



DIE MASSE MACHT'S

Erfolg durch Crowd-Strategien



/ DIE MASSE MACHT'S
Strategien für erfolgreiches Crowdfunding

/ JW BUNDESTAGUNG 2013
Treffpunkt Süden

/ MEIN KUNDE, MEIN
INNOVATIONSLABOR
Innovationssprünge durch Kundeneinbindung

/ SERVICE
Tipps für junge UnternehmerInnen

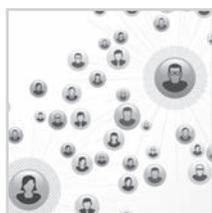


**GENUG IST GENUG
ZU VIELE
STEUERN
GEFÄHRDEN JOBS**

**UND DAMIT
UNS ALLE!**

Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut.

wko.at/klartext



THEMA

- 04 **DIE MASSE MACHT'S**
Crowd-Strategien
- 06 **MEIN KUNDE. MEIN
INNOVATIONSLABOR**
Usergenerierte Innovation
- 08 **GELD HER!**
Neue Finanzierungskultur



SERVICE

- 12 **SO GEHT'S**
Startkapital in wenigen Stunden
- 22 **MEHR WOLLEN. MEHR
WISSEN**
Ein mentales JW-Erfolgspackage
- 24 **ERFOLG OHNE WORTE**
Körper-Kommunikation mit Samy Molcho



BRANCHEN-NEWS

- 28 Informationen und Tipps
aus allen Sparten



THEMEN & THESEN

- 30 **BÜCHER, DIE UNS
WEITERBRINGEN ...**
Themen, Thesen – lesenswert



MENSCHEN MIT IDEEN

- 32 Was tut sich in den Bundesländern?

Wir danken unseren Partnern:



HERZLICH WILLKOMMEN



/ Mag. Elisabeth Zehetner
Bundesgeschäftsführerin Junge Wirtschaft

Crowdfunding ist mehr als nur ein Modetrend. Gerade für junge Unternehmen entwickelt sich damit eine neue Finanzierungsform. Die nach wie vor bestehenden Unsicherheiten im weltweiten Finanzsystem und strengere Regulierungsvorschriften für die Kreditwirtschaft machen vor allem für kleine und mittlere Unternehmen den Zugang zu Finanzierungen immer schwieriger. Crowdfunding bietet die Möglichkeit, Projekte und Unternehmen mittels einer großen Masse an Investoren finanzieren zu können. Deshalb steht die aktuelle Ausgabe des JW-Magazins auch unter dem Titel „Die Masse macht's!“. Wir zeigen darin die Aspekte des Crowd-Potenzials auf und präsentieren erfolgreiche Praxisbeispiele.

Dass die Junge Wirtschaft in Sachen Crowdfunding in Österreich das Tempo vorgibt, zeigt auch unsere gemeinsam mit dem European Crowdfunding Network veranstaltete Crowdfunding Convention. Über 100 hochkarätige nationale wie internationale Gäste, darunter Vertreter der Europäischen Kommission, den USA, Israel, Großbritannien, Italien und Deutschland waren sich darüber einig, dass wir eine rasche Umsetzung von entsprechenden Rahmenbedingungen für Crowdfunding brauchen. Die Junge Wirtschaft arbeitet intensiv daran.

Apropos Crowd: Die JW-Crowd zieht es Ende September natürlich wieder zur größten Jungunternehmerveranstaltung Österreichs, der JW-Bundestagung. Unser heuriger Treffpunkt liegt im Süden – in Klagenfurt am Wörthersee. Mit einem Top-Programm kurz vor der Nationalratswahl sagen wir, was für die Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer im nächsten Regierungsprogramm verankert werden muss. In diesem Sinn: Gemeinsam erreichen wir mehr!

Elisabeth Zehetner

Mag. Elisabeth Zehetner

PS: In mehreren Ausgaben des JW-Magazins haben wir sie gefordert, mit 1. Juli ist die 10.000 Euro-GmbH Wirklichkeit. Für Gründer bedeutet das: Bei einer GmbH-Gründung muss man nur mehr 5.000 Euro bar einzahlen. Die Mindest-Körperschaftssteuer sinkt damit von 1.750 auf 500 Euro pro Jahr. Die von uns durchgesetzte Herabsetzung des Mindeststammkapitals von 35.000 auf 10.000 Euro entschärft eine große Hürde bei den Unternehmensgründungen. Sie fördert die rasche Umsetzung kreativer Geschäftsmodelle und verhindert die Abwanderung von Gründern ins Ausland. So soll's weitergehen für Österreichs Jungunternehmer!

DIE MASSE MACHT'S

DAS THEMA „CROWD“ IST IN ALLER MUNDE. BIETEN CROWD-STRATEGIEN NEUE FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR JUNGE UNTERNEHMEN? DAS JW-MAGAZIN ZEIGT AUF, WAS ES MIT DER „CROWD“ AUF SICH HAT – UND WO SIE UNS WIRKLICH NÜTZEN KANN.

Zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe hatten mehr als 14.800 registrierte Nutzer über die deutsche Crowdfunding-Plattform Seedmatch mehr als 6,2 Millionen Euro Kapital investiert und damit 40 Projekte finanziert. Seedmatch zeigt bereits seit dem Jahr 2010, wie Crowd-Strategien funktionieren können. In Österreich stecken Crowdfunding und Crowdinvesting noch in den Kinderschuhen. Die ersten Gehversuche sind allerdings sehr erfolgreich. Seit März ist die Crowdfunding-Plattform Conda online – seitdem gab es 60 Anfragen vom Biobauern bis zum Start-up, vom Immobilienprojekt bis zum industrienahe Unternehmen.

Wie funktioniert das?

Crowdfunding ist ein weltweites Milliardengeschäft, vor allem im Kunst- und Kulturbereich: Bei diesem Spendenmodell geben Wohltäter einen gewissen Geldbetrag und erhalten dafür ein kleines Dankeschön. 2009 wurde in den USA die Crowdfunding-Plattform kickstarter.com gegründet. Das gleichnamige StartUp-Unternehmen mit Sitz in New York gilt als Vorreiter und erfolgreichster Anbieter dieses Finanzierungstyps. Vor allem Künstler und Erfinder können sich für unterschiedliche

Projekte wie Filme, Musikalben, Spiele oder Technik um finanzielle Unterstützung bemühen – und auch direkten Kontakt zu Fans und Interessenten herstellen. Denn die Crowd bringt nicht nur Geld, sondern kann auch mit Inputs und Ideen bei der Entwicklung von (neuen) Projekten und Produkten helfen.

Während Crowdfunding in den USA seinen Anfang nahm, hat beim Crowdinvesting Europa die Nase vorn. Dabei geht es den Geldgebern nicht um Engagement oder Charity, sondern um den finanziellen Profit. Bei dieser Finanzierungsform beteiligen sich mehrere Personen (Mikroinvestoren) mit geringen Geldbeträgen über eine Internetplattform an jungen Unternehmen. Derzeit wird das European Crowdfunding Network aufgebaut. Die Branche ist gut vernetzt, man arbeitet miteinander statt gegeneinander. Alle sehen dasselbe Potenzial und alle kämpfen mit den gleichen Hürden, etwa Haftungsfragen oder der Prospektspflicht. „Es ist unerlässlich, die Rahmenbedingungen für alternative Finanzierungsformen, insbesondere Crowdfunding, zu verbessern. Dort gibt es viel Potenzial“, sagt der Bundesvorsitzende der Jungen Wirtschaft, Markus Roth. Eine Arbeitsgruppe von WKÖ und Junger

Wirtschaft mit externen Experten und betroffenen Unternehmen hat daher konkrete Vorschläge vorgelegt, um alternative Finanzierungsformen zu forcieren: Um Crowdfunding auf rechtlich sichere Beine zu stellen, schlägt die WKÖ eine Änderung des Begriffs des „Einlagengeschäfts“ im Bankwesengesetz vor, wonach die Finanzierung realwirtschaftlicher Projekte, wie etwa der Kauf einer Maschine, dem Unternehmen vorbehalten und nicht als Bankgeschäft angesehen wird. Im Kapitalmarktgesetz soll es statt der bisherigen Untergrenze für die Prospektspflicht von 100.000 Euro ein „Phasing-in“ geben, bei dem der von der EU vorgegebene Spielraum genutzt wird: Demnach soll es eine Informationspflicht „Mini“ für Projekte ab 500.000 Euro geben, außerdem eine erweiterte Informationspflicht „Midi“ für Projekte ab 2,5 Millionen Euro und die Prospektspflicht „Maxi“ ab der von der EU schon jetzt zugelassenen Obergrenze von 5 Millionen Euro (s. auch Kommentar Seite 5).

Win-win-Situation

Gerade in der Anfangsphase ist es für Unternehmen schwierig, an Geld zu kommen. Die Crowd springt ein, wo sich Banken mit der Finanzierung

schwer tun. Crowdfunding schließt damit eine Finanzierungslücke. Ob ein Unternehmen Geld lukrieren kann, hängt nach einer Untersuchung der Technischen Universität Ilmenau vor allem von drei Faktoren ab: einem gelungenen Vorstellungsvideo, einer professionellen Projektbeschreibung und einer guten Kampagnenplanung inklusive kontinuierlicher Anleger-Kommunikation.

Doch nicht nur die Unternehmen profitieren von diesen alternativen Finanzierungsformen, auch für die Investoren eröffnen sich neue Möglichkeiten. Viele sind durch die Finanzkrise verunsichert und von den Banken enttäuscht. „Anleger wollen wissen, was genau mit ihrem Geld geschieht, wollen näher dran sein, sich offen mit jenen austauschen, die mit ihrem Investment arbeiten“, sagt der Berliner Crowdfunding-Experte Wolfgang Gumpelmaier im Magazin GDI Impuls, einem Schweizer Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft und Handel. Geldgeschäfte sollen wieder eine persönliche und nachvollziehbare Angelegenheit werden. Statt in Aktien und Fonds zu investieren, steigen immer mehr Investoren bei kleinen Unternehmen ein. Der durchschnittliche Crowdinvestor ist männlich, internetaffin und zwischen 25 und 50 Jahre alt. Die meisten verdienen überdurchschnittlich gut, viele kommen aus der IT- oder der Beratungsbranche.

Crowdfunding ist ein Risikogeschäft: Geht ein Unternehmen pleite, ist das Geld futsch. Dessen müssen sich die Investoren bewusst sein. Andererseits kann man gute Gewinne machen. Und zwar mit relativ geringem Einsatz: Über die österreichische Plattform Conda kann man zwischen 100 Euro und 3.000 Euro in ein Unternehmen investieren. Das Durchschnittsinvestment liegt bei 500 bis 600 Euro.

Natürlich wollen die Investoren Gewinne machen – aber nicht nur. Es geht auch um das Gefühl, dabei zu sein, eine gute Idee zu unterstützen, etwas Besonderes im Portfolio zu haben. Die Firmen halten ihre Investo-

ren auf dem Laufenden, bitten um Rat und Diskussion. Die Crowd liefert also nicht nur Geld, sondern auch Ideen und Vorschläge. Investoren können die Unternehmen auf den Plattformen bewerten und werden so für andere zum Gütesiegel. Was für die Unternehmen noch viel wichtiger ist: Der Charme wird zum kostenlosen Marketing-Instrument. Denn wer von einer Idee begeistert ist, erzählt anderen davon. Mundpropaganda par excellence.

Selbst ist die Crowd

Das Schweizer Wissensmagazin GDI beschreibt eine weitere Crowd-Strategie, die den Banken Konkurrenz machen könnte: Peer-to-Peer-Plattformen. Seit 2008 ist die Schweizer Kreditplattform Cashare online. Wer einen Kredit braucht, stellt sein Anliegen unter einem Pseudonym online. Die Anleger suchen sich aus, wofür sie ihr Geld verleihen, und bekommen dafür durchschnittlich 7 bis 8, maximal aber 15 Prozent Zinsen; die Plattform kassiert eine Vermittlungsgebühr. Ein Online-Shop für Modeschätze aus dem Ausland ist bereits finanziert, ein Hemdenservice braucht Geld für eine neue Maschine, eine Mutter sammelt Geld für die Operation ihrer Tochter, ein junger Mann will mit seiner Freundin zusammenziehen und eine Weiterbildung finanzieren. Die Kreditgeber entscheiden, wen und welches Projekt sie finanzieren. Ob die Angaben wirklich stimmen, wissen sie nicht, aber die Geldgeber haben Vertrauen und mögen den Gedanken, Menschen zu helfen. GDI zitiert den deutschen Finanzexperten Claus Lehmann, der die neuen Kreditplattformen seit einiger Zeit beobachtet: „Im Grunde hätten sie das Potenzial, die Bankenwelt aufzumischen, wie damals Napster die Musikverlage.“ Doch während Kreditplattformen in den USA und in England boomen, scheinen sie in den deutschsprachigen Ländern ein Nischenprodukt zu bleiben. Auch Crowdfunding besetzt derzeit lediglich eine Nische. Doch die Geldanlage im Schwarm gewinnt an Bedeutung – auch in Österreich. \

UMFRAGE

ÖSTERREICHER OFFEN FÜR CROWDFUNDING

Eine Umfrage des market-Instituts im Auftrag der Jungen Wirtschaft unter 1.000 Österreichern zeigt:

- Rund 56 Prozent der Befragten können sich vorstellen, in ein bestehendes Unternehmen in der Umgebung zu investieren, das für die Umsetzung eines Projekts viele kleine Investoren sucht – mit einer durchschnittlichen Investitionshöhe von 700 bis 750 Euro.
- Die Befragten sind nicht nur bereit in etablierte Unternehmen mit Hilfe von Crowdfunding zu investieren, sondern auch in Startups. 52 Prozent der Befragten können sich vorstellen, einen jungen Menschen in ihrer Umgebung zu unterstützen, der mit einer guten Idee ein Unternehmen gründen möchte. Rund ein Viertel zeigt sich sogar bereit, mehr als 1.000 Euro in die Verwirklichung einer jungen Geschäftsidee zu investieren.
- Die Motive für Investitionen in Crowdfunding-Projekte sind vielschichtig. So geben 92 Prozent an, ein derartiges Projekt zu unterstützen, wenn sie von der Idee überzeugt sind. 91 Prozent beurteilen eine Projektunterstützung als „sehr interessant“ oder als „interessant“, wenn man klar erkennen kann, wie das Projekt umgesetzt werden soll. Ein weiteres Motiv ist die Möglichkeit, mit kleinen Beträgen einzusteigen: 90 Prozent ziehen diesen Punkt als ein Entscheidungskriterium heran.

MEIN KUNDE, MEIN INNOVATIONSLABOR

USERGENERIERTE INNOVATION IST ALS SCHLAGWORT SCHON LANGE IN DISKUSSION. ABER WAS HEISST DAS WIRKLICH? WELCHE INNOVATIONSSPRÜNGE LASSEN SICH DURCH DIE EINBINDUNG DER KUNDEN IN DIE PRODUKTENTWICKLUNG MACHEN? INNOVATIONSEXPERTEN GEBEN ANTWORTEN.

Während früher Innovationen vor allem durch die Chefs und die Entwicklungsabteilungen vorangetrieben wurden, werden heute immer öfter die Mitarbeiter, die Kunden



und sogar die Bevölkerung eingebunden, um neue Produkte zu generieren, zu bewerten und zu finanzieren.

„Crowdsourcing ist in den letzten Jahren immer beliebter geworden. Dabei wird die Masse als Teil der Wertschöpfungskette verwendet. Der Vorteil ist klar: ein Produkt, das von vielen Kunden als perfekt beschrieben wird, sollte eher produziert werden, weil es auch eher gekauft wird“, sagt Crowdsourcing-Experte **Markus Roth**, Geschäftsführer des IT-Unternehmens creative BITS group und Vorsitzender der Jungen Wirtschaft.

Die einfachste Form von Crowdsourcing ist die Befragung der eigenen Kunden. Will zum Beispiel ein Getränkehersteller ein neues Produkt entwi-

ckeln, hätte der herkömmliche Weg so ausgesehen: Die Entwicklungsabteilung schlägt Sorten vor, das Management entscheidet, welche interessant sein könnten, die Entwicklungsabteilung produziert diese als Prototyp und dann werden die neuen Sorten in einer Marktrecherche einem Testpublikum vorgestellt. Der alternative Weg mit Crowdsourcing könnte so funktionieren: Der Unternehmer schreibt seine Kunden an und bittet sie: „Helfen Sie mit, das neue Produkt zu designen.“ Er stellt Fragen nach den momentanen Produkten, erhebt, was gut und was schlecht ist, er stellt neue Produktideen vor und fragt die Kunden, was diese gerne hätten. Außerdem können die Kunden eigene Vorschläge einbringen, die wiederum von allen anderen bewertet werden. Die am besten bewertete Sorte wird produziert und die Kunden werden darüber informiert.

„Der Riesenvorteil an dieser Methode ist, dass nicht mehr am Markt vorbei produziert wird“, erklärt Roth: „Die Kunden fühlen sich wertgeschätzt, weil sie nach ihrer Meinung gefragt werden. Die Stammkundenbindung ist besser, der Absatz höher. Denn Produkte, die von einem Kunden vorgeschlagen wurden, haben eine drei Mal höhere Chance, auch von diesem Kunden gekauft zu werden. Und Produkte, die von anderen Kunden als positiv bewertet werden, erreichen ein Absatzplus von durchschnittlich 40 Prozent.“ Crowdsourcing

kann sogar noch weiter gehen. „Firmen wie Proctor & Gamble lassen durch ihre Kunden sogar komplexe neue Produkte konstruieren“, weiß Roth.

Vom Lokal bis zum IT-Dienstleister

Beispiele für Crowdsourcing gibt es viele: „Reisebüros lassen sich von ihren Kunden Erlebnisberichte und Fotos aus dem Urlaub zur Verfügung stellen und erweitern, damit den Reisekatalog. Außerdem bewerten die Kunden die Reise und helfen dadurch anderen dabei, zu entscheiden, wo sie hinfahren“, erzählt Roth: „Cafés verwenden Crowdsourcing, um zum Beispiel über Tischaufsteller ihre Kunden zu fragen, wie diese mit dem Service und dem Angebot zufrieden sind und was sie sich noch wünschen würden.“ Möbelproduzenten lassen bestimmen, welche



neuen Stücke in die Produktpalette aufgenommen werden. Werbeagenturen lassen sich (für wenig Geld) neue

Slogans, Werbemusik, Konzepte von Fach-Communities erstellen. IT-Dienstleister verwenden die IT-Fach-Crowd, um Dinge entwickeln zu lassen, für die sie keine Ressourcen oder wo sie keine Expertise haben.

„Auch die Arbeitgeberbewertungsportale sind nichts anderes als Feedback von der Crowd“, ergänzt Conda-Geschäftsführer **Daniel Horak**: „Erfolgreiche Unternehmen schauen sich die Bewertungen an und können sich auf Basis dessen weiterentwickeln.“

Das Internet macht es einfacher

Viele Firmen binden ihre Kunden schon sehr lange in die Verbesserung von Produkten ein. Die Idee ist also nicht neu, nur hat das Kind jetzt auch einen Namen. Außerdem haben Webtechnologien und neue Medien auch neue Möglichkeiten geschaffen. „Der Vorteil für die Unternehmen liegt klar auf der Hand: Ich bekomme rasches Feedback von meinen Kunden oder denen, die es noch werden wollen. Und ich habe über das Internet einen Kommunikationskanal, der mir ermöglicht, zu interagieren und meinen Kunden auch direkt Antwort auf ihre Ideen zu geben. Ich kann außerdem die Kundenbindung verbessern, wenn ich einer ausgewählten Kundengruppe vorab Informationen zukommen lasse und diese damit noch mehr an mein Unternehmen binde“, sagt jumpandup-Geschäftsführer **Michael Fink**. Er sieht seine jumpandup-Plattform nicht nur als Präsentation für Projekte, sondern auch als Kommunikationsmittel für die Projektwerber und die Geldgeber. Die „Jumper“, die sich Projekte ansehen, können diese bewerten und auch offensiv

fragen. Sie erhalten relativ rasch eine Rückmeldung von den „Creators“, also den Projekteinstellern.

Auch Daniel Horak konzentriert sich mit seiner Plattform Conda auf das Thema Crowd-Finanzierung, er will aber ebenfalls den Unternehmen die Möglichkeit geben, mit ihren Investoren in Interaktion zu treten und so das eigene Produkt weiter zu entwickeln. „Bei unserer Gründerwerkstatt bekommt man für



jedes Projekt, das man einträgt, Feedback und Kommentare von den Usern. Das ist eine Voting-Funktion wie das Like bei Facebook“, erklärt Horak: „Man sieht, ob nur fünf oder 100 Leute die Idee mögen. So kann man Feedback einholen, bevor es an die Finanzierung geht.“ Wohnwagon, ein Minihaus aus Holz, ist eines der beiden Projekte, die über Conda derzeit Geldgeber suchen. Investoren und Interessenten waren von Anfang an in die Produktentwicklung eingebunden: „Man kann sich das ganze Konzept online anschauen. Derzeit wird zum Beispiel das Heizsystem auf Feedback eines Investors mit Ingenieurbackground geändert“, erzählt Horak. „Es gab auch schon ein Event mit etwa 60 Investoren. Bei der Diskussion kam zum Beispiel ein inter-

essanter Input für neue Absatzmärkte: Ein Investor kennt jemanden, der sich den Wohnwagon gerne als externes Gästezimmer in den Weingarten stellen würde.“

Während Crowdsourcing für viele Startups schon ganz normal ist, muss man bei anderen Unternehmen noch mehr Bewusstsein für das Thema Open Innovation schaffen: „Man muss rausgehen, über die eigene Idee und das eigene Unternehmen sprechen und sich immer wieder aktiv um Feedback kümmern. Das macht den Charme der Crowd-Initiative aus“, so Horak. Wer auf diesen Charme setzt, muss jedoch aufpassen, wo er sich sein Feedback holt. „Vor allem große Unternehmen laufen Gefahr, dass sie von ihren Kunden nur solche Informationen bekommen, die sie ohnehin kennen. Wenn man breiter streut, kriegt man Ideen, an die man noch nicht gedacht hat. Man muss ganz andere Gruppen ansprechen, wenn man wirklich innovative Ideen sucht“, erklärt Horak: „Das muss man nicht selbst tun. Es gibt Innovationsagenturen, die so etwas strukturiert und in einem Prozess machen.“

Wer sich selbst auf die Suche nach innovativen Ideen macht, sollte sich an der „Power of the Crowd“ orientieren und nicht zu sehr auf Einzelmeldungen hören. „Nicht immer haben die, die am lautesten schreien, auch Recht. Man muss hier schon aufpassen, sonst realisiert man einzelne Befindlichkeiten und das soll nicht sein. Erst ab einer gewissen Stichprobe bekommt man auch ein qualitativ hochwertiges Ergebnis“, betont Horak. Dann können Kunden zum Innovationslabor werden. \



**Markus Roth, Geschäftsführer creative BITS group,
Bundesvorsitzender der Jungen Wirtschaft**

Junge Wirtschaft
www.jungewirtschaft.at

GELD HER!

ÖSTERREICH BRAUCHT EINE NEUE FINANZIERUNGSKULTUR FÜR JUNGE UNTERNEHMEN – DIE CROWD IST EIN TEIL DER LÖSUNG.

Das Problem liegt auf dem Tisch: Viele innovative Geschäftsideen und Expansionsprojekte scheitern an fehlender Finanzierung. Die aktuelle Finanzierungssituation macht gemeinsam mit strengeren Eigenkapitalvorschriften durch Basel III – die für KMU dank WKO-Einsatz erheblich gelindert wurden – den Zugang zu Fremdkapital jedenfalls nicht einfacher. Da sind Banken zurückhaltender geworden. Das Ergebnis: Österreich könnte noch mehr Potential für junges Wachstum und unternehmerische Innovation verlieren. Aber so kann's nicht weitergehen. Deshalb setzt sich die Junge Wirtschaft intensiv für neue Finanzierungsformen ein. Mit konkreten Erfolgen: Die Politik hat die Notwendigkeit und den Handlungsbedarf bei alternativen Finanzierungsformen erkannt. Das zeigen auch die parlamentarischen Enqueten zum Thema Crowdfunding und zu Bürgerbeteiligungsmodellen. Mit der von uns gehosteten internationalen Crowdfunding Convention haben wir gezeigt, was alles möglich ist. Um Crowdfunding in Österreich auf solide rechtliche Beine zu stellen, haben wir gemeinsam mit einer Expertenrunde einfache Änderungen ausgearbeitet.

Denn jetzt geht es um Taten, die wirken. Die Politik ist gefordert, die richtigen Rahmenbedingungen zur Hebung dieses Potenzials zu schaffen. Sonst wandern unternehmerisches Potenzial und Innovation ins Ausland ab. Start-ups folgen schließlich dem Geld. Um Crowdfunding in Österreich auf eine solide Rechtsbasis zu stellen und vernünftig nutzbar zu machen, brauchen wir eine Änderung des Kapitalmarkt-Gesetzes und des Bankwesen-Gesetzes:

– Beim Kapitalmarkt-Gesetz ist die größte Problematik die Prospektspflichtgrenze von 100.000 Euro, obwohl die EU eine Grenze von bis zu 5 Mio Euro erlaubt. Momentan sind in Österreich Klein-Investitionen in Start-ups kaum möglich, wenn die Gesamtsumme über 100.000 liegt. Für Summen darüber muss nämlich ein Kapitalmarktprospekt erstellt werden. Um 150.000 Euro via Crowdfunding zu bekommen, müsste man sich um 50.000 Euro ein Prospekt erstellen lassen.

Das ist blanker Unfug. Deshalb fordern wir eine Anhebung auf zumindest 500.000 Euro - und darüber nur eingeschränkte Informationspflichten statt des bürokratischen Prospekts. Je mehr in ein Projekt investiert wird, desto umfangreicher können die Informationspflichten sein: Unser Stufenmodell für Informationspflichten bringt die Prospektspflicht ab 5 Millionen Euro.

– Auch mit dem Bankwesengesetz haben wir ein Problem. Da es derzeit unmöglich ist, Geld von Freunden und Kunden zu leihen, sind gängige Formen des Crowdfunding wie etwa das Crowdlending (Geld wird verzinst zurückgegeben) aber auch teilweise das Crowdinvesting (man bekomme Anteile am Unternehmen) kaum bis gar nicht möglich. Österreich hat damit einen massiven Wettbewerbsnachteil. Wir fordern daher eine Änderung des Einlagebegriffs, damit realwirtschaftliche Investitionen durch Crowdfunding finanziert werden dürfen: Die Entgegennahme von Geldern soll nicht mehr als Einlagengeschäft gelten, wenn es zu keinem Zeitpunkt 5 Millionen Euro überschreitet und keine Vorstufe zu einem Bankgeschäft darstellt, sondern dadurch realwirtschaftliche Tätigkeiten finanziert werden. Wie zum Beispiel der Ankauf von Maschinen zur Steigerung der Produktion.

Fazit: Es geht ganz einfach, wenn alle in der Politik an einem Strang ziehen. Dafür braucht es aber auch ein breitenwirksames unternehmerfreundliches Klima. Leider werden Österreichs Unternehmen von manchen Institutionen nach wie vor gerne als Auslöser von Finanzskandalen denunziert. Das muss ein Ende haben. In der EU ist es kein Problem, sein Geld im Ausland zu investieren. Auch Firmen können problemlos abwandern. Der vermeintliche Anlegerschutz ist ein höchst fadenscheiniges Argument gegen moderne Finanzierungsformen.

In diesem Sinn: Weg mit den Blockaden und Mindsets von gestern, die junges, innovatives Unternehmertum von morgen verhindern. Her mit dem Geld. Und zwar noch vor den Wahlen. \

NEUE FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN DURCH CROWDINVESTING

ZAHLREICHE INTERNATIONALE PLATTFORMEN SORGEN DAFÜR, DASS SICH ANLEGER UND ENTREPRENEURE AUF KURZEM WEG FINDEN. DOCH WELCHE CHANCEN HAT CROWDINVESTING IN ÖSTERREICH? EXPERTEN WAGEN EINEN BEFUND.

Es hat als Spiel für Vermögende begonnen. Jetzt ist Crowdfunding – besser Crowdinvesting – auf dem Weg zum Volkssport. Denn immer mehr Investoren wollen ihr Geld nicht mehr anonym bei Banken und in Fonds veranlagen, sondern selbst bestimmen und mitverfolgen, was damit passiert. „Über das Internet entstehen neue Plattformen, auf denen Unternehmen, aber auch Künstler und Privatpersonen Kapital für Projekte sammeln können. Weltweit gibt es bereits über 500 solcher Crowdfunding-Plattformen. Allein im Jahr 2012 wurden etwa 2,8 Milliarden Dollar Kapital über diese Plattformen eingesammelt“, sagt **Ralf Kronberger**, Experte für Finanz- und Handelspolitik in der Wirtschaftskammer. Aus Sicht der Unternehmen ist allerdings Crowdinvesting, also der Verkauf von Beteiligungen über entsprechende Plattformen, interessant. Entwickelt sich diese Finanzierungsalternative womöglich sogar zu einer Herausforderung für die Bankbranche? „Crowdinvesting ist nicht unbedingt ein Konkurrenzprodukt zu den klassischen Bankprodukten“, analysiert **Gottfried Haber**, Leiter des Forschungsbereichs Wirtschafts- und Finanzpolitik an der Donau-Universität Krems: „Für kleine Unternehmen bietet es neben einer Quelle der Fremdfinanzierung vor allem auch die Möglichkeit, an sonst nicht verfügbares Eigenkapital zu kommen. Dieses Eigenkapital ist aber vielfach erst die Voraussetzung, um überhaupt

an einen Bankkredit zu kommen. So gesehen könnte das Kreditgeschäft der Banken von einer verbesserten Eigenkapitalausstattung der Unternehmen letztlich sogar profitieren.“

Neue Finanzierungsquellen

Neben der Innenfinanzierung ist hierzulande die Fremdfinanzierung in Form des klassischen Bankkredits traditionell die dominierende Säule der Unternehmensfinanzierung. Denn in Österreich ist der Zugang zu Bankfinanzierungen für Klein- und Mittelbetriebe weniger schwierig als in vielen anderen



Univ.-Prof. MMag. Dr. Gottfried Haber
Donau-Universität Krems

EU-Staaten. Der Bankkredit wird daher auch in Zukunft eine der Hauptfinanzierungsformen der österreichischen KMU bleiben. „Neue Bankregulierungen – Stichwort Basel II und Basel III – bedeuten aber, dass der Spielraum der Banken zur Kreditvergabe begrenzt



Dr. Ralf Kronberger
Finanz- und Handelspolitik
der WKÖ

bleibt. Gerade bei innovativeren Projekten agieren die Banken zurückhaltend, wenn vom Unternehmer nicht ausreichend Sicherheiten bereitgestellt werden“, sagt Kronberger. Doch gerade junge Unternehmen haben in der Regel einen massiven Mangel an Eigenkapital und aufgrund ihrer Größe nur einen sehr eingeschränkten Zugang zu den Finanzmärkten. „Crowdinvesting kann vor allem jungen, aber auch dynamisch wachsenden Unternehmen neue Finanzierungsquellen erschließen“, betont auch Haber: „Eine größere Vielfalt an Finanzierungsinstrumenten schafft auch die Möglichkeit, im Einzelfall den richtigen Finanzierungsmix besser zusammenstellen zu können.“

Geld für Innovationen

Auch für einen starken und wettbewerbsfähigen Wirtschaftsstandort ist ein ausreichender Zugang zu Finanzie-

rungen wichtig. Doch gerade innovative Unternehmen leiden oft unter mangelnden Perspektiven. Viele Erfindungen, Umstrukturierungen und Expansionen können nicht realisiert werden, weil dafür die notwendigen finanziellen Mittel fehlen.

WKÖ-Experte Kronberger kann dieses Problem mit Zahlen belegen: „Obwohl die Innovationen der Unternehmen im Jahr 2011 gestiegen sind, führten rund 70 Prozent der Betriebe keine oder nur marginale Investitionen durch. Es kam 2011 sogar zu einem Rückgang der unternehmerischen Investitionen. Der konstant hohe Anteil von Unternehmen, die keine Ersatzinvestitionen durchführen, sowie der monetäre Investitionsrückgang könnten die zukünftige Innovationstätigkeit von Unternehmen und somit die österreichische Wettbewerbsfähigkeit negativ beeinflussen.“ Umso wichtiger sei es, die Hürden und Hemmnisse für mangelnde Innovationstätigkeit durch die Verbreitung und Nutzung alternativer Finanzierungsformen zu beseitigen. Laut einer Umfrage im Auftrag der WKÖ und der aws (market mind, 2012) wollen ein Viertel der Unternehmen, die beabsichtigen, Innovationen vorzunehmen, alternative Finanzierungsinstrumente nutzen. Acht von zehn Unternehmen investieren weniger als 100.000 Euro. Auch das weist auf das große Potenzial von Crowdfunding in Österreich hin.

„Alternative Finanzierungsformen wie Corporate Bonds, Private Equity, Venture Capital und Crowdfunding stellen für Österreichs Unternehmen wichtige Finanzierungsquellen der Zukunft dar“, betont Kronberger. Dass sich derartige Instrumente für Unternehmen bewährt haben, zeigt die erfolgreiche US-amerikanische Finanzierungskultur. Insbesondere Venture Capital und Private Equity ermöglichen – in Ergänzung zur klassischen Kreditfinanzierung – die Umsetzung innovativer Projekte. „Venture Capital und – aufgrund ihres speziellen Branchen-Know-hows – auch Business Angels können einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung von Innovationen leisten.

Crowdfunding kann auch für Start-ups eine weitere Quelle für Finanzierungen sein“, erklärt Kronberger.

Logische Weiterentwicklung

Der Zugang zu einem breiten Anlegerpublikum, das sich mit jeweils überschaubaren Beträgen an Unternehmen beteiligen kann, war der ursprüngliche Grund für die Entstehung von Kapitalgesellschaften und Aktienmärkten. „Crowdinvesting ist eine logische Weiterentwicklung und Ergänzung dieses Konzepts – es wird die klassischen Finanzinstrumente also keinesfalls ablösen, sondern ergänzen. Im Internetzeitalter ist eine derartige Entwicklung kaum aufzuhalten. Da wir in Österreich den Anlegerschutz aber zu Recht sehr ernst nehmen, wird es sicher noch einige Zeit dauern, bis die Balance zwischen Flexibilität und Sicherheit für die Investoren gefunden und auch gesetzlich festgeschrieben ist“, sagt Haber, und erklärt: „In der Endausbaustufe wird es irgendwann vollkommen einheitliche Spielregeln in der EU oder sogar global geben bzw. sogar geben müssen, denn solche Märkte funktionieren umso besser, je mehr Marktteilnehmer mitmachen können – und das wiederum steht und fällt mit einheitlichen rechtlichen Rahmenbedingungen.“

Tatsächlich wird seitens der öffentlichen Hand bereits in einigen Staaten überlegt, die Rahmenbedingungen für Crowdfunding zu verbessern. So wurde in den USA mit dem JOBS-Act (JOBS = Jumpstart our Business Start-ups Act) bereits die Grundlage für regulatorische Erleichterungen im Kapitalmarktrecht geschaffen. „Die Europäische Kommission hat in ihrem Aktionsplan Untermertum 2020 die Mitgliedsstaaten aufgefordert, die Rahmenbedingungen für Crowdfunding zu überprüfen und gegebenenfalls zu verbessern“, erklärt Kronberger: „Österreich kann sich nicht gegen diese internationalen Entwicklungen stellen, sondern hat vielmehr die Chance, mit modernen Rahmenbedingungen für Crowdinvesting und Bürgerbeteiligungsmodelle Vorreiter in Europa zu sein.“ \

CHANCEN STATT STEUERN



Dr. Christoph Leitl
WKÖ-Präsident

Wenige Monate vor der Nationalratswahl haben es noch immer nicht alle verstanden: Österreich ist im EU-Vergleich bereits ein Hochsteuerland. Die Steuer- und Abgabenlast muss sinken – nicht steigen. Das ist auch für junge Unternehmen ein wichtiges Thema: Eine zu hohe Steuerlast kostet Zukunft. Deshalb wird sich die Wirtschaftskammer Österreich weiterhin konsequent gegen neue oder höhere Steuern einsetzen. Dabei ist uns einiges gelungen. Das vergangene Jahr geplante Belastungspaket in der Höhe von 4 Milliarden Euro hatte zahlreiche zusätzliche Steuerlasten vorgesehen: Erhöhung der Körperschaftssteuer, Wiedereinführung einer Erbschafts- und Schenkungsteuer, Einführung einer Vermögenssteuer. Wir haben all das verhindert. Denn all das schadet dem Standort Österreich und seinen Unternehmen. Wissenschaftliche Studien belegen dies klar. Weniger Ersparnisse, weniger Erwerbsbeteiligung, weniger Investition und Innovation, dafür aber mehr Abwanderung in die Schattenwirtschaft und ins Ausland: Das wären die wahren Effekte von neuen Eigentumssteuern. Deshalb bleiben wir in dieser Frage hart. Weil es um die Zukunft geht. Österreich junge Unternehmen haben viele neuen Chancen verdient. Und nicht viele neue Belastungen.

CROWDFUNDING: SO GEHT'S!

DAS STARTKAPITAL IN WENIGEN STUNDEN BEISAMMEN HABEN? KLINGT UNGLAUBLICH, IST ABER MÖGLICH: MIT CROWDINVESTING. BEISPIELE ZEIGEN, WIE ES GEHT.

Es dauert weniger als eine Stunde: Um 12 Uhr zu Mittag schaltet die deutsche Crowdfunding-Plattform Seedmatch das Investitionsangebot für Protonet frei. Das Unternehmen entwickelt und baut einfach zu bedienende Server für kleine und mittlere Unternehmen und für Privathaushalte. Nach sechs Minuten haben private Investoren die Mindestsumme von 50.000 Euro zusammengetragen. Um 12.48 Uhr haben 216 Privatpersonen 200.000 Euro investiert, das Funding ist abgeschlossen. Protonet verwendet nun das Kapital für die Produktentwicklung, eine groß angelegte Marketing- und Vertriebsmaßnahme und den Aufbau von Vertriebspartnerschaften. Das Berliner Start-up erdbär produziert gesunde Snacks aus Bio-Obst und Bio-Gemüse für Kinder und hat damit eine attraktive Nische erobert. Der Umsatz im Jahr 2012 lag bereits über 500.000 Euro, heuer will das Team das Wachstum weiter beschleunigen. Damit zehn neue Produkte auf den Markt kommen können, waren 250.000 Euro notwendig. Und wieder heißt die Lösung Crowdinvesting. Ab 4. April konnten sich Privatpersonen über Seedmatch mit mindestens 250 Euro am Snackproduzenten erdbär beteiligen. Schon am 23. April waren 277 Investoren überzeugt und die 250.000 Euro erreicht. In nur einem Tag haben 161 Geldgeber das Projekt Betandsleep möglich gemacht. Das Konzept hat überzeugt: Der Kunde bestimmt den Preis, Betandsleep sucht das passende Angebot.

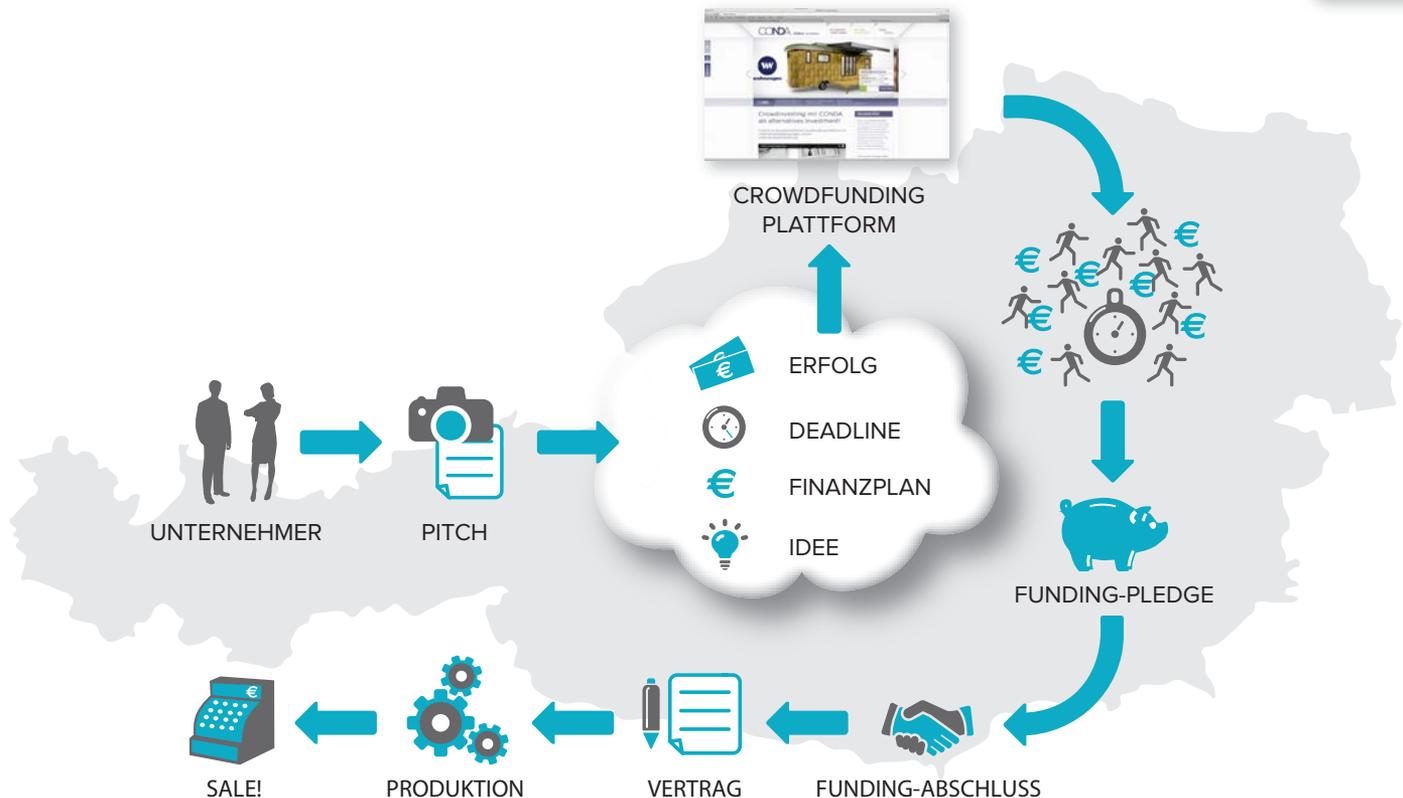
Die Crowd investiert auch in Österreich

„In Deutschland kriegt man 250.000 Euro in einer Stunde. So schnell geht es in Österreich nicht“, sagt Daniel Horak. Er hat gemeinsam mit seinem Partner Paul Pöltner die Crowdfunding-Plattform Conda gegründet. Derzeit können Geldgeber in zwei Projekte investieren: Der „Wohnwaggon“ ist eine individuelle Behausung, die ausschließlich aus natürlichen und nachhaltigen Rohstoffen besteht und auf 25 Quadratmeter Raum zum Leben bietet. Eine eigene Photovoltaikanlage, eine Bio-Toilette und eine Wasseraufbereitungsanlage sollen ein unabhängiges Wohnen ermöglichen. Für die Betriebsstätten und die Produktion des Prototyps sind 70.000 bis 100.000 Euro notwendig. „Wir sind jetzt bei knappen 20.000 Euro, haben aber Business Angels auf das Projekt aufmerksam gemacht. Es schaut also sehr gut aus, vielleicht wird es eine Finanzierungskombination“, erzählt Conda-Chef Horak. Mit „eventogram“ steht ein weiteres innovatives Projekt in den Startlöchern. Die Mobile-App soll Musikbegeisterten die Suche nach und den Kauf von Konzertkarten ihrer Lieblingsband erleichtern und den organisatorischen Aufwand eines Konzertbesuchs auf ein Minimum reduzieren. Das Finanzierungsziel sind 50.000 Euro, nach einer Woche waren bereits 7.000 Euro eingesammelt. Bis zum Sommer sollen Investoren fünf bis sieben Projekte zur Auswahl haben.

„Wir wollen eine gute Mischung bieten, nicht nur IT-Start-ups. Auch KMU sollen die Chance haben, Geld einzusammeln. Wir erwarten uns davon eine Wechselwirkung, denn die meisten Investoren sind Wiederholungstäter“, sagt Horak. Ein Mix macht für den Geldgeber auch durchaus Sinn: Horak geht bei KMU von einem Wachstum von etwa 4 Prozent aus. Das bringt dem Investor kein Vermögen, ist aber eine relativ sichere Angelegenheit und bringt regelmäßig Geld. Ein Start-up birgt mehr Risiko, es kann aber auch plötzlich um 300 oder 400 Prozent wachsen und am Ende einen hohen Gewinn für den Investor bringen. Eine gute Mischung ist daher die beste Strategie.

Teil des Unternehmens werden

Crowdinvesting bringt also nicht nur dem Unternehmen etwas. Doch wie funktioniert diese Art der Geldanlage genau? „Der Crowdinvestor ist über ein Substanzgenussrecht am Unternehmen und an den künftigen Gewinnen beteiligt“, erklärt Conda-Geschäftsführer Horak: „Bei uns kann man nach zehn Jahren das Substanzgenussrecht kündigen und seinen Anteil dem Unternehmen zurückverkaufen. Und davor kann man seinen Anteil jederzeit – quasi wie eine Aktie – jemand anders verkaufen.“ Geld bekommt der Investor erst, wenn Gewinn gemacht wird. Wenn aber der Gewinn in den ersten Jahren reinvestiert wird, kann es auch sein, dass man am Anfang gar nichts bekommt.



„Das Substanzgenussrecht garantiert dem Investor zwar ein Informationsrecht und eine Beteiligung am Gewinn, er hat aber keine Mitspracherecht. Conda hält daher als Vertreter der Crowd einen echten Unternehmensanteil. So verhindern wir, dass Geld aus dem Unternehmen herausgezogen wird, indem zum Beispiel der Schwiegervater einen Porsche als Firmenauto kauft oder der Schwager mit Dienstleistungen zu astronomischen Preisen beauftragt wird“, erklärt Horak.

Kommt die geplante Mindestsumme für das Projekt nicht zustande, wird das Geld an die Investoren zurücküberwiesen – der Worst Case für Conda. Denn dann heißt es: Außer Spesen nichts gewesen. „Deshalb unterstützen wir die Unternehmen auch abseits der Finanzierung. Wir helfen beim Marketing und der Medienpräsenz und wir bieten Zugang zu unserem Partnernetzwerk. Damit stellen wir den Unternehmen alles zur Verfügung, was sie brauchen – vom Steuerberater über den PR-Profi bis zum IT-Experten“, erklärt Horak.

Tipps für Unternehmen und Investoren

Auch Michael Fink beschäftigt sich schon lange mit dem Thema Crowdfunding. Er setzt mit seinem Verein jumpandup derzeit noch auf das Spendenmodell: Der Geldgeber unterstützt ein Projekt und bekommt dafür ein kleines Dankeschön. Bis zum Herbst soll es auch ein Modell der stillen Beteiligung für Investoren geben. Fink weiß, worauf Jungunternehmer achten müssen, wenn sie Geldgeber und Investoren überzeugen wollen: „Für Crowdfunding und Crowdinvesting gilt im Grunde dasselbe wie bei allen anderen Finanzierungsformen: Ich benötige für meine Idee oder mein Projekt eine klare Struktur und am besten auch einen Businessplan. Dafür gibt es eine sehr gute Vorlage auf den Wirtschaftskammerseiten.“

Um erfolgreich zu sein, muss man sich sehr gut präsentieren und Eigenmarketing betreiben. „Egal wo und wie: Wichtig ist, dass der Projektwerber jede sich bietende Gelegenheit nutzt, um für sein Projekt die Werbetrommel zu rüh-

ren“, betont Fink: „Man darf sich dabei auch nicht entmutigen lassen. Gerade jetzt, wo in Österreich Crowdfunding noch am Anfang steht, kann es leicht passieren, dass ein Projekt nicht finanziert wird. Aber das ist kein Beinbruch. Dann sollte man das Feedback der Interessierten nehmen und einarbeiten, es wieder versuchen und das persönliche Netzwerk animieren, diese Informationen weiterzugeben.“ Ein Tipp, der für jedes Projekt gilt: „Versprechen Sie nichts, was Sie nicht halten können. Die Crowd erkennt das sehr rasch, und wenn Zweifel an Ihrer Seriosität bestehen, werden Sie diese nur sehr schwer wieder los“, betont Fink.

Investoren sollten jedes Projekt sehr genau prüfen, bevor sie ihr Geld hineinstecken. „Bei aller Vorsicht muss man sich einer Sache bewusst sein: Crowdinvesting ist ein Risikogeschäft. Wenn das Unternehmen scheitert, kann das Geld verloren sein“, warnt Fink, rät aber gleichzeitig: „Geben Sie auch Projekten eine Chance, die ungewöhnlich erscheinen, vielleicht werden Sie überrascht.“ \



MEHR WIRTSCHAFTS- WISSEN FÜR DIE CROWD

UM DIE WIRTSCHAFTSKOMPETENZ DER MEISTEN ÖSTERREICHERINNEN UND ÖSTERREICHER IST ES NICHT BESONDERS GUT BESTELLT. DAMIT DIE UNTERNEHMEN VON ALTERNATIVEN FINANZIERUNGSFORMEN PROFITIEREN KÖNNEN, BRAUCHT ES MEHR FINANZ- UND WIRTSCHAFTS-KNOW-HOW IM LAND.

Man kann nicht alles wissen. Doch über ein Mindestmaß an Wirtschaftskompetenz sollte jeder verfügen. Leider gehört aber gerade Wirtschaftswissen nicht wirklich zur Allgemeinbildung in Österreich. Die breite Masse, die Crowd, hätte einige Nachhilfestunden nötig. Michael Hörl, Betriebswirt, Wirtschaftspädagoge und Wirtschaftspublizist (aktuelles Buch: Die Gemeinwohl-Falle) stellt dem österreichischen Schulsystem kein gutes Zeugnis aus: „Eine Wirtschaftsausbildung hat in der Zweiten Republik nie und nirgendwo stattgefunden – mit Ausnahme der HAK vielleicht. Diese Machtücke ist von Geografie- und Geschichtelehrern ausgefüllt worden – doch das nur sehr unvollständig. Denn wie soll jemand echtes Wirtschaftsverständnis, geschweige denn Wirtschaftswissen,

vermitteln, wenn er nie in der Wirtschaft war? Zuerst war er in der staatlichen Volksschule, dann im staatlichen und wirtschaftsfernen Gymnasium. Danach an der staatlichen Uni – und dann soll er unserer Jugend vermitteln, wie und auf welche Weise die Privatwirtschaft Wert erzeugt?“

Wirtschaftsunterricht verbessern

Damit die Unternehmen von alternativen Finanzierungsformen wie Crowdfunding profitieren können, braucht es mehr Finanz- und Wirtschaftswissen im Land. Doch wie stellen wir das an? Hörl hat eine Drei-Punkte-Lösung: „Erstens brauchen wir einen echten Wirtschaftsunterricht in den Schulen – in den Hauptschulen und in den Gymnasien. Zweitens soll der Wirtschaftsunterricht nur mehr von echten Wirtschaftswissenschaftlern gehalten

werden. Und drittens müssen wir unsere Schulbücher radikal modernisieren. Zu oft sind Begriffe wie Globalisierung, Kapitalismus, Unternehmer oder Wohlstand einseitig interpretiert und nur aus Gewerkschaftssicht oder aus Arbeiterkammersicht dargestellt.“

Hörl wünscht sich einen echten Wirtschaftsunterricht – auch, und vor allem auf den gesellschaftswissenschaftlichen Fakultäten. „Auch heute noch hört der Soziologie- oder Politologiestudent Wirtschaft nur aus dem Mund eines Soziologen oder Politologen. Da brauchen wir uns nicht zu wundern, dass unser Niveau auf diesem Gebiet – vorsichtig formuliert – eher bescheiden ausfällt.“

Wer nicht versteht, wie Wirtschaft funktioniert, der erklärt sich vieles mit Verschwörungstheorien. Oder er geht denjenigen Politikakteuren auf den

Leim, die die Wirtschaftswelt auch nie erklärt bekommen haben und sie sich deshalb mit der Verschwörung des Kapitals, mit dem Komplott der Reichen, der Konzerne, der Kapitalisten und der Unternehmer erklären. „Wenn unsere Jugend unser Schulsystem verlässt, dann hat sie eine Wut auf das System – ohne jemals in ihm gewesen zu sein“, analysiert Hörl: „Viele junge Menschen lernen heute, dass unser Wohlstand nur durch die Ausbeutung von Arbeitern und Rohstofflieferanten, etwa aus Afrika, möglich ist. Sie erfahren nicht, dass Wohlstand ausschließlich durch Produktion zustande kommt. Und dass Gesellschaften, die keine Unternehmer hervorbringen, natürlich auch keine Produkte haben, mit denen sie an der Globalisierung teilnehmen könnten.“



Dr. Friederike Sözen
WKÖ Bildungspolitik/
Entrepreneurship Education

Schüler gründen Unternehmen

Auch wenn die Vermittlung von Wirtschaftswissen im Lehrplan offenbar zu kurz kommt, so gibt es doch verschiedene Initiativen und Projekte an Schulen. Denn der Wirtschaftskammer und der Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule (eine Kooperation der WKÖ mit dem Sparkassenverband) ist die Förderung von Wirtschaftswissen, Financial Literacy und Unternehmegergeist ein großes Anliegen. LehrerInnen und SchülerInnen können daher aus einer Vielzahl an Lehr- und Lernmaterialien, Seminaren und Workshops sowie Projekten wählen.

Vor allem die Projekte JUNIOR und Un-

ternehmerführerschein® sollen Wirtschaftswissen schon in der Schule vermitteln. Projektträger von JUNIOR ist die Volkswirtschaftliche Gesellschaft, gefördert wird das Projekt vor allem vom Wirtschaftsministerium, dem Unterrichtsministerium, der Wirtschaftskammer und der Jungen Wirtschaft. „Während eines JUNIOR-Projekts gründen Schülerinnen und Schüler während eines Schuljahres ein Unternehmen und stellen das Grundkapital dafür auf. Auch das Thema Crowdfunding kann in Zukunft verstärkt in die Gründungsphase einer JUNIOR-Firma implementiert werden. Learning-by-doing und der reale Bezug zur Wirtschaft garantieren einen nachhaltigen Lerneffekt und Wissenstransfer“, erklärt Friederike Sözen, Expertin in der Abteilung für Bildungspolitik der WKÖ. Die SchülerInnen entwickeln eine Geschäftsidee und bieten reale Produkte und Dienstleistungen gegen Geld an. An einer Schule in Wien entstand zum Beispiel die „Coole Gang“. Haupttätigkeit der Firma war Gassi gehen mit Hunden. In Vorarlberg gründeten 16 Schülerinnen die Mary hill cooking junior company. Unternehmensgegenstand waren Kochkurse für Männer.

Während durch das besonders praxisnahe JUNIOR-Projekt vor allem Kreativität, Teamfähigkeit, Organisationstalent, Durchhaltevermögen und Kommunikation gefördert werden, liefert der Unternehmerführerschein® den Wissenshintergrund zum praxisorientierten Lernen. „Der Unternehmerführerschein gilt als Best-Practice-Beispiel der Wirtschaftskammer zum Thema Entrepreneurship Education. Er führt in vier Modulen bis zur gesetzlich anerkannten Unternehmerprüfung. Online-tests garantieren einen einheitlichen Bildungsstandard der Absolventen und Absolventinnen“, sagt Sözen. Beide Programme sind auch mehrfach ausgezeichnete europäische Best-Practice-Beispiele. JUNIOR wird weltweit angeboten, der Unternehmerführerschein wurde bereits von acht europäischen Ländern adaptiert. Die in Österreich er-

folgreiche Kombination beider Projekte wird derzeit in einem Pilotprogramm in acht europäischen Ländern getestet und soll zukünftig in 37 europäischen Ländern umgesetzt werden. Zielgruppe für beide Programme ist die Sekundarstufe 2, also die Oberstufe aller Schultypen (Berufsschule, AHS, BMHS).

Mehr Wissen, weniger Pleiten

Egal ob bei der Bewerbung um einen Ferienjob oder ein Praktikum, beim Berufseinstieg oder beim weiteren Studium: Der Unternehmerführerschein ist eine Bestätigung für hohes Engagement, besseres Wirtschaftsverständnis und die Beschäftigung mit grundlegenden volks- und betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen. Dank der zertifizierten Standards wissen zukünftige Arbeitgeber, was sie von ihren MitarbeiterInnen erwarten



MMag. Michael Hörl
Betriebswirt, Wirtschaftspädagoge
und -publizist

können. „Fundiertes Wissen stärkt nicht nur das Selbstvertrauen und die Entscheidungsfähigkeit des Einzelnen, sondern auch die Wirtschaft“, betont Ralf Kronberger, WKO-Experte für Finanz- und Handelspolitik: „Mehr Wirtschafts- und Finanzwissen verhindert negative Kreditbescheide wegen unrealistischer Businesspläne, Fehlkalkulationen, Überschuldung, Firmen- und Privatkonkurse. Fundierteres Wissen unterstützt bei Gründungsentscheidungen, Kreditverhandlungen und natürlich auch bei Geldbeschaffungsmaßnahmen wie Crowdfunding.“ \

RAUS AUS DER CROWD!

SICH ABHEBEN, SICH UNTERSCHIEDEN, ANDERS HANDELN: DAS JW-MAGAZIN PRÄSENTIERT JUNGUNTERNEHMER, DIE SICH GANZ BEWUSST VON DER MASSE ABSETZEN UND IHREN EIGENEN WEG GEHEN. STAR-GENETIKER MARKUS HENGST-SCHLÄGER LIEFERT TIPPS, WIE WIR DER DURCHSCHNITTSFALLE ENTKOMMEN.



Romy Sigl

www.coworkingsalzburg.com
Unternehmerin in Geschäftsfeldern der Zukunft

Romy Sigl aus Salzburg ist Unternehmerin, die ihre Talente und Interessen einzusetzen weiß. Die 31-jährige studierte nach der HTL für Hochbau Design und Produktmanagement an der FH Salzburg. Sigl arbeitete anschließend bei der großen österreichischen Designagentur Kiska. „Ich komme aus dem strategischen Kreativbereich“, so Sigl über ihren beruflichen Background. Doch ungewöhnlich gegensätzlich sollten nicht nur ihre Ausbildungen bleiben. Als sie im Jahr 2011 als Selbstständige in den Bereichen Design und Marketing ein eigenes Büro suchte, gründete sie kurzerhand das Coworking Salzburg, ihr heutiges Hauptunternehmen. „Alle haben mir von dem Konzept abgeraten“, erinnert sich Romy Sigl, und ergänzt, dass es noch immer großes Erklärungspoten-

zial über ihr Unternehmen gibt. Im Gegensatz zu Bürogemeinschaften mit fixen Mitgliedern bietet der Coworking Space wechselnden InteressentInnen 35 Arbeitsplätze, die stunden-, tage- oder auch monatsweise gemietet werden können. Doch Coworking Space fungiert auch als Plattform für Coworker und Networker, es werden zudem regelmäßig Veranstaltungen abgehalten, die zu 90 Prozent von Romy Sigl initiiert und organisiert werden.

Überzeugung als treibende Kraft

„Ich kann am besten Dinge vermarkten, von denen ich überzeugt bin“, so Romy Sigl über ihr außergewöhnliches Unternehmenskonzept. Selbst wenn ihr Konzept „nicht aufgegangen“ wäre, hat sich die Gründung schon ausgezahlt. Sie habe schon „so viel“ gelernt

und Bereicherung erfahren, dass sie diese Erfahrung nicht missen wolle. Derzeit muss sich Romy Sigl über ein mögliches Scheitern ihres Unternehmenskonzepts jedoch keine Sorgen machen, das Interesse und die Nachfrage nach Arbeitsplätzen bei Coworking Space sind so groß, dass sie bereits an der Expansion ihres Unternehmens arbeitet.

Die Zwillinge Florian und Thomas Papst verloren nach der Schule keine Zeit mit Ausbildung oder Studium. Learning by doing ist ihre Devise, und so machten sie sich 2007 bald nach ihrer HAK-Matura selbstständig. Das Interesse an Autos war es, das die beiden cleveren Autodidakten zum Handel mit gebrauchten Kraftfahrzeugen inspirierte. Als sie ab und an einen Wagen in Ein-

zelteile zerlegten, stellten sie fest, dass es größere Nachfrage an Autoteilen denn an Gebrauchtwagen gibt. Dem kamen sie in Folge unternehmerisch nach.

Learning by doing- und Nachfrage stellte sich prompt ein

Mit ihrem Unternehmen „Pannonia“ bieten die Brüder (Jahrgang 1988) nun vorrangig KFZ-Teile zum Verkauf und haben somit eine lukrative unternehmerische Nische abseits des verbreiteten und herkömmlichen KFZ-Handels für sich entdeckt. Das Unternehmen ist seit Juli 2012 in Aschau beheimatet. Doch beruflich selbstständig sein, ist für Florian Papst auch deshalb eine Beschäftigung abseits der Masse, „da man sich selbst alles einteilen kann



Florian & Thomas Papst
Autohändler/Verwertung

und muss, was nicht jeder kann“. In Zukunft wollen die beiden Unternehmen auch Mitarbeiter einstellen. Mitarbeiter beschäftigt Mario Wilfinger schon seit Jahren. Der heute 40-jährige arbeitet bereits seit 1993 in der Geschäftsführung der WILFINGER Gastro & Freizeit Gruppe, die von seinen Eltern 1986 gegründet wurde. Mittlerweile zeichnet er im Unternehmen als Geschäftsführer für Marketing, Geschäftsentwicklung und Konzeption verantwortlich. Wilfinger absolvierte die Tourismusfachschule und stieg bald in den elterlichen Betrieb ein. Sich von der Masse abzuheben ist für das auf Erlebnisgastronomie spezialisierte Unternehmen ein



Prof. Mag. Dr. Markus Hengstschläger
Genetiker und Autor

Erfolgskriterium: „Wir haben schon einige Male in unserer Firmengeschichte etwas zum ersten Mal geboten, z. B. mein Vater, der erstmals ein Catering, den Gastro Party Service in Vorarlberg, anbot.“ Im Jahr 2011 wurde auf Mario Wilfingers Initiative das Fohrencenter in Bludenz zu einem kompletten Gastro- und Entertainment Center umgebaut.

Erfolgskriterium Einzigartigkeit

Das Fohrencenter beheimatet 5 verschiedene Gastronomie- und Freizeitangebote, darunter Strike Bowling, den Cruise Partyclub, wo man am Wochenende sperrstundenfrei tanzen



Mario Wilfinger
Gastro-Unternehmer

und feiern kann, sowie das Wirtshaus Kohldampf, das in zwei Gasträumen Tradition und Moderne vereint. Beruflich „etwas Einzigartiges“ zu machen, ist für Mario Wilfinger Voraussetzung für „lang anhaltenden und größeren Erfolg, der sich natürlich nur einstellt, wenn etwas Spezielles auch angenommen wird“.

TIPPS

RAUS AUS DER DURCHSCHNITTSFALLE

Was Star-Genetiker Markus Hengstschläger empfiehlt

„Wussten Sie, dass man Talente verschwendet, wenn man sich nur mit der Reproduktion von Bekanntem beschäftigt, ohne dabei kreativ Neues zu schaffen?“ fragt Genetiker Markus Hengstschläger provokant. Er plädiert in seinem Buch „Die Durchschnittsfalle“ für Individualität und wider die Gleichmacherei. Hengstschläger bezeichnet Individualität als „das größte und einzige Kapital, auf das sich nachhaltig bauen lässt“. Beim Durchschnitt handle sich um eine „evolutive Sackgasse, in die wir mit Vollgas hineinfahren“.

Für Genetiker Hengstschläger führt Talent, also eine mitbestimmte „genetische“ Leistungsvoraussetzung, nur in Kombination mit harter Arbeit zum Erfolg: „Gene sind wie Bleistift und Papier, aber die Geschichte schreiben wir selbst.“ Jeder Mensch hat Talente. Für Hengstschläger ist daher ein Verständnis von „individuellen Talenten“ zielführender, zumal heute niemand voraussagen könne, welches Talent morgen von Nutzen sei. Für die Entdeckung eigener Talente und die Begabung anderer empfiehlt Hengstschläger: „ausprobieren“ und dies sofort infrage stellen zu dürfen. Besonders wichtig ist auch die Erkenntnis: Begabung ist nicht gleich Interesse. Wenn einem etwas anderes mehr Spaß macht, sollte man es unabhängig von seinen Begabungen auch umsetzen. Dabei wird man nämlich sicher erfolgreicher sein.

TREFFPUNKT ZUKUNFT



DIE BUNDESTAGUNG DER JUNGEN WIRTSCHAFT BEGEHT IHR 20. JUBILÄUM KURZ VOR DER NATIONALRATSWAHL MIT EINEM STARKEN PROGRAMM. HEURIGER TREFFPUNKT DER GRÖSSTEN JUNGUNTERNEHMERVERANSTALTUNG ÖSTERREICHS IST KLAGENFURT AM WÖRTHERSEE. BEIM „TREFFPUNKT SÜDEN“ SOLLTE MAN AUS VERSCHIEDENEN GRÜNDEN UNBEDINGT DABEI SEIN.

Vom 27. bis 28. September ist es so weit: Dann wird Klagenfurt zur Jungunternehmerhauptstadt des Landes. Bei der Bundestagung der Jungen Wirtschaft demonstrieren Österreichs junge Unternehmerinnen und Unternehmer nicht nur Stärke und Zukunftskompetenz, sondern können auch ein einzigartiges Netzwerk für Gleichgesinnte nützen. Der attraktive Austragungsort am Wörthersee ist ein Grund mehr, sich heuer am „Treffpunkt Süden“ zu versammeln. Das Programm der heurigen Bundestagung ist in jeder Hinsicht stark.

Starke Ansagen

Der Zeitpunkt der Bundestagung ist diesmal besonders brisant und spannend. Kurz vor der Nationalratswahl bringt Österreichs Jungunternehmervertretung ihre Forderungen an die nächste Bundesregierung auf den Punkt. Das ist wichtiger denn je: Denn statt leistungsfeindlicher Belastungen und neuer Steuern brauchen junge Unternehmen beste Rahmenbedingungen. Mehr Finanzierungsmöglichkeiten – etwa durch Crowdfunding – gehören ebenso dazu wie ein spürbarer Bürokratieabbau. Mit einer eigenen Finanzierungslounge setzt die Junge Wirtschaft einen klaren Fokus auf den Finanzbereich.

Starke Impulse

Für Top-Inputs sorgen bei der Bundestagung in Kärnten wieder hochkarätige Referenten und Experten. Sie wollen neue Perspektiven für Österreichs junge Unternehmer im Denken und im Handeln eröffnen. Keynote-Speaker Marco Freiherr von Münchhausen referiert zum Thema „Effektive Selbstmotivation“ und verrät, wie man seinen inneren Schweinehund zähmt. Star-Genetiker Markus Hengstschläger zeigt Wege aus der Durchschnittsfalle zur Umsetzung der eigenen Talente auf, während Expertin Samy Molcho Einblicke in die auch geschäftlich wichtige Sprache des Körpers gibt. Wie man sein Potenzial besser nutzt, darüber referiert auch Gregor Staub, der Jungunternehmern mit „mega memory“-Gedächtnistraining zu dynamischeren grauen Zellen verhilft. Präsentationstipps in eigener Sache von Daniela Zeller sorgen ebenso für mehr wirtschaftlichen Erfolg wie die „drei Schritte“ zum gefragten Experten von Daniel Wagner. Highlight der Bundestagung ist zweifellos auch der Vortrag von Star-Profiler Thomas Müller, der aus kriminalpsychologischer Sicht erklärt, wie man Menschen versteht, analysiert und beurteilt. Das wird im Geschäftsleben immer wichtiger.

Starkes Netzwerk

Netzwerken steht bei der Bundestagung nicht nur in der Theorie, sondern vor allem auch in der Praxis im Mittelpunkt. In Betriebsbesichtigungen bei führenden Kärntner Betrieben kann man die wirtschaftliche Dynamik in der Drei-Länder-Region hautnah miterleben. Und auch beim attraktiven Freizeitprogramm eröffnen sich viele neue Kontakte. Natürlich kommt auch das Feiern bei einer „Carinthian Night“ bei der Gala-Nacht der Jungen Wirtschaft nicht zu kurz. Dass in Kärnten Lebenslust auch in fordernden Zeiten großgeschrieben wird, dürfte die Stimmung nur beflügeln. Fazit: Die Jubiläums-Bundestagung der Jungen Wirtschaft sollte man sich wirklich nicht entgehen lassen. Man trifft sich vom 27. bis 28. September im Süden. \





TREFFPUNKT SÜDEN

27.-28.9.2013



Vizebürgermeister
Albert Gunzer, Klagenfurt

Referenten



Susanna Fink



Wolfgang Waldner



Albert Gunzer



Franz Pacher



Christoph Leitl



Marco Freiherr
von Münchhausen



Gregor Staub



Gregor Heiss



Markus
Kienberger



Markus
Hengstschläger



Samy Molcho



Robert Kanduth



Valentin Latschen



Johannes Bischof



Daniela Zeller



Daniel Wagner



Thomas Müller



Georg Holzer



Barbara
Wiesler-Hofer

Anmeldung

Bis **2. August 2013** buchen und vergünstigten Frühbucherbonus in Höhe von 95 Euro zzgl. 20 % USt. sichern! Ab dem **3. August 2013** Tagungsbeitrag von 120 Euro zzgl. 20 % USt. **Bei Anmeldung und Bezahlung vor Ort** 140 Euro zzgl. 20 % USt. Begrenzte Teilnehmerzahl!
www.jungewirtschaft.at/bundestagung

Wachsender Wirtschaftsstandort am Wörthersee

Die Landeshauptstadt Klagenfurt lässt als attraktiver Wirtschaftsstandort in Österreich und im Alpe-Adria-Raum aufhorchen und punktet mit einem Plus bei Neuanmietungen und klaren Wettbewerbsvorteilen.

Mit der Umsetzung der neu entwickelten Industrie- und Gewerbezone im Ostteil Klagenfurts ist aktuell ein weiterer, markanter Wirtschaftsschwerpunkt in der Landeshauptstadt gesetzt worden. Dazu passend wird die geplante Süd-Ost-Spange mittelfristig umgesetzt, wodurch eine perfekte logistische Anbindung an dieses Wirtschaftszentrum gegeben ist. Als Wirtschaftsreferent der Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee ist Vizebürgermeister Albert Gunzer darauf bedacht, den sich neu ansiedelnden Betrieben attraktive Grundstücke zur Verfügung zu stellen.

Betriebsansiedelungen nehmen zu

Klagenfurt ist wirtschaftlich im Alpe-Adria-Raum hervorragend positioniert, was durch die aktuellen Kommunalsteuereinzahlen eindeutig belegt ist. Im Vergleich zum Vorjahr konnte wieder ein Plus von 2 Prozent erwirtschaftet werden, was bedeutet, dass sich mehr Betriebe angesiedelt haben und mehr Arbeitsplätze geschaffen wurden. Aktuelles Beispiel ist die Firma Baunit, welche mit ihrem Headquarter nach Klagenfurt ins ehemalige Schenker-Areal übersiedelt ist. Hier werden 120 Mitarbeiter beschäftigt. Auch italienische Betriebe interessieren sich immer mehr für den Standort Klagenfurt. Für das Wirtschaftsjahr 2013 ist wieder mit einer Steigerung zu rechnen. Im ersten Quartal verzeichnet die Stadt bereits ein Plus von 3 Prozent. Zukünftig soll die Wirtschaftskraft noch mehr verstärkt werden.

Messestadt mit Wettbewerbsvorteilen

Es besteht derzeit zwar ein enormer Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte, aber Klagenfurt positioniert sich dank seiner vielen Standortvorteile, enormer Qualitätsdichte und perfekten Ausbildungsmöglichkeiten sehr gut in diesem beinhalten Rennen. Ein plakatives Beispiel dafür ist Klagenfurt als Messestandort. Das Geschäftsjahr 2012 brachte das zweiterfolgreichste Ergebnis in der Firmengeschichte der Messe Betriebsgesellschaft. Es wurden 13 Fach- und Publikumsmessen mit Besucherrekorden durchgeführt. 3.243 Direktaussteller aus 24 Nationen waren dabei, es wurden rund 317.000 Besucher registriert.

Freitag, 27. September 2013, Location Tagung: Messearena Klagenfurt

ab 10:00	Registratur & Welcome Snack
10:00-18:00	Finanzierungslounge – powered by aws
10:30	Susanna Fink „Selbstpräsentation & Elevator Pitch“
12:00	Mittagessen
13:00	Eröffnung mit Landesrat Wolfgang Waldner, Vizebürgermeister Alfred Gunzer, WK Kärnten Präsident Franz Pacher, JW Bundesvorsitzenden Markus Roth und JW Landesvorsitzender Brigitte Truppe und Polittalk mit WKÖ Präsident Christoph Leitl
14:00	Marco Freiherr von Münchhausen „Effektive Selbstmotivation – so zähmen Sie Ihren inneren Schweinehund!“
15:00	Pause
15:30	<ul style="list-style-type: none">▪ Gregor Staub „mega memory – Gedächtnistraining, Ihr Gehirn kann viel mehr, als Sie glauben“▪ Markus Kienberger (Google) „Make the web work for start ups: Firmenwachstum durch AdWords“
16:30	<ul style="list-style-type: none">▪ Gregor Heiss „Adler jagen keine Fliegen – wenn Unmögliches möglich wird“▪ Markus Kienberger (Google) „Make the web work for start ups: Firmenwachstum durch AdWords“
17:30	Pause
18:00	Markus Hengstschläger „Seine Talente umsetzen – Die Orientierung am Durchschnitt ist eine evolutive Sackgasse“
19:00	Pause
20:00	JW-Party: Carinthian Night



Samstag, 28. September 2013, Location: Messearena Klagenfurt (Tagung & Gala)

10:00-18:00	Finanzierungslounge – powered by aws
10:00	Samy Molcho „Körpersprache: Die Zunge kann lügen – der Körper nie“
11:00	Pause
11:30	<ul style="list-style-type: none">▪ Diskussion „Mit Nachhaltigkeit zum Erfolg“▪ Daniela Zeller „Präsentieren Sie sich zu Ihrem Erfolg“▪ Daniel Wagner „Die praxiserprobten 3 Schritte, die Sie zum gefragten Experten in Ihrer Branche machen“
12:30	Mittagessen
13:30	<ul style="list-style-type: none">▪ Thomas Müller „Der kriminalpsychologische Ansatz – Menschen verstehen, analysieren und beurteilen“▪ Daniela Zeller „Präsentieren Sie sich zu Ihrem Erfolg“▪ Georg Holzer „Sozial erfolgreich werden“▪ Barbara Wiesler-Hofer „Bonität als Basis für bessere Geschäfte“
14:30	Pause
15:00	Betriebsbesichtigungen/Freizeitseminare
19:00	Pause
20:00	Gala-Nacht der Jungen Wirtschaft

www.jungewirtschaft.at/bundestagung
www.facebook.com/jungewirtschaft

CROWDFUNDING CONVENTION IN WIEN

DIE VON DER JW UND DEM EUROPEAN CROWDFUNDING NETWORK ORGANISIERTE CROWDFUNDING CONVENTION BESTÄTIGT DIE DRINGLICHKEIT DER UMSETZUNG VON RAHMENBEDINGUNGEN FÜR ERGÄNZENDE FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN.



v.l.n.r.: Oliver Gajda, Markus Roth, Vorsitzender des Finanzausschusses im Nationalrat
Günter Stummvoll

Erfahrungsaustausch und Entwicklungsanstöße auf internationaler Ebene: Einig war man sich bei den hochkarätig besetzten Podiumsdiskussionen nicht nur über dieses Ziel, sondern auch, dass die entsprechenden Rah-

menbedingungen für Crowdfunding rasch umgesetzt werden sollten. Die bevorstehende Einführung von Basel III und die immer schwieriger werdende Finanzierungssituation bringt gerade Klein- und Mittelunternehmer in Finanzierungsnot. Gerade Crowdfunding kann hier Projekte und Unternehmen mittels einer großen Masse an Investoren zusammenbringen.

Die unzähligen Möglichkeiten von Crowdfunding sollten eher in der öffentlichen Diskussion im Mittelpunkt stehen als die Risiken. „Nur bei Crowdfunding ist der Investor ganz nahe an der Idee und kann dadurch den Erfolg der Idee mitbestimmen und am Erfolg mitpartizipieren“, zeigt sich Markus Roth, JW-Bundesvorsitzender, begeistert. Gerade die in Europa stagnierende Wirtschaft würde durch ergänzende

Finanzierungsmodelle aufblühen und dadurch auch dringend notwendige Arbeitsplätze schaffen sowie verhindern, dass das Kapital aus Europa abfließt. Länder wie Deutschland haben diese Notwendigkeit schon viel früher erkannt und Rahmenbedingungen gesetzt. Neben zahlreichen Podiumsdiskussionen wurde in mehreren Themen-Lounges unterschiedlichste Aspekte von Crowdfunding diskutiert. \



VILLACHER ON THE ROCKS!

Villacher
EIN BIER WIE WIR



MEHR WOLLEN, MEHR WISSEN, MEHR VERSTEHEN

DAS JW-MAGAZIN PRÄSENTIERT EIN MENTALES JW-ERFOLGS-PACKAGE FÜR JUNGUNTERNEHMERINNEN UND JUNGUNTERNEHMER – MIT DEN BESTEN MOTIVATIONSSTRATEGIEN, EFFIZIENTEN GEDÄCHTNISTRAININGS-TIPPS UND ANLEITUNGEN FÜR ERFOLGREICHES DENKEN UND HANDELN.

Erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer wissen es: Erfolg stellt sich in den seltensten Fällen durch Zufall oder Glück ein. Erfolg ist Ergebnis von Fleiß, gepaart mit unternehmerischem Know-how. Drei Top-Referenten der diesjährigen JW-Bundestagung, Marco von Münchhausen, Gregor Staub und Gregor Heiss (sh. Seite 18) haben als Experten auf ihren Gebieten ein mentales Erfolgspackage für junge Unternehmerinnen und Unternehmer geschnürt – und beraten, worauf es wirklich ankommt.

Mein Freund, der Schweinehund

Der vielzitierte innere Schweinehund kann vom ärgsten Feind sogar zum besten Freund werden – wenn er als notwendiger Lebensbegleiter akzeptiert und wenn gleichzeitig Strategien und Mittel gefunden werden, Ziele und Vorhaben trotzdem zu verwirklichen, weiß Bestseller-Autor Marco von Münchhausen. Seine Strategie gegen den inneren Schweinehund umfasst fünf Schritte, die von der Entscheidung zu Beginn eines Vorhabens über Zielplanung, Ausführung und Kontrolle bis zur anschließenden Belohnung reichen (siehe Kasten). Die schwierigste Phase, den Anfang, überwindet man am besten damit, dass man sich nicht zu viel vornimmt, denn: „Überforderung führt zu Stress und reizt den Schweinehund.“ Von Münchhausen empfiehlt außerdem, dem eigenen Vorhaben Vor-

rang vor allen anderen Dingen in seinem Leben einzuräumen: „Hegen Sie es wie eine junge, empfindliche Pflanze und lassen Sie nach Möglichkeit keine Ausnahmen zu, sonst jubiliert der Schweinehund!“

Gedächtnistraining: Verstand und Gefühl koppeln

„Fakt ist: Wer fit sein will für Schule, Studium, Alltag und Beruf, braucht ein Gedächtnis in Topform“, ist Gregor Staub überzeugt. Der Schweizer Betriebsökonom arbeitet seit Jahren erfolgreich als Gedächtnistrainer und hat eine eigene Methode – das „mega



Gregor Staub
Betriebsökonom und
Gedächtnistrainer

memory Gedächtnistraining“ – entwickelt, die bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen funktioniert. Gerade junge Unternehmerinnen und Unternehmer müssen mit einem besonders guten Gedächtnis punkten – ob es nun das betriebsinterne Know-how oder die Namen der Kunden betrifft. Die

gute Nachricht von Gregor Staub: „Mit außergewöhnlichen Begabungen hat ein hervorragendes Gedächtnis zum Glück nichts zu tun.“ Staub empfiehlt zum Lernen sogenannte Mnemotechniken, die bereits bei den Gelehrten im alten Griechenland praktiziert wurden. In der Praxis bedeutet diese Kopplung von Gefühl und Verstand. Das zu Lernende wird mit Bildern verbunden. Staubs persönlicher Input: „Haben Sie Spaß beim Lernen und lachen Sie viel!“ Dafür wird er wohl auch bei der JW-Bundestagung sorgen.

Richtig denken, erfolgreich handeln

Leadership-Coach Gregor Heiss weiß: „Erfolg zu haben ist weder eine Frage der Gene, noch von Glück oder Pech. Erfolgreiche Menschen sind erfolgreich, weil sie richtig denken und danach handeln.“ Richtiges Denken sei nichts, was einem in die Wiege gelegt werde, und das, was einem Eltern, Geschwister, Lehrer oder Freunde in dieser Hinsicht beibrächten, sei auch oft nicht hilfreich: „Wenn man aber weiß, wie richtiges Denken funktioniert und es entsprechend anwendet, dann ist man auch in der Führung erfolgreich. Führen ist eine Sache, die bei einem selbst anfängt.“ Für Heiss ist dies zentrale Voraussetzung für Erfolg: „Wer





sich selbst erfolgreich führt, gewinnt Sicherheit.“ Ein umfassenderer Begriff von Erfolg erzeugt auch einen Perspektivenwechsel, resümiert Heiss, denn Erfolg dürfe nicht ausschließlich auf den beruflichen Sektor reduziert werden: „Wer Erfolg nur mit Karriere, Beruf und Geld verbindet, begrenzt seine eigenen Möglichkeiten. Und damit sich selbst. Niemand will reich, krank und allein sein. Spätestens dann nicht, wenn er fest-



Mag. Gregor Heiss
Leadership-Coach

stellt, dass ihn sein Porsche trotz Leder- ausstattung und GPS im Krankenhaus nicht besuchen kommt.“ Erfolg macht nur dann Spaß, wenn er „ganzheitlich“ und somit in allen wichtigen Bereichen, wie Gesundheit, Fitness, Freundschaft und Beziehungen, stattfindet, weiß der Führungs-Profi. \

TIPPS

MIT STRATEGIE DEN INNEREN SCHWEINEHUND ÜBERLISTEN



Dr. Marco von Münchhausen

Keynote-Speaker, Autor, Rechtsanwalt

- 1.** Treffen Sie eine eindeutige Entscheidung! Der Erfolg Ihres Vorhabens steht und fällt mit der eindeutigen Entscheidung. Das WWW-Prinzip (Wirklich Wissen Warum) hilft dabei, die eigene Entscheidung zu prüfen und sich gegen den „Saboteur“ zu wappnen. In vielen Fällen verändern wir nichts, weil wir nicht wissen, was genau uns diese Veränderung bringt.
- 2.** Machen Sie eine klare Zielplanung! Die gesetzten Ziele sollten im Rahmen der objektiven Fähigkeiten liegen und von einem selbst als machbar empfunden werden. Daher im Zweifel am Anfang die Latte lieber etwas niedriger legen!
- 3.** Beginnen Sie – am besten sofort – mit der konkreten Ausführung! Damit erhält man einen kleinen Vorsprung vor seinem Schweinehund und entgeht zumindest vorübergehend seinen Einwänden und Bedenken. Auch wenn das Ergebnis nicht perfekt ist oder Ihnen Ihre Handlung eher symbolisch vorkommt – der Anspruch auf vollkommene Ergebnisse ist eine der Hauptursachen für wiederholtes Auf-schieben.
- 4.** Kontrollieren Sie Ihre Zwischenergebnisse! Die Kontrolle hat einen Doppeleffekt: Sie gewinnen Orientierung, wie weit Sie es mit Ihrem Vorhaben schon geschafft haben – und sehen aber natürlich auch, was noch fehlt. Ihre Motivation wird sich jedes Mal verstärken, wenn Sie sich Ihrer bisherigen Teilerfolge bewusst werden.
- 5.** Belohnen Sie sich für Ihren Erfolg! Bringen Sie sich nicht um die versprochene Belohnung, denn das würde Ihnen Ihr Schweinehund sehr verübeln.

ERFOLG OHNE WORTE

ERFOLGREICH MIT DEM EIGENEN KÖRPER KOMMUNIZIEREN:
FÜNF KOMMUNIKATIONSTIPPS IN BILDERN VON SAMY MOLCHO.

Was wir körperlich nicht wagen, trauen wir uns auch nicht im übertragenen Sinn zu tun, in unserem Leben, in unserem Beruf“, sagt der bekannte Pantomime Samy Molcho. Die Junge Wirtschaft präsentiert Samy Molchos fünf wichtigste Tipps für erfolgreiche Kommunikation mit dem Körper.

1. Beweise Standfestigkeit

Beim Stehen ist die vollkommene Bodenhaftung wichtig. Der Körper sollte im Gleichgewicht sein und gerade über beiden Füßen verteilt sein. Das Becken sollte gerade, die Knie und Gelenke locker, aber nicht lasch sein. Die ganze Fußsohle sollte mit dem Boden Kontakt haben. Nur so erfährt man körper-



Der Körper sollte gerade stehen, das Gewicht auf beiden Beinen verteilt sein

lich, „was es heißt, einen Standpunkt einzunehmen“, so Experte Molcho. Die Kraft überträgt sich vom Boden über Bauch- und Rückenmuskulatur zur Brust. Wer nicht fest steht, signalisiert im Business Fluchtbereitschaft – und, dass er nicht mit ganzem Gewicht „hinter den Dingen steht“. Standfestigkeit ist jedoch nicht mit Unbeweglichkeit zu verwechseln. Sie tritt auf, wenn man



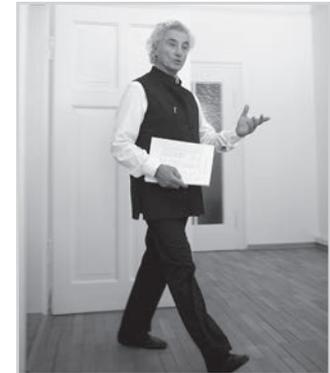
Prof. Samy Molcho
Experte für Körpersprache,
Autor

Gelenke versteift (z. B. Kniegelenke nach rückwärts drückt und sie auf diese Weise blockiert).

Wichtig: Da Frauen mehr und mehr in ehemals männliche Positionen eintreten, bedürfen sie „in gesteigertem Maß der Ausstrahlung von Kraft und Stehvermögen“, so Molcho. Dafür sollten sie ihr von Natur aus beweglicheres Becken stabilisieren. Eine feste Standposition wirkt sich auch auf die Stimme aus. In der Hüftposition klingt sie zarter und zerbrechlicher. In gerader Stellung von Füßen, Becken, Bauch- und Rückenmuskeln und Wirbelsäule klingt sie stärker bzw. fester. Die Stabilisierung wirkt sofort nach außen, sie macht die Standfestigkeit glaubhafter.

2. Zeige Beweglichkeit

Standfest zu sein, bedeutet nicht Stillstand. Erfolgreiche UnternehmerInnen bewegen sich von einem Standpunkt zum anderen – auch körperlich: „Um erfolgreich zu sein, ist es ausgesprochen wichtig, mich von einem Standpunkt wieder zu einem anderen Standpunkt zu bewegen“, erläutert Samy Molcho. Sich neu positionieren heißt,



Mit ruhigem Schritt auf das Ziel zuschreiten heißt dem Erfolg entgegenzugehen

neue Standpunkte zu haben – und damit wieder Bodenkontakt. Standpunkte zu verlassen ist Teil des Lebens und der Entwicklung. Man muss jedoch darauf achten, an jedem neuen Standpunkt „ganz da“ zu sein und ihn aus Überzeugung auszufüllen, rät der Experte. Wer sich bewegt, sollte möglichst von einem sicheren Punkt zum anderen sicheren Punkt schreiten.

3. Nimmt eine gerade Haltung ein – und vermittele Energie und Dynamik

Eine besondere Bedeutung bei der Körperhaltung im Business kommt dem Brustkorb zu. Eine eingefallene Brust signalisiert per se Schwäche. Sie wirkt auf das Gegenüber unbeweglicher als eine natürlich aufrechte Haltung. Der Fluss von Begeisterung und Energie ist blockiert. Nach vorne geneigte Schultern führen zur Neigung des Brustkorbs und zu verringerter Sauerstoffzufuhr, die Arme hängen leblos herab. Energie und Dynamik sind reduziert. Führungskräfte, die so augenscheinlich an der Last ihrer Verantwortung tragen, werden, so Samy Molcho, eines Tages an die „Grenzen ihrer Belastbarkeit“ stoßen. Der Brustkorb ist ein „Energiekasten“, da hier die Lungen den Sauer-



Verantwortung haben heißt nicht Verantwortung tragen

stoff, den „Lebensbrennstoff“, tanken. Ein aufrechter Brustkorb verlangt ein Minimum an Energieaufwand und bietet ein Maximum an Bewegungsfreiheit. Molcho: „Das eben zeichnet eine Führungskraft aus, dass sie in der Lage ist, schnell zu reagieren, ohne dass wir dabei das Gefühl haben müssen, sie strengt sich an.“ Bei aufgerichteter Brust stehen zudem die Schultern in der richtigen Position, sodass die Arme nicht passiv am Körper herunterhängen.

4. Öffne deine Arme – und damit dein Gegenüber

Ungehemmte Beweglichkeit der Arme signalisiert Bereitschaft und Fähigkeit zu handeln und Bereitschaft, sich zu öffnen. „Wer sich sperrt, bleibt allein. Offen zu sein heißt, rezeptiv zu sein, heißt anzuzeigen, dass ich keine Angst habe, mich mit Menschen und Dingen auseinanderzusetzen“, erklärt Samy Molcho. Hängen die Arme in natürlicher Position am Körper herab, zeigen die Daumen nach vorne. Das signalisiert Öffnung. Durch eine Drehung der Daumen zum Bein hin präsentiert man dem Gegenüber die Handrücken und signalisiert Geschlossenheit. Diese betrifft auch Schultergelenk und somit den Brustkorb, dessen Beweglichkeit blockiert wird. Mit der Drehung des Handrückens stoppt auch der Informationsfluss zu seinem Gegenüber. Da erfolgreiche UnternehmerInnen ge-

nau das Gegenteil im Sinn haben, rät Molcho: „Vermeiden wir also, uns bei jeder Gelegenheit zu sperren, den freien Fluss der Energie zu blockieren.“ Mit nach außen gezeigten Daumen kann man die Arme leicht bewegen und wie von alleine bis in Schulterhöhe heben. Damit ist man offen, der Welt zugewandt.



Sind die Arme richtig offen, kann Energie nach vorne strömen

Nach innen gedrehte Daumen verkleinern den Aktionsradius. Wer der Neigung folgt, die „Hand der Außenwelt zuzuwenden“, bekommt die Möglichkeit, „jeden Impuls, der von außen kommt, aufzunehmen und auf jeden Reiz, sei er positiv oder negativ, zu reagieren.“

Wichtig: Ebenfalls Teil des freien Energieflusses ist das richtige Zuhören. Dazu den Kopf etwas zur Seite neigen, damit legt man einen Halsflügel frei und suggeriert „ich vertraue dir“. Wer mit einer klaren Entscheidung antworten möchte, sollte wieder eine gerade Haltung einnehmen. Während des Gesprächs die Augen offen dem Gesprächspartner zuwenden, jedoch nicht fixieren, rät Molcho.

5. Weniger ist mehr beim Einsatz der Hände

Generell gilt: Kleine Bewegungen von Hand oder Arm zeigen, dass man nicht nur reden, sondern auch umsetzen und handeln will. Dabei geht es nicht

um viel „Gefuchtel“, das auf Unsicherheit beruhende Überaktivität offenbart, sondern um ruhige, den Sinn der eigenen Worte unterstreichende adäquate Gesten. Der richtige Einsatz von Gesten schafft nachhaltigen Eindruck: „Was wir hören, beeindruckt uns vor allen Dingen, wenn es auch erlebbar ist. Das Erlebbar aber ist immer mit einer Bewegung verbunden, die uns beeindruckt.“

Wichtig: Wer mit seinen Händen redet, sollte diese nicht am Ende einer Aussage wie üblich fallen lassen. Diese Abwärtsbewegung bleibt beim Betrachter stärker haften als die Gestik zuvor. Daher nach jeder Aussage Hände ein, zwei Sekunden in Position lassen, auch wenn man weiterredet. Dominant werden Bewegungen empfunden, die von oben nach unten geführt werden. Sie suggerieren: „Das wird so oder so gemacht!“ und vermitteln, dass man in dem Fall keine Diskussion möchte. Auch das sei Teil erfolgreicher Führung, so Molcho.



Offene Hände sind bereit, etwas zu übernehmen, und zeigen Beteiligung am Gespräch

Wichtig: Ausschließlich dominante Handbewegungen bergen die Gefahr, Mitarbeiter und Partner völlig zu entmündigen und ihr Potenzial an Vorschlägen oder potenziellen Gefahren des eigenen Konzepts zu missachten. Auch das muss man wissen, wenn man richtig mit dem eigenen Körper kommunizieren will. \

Buch: Samy Molcho „Körpersprache des Erfolgs“, Ariston Verlag, München 2005

© Fotos: Poby Photography, Samy Molcho „Körpersprache des Erfolgs“, Ariston Verlag, München 2005

JUNGE WIRTSCHAFT SERVICE-TIPPS

powered by



DI Bernhard Sagmeister
Geschäftsführer der aws



OHNE GELD IST ALLES NICHTS

Gerade in der Frühphase ist das Wissen über Finanzierungsmöglichkeiten entscheidend für den Erfolg. Die aws unterstützt als Förderbank des Bundes Gründer und junge Unternehmen mit Garantien, Eigenkapital, erp-Kredite, Zuschüsse, Coaching und Beratungsleistungen wie etwa auch der Vermittlung von Business Angels über die aws-Plattform i2. Wenn nach dem Startschuss Kapital und Kontakte fehlen, bleiben viele potenziell erfolgreiche Unternehmen auf der Strecke. Insbesondere die vom Wirtschaftsministerium und vom Finanzministerium im Jahr 2013 gestartete Jungunternehmeroffensive erschließt über den neuen aws-Gründerfonds und aws Business Angel Fonds zusätzliche Finanzierungsperspektiven. Der Gründerfonds mit einem Volumen von 65 Millionen Euro stellt jungen und innovativen Unternehmen Beteiligungskapital zur Verfügung und investiert in die Gründungs- und erste Wachstumsphase.

In der Finanzierungslounge der aws auf der Bundestagung der Jungen Wirtschaft 2013 steht JungunternehmerInnen ein Team von Experten mit kurzen Vorträgen und für Einzelgespräche zur Verfügung. Geboten werden u. a. Erfahrungsberichte von Business Angels – sowie eine Pitch-Präsentation von Start-ups vor Investoren.

→ www.awsg.at



Georg Holzer
Social-Media-Experte



NICHT AUF DIE EIGENE WEBSITE VERGESSEN!

Social Media ist mittlerweile ein unverzichtbarer Bestandteil der Unternehmenspräsentation. Der Grazer Experte Georg Holzer empfiehlt, für eine möglichst hohe Reichweite auf Kanäle wie Facebook oder Twitter zu fokussieren, um „schnell, authentisch und umfassend kommunizieren zu können“. Das erhöht zudem die Wirkung bei Dritten, wenn diese den Auftritt von ihren Freunden gezeigt bzw. empfohlen bekommen, so Holzer. So sind Jungunternehmerinnen und -unternehmer nicht vom „Goodwill von Journalisten“ abhängig. Die Botschaft wird unverfälscht wiedergegeben und kann nicht aktuellem Tagesgeschehen zum Opfer fallen.

Die größte Aufmerksamkeit bei allen digitalen Aktivitäten sollte jedoch der eigenen Website gewidmet werden. „Einerseits, weil man sonst nichts zu teilen hätte. Andererseits könnte Facebook über Nacht seine Spielregeln ändern“, erklärt Holzer. „Damit wäre der Vorteil, nahe an vielen Menschen zu sein, womöglich schnell dahin.“ Die in sozialen Netzwerken herrschenden Regeln stehen zudem einigen marketingrelevanten Aktivitäten entgegen: So dürfen auf Profilbannern keine Angebote aufgelistet und Gewinnspiele nur unter bestimmten Voraussetzungen angeboten werden. Die eigene Website bietet hier wesentlich mehr Möglichkeiten, so Holzer.

→ www.tricom.at
→ www.pingeb.org



Präsentation

Daniela Zeller
Kommunikationsexpertin,
Moderatorin und Autorin

GUTE STIMMUNG MIT GUTER STIMME

Kommunikationsexpertin Daniela Zeller ist sich sicher: Begeistern und überzeugen kann nur, wer seine Gedanken und Ideen authentisch vermittelt. Egal, ob bei Präsentationen, Moderationen, Mitarbeitergesprächen, Verhandlungen, Verkaufsgesprächen oder Vorträgen.

Bei Präsentationen darf man nicht darauf vergessen, dass die Stimme das essenzielle Transportmittel für Gedanken und Emotionen ist, die man seinen ZuhörerInnen mitteilen möchte. Für den Klang der Stimme und damit die Authentizität des Redners ist dessen emotionale Verfassung ausschlaggebend, sagt die Expertin. Da Körper und Psyche eine zentrale Einheit bilden, kann man nicht positiv und motiviert klingen, wenn man sich nicht so fühlt. Zeller weist auf die besondere Bedeutung der Körperhaltung hin: Wer mit hängenden Schultern und eingefallenem Brustkorb verkündet: „Mir geht es gut“, der kann sich selbst nicht munter und tatkräftig fühlen – geschweige denn andere davon überzeugen. „Gute Stimmung beginnt mit einer aufrechten Körperhaltung, und gute Stimmung ist die Voraussetzung für einen guten Stimmklang“, bringt Zeller die Herausforderung auf den Punkt.

Gut geerdet stehen, das Gewicht auf beide Füße gleichmäßig verteilen, den Brustkorb offen halten und den Kopf gerade – das ist die Voraussetzung für eine ausbalancierte Stimme, die gute Stimmung erzeugt.

→ <http://www.freiraum-kommunikation.at>



Experte

Daniel Wagner
Business-Coach

ZUM EXPERTEN WERDEN

„Ohne ausgewiesenen Expertenstatus kann heutzutage kein Business mehr erfolgreich sein“, sagt der in England lebende Business-Coach Daniel Wagner: „Es gibt einfach zu viele ähnliche Angebote von ähnlich gut qualifizierten Anbietern mit ähnlichem Erscheinungsbild zu ähnlichen Preisen und ähnlicher Qualität“. Mit seiner 3-stufigen „Expert Success Formel“ erklärt Wagner, wie man als Experte finanziell erfolgreich wird. Die Formel funktioniert für alle Branchen, nicht nur für klassische „Expertenberufe“ wie Steuerberater, Anlageberater oder Immobilienmakler, sondern auch für Friseure, Tischler, Dachdecker, Installateure oder EDV-Techniker.

1. Positionieren Sie Ihre persönliche Marke im Internet. Persönliche Empfehlungen sind immer noch der beste Weg zu neuen Kunden, doch auch die googlen Sie heute. Wer hier Fehler macht, verliert die besten Empfehlungen, ohne es zu merken.
2. Entwickeln Sie eine strategische Palette von Produkten und Dienstleistungen.
3. Die meisten Unternehmer denken, die Lösung all ihrer Probleme liege darin, mehr Kunden zu gewinnen. „Aber erst wenn die ersten beiden Punkte umgesetzt sind, macht es Sinn darüber nachzudenken, wie man zu neuen Kunden kommt“, betont Wagner.

Eine 8-seitige Zusammenfassung zur Expert Success-Formel gibt es hier zum kostenlosen Download:

→ <http://www.business-bestseller.com/expertsuccess/>



Flybelt

Innovation für Vielflieger



Ein sanfter Druck auf den Auslösemechanismus des Flybelt genügt, und schon löst sich die Metallschnalle dank FlyClick-Funktion vom eigentlichen Gürtel.

„Die Philosophie von Flybelt ist es, unseren Kunden ihre Reisen angenehmer zu gestalten“, erklärt Unternehmer Michael Rohrmair. Um diesen Gedanken zu verwirklichen, hat der Wiener im März 2012 sein Unternehmen gegründet. Mit dem innovativen Flybelt sparen Vielflieger beim Sicherheitscheck am Flughafen Zeit und Nerven. Es ist nur ein Handgriff nötig – und die Metallschnalle des innovativen Flybelt löst sich vom eigentlichen Gürtel. Die patentierte Gürtel-Weltneuheit aus Österreich hat der Wiener Michael Rohrmair gemeinsam mit dem in Wels beheimateten Unternehmen Condor Gürtel entwickelt. Sie wird in vier Ausführungen angeboten: First Class, Business Class, Economy und Stealth.

→ www.flybelt.com

Gewerbe & Handwerk



Abg. z. NR Konrad Steindl

Substanz sichern, Personal halten

Die Aussichten für die heimischen Gewerbe- und Handwerksbetriebe trüben sich im Jahr 2013 weiter ein. Zudem sind die Betriebe mit einer sich seit Jahren negativ entwickelnden Preissituation konfrontiert, die zunehmend an der betrieblichen Substanz nagt. Bundessparten-Obmann Steindl wendet sich daher klar gegen eine (Wieder-)Einführung einer Substanzbesteuerung. Die gute Nachricht aus der Branche: Gewerbe- und Handwerksbetriebe halten weiterhin an ihrer soliden Personalplanung fest. Dies liegt an der Struktur und an den persönlichen Beziehungen zwischen Inhaber und Mitarbeiter. Betriebsinhaber trennen sich dadurch auch in Krisenzeiten schwerer vom Personal. Dadurch stehen beim Konjunkturaufschwung ausreichend Fachkräfte zur Verfügung.

Innovativer Unternehmer



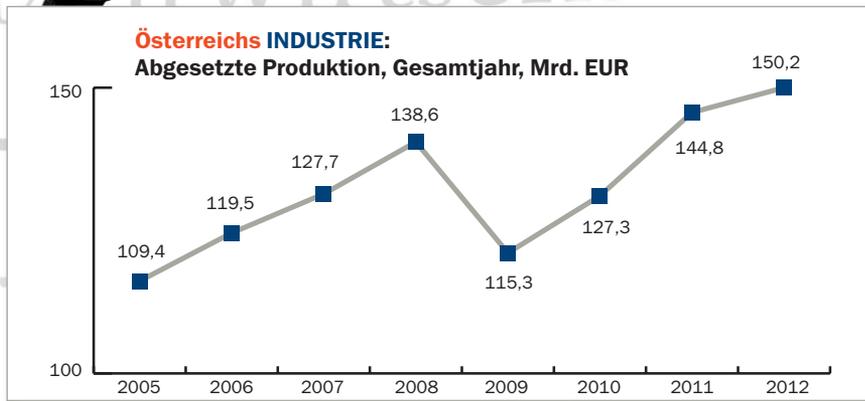
Tamer Kacar

Gastronomische Erfolgsgeschichte

Tamer Kacar hat mit einem Restaurant „Die Mühle“ in Innsbruck gleich mehrere Erfolgsgeschichten geschrieben. Der gebürtige Türke arbeitete sich in Österreich vom Abwäscher zum Meistkoch hoch. Er lernte bei Starköchen wie Alfred Miller, Johann Lafer und Christian Bau (drei Michelin-Sterne) – und ist ein überzeugender Innovator. „Die Mühle“ bietet höchstes Kochniveau – und das mitten in einem Gewerbegebiet. Um den Gästen die Erreichbarkeit zu erleichtern, hat er eine Kooperation mit einem Taxiunternehmen gestartet. Mit eigenen Kochkursen promotet er sein Restaurant erfolgreich.

→ www.die-muehle.at

Industrie



Stark im Export

Die österreichische Industrie hat im Jahr 2012 einen Produktionswert von 150,2 Milliarden Euro erwirtschaftet. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Industrieproduktion nominell um 3,7 Prozent an, inflationsbereinigt ergab sich ein Plus von 1,1 Prozent. Die Anzahl des Eigenpersonals in den österreichischen Industriebetrieben erhöhte sich im abgelaufenen Jahr um 0,9 Prozent auf insgesamt 419.676 Arbeitnehmer und lag damit um 3.804 Beschäftigte über dem Jahresdurchschnitt 2011. Im Jahr 2012 machten die österreichischen Ausfuhren weltweit 123,47 Milliarden Euro aus. Sie lagen damit um nominell 1,4 Prozent bzw. um 1,7 Milliarden Euro über den Ergebnissen von 2011 und wiesen damit einen neuen Höchststand aus.

Tourismus & Freizeitwirtschaft



© Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, WKÖ

Good News vom Tourismus

Vom heimischen Tourismus gibt es eine Vielzahl von erfreulichen News:

- Gemäß Statistik Austria legte in der bisherigen Wintersaison die Zahl der Nächtigungen um 2,3 Prozent auf 45,71 Millionen ebenso zu, wie jene der Ankünfte, die um 1,5 Prozent auf 11,32 Millionen stieg.
- Jeder 5. Vollzeitarbeitsplatz in Österreich ist direkt oder indirekt von Tourismus und Freizeitwirtschaft abhängig. Die Tourismusbranche erwirtschaftet eine jährliche Bruttowertschöpfung von rund 42 Milliarden Euro, das sind mehr als 15 Prozent des BIP.
- Die Ausfallsquote der Tourismus-Jungunternehmer von nur 9 Prozent beweist, dass Jungunternehmer besonders krisenresistent sind - und dass sich die intensive Beratung, die Wirtschaftskammer und Tourismusbank in Gründungs- und Übernahmefällen anbieten, bezahlt macht.
- Heuer feiert der Young Hotelier Award im Wiener Grand Hotel sein 10-jähriges Jubiläum. Der Preis, der an Top-Hoteliers bis zum 35. Lebensjahr vergeben wird, wird seit 2010 in Zusammenarbeit mit dem Fachverband Hotellerie der Wirtschaftskammer Österreich österreichweit vergeben.
- Im Bereich der Hotelklassifizierung nimmt Österreich eine internationale Vorreiterrolle ein. Der abgestimmte Katalog der Hotelstars Union (HSU) kommt ab 2015 in 14 Ländern Europas zur Anwendung.

**Bundesspartenobmann-
Stellvertreterin Petra
Nocker-Schwarzenbacher**

Transport & Verkehr

HERMES-Preis für Verkehr & Logistik



Heuer wird von der Bundessparte für Transport und Verkehr der WKÖ erstmalig im Rahmen einer festlichen Gala vorbildliches Branchen-Engagement ausgezeichnet: Prämiert werden Unternehmen, die sich nicht nur für eine Verbesserung

des letztjährigen Betriebsergebnisses, sondern auch für die Sicherheit am Arbeitsplatz, die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter sowie für umweltschonende und energiesparende Maßnahmen und Prozesse in ihren Betrieben engagieren. Die mit dem HERMES-Preis ausgezeichneten Best-Practice-Beispiele werden als Leistungsschau und Impulsgeber für die Branche der breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Die Gala findet am Vortag des Internationalen Tages der Logistik am 18. April statt.

→ www.tag-der-logistik.at

→ www.wko.at/verkehr/hermes

Bessere Investitionsförderung nötig

Mit 1.597 Unternehmen haben sich 2012 auch die Neugründungen in der Branche gut entwickelt. Ein leichter Rückgang von 10,7 Prozent im Vergleich zu 2011 wurde bei den Neuzulassungen von Lkw über 3,5 Tonnen und Sattelzugmaschinen verzeichnet. Auch der Fahrzeugbestand sank im Laufe des vergangenen Jahres leicht. Die Forderung der Branche: Dieser Entwicklung muss mit wirkungsvolleren Investitionsförderungen – insbesondere bei der Umstellung auf schadstoffärmere Fahrzeuge – entgegengewirkt werden. Nur so kann der Standort Österreich seine Position als Logistikkdrehscheibe Europas sichern.

BÜCHER, DIE UNS WEITERBRINGEN ...

Vermögen und vermögen

„Je mehr man ‚vermögen‘ als Verb versteht, desto größer die Chance, auch Vermögen als Substantiv sichern zu können“, argumentiert Chefredakteur Detlef Gürtler im GDI-Magazin zum Thema Vermögen. Immer mehr Investoren wollen ihr Geld nicht mehr anonym in Banken oder Fonds veranlagern. Sie wollen selbst mitverfolgen und bestimmen, was damit passiert. Crowdfunding hat nach dem



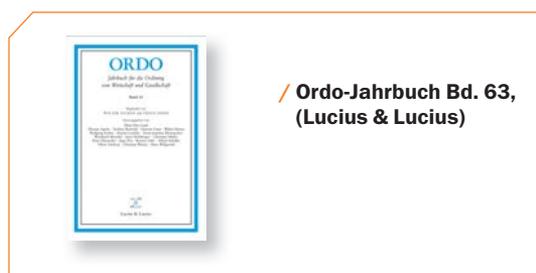
/ GDI Impuls 4/12

Befund von Anja Dilk und Heike Littger als Spiel für Vermögende begonnen. Jetzt ist Crowdfunding auf dem Weg zum Volkssport und entwickelt sich zu einer Herausforderung für die Bankbranche. Für Start-ups eröffnet Crowdfunding – besser Crowdfunding – neue Perspektiven. Zahlreiche Plattformen sorgen bereits dafür, dass sich Anleger und Entrepreneur auf kurzem Weg finden. Und dabei gibt es sensationelle Erfolgsgeschichten von Start-ups, die ihr Startkapital in nur wenigen Stunden beisammen hatten.

Fakt ist, dass Crowdfunding am Vormarsch ist. Der Trend geht dabei zu Pool-Lösungen – eine Art Crowdfunding-Fonds zur Risikominimierung. Banken beginnen bereits darüber nachzudenken, ähnliche Modelle zu entwickeln. „Die Finanzwelt im Schwarm wird als spannende Ergänzung der klassischen Geldwirtschaft neue Formen an die Seite stellen, die den Menschen wieder näher rückt“, so die Expertinnen. Günther Faltn, Professor für Entrepreneurship an der FU Berlin, meint dazu: „Ökonomie wird fassbar, überschaubar, zugänglich. Diese Art von Wirtschaften hat absolut das Potenzial, in der Zukunft zu einem wichtigen Bereich der Ökonomie zu werden.“

Herausforderungen für die Soziale Marktwirtschaft

Ulrich Witt formuliert im Ordo-Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft (Band 63, Lucius & Lucius), dass Ordnungsökonomie und Soziale Marktwirtschaft in Bedrängnis seien. Er verweist dabei auf globalisierten Wettbewerb, Bewältigung der Umweltprobleme, Bevölkerungsrückgang und -alterung oder auch Verschuldungstendenzen. Witt: „Wo in der Vergangenheit durch Einkommenszuwächse die Verteilungskonflikte des Sozialstaates entschärft werden konnten, wird dies zukünftig weniger möglich sein.“ Der Autor kritisiert in diesem Zusammenhang nicht nur die Anfälligkeit des Sozialstaatsprinzips durch „rent seeking“, sondern auch das geringe Interesse der Ökonomie an Sozialpolitik. Sie tue sich somit schwer, Effizienzkriterien und Gerechtigkeitskriterien die gleiche Aufmerksamkeit zu schenken. So bequem es jedenfalls sei, die tradierte Praxis der Sozialen Marktwirtschaft einfach fortzuschreiben und dabei auf wachstumsgespeiste Umverteilungsspielräume zu setzen, so fahrlässig wäre dies. Wachstumsdämpfende Wirkung hätten zudem Be-



/ Ordo-Jahrbuch Bd. 63, (Lucius & Lucius)

völkerungsrückgang und das zunehmende Durchschnittsalter der Bevölkerung. Witt führt auch ins Treffen, dass sich die Folgen der stürmischen Entwicklung der Schwellenländer auch auf die internationale Arbeitsteilung auswirken werden. Nischen in der internationalen Arbeitsteilung, von denen Exportnationen profitierten, würden sich in Zukunft verengen. So könne es sein, dass ausgelagerte industrielle Fertigungen mit geringerer Produktivität und Wertschöpfung wieder zurückkehren würden.

Auf der Suche nach Gerechtigkeit

Im heurigen Wahljahr ist viel von „Gerechtigkeit“ die Rede. Aber was steckt dahinter? Der von Michael Borchard, Thomas Schrapel und Bernhard Vogel herausgegebene Band liefert dazu wichtige Einsichten und Perspektiven. Die Herausgeber stellen fest, dass in modernen Gesellschaften die Zahl von unterschiedlichen Gerechtigkeitsauffassungen exorbitant zugenommen hat, „sodass schon von einem Pluralismus der Gerechtigkeitsformeln gesprochen werden kann“. Auf der Suche nach tauglichen Gerechtigkeitskonzeptionen greifen die Autoren auf Platons „Politeia“ zurück, in welcher dieser von einer natürlichen Ungleichheit der Menschen ausgeht. Deshalb solle jeder nach seiner Fähigkeit tätig sein. Das ist eine wesentliche Grundlage einer „gerechten“ Gesellschaftsordnung. In seiner „Nikomachischen Ethik“ verstand Platon-Schüler Aristoteles „Gerechtigkeit“ als ethische Grundhaltung, die nicht von Natur aus gegeben sei. Als weiteren Meilenstein im philosophischen Gerechtigkeitsdiskurs identifizieren Borchard und Schrapel John Rawls' „Theory of Justice“, für den „Gerechtigkeit“ die erste Tugend sozialer Institutionen ist. Borchard



/ Michael Borchard,
Thomas Schrapel,
Bernhard Vogel:
Was ist Gerechtigkeit?
(Böhlau Verlag)

und Schrapel fragen zu Recht: „Ist die soziale Gerechtigkeit heute beliebig, ein nicht fassbarer, ja vielleicht sogar gefährlicher, weil ein „ad libitum“ interpretierbarer und instrumentalisierbarer politischer Begriff?“ Ihr Fazit: „Je moralischer allerdings die Interpretation des Begriffs der Gerechtigkeit unterlegt ist, desto größer ist die Gefahr, dass nach und nach in einem schleichenden Prozess jede Form der Verschiedenheit zunehmend als Ungerechtigkeit interpretiert wird.“ \

Pioneers Festival – Europas größtes Festival für Unternehmertum und innovative Technologien

Das Pioneers Festival (30.–31. Oktober 2013) versammelt 2.500 nationale und internationale Start-ups, Pioniere, Gründer, Investoren und Tech-Begeisterte in Wien, um Unternehmertum und innovative Zukunftstechnologien gebührend zu feiern, zu inspirieren und Wissen zu vermitteln. Während der beiden Festivaltage in der Wiener Hofburg werden qualitativ hochwertige Inhalte von weltbekannten Speakern wie Christopher Ahlberg – dem Gründer von Recorded Future – diskutiert, der Sieger der Pioneers Challenge gekürt und mit dem Rahmenprogramm wird für großartige Festivalstimmung gesorgt. Andreas Tschas, CEO von Pioneers, über die Bedeutung des Festivals für die Jungunternehmenszene in Österreich: „Mit dem Pioneers Festival wird Wien auch heuer wieder Ende Oktober zum Hotspot der internationalen Start-up und Technologie Szene. Darauf gilt es aufzubauen, um Österreich für Start-ups als Standort langfristig attraktiv zu machen.“ Nähere Informationen unter pioneersfestival.com.



PIONEERS
FESTIVAL

Neue Spitzen-Teams im Burgenland



Fotos: © JW

/ Der neue Bezirksvorstand der JW Neusiedl am See

Baumeister Ing. Markus Waha wurde als Vorsitzender der JW Eisenstadt wiedergewählt. Hannes Buchinger wird ihm wie bisher als Stellvertreter zur Seite stehen. Waha setzt im Betrieb seines Vaters die Tradition des Baumeisterhandwerks in vierter Generation fort. Auch im Bezirk Neusiedl am See gibt es einen neuen Bezirksvorstand: Neuer JW-Bezirksvorsitzender ist Gernot Zechmeister aus Gols, seine Stellvertreter sind Katrin Okika-Welleschütz aus Frauenkirchen und Ing. Christoph Pöck aus Neusiedl am See.



/ v.l.n.r.: stv. Bezirksvorsitzender Hannes Buchinger, Bezirksvorsitzender Ing. Markus Waha, Wirtschaftskammer-Regionalstellenleiter Franz Rumpolt

Burgenländische Jungunternehmer treffen ihren Präsidenten

Unter dem Motto „Meet the President“ hatte die Junge Wirtschaft Eisenstadt ins Weingut Kugler nach St. Margarethen eingeladen. Die Jungunternehmer des Bezirks hatten dabei die Möglichkeit, den Präsidenten der Wirtschaftskammer Burgenland, Ing. Peter Nemeth, im persönlichen Gespräch kennenzulernen. Markus Waha, Bezirksvorsitzender der JW Eisenstadt, unterstreicht auch den Netzwerk-Effekt solcher Events: „Wir wollen den jungen Unternehmerinnen und Unternehmern aus dem Bezirk Eisenstadt eine Plattform bieten, um interessante Kontakte zu anderen Jungunternehmern zu knüpfen, weil es im Wirtschaftsleben immer mehr auf die richtigen Kontakte ankommt. Diese ent-

scheiden über zukünftige Erfolge und neue Business-Chancen.“



Foto: © JW

/ Die Junge Wirtschaft Eisenstadt mit Wirtschaftskammer-Präsident Honorarkonsul Ing. Peter Nemeth (l.)

Zu Gast beim Jungunternehmer des Jahres



Foto: © JW

/ v.l.n.r.: Ing. Ingmar Ulreich mit dem Vorstand der Jungen Wirtschaft Oberwart: JW-Referentin Martina Horvath, Sandra Spiegel, stv. Bezirksvorsitzender Ing. DI (FH) Georg Schranz und Bezirksvorsitzende Julia Geosics

Die Junge Wirtschaft Oberwart hielt ihre Vorstandssitzung im neuen Gebäude der UTB Laser- und Vermessungstechnik ab. Nach dem formellen Arbeitsprogramm führte Ing. Ingmar Ulreich, Geschäftsführer der UTB Laser- und Vermessungstechnik GmbH, die JW-Funktionäre durch das neue Betriebsgebäude neben dem Impulszentrum Oberwart. Das Unternehmen gewann im letzten Jahr den burgenländischen Jungunternehmerpreis der Jungen Wirtschaft.

Incentive-Programm: Das sind die Gewinner!

Mit dem Incentive-Programm der Jungen Wirtschaft Burgenland wird außergewöhnliches Engagement der JW-Bezirksorganisationen ausgezeichnet. Im Rahmen der ersten Landesvorstandssitzung der Jungen Wirtschaft Burgenland wurden nach den einzelnen Bezirkspräsentationen die Gewinner ermittelt: Platz 1 ging an die JW Neusiedl am See, Platz 2 an die JW Eisenstadt und Platz 3 an die JW Oberpullendorf.



Foto: © JW

/ Georg Gerdentisch gratuliert Bezirksvorsitzenden Gernot Zechmeister zum Sieg.

Roadshow der JW Kärnten



/ v.l.n.r.: Claudia Prodingler, Referent Manfred Wagner, LV Brigitte Truppe und RB-Vorstandsdirektor Wilhelm Pirker

Selbstständig Motiviert – so war der vielklingende Titel der diesjährigen Roadshow der Jungen Wirtschaft Kärnten. Selbstständige sind laufend gefordert, „etwas zu unternehmen“. Ihnen sagt niemand, was sie wann, wie zu tun haben. Sich laufend selbst zu motivieren ist also eine der Grundvoraussetzungen für den Erfolg. Die Veranstaltungsreihe, welche in Koope-

ration mit den Raiffeisenlandesbanken veranstaltet wird, zog dieses Jahr wieder mehr als 600 Besucher in acht Bezirksstädten an. Die Roadshow bot neben interessantem Wissen auch die Möglichkeit für Networking und Erfahrungsaustausch. „Die Roadshow ist mittlerweile schon eine fixe Größe bei uns in der Jungen Wirtschaft. Hier ist es uns besonders wichtig, auch abseits der Landeshauptstadt in den Regionen präsent zu sein“, so Brigitte Truppe, Landesvorsitzende der Jungen Wirtschaft Kärnten. An den Veranstaltungsabenden lernten die Besucher wie Motivation funktioniert, welche Ressourcen Ihnen dafür jetzt bereits zur Verfügung stehen und wie sie manche davon wieder entdecken können. Der diesjährige Referent, Manfred Wagner, schaffte es auf humorvolle und eindringliche Art und Weise, das Publikum in seinen Bann zu ziehen.



/ Begeistertes Plenum bei der Roadshow

Trendforum mit Finanzstaatssekretär Andreas Schieder



/ Markus Roth und Mag. Andreas Schieder

Heiß diskutiert wurden die Forderungen der Jungen Wirtschaft nach alternativen Finanzierungsmodellen beim Trendforum im Mai. Denn die von einer Bank geforderten Sicherheiten für einen Kredit können Gründer nicht bieten. Daher muss Österreich hier rasch reagieren und die entsprechenden gesetzlichen Rahmenbedingungen für diese neuen Finanzierungsmodelle schaffen. Schieder verwies auf die beim aws angesiedelten Gründer-Fonds und der Business-Angel-Fonds, die bei genau dieser Finanzierungslücke Gründer unterstützen. Für den JW-Bundesvorsitzenden Roth kann dies nur der Anfang sein. „Der nächste Schritt müssen Änderungen bei der Prospektpflicht-Höhe und eine Änderung des Einlagenbegriffs sein, um Schwarmfinanzierungen für realwirtschaftliche Tätigkeiten zu ermöglichen“, so Roth. Einig war man sich am Ende auf jeden Fall bei der Notwendigkeit, Gründer und junge Unternehmen zu fördern, um innovativen Ideen in Österreich eine Chance zu bieten.

Erfolgreiche Präsentation der Bundestagung in Kärnten



/ v.l.n.r.: Stv.-LV Stefan Sternad, Stv.-LV Daniela Heiden, LV Brigitte Truppe und Präsident Franz Pacher

Einen großen Andrang beim ersten Neujahrsempfang der Jungen Wirtschaft Kärnten gab es in der Villa Pucher. Mehr als 150 Besucher strömten in die exklusiven Räume der außergewöhnlichen Veranstaltungsort. Neben der Präsentation des Jahresprogramms fand Landesvorsitzende Brigitte Truppe sehr direkte Worte Richtung Politik: „Die Jungunternehmer

Kärntens sind ein wichtiger Garant für den zukünftigen Wohlstand in diesem Lande. Nur wenn die Rahmenbedingungen für ihr unternehmerisches Schaffen mitunter gegeben sind, können sie diese Rolle auch erfüllen.“ Vorgestellt wurde ebenso das neue Programm „Die Fantastischen Vier“, wonach die Junge Wirtschaft sich auf vier Kernfelder konzentriert: Bildung, Generationengerechtigkeit, Geld & Finanzen sowie Unternehmertum 2.0. Das ganz große Highlight war aber die Präsentation der diesjährigen Bundestagung für Jungunternehmer und Führungskräfte im Herbst (27./28. September 2013), welche dieses Jahr in Klagenfurt stattfinden wird. Unter den zahlreichen Gästen befanden sich unter anderem Wirtschaftskammerpräsident Franz Pacher, Topgastronom Stefan Sternad, die Banker Gottfried Wulz und Gerald Fritz, Vizebürgermeister Albert Gunzer, KSV1870-Chefin Barbara Wiesler-Hofer, die Autohändler Seppi und Benni Sintschnig sowie die Kammerfunktionäre Klaus Kronlechner und Max Habenicht.

JCI-Senatortitel für Walter Seemann



/ v.l.n.r.: JCI National President Bernd Stechhauner, Präsidentin KommR Sonja Zwazl, EUR Ing. Walter Seemann, MSc, BV JWÖ Markus Roth, LV JWNÖ Mag. (FH) Dipl.-Ing. (FH) Markus Aulenbach

Im Rahmen der JW-Springlounge der JW Niederösterreich wurde Walter Seemann aufgrund seines Engagements für die JCI der Senatortitel überreicht. Walter Seemann war unter anderem JCI National

President und Mitbegründer des DACH W-K-B-N Summits. Er sorgt für die perfekte Betreuung der österreichischen Delegation bei den JCI-Konferenzen.

Feuerwerk an Inhalten in Niederösterreich



/ v.l.n.r.: LV-Mitglied JWNÖ Mag. (FH) Mathias Past, LGF JWNÖ Mag. Dieter Bader, BV JWÖ Markus Roth, LV-Stv. JWNÖ Stefan Seif, LV-Stv. JWNÖ Claudia Krickl, Präsidentin KommR Sonja Zwazl, LV-Stv. JWNÖ Martin Freiler, LV JWNÖ Mag. (FH) Dipl.-Ing. (FH) Markus Aulenbach, EUR Ing. Walter Seemann, MSc, Direktor Dr. Franz Wiedersich

/ Markus Aulenbach bei seinem Vortrag „Low Budget PR – Social Media machts möglich“



„Aufbruch 2013 – Vision & Kompetenz“ – unter diesem Motto veranstaltete die Junge Wirtschaft Niederösterreich Ende April zum zweiten Mal einen ganzen Tag für junge Unternehmerinnen und Unternehmer und solche, die es noch werden möchten. Bei insgesamt 24 Vorträgen

hatten über 400 TeilnehmerInnen die Möglichkeit, ihr berufliches und persönliches Know-how weiterzuentwickeln. Landesvorsitzender Mag. (FH) Dipl.-Ing. (FH) Markus Aulenbach und sein Team freuen sich auf die Neuauflage der Jungunternehmer-Tage im Frühjahr 2014.

„JW-Awards“ für JW Steyr-Stadt, Grieskirchen und Linz Stadt



/ v.l.n.r.: JW-Landesvorsitzender-Stv. Max Rumpfhuber, Wolfgang Prechtl, JW-Landesvorsitzender Peter Reiter, Jürgen Gruber, Oliver Pühringer, JW-Landesvorsitzender-Stv. Corinna Lindinger

Die Junge Wirtschaft Oberösterreich ist mit 15.000 Mitgliedern die mit Abstand größte JW-Bundesländergruppe. Gemeinsam mit 100 Bezirks- und Ortsgruppen organisierte die JW Oberösterreich im Vorjahr 235 Veranstaltungen mit rund 13.500 Besuchern. „Wir sind so stark, weil wir ein hervorragendes Netzwerk über das gesamte Bundesland sowie Hunderte ehrenamtliche Funktionäre haben“, ist JW-Landesvorsitzender Peter Reiter stolz auf die Jungunternehmerorganisation. Jährlich zeichnet die JW jene Gruppen aus, die sich im Vorjahr besonders hervorgetan haben. Beim Jahresauftakt „Take off 2013“ der Jungen Wirtschaft in der VKB-Bank wurden Preise in drei verschiedenen Kategorien verliehen. In der Kategorie „beste Veranstaltung“ wurde die JW Steyr-Stadt für ihren Gewerbeflohmarkt ausgezeichnet. In der Kategorie „Aufsteiger des Jahres“ wurde die JW Grieskirchen prämiert. Und in der Kategorie „Bestes Lobbying“ wurde die JW Linz-Stadt zum Sieger gekürt.

JW
Junge Wirtschaft

JOIN US!

Netzwerk, Kooperation & Diskussion

- www.xing.com/net/jungewirtschaft
- www.facebook.com/jungewirtschaft
- www.twitter.com/jungewirtschaft

OÖ Jungunternehmerpreis 2013: Visionen umsetzen



Foto: © JW

/ v.l.n.r.: Karl Kronberger, Johannes Peer, Ingrid Schatz, Alexander Kraml, Sven Umert, Martina Esterbauer, Josef Höckner, Wolfgang Langthaler, Markus Kaiser-Mühlecker

Strahlende Sieger gab es bei der Verleihung des 22. oberösterreichischen Jungunternehmerpreises der Jungen Wirtschaft Oberösterreich. Der Preis wurde heuer in den Kategorien „Wachstum“, „Kreative Idee, innovativer Betrieb, innovatives Produkt“ und „Klein, aber fein (EPU)“ vergeben. 130 junge Unternehmen aus Oberösterreich hatten sich heuer um den begehrten Preis beworben. Durchgeführt wird der Jungunternehmerpreis von der Jungen Wirtschaft Oberösterreich in Kooperation mit der Fachgruppe Unternehmensberatung und Informationstechnologie und Wirtschaftslandesrat Michael Strugl. „Visionen ohne Taten bleiben Träume“, sagte Peter Reiter, Landesvorsitzender der Jungen Wirtschaft, bei der Preisverleihung. „Für die Verwirklichung dieser Visionen braucht es aber auch Rahmenbedingungen. Und es gehört dazu, dass man alte Regeln auf ihre Zukunftstauglichkeit hinterfragt“, so Reiter, der als Beispiel das Thema alternative Finanzierungsmethoden nannte.

Auch WKOÖ-Vizepräsidentin Ulrike Rabmer-Koller zeigte sich stolz auf die innovativen jungen oö. Unternehmen: „Innovationen sind die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg, und junge Unternehmen sichern mit ihrer Innovationskraft unseren Wohlstand von morgen.“ Einigkeit herrschte bei der Veranstaltung darüber, dass Jungunternehmer Jobmotor und wichtiger Faktor für den Strukturwandel und für Innovationen in Oberösterreich sind. Die Fachjury des Preises bestand aus Unternehmensberaterin Gabriele Kössler (Vorsitzende), Markus Raml (Steuerberater), Prof. Norbert Kailer (JKU, Institut für Unternehmensgründung), Paul Eiselsberg (Senior Research Director der IMAS International) und Christian Hener (Geschäftsführender Gesellschafter der HENER IT-Group GmbH).

+ Bis zu EUR 2.000,- Allrad Bonus¹⁾

+ EUR 1.500,- Service-Leasing-Bonus²⁾

+ EUR 1.000,- Eintausch-Bonus³⁾



BLUE EFFICIENCY

Der Vito Bus. Mit besten Empfehlungen Ihres „Controllers“.

Vorsteuerabzugsberechtigt und jede Menge Platz.

Der Vito Bus. Für den Unternehmer und seine Familie. Variables Sitzkonzept und Platz für bis zu 9 Personen. Sparsam dank verbrauchsarmen CDI-Motoren. Und für die persönliche wie wirtschaftliche Sicherheit garantieren ADAPTIVE ESP® und das kostenlose 4-Jahres-Wertpaket. Mehr dazu unter www.mercedes-benz.at/vito
Der Vito Bus. Schließlich fahren Sie ihn auch privat.

Kraftstoffverbrauch (NEFZ) kombiniert 6,9–8,5 l/100 km, CO₂-Emission kombiniert 182–224 g/km.
1) Höhe des Allrad-Bonus abhängig von Fahrzeugleermasse nach EG – inkl. NoVA und MwSt.
2) Bonus gilt bei Serviceleasing-Angebot von Mercedes-Benz Financial Services Austria GmbH. Beinhaltet vorgeschriebene Wartungsumfänge gemäß ASSYST bzw. Wartungsblatt am Fahrzeug inkl. erforderl. Teile und Betriebsstoffe. Verschleiß, Reparatur und gesetzl. Überprüfungen ausgenommen. 3) EUR 1.000,- Bonus erhalten Sie bei Kauf eines Vito Bus als Überbewertung Ihres Gebrauchtwagens netto. Boni & Leasing gültig bis 30.09.2013.

Eine Marke der Daimler AG



Mercedes-Benz
Vans. Born to run.

Neuer JW-Landesvorstand Oberösterreich startet durch



/ v.l.n.r.: Landesvorsitzender Peter Reiter,
Landesvorsitzender-Stv. Corinna Lindinger,
Landesvorsitzender-Stv. Mag. Max Rumpfhuber

Mit vollem Tatendrang startete der neue Landesvorstand der Jungen Wirtschaft Oberösterreich mit Peter Reiter (29) an der Spitze in die neue Amtsperiode. Reiter trat die Nachfolge von Markus Raml an, der seit 2009 an der Spitze der Jungunternehmerorganisation stand. Gemeinsam mit seinen Stellvertretern Corinna Lindinger (31) aus St. Marien und Max Rumpfhuber (37) aus Hartkirchen möchte er unter dem Motto „Destination: Zukunft Jungunternehmertum“ wieder stärker auf die Leistung und Erfolge von Jungunternehmern aufmerksam machen. Peter Reiter gründete 2009 das Unternehmen Seamtec. Er beschäftigt sich mit der Automatisierung von Kleinwasserkraftwerken und Biomassekraftwerken. Ebenfalls neu gewählt wurden seine Stellvertreter: Corinna Lindinger ist seit 2010 im Bereich Handel für Gesundheitsprävention selbstständig. Max Rumpfhuber ist seit 1995 selbstständiger Berater, zusätzlich seit 2005 IT-Dienstleister sowie seit 2011 Unternehmensberater mit Schwerpunkt Förderungen.

NetzWerkStatt in Salzburg



/ v.l.n.r.: Dr. Hans-Joachim Pichler
MBL, Geschäftsführer Junge Wirtschaft
Salzburg, Mag. Veronika Göttl
und LAbg. Mag. Hans Scharfetter
freuen sich über den Erfolg der
Veranstaltung

Eine möglichst große Anzahl an neuen Kontakten in möglichst kurzer Zeit. Das war das Credo der mittlerweile 16. NetzWerkStatt. Am Freitag, den 19. April ging eine weitere Ausgabe der etablierten Veranstaltungsreihe über die Bühne. „Mehr als 90 Prozent der Aufträge werden über gegenseitige Weiterempfehlungen und damit Netzwerke akquiriert. Genau dem entsprechen wir mit dem aktuellen Veranstaltungskonzept“, so Mag. Barbara Gramiller, Landesvorsitzende der Jungen Wirtschaft Salzburg. Besonders junge Unternehmer müssen beim Aufbau eines hochqualitativen Netzwerks unterstützt werden. Und wie lässt es sich einfacher Kontakte knüpfen, als wenn man sich einer gemeinsamen Aufgabe stellt. Sechs

Stationen galt es, in Teams im Gebäude der Salzburger Nachrichten zu absolvieren. Dabei wurde nicht nur ein neues Maskottchen für die Veranstaltungsreihe designt, das Gewinnerteam durfte auch ein Gstanzl zum Thema Netzwerken auf der Bühne zum Besten geben. Für die Mühe winkten nicht nur neue Kontakte, die Gewinner durften sich auch über ein attraktives Unternehmer-Package, zur Verfügung gestellt vom Schäfer Shop, freuen. Zusätzlich schickt die ALLIANZ einen Gewinner mit Begleitperson in die hauseigene Arena in München. Zehn UnternehmerInnen erhielten darüber hinaus die Möglichkeit, einen bleibenden Eindruck auf der Business-Bühne zu hinterlassen.

Frauenpower in der Jungen Wirtschaft Steiermark



/ v.l.n.r.: Barbara Kompöck und Astrid Baumann

Frischer weiblicher Wind weht in der Jungen Wirtschaft Leoben und Mürzzuschlag. Astrid Baumann wurde einstimmig zur neuen Bezirksvorsitzenden des Bezirks Leoben gewählt. Gemeinsam mit ihrer Mutter betreibt sie ein Reisebüro in Leoben. Zur Bezirksvorsitzenden des JW-Bezirksteams Bruck an der Mur/Mürzzuschlag wurde einstimmig Barbara Kompöck gewählt. Die Unternehmerin führt eine PR-Agentur in Mürzzuschlag.

Steirische JW gibt Vollgas



/ v.l.n.r.: Dipl.-Ing. (FH) Markus Dirschlmayr, Andreas Grabenbauer, Mag. Hardo-Horst Hrastnik, Ing. Backk. techn. Werner Grassl, Roland Rauch, Rene Jäger, Christina Pickl-Herk B.A., Astrid Baumann, Margit Dunkl MSc, Barbara Kompöck, Dr. Walter Kafitz, Mag. Bernd Liebming, Andreas Halwachs, Mag. Werner Aschenbrenner MSc. MBA, Gerald Ratz, Mag. (FH) Burkhard Neuper, Ing. Bernhard Hammer

Ende Mai hatte die 23. Delegiertenkonferenz der Jungen Wirtschaft Steiermark

stattgefunden. Austragungsort war der „größte Spielplatz Österreichs“, der Red

Bull Ring in Spielberg, so der dortige Head of Marketing & Sales, Dr. Walter Kafitz bei seiner Begrüßung. Landesvorsitzender Mag. (FH) Burkhard Neuper und Landesgeschäftsführer Mag. Bernd Liebming informierten über aktuelle Themen, Projekte und Veranstaltungstermine der Jungen Wirtschaft. Im Fokus standen vor allem die wichtigen jungen Themen Crowdfunding und GmbH NEU. Das Generalthema der Konferenz lautete „Die Junge Wirtschaft gibt Vollgas“. Das war nicht nur inhaltlich der Fall: Anschließend an die Konferenz gab die Junge Wirtschaft beim gemeinsamen Go-Kart und X-Bow-Fahren richtig Vollgas. Bei einem gemütlichen Abendessen und anschließenden Besuch des neu gestalteten Wasserturms in Zeltweg, der einen einzigartigen Panoramablick auf die Region und den Flughafen Zeltweg bietet, klang die Veranstaltung aus.

Feldbacher Business&Breakfast im Modehaus



/ v.l.n.r.: Manuela Weinrauch, Bezirksvorsitzender Christoph Schaden, WK-Stmk.-Direktor Thomas Spann, Miss Styria Sarah Oberhauser, Rainer Rauch, Landtagspräsident Franz Majcan, Ferdinand Roth, Regionalstellenleiter Thomas Heuberger

Die Junge Wirtschaft Feldbach rund um Bezirksvorsitzenden Christoph Schaden lud zu einem bunten und gesunden „Business&Breakfast“ ins Modehaus Roth in Feldbach ein. Zahlreiche JungunternehmerInnen nutzten die Chance, mit interessanten Persönlichkeiten aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, Medien,

Kunst und Kultur bei einem gemütlichen Frühstück zu plaudern und interessante Kontakte zu knüpfen. Gäste waren u. a. Wirtschaftskammer-Direktor Mag. Thomas Spann und Landtagspräsident Franz Majcan. Miss Styria, Sarah Oberhauser aus Unterlamm, präsentierte die aktuellen Fashion Trends des Modehauses Roth.

Mit Kriminalpsychologie aus der Krise



/ JW-Bezirksvorsitzender Andreas Halwachs mit Dr. Thomas Müller

Im ausverkauften Maxxom Hartberg referierte vor mehr als 300 begeisterten Jungunternehmerinnen und Jungunternehmern der bekannte Kriminalpsychologe Dr. Thomas Müller über das Thema Krisen. Die Junge Wirtschaft Hartberg unter Bezirksvorsitzendem Andreas Halwachs hatte zur Veranstaltung geladen. Müller zeigte in seinem Referat, was man tun kann, um Krisen zu bewältigen – und was man tunlichst unterlassen sollte.

Standort Tirol: Was bringt die Zukunft?

Die Junge Wirtschaft begrüßte kürzlich hochkarätige Gäste zur Zukunft des Wirtschaftsstandortes Tirol im Unternehmerzentrum Tirol im Unternehmerzentrum Tirol. LRin Patrizia Zoller Frischauf, Mag. Manfred Pletzer von der M. Pletzer BeteiligungsGmbH und Mag. Stefan Garbislander, Abteilungsleiter Wirtschaftspolitik und Strategie in der Wirtschaftskammer Tirol, diskutierten am Podium. Tirol profitiert von einer niedrigen Arbeitslosigkeit und einem hohen Exportvolumen. Die Herstellung von Waren ist der tragende Wirtschaftszweig, gefolgt von der Beherbergung und Gastronomie. Damit diese stabile Wirtschaftslage auch zukünftig gewährleistet werden kann, muss die Politik die Augen für Zukunftsthemen öffnen, so der Tenor der Debatte.



Fotos: © JW
/ v.l.n.r.: Abteilungsleiter Wirtschaftspolitik/ Strategie Mag. Stefan Garbislander, JW-Landesvorsitzender Mario Eckmaier, LRin Patrizia Zoller Frischauf, Unternehmer Mag. Manfred Pletzer



/ Unternehmer Mag. Manfred Pletzer



/ Leiter der Abteilung Wirtschaftspolitik und Strategie Mag. Stefan Garbislander

Produktive Wellbeing Days 2013 in Going



Foto: © JW
/ Die Teilnehmer aus Bayern, der Schweiz und Österreich bei den Wellbeing Days 2013

Bereits zum fünften Mal fanden im Stanglwirt bei Going die „Wellbeing Days“ statt. Drei Tage lang trafen sich 36 Funktionäre der JCI Schweiz, der Wirtschaftsjuvenen Deutschland und der JW Österreich, um gemeinsam mit Österreichs ehemaligem EU-Kommissar Franz Fischler über die Zukunft der EU zu diskutieren. „Dieses Format gibt uns die Möglichkeit, zusammen mit unseren direkten Nachbarn grenzüberschreitende Projekte zu planen und dadurch für unsere Mitglieder einen direkten Mehrwert zu schaffen“, bilanziert Mark Schuchter, zuständig für internationale Projekte bei der JW Tirol, die produktive Veranstaltung.

Tipps vom Profi-Werber

Mitte März begrüßte die Junge Wirtschaft Tirol über 50 JungunternehmerInnen im Unternehmerzentrum WIFI in Innsbruck. Marc Fiedler, Gründer und Creative Director der „Gruppo del Café Palermo“, referierte über sein neuestes Buch „XXS-Kondome gibt es nicht – Marc Fiedler über Werbung und Happiness“.



Fotos: © JW
/ v.l.n.r.: WKO-Vizepräsidentin und FiW-Landesvorsitzende Martha Schultz, Autor Marc Fiedler, JW-Landesvorsitzender Mario Eckmaier



/ Vortragender Marc Fiedler und WKO-Vizepräsidentin und FiW-Landesvorsitzende Martha Schultz



/ Beim Networking

Tiroler Roadshow „Wie kommt das Neue in die Welt?“

Innovation bringt Wachstum – und Unternehmen brauchen Wachstum, um langfristig am Markt bestehen zu können. Vor diesem Hintergrund organisierte die Junge Wirtschaft Tirol die Roadshow „Wie kommt das Neue in die Welt?“. Ziel war es, den Tiroler JungunternehmerInnen Innovation näher zu bringen. Hannes Treichl, Topreferent und interna-

tionaler Speaker, zeigte auf, wie leicht es ist, das Neue in die Welt zu bringen. Wichtig ist es, die Perspektive zu ändern, denn ein neuer Blickwinkel zeigt neue Seiten. „Lernen Sie, die Probleme Ihrer Kunden zu lösen“, appellierte Treichl an das Publikum. Konkrete Praxisberichte zum Thema Innovation kamen von Mag. Michaela Hysek-Unterweger/Unterweger

Früchte GmbH, Martin Kollnig/sun.e-resolution Photovoltaik, Dr. Daniela Larch/Emeibaby GmbH, Mag. Romana Danzl/Empl Fahrzeugwerk GmbH, Wolfgang Saurer/Holzbau Saurer, Helmut Schamberger/ANIMA – das Bad das atmet, Dipl.-Ing. Valentine Troi/superTEX composites GmbH, Dipl.-Ing. Anton Mederle/Thöni Industriebetriebe GmbH, Mag. Brigitte Wüster/Juwel H. Wüster GmbH, Martin Jehart/Organoid Technologies GmbH, Prof. Dr. Peter Guggenberger/AMiSTec GmbH & Co KG, Stefan Steinacher/PR-Agentur, Wolfgang Sila/s'Fäscht, Patrick Schwarz/Catering Schwarz KG, Dr. Maximilian Lackner/AMiSTec GmbH & Co KG und Gerald und Fritz jun. Unterberger/Unterberger. Sie erklärten, welche Vorteile sich aus Innovationsprozessen für ihr Unternehmen ergeben haben, wie sie Innovationen im Unternehmen fördern und welche Hürden sie von der Idee bis zur Umsetzung überwinden mussten.



/ v.l.n.r.: Dipl.-Ing. Valentine Troi/superTEX composites GmbH, JW-Landesvorsitzender Mario Eckmaier, Dipl.-Ing. Anton Mederle/Thöni Industriebetriebe GmbH, Vortragender Hannes Treichl



/ v.l.n.r.: Fritz jun. und Gerald Unterberger/Unterberger Gruppe, Referent Hannes Treichl, Dr. Maximilian Lackner/AMiSTec GmbH & Co KG, JW-Bezirksvorsitzender Daniel Wadlegger, JW-Landesvorsitzender Mario Eckmaier, JW-Landesgeschäftsführerin Mag. Sabine Wiesflecker



/ v.l.n.r.: Martin Jehart/Organoid Technologies GmbH, JW-Bezirksvorsitzender Mag. (FH) Stefan Mair, Mag. Brigitte Wüster/Juwel H. Wüster GmbH



/ v.l.n.r.: Patrick Schwarz/Catering Schwarz KG, Wolfgang Sila/s'Fäscht, JW-Bezirksvorsitzender Heiko Luchetta



/ v.l.n.r.: JW-Bezirksvorsitzende Mag. (FH) Andrea Speckbacher, Helmut Schamberger/Malerei Chamäleon, Djuro Iljazovic/ANIMA – das Bad, das atmet, Wolfgang Saurer/Holzbau Saurer



/ v.l.n.r.: JW-Bezirksvorsitzender Stefan Niedermoser, Stefan Steinacher/PR-Agentur, Prof. Dr. Peter Guggenberger/AMiSTec GmbH & Co KG, Bezirksstellenleiter Dr. Balthasar Exenberger



/ v.l.n.r.: JW-Bezirksreferent Walter Patterer, Martin Kollnig/sun.e-resolution, Mag. Michael Hysek-Unterweger/Unterweger Früchteküche GmbH, JW-Bezirksausschussmitglied Mag. Hannes Mahl und JW-Bezirksausschussmitglied Harald Desalla



/ v.l.n.r.: JW-Bezirksvorsitzender-Stv. Michael Hochmuth, Mag. Romana Danzl/Empl, Dr. Daniela Larch/Emeibaby GmbH, Bezirksstellenobmann NR Franz Hörl

Social-Media-Tipps von Armin Wolf



/ v.l.n.r.: Harald Siegl, Thomas Wiedemann, Andrea Längle, Marius Amann, Jochen Köb



Am 21. März hatte die Junge Wirtschaft Vorarlberg zur jährlichen Frühjahrsveranstaltung geladen. Das diesjährige Thema „Wie Social Media Kommunikation, Konsum und Kunden verändern“ stieß dabei auf großes Interesse. Gespickt mit zahlreichen praktischen Beispielen zeigte Referent ZIB2-Moderator Armin Wolf den knapp 400 interessierten Gästen mögliche Auswirkungen von Social Media auf Kommunikation und Konsumverhalten auf. Für den Umgang mit Twitter und Facebook gelten laut Wolf zwei einfache Guidelines: „Gehirn

einschalten, bevor man eine Nachricht schreibt“ und zum zweiten „Tue nichts Dummes“. Außerdem: „Poste nichts, was du nicht auch öffentlich sagen würdest“. „Die Zahl von einer Milliarde Facebook-Nutzern weltweit und der Anstieg unseres Medienkonsums von 1964 bis 2010 von 3:14 Stunden auf 9:43 Stunden pro Tag sprechen Bände. Die Begeisterung und das Interesse der Unternehmer und Wirtschaftstreibenden für das Thema ist ungebrochen“, freut sich JWV-Vorsitzende Stefanie Walser über den gelungenen Abend.



/ v.l.n.r.: JWV-GF Marco Tittler, Sabine Welte (KSV 1870), JWV-Vorsitzende Stefanie Walser



/ Armin Wolf

Mentoring-Projekt 24/7

Wiener UnternehmerInnen zeigen bei einem Mentoring-Projekt der anderen Art angehenden JungunternehmerInnen, welchen mentalen, körperlichen und finanziellen Belastungen ein Geschäftsmann bzw. eine Geschäftsfrau tatsächlich ausgesetzt ist. Den UnternehmerInnen wird dabei ein junger „Schatten“ zur Seite gestellt, der vom Einblick in das Unternehmen in Hinblick auf Zeitmanagement, Personalführung, Kundenmanagement, Prozessoptimierung und vielen anderen Bereichen profitiert - und sich durch die „Schnuppertage“ auf die Selbständigkeit gut vorbereiten kann. Die UnternehmerInnen erhalten im Gegenzug neuen Input und frische Ideen von ihren Mentees.

Extra-Förderung für EPU in Vorarlberg



/ v.l.n.r.: JWV-GF Mag. Marco Tittler und JWV-Vorsitzende Stefanie Walser

Die Vorarlberger Landesregierung hat ihr Wirtschaftsförderungsprogramm um eine wichtige Maßnahme für Kleinstunternehmen erweitert. Das Land bezahlt Ein-Personen-Unternehmen, die einen Mitarbeiter anstellen, ein Jahr lang bis zu 400 Euro pro Monat. Die Junge Wirtschaft Vorarlberg begrüßte die Entscheidung des Landes Vorarlberg nachdrücklich. Schließlich handelt es sich dabei um eine langjährige Forderung der JW Vorarlberg. Die EPU-Richtlinien und der Förderantrag sind auf der Homepage des Landes unter „EPU-Förderung“ abrufbar.

Vorstandsteam der JW Vorarlberg bestätigt



/ v.l.n.r.: Das neue/alte Team: Daniel Hörburger, Thomas Gabriel, GF Marco Tittler, Vorsitzende Stefanie Walser und Remo Klinger

Im Rahmen der Jahreshauptversammlung am 6. März wurde der aktuelle Vorstand der JW Vorarlberg bestätigt. Somit bleibt das Team rund um die Vorsitzende Stefanie Walser (Walser Leder & Mode) mit Remo Klinger (ediths, Noa Noa Dornbirn), Thomas Gabriel (Molindo) und Daniel Hörburger (LÖWEN Agentur) bestehen. Den Vorstand komplettiert Geschäftsführer Marco Tittler. Stefanie Walser: „Wichtig sind nach wie vor die großen Themen Wachstumserleichterungen für junge und daher auch meist kleine Unternehmen sowie die Generationengerechtigkeit. Daneben stehen Bundesthemen wie die Reduktion der Staatsverschuldung und auch die längst überfällige Neugestaltung des aktuellen Pensionsystems auf der Agenda der JW.“ Ein wichtiges Thema 2013 wird das „Erfolgsmodell Familienunternehmen“ sein, so Walser. Mit rund 500 Mitgliedern ist die Junge Wirtschaft Vorarlberg derzeit groß wie nie.

Im Rahmen der Jahreshauptversammlung am 6. März wurde der aktuelle Vorstand der JW Vorarlberg bestätigt. Somit bleibt das Team rund um die Vorsitzende Stefanie Walser (Walser Leder & Mode) mit Remo Klinger (ediths, Noa Noa Dornbirn), Thomas Gabriel (Molindo) und Daniel Hörburger (LÖWEN Agentur) bestehen. Den Vorstand komplettiert Geschäftsführer Marco Tittler. Stefanie Walser: „Wichtig sind nach wie vor die großen Themen Wachstumserleichterungen für junge und daher auch meist kleine Unternehmen sowie die Generationengerechtigkeit. Daneben stehen Bundesthemen wie die Reduktion der Staatsverschuldung und auch die längst überfällige Neugestaltung des aktuellen Pensionsystems auf der Agenda der JW.“ Ein wichtiges Thema 2013 wird das „Erfolgsmodell Familienunternehmen“ sein, so Walser. Mit rund 500 Mitgliedern ist die Junge Wirtschaft Vorarlberg derzeit groß wie nie.

Wiener Jungunternehmer im 25-Stunden-Hotel



Bereits vor der Eröffnung des etwas anderen Hotels „25hours“ in Wien hatte die Junge Wirtschaft Wien die Möglichkeit, die neu gestalteten Zimmer und Räumlichkeiten bei einer exklusiven Führung zu bewundern. Surreal, überraschend und mit viel Fantasie wird man in jedem Raum in ein anderes Szenario hineingezogen, berichten die Teilnehmer. Spektakulär ist auch der Blick über die Dächer Wiens – im Speziellen auf das Parlament, die Kuppeln des Kunst- und Naturhistorischen Museums oder die Weingärten Korneuburgs.

Marmelade-König im LeadersClub der JW Wien



/ Hans Staud beim LeadersClub der Jungen Wirtschaft Wien: „Ich habe gelernt zu delegieren.“

Wenn junge Unternehmer sich Rat von Älteren holen, dann bekommen sie viel zu hören. Ganz besonders im Fall von Hans Staud. Der Wiener Unternehmer hat schon vor 42 Jahren mit der Konserverierung und Veredelung von Obst und Gemüse begonnen und ist insbesondere für seine Marmeladen berühmt. Staud exportiert in 16 Länder – neuerdings auch in die Philippinen. Der erfolgreiche Unternehmer war kürzlich zu Gast beim LeadersClub der Jungen Wirtschaft Wien und

berichtete dort seine Erfolgsgeschichte. Anfang der 1970er-Jahre seien die Herausforderungen für Unternehmer bei weitem nicht so groß gewesen wie heute, sagte Staud. „Wenn man heute in Wien einen produzierenden Betrieb errichten will, geht es ohne 10 Millionen Euro im Hintergrund nicht.“ Auch die Konkurrenzsituation sei härter. Man müsse große Summen in Werbung investieren oder – so wie er – in soziale und kulturelle Projekte. „Ich glaube, das ist ein sehr

sympathischer Weg zu meinen Kunden.“ Neue Produkte testet er immer erst am Brunnenmarkt. Wenn sie den Kunden gefallen, kommen sie in den Handel. Dem Standort Wien will Staud erhalten bleiben. „Auch in jungen Jahren muss man an später denken, an die eigene Absicherung und was mit dem Unternehmen passiert“, riet Staud seinen Zuhörern.



/ v.l.n.r.: Gen.-Dir.-Stv. Dr. Havasi und Florian Mückstein

Messereise nach Südafrika



Foto: © JWV

Maschinen zur Rohstoffgewinnung und -verarbeitung und beschäftigt sich auch mit dem Thema Arbeitssicherheit. Für Interessenten veranstalten Junge Wirtschaft und AWO wieder eine Messereise vom 13. bis 22. September. Am Programm stehen der Messe-Besuch, Firmen- bzw. Baustellenbesichtigungen sowie Networking mit der AUSTRIAN BUSINESS CHAMBER. Safaris, Stadtbesichtigungen in Johannesburg und Pretoria und ein panafrikanisches Festessen runden das attraktive Programm der Messereise ab.

Das Gallagher Convention Centre in Johannesburg, Südafrika, ist Austragungsort der „bauma Africa 2013“ – der diesjährigen internationalen Fachmesse für Baumaschinen, Baustoffmaschinen, Bergbaumaschinen und Baugeräte. Diese Messe präsentiert Innovationen rund um die Baustelle,

/ Messereise-Extrakasten: Infos zu beiden Reisen

NÖ Landesreisebüro
Birgit Fuchs
Tel. 02742-72300
b.fuchs@nolreisen.at

Walter Seemann
Tel. +43 676/833 70 219,
walter.seemann@jungewirtschaft.at
www.jcicongressrio2013.com.

JCI-Europakonferenz 2013



Foto: © JWV

/ Die österreichische Delegation beim JCI-Europakonferenz

Die diesjährige Europakonferenz von JCI (Junior Chamber International/Junge Wirtschaft International) fand Ende Mai in Monaco statt. Aus Sicht der österreichischen Teilnehmer, allen voran Bernd Stechauner, JCI National President Austria, verlief die Veranstaltung sehr positiv. So wurde auf Initiative von Österreich ein Economic Fo-

rum eingerichtet, um im Rahmen von JCI europaweite Strategien gegen Jugendarbeitslosigkeit und für erweiterte Finanzierungsformen umzusetzen. Komplettiert wurde der Aufenthalt durch ein Treffen mit dem österreichischen Honorargeneralkonsul Georg Weiner, welcher Einblicke in den Wirtschaftsstandort Monaco gab.

Schäfer Shop hilft Hochwasseropfern

Schäfer Shop leistet vom Hochwasser betroffenen Unternehmen rasch und unbürokratisch Hilfe. Unternehmen in OÖ, NÖ, Salzburg, Tirol und Vorarlberg erhalten Einkaufsgutscheine im Wert von je 250 Euro exkl. MwSt. Die Gutscheine gelten auf das gesamte Sortiment – über 35.000 Artikel für Büro, Lager und Werkstatt – und sind ohne Einschränkung gültig. Als Nachweis der Betroffenheit genügt die Mitteilung an die jeweilige JW-Landes- oder Bezirksstelle. Die Hilfsaktion ist bis einschließlich 30. September 2013 gültig. Nähere Informationen unter Telefon 050 639 000.



/ **Rudolf Roitner, Geschäftsführer Schäfer Shop:** „Wir hoffen, mit unserer spontanen Hilfsaktion JungunternehmerInnen wirklich unter die Arme greifen zu können.“

>>> Unser Markt ist größer als wir denken

Rund um
Ihr Unternehmen
leben 7 Milliarden
Menschen.



go international
>>> Die Offensive für mehr Export

>>> Informieren Sie sich
unter www.go-international.at
T 05 90 900 60100



ARGE, LOWE GGG/lobster

Partner der Jungen Wirtschaft

– 10 % auf Alles!

Nur für JW-Mitglieder

Schnell und kostengünstig bestellen.
Als Partner der Jungen Wirtschaft Österreichs bieten wir **allen JW-Mitgliedern 10 % Rabatt** auf **35.000 Artikel** für Büro, Lager, Werkstatt und Betrieb.

Mit einem Klick auf www.jungewirtschaft.at auf den Schäfer Shop-Banner oder via Vorteilsclub sind Sie direkt im gesamten Sortiment. Der Rabatt wird dann automatisch bei Ihrer Bestellung abgezogen.

Sollten Sie Wert auf persönliche Beratung legen, stehen Ihnen über **40** erfahrene **Einrichtungs- und Ausstattungsberater** im Vertrieb österreichweit zur Verfügung. Bei Bedarf direkt vor Ort bei Ihnen. Unterstützt von mehr als **70 motivierten Mitarbeitern** im Back Office, Kundenservice und Logistik. Diese garantieren einen schnellen, termingerechten und reibungslosen Ablauf aller Orderprozesse.

Nur für **JW**-Mitglieder
– **10 %** auf **ALLES**

Einsteigen über die Website
der Jungen Wirtschaft!



Nähere Informationen unter **Telefon 050 639 100** oder auf www.schaefer-shop.at

Aktiver Außendienst – Wir kommen direkt zu Ihnen.

**SCHÄFER
SHOP**