meinungen über die Auswirkungen gehen allerdings auseinander und oszillieren zwischen Worst-Case- und Best-Case-Szenarien. Hohe Durchschnittstemperaturen, extreme Wetterereignisse, Gletscherschmelze, radikale Veränderungen der Lebensbedingungen von Flora und Fauna. Die Frage ist längst nicht mehr, ob der Klimawandel Folgen hat, sondern wie stark diese sein werden. Darin schließt sich unmittelbar die Frage an, welche wirtschaftlichen Folgen zu erwarten sind. Im Forschungsprojekt „Cost of Inaction: Assessing the Costs of Climate Change for Austria“ haben Wissenschaftler die ökonomischen Auswirkungen des Klimawandels auf Österreich untersucht. Unter der Annahme einer globalen Erwärmung von maximal zwei Grad bis zum Jahr 2050 rechnen sie zur Mitte des Jahrhunderts mit jährlichen Kosten zwischen 3,8 und 8,8 Milliarden Euro. Die Zusammenhänge sind freilich komplex. So führt beispielsweise die Erwärmung zwar einerseits zu höheren Erträgen in der Landwirtschaft. Dem stehen jedoch Investitionskosten für Bewässerung, Ertragsausfälle durch extreme Wetterereignisse sowie neue Schädlinge durch ökologische Veränderungen gegenüber. Ähnlich könnten höhere Temperaturen zwar für Gastronomie und Tourismus Vorteile bringen, andererseits steigt die Belastung für den Kreislauf, was sich in einer höheren Sterblichkeit und Kosten für das Gesundheitswesen niederschlägt. Kurz gesagt: Es wird teuer.



URBANISIERUNG

Als älteste Stadt der Welt gilt gemeinhin Jericho im Westjordanland, für deren Existenz es fast 12.000 Jahre alte Belege gibt. Heute leben etwa 55 % der Weltbevölkerung in Städten. 2050 sollen es, laut einer Prognose der UNO, bereits 68 % sein. Das Wachstum ist allerdings regional unterschiedlich stark ausgeprägt – 90 % davon werden in Asien und Afrika stattfinden. Die Länder der Europäischen Union dagegen sind mit einem Anteil von durchschnittlich 76 % schon heute stark urbanisiert. In Nordamerika liegt der Wert sogar bei 82 %. Verstädterung beinhaltet einerseits die Chance auf Wirtschaftswachstum: Schließlich müssen für die neuen Stadtbewohner Häuser, Straßen, Schulen und Krankenhäuser gebaut werden. Andererseits birgt die Urbanisierung insbesondere in Schwellenländern Risiken. Mangelnder Ausbau an wichtiger Infrastruktur wie Strom oder Wasser könnte die Schere zwischen Arm und Reich weiter vergrößern. Auch neue Verkehrskonzepte sind unverzichtbar, um mit dem Bevölkerungszuwachs nicht zugleich den CO₂-Ausstoß zu erhöhen. Auf jeden Fall sind Städte heiß – und mit dem Klimawandel wird sich dieses Problem verschärfen. Forscher der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich haben unlängst für 520 Städte errechnet, um wie viel Grad die sommerliche Maximaltemperatur bis 2050 steigen wird. Für Wien kommen sie auf einen Wert von plus 7,6 Grad gegenüber dem Vergleichswert von 1850. Eine Lösung für dieses Problem nennt sich „Verdichtung“: Damit ist das Bauen auf Bestandsflächen gemeint. Idealtypisch verwirklicht findet man das Prinzip etwa in Tokio. Ob sich das Konzept der Kleinsthäuser, die in jede noch so minimale Lücke „gestopft“ werden, auch in Europa etabliert, bleibt fraglich.



NEUE FORMEN DES ARBEITENS

„Flexicurity“ ist ein Kunstwort aus „flexibility“ und „security“. Gemeint ist damit eine völlig neue Art, Arbeit zu betrachten. Die Anforderungen von Unternehmen nach mehr Flexibilität ihrer Mitarbeiter sollen mit dem Wunsch nach Sicherheit seitens der Arbeitnehmer in Einklang gebracht werden. Für die EU ist dieser Ausgleich ein Grundpfeiler einer Reform der Arbeitsmarktpolitik, die vier allgemeine Grundsätze von Flexicurity formuliert: flexible und verlässliche vertragliche Vereinbarungen, umfassende Fortbildungsstrategien für lebenslanges Lernen, wirksame aktive arbeitsmarktpolitische Maßnahmen sowie moderne Sozialversicherungssysteme. Auch wenn das in Skandinavien erfolgreiche Modell sich nicht überall umsetzen lässt, so ist doch mit einer starken Ausbreitung einzelner Aspekte zu rechnen. Auf ein paar griffige Formeln gebracht:

- 1. Selbstständigkeit statt klassischer Festanstellung**
- 2. Mobilität statt eines fixen Arbeitsplatzes**
- 3. Freie Zeiteinteilung statt fixer Arbeitszeiten**
- 4. Projekte statt Langzeitbeschäftigung**

Insbesondere in modernen Wissensgesellschaften sind viele Tätigkeiten nicht an einen bestimmten Ort gebunden. Die geografische Mobilität der Berufstätigen geht mit einer organisatorischen Mobilität einher und damit auch mit der Unabhängigkeit von einem konkreten Arbeitgeber. Unternehmen werden sich diesen Trends stellen und entsprechende Angebote konzipieren müssen, um die besten Köpfe – sei es auch nur auf Zeit – für sich zu gewinnen. Das wird in manchen Branchen besser funktionieren als in anderen. Für die Arbeitnehmer wiederum bedeuten die neuen Freiheiten, dass die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit verschwimmen. Eine gesunde Work-Life-Balance zu erlangen wird deutlich mehr Disziplin und Eigeninitiative erfordern als heute.



DEMOGRAFISCHE ALTERUNG

Die durchschnittliche Lebenserwartung eines Neugeborenen liegt derzeit – weltweit betrachtet – bei 72,2 Jahren. Sie stieg seit 1960, damals lag sie bei 52,5 Jahren, rasant an. Global gesehen waren im vergangenen Jahr laut Weltbank 8,9 % der Bevölkerung mindestens 65 Jahre alt. Zum Vergleich: 1960 waren es noch 4,9 %. Doch die Lebenserwartung ist nicht überall gleich stark ausgeprägt. Am geringsten ist sie mit 52 Jahren in Sierra Leone, am höchsten in Hongkong und Malta mit jeweils 85 Jahren. Österreich liegt mit 82 Jahren im oberen Bereich. Aus volkswirtschaftlicher Sicht relevanter ist der Zusammenhang mit dem Anteil der (über 15-jährigen) berufstätigen Menschen an der Gesamtbevölkerung. Dieser sank weltweit zwischen 1990 und 2018 um vier Prozentpunkte und liegt derzeit bei 61,3 %. Innerhalb der EU liegt dieser Wert derzeit bei 57,4 %. Gleichzeitig stieg zwischen 2005 und 2017 innerhalb der EU der Anteil der Bevölkerung, der jünger als 15 und älter als 65 Jahre ist, im Verhältnis zur werktätigen Bevölkerung von 48,8 % auf 55 %. Die demografische Alterung wird langfristig vielfältige Folgen auf die soziale und wirtschaftliche Entwicklung von Staaten haben. Eine nicht unplausible

Konsequenz dieser Entwicklungen könnte sein, dass Menschen künftig länger arbeiten müssen. Doch wird es auch genug Arbeit für sie geben? Traditionell haben ältere Menschen am Arbeitsmarkt schlechtere Chancen als junge. Laut einer im aktuellen „European CFO Survey 2019“ des Beratungsunternehmens Deloitte dokumentierten Befragung unter 1.500 Finanzvorständen gaben nur 15 % der Teilnehmer an, dass sie ältere Arbeitnehmer rekrutieren, um dem Fachkräftemangel zu begegnen. Die daraus resultierende Empfehlung: Unternehmen müssen umdenken und ältere Mitarbeiter als wertvolle Mitarbeiter schätzen lernen. Zu deren Assets gehört im Regelfall neben der Berufserfahrung auch eine hohe soziale Kompetenz.



Das WC als Creative Hub. Auch in Zukunft?

Schreibtischburgen waren gestern. Moderne Bürokonzepte mit Lounge-Atmosphäre und Social Areas passen sich an das flexible Arbeiten an. Und scheitern, wenn sie ohne die Mitarbeiter entwickelt werden. TEXT: Markus Mittermüller

Sitzen wir am WC, sind wir mehr als doppelt so innovativ als während unserer Zeit im Büro. Das behauptet zumindest die Forschung. Denn nur 6 % der Menschen haben ihre besten Ideen am Arbeitsplatz. Unter der Dusche oder eben am WC schnellst dieser Wert schon auf 14 % in die Höhe. „Diese Zahlen sind umso erschreckender, wenn man bedenkt, dass wir im Innovationszeitalter leben, in dem die Kreativität der Mitarbeiter entscheidend ist“, sagt Franz Kühmayer, Trendforscher am Zukunftsinstitut in Frankfurt. Dass diese Zahlen den gängigen Bürokonzepten kein gutes Zeugnis ausstellen, ist offensichtlich. Doch die Experten sind sich ohnehin einig: Die klassischen Schreibtischburgen haben ausgedient. Was stattdessen mancherorts bereits umgesetzt wird oder noch kommen soll, klingt beinahe schon paradiesisch. Die Rede ist von „überdimensionalen Kaffeehäusern“, „Büro-Erlebnislandschaften“,

„Social Areas“ und „Orten der Identitätsfindung“. Die berechtigte Frage lautet daher: Wird in den Büros der Zukunft überhaupt noch gearbeitet?

Ende der „Beamtenburgen“.

Eines ist sicher: Die Arbeitswelten wandeln sich schon jetzt sehr stark. „Viele Unternehmen spüren, dass sie nicht mehr attraktiv sind. Die ‚Beamtenburgen‘ mit Kolonnen von Schreibtischen und langen, engen Gängen mit vielen Türen haben ausgedient“, sagt Sabine Zinke, Partnerin bei M.O.O.CON, einer Unternehmensberatung für Gebäude, Prozesse und Arbeitswelten. Die veränderte Arbeitsweise sollte sich auch in einer zeitgemäßen Büroinfrastruktur widerspiegeln. „Mit Laptop und Handy können die meisten von uns überall arbeiten. Ein fixer Schreibtisch für jeden ist daher nicht mehr notwendig. Büros werden vielmehr zu Orten der Begegnung und des Austausches“, so Zinke.

Es geht nicht um das Kopieren von Best Practices, sondern darum, der eigenen Unternehmenskultur, der individuellen Zukunftsvision und der tatsächlichen Nutzenorientierung auf die Spur zu kommen.

Fokus- und Kreativräume.

Bereits vollzogen haben diesen Wandel in Österreich Unternehmen wie die Erste Bank mit ihrem Campus direkt neben dem Hauptbahnhof in Wien. Ähnlich wie bei Microsoft Österreich wurden die fixen Arbeitsplätze abgeschafft. In den offenen Räumen, die nach Abteilungen organisiert sind, gibt es Tische, die teilweise auch zu Stehpulten für kurze Besprechungen



umfunktioniert werden können. Klassische Bürosessel wechseln sich mit legeren Sitzgelegenheiten, Pflanzen und Aufenthaltszonen ab. Auch im neuen Gebäude der Post am Wiener Rochusmarkt ist kaum ein Stein auf dem anderen geblieben. Hier suchen sich die meisten Mitarbeiter jeden Tag aufs Neue ihren flexiblen Arbeitsplatz aus. Statt Schreibtischkolonien finden sich auf den insgesamt 22.000 Quadratmeter Arbeitsfläche jede Menge Fokus- und Kreativräume, offene Kojen und geschlossene Besprechungsräume, Rückzugszonen und Lounge-Bereiche.

Mitspracherecht für Mitarbeiter.

Doch nicht jeder Mitarbeiter wird in Jubel ausbrechen, wenn er sein Büro oder seinen fixen Schreibtisch verliert. „Diese Änderungen funktionieren nur, wenn sie zusammen mit den Mitarbeitern entwickelt werden. Sonst geht es nach hinten los“, weiß Michael Bartz vom International Business Institute an der IMC FH Krems. Aus diesem Grund gibt es seiner Ansicht nach auch kein Patentrezept, wie neue Bürowelten auszu-sehen haben. Was alle modernen Büroräume verbindet, sind jedoch Offenheit und Flexibilität. „Es geht nicht um das Kopieren von Best Practices, sondern darum, der eigenen Unternehmenskultur, der individuellen Zukunftsvision und der tatsächlichen Nutzenorientierung auf die Spur zu kommen.

Und das gelingt durch enge Einbeziehung der Mitarbeiter am besten“, bestätigt Kühmayer. M.O.O.CON arbeitet hier mit sogenannten Nutzergruppen. „Das sind Vertreter der Mitarbeiter, die als Multiplikatoren gemeinsam neue Bürokonzepte entwickeln“, erklärt Zinke. Bei Neubauten zieht sich dieser partizipative Prozess über drei bis vier Jahre. Bei Umbauten dauert er bis zu zwei Jahre.

Um seine grauen Zellen anzustrengen, muss man nicht in einer grauen Zelle sitzen – im Gegenteil.

Dass sich solche Prozesse sowohl für Mitarbeiter wie auch das Unternehmen selbst bezahlt machen, hat die IMC FH Krems wissenschaftlich nachgewiesen. „Die Produktivität geht bei den Mitarbeitern um 3 bis 7 % nach oben. Das ist viel. Und die Mitarbeiterzufriedenheit steigt um 5 bis 15 %“, erklärt Bartz. Der Anteil der heimischen Unternehmen, die ihren Mitarbeitern eine freie Gestaltung der Arbeitszeit erlauben, liegt laut dem FH-Professor zwischen 15 und 22 %. „Die skandinavischen Länder sind hier schon weiter. Und in den Niederlanden ist das Recht auf mobiles Arbeiten schon seit drei Jahren verankert“, so Bartz. Aus gutem Grund: Denn es ist

nachweisbar, dass Szenenwechsel während des Arbeitstages die Produktivität steigern – Home Office in der Früh, danach Meetings im Büro, Sport am Nachmittag, und anschließend geht es im Coworking Space ins Tagesfinale. „Diese Wechsel wirken wie eine körperliche und geistige Frischzellenkur“, sagt der Wissenschaftler. Und Kühmayer ergänzt: „Um seine grauen Zellen anzustrengen, muss man nicht in einer grauen Zelle sitzen – im Gegenteil.“

Aber: Büros wird es immer geben.

Während das Activity-based Working – also aktivitätsbezogene Arbeitsplätze – derzeit als State of the Art gilt, werden sich Unternehmen laut Zinke in Zukunft noch weiter öffnen: „Büros wird es immer geben. Aber in erster Linie als identitätsstiftende Begegnungsräume, quasi überdimensionale Kaffeehäuser.“ Was als sicher gilt, ist, dass Head Offices kleiner werden. Das ist eine logische Folge dessen, dass das Büro als Statussymbol ausgedient hat. Unternehmensgrenzen könnten künftig überhaupt verschwimmen. „Menschen werden sich in themenspezifischen Hubs treffen, es entstehen Communitys ähnlich der Tabakfabrik Linz“, meint die Expertin. Wohin die Entwicklung auch geht: Das WC als Kreativzelle sollte also in absehbarer Zeit von den neuen Bürowelten ernsthafte Konkurrenz bekommen. ■





Saubere Daten statt schwarzer Listen

Ob der Geschäftspartner eine blütenweiße Weste hat, zeigt ein Blick in die Daten des KSV1870. Bis aus Datenbergen brauchbare Informationen werden, braucht es aber Expertise. **TEXT:** André Exner

Wer nicht wagt, der nicht gewinnt: In der Geschäftswelt gehören Risikofaktoren zum Alltag. Um diese zu reduzieren, braucht es nachvollziehbare, aktuelle und saubere Daten – wie jene Kennzahlen, die in das KSV1870 Rating münden. Das Risiko beginnt allerdings nicht erst bei der Frage der Bonität, sondern bereits bei der ersten Kontaktaufnahme mit den Kunden, sagt Michael Pavlik, KSV1870 Vertriebsleiter: „Es geht um Fragen wie: Gibt es den Kunden überhaupt? Welche Rechtsform hat er? Wie lange gibt es ihn schon, und wo befindet sich der Firmensitz?“ Denn bereits Antworten auf diese Fragen können über Erfolg oder Misserfolg der geplanten Geschäftsbeziehung entscheiden.

Fokus auf Transparenz.

Fundierte Antworten liefert der KSV1870 – und zwar jeden Tag: Das Monitoring des laufenden Geschäfts von zehntausenden Unternehmen gewährleistet, dass die Informationen stets aktuell sind. Saubere Daten sind die Folge der genauen Erhebung und der sorgfältigen Datenpflege – denn die Vermeidung von Dubletten spart Zeit, Geld und Speicherplatz, wie Pavlik hinweist: „Die zu jedem Zeitpunkt beste Datenqualität ist gerade dann wichtig, wenn das Risiko, etwa durch eine Aus-

weitung der Geschäftsbeziehungen, erhöht wird. Und auch wenn sich die Regulative, wie etwa im Finanzsektor, ändern, kann man durch die Aktualität der Daten sofort reagieren.“

Computer können helfen, Daten zu erheben und zu verwalten. Sie richtig zu interpretieren ist aber ein Job für Experten aus Fleisch und Blut.

Transparenz ist dabei oberstes Gebot. Insbesondere auch im KSV1870, wo man sich streng an die gesetzlichen Vorgaben in Bezug auf Datenschutz hält – und das nicht erst seit der im Mai 2018 in Kraft getretenen EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Auch deshalb waren im Vorjahr in den Datenbanken des KSV1870 keine datenschutzrechtlichen Änderungen notwendig.

Gleichzeitig ist auch immer wieder von sogenannten schwarzen Listen die Rede, die Finanzkonzerne oder Unternehmen über gewisse Geschäftspartner führen sollen. Fakt ist jedoch, dass Daten nur mit Zustimmung der Betroffenen oder aus öffentlich zugänglichen Quellen

gesammelt werden dürfen. Und in der Praxis zeigt sich ein mittlerweile verändertes Bild: Immer mehr Menschen ist es in bestimmten Situationen – wie etwa der Wohnungsmiete – ein Anliegen, ihre Bonität freiwillig offenzulegen – fernab jeglicher Geheimniskrämerei. Diese Entwicklung spiegelt sich auch im Erfolg des KSV1870 InfoPass wider.

Hard Facts ohne Fake News.

Auch Künstliche Intelligenz (KI) kommt bei der Datenaufbereitung zum Einsatz – wenn auch immer unter Kontrolle: „Computer können helfen, Daten zu erheben und zu verwalten. Sie richtig zu interpretieren ist aber ein Job für Experten aus Fleisch und Blut“, so Pavlik. „Social Media fließen jedoch nicht in unsere Datensätze ein. Ich würde sogar eher kritisch hinterfragen, ob es dort wirklich brauchbare Informationen gibt“, so der KSV1870 Experte. Wenn der Geschäftsführer auf Facebook mit einem Sportwagen posiert oder von seinem Luxusurlaub Bilder auf Instagram postet, hat das auf das KSV1870 Rating also keine Auswirkung. Zu Recht: In Zeiten von Photoshop und Fake News sollten Informationen über ungesicherte Quellen bei unternehmerischen Entscheidungen möglichst außen vor bleiben – im Business zählen Hard Facts. ■

KOMMENTAR:

Der richtige Umgang mit Daten

Jede Analyse eines Unternehmens ist nur so gut wie die Daten, die ihre Basis bilden. Um sein Gegenüber zu kennen und zu verstehen, braucht es transparente, genaue und tagesaktuelle Daten. Ein Kommentar von Michael Pavlik, Vertriebsleiter des KSV1870.

Handschlagqualität ist im Geschäftsleben das A und O – doch ausschließlich auf Basis eines festen Händedrucks geschäftliche Entscheidungen mit weitreichenden Folgen zu treffen wäre verkehrt und auch fahrlässig. Vielmehr muss man seine Geschäftspartner auch in der digitalisierten Welt bestens kennen – vor allem dann, wenn der Kontakt rein elektronisch erfolgt. Das ist leichter gesagt als getan: Aus einem Berg von Kennzahlen die für die jeweilige unternehmerische Entscheidung wichtigsten herauszufinden ist im Zeitalter der „digitalen Reizüberflutung“ schwieriger denn je.

„Gspür“ für Daten.

Das fängt schon bei der Sammlung der Daten an: Diese erhält man von den Unternehmen selbst. Doch sind sie auch richtig? Sowohl Info Agents als auch Data Analysts, die beim KSV1870 mit der Recherche von

Man muss seine Geschäftspartner auch in der digitalisierten Welt bestens kennen – vor allem dann, wenn der Kontakt rein elektronisch erfolgt.

Bonitätsinformationen, der dafür notwendigen Datenerfassung und der Auswertung der Datensätze beschäftigt sind, brauchen eine Art „Gspür“ für Daten. Um nur ein Beispiel aus der Praxis zu nennen: Ein Tischler aus dem Waldviertel gibt an, zehn Millionen Euro Umsatz im vergan-

genen Jahr erwirtschaftet zu haben. Während bei einem Computerprogramm angesichts dieser Zahl automatisch die Alarmglocken läuten würden, wissen Experten, dass die Angabe sehr wohl richtig sein kann. Etwa, wenn der Tischler auch mit Holz handelt oder einen Großauftrag erhalten hat. Doch während der Holzhandel auch heuer und in Zukunft einen Umsatz in dieser Höhe generieren kann, ist der Großauftrag bald abgearbeitet. Und ohne Folgeaufträge wird der Umsatz wohl einbrechen. Zwei Szenarien mit komplett unterschiedlichen Folgen für dessen Geschäftspartner. Bereits dieses Beispiel zeigt: Mit einem auf Zahlenkolonnen fixierten „Tunnelblick“ kommt man nicht weit. Vielmehr kann jenes Know-how, das der KSV1870 bietet, Unternehmer sowohl unterstützen als auch vor irreführenden und potenziell geschäftsschädigenden Schlussfolgerungen beschützen.

Datenqualität entscheidend.

Wer ist mein Gegenüber? Die Antwort auf diese Frage muss umfassend sein, wie die Praxis zeigt – und Bereiche abdecken, die oft als selbstverständlich wahrgenommen werden. Denn Schadensfälle treten nicht nur ein, wenn Kunden insolvent werden. Auch wenn derjenige, der den Vertrag unterschrieben hat, dafür gar keine Berechtigung hat, hat man ein Problem. Selbst wenn nur die Rechnungsadresse



Foto: Anna Rauchenberger

Michael Pavlik, KSV1870 Vertriebsleiter

falsch ist und man seinem Geld hinterherlaufen muss oder Zeit und Porto verschwendet, hätte eine bessere Datenqualität geholfen. Der saubere Umgang mit den Daten bildet die Basis dafür. Dabei helfen auch die Datenlieferanten selbst: Entdecken sie Fehler, werden diese umgehend korrigiert.

Kunden gewinnen – durch Daten.

Der Umsatz, der Gewinn, die Kapitalausstattung: All diese Zahlen fließen in die KSV1870 Bonitätsbeurteilung ein, die eine wichtige Basis für nachhaltig erfolgreiche Geschäftsbeziehungen darstellt. Doch das Rating ist erst der Anfang. So kann der KSV1870 mit seinen Daten selbst bei der Kundenakquise behilflich sein. Etwa durch das Filtern potenzieller Kunden, um klassische Vertriebskanäle zu unterstützen. Denn die Daten des KSV1870 sind immer up to date – und bilden somit eine ideale Grundlage für das rasche Identifizieren von möglichen Neukunden. ■

Tools

Acht Podcasts für Unternehmer.

Bereits seit über zehn Jahren können Nutzer viele Audio- und Videosendungen on demand abrufen, und das meistens kostenlos. Aktuelle Studien zeigen auch, dass immer mehr Personen Podcasts hören. Dabei schneidet Österreich in der Podcast-Nutzung im internationalen Vergleich gut ab. Laut einer Studie des Reuters Institute for the Study of Journalism haben im Jänner und Februar 2019 beachtliche 32 % der befragten Österreicher einen Podcast gehört. Damit liegt Österreich vor Ländern wie Kanada, Deutschland oder Japan. Unangefochtener Spitzenreiter ist Südkorea: Hier geben 53 % der Befragten an, Podcasts zu hören. Kein Wunder, dass Podcasts so beliebt sind, denn sie bieten nicht nur aktuelle Information und Unterhaltung, sondern auch Zugang zu einem riesigen Fundus von Erfahrungen, von dem auch Unternehmer profitieren können. Hier die acht ausgezeichneten Podcasts für Gründer, Unternehmer und Technikinteressierte. TEXT: Stephan Scoppetta



Work Life mit Adam Grant

Adam Grant ist Organisationspsychologe und Bestsellerautor. Er hat diesen Podcast in Zusammenarbeit mit der Innovationskonferenz Ted konzipiert und beschäftigt sich damit, wie man das eigene Arbeitsleben positiv gestaltet. Er spricht zum Beispiel mit Arianna Huffington, der Gründerin der „Huffington Post“, darüber, wie man die eigenen Grenzen auslotet. In einer anderen Folge erklärt er, wie man lernt, Kritik zu lieben, oder wie man seine Kreativität fördert. Er spricht dabei mit Experten, Firmenchefs und Mitarbeitern verschiedener Branchen. Auch Melinda Gates zählt zu seinen Fans.

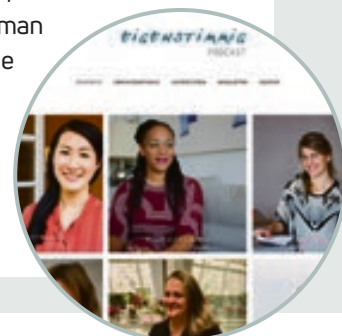
Fotos: Shutterstock (1)

Frisch an die Arbeit

Leonie Seifert und Daniel Erk von der Wochenzeitung „Die Zeit“ sprechen in diesem Podcast über die großen Fragen des Lebens und der Arbeit. Dazu unterhalten sie sich mit prominenten und weniger prominenten Gästen über ihr Arbeitsleben. Von Maurice Ernst von der österreichischen Band Bilderbuch, der über den Arbeitsrhythmus der Gruppe erzählt, über Friseur Max Höhn, der erzählt, was er am Haarschneiden liebt, bis hin zur Pilotin Gabriele Chanel Burg oder Carolin Silbernagl von der gemeinnützigen Plattform Betterplace: Die verschiedensten Charaktere und Professionen sind hier vertreten.

eigenstimmig

Die Podcasterinnen und Unternehmerinnen Sarah Schäfer und Julia Meder stellen jede Woche erfolgreiche weibliche Entrepreneurinnen vor. Dabei geht es in erster Linie um den Weg hin zum Unternehmertum, die Vereinbarkeit von Familienleben und Arbeit und darum, wie man Hindernisse überwindet. In den Interviews stellen die beiden Podcasterinnen ganz unterschiedliche Frauen vor, die jedoch eines gemeinsam haben: Sie gehen ihren eigenen Weg, entlang ihrer Leidenschaft(en), für das, was ihnen wichtig ist, und manchmal auch entgegen allen Widerständen von außen.





How I Built This

Moderator Guy Raz vom US-amerikanischen Sender National Public Radio spricht hier mit den Gründern und Schlüsselfiguren internationaler Firmen wie Vice, Instagram, Lonely Planet oder Kickstarter. Thema ist die Aufbau-phase der Unternehmen, wie alles begann und welche Probleme es zu Beginn gab.

Gründer und Zünder

Der österreichische Start-up-Berater Florian Kandler spricht mit Unternehmern über Investorensuche, Cyber Security oder den Weg in die Start-up-Branche. Zu seinen Interviewpartnern zählen Größen der heimischen Start-up-Szene wie Ali Mahlodji (Co-Founder WhatchaDo), Hanno Lippitsch (Co-Founder & CEO Eversports) oder Andreas Kern (CEO WikiFolio).

Trending Topics Podcast

Trending Topics ist das am schnellsten wachsende Innovationsportal in Österreich. Es berichtet umfassend, schnell und qualitativ über Start-ups, Mobilität, Blockchain und alle anderen Themen, die für die Innovationslandschaft wichtig sind. Das Portal bittet bei einem wöchentlichen Podcast ausgewählte Menschen aus der Start-up- und Innovationsbranche auf die „Trending Couch“ und spricht mit ihnen über ihr Business-Leben, ihre Leidenschaften und den Antrieb, etwas bewegen zu wollen. Aber etwa auch, wie man bei Kindern den richtigen Ausgleich zwischen Tablets und Sport findet, kann Gegenstand der Diskussionen sein.

Digital Kompakt

In seinem Podcast taucht der ehemalige „Gründerszene“-Chefredakteur Joel Kaczmarek jede Woche in die Tiefen der Unternehmensgründung ab. In Gesprächen mit namhaften Szeneköpfen aus Deutschland erörtert Kaczmarek die Hintergründe zum jeweiligen Geschäftsmodell, entlarvt die Marketing-Tricks und leitet Praxiswissen für seine Hörer ab. Plattformökonomie, E-Commerce für Investoren oder die Digitalisierung von dm macht er zum Thema.



t3n Podcast

Wer mehr über Technik und wichtige Hintergründe erfahren will, ist beim t3n Podcast richtig. Einmal pro Woche sprechen Luca Caracciolo und Stephan Dörner, die Chefredakteure von t3n, mit wechselnden Gästen über die Digitalisierung. Diskutiert werden Technologien wie künstliche Intelligenz, Blockchain oder Kryptowährungen. Neben Gründern kommen auch Wissenschaftler und Szenepromis wie Frank Thelen oder Carsten Maschmeyer zu Wort.

KSV.INSIDE



Foto: Niederösterreich-Werbung

Charity-Weinlese: KSV1870 unterstützt Lebenshilfe

Zahlreiche Wirtschaftstreibende trafen sich auf Einladung der Niederösterreich-Werbung und von Landesrätin Petra Bohuslav im Weingut Gottschuly-Grassl in Höflein und sammelten bei der mittlerweile 11. Charity-Weinlese über 1.500 Kilogramm Weintrauben für den guten Zweck – mit dabei auch KSV1870 Vertriebsleiter Michael Pavlik. Bei bestem Wetter ging es in den Weingarten, wo sich die Gäste als Hobbywinzer versuchten. Der Wert der Weintrauben wurde mit 6.000 Euro beziffert – die Summe kommt der Lebenshilfe-Werkstätte in Bruck an der Leitha zugute.



Hannes Frech, KSV1870 Geschäftsführer, war mit seinem KSV1870 gebrandeten Oldtimer beim Classic-Grand-Prix Baden am Start und stellte sich damit in den Dienst der guten Sache. Kommt doch das Nenngeld dem LIONS Club Baden Helenental zugute, mit dem Sozialprojekte in der Region Baden finanziert werden.

FRAGEN SIE DOTTORE BRANCHICELLA!



Foto: Anna Rauchenberger

Internationale Zahlungsmoral sinkt: Ignorieren Sie nicht die Alarmglocken!

Nicht bezahlte Rechnungen verschlechtern die Liquidität der betroffenen Unternehmen. Laut aktuellen Umfragen ist es in vielen europäischen Ländern zuletzt zu einem Anstieg bei den offenen Forderungen gekommen – unter anderem in Deutschland, Italien, Spanien und auch in Österreich. Dieser Negativtrend soll sich 2020 fortsetzen. Die Gründe dafür sind vielfältig: So spielen die globale Verlangsamung des Wirtschaftswachstums, der anhaltende Handelskrieg zwischen den USA und China und die bestehenden Brexit-Unklarheiten wesentliche Rollen bei der internationalen Zahlungsmoral.

Wie können sich Unternehmer frühzeitig gegen Zahlungsausfälle wappnen?

Es ist aus meiner Sicht sowohl für kleine Unternehmen als auch große Konzerne wesentlich, ein strukturiertes Kreditmanagement und Monitoring der Geschäftspartner durchzuführen. Und das nicht nur zu Beginn einer neuen Zusammenarbeit, sondern fortlaufend.

Wie kann das aussehen?

Es geht vor allem darum, die Bonität und finanzielle Zuverlässigkeit der Geschäftspartner stets im Auge zu behalten. Das heißt, wenn etwa Zahlungsfristen zunehmend ausgereizt werden, können das bereits die ersten Warnhinweise sein. Weitere Indizien für mögliche Probleme sind eine plötzlich eintretende überdurchschnittliche Fluktuation des Personals, die Zunahme von Streitigkeiten oder die schlechte Erreichbarkeit des Geschäftspartners.

Was können Gläubiger im Ernstfall tun?

Passiert es tatsächlich, dass Rechnungen nicht mehr beglichen werden, gilt es, sofort nach Ende der Zahlungsfrist aktiv zu werden und Kontakt aufzunehmen. Es muss geklärt werden, warum die offenen Forderungen nicht beglichen werden. Als KSV1870 unterstützen wir Gläubiger im gesamten Inkassoprozess, nehmen Kontakt mit den Schuldnern auf und bemühen uns um eine Klärung, damit die Geschäftsbeziehung im Idealfall nicht gefährdet wird.

Kontakt:

T: 050 1870-8173 oder branchicella.paolo@ksv.at

KSV1870 unterstützt Teach For Austria: Mehr Chancengleichheit durch Financial Education

Der KSV1870 kooperiert mit Teach For Austria, um Finanzbildung schon frühzeitig zu einem fixen Bestandteil der schulischen Ausbildung zu machen. Das Herzstück der Kooperation ist die Schulung der von Teach For Austria ausgebildeten Lehrkräfte, der Fellows, in Geldthemen. Die dort erlernten Inhalte sollen an Kinder und Jugendliche weitergegeben werden.

Kinder von heute sind Wirtschaftstreibende von morgen.

Der KSV1870 ist in seinem Handeln immer schon auf die Zukunft ausgerichtet gewesen und setzt dabei insbesondere auch auf die Wirtschaftstreibenden von morgen. Der Gläubigerschutzverband ist davon überzeugt, dass durch Financial Education Transparenz geschaffen wird, die es in Zeiten der Echtzeitökonomie und des gläsernen Konsumenten braucht. „Junge Menschen sind etwa aufgrund von Online-Shopping-Angeboten sehr früh mit Finanzentscheidungen konfrontiert. Wir freuen uns, dass wir durch die Teach



Ricardo-José Vybiral: Uns ist es besonders wichtig, in die Finanzbildung von Kindern und Jugendlichen zu investieren, um sie fit für die Zukunft zu machen.

For Austria Fellows unser Wissen weitergeben können und Kinder auf diese Weise lernen, mit dem eigenen Geld richtig umzugehen“, so Ricardo-José Vybiral, Geschäftsführer des KSV1870.

Übrigens: Zu diesem Thema finden Sie am KSVBLOG unter www.ksv.at einen Gastbeitrag von Bettina Fuhrmann, Leiterin des Instituts für Wirtschaftspädagogik an der Wirtschaftsuniversität Wien.



8. steirisches Herbstfest des KSV1870 Graz

Anfang Oktober lud Hausherr und KSV1870 Regionalleiter Süd René Jonke zum Herbstfest am Standort Graz. Über 160 Mitglieder, Kunden, Geschäftspartner, Richter und Anwälte folgten der Einladung und ließen sich von einzelnen Wolken am Himmel die gute Laune nicht vermiesen. Bei steirischen Schmankerln und musikalischer Untermalung wurden Kontakte gepflegt und die entspannte Atmosphäre über den Dächern der Landeshauptstadt genossen.

Ricardo-José Vybiral zu Gast beim Data Business Forum 2019. Im Zuge der Podiumsdiskussion konzentrierte sich der KSV1870 Geschäftsführer vor allem auf den Bereich Digitalisierung und was es in Unternehmen benötigt, um den digitalen Change zu



Foto: LSZ Consulting

CreditCircle erwacht zu neuem Leben

Nach einem Jahr Pause und in neuem Gewand kehrte der CreditCircle by KSV1870 am 17. Oktober 2019 in seiner bereits 16. Auflage zurück. Unter dem Titel „FinTech: Bedrohung oder Ergänzung?“ sprachen Gerhard Wagner, Geschäftsführer der KSV1870 Information GmbH, Ricardo-José Vybiral, Geschäftsführer des KSV1870, und Stephan Gasser, Geschäftsführer und Co-Founder der FINcredible GmbH, über aktuelle Entwicklungen und Trends am Finanzsektor.



Foto: Anna Rauchenberger

Rund 100 Gäste konnten bei der Neuauflage des CreditCircle by KSV1870 begrüßt werden.

INTERVIEW:

Blickrichtung Zukunft: KSV1870 und FINcredible machen gemeinsame Sache

Der KSV1870 beteiligt sich mit 25,1 % an dem Wiener Start-up FINcredible GmbH. Im Interview sprechen die KSV1870 Geschäftsführer Ricardo-José Vybiral und Hannes Frech sowie die beiden FINcredible Geschäftsführer Christian Ochs und Stephan Gasser über Hintergründe und Ziele der Partnerschaft. **INTERVIEW:** Markus Hinterberger

Kurz gefragt: Was macht die FINcredible GmbH genau?

Christian Ochs: Wir arbeiten seit 2017 an Produkten und Dienstleistungen zur Vereinfachung von Geschäftsprozessen. Etwa in Form einer digitalen Sofortlösung für die Identitäts- und Bonitätsprüfung von Personen, die auf Basis der EU-Finanzdienstleisterrichtlinie „Payment Services Directive II“ funktioniert. Diese schreibt den Banken standardisierte, offene Schnittstellen vor. Heißt: Wenn der Kunde es will, muss die Bank dessen Kontodaten

Drittanbietern wie uns zur Verfügung stellen. Auf dieser Basis schaffen wir die Möglichkeit, dank tagesaktueller Finanzinformationen umfassende und validierte Entscheidungsgrundlagen im ID- und Bonitätsbereich bereitzustellen.

Bonitätsinformationen, Kundendaten, digitale Lösungen. Das hört sich sehr nach einem Bereich an, in dem der KSV1870 zu Hause ist.

Ricardo-José Vybiral: Das stimmt, wir sprechen hier definitiv dieselbe Sprache.

Das ist ein wesentlicher Vorteil, wenn man sich für so eine Zusammenarbeit entscheidet. Wir sind zwar aufgrund unseres Alters vielleicht ein traditionell angehauchtes Haus, setzen aber mit dem Einstieg bei FINcredible den nächsten strategischen Meilenstein auf unserer digitalen Reise in die Moderne. Das zeigt sich unter anderem auch im Produktbereich, wo wir aktuell einen neuen Standard im Bereich der Bonitätsabfrage setzen.

Der FINcredible MietCheck ist aktuell Ihr Aushängeschild. Worum geht's dabei?

Stephan Gasser: Aussagekräftige Informationen abrufen zu können und dadurch ein objektives Ergebnis als Entscheidungsgrundlage anzubieten ist heutzutage das Nonplusultra. Die Herausforderung dabei



Foto: Anna Rauchenberger

ist, nicht an Öffnungszeiten gebunden zu sein, sondern die Abfrage 24/7 und überall durchführen zu können. Bei uns geht das mit einem Klick am Computer oder einem Tab am Mobiltelefon oder Tablet: vom PoS bis zum Vertragsabschluss innerhalb weniger Sekunden, und das gleich direkt im Zuge der Wohnungsbesichtigung. Daraus ergibt sich eine Win-win-Situation für beide: Der Vermieter weiß schnell und einfach, ob der Mieter über eine ausreichende Liquidität verfügt. Gleichzeitig kann der Mieter seine Position gegenüber der Konkurrenz verbessern.

Das Thema Daten und der korrekte Umgang mit ihnen ist allgegenwärtig. Wie geht FINcredible damit um?

Christian Ochs: Bleiben wir beim Miet-Check. Wenn wir von einem Vermieter oder Makler eine Anfrage erhalten, informieren wir den Mieter aktiv darüber. Dieser muss zunächst seine Zustimmung geben, dass wir auf seine Bankdaten zugreifen dürfen. Wenn das passiert, verarbeiten wir zunächst seine Bankdaten. Im zweiten Schritt geben wir nur jene Daten weiter, die für die Wohnungssuche relevant sind. Dabei sagen wir nichts über die Höhe des jeweiligen Kontostandes, sondern nur, ob der Mieter sich die Wohnung grundsätzlich leisten kann. Danach werden die Bankdaten bei uns wieder gelöscht. Im gesamten Prozess geben wir zu keiner Zeit persönliche Kontodaten ungefragt weiter oder verkaufen sie.

Mit dem InfoPass für Mieter verfügt der KSV1870 über ein ähnlich geartetes Produkt. Wie passt das zusammen?

Hannes Frech: Das eine schließt das andere nicht aus. Wir sehen es als additive Lösung im Sinne des Vermieterschutzes. Denn damit erhalten die Vermieter einen noch umfassenderen Blick über die Bonität und finanzielle Zuverlässigkeit. Gleich-

zeitig basieren beide Lösungen auf Freiwilligkeit. Das heißt, es passiert zu keiner Zeit etwas hinter dem Rücken der Kunden. Im Endeffekt geht es darum, qualitativ hochwertige Produkte anzubieten – und das ist hier der Fall.

In Zeiten der Echtzeit-Ökonomie spielen Schnelligkeit und Flexibilität eine immer wesentlichere Rolle. Auch hier?

Hannes Frech: Definitiv. Wie in nahezu jeder Branche haben sich auch in Sachen Bonitätsabfragen die Kundenerwartungen insbesondere in den vergangenen Jahren stark verändert. Dieser Entwicklung tragen wir Rechnung. Wir können nun rascher auf Marktveränderungen und Trends reagieren und schaffen es am Ende des Tages, die Komplexität zu verringern. Damit generieren wir eine hohe Wertschöpfung für die Kunden und zeigen, nicht nur über Digitalisierung und Innovation zu philosophieren, sondern aktiv unser Portfolio zukunftsfit zu machen.

Mit dem KSV1870 haben Sie sich einen Partner an Bord geholt, der über jahrzehntelange Erfahrung in der Bereitstellung von Bonitätsinformationen verfügt. Was erwarten Sie sich davon?

Stephan Gasser: Der KSV1870 ist ein exzellenter Partner mit einem tollen Team und mit viel Erfahrung in allen für uns als junges FinTech wichtigen Bereichen. Ich denke, wir können einiges voneinander lernen und gemeinsam sehr viel erreichen. Wir freuen uns sehr auf die weitere Zusammenarbeit. Wenn man übrigens der Definition folgt, wonach FinTechs Unternehmen sind, die technologische Finanzinnovationen anbieten, dann würde ich eigentlich auch sagen, dass wir uns mit dem KSV1870 quasi eines der ältesten und erfolgreichsten FinTechs Österreichs als Partner an Bord holen konnten.

Was erwartet sich der KSV1870 von dieser Zusammenarbeit?

Ricardo-José Vybiral: Für uns ist es ein ganz entscheidender Faktor, in Zukunft noch flexibler agieren zu können. Um für die kommenden Jahrzehnte gerüstet zu sein, benötigen wir ein modernes, innovatives Umfeld, das bevorstehenden Herausforderungen ohne Probleme standhält. Dabei ist es besonders erfreulich, auch auf wissenschaftliches Know-how setzen zu können. ■



ÜBER DIE FINCREDIBLE GMBH

Die FINcredible GmbH wurde 2017 als universitäres Spin-off von Wissenschaftlern der Wirtschaftsuniversität Wien gegründet und bietet eine digitale Sofortlösung für die Identitäts- und Bonitätsprüfung von Personen auf Basis von Echtzeit-Bankkontoinformationen an. Das Geschäftsmodell von FINcredible liegt in der Entwicklung von vollständig digitalen Prozessen zur einfachen und schnellen Abwicklung von Bonitätsprüfungen, die jederzeit und überall durchgeführt werden können. Zu den Kunden von FINcredible zählen zum Beispiel Vermieter, Makler im Immobilienbereich und Händler im Bereich E-Commerce. Seit September 2019 ist die FINcredible GmbH Teil der KSV1870 Gruppe.



Foto: Anna Rauchenberger (2)

KSV1870 begrüßt sein 25.000stes Mitglied

Seit Kurzem ist die café+co Österreich Automaten-Catering und Betriebsverpflegung Ges.m.b.H. Teil der KSV1870 Community und vertraut dabei auf die Services der Mitgliedschaft. **TEXT:** Markus Hinterberger

Mit café+co Österreich vertraut nun auch der Marktführer im Bereich Automaten-Catering und führende Kaffeediensleister in Österreich auf die Leistungen des KSV1870 wie etwa Bonitätsinformationen. Damit ist das Unternehmen aus Wien in Bezug auf Risikomanagement und Gläubigerschutz für die Zukunft bestens gerüstet. „In unserem wachsenden Handelsgeschäft müssen wir uns im Ernstfall auf eine professionelle Unterstützung verlassen können. Wir haben uns deshalb für eine Mitgliedschaft entschieden, weil der KSV1870 ebenso wie wir langjährige Erfahrung mit Innovationsfreudigkeit kombiniert“, erklärt Bernhard Jäger, Geschäftsführer bei café+co Österreich. Das Unternehmen gehört zur café+co International Unternehmensgruppe. Pro Jahr werden an mehr als 72.000 café+co Standorten in zehn Ländern in Zentral- und Osteuropa über eine halbe Milliarde Portionen konsumiert.

Individuelle Versorgungslösungen für jeden Bedarf.

Der Kaffeespezialist beschäftigt sich mit dem Betrieb und Service von Espresso-

maschinen sowie Automaten für Heiß- und Kaltgetränke bzw. Snacks. Alleine in Österreich vertrauen über 18.000 Unternehmen und öffentliche Organisationen auf Versorgungslösungen, die je nach Unternehmensgröße unterschiedlich gestaltet sind. Dabei setzt das Unternehmen vor allem auf Nachhaltigkeit: von der Pflanze über den letzten Schluck Kaffee bis hin zum Recycling und Service – das umweltbewusste Agieren steht dabei stets im Mittelpunkt.

KSV1870 Mitgliedschaft schützt Firmen vor finanziellen Verlusten und stärkt ihre Liquidität.

Fundierte Bonitätsauskünfte in kürzester Zeit, rasches Inkasso und vertrauensvolle Gläubigervertretung bei Insolvenzen. „Wir stehen an der Seite unserer Mitglieder, wenn es darum geht, Risiken zu vermeiden und sie mit den richtigen Informationen zum richtigen Zeitpunkt zu versorgen. Denn in Zeiten der Echtzeit-Ökonomie spielen Faktoren wie Qualität, Schnelligkeit und Korrektheit der Daten für Unternehmen eine immer bedeutendere Rolle“, erklärt Ricardo-José Vybiral,

Geschäftsführer des KSV1870. „Wir freuen uns daher sehr, ein solch renommiertes Unternehmen wie café+co Österreich mit unseren vielfältigen Services in Zukunft unterstützen zu dürfen.“

Die Mitgliedschaft des KSV1870 bietet nicht nur einen kompakten Rundumschutz für Unternehmen, sondern sie ermöglicht den Mitgliedern auch exklusiven Zugriff auf Webinare, Events oder kostenlose Whitepaper. Mehr zur KSV1870 Mitgliedschaft finden Sie auch unter www.ksv.at. ■



Verena Lichtenberger und Angelika Prichystal überreichen den beiden Geschäftsführern von café+co Österreich, Thomas Lindenbauer und Bernhard Jäger, die Jubiläumsurkunde (v. l. n. r.).

Solide Bonität als Entscheidungsgrundlage

„Bonität (von lateinisch bona, ‚Vermögen‘, hieraus lateinisch bonitas ‚Vortrefflichkeit‘) oder Kreditwürdigkeit ist in der Finanzwirtschaft die Fähigkeit eines Wirtschaftssubjekts (natürliche Personen, Unternehmen oder Staaten), die aufgenommenen Schulden zurückzahlen zu können, und der Wille, diese zurückzuzahlen.“

(Quelle: Wikipedia)

„Eine solide Bonität ist deshalb so wichtig, weil sich daraus auf die Zuverlässigkeit eines Unternehmens rückschließen lässt. Ohne funktionierende Bonitätsüberwachung, also ein Bewusstsein für potenzielle Risiken und ein entsprechendes internes Controlling, haben kleine und mittelständische Unternehmen weniger Chancen auf bankfinanzierte Betriebsmittel- oder Investitionskredite“, betont Marina Machan, Risikoexpertin bei ACREDIA, Österreichs führende Kreditversicherung. Die Änderungen in der europäischen Bankenregulierung werden in den kommenden Jahren den Zugang von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) zu Bankkrediten erschweren. Die Finalisierung von Basel III und Umsetzung von Basel IV wird Finanzierungskosten in absehbarer Zeit verteuern und damit zu einer restriktiveren Vergabe von Bankkrediten führen. Vor allem bei KMU mit unterdurchschnittlicher Kreditwürdigkeit.



Kernkompetenz Bonitätsprüfung

ACREDIA, Teil des weltweiten Euler-Hermes-Netzwerkes, verfügt über die entsprechende Länder- und Analyseexpertise zur Markteinschätzung. Gerade in Risikoländern wird dieses Know-how immer wichtiger. „Dabei konzentrieren wir uns auf die Einschätzung möglicher Konsequenzen und Dominoeffekte, um so unsere Kunden vor diesen Schäden zu bewahren. Die Bonitätsüberwachung zählt tatsächlich zu unseren Kernkompetenzen!“, unterstreicht Machan. Die ACREDIA Expertinnen und Experten analysieren dazu in einem ersten Schritt die Unternehmenskennzahlen der vergangenen Jahre – wie zum Beispiel Vermögenslage, Rentabilität oder Liquidität. Für eine Bonitätsanalyse wird auch die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens betrachtet. Die vorausschauende Beurteilung von Marktstellung, Wettbewerb, Unternehmensstrategie und Steuerungselementen rückt immer mehr in den Vordergrund einer Bewertung.

„Es geht um die simple Frage, was das eigene Unternehmen besser macht als andere. Nur so kann man feststellen, ob und wie man langfristig wachsen kann“, unterstreicht die ACREDIA Expertin. Der Bonitätsausblick basiert auf einer wirtschaftlichen Analyse, welche die Gesellschafter und Organe, die absoluten und relativen Unternehmenskennzahlen sowie den Geschäftsausblick berücksichtigt.

Welche Punkte sollte man als Unternehmen noch beachten, um eine hohe Kreditwürdigkeit sicherzustellen? „Immer von Vorteil ist die offene Kommunikation mit den Stakeholdern. Je eher ein Unternehmen seine Bank oder seine Kreditversicherung über aktuelle Geschäftsentwicklungen informiert, desto besser. Eine aktive Informationspolitik stärkt die Vertrauensbasis und trägt zu einem positiven Rating bei. Sprechen Sie es sofort an, wenn ein Kunde plötzlich nicht zahlt und dadurch eine Liquiditätslücke aufreißt“, so Machan.

ACREDIA bietet übrigens allen Unternehmerinnen und Unternehmern an, sich einer Bonitätsprüfung zu unterziehen und sich mit dem ACREDIA Bonitätszertifikat auszeichnen zu lassen!

www.acredia.at

„Eine gute Bonität macht Mut zum unternehmerischen Handeln.“

Marina Machan, Risikoexpertin ACREDIA

Helle Köpfe

Stefan Kletzmayr,

Leiter KSV1870 Standort Salzburg, war am 26. September gemeinsam mit Petra Wögerbauer zu Gast am Raiffeisen Campus Salzburg und sprach vor ca. 40 Personen zum Thema „Management des Dubiosenrisikos“. Außerdem hielt er auf Einladung der Jungen Wirtschaft Oberösterreich am 15. Oktober vor rund 20 Personen einen Vortrag zum Thema „Kann mein Kunde zahlen?“.



Ricardo-José Vybiral,

KSV1870 CEO, diskutierte am 7. November zum Thema „Customer Centricity“ im Schlosspark Mauerbach. Am 12. November referierte er auf der Kapsch DEX19 zum Thema „Austrian Business Check“.



Petra Wögerbauer,

KSV1870 Insolvenzreferentin, trat am 24. Oktober gemeinsam mit Christian Mörxibauer am Institut für Betriebswirtschaften der Johannes Kepler Universität Linz den KSV1870 mit einem Messestand.



Hans-Georg Kantner,

Leiter KSV1870 Insolvenz, sprach am 13. September beim Forum Insolvenzrecht in Salzburg zum Thema „Rechtsvergleich österreichischer und deutscher Insolvenzverfahren“. Am 19. September referierte er auf der Weltbank-Microfinance-Enquete für Bosnien Herzegowina in Wien über die Besonderheiten der Entschuldung natürlicher Kreditnehmer in Österreich. Am 20. September präsentierte er bei der Jahrestagung des Instituts für Insolvenz- und Sanierungsrecht der Uni Düsseldorf das Thema „Gläubigerautonomie in Österreich und Gläubigerschutzverbände“. Am 18. Oktober trug Kantner an der WU Wien das Thema „Destruktive und kreative Zerstörungsprozesse und Insolvenz“ vor.



Barbara Wiesler-Hofer,

Leiterin KSV1870 Standort Klagenfurt, sprach auf Einladung der Wirtschaftskammer Kärnten gemeinsam mit Rechtsanwalt Ferdinand Lancker am 25. September zum Thema „Der Kunde zahlt nicht“. Am 30. September präsentierte sie auf der WKO-Fachgruppentagung der Immobilien- und Vermögenstreuhandern den KSV1870 InfoPass für Mieter, und am 18. Oktober war sie Gastreferentin beim 50. Netzwerktreffen des Unternehmensgründungsprogramms Kärnten.



René Jonke,

Leiter des KSV1870 Standortes Graz, besuchte am 7. November die NMS Pischelsdorf und sprach über „Financial Education – Lernen fürs Leben“. Am 8. November referierte er an der BHAK Feldbach zum Thema „Krisenmanagement und Insolvenz“, und am 12. November präsentierte er an der BHAK Judenburg das Thema „Risikomanagement und Insolvenz – Verfahrensarten“.



QUER GELESEN

Strategien für zukunftsfähige Unternehmen

Der Arbeitsmarkt ist geprägt von Wandel und Veränderungen. Nicht nur, dass in manchen Branchen der Bewerbermarkt praktisch leergefegt ist. Auch die Art und Weise, wie potenzielle Bewerber nach Jobs suchen und wie Unternehmen neue Mitarbeiter finden, hat sich grundlegend verändert. Das Buch zeigt wirkungsvolle Strategien, um zeitgemäß die richtigen Kandidaten zu gewinnen.



Carsten Bornemann
Das neue Recruiting
Verlag: Goldegg, 2019
300 Seiten, Hardcover
Preis: 24,90 Euro
ISBN 978-3-99060-140-2

Aufbruch in die Zukunft

Wie können Unternehmen jetzt und in Zukunft erfolgreich innovativ sein? 45 namhafte Personen aus Wissenschaft und Praxis teilen dazu in diesem Buch ihre Gedanken. Sie zeigen auf, warum bisherige Rezepte nicht mehr funktionieren und was man stattdessen tun kann. Die Perspektiven sind dabei so vielfältig wie die 45 Vordenker im Interview.



Julia Weinzettl
Innovation im Umbruch
Verlag: Goldegg, 2019
264 Seiten, Hardcover
Preis: 24,90 Euro
ISBN 978-3-99060-145-7

Worte, die wirken

Was unterscheidet einen guten Text von einer buchstäblichen Schlaftablette? Wie kommen Sie mit Ihrem Thema rasch auf den Punkt? Die Wordingprofis Monika Kriwan und Irmgard Zirkler entschlüsseln die Geheimnisse gekonnter Formulierung. Ob im privaten oder beruflichen Kontext: Schreiben Sie sich ins Rampenlicht.



Monika Kriwan, Irmgard Zirkler
Gähntechnikfrei schreiben
Verlag: Goldegg, 2019
204 Seiten, Hardcover
Preis: 22,00 Euro
ISBN 978-3-99060-137-2

Gläubigerschutz

Aktuelles aus Rechtsprechung und richterlicher Praxis

Sanierungsplan und ausreichende Kenntnis eines Gläubigers von Insolvenzverfahren/-forderung

Grundsätzlich wird der Schuldner durch den rechtskräftig bestätigten Sanierungsplan von der Verbindlichkeit befreit, seinen Gläubigern den Ausfall, den sie erleiden, nachträglich zu ersetzen oder für die sonst gewährte Begünstigung nachträglich aufzukommen, gleichviel, ob sie am Insolvenzverfahren oder an der Abstimmung über den Sanierungsplan teilgenommen oder gegen den Sanierungsplan gestimmt haben oder ob ihnen ein Stimmrecht überhaupt nicht gewährt worden ist. Daher sind auch Forderungen, die – obwohl anmeldungsbedürftig – nicht angemeldet werden, von den Wirkungen des Sanierungsplans erfasst (RIS-Justiz RS0113775 [T3] noch zum Zwangsausgleich). Gläubiger, deren Forderungen nur aus Verschulden des Schuldners im Sanierungsplan unberücksichtigt geblieben sind, können nach Aufhebung des Insolvenzverfahrens die Bezahlung ihrer Forderungen im vollen Betrag vom Schuldner verlangen. Diese Ausnahmebestimmung ist nach einem strengen Maßstab auszulegen: Es gilt der Grundsatz, dass es am Gläubiger liegt, sich um seine Forderung „zu kümmern“, wozu auch die Vergewisserung gehört, dass der Schuldner insolvent ist. Voraussetzung für die Geltendmachung der vollen Forderung ist, dass die rechtzeitige Geltendmachung nur aus Verschulden des Schuldners unterblieben ist. Dies ist dann nicht der Fall, wenn die Nichtberücksichtigung der Forderung des Gläubigers im Sanierungsplanverfahren auch auf seine eigene Sorglosigkeit zurückzuführen ist

(8 Ob 16/93; RIS-Justiz RS0027281). Bereits ein leichtes Mitverschulden des Gläubigers schließt die Geltendmachung der vollen Forderung aus (6 Ob 209/97x; 3 Ob 189/14m; RIS-Justiz RS0052293 [T1]). War (wie im Anlassfall) eine Gläubigerin vom Schuldner über das Insolvenzverfahren und den beabsichtigten Sanierungsplan informiert worden, trifft sie ein Verschulden, wenn sie ihre Forderung nicht anmeldete.

ZIK 2018/307

OGH 26.6.2018, 10 Ob 11/18t

IO: § 156 Abs 1 und 4

ABGB: § 1304

Angeblich stillgelegtes Unternehmen und Zuständigkeit für ein Insolvenzverfahren

Für das Insolvenzverfahren einer Gesellschaft ist grundsätzlich der Gerichtshof erster Instanz zuständig, in dessen Sprengel sie das Unternehmen betreibt. Ein stillgelegtes Unternehmen begründet diesen Gerichtsstand nicht. Wurde die Geschäftstätigkeit der Gesellschaft vor Antragstellung beendet und bis zum Zeitpunkt der Beschlussfassung nicht wiederaufgenommen, dann scheidet die Zuständigkeit aufgrund des Betriebsortes des Unternehmens aus (OLG Wien 28 R 260/08y; 28 R 187/98w). Auf den firmenbuchmäßigen Sitz der Gesellschaft wird nicht zurückgegriffen (8 Ob 54/89), vielmehr kommt es auf die tatsächlichen Verhältnisse an. Ebenso wenig kommt für eine Gesellschaft die

Anknüpfung an den „gewöhnlichen Aufenthalt des Schuldners“ in Betracht (OLG Wien 28 R 187/98w). Ist auch der Zuständigkeitstatbestand „Niederlassung“ nicht erfüllt und fehlt es an einem inländischen Vermögen der Gesellschaft, dann gibt es keine Zuständigkeit für das Insolvenzverfahren, sodass der Insolvenzantrag zurückzuweisen ist (OLG Wien 28 R 187/98w; 28 R 260/08y). Der Betrieb eines Unternehmens ist erst beendet, wenn der Betrieb endgültig stillgelegt ist. Solange mit der Auflösung des Betriebes zusammenhängende Tätigkeiten noch nicht abgeschlossen sind, ist noch nicht von einer endgültigen Stilllegung auszugehen. Auch Tätigkeiten im Rahmen der Liquidation, wie etwa ein Warenverkauf, zählen noch zum Geschäftsbetrieb. Ob ein Unternehmen stillgelegt wurde, kann in der Regel nur anhand einer Reihe von Indizien beurteilt werden. Von einer endgültigen Stilllegung ist etwa auszugehen, wenn das Gewerbe abgemeldet, das Geschäftslokal aufgegeben und Dienstverhältnisse mit allfälligen Mitarbeitern beendet wurden. Auch die Löschung im Mitgliederkataster der Wirtschaftskammer und die Zurücklegung der Gewerbeberechtigung sind Indizien für eine Betriebsstilllegung, wenn auch für sich allein nicht aussagekräftig. Bestehen noch Dienstverhältnisse bzw sind die laufenden Geschäfte noch nicht abgeschlossen, kann keinesfalls von einer endgültigen Betriebsstilllegung gesprochen werden.

ZIK 2018/300

OLG Wien 26.3.2018, 6 R 71/18g

IO: § 63

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 2020
für KSV1870 Mitglieder
um nur € 245,- (statt 289,-)**

Bestellen Sie unter:

Tel.: (01) 534 52-0

Fax: (01) 534 52-141

E-Mail: kundenservice@lexisnexis.at

Jetzt einsteigen: zik.lexisnexis.at

Steuertipps

Neues Digitalsteuergesetz 2020

Im Rahmen des am 20. September 2019 erlassenen AbgÄG 2020 wurde auch das Digitalsteuergesetz 2020 beschlossen, das die Einführung einer 5%igen Digitalsteuer auf Onlinewerbung umfasst.

Vor der Nationalrats-Sommerpause wurden bereits mehrere Initiativanträge eingebracht. Am 20. September 2019 hat der Nationalrat sodann noch vor den Nationalratswahlen das Steuerreformpaket (insb AbgÄG 2020 und StRefG 2020) – darunter auch das neue Digitalsteuergesetz 2020 – erlassen. Der Bundesrat hat am 10. Oktober 2019 der Steuerreform zugestimmt. Der folgende Beitrag soll einen Überblick über die wesentlichen Regelungen des neu geschaffenen Digitalsteuergesetzes 2020 geben (DiStG 2020 – Link zum Bundesgesetzblatt: www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2019_I_91/BGBLA_2019_I_91.html).

1. Allgemein: Steuergegenstand und Begriffsbestimmungen

§ 1 Abs 1 DiStG 2020 knüpft beim Steuergegenstand an Onlinewerbeleistungen an, soweit sie von Onlinewerbeleistern im Inland gegen Entgelt erbracht werden. Eine Onlinewerbeleistung gilt als im Inland erbracht, wenn sie auf dem Gerät eines Nutzers mit inländischer IP-Adresse empfangen wird und sich ihrem Inhalt und ihrer Gestaltung nach (auch) an inländische Nutzer richtet.

Die technisch durchaus anspruchsvollen Tatbestandsmerkmale des Steuergegenstands werden sodann gesetzlich noch gesondert definiert.

- Onlinewerbeleistungen (§ 1 Abs 2): Als Onlinewerbeleistungen gelten Werbeeinschaltungen auf einer digitalen Schnittstelle, insbesondere in Form von Bannerwerbung, Suchmaschinenwerbung und vergleichbaren Werbeleistungen. Letztere können durch eine ausdrückliche VO-Ermächtigung festgelegt werden, um insbesondere die Gleichbehandlung vergleichbarer Leistungen sicherzustellen bzw um technischen Entwicklungen Rechnung zu tragen. Nicht erfasst sind Werbeleistungen, die dem Werbeabgabengesetz 2000 unterliegen, sowie die Lieferung digitaler Inhalte, wie etwa Software oder Streaming.
- Onlinewerbeleister (§ 2 Abs 1): Onlinewerbeleister sind Unternehmen, die
 1. Onlinewerbeleistungen gegen Entgelt erbringen oder dazu beitragen und

2. innerhalb eines Wirtschaftsjahres

- o einen weltweiten Umsatz von zumindest 750 Millionen Euro und
 - o im Inland einen Umsatz von zumindest 25 Millionen Euro aus der Durchführung von Onlinewerbeleistungen erzielen.
- Sind Unternehmen Teil einer multinationalen Unternehmensgruppe iSd § 2 VPDG, ist auf den Umsatz der Gruppe abzustellen.
- Nutzer (§ 2 Abs 2): Eine natürliche oder juristische Person, die mit einem Gerät auf eine digitale Schnittstelle zugreift.
 - Digitale Schnittstelle (§ 2 Abs 3) bezeichnet jede Art von Software (einschließlich Websites oder Teilen davon sowie mobiler Anwendungen), auf die Nutzer zugreifen können.
 - IP-Adresse (§ 2 Abs 4) bezeichnet eine Folge von alphanumerischen Zeichen, die einem Netzwerkgerät zugeordnet ist, um dessen Kommunikation über das Internet zu ermöglichen.

Aufgrund der Anknüpfung an die IP-Adresse liegt etwa keine inländische IP-Adresse vor, wenn man im Ausland WLAN benützt. Sollte jedoch der Nutzer über einen VPN-Service einen ausländischen Server benutzen, dürfte es wohl zu Verwerfungen kommen. Wird generell eine andere Technologie zur Geolokalisierung verwendet (Geotargeting, Geolocation), ist eine solche Technologie der IP-Adresse gleichgestellt.

2. Zum Steuergegenstand der im Inland erbrachten Onlinewerbeleistungen

Wie bereits zuvor zu § 1 Abs 1 DiStG 2020 ausgeführt, muss sich die Onlinewerbeleistung (auch) an inländische Nutzer richten. Bei der bisherigen klassischen Werbeabgabe ist ein ähnlicher Inlandsbezug gegeben: Wird eine zum Empfang in Österreich bestimmte Werbung in Hörfunk oder Fernsehen vom Ausland verbreitet, gilt sie als im Inland erbracht (das betrifft insbesondere die „Werbefenster Österreich“ von deutschen Privatsendern).

Bei Onlinewerbung lässt sich vereinfachend zwischen individualisierter (auf den Nutzer zugeschnittener) Onlinewerbung und Bannerwerbung unterscheiden. Erstere wird sich immer an den inländischen Nutzer richten. Im Fall von Bannerwerbung etwa auf einer ausländischen Zeitungshomepage mit spezieller Bannerwerbung für Österreich („Österreich-Banner“) wird sich diese ebenfalls an inländische Nutzer richten. Erscheint

hingegen auf der ausländischen Zeitungshomepage eine fixe Bannerwerbung für alle Nutzer/Leser, richtet sich diese vor allem an ausländische Nutzer (vgl Mayr in RdW 2019, 265 f).

3. Bemessungsgrundlage, Steuersatz und Steuerschuldner

Gem § 3 Abs 1 DigStG 2020 ist die Bemessungsgrundlage für die Digitalsteuer das Entgelt, das der Onlinewerbeleister von einem Auftraggeber erhält, wobei sich diese um Ausgaben für Vorleistungen anderer Onlinewerbeleister vermindert, die nicht Teil seiner multinationalen Unternehmensgruppe sind. Der Steuersatz beträgt 5 %.

Steuerschuldner ist nach § 4 Abs 1 DigStG 2020 der Onlinewerbeleister selbst; dies gilt auch dann, wenn der Onlinewerbeleister nicht Eigentümer der digitalen Schnittstelle (zB Website) ist und zur Onlinewerbeleistung „nur“ beiträgt.

4. Erhebung der Steuer

Die Digitalsteuer ist bis zum 15. des zweitfolgenden Monats nach Entstehen des Steueranspruches (der wiederum mit Ablauf des Monats entsteht, in dem die steuerpflichtige Leistung erbracht wird) zu entrichten. Drei Monate nach Ablauf des Wirtschaftsjahres hat der Steuerschuldner (der Onlinewerbeleister) eine Jahressteuererklärung einzureichen, in der ua die Arten der Onlinewerbeleistungen und die darauf entfallenden Entgelte aufzunehmen sind.

5. Inkrafttreten

Das neue Digitalsteuergesetz 2020 ist auf Onlinewerbeleistungen anzuwenden, die ab dem 1. Jänner 2020 erbracht werden.

6. Potenzieller Beihilfecharakter iSd Art 107 Abs 1 AEUV?

Vor dem Hintergrund des EU-Beihilfenrechts (Beihilfeverbot iSd Art 107 Abs 1 AEUV) könnten die im DiStG 2020 geregelten Maßnahmen durchaus kritisch zu hinterfragen sein (vgl ausführlich Geringer in ÖStZ 2019, 393 ff).

Einerseits werden aufgrund der Schwellenwerte in § 1 Abs 2 DigStG 2020 nur sehr wenige digitale Unternehmen der Digitalsteuer unterliegen. Dadurch könnte sich nach europarechtlichem Verständnis eine indirekte Beihilfe ergeben, weil kleinen und mittleren Medienunternehmen zwar nicht unmittelbar Mittel vom Fiskus zugesprochen

Neuigkeiten und Änderungen im Steuerrecht

werden, sie aber von der Digitalsteuer ausgenommen sind und daher von öffentlichen Lasten befreit werden. Andererseits werden österreichische Medienunternehmen gegenüber ihren Konkurrenten aus dem EU-Raum bessergestellt, weil sie gem § 8 Abs 4 DigStG 2020 mit jährlich 15 Millionen Euro in ihrem digitalen Transformationsprozess gefördert werden sollen.

Grundsätzlich ist bei Annahme einer Beihilfe iSd Art 107 Abs 1 AEUV die Kommission gem § 108 Abs 3 AEUV vor der beabsichtigten Einführung der Beihilfen darüber zu unterrichten, und zwar so rechtzeitig, dass sich diese zur geplanten Maßnahme äußern kann.

Da das DiStG 2020 bereits erlassen wurde, bleibt die weitere Rechtsentwicklung insbesondere vor dem Hintergrund des potenziellen Beihilfecharakters abzuwarten.

VwGH: Nicht getilgte Verbindlichkeiten sind zwar kein Liquidationsergebnis, das Gruppenmitglied scheidet aber mit Liquidationseröffnung aus der Steuergruppe aus

Entsprechend aktueller VwGH-Erkenntnis erhöhen nicht getilgte Verbindlichkeiten nicht den Liquidationsgewinn. Zusätzlich kam der Verwaltungsgerichtshof aber zum Schluss, dass ein Mitglied einer Steuergruppe bereits mit Liquidationseröffnung aus der Steuergruppe ausscheidet.

Nach Ansicht der Finanzverwaltung und des BFG stellen jene Verbindlichkeiten einer GmbH, die im Zuge einer Liquidation nicht bedient werden können, einen steuerpflichtigen Ertrag dar. Jüngst beschäftigte sich der VwGH mit dem Anlassfall.

1. Zur Wiederholung

Die Liquidationsbesteuerung von Kapitalgesellschaften wird in § 19 KStG explizit gesetzlich geregelt. Vereinfacht gesagt wird für Zwecke der Liquidationsbesteuerung dem Abwicklungs-Anfangsvermögen das Abwicklungs-Endvermögen gegenübergestellt und die Differenz der Liquidationsbesteuerung unterworfen. Dabei stellt sich die Frage, welche aktiven und passiven Vermögensgegenstände im Abwicklungs-Endvermögen zu berücksichtigen sind.

Beispiel:

Variante 1		Abwicklungs-Endvermögen Variante 1	
Abwicklungs-Anfangsvermögen		Aktiva	0
Aktiva	400	Passiva	-150
Passiva	-500	Abw. EV	-150
Abw. AV	-100		
		Liquidationsverlust -50	

Variante 2		Abwicklungs-Endvermögen Variante 2	
Abwicklungs-Anfangsvermögen		Aktiva	0
Aktiva	400	Passiva	0
Passiva	-500	Abw. EV	0
Abw. AV	-100		
		Liquidationsgewinn +100	

Die A-GmbH ermittelt für den Liquidationszeitraum ein negatives Abwicklungs-Endvermögen von -150. Das negative Endvermögen besteht aus Verbindlichkeiten der A-GmbH gegenüber ihrem Gesellschafter aus einer übernommenen Bürgschaft und aus Verbindlichkeiten gegenüber dem Insolvenz-Entgelt-Fonds oder dem finanzierenden Kreditinstitut. Das Abwicklungs-Anfangsvermögen wurde mit einem negativen Wert von -100 ausgewiesen.

Lösung nach der Finanzverwaltung und dem BFG

Nach Ansicht der Finanzverwaltung und des BFG sind Verbindlichkeiten, auf welche die Gläubiger im Zuge der Liquidation nicht verzichten, steuerlich im Endvermögen nicht zu erfassen. Die Nichtberücksichtigung der nicht getilgten Verbindlichkeiten führt daher im vorliegenden Fall zu einem Liquidationsgewinn iHv 100 (Variante 2) (vgl KStR 2013 Rz 1442a, BMF vom 24.10.2018; BMF vom 2.6.2016, BMF-010200/0013-VI/6/2016; BFG, 19.12.2016, RV/5100775/2015).

2. Entscheidung des VwGH

Mit seiner aktuellen Entscheidung vom 4. September 2019 (VwGH 2017/13/0009) hat der VwGH der Rechtsansicht des BMF und des BFG widersprochen. Zunächst bestätigt der VwGH, dass auch beim insolvenzbedingten Untergang einer Kapitalgesellschaft die Liquidationsbesteuerung gemäß § 19 KStG anzuwenden ist. Der VwGH kommt zusammenfassend zum Ergebnis, dass der Zweck der Liquidationsbesteuerung (Schlussbesteuerung) die finale Besteuerung der im Betriebsvermögen im Laufe des Bestandes einer Körperschaft angesammelten stillen Reserven ist. Damit wird sichergestellt, dass die aufgrund der allgemeinen Gewinnermittlungsvorschriften unversteuert gebliebenen stillen Reserven bei der letzten sich bietenden Möglichkeit auf Ebene der – im Zuge der Liquidation – untergehenden Steuerpflichtigen besteuert werden.

Eine über die Erfassung noch nicht besteuerte stiller Reserven hinausgehende Besteuerung einer Vermögensmehrung, die bei der zu liquidierenden Gesellschaft nicht eingetreten ist, ergibt sich nach dem VwGH aus dem Zweck der Liquidationsbesteuerung nicht. Nicht getilgte Schulden sind daher Teil des Abwicklungs-Endvermögens und erhöhen daher nicht das (fiktive) steuerliche Liquidationsergebnis.

Darüber hinaus kommt der VwGH allerdings zum Schluss, dass die Verrechnung von Abwicklungsergebnissen mit operativen Ergebnissen nicht dem Zweck der Gruppenbesteuerung (nämlich Ausgleich von Gewinnen und Verlusten) entspricht. Die Erfassung von Ergebnissen mehrerer Jahre im Jahresergebnis des Gruppenträgers wäre systemwidrig. Das Abwicklungsergebnis eines Gruppenmitglieds ist daher nicht gemäß § 24a Abs 1 KStG als dem Gruppenträger zuzurechnendes Einkommen des Gruppenmitglieds festzustellen.

Der Entscheidung kommt somit eine besondere Bedeutung zu, da der VwGH damit auch der Ansicht der Finanzverwaltung zu Auswirkungen einer Liquidation eines Gruppenmitgliedes (Nichtausscheiden aus der Gruppe, Mindestbehaltdauer und Ergebnisverrechnung) eine Absage erteilt hat (vgl KStR 2000 Rz 1591a, 1593 und BMF vom 24.10.2018, BMF-010203/0434-IV/6/2018). Das liquidierte Gruppenmitglied scheidet demnach mit Liquidationseröffnung – und nicht erst mit Beendigung der Liquidation – aus der Steuergruppe aus.

Lösung des Beispiels unter 1. nach dem VwGH

Im gegenständlichen Beispiel kommt es daher auf Basis der VwGH-Entscheidung durch die Berücksichtigung der nicht getilgten Verbindlichkeiten der A-GmbH gegenüber ihrem Gesellschafter zu einem Liquidationsverlust iHv 50 (Variante 1).

3. Ausblick

Die inhaltlich in der Literatur sehr kontrovers diskutierte Frage, ob nicht getilgte Verbindlichkeiten den Liquidationsgewinn erhöhen, wurde vom VwGH somit final geklärt. Ob seitens des Gesetzgebers darauf reagiert wird, bleibt noch abzuwarten. Als negativer Nebeneffekt der Sichtweise zu den nicht getilgten Verbindlichkeiten scheidet ein Gruppenmitglied jedoch bereits mit Liquidationseröffnung aus der Steuergruppe aus. Diesbezüglich überlegt das Bundesministerium für Finanzen dem Vernehmen nach im KStR-Wartungserschluss 2019 festzuhalten, dass die bisherige Rechtslage für Liquidationsbeschlüsse bis 30. September 2019 weiter angewendet werden kann.

Zur Verfügung gestellt von der KPMG Austria GmbH.

Wirtschaftsbarometer

Tops

Gesundheitsfördernd und wirtschaftstreibend: Die österreichischen Thermalbäder sind ein stabiler Wirtschaftsmotor in oftmals abgelegenen Regionen. Der Hype für Wellnessurlaube ist ungebrochen, traditionsreiche Heilbäder mutierten in den vergangenen Jahren zu attraktiven Resorts und gelten als beliebte Reiseziele in den Wintermonaten. Auch Hotels haben sich diesen Trend zunutze gemacht – mit luxuriösen Spa-Bereichen machen sie den häufig überfüllten Thermen zahlreiche Besucher abspenstig.

TOP 10 HEIL-, KUR- UND THERMALBÄDER

1.	Vivea Bad Eisenkappel GmbH	Eisenkappel-Vellach	K	219
2.	EurothermenResort Bad Schallerbach GmbH	Bad Schallerbach	O	222
3.	Heiltherme Bad Waltersdorf GmbH & Co KG	Bad Waltersdorf	ST	232
4.	Kurhotel Bad Pirawarth Ges.m.b.H. & Co.KG	Bad Pirawarth	N	234
5.	Vivea Bad Bleiberg GmbH & Co KG	Bad Bleiberg	K	251
6.	Sonnetherme Lutzmannsburg-Frankenau GmbH	Lutzmannsburg	B	268
7.	OptimaMed Gesundheitsresort Bad St. Leonhard GmbH	Bad Sankt Leonhard	K	273
8.	AVITA Resort GmbH & Co KG	Bad Tatzmannsdorf	B	286
9.	Moorbad im Kloster Schwanberg GmbH & Co KG	Schwanberg	ST	288
10.	H2O-Hoteltherme GmbH	Bad Waltersdorf	ST	290

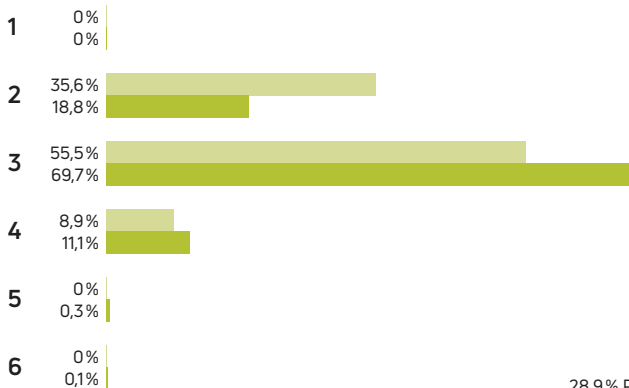
ÖNACE-Code: 96042 Heil-, Kur- und Thermalbäder.

Basis der Auswertung sind Unternehmen mit mindestens vier Millionen Euro Umsatz. Gereiht wurden Unternehmen, deren Umsatzzahlen in unserer Datenbank zuordenbar erfasst sind. Ein Anspruch auf Richtigkeit und/oder Vollständigkeit kann nicht abgeleitet werden. Bei den Top 10 handelt es sich um jene Unternehmen, die dem KSV1870 ihre Zustimmung zur Veröffentlichung gegeben haben. Stand: 25.11.2019

KSV1870 Rating-Profil

Verteilung auf KSV1870 Rating-Klassen im Vergleich zu Wirtschaft Österreich gesamt.

Bsp.: 35,6 % der Unternehmen sind in Rating-Klasse 2.



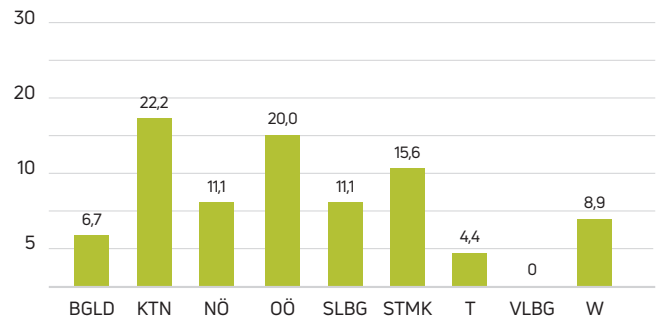
Legende zum KSV1870 Rating:

100–199 kein Risiko, 200–299 sehr geringes Risiko, 300–399 geringes Risiko, 400–499 erhöhtes Risiko, 500–599 hohes Risiko, 600–699 sehr hohes Risiko, 700 Insolvenzkenzeichen

Branchenstruktur nach Bundesländern

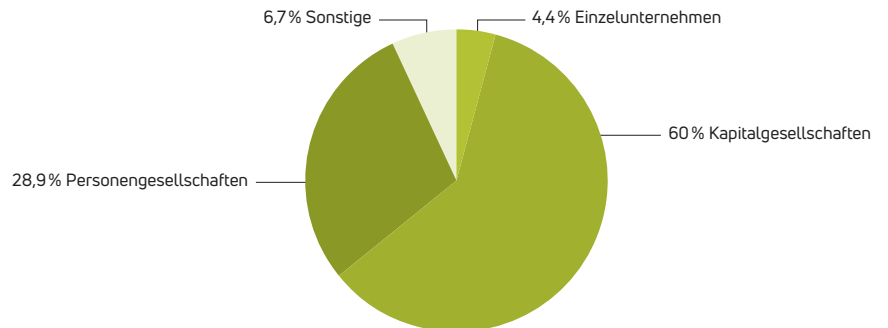
Bsp.: 20 % der Unternehmen sind in Oberösterreich ansässig.

in Prozent



Branchenstruktur nach Rechtsformen

Bsp.: 28,9 % der Unternehmen dieser Branche sind Personengesellschaften.



Tops & Flops der österreichischen Wirtschaft

Flops

Seit geraumer Zeit stagniert das Insolvenzgeschehen in Österreich. Gelegentliche Großpleiten dürfen nicht davon ablenken, dass in Wahrheit die Fälle durchwegs kleiner werden und an Zahl seit langem schon gleich bleiben, was in einer stetig wachsenden Unternehmenslandschaft de facto einen Rückgang bedeutet. Im Oktober 2019 lagen die Insolvenzen sogar unter denen des Vorjahres, und zwar um ca. 8 %. Dagegen liegen die Zahlen auf Jahresbasis etwa 1 % im Plus. Die von vielen Analysten erwartete deutliche Abkühlung der Konjunktur hat jedenfalls die Insolvenzszenen noch nicht erreicht.

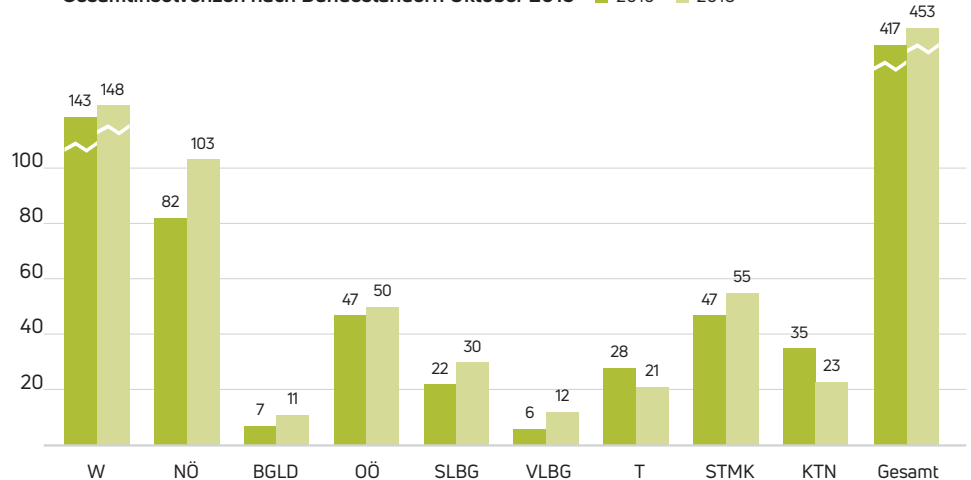
DIE 10 GRÖSSTEN INSOLVENZEN OKTOBER 2019

1.	D-NOV GmbH, Kunststoffverarbeitung	Wien	Konkurs	6,5 Mio.
2.	K.E. Reitsportzentrum KG	Reifnitz	Konkurs	2,9 Mio.
3.	CYLO MEDIA AT GMBH, digital content	Salzburg	Konkurs	2,7 Mio.
4.	Konzept Einrichtungsges.m.b.H.	Mödling	Konkurs	2,1 Mio.
5.	DERWID.com GmbH, Webdesign	Villach	Konkurs	2,1 Mio.
6.	coman handling gmbh, Fertigungsoptimierung (ehemals Seidel Consult GmbH)	Graz	SV. o. EV.	2,1 Mio.
7.	Forever 21 GmbH, Modehaus	Wien	Konkurs	1,8 Mio.
8.	Lachmayer Vertriebs GmbH, Gastrogroßhandel	Großharras	Konkurs	1,7 Mio.
9.	Fröch Personenverkehrs GmbH	Laakirchen	SV. o. EV.	1,3 Mio.
10.	DANNER Personalmanagement GmbH	St. Georgen	SV. o. EV.	1,3 Mio.

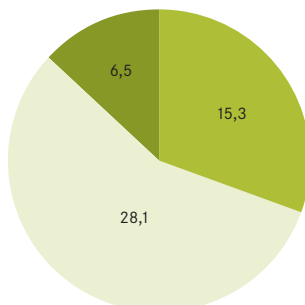
SV. o. EV. = Sanierungsverfahren ohne Eigenverwaltung

geschätzte Passiva in Mio. EUR

Gesamtinsolvenzen nach Bundesländern Oktober 2019



Aufteilung der Verbindlichkeiten in Mio. EUR



ERÖFFNETE INSOLVENZEN NACH GRÖSSENORDNUNG DER VERBINDLICHKEITEN OKTOBER 2019

Größenordnung	FÄLLE	VERBINDLICHKEITEN*
Insolvenzen bis 1 Mio. Euro	231	15,3
Insolvenzen über 1 Mio. Euro bis 5 Mio. Euro	15	28,1
Insolvenzen über 5 Mio. Euro bis 10 Mio. Euro	1	6,5
Insolvenzen über 10 Mio. Euro bis 50 Mio. Euro	0	0,0
Insolvenzen über 50 Mio. Euro	0	0,0
Gesamt	247	49,9

*geschätzte Passiva in Mio. EUR

Zu einer Entscheidung gehört der Mut, sie zu treffen.

Unsere Kreditversicherungen schützen Sie bei Forderungsausfällen.
Ob links oder rechts – als zuverlässiger Partner begleiten wir Sie auf
dem Weg zu Ihrem Unternehmenserfolg.

ACREDIA

MACHT MUT ZU HANDELN

