



»ausgesprochen«

»Lech genießt den Ruf des Elitären, nach dem Motto: Jedes Haus hat seine eigene königliche Familie. Das ist natürlich nicht so, aber wir sind ganz froh über dieses Image.«

HOTELIER HANNES SCHNEIDER will am Nobelstatus des Arlberger Bergdorfes nicht rütteln.

»Seit 2008 hat Österreich fast für 700 Millionen Euro CO2-Zertifikate kaufen müssen. Wenn man nur einen Teil davon in die Ausweitung der Gebäudesanierung stecken würde, könnte man die Kyoto-Ziele deutlich günstiger erreichen und auch für mehr Wohnkomfort sorgen.«

WOHNBAU-EXPERTIN MARGARETE CZERNY, DONAUNI KREMS, fordert von der Politik, Win-win-Situationen auch wahrzunehmen.

»Lean Management bedeutet schlanke Prozesse – also das Gegenteil von mir. Ich muss das erst noch werden.«

RBI-GENERALDIREKTOR HERBERT STEPIC will straffes Kostenmanagement implementieren, und zwar auf allen Ebenen.

»Der Werkstoff Beton hat lange Zeit ein gravierendes Imageproblem gehabt. Und das durchaus zu Recht, wenn man sich die Bauweise der 70er-Jahre ansieht.«

GERNOT BRANDWEINER, GESCHÄFTSFÜHRER DES VERBANDS ÖSTERREICHISCHER BETON- UND FERTIGTEILWERKE, muss heute die Fehler der Vergangenheit ausbaden.



FRAUENPOWER FÜR DIE FORMEL 1. Monisha Kaltenborn wird die Geschicke des Sauber-Teams lenken.

■ FRAU DES MONATS: MONISHA KALTENBORN

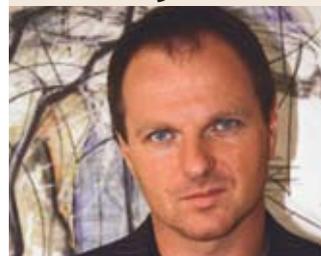
Die Teamchefin

Eine Männerdomäne bekommt Sprünge: Voraussichtlich mit Ende der laufenden Formel-1-Saison wird Monisha Kaltenborn die Leitung des Sauber-Teams übernehmen. Teamchef Peter Sauber designierte die 41-jährige Österreicherin, die das hinter dem Rennstall stehende Unternehmen bereits seit 2010 als CEO führt, zu seiner Nachfolgerin.

Kaltenborn wurde als Monisha Narang in Nordindien geboren und zog im Alter von acht Jahren mit ihrer Familie nach Österreich. Ihr Onkel arbeitete bei der Internationalen Atomenergie-Organisation (IAEO) in Wien, man wollte den Kindern eine bessere Ausbildung ermöglichen. Vom ursprünglichen Berufswunsch Astronautin verabschiedete sich das Mädchen bald. Stattdessen absolvierte sie in Wien das Jusstudium und schloss an der London School of Economics mit dem Master ab. Zunächst in Kanzleien in Deutschland und Österreich tätig, kam Kaltenborn 1998 nach einem Wechsel zur Fritz Kaiser-Gruppe in Liechtenstein erstmals mit der Formel 1 in Berührung, als sie die Rechtsangelegenheiten rund um das Engagement von Red Bull bei Sauber abwickelte. Ab Anfang 2000 leitete die Juristin die Rechtsabteilung bei Sauber und stieg 2001 in die Geschäftsführung auf. Beim Verhandeln von wasserdichten Verträgen mit Fahrern, Sponsoren und Zulieferfirmen machte sie sich in der Branche bald einen Namen – in der Öffentlichkeit war Kaltenborn bisher nur wenigen bekannt. Ihre Sonderstellung als Frau im Rennzirkus sieht sie recht entspannt: »Natürlich hat die Formel 1 ein gewisses Image. Aber es ist nicht so eine Macho-Szene, wie man glaubt.« Dass ein prominenter Ex-Teamchef sie ein Jahr lang für Peter Saubers Übersetzerin hielt, lässt sie heute nachsichtig schmunzeln. Gemeinsam mit der ehemaligen Rallye-Vizeweltmeisterin Michèle Mouton engagiert sich Kaltenborn in der Women & Motorsport Commission der FIA. Privat kämpft die mit einem Deutschen verheiratete Mutter von zwei Kindern mit der alltäglichen Balance zwischen Beruf und Familie, die auch anderen Frauen bekannt vorkommen dürfte. Wenngleich der Kommando-stand bei Formel-1-Rennen als Arbeitsort eher unüblich ist.

■ EDITORIAL

Wem die Steuer gehört ...



»Steuerflucht als ziviler Ungehorsam?«

ALFONS FLATSCHER,
HERAUSGEBER

»Wien und Bern schließen ein Abkommen, das heimische Steuersünder zur Kasse bittet – und eine breite Front aus Oppositionsparteien, honorigen Professoren und Selbstgerechten in den Redaktionen der heimischen Tageszeitungen ist entrüstet. Die Professoren Doralt und Mayer haben sogar verfassungsrechtliche Bedenken, weil es »brave« Steuerzahler durch die Regelung gegenüber den Sündern benachteiligt. Dabei gehen Kritiker noch mehr als die Regierungsvertreter von einer »nicht diskutierbaren« Meinung aus: Alles Einkommen gehört dem Staat und die Steuerbürger haben abzuliefern – ohne Wenn und Aber. Seit ich Korrespondent in den USA bin, weiß ich: Das kann man auch anders sehen, denn die Unabhängigkeit der heutigen Supermacht beruht auf einem simplen Gedanken. Die Obrigkeit hat nur Anspruch auf Loyalität der Bürger, wenn sie sich diese verdient. King George hat das zu spüren bekommen, die Amerikaner haben ihm einfach gesagt, er leiste nicht genug für sie – und reichten die Kündigung in Form der Unabhängigkeitserklärung ein. So kann man die Steuerflucht in die Schweiz auch als Akt zivilen Ungehorsams sehen. Eine Republik, die an breiter Front versagt, hat den Anspruch auf bedingungslose Unterstützung durch ihre Bürger verspielt – die Flucht in die Schweiz ist eine Art Abwahl der Regierenden.

■ INNOVATION

Provider für E-Mobility

MIT DER Gründung *eines E-Mobility Providers wollen Verbund und Siemens Österreich die Elektromobilität in Österreich fördern.* Geplant sind Kundenpakete zum Pauschalpreis und der österreichweite Ausbau der Ladeinfrastruktur.



SIEMENS-GENERAL WOLFGANG HESOUN setzt gemeinsam mit **Verbund-Boss Wolfgang Anzengruber** auf ein gänzlich neues Geschäftsfeld.

S IEMENS ÖSTERREICH und Verbund planen die Gründung eines Providers für E-Mobility in Österreich. Nachdem beide Unternehmen über die Plattform »Austrian Mobile Power« einige Jahre an der Forschung und Entwicklung in diesem Bereich beteiligt waren, wollen sie nun gemeinsam einen konkreten Schritt in die Praxis wagen. »Die Frage, die uns bewegt, ist, inwieweit es in Österreich gelingt, am Megatrend der E-Mobilität zu partizipieren«, so Verbund-Vorstand Wolfgang Anzengruber. Das gelte nicht nur für große Konzerne, sondern auch für kleine Unternehmen sowie Privatkunden.

» **Provider-Modell** «

Der E-Mobility-Provider soll alle für den Betrieb von Elektrofahrzeugen notwendigen Services bündeln und sowohl Firmen- als auch Privatkunden einheitliche Leistungspakete zu maßgeschneiderten Preisen anbieten sowie den Ausbau von Ladeinfrastruktur vorantreiben. Ähnlich den Lösungsansätzen der Mobilfunkbetreiber werden alle für den Betrieb von Elektrofahrzeugen relevanten Services zu einem Pauschalpreis angeboten. Die E-Autos werden dabei allerdings nicht, so wie bei Mobilfunk-Providern mit Handys üblich ist, vergünstigt bereitgestellt, sondern sind parallel zu beschaffen. Hier seien vielmehr die Rahmenbedingungen durch mögliche Attraktivitätsschaffungen der öffentlichen Hand, wie Gratis-Parkpickerl oder Steuervorteile, zu verändern, so Anzengruber.

» **Ausbau der Ladeinfrastruktur** «

Vorbehaltlich der kartellrechtlichen Genehmigung steht die Gründung des Unternehmens noch diesen Sommer bevor. Mit einem Eigenkapital von 20 Mio. Euro soll bis 2020 ein Investitionsvolumen von insgesamt 300 Mio. Euro erreicht werden. Bereits bis 2013 soll ein Gesamtpaket für Endkunden stehen. Weiters ist der

Aufbau eines dichten österreichweiten Ladenetzes mit rund 4.500 Ladestationen und unter anderem Schnelllade-Infrastruktur bis 2020 geplant. Der zur Verfügung gestellte Strom soll dabei zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen stammen. Insgesamt sollen bis 2020 zwischen 80.000 und 240.000 E-Fahrzeuge in Österreich unterwegs sein. Ab 90.000 Fahrzeugen wäre die Gewinnschwelle für das Partnerunternehmen erreicht.

» **Keinerlei Exklusivität** «

»Der E-Mobility-Provider Austria soll möglichst auf eigenen Beinen stehen«, so Wolfgang Hesoun, Generaldirektor von Siemens Österreich. »Wir bilden zusammen mit dem Verbund die Gründungsgesellschaft und stellen Kapital und Know-how zur Verfügung. Dabei streben wir keinerlei Exklusivität an.« Bis zur Gründung im Sommer werden noch eine Geschäftsführung und etwa rund 35 Mitarbeiter sowie ein »knackiger« Name für das E-Mobility-Unternehmen gesucht.

Weltweit vertreten und vernetzt

150.000 Kunden weltweit vertrauen der Quality Austria Trainings-, Zertifizierungs- und Begutachtungs GmbH.

qualityaustria

Erfolg mit Qualität

Quality Austria ist Ihr Partner für Erfolg mit Qualität.

EFQM
— InNet —
EUROPEAN ORGANIZATION FOR QUALITY

Quality Austria ist akkreditiert vom BMWFJ.

www.qualityaustria.com



»The Brussels Business«: Werden Österreicher gehört?

IST DAS VERTRETEN und, wichtiger, das Durchsetzen *von Interessen nur großen Konzernen aus Deutschland oder Frankreich vorbehalten?* Ein Klischee, das nur bedingt zutrifft. Auch für vermeintlich »kleine« Unternehmen gibt es genug Möglichkeiten, ihre Interessen in Brüssel effektiv zu vertreten. Man muss sie nur nützen. Dies trifft vor allem auf »hidden champions« zu.

EIN KOMMENTAR VON GILBERT RUKSCHCIO



Der Film »The Brussels Business« handelt die These ab, dass »die Lobby« – genauer gesagt: die »Wirtschaftslobby« – der eigentliche Entscheider in Brüssel sei. Hier denkt man primär natürlich an große deutsche oder französische Unternehmen. Klar: Die sind groß, die haben das Geld. Möchte man meinen. Doch meine jahrelange Beobachtung des EU-Parketts hat mich eines gelehrt: Es sind nicht automatisch die großen Konzerne, die ihre Interessen durchsetzen. Viel entscheidender als reine Größe und Quantität ist die Qualität: eine gute Strategie, das effektive Timing und die richtigen Botschaften.

Dies führt somit zu wahrlich interessanten Frage: Was haben österreichische Unternehmen in Brüssel zu sagen?

Oft hört man von Unternehmenslenkern in Österreich, kommt das Thema auf Interessensvertretung in Brüssel: »Wir sind ja viel zu klein,

das hat ja eh keinen Sinn.« Das ist nur bedingt richtig. Natürlich, Partikularinteressen eines einzelnen Unternehmens werden selten erhört, egal, wie groß oder klein dieses ist. Allianzen schmieden heißt hier das Zauberwort. Im Verbund mit anderen Betroffenen lässt sich gut veranschaulichen, dass Interessen eben nicht partikular, sondern vom allgemeinem Interesse sind. So können auch vermeintlich kleine österreichische Unternehmen auf dem Brüsseler Parkett reüssieren.

Ein anderes Argument, oft gehört: »Was interessiert mich eine Richtlinie, die in zehn Jahren in Kraft tritt.« Darauf sei erwidert, dass es beim Durchsetzen von Interessen auf EU-Ebene aufs Timing ankommt. Es stimmt: Richtlinien und Verordnungen entstehen in Brüssel in der Regel nicht von heute auf morgen, sondern im Lauf von mehreren Jahren. Auch wenn die Unternehmensspitze in der Zwischenzeit eine andere sein sollte, das Unternehmen bleibt gleich betroffen. Und je früher begonnen wird, sich mit dem Vertreten von Interessen zu befassen, desto größer ist die Chance, auch konkret mitzugestalten.

Sich im Interesse seines Unternehmens in europäische Politik zu involvieren, ist nicht eine Frage des »ob«, sondern des »wie«. Und es gibt auch vereinzelt österreichische Wirtschaftsboosse oder Branchenvertreter, die das verstanden haben und sich aktiv engagieren. Die Regel ist es jedoch nicht.

Eines darf nicht vergessen werden: In Brüssel kommt es nicht nur darauf an, wen man kennt, sondern fast noch mehr darauf, was man zu sagen hat. Unternehmen und ihre Lenker, die sich konstruktiv und nachhaltig in den Dialog einbringen, werden umso mehr geschätzt – und auch gehört. Ob es sich hierbei um ein »großes« oder »kleines« Unternehmen handelt, ist dann zweitrangig. Sicher, »große« Namen funktionieren eher als Türöffner als kleinere, nicht so bekannte. Aber gerade Österreich verfügt über un-



»IN BRÜSSEL kommt es nicht nur darauf an, wen man kennt, sondern fast noch mehr darauf, was man zu sagen hat«, weiß Gilbert Rukschcio aus seiner Erfahrung als Berater und Lobbyist in der EU-Hauptstadt.

zählige »hidden champions«, die in ihrer Nische oftmals unter den Weltmarktführern sind. Haben also österreichische Unternehmen in Brüssel was zu sagen? Man möchte antworten: Mehr als man glauben mag – weniger als möglich wäre.

ZUM AUTOR

»Gilbert Rukschcio studierte Politikwissenschaft in Wien und Aix-en-Provence. Seine berufliche Laufbahn startete er 2005 im Europäischen Parlament. Er ist geschäftsführender Gesellschafter von peritia communications und als Politikberater mit Tätigkeitsschwerpunkt in Brüssel für verschiedene österreichische und internationale Unternehmen und Verbände tätig. In seiner Kolumne »Nachricht aus Brüssel« versorgt er die LeserInnen der Report-Fachmedien mit Hintergrundinfos zu europäischen Fragen.

■ RISIKOMANAGEMENT

Mittelstand ohne Plan B



FEHLENDE KRISENSTRATEGIEN
orten C. Theuermann (li.)
und Gerhart Ebner.

ÖSTERREICHS MITTELSTÄND-
LER handeln überwiegend
risikobewusst, sind
aber auf Krisenfälle meist nicht

vorbereitet. Viele Unternehmen integrieren Risikomanagement bereits verstärkt in ihre tägliche Arbeit, bestätigt Christian Theuermann, Forschungskordinator an der FH Campus 02 in Graz. Gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen Risk Experts wertete die Studienabteilung für Rechnungswesen und Controlling für das Projekt »Risikomanagement im österreichischen Mittelstand« 356 Online-Fragebögen sowie 28 persönliche Interviews mit Führungskräften aus. Drei Viertel der Befragten beschäftigen sich demnach bereits mit Risikomanagement, ein Drittel sogar seit mehr als fünf Jahren. »Hier steigen das Bewusstsein und der Umsetzungsgrad – das Thema steht vor

einem Boom, der jetzt beginnt. Wir sehen in unserer Praxis allerdings, dass viele Maßnahmen sehr unstrukturiert passieren, wenig vernetzt sind und oft auch Professionalität vermissen lassen«, erklärt Theuermann.

Als Hauptrisiken für 2012 identifizieren die befragten Unternehmen für sich Konjunktur und Absatzmarkt (69 %) sowie den Wettbewerb (42 %). Auf den Ernstfall – die Betriebsfortführung nach wirtschaftlich einschneidenden Ereignissen – sind jedoch vier von fünf Unternehmen nicht vorbereitet. »Das Fehlen von Plänen zur Fortführung der Geschäftstätigkeit nach Schadens- und Störfällen kann dramatische Folgen haben. Wenn ein Schadenereignis eintritt bzw.

Schlüsselpersonen wegfallen, sind diese Unternehmen im Extremfall kopf- und planlos«, sagt Risk Experts-Geschäftsführer Gerhart Ebner. »Hier braucht es durchdachte Nachfolgeregelungen und einen regelmäßig überarbeiteten Business Continuity Plan für den wirtschaftlichen Fortbestand nach einem Schadensfall. Nur so kann ein Unternehmen rasch wieder »back to business« kommen.« Nachholbedarf gibt es in mittelständischen Betrieben auch bei der Anwendung von Risikokennzahlen. Entsprechende Software verwenden nur 6 % der befragten Unternehmen, in 39 % der Unternehmen werden die Regeln für das Risikomanagement nicht einmal dokumentiert.

■ IT-INFRASTRUKTUR

Fitness schützt vor Strafen

DIE FINANZKRISE AB 2008 traf die Bankenwelt hart. Nachdem das Größte nun überstanden scheint, rüstet man sich für die Zukunft. Die Eigenkapitalvorschriften werden verschärft, die G20-Staaten haben mehr als 4.000 Seiten regulatorische Anforderungen an die Finanzbranche ausgearbeitet.

Der Outsourcingspezialist und Collocationanbieter Interxion hat gemeinsam mit dem Branchenanalysten JWG eine Studie zu den Auswirkungen der Finanzmarktregulierung auf die IT-Infrastrukturen von Banken- und Versicherungsunternehmen vorgestellt. »Unternehmen müssen nun Vorschriften wie Basel III und Solvency II genau beachten. Auch andere Verordnungen haben erhebliche Auswirkungen auf die IT-Infrastrukturen sowie das Kontroll-, Berichts- und Dokumentationswesen. Doch nicht alles ist heute klar ausformuliert«, warnt Rutger ter Hoeven, Marketing Manager Financial bei Interxion. Die Regelungen erfordern bereits ab 2012 die Anpassungen der IT-Infrastrukturen, »deren Ausweitung und Umsetzung die Branche bis zum Ende des Jahrzehnts beschäftigen werden«.

Entsprechend der Studie glauben 71 % der Befragten, dass sie ihre Altsysteme bis zum Ablauf der Frist im Jahr 2015 nicht vollständig aktualisieren können. 40 % räumen ein, dass ihre IT-Infrastruktur die Anforderungen der bevorstehenden Regulierung nicht abbilden kann, 30 % benötigen die Unterstützung externer Rechenzentren. Für JWG-Chef PJ Di Giammarino zählt vor allem eines: Die Finanzinstitute müssen ihre IT fit machen. Versäumnisse bei Datenschutz oder Service-Levels können Strafen von bis zu 5 % des Jahresumsatzes ausmachen.

BUSINESS-LEASING

**INVESTIEREN, ABER
CASH BEHALTEN?**

EINFACH
MEHR
LIQUIDITÄT!

BUSINESS LEASING

Ganz einfach mit dem Fuhrpark-,
Mobilien- und Immobilien-Leasing
der BAWAG P.S.K. Leasing.
Infos unter 0810 20 52 51
www.leasing.at



Die Kraft des Kleingedruckten

DAS AMERIKANISCHE Rechtssystem *hat schon so manches Unternehmen in die Knie gezwungen*. Aber Konzerne haben jetzt einen Weg gefunden, die Gerichte auszuschalten: das Kleingedruckte!

VON ALFONS FLATSCHER, NEW YORK



BLINDE JUSTIZIA. Das US-Gerichtssystem lässt sich überraschend simpel ausmanövrieren – per Unterschrift.

Gerichte in den USA haben schon so manches Unternehmen das Fürchten gelehrt. Das Zauberwort heißt »punitive damage« und es erlaubt den Geschworenen, neben Schadenersatzzahlungen auch Strafzahlungen aufzuerlegen, die abschreckend wirken sollen. Philip Morris, der Tabakkonzern, kann davon ein Lied singen. Die Klägerin Mayola Williams etwa bekam, nachdem ihr Mann an Lungenkrebs gestorben war, 821.485 US-Dollar an Schadenersatz und 79,5 Millionen als Bußgeld.

Deshalb tun Unternehmen alles, um nicht vor den Kadi gezerrt zu werden. Sie haben aus solchen Fällen gelernt und setzen nun auf das Kleingedruckte – und es erweist sich, dass die Lösung für komplexe Probleme in einem einfachen Satz liegt: »Streitfragen sind nicht vor Gericht, sondern in einem Schiedsverfahren zu lösen.« Das ist die neue Zauberformel, die in unzählige Geschäftsbedingungen Eingang findet und tatsächlich vor dem Höchstgericht Stand hält. Der Oberste Gerichtshof in Washington hat vor

wenigen Wochen so entschieden und nun sprechen Experten von einer Revolution. »Mit dieser Entscheidung ist der Fluchtweg aus dem Gerichtssystem eröffnet«, schreibt Gary Paul, der Präsident der amerikanischen Richtervereinigung.

Der Telefonkonzern AT&T hat es vorgemacht und in all seine Mobilfunkverträge die Formulierung eingebaut. Der Kniff ist so simpel, dass man kaum glauben mag, dass er tatsächlich wirkt. Das Kleingedruckte, das mittlerweile bei jeder Internet-Transaktion aufgerufen und meistens ungelesen angeklickt wird, schafft nun neue Realitäten. Bisher konnten Bestimmungen erfolgreich bekämpft werden, die den Kunden einseitig einschränkten, sie wurden schlicht als sittenwidrig aufgehoben und es wurde argumentiert, dass der Konsument einzelne Geschäftsbedingungen gar nicht verhandeln könne und ihnen deshalb einfach zustimmen müsse, wenn er eine Dienstleistung überhaupt in Anspruch nehmen wolle. Aber das Höchstgericht entschied vor einem Jahr für AT&T und legte jetzt im Fall Compucredit gegen Greenwood nach.

Die Familie Greenwood hat im konkreten Fall das Kreditkartenunternehmen Compucredit geklagt, weil es einen Kredit über 300 Dollar bekommen hat, dafür aber 257 Dollar Spesen bezahlen musste. Die Familie fühlte sich getäuscht und wollte mit anderen Geschädigten zusammen die faule Praxis anprangern und hatte zunächst beim Bezirks- und Landesgericht Recht bekommen. Die Höchstrichter aber kannten keine Gnade und entschieden gegen die Greenwoods, weil sie gar kein Gericht hätten anrufen dürfen – es stand im Kleingedruckten. Die Entscheidung fiel mit fünf gegen vier Stimmen und Höchstrichter Scalia schrieb die Mehrheitsmeinung, dass Verträge »gültig, unwiderrufbar und durchsetzbar sind«, solange sie keine gesetzeswidrigen Bestimmungen enthalten. Ein Schiedsverfahren statt dem Rechtsweg im Falle eines Streites festzulegen, ist zweifelsfrei gesetzeskonform.

Damit werden Regeln neu geschrieben, wie die Empfehlung der auf Arbeitsrecht spezialisierte Kanzlei Nixon & Pebody an ihren Klienten zeigt: »Nach dieser Entscheidung, die weitreichende Konsequenzen hat, empfehlen wir Unternehmen, Bestimmungen in die Arbeitsverträge aufzunehmen, die Schiedsverfahren statt Gerichtsverfahren festschreiben und explizit festlegen, dass Verträge nicht mehr in Form von Sammelklagen, sondern nur mehr einzeln angefochten werden können.«

Der einsetzende Run auf Schiedsverfahren ist eine Art Privatisierung der Streitschlichtung, indem der Richter durch ein frei wählbares Gremium ersetzt wird, das in seiner Entscheidungsfindung nicht unbedingt an rechtliche Bestimmungen gebunden ist, aber letztgültige Sprüche verfasst. Berufungen sind nicht möglich.

Das Kleingedruckte stellt jetzt ein ganzes System auf den Kopf.

■ STUDIE

Weiterbildung motiviert

UNTERNEHMEN, die Weiterbildungsmöglichkeiten anbieten, sind attraktivere Arbeitgeber. Das belegt eine aktuelle Studie der Deutschen Universität für Weiterbildung (DUW), für die 1.002 Erwerbstätige zwischen 25 und 65 Jahren befragt wurden. 43 % der 25- bis 35-Jährigen halten Weiterbildungsangebote für sehr wichtig, für 60 % dieser Altersgruppe sind diese sogar ausschlaggebend für die Jobwahl. »Arbeitgeber müssen die Nachwuchskräfte anders als bisher ansprechen, wenn sie sie gewinnen, motivieren und langfristig binden wollen«, erklärt Ada Pellert, Präsidentin der DUW.

Mit zunehmenden Alter verlieren Weiterbildung wie auch Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten an Bedeutung. Angesichts des demografischen Wandels sollten Unternehmen aber auch die Generation 50+ stärker fördern, so die Expertin. Die Bereitschaft der Mitarbeiter wäre grundsätzlich vorhanden: 54 % aller Befragten gaben an, ihren Arbeitgeber gezielt nach Weiterbildungsmöglichkeiten auszusuchen. Unternehmen mit entsprechenden Angeboten können ihre Mitarbeiter – unabhängig vom Alter – besser motivieren, meint Pellert. Denn jeder Fünfte ist mit den Potenzialen im derzeitigen Job unzufrieden und zu einem Wechsel bereit.



A. PELLERT, DUW: »Nachwuchs motivieren.«

■ CODE OF CONDUCT

Boomender Markt

Compliance als Schwerpunkt wird von dem heimischen E-Learning-Anbieter bit media seit 2004 angeboten – als in Deutschland aufgrund eines allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes entsprechende Bildungsprogramme in Unternehmen notwendig geworden waren. Im Lauf der Jahre gesellten sich Verhaltenskodizes wie etwa zu Geschenkkannnahmen dazu. Heute setzen Organisationen wie der TÜV Rheinland auf den Learninganbieter aus Graz, wenn es um die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter geht.

Die Steirer bieten ein breites Paket rund um den »Code of Conduct« in der Wirtschaft – nach jüngsten Parteifinanzierungs- und Korruptionsskandalen in Österreich auch hierzulande ein boomender Markt. Dem beigemischt werden je nach Bedarf Module zu Informationssicherheit, Brandschutz und andere Lernprogramme, beispielsweise zu Verhaltensregeln bei der Nutzung von Social Networks. »Unternehmen haben mitunter andere, vielleicht sogar strengere Richtlinien zu Geschenkkannnahmen als die europäische Richtlinie, die einen maximalen Wert einer Zuwendung von 25 Euro bestimmt«, erläutert Irmgard Hoislbauer. Die Kursinhalte lassen sich an die einzelne Firmenkultur anpassen. Mit dem offiziellen Charakter eines E-Learning-Kurses ließen sich der bit-Expertin zufolge Mitarbeiter problemlos zur Kurs Teilnahme bewegen. Für die Unternehmen weist die Dokumentation der Nutzung von Lern- und Prüfungsmodulen die innerbetrieblichen Weiterbildungsmaßnahmen transparent nach.

www.bit.at

www.erstebank.at www.sparkasse.at

Find us on Facebook

Stellt Ihre Bank das Geld zur Verfügung, das Sie für Ihr Unternehmen brauchen?

ERSTE  **SPARKASSE** 
In jeder Beziehung zählen die Menschen.

Die vorherrschenden Rahmenbedingungen fordern Unternehmer, bieten aber auch Chancen. Wir geben Ihnen die Mittel, diese Chancen zu nutzen. Mit aktuellen Förderungen und unseren Finanzierungsmöglichkeiten stellen Sie heute die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft Ihres Unternehmens. Mehr über unsere Lösungen für Investitionen, zur Liquiditäts- und Risikoabsicherung erfahren Sie bei Ihrem Kommerzkundenbetreuer in jeder Erste Bank und Sparkasse. Relevante Wirtschaftsnachrichten für Ihr Unternehmen gibt es auf newsroom.sparkasse.at