

FORBES

DIGITALES WIEN | FORBES.AT

FORBES DAILY | #01 - 2022



DIGITALES WIEN

#12 Die Geschichte der KI **#15** Fotostrecke: Digitales Wien **#18** Byrd **#20** Coverstory: „Der Kuss“ als NFT **#26** Gostudent **#32** Grüne Architektur **#36** Enspered **#43** Green To Home **#44** Siemens Microgrid **#52** Wiens Open-Data-Initiative

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

schön, dass Sie die Ausgabe zum Thema „Digitales Wien“ in Händen halten. Ein guter und interessanter Einblick in eine Stadt, die viele Jahre in Folge zur lebenswertesten Stadt der Welt gekürt worden ist – nicht ohne Grund sagen jene, die hier leben und arbeiten. Zuweilen präsentiert sich die Stadt wie ein Freilichtmuseum – aufgeräumt, sicher, voller Geschichte. Hinter den alten Fassaden aber ist Wien technologisch mit der Zeit gegangen. Sicher, digital betrachtet ist Wien noch ein Stück weit von Tallinn entfernt, wie praktisch alle Hauptstädte bzw. Länder der Europäischen Union. Wer Fehler sucht, wird immer welche finden. Wer aber in der Welt ein wenig herumgekommen ist, weiß, dass in Wien wirklich vieles einfach gut funktioniert – Öffis, Wohnen, Einkaufen, Lernen ... die Liste ist lang.

In dieser Ausgabe schauen wir auf die Dinge, die in Wien möglich sind und gemacht werden, weil viele Voraussetzungen für Innovation und Unternehmertum gegeben sind. Alte Unternehmen und Start-ups, die hier Wurzeln geschlagen haben und die Stadt mit ihren Bewohnern in die Zukunft entwickeln.

Im Bereich Bildung schauen wir auf das aktuell am höchsten bewertete Start-up Österreichs, der Lern- und Nachhilfe-Plattform Go Student und ihren Gründer Felix Ohswald (S. 22). Die Gründer des Fulfillment-Dienstleisters und E-Commerce-Anbieters Byrd, die erzählen, wie sie zum Amazon aus Wien avancieren wollen (S. 8). Hier würde sich eine Kooperation von Byrd mit Green to Home regelrecht anbieten, meinen Sie? Das Wiener Start-up, das ausschließlich auf E-Mobilität setzt, beruhigt den innerstädtischen Verkehr, indem es im Online-Handel gekaufte Waren gebündelt an ihre Kunden an einem Tag ihrer Wahl zustellt (S. 34). Das schont die Umwelt und verhilft dem Online-Shopper zur maximalen Endorphin-Ausschüttung. So ist Wien – und für uns Wiener noch so vieles mehr ...

Wir wünschen Ihnen, liebe Wienerinnen und Wiener und allen, die auch das digitale Wien kennenlernen wollen, viel Freude beim Lesen!

Heidi Aichinger
Herausgeberin

FORBES
DEUTSCHSPRACHIGE AUSGABE

Verleger, Herausgeber, Medieninhaber und Hersteller:
FEB29 Medien- und Verlags GmbH

Verlags- und Herstellungsort: 1060 Wien
Sitz des Herausgebers: Liniengasse 2b/14, 1060 Wien
Geschäftsführung: Heidi Aichinger, Klaus Fiala
Herausgeberin: Heidi Aichinger (heidi.aichinger@forbes.at)
Chefredakteur: Klaus Fiala (klaus.fiala@forbes.at)
Leitende Redakteurin: Sophie Schimansky (sophie.schimansky@forbes.at)
Redaktion: Naila Baldwin (naila.baldwin@forbes.at), Lea Czimeg (lea.czimeg@forbes.at), Ekin Deniz Dere (ekin.deniz.dere@forbes.at), Erik Fleischmann (erik.fleischmann@forbes.at), Reinhard Keck (reinhard.keck@forbes.at), Sophie Spiegelberger (sophie.spiegelberger@forbes.at), Sophie Ströbitzer (sophie.stroebitzer@forbes.at), Lela Thun (lela.thun@forbes.at) David Zehner (david.zehner@forbes.at)
Cover: „Der Kuss“ von Gustav Klimt / Credit: Museum Belvedere
Fotografen: David Višnjić, Gianmaria Gava
Brand Movement / Digital Strategies: Sophie Spiegelberger (Leitung, sophie.spiegelberger@forbes.at), Ryan Urro, Lara Biezunski
Grafikdesign: Evelyn Falkner, Sonja Stoppe, Kimberly Javier
Infografik und Produktion: Valentin Berger
Lektorat: Bernhard Parateschek, Sabine Till
Sales: Patrick Jamöck (Leitung, patrick.jamoeck@forbes.at), Patrick Bieder, Katharina George, Rebecca Haid González, Jan Kienbichl, Julia Müller, Karina Panasyuk, Arthur Handler

Abo-Service: abo@forbes.at, Tel.: +43 (1) 361 70 70-690
Druck: Herold Druck und Verlag GmbH
Faradaygasse 6, 1030 Wien

FORBES USA

Editor-in-Chief: Steve Forbes
Chief Content Officer: Randall Lane
Art & Design: Robert Mansfield
Editorial Director (International Editions): Katya Soldak
Forbes Media President & CEO: Michael Federle
Forbes Vice President, Global Media Ventures: Matthew Muszala

Founded in 1917:
B. C. Forbes, Editor-in-Chief (1917-54)
Malcolm S. Forbes, Editor-in-Chief (1954-90)
James W. Michaels, Editor (1961-99)
William Baldwin, Editor (1999-2010)

Copyright ©2021 Forbes LLC. All rights reserved.
Title is protected through a trademark registered with the U.S. Patent & Trademark Office.

 @FORBES_DA
 @FORBES_DA_
 @FORBES DA
FORBES.AT
FEB29.MEDIA
#FORBESDA

DAILY

DIGITALE (WELT-)STADT WIEN

FORBES.AT

4	DIGITALES WIEN: OPENER	17	ADVOICE: ACCENT	34	INFOGRAFIK: DAS MEGABYTE ZUM MEGAPREIS
5	ADVOICE: TECHNIKUM WIEN ACADEMY	18	DAS AMAZON AUS WIEN	36	STÄNDIG AUF SPANNUNG
6	DIGITALISIERUNG FÜR DIE MENSCHEN	20	10.000 KÜSSE IM BELVEDERE	38	ADVOICE: WIEN INVEST
8	INFOGRAFIK: DIGITALES WIEN	26	DER BILDUNGSRIESE	43	DIE VERKEHRS-STOPPER
10	DIE FUSION AUS REALEM UND DIGITALEM	30	INFOGRAFIK: BIG DATA	44	KLEINE NETZE, GROSSE WIRKUNG
12	INFOGRAFIK: DIE GESCHICHTE DER KI	31	ADVOICE: FINGU	48	AMAZON UMSCHIFFEN
15	FOTOSTRECKE: TRADITION UND MODERNE	32	GRÜNE ARCHITEKTUR	52	„OPEN BY DEFAULT“



ALPHATAURI

ALPHATAURI
FLAGSHIP STORE

GRABEN 10
1010 VIENNA

ALPHATAURI.COM

FITSBODYANDMIND

EINE STADT VERÄNDERT SICH

Wien will in den nächsten Jahren zur Digitalisierungshauptstadt Europas werden. Die Nächte werden durch Leuchtreklamen heller, E-Scooter finden sich an jeder Ecke wieder und die Gebäude der Stadt werden stetig smarter – die Digitalisierung der Großstädte ist für jeden mit bloßem Auge erkennbar. Inmitten von Altbaucharme und Pferdekutschen-Romantik wird Wien von Jahr zu Jahr digitaler. Wie das aussieht, haben wir bildlich eingefangen.

Foto: David Višnjić

DAILY

DIGITALE (WELT-)STADT WIEN

FORBES.AT

DIGITALER WANDEL WILL GELEHRT SEIN

Als Weiterbildungsakademie der Fachhochschule Technikum Wien bietet die 2005 gegründete Technikum Wien Academy berufsbegleitende Master-Lehrgänge rund um das Thema Digitalisierung an. Sie richtet sich an ein breites Publikum, das nicht nur Techniker, sondern auch Nicht-Techniker sowie Studienanfänger und Berufstätige umfasst. Im Angebot sind unter anderem die Lehrgänge Projekt- und Prozessmanagement, Digital Business und User Experience Management. Die jeweiligen Lehrgangsleiter Daniela Waller und Benedikt Salzbrunn erläutern die Ziele, Zielgruppen und Alleinstellungsmerkmale ihrer Lehrgänge und geben Einblicke in die Herausforderungen des digitalen Zeitalters.

Text: Ekin Deniz Dere Fotos: David Višnjić, Daniela Waller

Die Technikum Wien Academy fördert lebenslanges Lernen an der Schnittstelle von Technik und Wirtschaft. Was sind dabei die wesentlichen Ziele Ihrer Lehrgänge?

Daniela Waller, Lehrgangsleiterin Digital Business und Projekt- und Prozessmanagement (DW): Unser oberstes Ziel ist es, den richtigen Mix aus Theorie und Praxis zu vermitteln. Gemäß dem alten Projektmanagement-Sprichwort „Sag mir, wie dein Projekt beginnt, und ich sage dir, wie es endet“ widmet sich der Lehrgang Projekt- und Prozessmanagement ausführlich dem Anforderungsmanagement – denn die effiziente Erfassung von Anforderungen sowie Kundenwünschen und -bedürfnissen ist der Grundstein, um gemeinsam mit dem Projektteam erfolgreiche Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Die Inhalte des Lehrgangs Digital Business gehen von der einfachen Annahme aus, dass Produkte entwickelt und anschließend vermarktet werden; daraus ergeben sich die Themen Geschäftsmodellierung und Produktentwicklung sowie innovative Ansätze wie Design Thinking oder Open Innovation.

Sie haben die Lehrgänge Projekt- und Prozessmanagement und Digital Business aufgezählt. Die Themen in diesen Bereichen lassen sehr unterschiedliche Schwerpunkte zu. Was sind die Alleinstellungsmerkmale dieser Lehrgänge an der Technikum Wien Academy und wo liegen die Schwerpunkte?

(DW): Wir legen einen besonderen Fokus auf das Zusammenspiel der

gelehrten Werkzeuge aus Projekt- und Prozessmanagement, Digitalisierung und Change Management sowie aus Theorie und Praxis. Das Besondere an unseren Lehrgängen ist, dass wir Management und Technik sowie Strategie und Anwendung miteinander verbinden. Es ist unser tägliches Geschäft, die Anwendung innovativer Technologien mit Erkenntnissen aus dem Change Management zu verbinden, denn der Wissenstransfer in den Arbeitsalltag und das Ergebnis für das Unternehmen stehen für uns an erster Stelle.

Für welche Zielgruppen sind diese Lehrgänge gedacht?

(DW): Projekt- und Prozessmanagement ist der Lehrgang für digitale Changemaker, die in digitalen Projekten, in crossfunktionalen Teams oder als Consultants in Kundenprojekten arbeiten und Prozesse etablieren wollen. Der Lehrgang Digital Business richtet sich an alle, die in Produktzyklen involviert sind, von der Idee bis zum Verkauf, digital oder analog – und natürlich an alle, die bereits im E-Commerce tätig sind oder dort künftig Fuß fassen wollen.

Wenden wir uns nun dem nächsten Lehrgang zu, nämlich dem User Experience Management. Zunächst zu den Kernfragen: Warum ist es ein entscheidender Baustein für den Erfolg und was wollen Sie den Studierenden in Ihrem Lehrgang vermitteln?

Benedikt Salzbrunn, Lehrgangsleiter User Experience Management (BS): Weil in der digitalen Welt einfach so viel passiert, müssen wir dafür sorgen, dass die bestehenden Produkte optimal gestaltet werden, damit wir überhaupt von Erfolg reden können. Das ist es, was wir in diesem Lehrgang vermitteln wollen: nämlich wie man diese guten Nutzererlebnisse sicherstellt. Wir wollen den Aspekt der Benutzererfahrung, der für alle Lebensbereiche wichtig ist, durch eine fundierte Ausbildung stärken.

Und welche wissenschaftlichen Disziplinen oder Methoden verwenden Sie für diese fundierte Ausbildung?

(BS): Wir arbeiten ziemlich interdisziplinär und konzentrieren uns auf vier Hauptbereiche. Zunächst geht es um Design und Gestaltung, und dann um einen psychologisch-physiologischen Fokus; als dritter Schwerpunkt sind alle Methoden rund um Human-centered design (HCD) enthalten, und wir haben einen riesigen Werkzeugkasten an Methoden aus dem HCD Life Cycle, das heißt Nutzerforschungsmethoden, Interviewtechniken, Beobachtungen, Feldstudien etc. Wir haben auch unser eigenes Usability-Lab, das wir im Lehrgang viel einsetzen, etwa



Daniela Waller leitet die Lehrgänge Digital Business und Projekt- und Prozessmanagement an der Technikum Wien Academy.

Eye-Tracking-Systeme. Da wir ein Managementlehrgang sind, ist unser letzter Schwerpunkt natürlich Management Skills.

Inwiefern unterstützt Ihr Lehrgang die Studierenden in deren Berufswelt?

(BS): Unser 2016 gegründeter Lehrgang ist der erste und umfangreichste UX-Management-Lehrgang im deutschsprachigen Raum. Wir bemühen uns wirklich, alle relevanten Ansätze hier einzubeziehen, das heißt, wir arbeiten wirklich interdisziplinär. Und nicht zuletzt ist auf jeden Fall auch das hervorragende Team zu nennen: Wir haben hier eine kleine, stabile Gruppe von unendlich professionellen und begeisterungsfähigen Leuten, die eigentlich zum größten Teil nur für diesen Lehrgang zu uns kommen. Unsere Zielgruppen sind eigentlich so breit gefächert wie die Anwendungsbereiche: Es gibt Studierende mit wirtschaftlichem Schwerpunkt, mit sozialem Schwerpunkt; und wir sind völlig offen für jede Branche oder jeden Bereich. Wir haben also eine gute Mischung von Studierenden aus dem öffentlichen und dem privaten Sektor, von großen und kleinen Unternehmen, aus der Logistik, dem Bankensektor, dem Versicherungswesen, der Landwirtschaft, dem Lebensmittelhandel und so weiter.

Wir haben nun schon ganz praktisch darüber gesprochen, wie und wem diese Studiengänge helfen. Schauen

wir mal auf das große Ganze: Die Beliebtheit der Studiengänge ist ja direkt verbunden mit den großen Fragestellungen unserer Zeit, richtig?

(BS): Eine grundlegende Herausforderung, die wir auch kurz angesprochen haben, ist, dass so vieles digitalisiert wird. Und dann fehlt manchmal die Zeit, diese Digitalisierung richtig – also nutzerorientiert – umzusetzen. Mein Rat wäre, die Digitalisierung mit Maß und Ziel zu betreiben. Die Digitalisierung sollte also nicht das Hauptziel sein, und ich muss mir auch immer überlegen, was ich eigentlich machen will und was am Ende dabei herauskommt. Digitales Zeitalter hin oder her: Die Menschen sollten sich nicht vollständig von der digitalen Welt abhängig machen. Digitale Tools sollen als Werkzeug, als Mittel zum Zweck gesehen und genutzt werden, um sich damit gewisse Dinge zu erleichtern. Die wichtigste Fähigkeit ist also – vor allem für junge Menschen, die in jedem Moment mit einer Vielzahl von Informationen konfrontiert sind –, kritisch zu sein und zu bleiben und Dinge zu hinterfragen.

Die Master-Lehrgänge starten im September – Bewerbungen sind noch möglich. Alle Infos unter: academy.technikum-wien.at



Benedikt Salzbrunn ist Lehrgangsleiter für User Experience Management an der Technikum Wien Academy.



DIGITALISIERUNG FÜR DIE MENSCHEN

Nicht nur in der Geschäftswelt, sondern auch in der öffentlichen Verwaltung wird die Digitalisierung immer wichtiger. Was passiert, wenn die Digitalisierung scheitert, hat Martin Giesswein, Mitinitiator des Vereins DigitalCity.Wien, erlebt. Er versucht nun, die Stadt Wien dazu zu bringen, die digitale Zukunft der Stadt vor allem unter einem Aspekt zu gestalten: dem digitalen Humanismus.

Text: Ekin Deniz Dere

Foto: Lars Ternes

Martin Giesswein, Mitinitiator des Vereins „DigitalCity.Wien“, arbeitet seit 30 Jahren in der Digitalisierung. Er teilt seine Erkenntnisse über die Digitalisierung in einem Podcast und hat außerdem ein Buch mit dem Titel „Digital Game Changer“ geschrieben, in dem er seine Erfahrungen zusammengefasst hat.

Wien setzt sich seit 2014 verstärkt für eine nutzenorientierte, bürgernahe Umsetzung der Digitalisierung ein. Der Verein „DigitalCity.Wien“ arbeitet auch im Bereich der digitalen Wirtschaft sehr eng mit der Stadtverwaltung zusammen, mit einem europäischen Grundziel: die menschenzentrierte Digitalisierung voranzutreiben.

Giesswein betont dabei die Bedeutung der Vision von DigitalCity.Wien, „eine neuartige Public-Private-Partnerschaft, wo Unternehmen in einem halb-altruistischen Sinn Zeit und Energie investieren.“ Sprich es geht nicht unbedingt sofort um einen Auftrag oder die Möglichkeit, Geld zu verdienen, sondern darum, gemeinsam die Innovationsbereitschaft zu fördern. „Dies ist ein ganz besonderes Beispiel für eine Stadt, die erkannt hat, wie weitreichend das Konzept der Digitalisierung ist, und die beschlossen hat, dass sie es nicht allein schaffen

kann, sondern die Gemeinschaft, die Forschung und die Zivilgesellschaft miteinbeziehen muss.“

Digitaler Humanismus ist der philosophische Hintergrund von DigitalCity.Wien: Digitalisierung ist immer für den Menschen da, nicht für die Technologie selbst. Dies stehe im Gegensatz zum Silicon Valley, erklärt Giesswein, wo die Idee „winner takes all“ gelte und die digitale Kommer-

zialisierung im Mittelpunkt stehe. Ein weiteres Beispiel ist China, wo es sehr stark um die Überwachung des sozialen Verhaltens geht. In Europa aber ist Technologie kein Selbstzweck, sondern muss immer einen konkreten Nutzen für die Menschen haben.

Doch wie hängt dieses Digital-City-Konzept mit Nachhaltigkeit zusammen? Es ist klar, dass Technologien Energie brauchen, kommentiert Giess-

wein, aber man müsse sehen, dass der Kampf gegen den Klimawandel nur mit Daten gewonnen werden kann – und mithilfe digitaler Werkzeuge wie zum Beispiel Photovoltaik und dezentrale Einspeisung in den Smart Grid. „Wenn man also die P’s zusammenbringt – People, Planet und Profit – spielt es keine Rolle mehr, ob man von Smart City, Digital City oder Social City spricht“, sagt Giesswein.

Es gibt viel Erfreuliches zu berichten. Es zeigt sich, dass die Initiativen für Smart Climate City und Digitalisierung richtungsweisend sind, nicht nur in Wien. „Wir haben hier gesellschaftliche Entwicklungen, die sehr parallel verlaufen und sehr stark miteinander verknüpft sind“, sagt Giesswein. Dazu gehören natürlich die ökologische Nachhaltigkeit und die Digitalisierung, aber ein weiterer sehr wichtiger Aspekt ist die soziale Gerechtigkeit. „Wir dürfen beim Digitalen niemanden ausschließen“, so Giesswein.

„Dies ist ein ganz besonderes Beispiel für eine Stadt, die erkannt hat, wie weitreichend das Konzept der Digitalisierung ist, und die beschlossen hat, dass sie es nicht allein schaffen kann, sondern die Gemeinschaft, die Forschung und die Zivilgesellschaft miteinbeziehen muss.“

Martin Giesswein

Raiffeisen Wien
Meine Stadtbank



„MEIN TRAUMHAUS?
DIE WOHNUNG
IM ZENTRUM.“
STADTMENSCH? STADTBANK.



WIR MACHEN DEN UNTERSCHIED.

Wir unterstützen Stadtmenschen dabei, ihre Pläne und Wünsche zu verwirklichen und ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen. Als Ihre Stadtbank begleiten wir Sie dabei – mit persönlicher und digitaler Beratung, vielfältigen Services und maßgeschneiderten Finanzierungen. Nähere Infos unter [meinestadtbank.at](https://www.meinestadtbank.at)

Impressum: Medieninhaber: Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG, F.-W.-Raiffeisen-Platz 1, 1020 Wien.

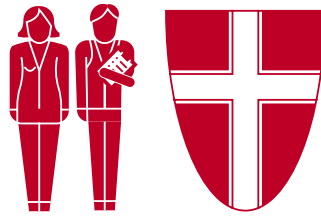
LEBENSWERT ... UND DIGITAL?

2022 wurde Wien vom Wirtschaftsmagazin „The Economist“ erneut als lebenswerteste Stadt der Welt ausgezeichnet. Doch wie schaut es bei der Digitalisierung in der österreichischen Hauptstadt aus? Hier sind wichtigsten Daten und Zahlen vom Magistrat und der Privatwirtschaft.

Datenrecherche: David Zehner
Infografik: Valentin Berger
Quellen: wien.gv.a

DAILY

MAGISTRATSABTEILUNG 1 – WIEN DIGITAL IN ZAHLEN



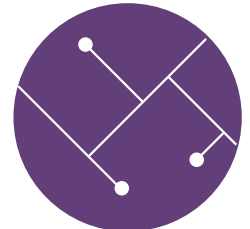
1.000 MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER



86.000 ARBEITSPLATZ-ENDGERÄTE
(PC, NOTEBOOKS)



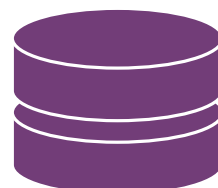
26.000 DRUCKER
UND MULTIFUNKTIONSGERÄTE



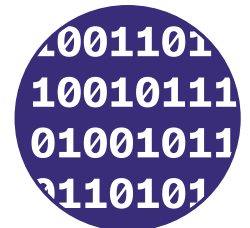
149.000
IP-ADRESSEN



8.000 SERVER
(DAVON 72% VIRTUALISIERT)

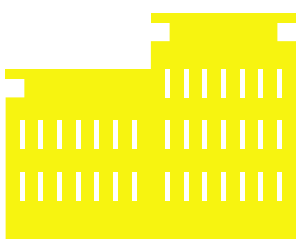


16.000 TERABYTES
STORAGE



5.000
DATENBANKEN

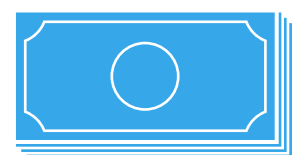
PRIVATWIRTSCHAFT



5.700 UNTERNEHMEN
SIND IM DIGITALSEKTOR TÄTIG



54.000 BESCHÄFTIGTE
IN DER DIGITALWIRTSCHAFT



5,6 MRD. EURO
ERWIRTSCHAFTET DER
DIGITALSEKTOR IN WIEN

DIGITALES WIEN

FORBES.AT

Was bringt die Erhöhung des **Familienbonus Plus** fürs Familienbudget?

Das Entlastungspaket bringt's – z.B. für Kinder bis 18 Jahre:
Bereits 2022 volle Erhöhung des Familienbonus Plus
um 500 Euro auf bis zu 2.000 Euro pro Kind und Jahr.



Alle Infos auf:
bmf.gv.at/familienbonusplus



 **Bundesministerium
Finanzen**

Mehr fürs Leben – fair für alle.

Jetzt kommt das Plus für Familien: Wenn Sie den Familienbonus Plus im Rahmen der Lohnverrechnung bei Ihrem Arbeitgeber beantragt haben, erfolgt eine automatische Berücksichtigung mit dem erhöhten monatlichen Betrag. Bei Beantragung im Rahmen der Arbeitnehmerveranlagung wird ab dem Veranlagungsjahr 2022 der erhöhte Betrag herangezogen.

DIE FUSION AUS REALEM UND DIGITALEM

Augmented und Virtual Reality werden nicht nur im Tourismussektor, sondern auch im Gesundheits- und Bildungswesen als Instrumente der Digitalisierung eingesetzt. Franco Lanfur, CEO und Gründer von Virtual and Augmented Reality Studio (VARS), erzählt die Geschichte seines Start-ups und gibt Einblicke in die Auswirkungen dieser Technologien.

Text: Ekin Deniz Dere
Foto: VARS und Florian Wieser

DAILY

Wie sind Sie in den Bereich Augmented Reality im Tourismussektor gekommen?

Franco Lanfur (FL): Ich bin in Guatemala in Mittelamerika geboren und vor etwa zehn Jahren hierher nach Wien gekommen, um Architektur zu studieren. Schon als Kind fand ich historische Architektur sehr interessant. Während meines Studiums hier hatte ich die Möglichkeit, mehr über die historische Architektur Österreichs und Europas zu erfahren. In Guatemala haben wir eine ganz andere Kultur, nämlich die der Mayas. Deshalb war es für mich sehr interessant, zum Beispiel die Architektur des Mittelalters oder die römische Architektur kennenzulernen, und es war einfach erstaunlich.

Und wie sind Sie auf die Idee gekommen, VARS zu gründen?

(FL): Als ich einmal in der Nähe des Stubentors spazieren ging, sah ich dieses kleine Architekturmodell, das die Mauern zeigte, die die Stadt einst umgaben. Und dank meines Studiums konnte ich mir das so vorstellen, dass diese Festung genau durch das Stubentor und den Ring und so weiter ging. Aber ich konnte meinen Freunden nicht klar machen, wie cool das eigentlich gewesen sein muss, weil ich der Einzige war, der Architektur studierte. Auf der anderen Seite habe ich mich während meines Architekturstudiums mit Virtual Reality und Augmented Reality beschäftigt. Das war auch für mich sehr interessant, denn ich bin eher ein Technik-Typ. Ich sagte mir, warum nutze ich nicht Augmented Reality, um meinen Freunden zu zeigen, wie die Stadt in der Vergangenheit ausgesehen hat. Vor etwa fünf Jahren habe ich angefangen, nach einer Augmented-Reality-App zu suchen, die das kann. Aber ich habe nichts gefunden. Und da ich an der Universität ein wenig über VR und AR gelernt hatte, kannte ich die Konzepte, die Prinzipien und die Grundlagen, und so habe ich experimentiert.

Welche Schwierigkeiten hatten Sie zu überwinden?

(FL): Ich habe ganz allein angefangen, VARS ist also selbst finanziert. Wir hatten keine Investitionen von außen, egal welcher Art. Und jetzt bin ich Österreicher, aber als Ausländer aus Guatemala brauchte man immer eine Genehmigung, um hier zu arbeiten. Ich habe zwei Jahre gebraucht, um das Arbeitsvisum zu bekommen, um mich nur auf das Unternehmen zu konzentrieren, und dann zwei Jahre, um die Staatsbürgerschaft zu bekommen.

Können Sie ein wenig über die verschiedenen Produkte sprechen, die Sie anbieten?



„Die neuen Generationen sind diejenigen, die den Weg in die Zukunft weisen, weil sie quasi in das digitale Zeitalter hineingeboren werden.“

Franco Lanfur

(FL): Wir sind ein Studio, das VR- und AR-Programme und Anwendungen für andere Unternehmen entwickelt. Wir arbeiten hauptsächlich im B2B-Bereich und der Tourismus war unser Hauptaugenmerk, als wir 2019 anfangen. Aber leider hat die Pandemie den Tourismussektor ziemlich hart getroffen. Viele unserer Kunden haben potenzielle Projekte aufgrund der Unsicherheit gestoppt. Deshalb haben wir begonnen, mit anderen Unternehmen aus anderen Branchen zusammenzuarbeiten. Zum Beispiel arbeiten wir mit Psychologen zusammen, die mit Simulationen Patienten mit Phobien behandeln, zum Beispiel bei Höhenangst. Dank der virtuellen Realität kann man sich seiner Angst in einer kontrollierten, virtuellen Umgebung stellen. Dieser Zwischenschritt hat sich also als ein erstaunlicher Anwendungsfall für die virtuelle Realität erwiesen. Wir hatten die Gelegenheit, einige Simu-

lationen für einen unserer Kunden zu entwickeln, und arbeiten derzeit an einer Reihe von Bildungsanwendungen. Und wir entwickeln auch Social-Media-Filter für Marketingzwecke. Dabei handelt es sich um eine Art einfacher Augmented Reality.

Wie ist der Einfluss von AR auf die Welt aus Ihrer Sicht?

(FL): Ich denke, dass es sehr bald überall angewendet wird. Im Tourismus ist es noch nicht so weit verbreitet. Im Bildungswesen und wahrscheinlich auch im Gesundheitswesen wird es am häufigsten eingesetzt, aber es hat das Potenzial, sich auf jede Branche auszuwirken. Ich spreche immer wieder gerne über all die Bildschirme, mit denen man sich umgibt, zum Beispiel den Bildschirm des Telefons, des Computers usw. Ich denke, dass es durch AR möglich ist, all diese Bildschirme loszuwerden, und dass man sie zum Beispiel

auf seiner Brille haben kann, wie die, die Sie haben, und die es Ihnen ermöglichen wird, die Wetter-App zu überprüfen, indem Sie einfach in den Himmel schauen, und so weiter.

Wie groß ist der Markt für Augmented Reality und mit wem konkurrieren Sie in Europa?

(FL): Ich würde also sagen, der Markt ist einfach riesig. In Zukunft könnte AR in jedem Aspekt unseres Alltags implementiert sein. Es ist wie das Internet oder das Smartphone, wie ich es sehe. Die großen Player auf dem Markt sind natürlich Meta, Google, Apple, Microsoft und so weiter. Aber speziell für den Tourismus gibt es hier in Wien „VR Tours“ und auch in Österreich gibt es andere Virtual-Augmented-Reality-Entwicklungsstudios wie Polycular oder Svarmony. In Rom gibt es ebenfalls einige Unternehmen, die VR-Touren anbieten. Aber wenn wir über AR sprechen, sind die Anwendungen eher einmalige Projekte, und es gibt meines Wissens noch kein Unternehmen, das sich vollständig auf AR für den Tourismus konzentriert. Deshalb wollten wir das am Anfang, vor der Pandemie, machen und jetzt wollen wir uns wieder auf diese Nische konzentrieren.

Besteht die Möglichkeit, dass AR und VR den Tourismussektor negativ beeinflussen können?

(FL): Meine persönliche Meinung ist, dass dies kurzfristig nicht der Fall sein wird. Es ist eigentlich genau das Gegenteil. Vielleicht wird man durch einige Orte gehen und sich eine Virtual-Reality-Brille besorgen, um dort etwas zu sehen und zu erleben, was man nicht wirklich erleben kann, weil es zu gefährlich, zu kostspielig oder zu schwierig ist. Ich glaube also, dass es positive Auswirkungen haben wird. Aber eine Sache, die ich bei den sozialen Medien gelernt habe, ist, dass es auch eine Frage der Generationen ist. Vielleicht findet die jüngere Generation es cool und wird es nutzen. Die neuen Generationen sind diejenigen, die den Weg in die Zukunft weisen, weil sie quasi in das digitale Zeitalter hineingeboren werden.

Franco Lanfur, 30, wurde in Guatemala geboren und studierte Architektur an der Technischen Universität Wien. Historische Architekturstile aus Österreich und Europa faszinierten ihn früh – inzwischen entwickelt er AR- und VR-Anwendungen für Unternehmen.

AUGMENTED REALITY

FORBES.AT

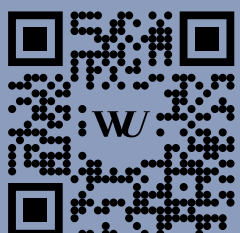
10

Know How to Succeed

WU
EXECUTIVE
ACADEMY

Erfolg

**Wir haben das, was Ihnen zum Erfolg noch fehlt:
Responsible Leadership.**



**Infos unter:
executiveacademy.at**



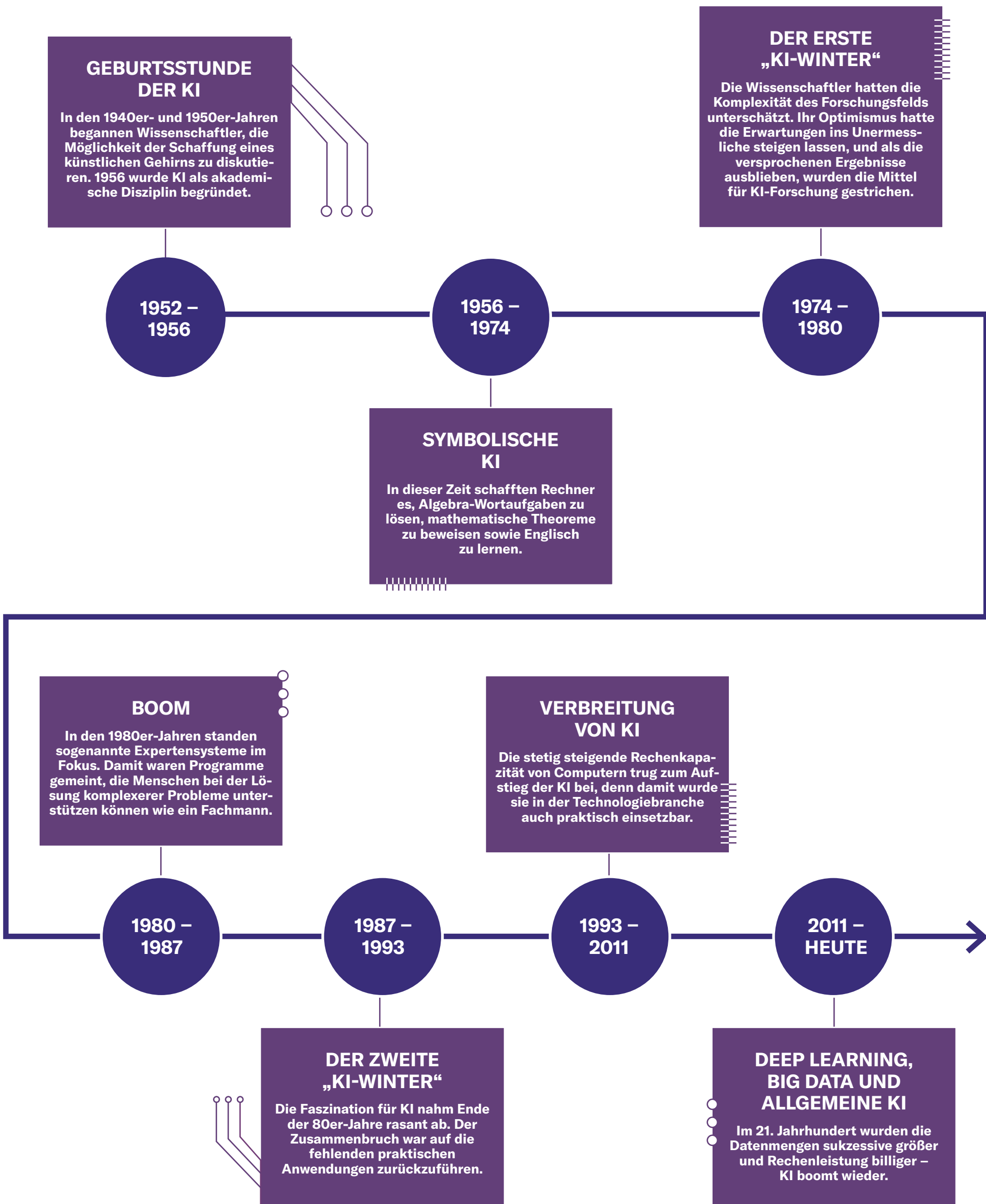
DIE GESCHICHTE DER KI

Text: Sophie Spiegelberger
 Infografik: Valentin Berger
 Quellen: „Machines Who Think“ von Pamela McCorduck, 2004

DAILY

INFOGRAFIK

FORBES.AT



„HAUS DER DIGITALISIERUNG“

Die finalen Ausbauarbeiten für das Haus der Digitalisierung in Tulln laufen auf Hochtouren – Eröffnung ist für Anfang 2023 geplant.

Fotos: ecoplus

Aktuell wird in Tulln das reale „Haus der Digitalisierung“ errichtet. Am 10. Mai 2021 fand der Spatenstich für das ‚Haus der Digitalisierung‘ statt – etwas mehr als ein Jahr und rund 83.000 Mannstunden später ist dieses Großprojekt schon in der Zielgeraden. Die finalen Ausbauarbeiten laufen auf Hochtouren, aber es zeigt sich bereits jetzt, wie beeindruckend dieses futuristische Gebäude mit seinen außergewöhnlichen Möglichkeiten nach der Fertigstellung sein wird. Hier wird im wahrsten Sinn des Wortes an der Zukunft gebaut und der Digitalisierung in Niederösterreich ein Gesicht gegeben.

Digitalisierung ist eines der wichtigsten Themen unserer Zeit – wer fit für die Digitalisierung ist, ist auch für die Herausforderungen der Zukunft bestens gerüstet. In Niederösterreich wurde daher ein ganzes Bündel an Maßnahmen und Angeboten entwickelt, um die digitale Transformation der heimischen Wirtschaft zu beschleunigen – ganz aktuell zum Beispiel das Impulsprogramm digi4Wirtschaft. Dem Motto der NÖ Digitalisierungsstrategie entsprechend ‚Den digitalen Wandel nutzen. Für Land und Leute‘ geht es darum, digitale Chancen für Menschen und Unternehmen zu erschließen und hier ist das ‚Haus der Digitalisierung‘ ein einzigartiges Leuchtturmprojekt“.

Ein Hauptaugenmerk des Gesamtprojekts ‚Haus der Digitalisierung‘ liegt auf der Servicierung niederösterreichischer Unternehmen. „Mit dem Haus der Digitalisierung wollen wir den kleineren und mittleren Betrieben in Niederösterreich Möglichkeiten aufzeigen, damit sie sich noch intensiver mit den Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung befassen mit einer jährlich wechselnden Ausstellung wollen wir die Menschen im Land für

das Thema begeistern und Digitalisierung erlebbar machen. Durch ein Zusammenspiel von Österreichs größtem 360-Grad-LED-Screen mit der einzigartigen Architektur des Showrooms, Lichtinszenierung und innovativen Exponaten ist ein Wow-Effekt vorprogrammiert“, betonen die ecoplus digital Geschäftsführer Lukas Reutterer und Claus Zeppelzauer.

Mit der Eröffnung des realen „Hauses der Digitalisierung“ 2023 startet auch die erste Ausstellung im Showroom: eine multimediale Inszenierung zum Thema „Mensch & Maschine“. Schon immer haben die Menschen versucht, ihr Leben und ihre Fertigkeiten mithilfe von Maschinen zu optimieren. Dampfmaschine, Elektrizität und Automatisierung formten unseren heutigen Lebensstil. Doch wie wird sich das Verhältnis zwischen Mensch und Maschine im digitalen Zeitalter verändern? Werden lernfähige Maschinen den Menschen eines Tages überholen oder sogar überflüssig machen? Diese Fragen und mögliche Antworten erleben die Besucherinnen und Besucher des Showrooms ab 2023 als dreidimensionales Gesamtkunstwerk, das Digitalisierung auf emotionale, anregende und unterhaltsame Weise erfahrbar macht.

Umgesetzt wird das Bauprojekt „Haus der Digitalisierung“ von ecoplus Digital und der FH Wiener Neustadt Immobiliengesellschaft. „Mit dem ‚Haus der Digitalisierung‘ und der ersten Ausstellung ‚Mensch & Maschine‘ bestätigt Niederösterreich einmal mehr seine Vorreiterrolle beim Thema Digitalisierung. Ab 2023 werden vom neuen Digitalisierungs-Zentrum in Tulln Impulse ausgehen, von denen nicht nur die Unternehmen, sondern auch die Regionen und die Menschen im Land profitieren“, so ecoplus Geschäftsführer Helmut Miernicki.



HAUS DER DIGITALISIERUNG – WAS MACHEN WIR?

- WIR SERVICIEREN UNTERNEHMEN**
 Seite 2018 unterstützen wir heimische Klein- und Mittelunternehmen auf ihrem Weg in die digitale Zukunft mit Serviceleistungen aus unserem Netzwerk.
- WIR MACHEN DIGITALISIERUNG ERLEBBAR**
 Wir wecken Begeisterung für Digitalisierung durch die einfache Vermittlung des Themas für Jung und Alt. Mit einer jährlich wechselnden lebenden Ausstellung im Haus der Digitalisierung in Tulln. 2023 starten wir mit dem Thema „Mensch & Maschine“.
- WIR ERMÖGLICHEN EVENTS AM PULS DER ZEIT**
 Das Haus der Digitalisierung in Tulln wird eine hochmoderne Eventlocation für rund 400 Personen. Ein über 300 m² großer fast 360 Grad umlaufender LED-Screen und unterschiedlichste Settings werden ein neues Veranstaltungserlebnis bieten.

www.virtuelleshaus.at



2023 öffnet der Showroom im Haus der Digitalisierung mit einer multimedialen Inszenierung zum Thema Mensch & Maschine.

ZUKUNFT BRAUCHT INFRASTRUKTUR

Die Welt ist im Wandel: die andauernde Gesundheitskrise, Lieferkettenstörungen, der Russland/Ukraine-Konflikt, ansteigende Zinsen und hohe Inflationsraten. Eines aber bleibt konstant – der Bedarf an moderner, effizienter Infrastruktur. Jetzt mehr denn je.

Fotos: Kommunalkredit, Petra Spiola, ZOOMVP

Infrastruktur ist für das effiziente Funktionieren einer Gesellschaft unerlässlich. Ihre Qualität hat wesentlichen Einfluss auf das lokale, regionale, nationale und globale Wirtschaftswachstum. Megatrends wie Digitalisierung, Dekarbonisierung, E-Mobilität und nachhaltige Investitionen für eine immer älter werdende Bevölkerung sowie zusätzliche Herausforderungen – hervorgerufen durch die seit mittlerweile zwei Jahren andauernde Gesundheitskrise, geopolitische Spannungen und die Notwendigkeit einer Umkehr in der Klimapolitik – erhöhen den Bedarf an Infrastruktur.

Die Kommunalkredit als Infrastruktur- und Energiespezialist konzentriert sich darauf, mit ihren Projekten eine bessere Welt zu schaffen, indem sie die Entwicklung nachhaltiger Infrastrukturen ermöglicht und nachhaltige und verantwortungsvolle Investitionen mit attraktiven Renditen kombiniert. „Rund die Hälfte unseres Geschäfts entfällt auf erneuerbare Energien und über 20 Prozent auf die digitale Telekommunikation, wir haben also ein sehr zukunftsorientiertes Geschäftsmodell“, so der Vorstandsvorsitzende der Kommunalkredit Bernd Fislage.

Die letzten Monate haben einmal mehr die Relevanz essenzieller und nachhaltiger Infrastruktur unterstrichen, einerseits für Agenden wie der Digitalisierung und des Green Deals, andererseits um eine größere Unabhängigkeit und Diversifikation von russischen Energiequellen und die Vermeidung weiterer Lieferkettenunterbrechungen zu gewährleisten. Um den dringend notwendigen Ausbau von Erneuerbarer Energie rasch umzusetzen, braucht es Erleichterungen bei Flächenumwidmungen und Genehmigungsverfahren,



„Wir nehmen unsere gesellschaftspolitische Verantwortung ernst.“

Bernd Fislage



„Rund die Hälfte unseres Geschäfts entfällt auf erneuerbare Energien und über 20 Prozent auf die digitale Telekommunikation, wir haben also ein sehr zukunftsorientiertes Geschäftsmodell.“ Bernd Fislage, CEO Kommunalkredit Austria AG

entsprechenden Netzausbau und sichere regulatorische Rahmenbedingungen, fordert Bernd Fislage. Die Bank treibt aktiv innovative und nachhaltige Projekte an, sei es durch die gemeinsame Investition in den Bau einer Elektrolyseanlage für die Produktion von grünem Wasserstoff mit der OMV oder auch das Joint Venture „PeakSun“ mit dem oberösterreichischen Energieversorger eww für Photovoltaik-Aufdachanlagen. Ein weiteres gutes Beispiel ist die Finanzierung der innovativen, ökologischen Energiezentrale für die TriIple Tower der Soravia, bei der aus dem Donaukanal sowie fünf Grundwasserbrunnen gewonnenes Wasser verwendet wird, um als Wärmequelle oder eben Wärmesenke eingesetzt zu werden.

Bei all ihren Aktivitäten hat die Kommunalkredit einen klaren Fokus: Nachhaltigkeit im Einklang mit ESG (Environment, Social, Governance) und SDG (Sustainable Development Goals) Kriterien. Darauf ist man besonders stolz, denn „mit den von uns realisierten Infrastruktur- und Energieprojekten tragen wir zur Dekarbonisierung, den nationalen und internationalen Klimazielen und dem Green Deal der Europäischen Union (EU) bei. Wir neh-

men unsere gesellschaftspolitische Verantwortung ernst“, sagt Bernd Fislage.

Durch die Finanzierung von Infrastruktur- und Energieprojekten ist es möglich, sprichwörtlich „von den zwei Seiten der selben Medaille“ zu profitieren. Denn man investiert in gesellschaftlich relevante Projekte und gleichzeitig können dadurch attraktive Renditen erzielt und Kapital generiert werden, das in weitere nachhaltige und verantwortungsvolle Anlagen fließt.

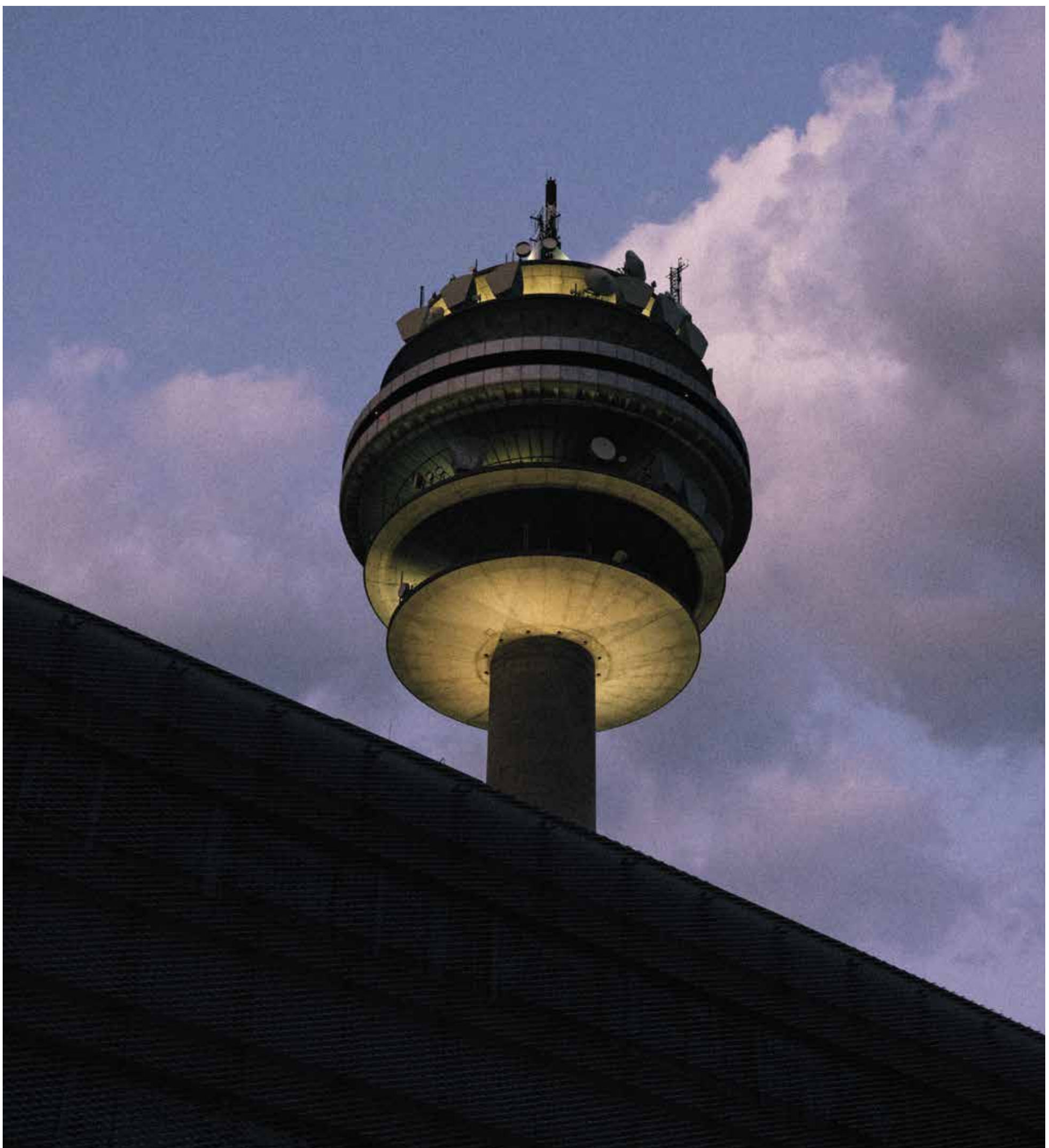
Selbst in schwierigen Zeiten wie diesen konnte sich bereits in den ersten sechs Monaten 2022 der Infrastruktur- und Energiesektor als Wachstumstreiber beweisen. Die Kommunalkredit unterstrich dabei einmal mehr, dass das Geschäftsmodell basierend auf den zwei Säulen Infrastruktur- und Energiefinanzierung sowie Public Finance nicht nur resilient, sondern vielmehr resultierende Chancen aufgreift. Sie verbindet den Finanzierungsbedarf von Projekt-sponsoren und -entwicklern mit der steigenden Zahl an Investoren, die nach nachhaltigen Investitionsmöglichkeiten suchen. Der Erfolg gibt ihr recht: Im ersten Halbjahr wurde ein Neugeschäftsvolumen von über EUR 750 Millionen

bei einer Cost-Income-Ratio der Bank von 41,4% und einer Eigenkapitalrendite von über 22% nach Steuern erzielt – und das bei Ausfallsquote von 0,0% seit der Privatisierung 2015. Flexible Finanzierungslösungen über die gesamte Kapitalstruktur bis hin zu Asset Management über die Fidelio KA Infrastructure Debt Fund Plattform sowie Eigenkapitalfinanzierungen für Projektentwicklungen über die Florestan KA Gesellschaft sind die Atouts der Institution. Immer unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit. Und das äußerst erfolgreich. Kürzlich wurde der Seed Close des zweiten Sub-Fonds Fidelio KA Infrastructure Debt Fund Europe 2 abgeschlossen. Dieser Sub-Fonds ist gemäß der europäischen Offenlegungsverordnung Art. 8-konform und fördert ökologische und soziale Aspekte. Angesichts paralleler Investitionen der Bank und des Fonds in die gleichen Assets, profitieren auch die Fonds-Investoren von den Ergebnissen, der Geschwindigkeit und Flexibilität. Man erkennt klar die von Bernd Fislage ausgegebene Maxime „Wir schaffen Mehrwert für die Gesellschaft“. Die Zeit zu handeln ist jetzt. Denn Zukunft braucht Infrastruktur.

TRADITION UND MODERNE

Wien ist bekannt für seine Tradition. Wenn Sie „Vienna“ hören, denken Menschen rund um die Welt an Sigmund Freud. An die vielen Museen. An Apfelstrudel und Gemälde von Gustav Klimt. Die Wiener Philharmoniker, die nach wie vor als eines der besten Orchester der Welt gelten. Aber auch Wien wird digitaler und Daten sind überall. Sie bilden ein unsichtbares Netz über der Stadt, das vieles zusammenhält und nicht mehr wegzudenken ist. Wir haben versucht, das digitale Wien sichtbar zu machen. Es ist vielleicht nicht so beeindruckend wie die Wiener Staatsoper als eines der bedeutendsten Opernhäuser, die je gebaut wurden. Aber diese Eindrücke haben doch ihren eigenen Charme. Sehen Sie selbst.

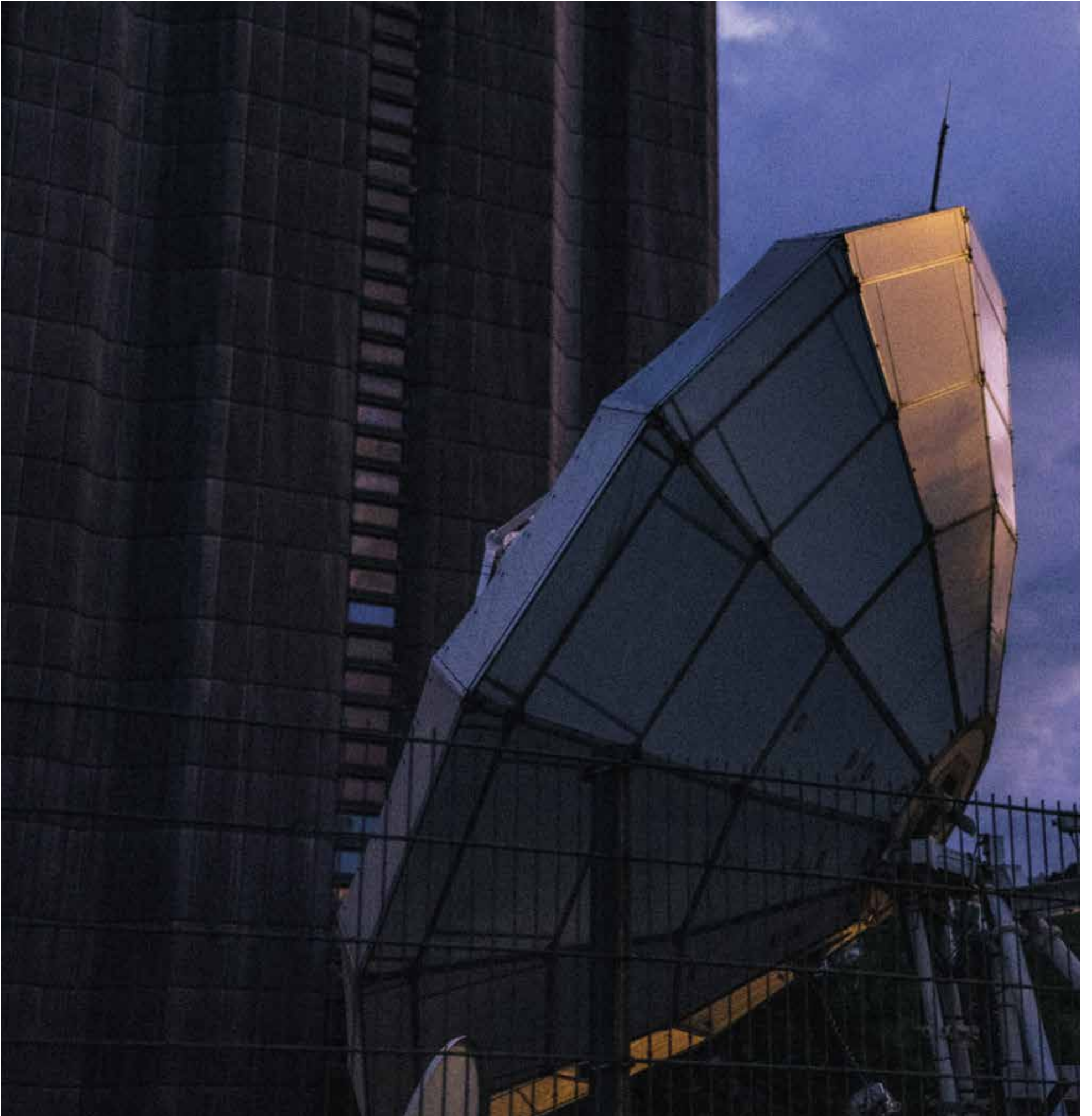
Text: Sophie Schimansky
Fotos: David Visnjic



DAILY



FOTOSTRECKE



FORBES.AT

START-UPS ENTWICKELN NACHHALTIGE LÖSUNGEN IM AGRAR-BEREICH

Ein Start-up zu gründen ist nicht immer leicht. Das weiß auch der Hightech-Inkubator accent aus Niederösterreich. Mit seinen Standorten in Schwechat, Krems, Tulln und Wiener Neustadt ist accent breit aufgestellt und unterstützt somit erfolversprechende Unternehmen bei der Entwicklung.

Text: Lela Thun Foto: Keith Nyanhongo

accent bietet Technologie-Start-ups ein umfassendes Unterstützungspaket und begleitet sie mit Kompetenz und Leidenschaft in den ersten Jahren ihrer Geschäftsentwicklung. Neben den typischen Technologiebereichen für Start-ups hat sich in den letzten Jahren auch die Agrartechnologie als interessantes Wachstumsfeld herausgestellt. Start-ups in diesem Bereich haben nun im europaweit einzigartigen accent Makerspace in Tulln die Möglichkeit, ihre Technologien im Agrarbereich auszutesten und weiterzuentwickeln. Dieser Makerspace bietet den Start-ups Glashäuser, Laborräumlichkeiten, Werkstätten sowie Obst- und Gemüsegärten bis hin zu großflächigen Feldflächen.

Schon im Winter dieses Jahres trafen wir Gibson Nyanhongo, Gründer von Agrobiogel, Birgit Mitter, Mitgründerin von Ensemo, und Martin Miltner, Mitgründer von Lignovations. Die drei Gründer sind Teil des accent Inkubators und berichten uns, was sich in den letzten Monaten bei ihnen getan hat.

Was ist die Idee hinter Ihrem Start-up?

Nyanhongo: Agrobiogel hat ein Hydrogel aus natürlichen Rohstoffen entwickelt, das in den Boden gespritzt wird und die Bodenqualität in der Landwirtschaft deutlich verbessert. Es absorbiert Wasser und setzt es langsam wieder in seiner Umgebung frei. Das Hydrogel dient so nicht nur zur Bewässerung, sondern auch als Dünger.

Mitter: Ensemo entwickelt ein Verfahren, bei dem wir versuchen, Mikroorganismen in Pflanzensamen zu integrieren. Mikroorganismen haben ein großes Potenzial und sind wie beim Menschen auch bei Pflanzen wichtig für das Überleben und die gesunde Entwicklung. Unser Ziel ist es, die Mikroorganismen als Alternative für chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel zu verwenden, um die Landwirtschaft nachhaltiger zu gestalten.

Miltner: Wir haben eine patentierte Technologie zur Herstellung einer biobasierten Materialplattform entwickelt, die viele schädliche chemische Inhaltsstoffe ersetzen kann. So wollen wir die chemische Industrie nachhaltiger machen. Dabei fokussieren wir uns vor allem auf Produkte, die direkt beim Verbraucher landen und negative Auswirkungen auf Mensch und Natur haben. Konkret beschäftigen wir uns damit, UV-Filter in Sonnenschutz zu ersetzen.

Wie hat sich der Umstand, Teil eines Start-up-Inkubators zu sein, für Sie ausgewirkt?



„Es ist immer gut, einen Plan zu haben, aber letztendlich kommt es sowieso immer anders als gedacht.“

Birgit Mitter, Mitgründerin von Ensemo

Nyanhongo: accent stellte uns einerseits die nötigen Büroräumlichkeiten zur Verfügung und unterstützte uns andererseits durch Coaching.

Mitter: Obwohl wir bereits ein Alumnus von accent sind, dürfen wir weiterhin den Makerspace zu einem sehr günstigen Preis verwenden. Das hilft uns natürlich sehr.

Miltner: accent hat uns ein sehr wichtiges Netzwerk zur Verfügung gestellt. Den Makerspace in Tulln nutzen zu können, wo wir unsere Anlage provisorisch aufbauen konnten, um einen Prototyp herzustellen, war außerdem besonders hilfreich für uns.

Wie hat sich Ihr Unternehmen entwickelt, seit wir Sie im Winter das letzte Mal getroffen haben?

Nyanhongo: Mittlerweile konnte Agrobiogel dank einer Pre-Seed-Förderung des Landes Österreich seine Technologie vom Labor in die Praxis übertragen. Außerdem erhielten wir den Euro-

pean Innovations Award, welcher um die 3,4 Mio. € betrug. So konnten wir unsere Produktion hochskalieren und unsere Technologie weiterentwickeln. Heute entwickeln wir europaweit das erste Hydrogel, das für die biologische Landwirtschaft zugelassen ist.

Mitter: Sowohl unsere Mitarbeiterzahl als auch unsere Feldversuche sind gewachsen – so konnten wir dieses Jahr sowohl unsere Versuchsfläche verfünffachen als auch unsere Mitarbeiterzahl erhöhen. Außerdem haben wir im Juli unsere erste Investitionsrunde abgeschlossen.

Miltner: Mithilfe des Investments konnten wir die Produktentwicklung weiter vorantreiben und mehrere neue Mitarbeiter*innen in unserem Team willkommen heißen. Außerdem konnten wir uns auch über die erfolgreiche Teilnahme bei mehreren Start-up-Wettbewerben freuen. Unter anderem konnten wir den ersten Platz beim „riz up“-Gründerpreis des Landes

Niederösterreich erreichen und werden im Rahmen des Start-up World Cups als österreichischer Sieger beim großen Finale in San Francisco teilnehmen.

Was würden Sie anderen jungen Start-ups mit auf den Weg geben?

Nyanhongo: Es ist oft schwierig, eine Finanzierung für seine Start-up-Idee zu finden. Hier helfen Unternehmen wie accent, für die es oft an Sichtbarkeit fehlt. Daher würde ich allen jungen Gründern raten, mit guten Ideen zu den richtigen Leuten zu gehen und sich Unterstützung zu suchen.

Mitter: Es ist immer gut, einen Plan zu haben, aber letztendlich kommt es sowieso immer anders als gedacht. Ich würde daher jungen Unternehmen raten, geduldig zu sein und nicht aufzugeben.

Miltner: Am wichtigsten ist das Team. Eine gemeinsame Vision und kompatible Werte sind die Grundlage für eine konstruktive Zusammenarbeit. Für den Aufbau eines Unternehmens muss man an vielen Baustellen gleichzeitig arbeiten, die unterschiedliche Hard und Soft Skills erfordern.

Wo sehen Sie sich in fünf Jahren?

Nyanhongo: In fünf Jahren werden wir laut unserer eigenen Prognose 100.000 Tonnen produzieren können. Unser Ziel ist es, Bauern auch im Globalen Süden erreichen zu können. Dafür müssen wir unser Produkt günstiger machen.

Mitter: In fünf Jahren haben wir idealerweise unseren ersten Industrieprototyp entwickelt, unsere Technologie wurde vom Markt gut angenommen und wir haben das Tor geöffnet, um Mikroorganismen großflächig in der Landwirtschaft anzuwenden zu können.

Miltner: In fünf Jahren wird Lignovations eine große Produktionsanlage in Betrieb genommen haben und wir werden unsere Produkte einer breiten Palette von Herstellern anbieten können.

Der niederösterreichische Hightech-Inkubator accent unterstützt unter der Geschäftsführung von Michael Moll Start-ups in ihrer Entwicklung. Ensemo, Agrobiogel und Lignovations zählen zu den Erfolgsbeispielen des Inkubators.



DAS AMAZON AUS WIEN

Das Wiener Fulfillment-Start-up Byrd möchte die E-Commerce-Welt revolutionieren. Byrd bietet seinen Kunden Fulfillment-Dienstleistungen wie Lagerung, Verpackung, Versand und Retourenabwicklung an. Insgesamt flossen bereits rund 70 Millionen Euro in das Unternehmen – unter anderem von Cambridge Capital, Speedinvest, Mouro Capital und Elevator Ventures.

Text: Naila Baldwin

Foto: Byrd

2 2016 gegründet, stehen heute neben Under-30-Listmaker Alexander Leichter (2.v.r.) auch (im Bild von links nach rechts) Chris Bourdeu, CFO, Petra Dobrocka, Co-Founder & CCO, Anne-marie van Leijen, COO, und Sebastian Mach, Co-Founder & CTO an der Spitze des Fulfillment-Dienstes und E-Commerce-Anbieters Byrd. Das Unternehmen entstand am Start-up-Inkubator der TU Wien als kleiner Paketdienst in Wien und ist sechs Jahre später ein Fulfillment-Dienst für kleine und große Online-Shop-Systeme in ganz Europa.

Das Start-up bietet All-in-one-Lösungen, bei denen Onlinehändler bei der kompletten Abwicklung ihrer Onlinebestellungen unterstützt werden. So können Händler mit Hilfe der Plattform ihre gesamte Logistik an Logistikexperten auslagern und ihre Produkte weltweit verkaufen. Zudem hilft das Unternehmen bei der Suche nach den günstigsten Versanddienstleistern, liefert individuelle Verpackungen und übernimmt Retouren.

Dazu arbeitet Byrd, das rund 250 Mitarbeiter zählt, mit 20 Partnern in acht europäischen Ländern zusammen. Die Lagerkapazität des Unternehmens hat sich im letzten Jahr verdreifacht und beträgt nun rund 450.000 Quadratmeter. „Wir wollen Klein und

Groß den gleichen Standard bieten. Player wie Amazon, Zalando oder Asos dominieren den Markt und haben beim Kunden eine hohe Erwartungshaltung ausgelöst. Es ist aber nun mal nicht realistisch, dass jeder noch so kleine Shop eine gleich starke Infrastruktur aufbaut“, sagt Alexander Leichter, CEO bei Byrd. Während der Kernmarkt die

Erfolg des Unternehmens beigetragen hat. Auch im deutschsprachigen Raum gibt es eine Reihe an kleinen bis mittelgroßen Fulfillment-Dienstleistern. „Professionelle Logistikdienstleister sind ja nicht neu. Da gibt es Firmen, die schon sehr lange bestehen und erfolgreich sind“, sagt Leichter. Warum Byrd sich von anderen Unternehmen am Markt

zeit-Zugriff auf alle Fulfillment-Daten und die Chance, ihre Qualität laufend zu verbessern.

In einer Series-C-Finanzierungsrunde konnte das Wiener Start-up Anfang Mai eine Investition in Höhe von 50 Mio. € einsammeln. Damit sticht der Fulfillment-Dienstleister heraus am deutschsprachigen Markt. Zu den Kapitalgebern gehören u. a. Cambridge Capital, Speedinvest und Elevator Ventures, allesamt internationale Namen. Mit dem frischen Kapital will man bestehende Geschäftsstellen verstärken, neue Features entwickeln, dieses Jahr noch nach Schweden, Dänemark und Polen expandieren und auf 400 Mitarbeiter anwachsen.

„Wir wollen erreichen, dass jeder Händler, der einen neuen Online-Shop aufmacht, sein Inventar zu Byrd shippt. Es soll der griechische Händler genauso gut in Großbritannien verkaufen wie der Brite selbst, weil sie eben Zugang auf dieselbe Technologie und dieselbe Supply-Chain haben. Die Vision von Byrd ist ja, dass wir einen europaweiten E-Commerce-Standard für ‚next day‘-Lieferung bauen“, so Leichter. Gelingt das, könnte Byrd bald schon das neue Amazon sein.

„Die Vision von Byrd ist ja, dass wir einen europaweiten E-Commerce-Standard für ‚next day‘-Lieferung bauen.“

Alexander Leichter

DACH-Region ist, nutzen Kunden aus aller Welt Byrd, wie etwa All I Need, Campari, Durex und Freeletics.

Der größte Konkurrent am Fulfillment-Markt ist klar Amazon, ohne Frage. Der Gesamtumsatz des Onlinehändlers betrug im Jahr 2021 469,82 Milliarden US-\$. Da ist davon auszugehen, dass der Umsatz mit Logistikdienstleistungen einen Großteil zum

unterscheidet, erklärt CEO Leichter so: „Im Vergleich zu anderen Anbietern führen wir in Bezug auf die Automatisierung und Daten.“ Eine eigens entwickelte Lagermanagement-Software verbindet alle Lager des Netzwerks des Unternehmens. So können Onlinehändler Bestellungen im Rahmen eines komplett automatisierten Logistikprozesses aufgeben. Das ermöglicht ihnen Echt-

cargo-partner

Cargo-partner



Air | Sea | Road | Rail | **Logistics** | IT

250,000 m² in three continents | VAS | Parcel | eFulfillment

Wir sind da, wo Sie uns brauchen

Wählen Sie den richtigen Partner für
Luft-, See-, Landtransport, Logistik und IT.
140 Standorte. 40 Länder.

we take it personally | transport + iLogistics | www.cargo-partner.com

10.000 KÜSSE IM BELVEDERE

Mit dem Verkauf von 10.000 „Kuss“-NFTs steigt das Wiener Belvedere in das digitale Kunstgeschäft ein. Bereits am Launch Day, passend auf den Valentinstag gelegt, konnte das Museum damit mehrere Millionen € erwirtschaften – doch der „Krypto-Winter“ erschwert auch dem Belvedere das NFT-Geschäft.

Text: Erik Fleischmann

Foto: Ouriel Morgensztern/Belvedere Vienna

DAILY

Beim Betreten des imposanten Marmorsaals im Oberen Belvedere erwartet Besucher ein atemberaubender Blick auf den Schlossgarten und das dahinter liegende Wien. Wendet man sich nach rechts, fällt der Blick auf eines der berühmtesten österreichischen Gemälde, in einem unverwechselbaren Stil gemalt und mit echtem Gold verziert; über seinen Wert kann nur spekuliert werden, er liegt jedoch bestimmt im dreistelligen Millionenbereich: Gustav Klimts „Der Kuss“ gilt als zeitloses Motiv der Liebe.

Seit 14. Februar kann man einen Ausschnitt davon kaufen – denn am Valentinstag startete das Belvedere mit dem Verkauf von 10.000 einzigartigen „Kuss“-NFTs. Klimts Meisterwerk wur-

de dafür in 10.000 Stücke geschnitten (natürlich nur digital), jedes davon ist nun ein einzigartiges NFT mit einer eigenen Nummer und Koordinaten, damit es auch im Original wiederzufinden ist. Ein solches Non-Fungible Token kostete am Launch Day satte 1.850 € (oder 0,65 Ethereum, wenn man lieber mit einer Kryptowährung bezahlt). Romantiker mit einem Hang zu Krypto können den erworbenen Ausschnitt – der Zufall entscheidet, welchen Teil des Gemäldes man bekommt – mit einer Liebeserklärung versehen und ihrer besseren Hälfte schenken. Das Ganze schien gut anzukommen: Bereits am 14. Februar erzielte das Museum damit 3,2 Mio. € Umsatz. 2019, vor der Coronapandemie, betrug die Umsatzerlöse des Hauses

fast 22 Mio. €, vergangenes Jahr jedoch nur 5,362 Mio. €. Die NFT-Einnahmen dürften dem heurigen Budget also einen spürbaren Schub geben.

Das Belvedere ist nicht das erste Museum, das NFTs von traditionellen Kunstwerken verkauft: Ähnliche Projekte gab es bereits im State Hermitage Museum in St. Petersburg oder im Londoner British Museum. In Österreich ist das Projekt aber das erste seiner Art; das Belvedere gehört also zu den Vorreitern. (Das Leopold Museum startete im Mai 2022 ebenfalls eine NFT-Aktion.) Außerdem sei das Belvedere ein „Museum that matters“, sagt Wolfgang Bergmann, kaufmännischer Geschäftsführer des Hauses. „Und ein ‚Museum that matters‘ hat die Vergangenheit mit der Gegenwart und der Zukunft zu verbinden.“ Daher sei klar gewesen, dass das Wiener Kunsthaus in den NFT-Markt mit all seinen Möglichkeiten einsteigen würde.

Doch nach dem erfolgreichen Launch klang der Hype schnell ab, die Verkäufe enttäuschten. Bis dato konnte das Belvedere nur rund 2.400 der 10.000 NFTs an den Mann bringen, was dem Museum insgesamt immerhin 4,4 Mio. € brachte. Zum Teil stammen diese Einnahmen auch vom Sekundärmarkt, also dem Handel unter Käufern, da NFT-Künstlern (in diesem Fall das Belvedere) auch bei jedem Weiterverkauf ein Anteil des Verkaufspreises zukommt. Dass dieser stetig sinkt, ist unter anderem auch auf den starken Preisverfall der Kryptowährungen in jüngster Vergangenheit zurückzuführen: Entsprach der Kaufpreis von 0,65 Ethereum Mitte Februar noch 1.850 €, ist die gleiche Menge an Krypto heute nur noch knapp 1.100 € wert. Zwischenzeitlich fiel der Wert sogar auf gerade 680 €.

Dieser „Krypto-Winter“, wie der Kursabsturz von Investoren getauft wurde, bereitet so manchem Kunsthaus Kopfschmerzen. In Italien wurde Museen der Verkauf von Kunstwerken als NFTs sogar vorläufig verboten. Katharina Steinbrecher, Hauptabteilungsleiterin der Abteilung Kommunikation und Marketing für das Belvedere, lässt sich durch den Krypto-Winter jedoch nicht verunsichern: „Als Museum denken wir ohnehin nicht in so kurzen Zyklen. ‚Der Kuss‘ ist seit 114 Jahren in unserem Haus – die Welt und die Wirtschaft haben in dieser langen Zeit sowohl Höhenflüge erlebt als auch sehr schmerzvolle Entwicklungen durchgemacht. Die Bedeutung des Museums und seiner Sammlung ist aber kontinuierlich gestiegen.“ Bergmann schätzt, dass das Museum trotz des Krypto-Preisverfalls drei Mio. € Gewinn aus dem Projekt erwirtschaften wird. Zum Vergleich: Die Aktion des russischen State Hermitage Museums, welches

letzten September fünf NFT-Kopien bekannter Gemälde versteigerte, brachte dem Haus 444.000 US-\$ Umsatz.

Ob die Käufer der Klimt-NFTs auch so optimistisch sind wie Bergmann, ist fraglich. Obwohl viele ihren persönlichen Klimt weiterverkaufen wollten, dürfte dieses Spekulationsgeschäft in den meisten Fällen nicht sonderlich gut laufen. Laut Opensea, einer Onlineplattform für den Handel von NFTs, liegt der „Floor Price“, also der niedrigste Preis, bei 0,3 Ethereum (aktuell 520 €). Der Durchschnittspreis für einen digitalen „Kuss“ ist mit 0,56 Ethereum (980 €) zwar etwas höher, aber dennoch deutlich unter dem ursprünglichen Wert.

Kryptowährungen und NFTs sind eben ein riskantes Geschäft. Doch nicht nur Kryptospekulanten beißen sich zurzeit die Zähne aus; auch Umweltschützer sind frustriert. Nicht nur das Minting, also das Erstellen von NFTs, ist extrem energieaufwendig, auch die dahinter liegende Blockchain-Technologie stößt bei jedem Weiterverkauf eine Menge CO₂ aus. Dadurch haben die Tokens einen beachtlichen ökologischen Fußabdruck. Einer Schätzung des US-amerikanischen Wirtschaftsmediums Quartz zufolge setzt ein NFT über seine gesamte Lebensdauer hinweg 211 Kilo CO₂ frei. Das ist, als würde man im Benzinauto 825 Kilometer fahren, also etwa von Wien nach Basel. Bergmann versichert aber: „Wir werden 100% (der Emissionen, Anm.) kompensieren.“ Dazu arbeite das Belvedere zurzeit mit dem Österreichischen Institut für Nachhaltige Entwicklung zusammen. Das Institut ermittle den ökologischen Fußabdruck der NFT-Aktion und werde Kompensationsprojekte vorschlagen, so Bergmann.

Dennoch sieht Bergmann in Zukunft Platz für NFTs der Marke Belvedere. „NFTs sind gekommen, um zu bleiben“, sagt der Geschäftsführer, fügt jedoch hinzu, dass die Zeit noch nicht reif für das nächste Projekt sei: „Da muss man sicher den Krypto-Winter abwarten.“ Die nächsten Jahre werden zeigen, ob sich der Trend, berühmte Kunstwerke zu digitalisieren, trotz Kryptokrise und Klimakritik tatsächlich hält.

Gustav Klimt selbst wäre vermutlich ein Fan von NFTs gewesen. Als er 1897 die Wiener Secession gründete, wollte er bewusst mit dem damaligen Mainstream brechen und alternativen Künstlern eine Plattform bieten – Ziele, die ihn mit vielen NFT-Schöpfern verbinden. Damals war Klimt einer der kontroversesten Maler seiner Zeit und wurde von der etablierten Kunstwelt heftig kritisiert. Heute sind seine Gemälde Millionen wert – und nun auch in der digitalen Kunstwelt vertreten.



Jedes der einzigartigen NFTs ist mit einer Nummer und Koordinaten versehen.

NFT

FORBES.AT

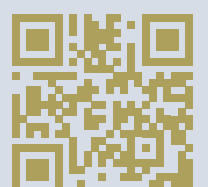
20



ATELIER 
HELDWEIN

Einzigartig seit 1902.

Mehr Einzigartiges:



„ICH GLAUBE, DASS KLIMT DAS PROJEKT FREUEN WÜRDEN“

Wolfgang Bergmann, kaufmännischer Geschäftsführer des Belvedere, hat sich für uns Zeit genommen, um über die NFTs (Non-Fungible Tokens) zu sprechen, die das Museum seit 14. Februar verkauft. 10.000 digitale Ausschnitte von Gustav Klimts weltbekanntem Meisterwerk „Der Kuss“ – kurz vor dem Gespräch durften wir einen Blick auf das berühmte Gemälde werfen – wurden dafür erstellt. Doch was war das Ziel des Projekts? Und wie haben sich die digitalen Tokens verkauft? Im Interview zieht Bergmann Bilanz.

Text: Erik Fleischmann

Fotos: Gianmaria Gava, Museum Belvedere



DAILY

Bislang wurden circa 2.400 „Kuss“-NFTs verkauft und damit ein Erlös von ungefähr 4,5 Millionen € erwirtschaftet. Wie hoch waren die Kosten des Projekts?

Wolfgang Bergmann (WB): Die technischen Kosten sind gering, da bewegen wir uns unter 100.000 €. Wir haben aber natürlich Marketingkosten, wir müssen Steuern zahlen et cetera. Aber es ist davon auszugehen, dass wir als Ergebnis über drei Millionen € aus dieser Aktion ziehen werden.

Wie werden die Erlöse dann eingesetzt?

(WB): Da gibt es keine Zweckbindung für ein bestimmtes Projekt. Wir sind als Museum ein Non-Profit-Unternehmen, das alle Erlöse, die es aus Tickets, Souvenirs et cetera hat, wieder in das Museum investiert; sei es, dass wir Kunst restaurieren, Gebäude renovieren oder in Bildungsprogramme investieren. Und in diesen Bereich – bewahren, sammeln, vermitteln – fällt auch die NFT-Aktion hinein.

Kryptowährungen sind sehr volatil, seit dem Launch ist der Preis vieler digitaler Währungen stark gefallen. Wie rechtfertigt es das Belvedere, während einer Pandemie – einer ohnehin sehr unsicheren Zeit – mit Kryptowährungen zu hantieren, die noch zusätzliche Unsicherheit verursachen? Schließlich hat das Museum während Corona sehr viele finanzielle Zuschüsse vom Staat bekommen, im Endeffekt von den Steuerzahlern.

(WB): Hier muss man unterscheiden: Ein NFT selbst ist ja keine Kryptowährung. Ein NFT ist ein Produkt, das auf der Blockchain läuft, wie auch die Kryptowährung, die man vor allem für das Minting braucht. Wichtig ist erstens: Kein Käufer ist gezwungen, die Kryptowährung zu verwenden, weil wir auch ein Zahlungsangebot über Euro anbieten. Wir erledigen

dann das Minting und stellen das NFT zu. Und das Zweite: Sollte jemand mit Krypto kaufen, konvertieren wir sofort in Euro und betreiben selbst keine Spekulation mit der Kryptowährung.

Das Thema der Kursschwankungen bezieht sich dann eher auf den Bereich des Wiederverkaufs, sollte man über die diversen Plattformen weiterverkaufen wollen. Nur ist jeder im Wiederverkauf frei, auch in der Preissetzung. Niemand ist gezwungen, innerhalb einer gewissen Phase zu verkaufen – aus meiner Sicht muss man überhaupt nicht verkaufen, das ist ein Sammlerstück. Und jemand, der ein NFT gekauft und mit einer Liebeserklärung gewidmet hat – das ist ja ähnlich wie ein Verlobungsring –, wird diesen Liebesbeweis nicht gleich wieder verkaufen. Also ja, es gibt diese Kursschwankungen, der Kryptopreis ist gerade auch in einem Wellental, aber das Belvedere verleitet niemanden dazu, selbst Kryptowährungen zu besitzen. Das muss niemand. Und wir selbst spekulieren nicht mit Kryptowährungen, sondern konvertieren in Euro.

Beim Launch des Projekts waren 0,65 Ethereum, die ein „Kuss“-NFT kostet, die vollen 1.850 € wert. Zwischenzeitlich waren 0,65 Ethereum aber nur mehr 615 € wert...

(WB): Ja, das ist richtig. Wir überlegen auch, eine Preisbindung an den Euro zu machen, das aber ist technisch wieder aufwendiger. Uns selbst hat der Preisverfall kaum betroffen, weil sich die großen Verkaufszahlen im ersten Schwung nach dem Valentinstag abgespielt haben und der NFT-Verkauf mit Eintritt des Krypto-Winters jetzt stagniert – generell, nicht nur bei uns. Für uns stellt sich die Frage des Währungsunterschieds erst ab dem nächsten größeren Launch. Es kann sein, dass sich der Kryptopreis bis dahin wieder erholt hat. Richtig ist, dass seit dem Launch unseres Projekts zwi-

schendurch günstigere Käufe möglich waren, wenn mit Ethereum bezahlt wurde. Das ist aber auch bei anderen Produkten so, wenn auch nicht in dieser Größenordnung. Ich kann auch bestimmte Produkte billiger kaufen, wenn ich etwa in einem Land mit einer anderen Währung auf Urlaub bin. Es ist also nichts Außergewöhnliches, dass es hier Unterschiede geben kann. Natürlich haben wir das mittelfristige Interesse, dass der Kryptopreis und der Europreis nahe beisammen sind.

„Der nächste größere Launch“, sagen Sie – ist also ein weiterer NFT-Verkauf geplant?

(WB): Wie auch andere, glauben wir an die Formel „NFTs sind gekommen, um zu bleiben“. Und wir denken über Nachfolgeprojekte nach, auch wenn jetzt noch keines startklar ist; zum Teil, weil wir natürlich die Erfahrungen aus diesem Projekt bestmöglich auswerten wollen, und weil jetzt nicht die Zeit für einen weiteren Launch ist. Da muss man sicher den Krypto-Winter abwarten.

Was ist überhaupt das Ziel dieser Projekte? Und wer ist die Zielgruppe?

(WB): Das erste Ziel ist – und wir merken auch, dass das gelingt –, dass wir plötzlich Menschen mit unserer Sammlung und mit Klimt ansprechen, die davor gar nicht so ein starkes Naheverhältnis zur Kunst hatten. Für uns ist es spannend, dass wir mit dieser Technologie eine ganz neue Gruppe ansprechen können, dass wir eine neue Form des Storytellings haben.

Es war auch die mediale Aufmerksamkeit für das Projekt sehr groß, was natürlich wiederum Aufmerksamkeit für das Belvedere bedeutet; und last, but not least die Möglichkeit einer zusätzlichen Einnahmequelle. Aber das ist nicht das alleinige Ziel. Wir wurden manchmal gefragt: „Dient das jetzt dazu, nach der Pandemie die Budgets in Ordnung zu bringen?“ Meine Ant-

wort ist immer, dass wir dieses Projekt genauso gemacht hätten, wenn es keine Pandemie gegeben hätte; und wenn wir gerade Rekordergebnisse hätten, wie in 2019 – sowohl hinsichtlich Besucherzahl als auch bezüglich unserer Umsätze –, hätten wir das genauso umgesetzt, denn diese Ziele, neue Menschen anzusprechen, das Museum in die Zukunft zu tragen, die müssen wir immer erfüllen.

Besitzen Sie selbst ein „Kuss“-NFT oder andere NFTs?

(WB): Ich würde gerne. Wir haben aber aus Compliance-Gründen als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht die Möglichkeit, selbst welche zu erwerben.

Wie sieht es mit anderen NFTs aus?

(WB): Andere NFTs auch nicht, zumindest noch nicht. Weil ich den, den ich am liebsten hätte, nicht haben kann, beglücke ich mich mit keinem zweitliebsten.

Was hat das Belvedere dazu bewegt, eigene NFTs zu verkaufen und in den digitalen Kunstmarkt einzusteigen?

(WB): Wir sind als Museum daran interessiert, auch eine Vorreiterrolle im digitalen Bereich zu haben. Wir sind auch in der Zeit der Lockdowns sofort auf Live-Kunstführungen umgestiegen, online eben. Und daher schauen wir, was sich in diesem Markt tut, welche Möglichkeiten sich ergeben, und versuchen, die auch möglichst frühzeitig zu nutzen. Außerdem verstehen wir uns als ein „Museum that matters“ – und als solches müssen wir die Vergangenheit mit der Gegenwart und der Zukunft verbinden, also auch den Blick in die Zukunft richten. Und damit war für uns klar, dass wir diese neue Technologie, die ein ganz breites Spektrum an Möglichkeiten eröffnet, für ein Projekt nutzen und diese Edition der 10.000 Teile des „Kusses“ zum Valentinstag präsentieren wollten.

NFT

FORBES

22

Der neue MG5 Electric

Der erste vollelektrische Kombi der Welt.

- Bis zu 400 km Reichweite (lt. WLTP)
- MG iSMART Lite Konnektivitätssystem
- 10,25"-Touchscreen und digitales 7"-Cockpit uvm.



geräumig
praktisch
vernetzt

Der MG5 Electric kombiniert den funktionalen Charakter eines Kombis mit einem modernen und ansprechenden Design. Eine Vielzahl von Sicherheits- und Assistenzfunktionen, darunter unsere intelligente Hightech-Fahrassistententechnologie MG Pilot und das brandneue Konnektivitätssystem MG iSMART Lite, garantiert optimale Sicherheit und höchsten Fahrkomfort. Mit der MG-Herstellergarantie von 7 Jahren erleben Sie darüber hinaus absolute Sorgenfreiheit. Jetzt ab € 29.990,- inkl. E-Förderung*.

 Recharge yourself

→ mgmotor.at

* Unverbindl. empf. Listenpreis. Preis beinhaltet € 2.400,- E-Mobilitätsbonus inkl. MwSt. sowie € 3.000,- Förderung seitens Bundesministerium Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, sämtliche Details dazu unter www.umweltfoerderung.at. E-Mobilitätsbonus gültig für E-PKW mit reinem Elektroantrieb (BEV). Der Preisvorteil bezieht sich auf die Höhe des E-Mobilitätsbonus (Herstelleranteil + staatlicher Anteil). ° Herstellergarantie von 7 Jahren oder 150.000 km (je nachdem, was zuerst eintritt). Diese gilt auch auf definierte HVKomponenten, Antriebsbatterie und Durchrostung. Nähere Infos bei Ihrem MG Partner. Symbolabbildung. Satz- und Druckfehler vorbehalten. Stromverbrauch: 17,5 - 17,9 kWh / 100 km. Maximale elektrische Reichweite nach WLTP: 400 km.

7 Jahre
Herstellergarantie



„Wir sind als Museum daran interessiert, auch eine Vorreiterrolle im digitalen Bereich zu haben.“

Wolfgang Bergmann

Warum haben Sie ausgerechnet mit dem „Kuss“ angefangen?

(WB): Weil er das weltweit bekannteste Werk eines österreichischen Künstlers ist, auch das bekannteste Werk unserer Sammlung. Damit war klar, dass wir auf einer Bekanntheit und einem weltweiten Wiedererkennungswert aufsetzen, was bei jedem anderen Werk wahrscheinlich schwieriger gewesen wäre.

Das Belvedere steht für klassische Kunst, imposante Barockbauten und eine jahrhundertelange Kunstgeschichte. NFTs hingegen stehen für viele Menschen für Memes und sind eher unter Krypto-Nerds beliebt. Wenn das Belvedere NFTs verkauft, verwässert das nicht ein bisschen die eigene Marke?

(WB): Nein, im Gegenteil. Ich glaube, da kann man eine Analogie aus der Vergangenheit ziehen: „Der Kuss“ von Klimt ist global auf so vielen Kaffeehäusern, Schals und T-Shirts zu sehen, und man könnte immer die Frage stellen: „Verwässert das den ‚Kuss‘?“ Das Gegenteil ist der Fall: Je mehr „Kuss“ in solchen Produkten im Umlauf ist, umso mehr wird bewiesen, wie attraktiv das Gemälde ist. Jedes dieser Produkte ist ein Werbemittel für den „Kuss“, und wir gehen davon aus, dass jemand, der ein NFT davon besitzt, ab diesem Moment auch einen sehnlichen Wunsch hat, das Meisterwerk im Original zu sehen. Es ist unwahrscheinlich, dass jemand sagt: „Ich habe den ‚Kuss‘ schon digital, den brauche ich mir nicht mehr anschauen“ – son-

dern das Digitale ist die Anbahnung schlechthin, um das Gemälde auch im Original zu sehen. Umgekehrt wird jemand, der von Klimts Werk im Original begeistert war, vielleicht nachher den Wunsch haben, auch dieses Sammlerstück und eine Erinnerung an den Besuch für sich zu haben.

Haben Sie den „Kuss“ deshalb in 10.000 Einzelteile geschnitten – damit die Leute kommen, um sich das Original anzuschauen?

(WB): Nein, nicht deshalb. Sie können sich ja auch das ganze Werk digital anschauen, deshalb muss man nicht kommen. Der Faktor 10.000 hat den Hintergrund, dass wir die NFT-Aktion für eine breitere Gruppe zugänglich machen wollten, den „Kuss“ aber nur einmal haben. Es sind ja auch Museen schon dazu übergegangen, einzelne Werke nur mit einer NFT-Kopie zu versteigern. Wir haben bewusst einen breiteren Ansatz gewählt, der mehr Menschen mitnehmen kann.

Es ist ja so, dass für das Minting, also das Erstellen von NFTs, extrem viel Strom benötigt wird, was natürlich auch enorme Umweltschäden verursacht. Finanziert das Belvedere klimafreundliche Projekte? Gibt es Pläne, um den Fußabdruck des „Kuss“-Projekts zu begleichen?

(WB): Ja, das jedenfalls. Aber das ist ja jetzt nicht die Zweckbindung der Erlöse, sondern ein separates Ziel. Wir haben gerade ein Projekt mit dem Österreichischen Institut für Nachhaltige Entwicklung laufen, das den öko-

logischen Fußabdruck der NFT-Aktion feststellt und uns Kompensationsmaßnahmen vorschlägt. Wir werden 100% der Emissionen kompensieren. Aber unabhängig davon, was bisher angefallen ist, möchte ich auch dazusagen, dass die Ethereum-Plattform unmittelbar vor einem technologischen Sprung steht, um den Energieverbrauch um über 90% zu reduzieren. Für den weiteren Verlauf des Projekts werden also deutlich weniger Energiekosten anfallen.

Wir durften vorhin gemeinsam den originalen „Kuss“ bewundern. Dort gab es keine Hinweise auf die NFTs und auf den NFT-Verkauf. Warum wird die Aktion nicht an Ort und Stelle stärker beworben?

(WB): Wenn Sie ein paar Räume weiter gehen, werden Sie an zwei Stellen Bildschirme sehen, die wir aufgestellt haben, welche Informationen zu den „Kuss“-NFTs liefern. Wir geben auch beim Ticketkauf Hinweise dazu aus. Dass wir das im „Kuss“-Raum nicht machen, ist eine ganz bewusste Entscheidung, wie mit unseren anderen Verkaufsprodukten auch: Der Museumsbereich und der Shop sind getrennte Bereiche. Die Zeit des Kunstgenusses findet im Museum statt, der Shop ist davon getrennt. Wir könnten ja auch „Kuss“-Poster gleich an Ort und Stelle verkaufen – aber wir finden, dass das eine getrennte Erlebniswelt sein soll.

Wäre Gustav Klimt selbst ein Fan des Projekts gewesen?

(WB): Glaube ich schon, ja. Er war schließlich überaus innovativ, und

er war ja auch zu Lebzeiten kommerziell erfolgreich. Also ich glaube, dass ihn das Projekt freuen würde.

Gibt es einen ungefähren Schätzwert für den originalen „Kuss“?

(WB): Nein. Das kann, glaube ich, niemand sagen. Erstens wird er nie auf den Markt kommen – und was er bei einer Auktion erzielen würde, kann keiner vorhersagen, hier haben sich die Expertinnen und Experten auch schon bei anderen Auktionen verschätzt. Aus der Vergangenheit ist aber bekannt, dass Klimt-Werke über 130 Millionen US-\$ erzielt haben – und ich gehe davon aus, dass „Der Kuss“ als die Ikone schlechthin noch weit darüber liegen würde. Jetzt kann man natürlich darüber diskutieren, ob er „Salvator Mundi“ (das teuerste Gemälde, das jemals versteigert wurde, Anm.) übertreffen würde oder nicht, aber seriöserweise kann das Resultat einer Auktion nicht prognostiziert werden.



Unsere
Zukunft



Goldbarren
„Made in Austria“



basiert auf
Sicherheit

Barren in 11 Größen • 1 bis 1000 Gramm • bis 10.000 € anonym • umsatzsteuerfrei



**ANKAUF VON GOLD,
SILBER UND PLATIN**
DIREKT BEI ÖSTERREICHS FÜHRENDER
EDELMETALL-SCHEIDEANSTALT

— DIE ÖSTERREICHISCHE GOLD- U. SILBER-SCHEIDEANSTALT GES.M.B.H.
WERTE, IN GOLD GEGOSSEN. SEIT 1862
LIESINGER-FLUR-GASSE 4, 1230 WIEN, T +43 1 86646
Wien, Linz, Salzburg, Innsbruck, Dornbirn, Graz, Klagenfurt
www.oegussa.at

Ein Unternehmen der **umicore**



Faires Gold

zertifiziert
konfliktfreie
Lieferkette

Fotos: Ögussa, iStockphoto

DER BILDUNGSRIESE

Milliardenschwer durch Nachhilfe: Das Unicorn Gostudent ist mit einer Bewertung von drei Mrd. € eines der wertvollsten Start-ups Österreichs. Die jungen Wiener Gründer Felix Ohswald und Gregor Müller wollen Gostudent zur „globalen Schule Nummer eins“ machen. Aber kann das Unternehmen mit Nachhilfe Geld verdienen?

Text: Naila Baldwin
Fotos: David Visnjic

DAILY

GOSTUDENT

FORBES.AT

An einem „normalen“ Tag, sofern es einen solchen überhaupt gibt, sitzt Felix Ohswald in Hoodie und Jeans an seinem Schreibtisch. Nur selten trägt der 26-jährige Millionär seine schulterlangen blonden Haare offen, meist hat er sie zu einem Dutt geknotet. Das etwa 15 Quadratmeter große Chefbüro mit großzügiger Terrasse liegt im sechsten und höchstgelegenen Stockwerk des Bürogebäudes von Gostudent im zweiten Wiener Gemeindebezirk. Hier hat Ohswald einen Ausblick auf Wien. Zusammen mit seinem Mitgründer Gregor Müller verbringt er hier den Großteil seiner Zeit. Nackte Wände, Teppichböden, Schreibtische, Laptops und Kabelsalat: Das Büro ist funktional, nicht schick. Ohswalds Zimmer zeugt von derselben Haltung, die er auch sonst an den Tag legt: Es muss nicht schick sein, um was zu können.

Der über zwei Meter große Mathematiker ist keiner, der Zeit und Geld in teure Hobbys investiert. „Weder Uhren noch Autos zählen zu meinen Interessen“, sagt Ohswald. Er spielt gerne Schach, investiert hier und da in Aktien und erlaubt sich, beim einen oder anderen Urlaub mal etwas tiefer in die Tasche zu greifen. Das wohl Auffälligste an seinem Schreibtisch ist das Megafon, das nicht mehr funktioniert. „Bei Weihnachtsfeiern kam das schon mal zum Einsatz“, erzählt der CEO zwischendurch. Hinter seinem kleinen Laptop steht eine Ministandkamera, als Mauspad dient eine Ausgabe des Monatsmagazins *Der Spiegel*; Ohswalds Mantel liegt über einer Sessellehne. Zeit wird wichtigeren Dingen gewidmet – und das war schon früher so.

Mit 14 Jahren begann Felix Ohswald ein Mathematikstudium, welches er beendete, noch bevor er die Matura ablegte. Anschließend ging er nach Cambridge und Zürich, um zu studieren. Er sammelte erste Berufserfahrung bei der Österreichischen Nationalbank und der Unternehmensberatung Boston Consulting Group (BCG). Er hätte in die Fußstapfen seines Vaters – ehemaliger Chef der Deutschen Bank in Österreich und heute bei der Quirin Privatbank AG – treten und Bankier werden können, doch Ohswald entschied sich anders: Nach seinem Master 2016 in Quantitative Finance an der ETH Zürich gründete er zusammen mit Gregor Müller Gostudent. Damals war Ohswald gerade einmal 20 Jahre alt.

Einst eine Whatsapp-Gruppe, verbucht die Plattform zuletzt mehr



Im Jahr 2021 akquirierte Go Student Fox Education, 2022 folgten Seneca Learning und die Tus Media Group. Mit Tus Media können Tutoren ihre Dienste nun auch für einen selbstgewählten Zins anbieten.

als 1,5 Millionen Nachhilfeeinheiten pro Monat. Während seines Studiums beobachtete Ohswald, wie sich junge Menschen – etwa sein eigener Bruder – bei der Erledigung ihrer Hausaufgaben schwertaten. „Das war eigentlich der Auslöser für die Gründung des Unternehmens“, so Ohswald. Er wollte eine Plattform schaffen, die Schüler bei der Suche nach Wissen außerhalb des Klassenzimmers unterstützt und Anreize für Tutoren und andere Schüler schafft, die besten Antworten zu finden, erzählt er. Müller und Ohswald nutzten zunächst Whatsapp, um Lehrer mit Schülern zu vernetzen – als die Nachfrage größer wurde, verlagerte man das Geschäft bereits nach einigen Wochen in eine eigene App.

Inzwischen basiert das Geschäft auf einem Abomodell: Nachhilfestunden lassen sich entweder für sechs Monate, ein oder zwei Jahre buchen, die Stunde kostet zwischen 20 und 30 € – ein Tutor bekommt dafür im Schnitt 15 €. Die Plattform umfasst mittlerweile eine Nachhilfelehrer-Community von mehr als 20.000 Lehrkräften, die in 30 Fächern unterrichten.

Von 2020 auf 2021 konnte Gostudent die gebuchten Nachhilfeeinheiten verzehnfachen, auch das Personal nahm exponentiell zu: Von 160 Mitarbeitern Ende 2020 auf 1.300 Ende 2021. Im Jahr 2022 sollen zusätzlich weitere 2.000 Mitarbeiter folgen. Seit letztem Jahr operiert Gostudent an 24 Standorten weltweit – Überseemärkte wie Mexiko, Kanada, Brasilien und Chile sind neu. Im März 2022 hat Gostudent seinen Markteintritt in den USA bekannt gegeben.

Auf die Frage, ob Gostudent profitabel sei, antwortet Ohswald so: „Unsere Kennzahlen sind gut, und das gibt uns auch die Sicherheit, in anderen Märkten entsprechend rasant wachsen zu können, um langfristig auf Profitabilität zu gehen.“ Wann genau das sein wird, könne er aus derzeitiger Sicht nicht sagen: „Das ist etwas, das wir laufend beobachten und evaluieren.“ Zudem sei der Druck der Investoren gering.

Während das letzte Jahr bereits von Wachstum geprägt war, vergingen im Jahr 2022 nur elf Tage, bis Gostudent erneut für Furore sorgte: Eine Gruppe von Investoren – darunter der niederländische VC Probus, der japanische VC-Riese Softbank und die Deutsche Telekom – investierte 300 Mio. € in die Nachhilfeplattform aus Österreich. Noch nie zuvor hatten Investoren eine



TIROLS ÄLTESTE EDELBRENNEREI

Liebhaber hochwertiger Schnapskultur und Tiroler Spezialitäten kommen in der ältesten Kupferkesselbrennerei Tirols in Brixen im Thale voll auf ihre Kosten.

Fotos: Edelbrennerei Erber

Schnapsbrennen hat in Tirol eine jahrhundertalte Tradition. Die hochprozentigen Erzeugnisse sind weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Seit 1651 steht der Name Erber für Edelbrände auf höchstem Niveau. So werden hier seit mehr als 350 Jahren edelste Tropfen nach altem Handwerk gebrannt. Für die hohe Qualität ist der Einsatz von besten Rohstoffen Voraussetzung.

„Wir setzen auf langjährige Partnerschaften mit unseren Obstbauern, die zum größten Teil aus der Europa-region Tirol stammen. Vollreifes Obst in bester Qualität ohne Druckstellen wird von mir persönlich ausgesucht. Doppelt gebrannt, mit eigenem Bergquellwasser versetzt und lange gereift – so werden unsere Edelbrände und Schnäpse zur echten Tiroler Genusskultur“, schwärmt Brennmeister und Edelbrandsommelier Christian Schmid.

Schaubrennerei

Seit August 2018 erstrahlt die größte Schaubrennerei Tirols nach verschiedenen Umbaumaßnahmen in ganz neuem Glanz und bietet nun die Möglichkeit, Tradition und Innovation hautnah zu erleben. Ein Erlebnisweg durch das Brennhaus, ein kurzer Film im haus-eigenen Kino und eine anschließende Verkostung von vier verschiedenen Sorten runden den eindrucksvollen Besuch perfekt ab. Auf Wunsch wird eine Tiroler Jause serviert.

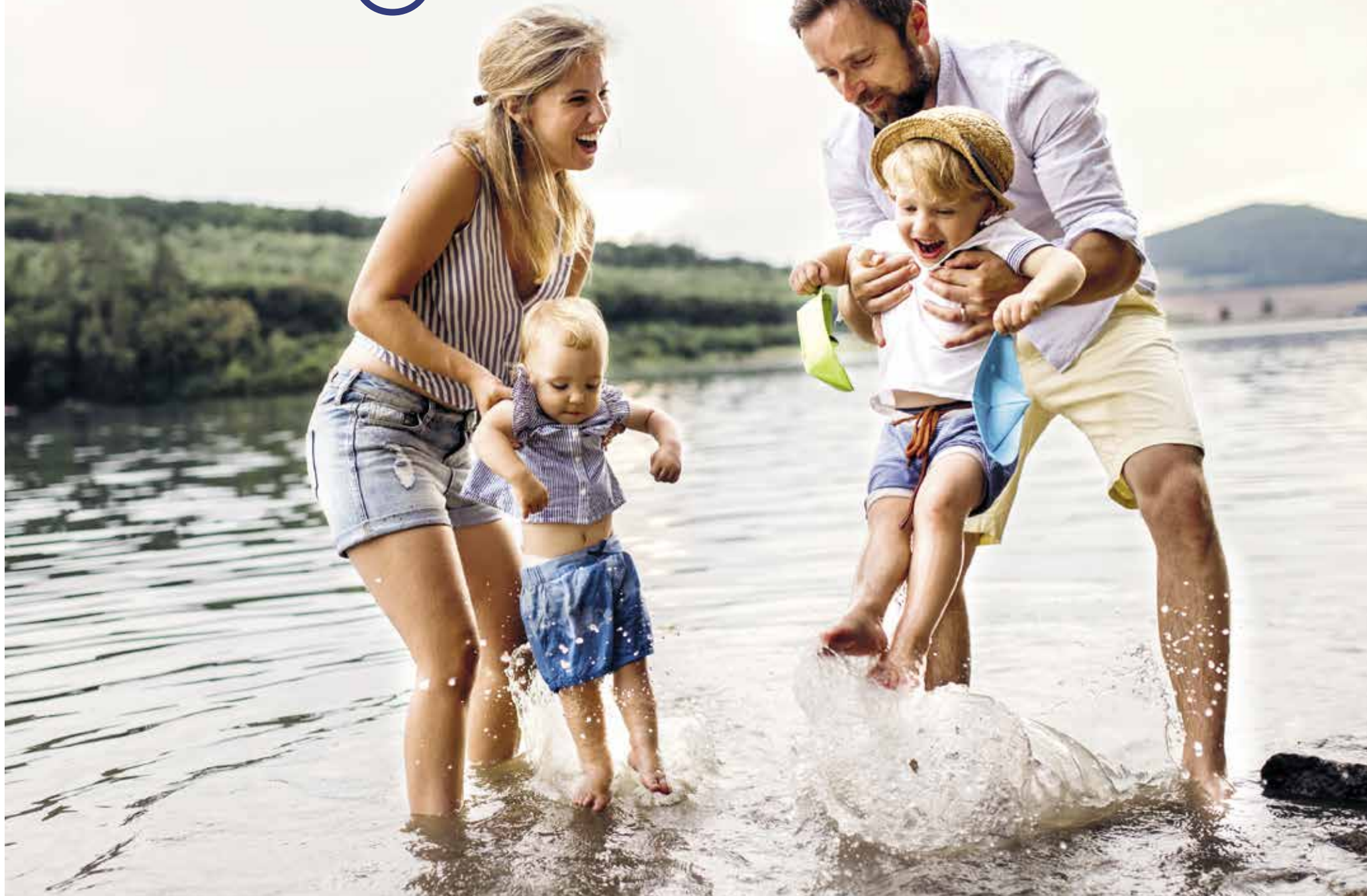


Erber-Produkte wurden vielfach ausgezeichnet, zum Beispiel der Brixx43 Dry Gin, der bei Falstaff Höchstpunkte erzielte, sowie der Tiroler Zirbener, der bei Falstaff Kategorie-sieger wurde.



Edelbrennerei Erber
Dorfstraße 57
6364 Brixen im Thale
+43 5334 8107-15
www.erber-edelbrand.com

Allianz 



**SICHERN SIE SICH JETZT DEN PRÄMIENVORTEIL
DURCH EINEN FRÜHZEITIGEN ABSCHLUSS – BEREITS AB 6,99 € IM MONAT**

Die **Private** Krankenversicherung für Ihr Kind

Sonderklasse-Aktion bis 16. Dezember 2022*:

Profitieren Sie beim Neuabschluss eines Sonderklasse Extra Paketes vom Entfall des Selbstbehaltes für Kinder und Jugendliche bis zum Erwachsenenalter.

*Voraussetzungen für den Entfall des Selbstbehalts: Neuabschluss eines Sonderklasse Extra Paketes im Zeitraum 01.07.-16.12.2022 mit Versicherungsbeginn zwischen 01.07.2022 und 01.01.2023 und nur für versicherte Personen im Alter von 0-18 Jahren (Altersberechnung: Eintrittsjahr minus Geburtsjahr). Die Aktion ist pro Vertrag einmalig einlösbar. Eine Barablöse ist nicht möglich. Tipp- und Druckfehler sind vorbehalten.
Anzeige der Allianz Elementar Versicherungs-Aktiengesellschaft, Sitz: 1130 Wien, Hietzinger Kai 101-105, www.allianz.at

Mehr Informationen zum
Produkt finden Sie auf
allianz.at/sonderklasse



so große Geldsumme in ein österreichisches Start-up gesteckt. Ohswald sieht das gelassen: „300 Millionen € klingt nach einer riesigen Zahl, aber man muss auch dazusagen, dass wir uns an diese Zahlen herangetastet haben.“ Mit einigen Finanzierungsrunden auf dem Buckel hat man sich die letzten Jahre daran gewöhnt – „es ist nicht so, dass wir plötzlich zu Triathleten geworden sind“. Durch die jüngste Investition stieg die Firmenbewertung des Unicorns auf drei Mrd. € – das ist eine Verdoppelung in weniger als einem Jahr. Zwei der Investoren, der Telekom Innovation Pool (Deutsche Telekom) und der japanische VC-Riese Softbank, haben im September 2021 eine strategische Partnerschaft abgeschlossen, die gemeinsame Investitionen vorsieht. „Edtech ist ein sehr schnell wachsender Markt. Mit Gostudent wollen wir unsere digitale Reichweite, unsere starke Marke und die Erfahrung und Fähigkeiten der Deutschen Telekom einbringen“, so das Unternehmen. Die Deutsche Telekom bringe eine Vielzahl an Erfahrungen mit, um Gostudent dabei zu helfen, den Online-Nachhilfedienst in ganz Europa und darüber hinaus zu skalieren, lassen die Pressesprecher ausrichten.

Insgesamt konnte die Plattform seit ihrer Gründung im Jahr 2016 mehr als 590 Mio. € einsammeln. Mit dem frischen Kapital wolle man jetzt vor allem auf bestehende Märkte aufbauen sowie andere Edtech-Unternehmen aufkaufen. 2021 übernahm Gostudent Fox Education. Das Unternehmen, das vielen unter dem Namen Schoolfox bekannt ist, bietet eine App, die von vielen Lehrern zur Kommunikation mit Eltern und Schülern genutzt wird. Im Februar 2022, nur knapp einen Monat nach der Series-D-Investmentrunde (300 Mio. €), übernahm Gostudent zwei etablierte europäische Bildungsunternehmen: den britischen Anbieter Seneca Learning mit einem Produktangebot von KI-basierten Lerninhalten und das spanische Edtech-Unternehmen Tus Media, einen offenen Marktplatz für Nachhilfe. Tutoren können hier ihre Dienste zu einem selbst gewählten Preis anbieten. Dafür müssen sie sich – anders als bei Gostudent – selbst um Organisation, Akquise und Bezahlung kümmern, erklärt Ohswald. Damit möchte Gostudent seinen Zugang zum offenen Markt erweitern.

Die zukünftige „globale Schule Nummer eins“ hat aber auch mit viel Gegenwind zu kämpfen – mit der Größe kommt auch mehr Verantwortung. Kritiker werfen dem Unternehmen „dubiose Abomodelle“ vor: Gostudent würde Kunden dazu nötigen, Nachhilfestunden im Voraus zu kaufen. Sollten diese nicht verbraucht werden, bekomme man kein Geld zurück. Doch nicht nur Kritik am Abomodell wird laut, Medien wie das *Handelsblatt* berichten auch über Qualitätsmängel bei der Auswahl



„Ich hatte das Glück, dass ich einen Opa hatte, der mich unterstützt und begeistert hat – vor allem in Mathe und Physik.“

Felix Ohswald

der Tutoren und schlechte Mitarbeiterbewertungen auf diversen Plattformen. So seien die Aufnahmetests, die angehende Nachhilfelehrer durchlaufen müssen, zu einfach, mehr als 30 % des Personals würden laut der Bewertungsplattform *Kununu* von einer Beschäftigung bei Gostudent abraten.

Doch die Kritik häuft sich weiter: Im April berichteten diverse Medien zu weiteren Vorwürfen gegen das Edtech-Start-up. Gostudent soll zu stark auf Wachstum gesetzt haben, dabei litt aber die Qualität des Unternehmens sowohl für seine Mitarbeiter als auch für seine Kunden. So soll das Start-up etwa Gehälter zu spät ausbezahlt, Kündigungen nicht bearbeitet sowie gegen das Datenschutzrecht verstoßen haben.

Ohswald bleibt jedoch gelassen: „Unsere Weiterempfehlungsrate liegt auf *Kununu* bei 81 %, mit einem *Kununu*-Score von 4,3 Punkten liegt Gostudent deutlich über dem Durchschnitt der Arbeitgeber in der Bildungsbranche“, so Ohswald im Gespräch mit *Business Insider*. Gegenüber Forbes betont er, dass das Unternehmen das „Feedback“ sehr ernst nehme und konstruktive Inputs sowie Rückmeldungen kontinuierlich in Prozesse integriert würden.

Während die Gründer von Gostudent also das Potenzial erkannt haben, Kinder am Nachmittag zusätzlich

in ihrer Bildung zu unterstützen, fordern Kritiker, dass sich private Unternehmen aus staatlichen Angelegenheiten heraushalten sollten; schließlich sei Bildung Staatssache. Ohswald sieht das anders und zieht Parallelen zum Gesundheitswesen: „In einem funktionierenden Staat hat jeder Bürger ein Recht auf eine medizinische Versorgung, ich glaube, da gibt es niemanden, der das infrage stellt. Aber es braucht im medizinischen Bereich ja auch Innovatoren, die zum Beispiel Röntengeräte weiterentwickeln, die Arztausbildungen fortschrittlicher machen, das Gesundheitswesen insgesamt innovativer machen. Diese Kraft kommt aus dem privaten Bereich.“ Ein Beispiel dafür sei der Pharmakonzern Biontech: „Eine private Firma, an deren Impfstoff die Menschen frühzeitig geglaubt haben. Und so ist auch jedem klar, dass es diese zwei Elemente gibt, das öffentliche Gesundheitswesen und die Privatwirtschaft, die voneinander profitieren müssen. Ähnlich ist das beim Bildungssystem – da braucht es auch private Initiativen.“

Fares Kayali ist Bildungsexperte an der Universität Wien. Sein Forschungsschwerpunkt ist u.a. die digitalisierte Lehre und Bildung. Er sagt: „Edtech-Unternehmen wie Gostudent haben erkannt, dass es einen großen Bedarf gibt, und damit sei ihnen auch vergönnt, dass sie viel Geld verdienen.“ Seiner Meinung nach sollte es nicht so sein, dass es in einem offensichtlich sehr, sehr großen Umfang Nachhilfe braucht, damit Schüler durch das Schulsystem kommen. Das zeige, dass in diesem manche Dinge ganz grundlegend falsch laufen. Kayalis Meinung nach gilt es, zwei Probleme zu lösen: Erstens schaue man nicht genug auf Diversität und auf jene, die mehr Unterstützung brauchen. Zweitens sei ihm „der unsägliche Leistungsdruck“ ein Dorn im Auge. Ähnlich wie Ohswald sieht er im Lernen im digitalen Raum viel Zukunft: „Wir sollten wieder ein bisschen mehr zum Potenzial von Lernfreude und individualisiertem Lernen zurückfinden. Da gibt es gerade im digitalen Raum ganz viel Potenzial.“

Das größte Problem, das Felix Ohswald in der Bildung sieht, ist der Mangel an Lehrern, die Kinder inspirieren und motivieren. Dieses signifikante Problem will Gostudent lösen. „Ich hatte das große Glück, dass ich einen Opa hatte, der mich unterstützt und begeistert hat – vor allem in Mathe und Physik“, sagt Ohswald. Dadurch habe er schon früh erkannt, dass Bildung von der Qualität der Lehrer und von deren Fähigkeit, Kinder zu inspirieren, abhängt, erzählt er. Sein Großvater nahm eine tragende Rolle in seinem Leben ein: „Mein Opa brachte mir im Alter von vier Jahren das Schachspielen bei.“ Oft ist Felix Ohswald als Wunderknaube oder Genie bezeichnet worden – er selbst kann damit nicht viel anfangen: „Ich liebe das Fach, aber mein Problem mit der Mathematik ist, dass es dann oft an den letzten 5 % hakt – wo es darum geht, etwas zu finalisieren. Da sind andere viel besser als ich.“

Gostudent kommt seinem großen Ziel näher. „Unsere Mission ist es, die globale Schule Nummer eins zu bauen, ein großes Ökosystem diverser Bildungsdienstleistungen. Unser Motto dabei ist: ‚Wir entfalten das volle Potenzial aller Schülerinnen und Schüler weltweit für eine selbstbestimmte Zukunft.‘“ Derzeit versucht sich der 26-Jährige selbst als Investor bei der *Puls-4-Show* „2 Minuten 2 Millionen“ und kehrt somit dorthin zurück, wo er 2018 selbst um Kapital gebeten hat. „Wir haben damals davon profitiert, dass es Menschen gab, die an uns geglaubt und in uns investiert haben. Das möchte ich jetzt zurückgeben“, sagte Ohswald in der Sendung Anfang Februar.

Felix Ohswald ist Gründer und CEO des Edtech-Unternehmens Go Student. Das Unternehmen sorgte Anfang des Jahres für große Aufmerksamkeit, da es eine Investition von 300 Millionen € erhielt – und somit zu einem der wertvollsten Start-ups Österreichs wurde.



Im C-Level-Management hat Go Student mit Duncan McIntyre als Chief Finance Officer, Felix Kernbichler als Chief Legal Officer und Andreas Fröhlich als Chief People & Organization Officer im März 2022 Zuwachs bekommen.

BIG DATA – MARKTGRÖSSE UND VOLUMEN

DAILY

Die Datenmenge, die die Menschheit erzeugt, nimmt immer weiter zu. Die Sammlung riesiger Datenmengen, Big Data genannt, ist so umfangreich und komplex, dass sie von keinem der gängigen Datenmanagement-Tools effizient verarbeitet werden kann.

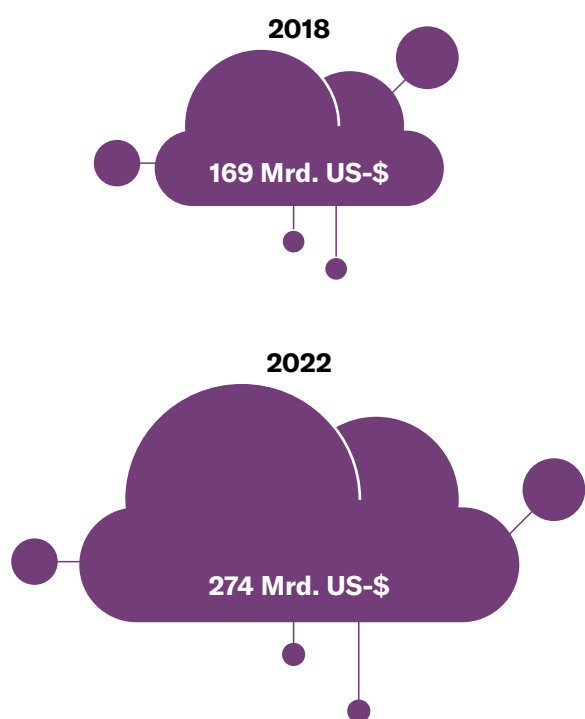
Aber wie groß sind die Datenmengen? Welche Länder sind führend, wenn es um Rechenzentren und Ausgaben für Big Data geht?

Text: Ekin Deniz Dere

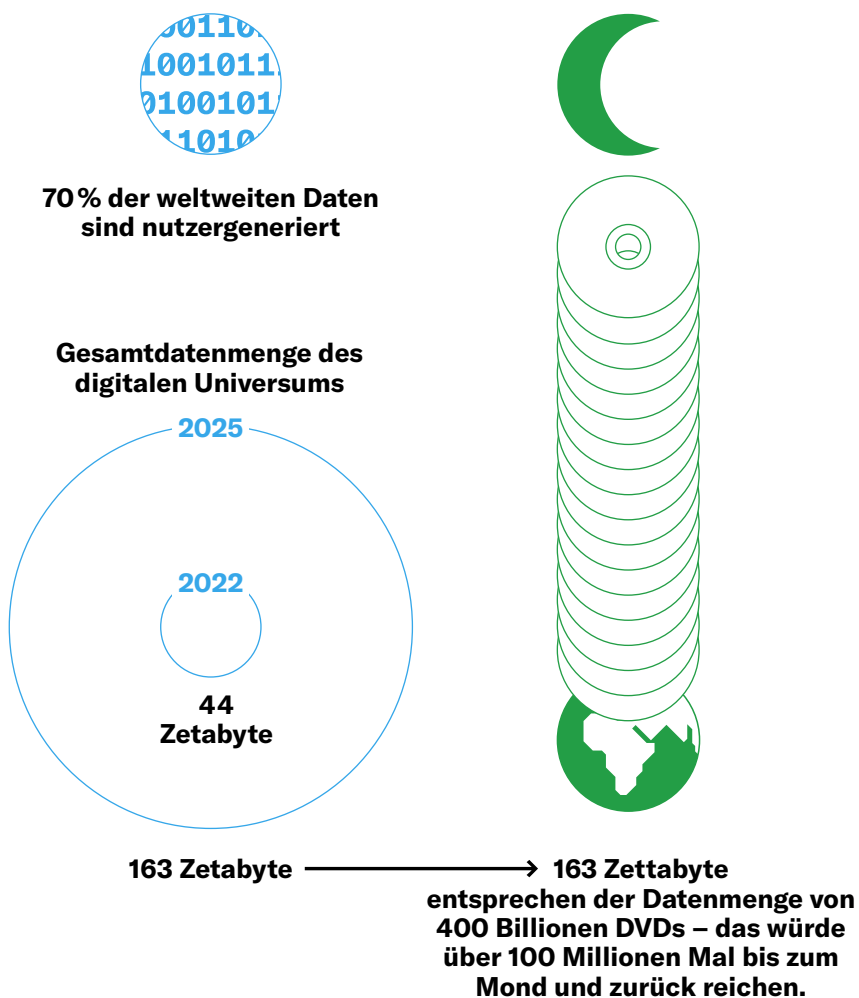
Infografik: Valentin Berger

Quellen: usitc, Fortune Business Insights, Cloudscene, PWC, IDC

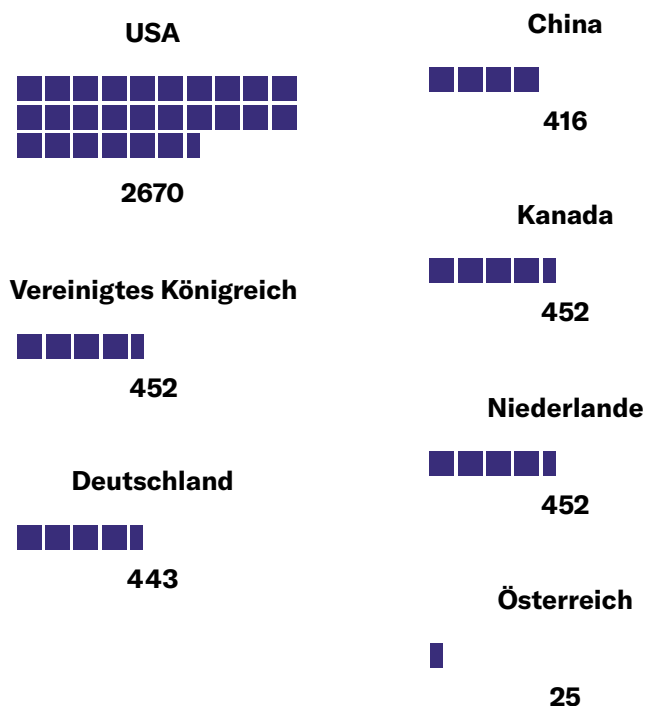
DIE GRÖSSE DES BIG-DATA-MARKTES



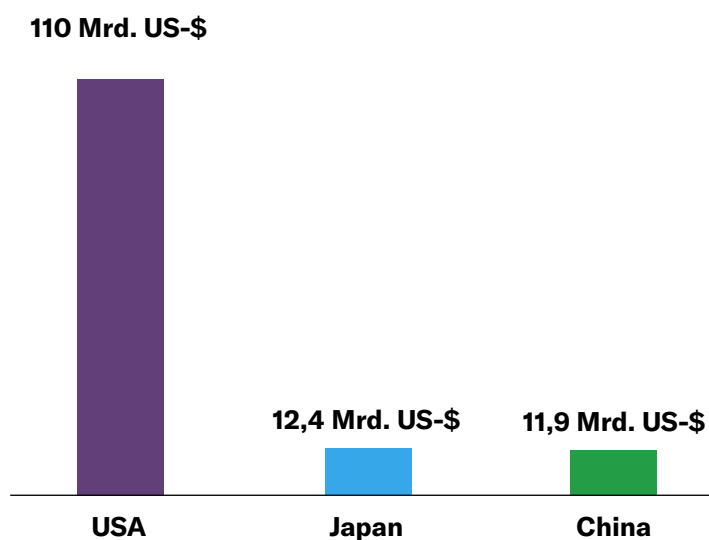
DATENMENGEN



ANZAHL DER RECHENZENTREN NACH LÄNDERN



DIE DREI LÄNDER MIT DEN HÖCHSTEN AUSGABEN



Weltweit gibt es fast 8.000 Rechenzentren.

BIG DATA

FORBES.AT

FINANZBILDUNG IN DIE HAND NEHMEN

Im Zuge der Pandemie sehen Lucas Chanet, Daniel Bayer und Marlon Eibl, dass Menschen sich vermehrt mit Geldanlage beschäftigen, ihr Ersparnis aber unüberlegt investieren. Sie beschließen, Fingu zu gründen, um so jungen Menschen fundierte Finanzbildung zu einem günstigen Preis zu bieten und gleichzeitig eine Lücke zu schließen, die das Bildungssystem ihrer Meinung nach offen lässt.

Text: Sophie Ströbitzer, Foto: David Visnjic

„In zwei Wochen reich werden!“, „Durch drei simple Tricks werden Sie zum Millionär“, „Mit dieser Aktie vermehren Sie Ihr Geld schneller denn je“ etc. – das Internet geht förmlich über Menschen, die einem versprechen, in kürzester Zeit ohne Risiko ein Vermögen aufzubauen zu können. Nicht wenige Online-Investmentberater ziehen so vielen Menschen ihr Ersparnis aus der Tasche. Um diesem Trend entgegenzuwirken, haben Daniel Bayer, Marlon Eibl und Lucas Chanet im Herbst Fingu gestartet und im Frühling dieses Jahres gegründet, nachdem sie sich bei einem anderen Fintech-Startup kennengelernt hatten. Die drei jungen Männer Mitte 20 wollen so vor allem ihrer Generation qualitativ hochwertige Finanzbildung bieten.

Was ist die Vision hinter Fingu?

(DB): Marlon und ich investieren schon seit einigen Jahren und haben uns schon immer für den Aktienmarkt interessiert. Wir haben gemerkt, dass Investieren und generell das Thema Finanzen an Interesse gewonnen haben. Dies hängt vor allem mit der technischen Revolution am Finanzmarkt zusammen: Immer mehr Menschen investieren heutzutage in den Aktienmarkt, da der Prozess immer einfacher wurde. Die Finanzbildung hält aber nicht mit. Universitäten, selbst die Wirtschaftsstudiengänge, sind oft sehr theoretisch, und in der Schule wird das Thema Finanzmärkte sowieso komplett ausgeklammert – also dachten wir, dass es eine Initiative aus der Privatwirtschaft braucht, damit Menschen so einfach wie möglich die Chance erhalten, grundlegende Finanzkenntnisse zu erwerben.

Warum braucht es Fingu in unserer aktuellen Zeit?

(ME): Während der Pandemie haben viele Leute begonnen, ihr Ersparnis in Unternehmen wie Tesla oder Gamestop zu investieren, und konsumierten Finanzinhalte in Form von Reddit-Gruppen. Einige veranlagten ihr Geld auch in Kryptowährungen, verdienten daran und dachten, sie hätten smart gehandelt. Aber Geldverdienen allein macht uns noch nicht klug. Bis vor Kurzem hatten wir, überspitzt gesagt, eine Hype-Phase, bei der viele Menschen Angst hatten, einen Trend zu verpassen, und sämtliche Ersparnisse einsetzten respektive auch Kredite aufnahmen, um in diverse Assets, von Krypto bis Aktien, zu investieren. Warum? Weil sie die Risiken in den Finanzmärkten nicht verstehen. Wir lehren deshalb, dass Reichtum niemals über Nacht kommen wird, sondern zeigen, wie man sein Vermögen langfristig erfolgreich aufbauen kann.

(LC): Wir haben in unserer Marktanalyse festgestellt, dass es gerade auf Instagram und Youtube viele sogenannte Financial Influencer gibt, die über das Thema Investieren und allgemein Finanzen sprechen. Die Ratschlä-

ge dieser „Experten“ sind meistens aber nicht zielführend für die Anleger. Uns ist es wichtig, jedem Zugang zu einer Plattform zu bieten, die seriösen und gut aufbereiteten Finanz-Content anbietet. Viel zu oft haben wir erlebt, wie junge Menschen Geld verloren haben, weil sie auf die falschen Personen gehört haben.

(DB): Diese Entwicklung an den Finanzmärkten bestätigt auch eine Studie eines amerikanischen Onlinebrokers, die herausgefunden hat, dass der durchschnittliche unerfahrene Anleger in den ersten 20 Tagen nach seinem getätigten Investment knapp fünf Prozent verliert. Wir wollen mit Fingu wirklich Aufklärungsarbeit leisten.

Was genau ist das Geschäftsmodell von Fingu?

(DB): Wir bieten digitale Finanzbildungskurse auf hohem Niveau. Jeder unserer Kurse vermittelt in verschiedenen, aufeinander aufbauenden Lektionen Wissen rund um den Finanz- und Kapitalmarkt. Dabei haben wir einen multimedialen Ansatz gewählt, der dazu führt, dass die User direkt auch ins Tun kommen und das gelernte Wissen vertiefen können. Von einfachen Einstiegskursen wie „Die Rolle der Börse am Markt“ über Themen rund um Makroökonomie und Mikroökonomie bis hin zu anspruchsvollen Fachgebieten wie Vermögensallokation oder Investmentstrategien: Bei Fingu kommt jeder auf seine Kosten. Jeder Kurs wird von einem echten Finanzmarktexperten unterstützt, von Vorstandsmitgliedern respektive Chefvolkswirten internationaler Banken bis hin zu Vermögensverwaltern, die mehrere Milliarden verwalten und etliche Jahre an Erfahrung mitbringen. Bei Fingu lernen die User von den Besten.

(ME): Außerdem wollen wir die User dabei unterstützen, eigene Investmentideen zu generieren und neue Investmentoptionen zu identifizieren. Gleichzeitig ist es uns auch wichtig, dass wir den Fingu-Usern eine Möglichkeit schaffen, wie sie sich auf der Plattform selbst austauschen und dabei über verschiedenste Themen diskutieren können.

Sie schreiben auf Ihrer Website, der Finanzmarkt habe sich in den vergangenen Jahren verändert, und die Bildung halte nicht mit ...

(DB): Die Fintech-Welt hat den Markt weitestgehend demokratisiert. Wenn man sich aber die Lehrpläne der Schulen in Österreich ansieht, existieren die Themen Börse, Kapitalmarkt und Finanzmarkt praktisch gar nicht. Ich war früher Vertreter der Österreichischen Schülerschaft, kenne die Lehrpläne und weiß, es gibt eine große Lücke, die die Politik nicht sieht. Es bräuchte wirklich eine große Veränderung, damit die Menschen so ausgebildet werden, dass sie ihr Wissen in der realen Welt einsetzen können.



Lucas Chanet, Daniel Bayer und Marlon Eibl sind die Gründer von Fingu. Gemeinsam wollen sie die Finanzbildungsbranche revolutionieren.

(LC): Das unterstreicht wiederum unsere eigene Marktforschung. In unserer Hauptzielgruppe, bei den 18- bis 30-Jährigen, haben wir gesehen, dass viele Personen trotz teilweise sehr guter Ausbildung kaum oder gar kein Wissen rund um den Finanzmarkt besitzen. Erfreulich dabei ist, dass unsere Umfrage gezeigt hat, dass sich ein Großteil dieser Personen aktiv weiterbilden und die Zusammenhänge rund um das Thema Finanzen besser verstehen will. Wir haben auch gesehen, dass die Jugend überfordert mit der Informationsflut ist – sie tut sich daher schwer, seriöse Quellen zu identifizieren. Die neue Generation braucht deshalb jemanden, dem sie vertrauen kann, und jemanden, der seriöses Wissen vermittelt und sie an der Hand nimmt und durch die Finanzwelt begleitet.

(ME): Wir streben deshalb künftig an, auch mit Schulen zusammenzuarbeiten. Jeder sollte die Möglichkeit haben, seine Ersparnisse zu investieren.

Es gibt mittlerweile haufenweise Unternehmen, die Finanzbildung oder Investmentkurse anbieten, auch digital. Wodurch hebt sich Fingu ab?

(ME): Im Zuge unserer Marktanalyse konnten wir den Markt in drei Teilbereiche gliedern: Es gibt Universitäten, die neben dem Uni-Betrieb Onlinekurse anbieten; diese sind oft sehr teuer. Zudem gibt es Broker, die eigene Academies anbieten. Diese erklären in den allermeisten Fällen jedoch nur einzelne Begriffe. Das dritte Segment besteht aus Unternehmen wie Udemy oder Masterclass, wo Kunden einzel-

ne Online-Videokurse kaufen oder ein Abonnement abschließen. Fingu hat somit keine direkte Konkurrenz, da wir einen anderen Ansatz gewählt haben: Erstens kreieren wir laufend neue Inhalte rund um die Themen Finanzmarkt und Investieren, zweitens verpacken wir komplizierte und langwierige Themen in kleine Einheiten, die wir spielerisch und unterhaltsam aufbereiten. Diese eigens entwickelte Lernstrategie sorgt für maximalen Lernerfolg – 30 Minuten pro Tag können schon einen Unterschied machen. Dritter und letzter Punkt: Wir sind mit 4,99 € im Monat verhältnismäßig günstig – gerade mal so viel wie ein Getränk bei Starbucks...

Was sind Ihre Pläne für die nächsten Jahre?

(LC): Im Moment arbeiten wir daran, unsere Plattform weiter auszubauen, und kreieren gleichzeitig ständig neue Kurse. Zusätzlich legen wir den Fokus darauf, eine auf die Nutzer hin optimierte Plattform zu schaffen. Dabei setzen wir uns besonders mit der Gamifizierung von Fingu auseinander und wollen das Nutzererlebnis steigern. Anschließend wollen wir verschiedene Arten von Mitgliedschaften einführen – Premiumkunden können dann beispielsweise exklusive Videos oder Marktkommentare von Experten erhalten, die über Investitionstrends, Marktgegebenheiten und Tipps sprechen. Außerdem planen wir, einen virtuellen Broker einzurichten, mit dem die Nutzer ihr Wissen testen können, ohne echtes Geld zu riskieren.

GRÜNE ARCHITEKTUR

In der Stadtplanung setzen sich seit Jahren Begrünungsprojekte durch. Von Singapur aus revolutioniert das Architektenteam von Woha die Städte der Zukunft.

Text: Manuela Tomic

Fotos: Woha, Patrick Bingham-Hall/Skyshot Pte Ltd

DAILY

In der Stadtplanung setzen sich seit Jahren Begrünungsprojekte durch. Von Singapur aus revolutioniert das Architektenteam von Woha die Städte der Zukunft. Riesige Wohnblöcke und Skyscraper mit Parkanlagen in jeder Etage, Palmen und dschungelartigen Grünflächen – das ist das Markenzeichen von Woha. Für Europäer ist der Anblick der stark begrünten, modernen Bauten noch etwas ungewöhnlich, in Singapur ist er aber längst Standard. Denn kaum eine andere Stadt investiert so viel in die moderne und nachhaltige Bauweise durch Begrünung der Flächen. Die Vorteile liegen längst auf der Hand: Grünflächen auf Häusern wirken nicht nur wärmedämmend, sie filtern auch Feinstaub und sind bei Starkregen ein entlastender Puffer für die Kanalnetze. Kurzum: Sie haben alles, was Megastädte wie Singapur mit seinen 5,6 Millionen Einwohnern brauchen.

Seit einigen Jahren setzen sich auch immer mehr Architekten mit diesem Ansatz auseinander und lassen die Begrünung in die Architektur mit einfließen. Einer der Pioniere in diesem Bereich ist das Architektenteam Woha in Singapur.

Gegründet wurde Woha von den Architekten Wong Mun Summ und Richard Hassell (bis heute als Founding Directors tätig) im Jahr 1994. Beide waren zuvor schon im tropischen Asien als Architekten im Bereich Hotelbau tätig und wussten um die Herausforderungen von Städten wie Singapur. Die Tagestemperatur beträgt dort das ganze Jahr hindurch kaum unter 30 Grad. Mit dem Fokus auf Begrünung und Mehrfachnutzung von Gebäuden konnte Woha seit der Gründung unzählige Hochhäuser, Wohngebäude und Bürokomplexe in der Region errichten. 2004 erweiterte sich das Kernteam um die deutsche Architektin Schirin Taraz. Heute zählt das Unternehmen etwa 100 Mitarbeiter und betreut Projekte in einer Spannweite von 6 Millionen € (10 Millionen S\$) bis zu einer Milliarde € (1,5 Milliarden S\$). Aber was macht den Erfolg von Woha aus?

„Wir hinterfragen Typologien und entwerfen neue Prototypen für die Stadt der Zukunft“, sagt Taraz. Dabei spielt das Klima für die Architekten eine der wichtigsten Rollen. „Ökologische Nachhaltigkeit ist in ihrer Brisanz in Asien schon längst stark spürbar“, erklärt die Architektin und gibt ein Beispiel. „Das typische, kompakte Hochhaus ist zum Beispiel für eine ganz andere Klimazone entwickelt worden und hier in seiner klassischen Form für das tropische Klima nicht geeignet.“ Es gehe daher um die Frage, wie man erstens hoch verdichtet baut und dabei zweitens gleichzeitig eine hohe Qualität schafft. Gigantische, gesichtslose Wohnblöcke können nicht die Lösung sein, sagt Taraz. Der Fokus von Woha liege auf hochwertigen Stadträumen,

die hochverdichtet funktionieren. Die Begrünung und Bepflanzung von Gebäuden sei dabei aber nur ein Aspekt, so die Architektin.

„Wenn ich in Europa bin, dann fällt es mir manchmal schwer, den Menschen verständlich zu machen, warum Grün ein starkes Grundbedürfnis ist“, sagt Taraz, „in Europa hat man gute Luft und viel Grün. Daher muss man unsere Bauweise auch immer kulturell übersetzen.“

Tatsächlich geht es Taraz zufolge um die Bauweise in seiner Gesamtheit. In Deutschland zum Beispiel werden Häuser in Richtung Osten und Westen gebaut, weil man möglichst viel Sonneneinstrahlung haben möchte. In Singapur sei das genau andersherum, da man versucht, Luftzüge durchzubringen und so verschattet wie möglich zu bauen. Die Gebäudeausrichtung funktioniert dabei zum Beispiel nach Nord-Süd und nicht nach Ost-West – wie in gemäßigten Klimazonen, wo man darauf bedacht ist, das Licht so tief wie möglich in die Gebäude hineinzubringen, sagt Taraz.

Es gehe vor allem auch darum, konventionelle Messlatten zu hinterfragen. So spiele die Nutzungsdurchmischung eine große Rolle. „In stark verdichteten, großen Städten haben die Menschen häufig nicht die Zeit, zwischen Wohn- Industrie- und Erholungsgebiet zu pendeln. Das Ziel ist es, eine intelligente Nutzungsdurchmischung innerhalb von Gebäudekomplexen zu schaffen, die in sich geschlossen gut funktioniert“, sagt Taraz. So gibt es beispielsweise in einem Komplex gleichzeitig einen Park, Büros, Kindergärten und Einkaufsmöglichkeiten.

Diesen Ansatz verfolgt Woha bei seinen Projekten. Dazu gehört das Hotel Parkroyal on Pickering, die School of the Arts Singapore sowie das moderne Oasia Hotel Downtown. Das Kampung Admiralty ist ein Gebäude mit unterschiedlichsten Nutzungsmöglichkeiten von altersgerechten Wohnungen bis hin zu einem medizinischen Versorgungszentrum und einem Garten auf dem Dach. Zur einen Hälfte werden die Bauprojekte staatlich finanziert, zur anderen Hälfte von privaten Investoren gestemmt.

„Dabei versuchen wir auch im Hinblick auf die Finanzierung den Nachhaltigkeitsaspekt zu berücksichtigen“, erklärt Taraz, „wir sehen uns also nicht nur den Anschaffungskosten an, sondern auch die laufenden Betriebskosten.“ Könne man die Betriebskosten durch eine anfangs höhere Anschaffung, zum Beispiel von Solarstrom oder Regenwasseraufbereitungsanlagen, längerfristig senken, dann wird diese Möglichkeit bei der Finanzierung vorgezogen. „Das erfordert vor allem kreativeres und konzeptionelles Denken“, sagt die Architektin. Das war



einer der Gründe, warum sie bei Woha eingestiegen ist.

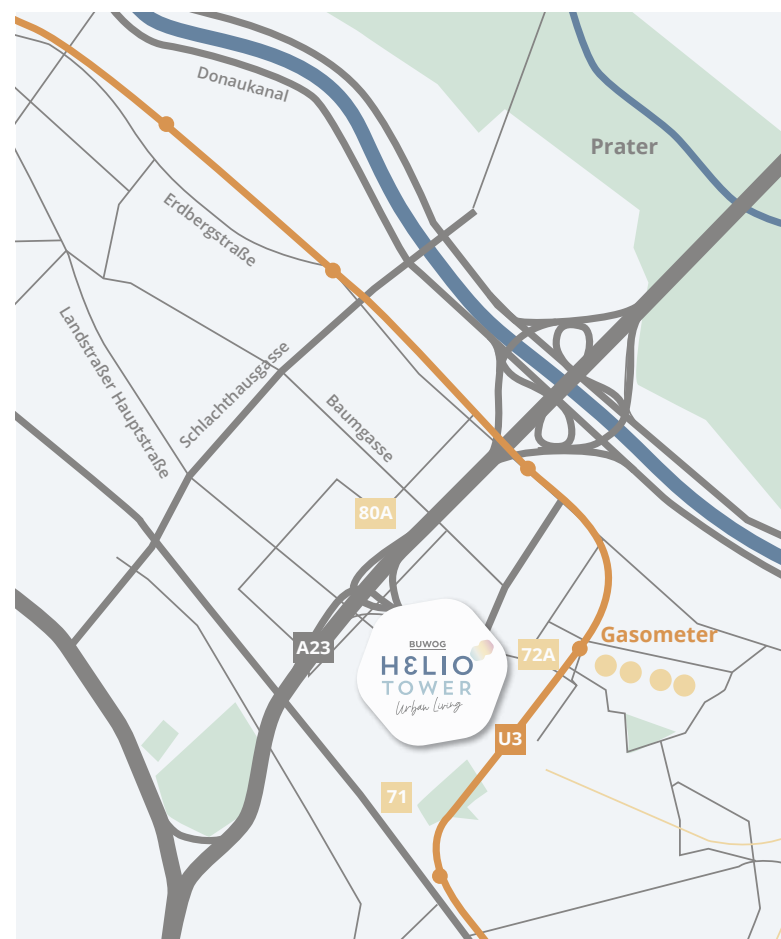
„Mich haben Großstädte schon immer fasziniert“, sagt sie, „vor allem die Frage, wie man die unglaublichen Qualitäten menschlicher Kultur, Kreativität und Vielfalt auf engem Raum ausschöpfen kann, diese Vielfalt und Freiheit wahren und dabei aber menschengerecht gestalten kann.“

Während ihres Studiums an der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen und der ETH Zürich sei ihr Fokus aber noch sehr auf westlichen Ländern, hauptsächlich in Europa und den USA, gelegen. „Als ich vor etwa 15 Jahren nach Singapur gezogen bin, hat sich mein Blickwinkel, vor allem im Hinblick auf ökologische Nachhaltigkeit geweitet“, erinnert sich Taraz. Einen „Kulturschock“ habe sie nicht erlebt, sagt die Architektin. Da sie bereits zu Beginn ihrer Karriere nach Singapur gezogen ist, habe sie es nicht anders kennengelernt. „Aber das Tempo und das Arbeitspensum hier sind schon etwas anders“, lacht Taraz.



Die Deutsche Schirin Taraz studierte Architektur an der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen und der ETH Zürich.

BUWOG
HELIO
TOWER
Urban Living



Freifinanzierte
Eigentumswohnungen.
Provisionsfrei.

Döblerhofstraße 10
1030 Wien

Mein Platz an der Sonne

Für alle, die gerne mit Weitblick in die Zukunft sehen – und aus dem Fenster. Für einen privaten Platz an der Sonne und kurze Wege im Alltag. Mit Einkaufsmöglichkeiten in Gehweite, der U-Bahn ums Eck und der direkten Verbindung zur Autobahn. HELIO TOWER verbindet, was gutes Wohnen ausmacht.

BUWOG

helio.buwog.com

DAS MEGABYTE ZUM MEGAPREIS

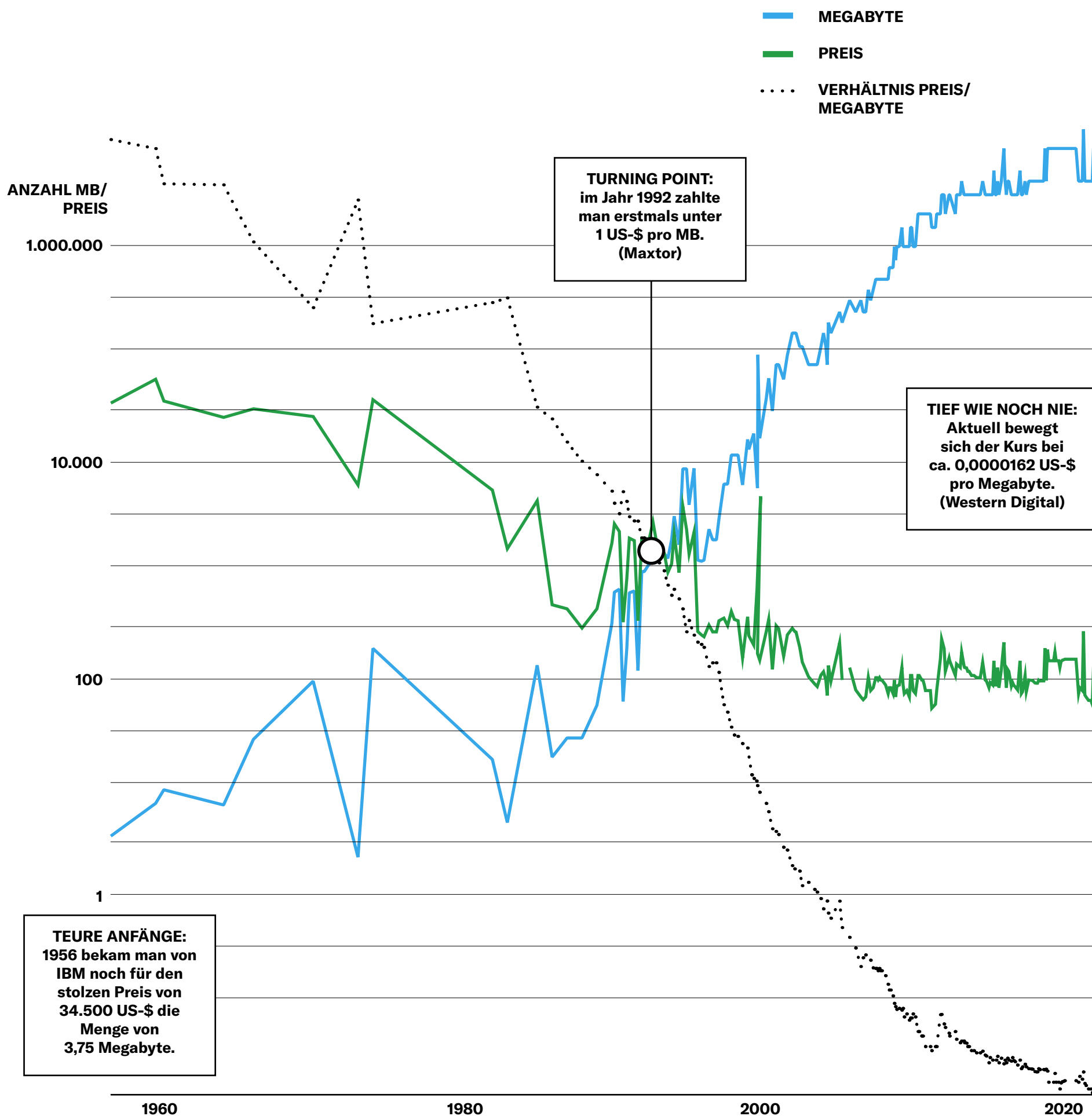
1960 waren digitale Speicherplätze noch eine teure Investition. Heute speichern wir eine enorme Menge an Daten, günstig und auf kleinen Raum. Ein Rückblick in die teure Geschichte der digitalen Speicherplätze.

DAILY

Text: Lela Thun
 Infografik: Valentin Berger
 Quellen: jcmit.net

MEGABYTE-PREISWICKLUNG

FORBES.AT





GRAFENEGG FESTIVAL

13. August-4. September 2022

ENDLICH WIEDER SOMMER.

grafenegg.com

© Sebastian Philipp



Raiffeisen-Holding
Niederösterreich-Wien



EVN



KULTUR
NIEDERÖSTERREICH 

STÄNDIG UNTER SPANNUNG

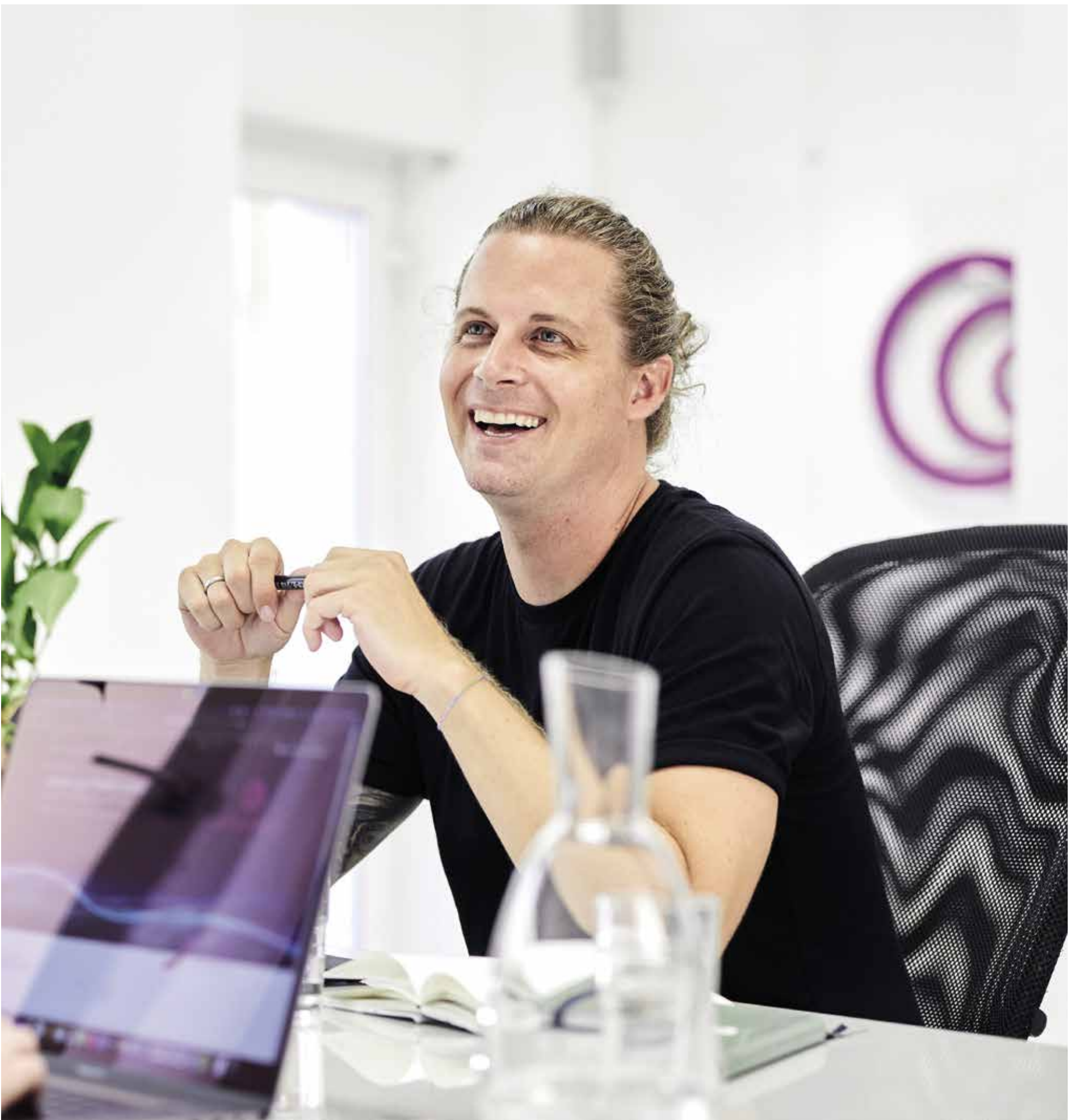
Jürgen Mayerhofer, Gründer und CEO von Enspired, handelt mit Flexibilität. Genauer gesagt, mit der Flexibilität von Strom. Was erst mal ziemlich abstrakt klingt, ist wichtig, damit sich erneuerbare Energien wirklich lohnen – und die Energiegewinnung nachhaltig verändert werden kann.

Text: Juli Sixl
Foto: enspired

DAILY

SMARTER STROM

FORBES.AT



„Es hat einfach wen gebraucht, der es macht, und wir waren technologisch und in Sachen Know-how sehr gut ausgestattet, wahrscheinlich besser als jeder andere in Europa.“

Jürgen Mayerhofer

Im Sommer fährt Jürgen Mayerhofer gerne ans Meer. Er schiebt sich dann in einen Neoprenanzug und setzt eine Taucherbrille auf. Anschließend erkundet er unter der Wasseroberfläche die Korallenriffe. „Jedes Mal, wenn ich tauchen gehe, sehe ich die Folgen des Klimawandels“, erklärt der CEO des Wiener Unternehmens Enspired. Das Wasser wird wärmer, der Fischbestand nimmt ab, gleichzeitig sammelt sich das Plastik. Auch die Korallenriffe, wie das Great Barrier Reef in Australien, sterben ab.

Eine große Rolle im Klimawandel spielt der Energiesektor. Laut dem Potsdamer Institut für Klimafolgenforschung ist der Energiesektor für zwei Drittel der vom Menschen ausgestoßenen Treibhausgase verantwortlich. „Die Lösung, auf die nun alle setzen, heißt ‚Erneuerbare Energien‘, also Strom aus Sonnen-, Wind und Wasserkraft.“ Für Mayerhofer ist klar, fossile Brennstoffe müssen raus aus dem Markt. „Sie sind teuer, produzieren viel CO₂ und machen uns von Ländern wie Russland abhängig.“ Allerdings haben erneuerbare Energien einen Haken: „Die Mengen sind extrem schwer vorherzusagen“, so Mayerhofer.

Betreiber von Ökostromanlagen wissen nicht, wie viel Strom sie in der nächsten Stunde produzieren werden, schon gar nicht, wie viel es am nächsten Tag sein wird. Der Grund ist simpel: Die Sonne scheint nun mal nur dann, wenn sie scheint, und der Wind weht eben dann, wenn er weht. „Man braucht sich ja nur einmal die Wettervorhersage auf dem Handy anzuschauen. Die ist ja fast per Definition schon falsch.“ Allerdings ist Verlässlichkeit für das Stromnetz sehr wichtig. Es muss nämlich konstant auf einer Spannung von 50 Hertz gehalten werden. Damit diese Spannung gehalten werden kann, muss immer gleich viel Strom verbraucht wie erzeugt werden. „Wenn nun mehr verbraucht wird, muss für den gleichen Zeitraum die Einspeisung erhöht werden“, erklärt Mayerhofer. Dass diese beiden Parteien im Einklang sind, dafür sorgt der Netzbetreiber. Für Wien ist das zum Beispiel die Wiener Netze GmbH.

„Damit das funktioniert, brauchen wir einen gewissen Rahmen an Flexibilität“, so Mayerhofer. Wenn gerade mehr Energie erzeugt als verbraucht wird, muss diese Energie irgendwo hin. Wenn andererseits mehr Energie benötigt als erzeugt wird, muss ein Kraftwerk schnell einspringen können. Der Schlüsselbegriff, um die beiden schwer vorhersehbaren Variablen „Erneuerbare Energien“ und „Verbrauch der Menschen“ im Einklang zu halten, lautet Energiespeicher. Der wohl bekannteste Energiespeicher ist die Batterie.

Die Kunden von Enspired verbindet ein Merkmal: Sie besitzen alle flexible Anlagen. Also Anlagen, die mal mehr, mal weniger Strom verbrauchen oder erzeugen. Ansonsten könnten sie unterschiedlicher nicht sein. Zum einen arbeiten sie mit Unternehmen aus der energieintensiven Industrie, wie zum Beispiel Papier- oder Aluminiumherstellern zusammen. Neben den Verbrauchern gehören auch Inhaber und Betreiber aller Art zu den Kunden des Wiener Start-ups.

Es gibt verschiedene Formen der Energiespeicherung. Zum einen magnt Enspired große Batterienkomplexe, die irgendwo mitten auf dem Land stehen. Aber auch kleine, private Batterien können für die Speicherung von Energie verwendet werden. „Vereinfacht gesagt könnte ich meine Batterie, die in meinem Technikraum steht, zur Verfügung stellen.“ Organisiert wird das Ganze

über den Stromanbieter. Menschen, die ihre privaten Batterien zur Verfügung stellen, erhalten im Gegenzug Vergünstigungen auf Strom oder Ähnliches. Der Enspired-CEO ist überzeugt, dass dezentrale Speicher-Plattformen die Zukunft darstellen. Einzelne, große Batterienkomplexe hält er für unvorteilhaft. „Denn wenn die Batterie in Vorarlberg steht, bringt sie den Menschen in Ostösterreich nichts“, erklärt er.

Selbst E-Autos sind für Enspired flexible Anlagen und können geladen werden, wenn es besonders günstig ist. Sie könnten aber auch als Zwischenspeicher dienen und können den Strom mit Gewinn weiterverkaufen, wenn der Strompreis steigt. Strom, wenn mehr als genug vorhanden ist, auch günstiger. Dieses Konzept nennt sich Smart Charging. Eine andere Möglichkeit ist die Umwandlung von überflüssigem Strom in Pumpspeichern. Es gibt also jede Menge Möglichkeiten, Strom zwischenspeichern, diese ganzen Anlagen müssen nur noch miteinander verbunden werden, so Mayerhofer weiter.

Jürgen Mayerhofers Lieblingsprojekt ist die „Virtuelle Batterie“. Sie sammelt freie Speicherkapazitäten, wie unbenutzte private oder industrielle Batterien, und lässt so Privatpersonen oder Unternehmen passiv Geld verdienen. Die Internationale Energieagentur (IEA) schätzt, dass die weltweit installierte Speicherkapazität in den nächsten Jahren bis 2026 über 270 GW erreichen wird. Das entspräche einer Steigerung um 56 Prozent.

Die Notwendigkeit, flexible Anlagen an den Markt zu bringen, erkannte Mayerhofer in seinem ersten Unternehmen. Visotech wurde mittlerweile von Trayport übernommen und bot Software für Trading im Energiesektor an. Zu ihren Kunden gehörten Wien Energie, die Salzburg AG und insgesamt über 40 Unternehmen in Europa. Im Prinzip war die Software damals schon darauf ausgelegt, mit Flexibilität zu handeln. „Wir haben aber gemerkt, dass niemand die Software dafür genutzt hat, wofür sie eigentlich gedacht war“, erinnert sich Mayerhofer. Stattdessen wurde das Programm verwendet, um manuelle Prozesse, wie mitten in der Nacht Windprognosen zu verkaufen, zu automatisieren. Das ärgerte Mayerhofer so sehr, dass er und sein Team damals schon überlegten, selbst mit flexiblen Anlagen zu handeln. „Aber das ging nicht, wir konnten nicht gleichzeitig Mitbewerber am Markt sein und unseren Konkurrenten die passende Software verkaufen.“

Der zweite Punkt, der Mayerhofer störte, war, dass sie nur größere Unternehmen erreichten – kleine und mittlere Unternehmen, die keinen Zugang zur Börse hatten, jedoch nicht.

„Der Batteriebesitzer muss gleichzeitig auch Zugang zur Börse haben, muss zertifizierter Händler und beim Netzbetreiber registriert sein.“ Um kleinen Anbietern diese Hürde zu nehmen, entwickelte Mayerhofer ein Konzept, das die Software mit dem ganzen Service drumherum verband. „Es hat einfach wen gebraucht, der es macht, und wir waren technologisch und in Sachen Know-how sehr gut ausgestattet, wahrscheinlich besser als jeder andere in Europa.“

Das war vor drei Jahren, im Januar 2020 gründete Jürgen Mayerhofer dann Enspired. Heute tradet das Wiener Unternehmen die Anlagen einige der größten – und kleinsten – Energielieferanten in Europa. Die meisten Namen der insgesamt aktuell über zehn Kunden kann Mayerhofer aber nicht nennen. „Viele der großen Player lassen sich nicht gerne mit einem eher jungen Unternehmen wie uns sehen“, erklärt er.

Strom wird an einem sogenannten kurzfristigen Strommarkt gehandelt. Den ganzen Tag über wird im Fünfzehn-Minuten-Takt gehandelt. Mayerhofer schaut auf die Uhr – 11:12 Uhr. „Jetzt würden wir Strom für 11:15 bis 11:30 handeln.“ Der Preis ergibt sich, wie an jeder Börse, aus Angebot und Nachfrage. Je mehr Strom gerade verfügbar ist, umso günstiger lässt er sich erwerben.

Auch wenn Enspired am Energiemarkt tätig ist, sei das nicht so wie an der Börse, die in Filmen dargestellt wird. „Da sind keine Händler, es ist nicht hektisch, da klingeln keine Telefone“, grinst Mayerhofer. Bei Enspired läuft alles KI-gesteuert. „Im Prinzip sind wir wie ein Software-Unternehmen aufgebaut“, erklärt Mayerhofer das System dahinter. 60 Prozent der Mitarbeiter sind in der Technologie tätig. Eine KI kann logischerweise viel mehr Daten verarbeiten als ein Mensch. Die hohe Rechenkapazität ist zum einen notwendig, um die Komplexität des Strommarkts zu bewältigen. „Zum anderen verdienen wir für unsere Kunden einfach mehr Geld“, so Mayerhofer.

Das Team von Enspired ist seit der Gründung von sechs auf 47 Mitarbeiter gewachsen. „Wir sind stolz darauf, dass wir aus insgesamt 20 Nationen kommen“, so der CEO. Bis Ende 2023 soll das Team auf rund 90 Mitarbeiter wachsen. Nicht nur das Team ist international, sondern auch die Märkte, die Enspired bedient. Bis Ende 2023 will Enspired mit Kunden auf den wichtigsten europäischen Märkten zusammenarbeiten. „Wir haben auch schon ein Auge auf die USA, Japan oder Australien geworfen.“

Energie war immer schon Mayerhofers Thema: Er startete seinen

Weg in der Energiebranche 2002 als Softwareentwickler. Später studierte er Projektmanagement an der Fachhochschule des BFI Wien. Nach seinem Master beriet er freiberuflich Kunden im Bereich Software und Energiewirtschaft. Nach einem weiteren Master im Bereich Energiemanagement wurde er 2010 Geschäftsführer bei Visotech. „Ich fand den Handel am Markt mit Menschen nie so spannend“, so Mayerhofer, „aber seit der Job von Tradern nun auch Technologie übernehmen kann, begeistert mich das total.“ Neben seiner Tätigkeit für Enspired ist er Mitglied im Weltenergierrat Österreich und Börsenrat der Epex Spot.

Er will auch weiterhin der Energiebranche treu bleiben. Mayerhofer: „Die Energiebranche ist eigentlich die Basis unseres Wachstums.“ In ihr zeige sich, wie gut es allen geht und wie sicher die Versorgung unserer Kinder ist, sagt er. Aktuell zeigt sich auf den Stromrechnungen aber vor allem eines: Strom wird teurer. Und Mayerhofer weiter: „Das, was gerade am Markt passiert, ist gut.“ Ihm ist bewusst, dass dadurch die Inflation vorangetrieben wird und alles für jeden teurer wird. „Aber es zeigt die Abhängigkeit von Russland und von fossilen Brennstoffen“, erklärt Mayerhofer. Für ihn ist es ein Geschenk, dass von der Privatperson bis zum Politiker – endlich einmal – jeder sich mit dem Thema Energie auseinandersetzt. „Es ist unangenehm“, so Mayerhofer, „aber mittelfristig wird es den Blick auf das lenken, was der nächsten Generation hilft.“

Mayerhofer hat selbst vier Kinder im Alter von 13 bis eins. „Irgendwann werden meine Kinder auf mich zukommen und fragen: ‚Papa, warum habt ihr nichts gegen die Klimakrise unternommen?‘“ Mayerhofer hofft, mit Enspired dann seinen Beitrag geleistet zu haben. Denn er möchte auch mit seinem jüngsten Kind später einmal mit Taucherbrille und Sauerstoffflasche auf dem Rücken die Korallenriffe erkunden.

Jürgen Mayerhofer ist ein alter Hase in der Energiebranche. Anfangs als Softwareentwickler tätig, gründete er 2020 Enspired und handelt nun mit KI-gesteuertem mit Strom.

JETZT ERST RECHT: IMMOBILIEN ALS INVESTMENT

In den letzten zwei Jahren ist viel geschehen. Eine Pandemie hat Lebensstile nachhaltig verändert. In Europa ist Krieg ausgebrochen. Und jetzt: Steigende Inflationsraten verunsichern Investoren. Der Gründer des Immobilienunternehmens wieninvest GROUP, Alexander Widhofner, hat diese Auswirkungen gespürt und erzählt im Interview, welche Folgen diese für den Wiener Immobilienmarkt haben.

Text: Sophie Spiegelberger
Fotos: wieninvest GROUP

Die wieninvest GROUP investiert seit 2015 in Immobilien. Warum genau erfolgte der Einstieg in diesen Markt?

Alexander Widhofner (AW): Kurz erklärt: Die wieninvest GROUP ist heute ein klassischer Bauträger sowie Immobilienentwickler. Das heißt, wir entwickeln, realisieren und verwerten qualitativ hochwertigen Wohnraum zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Durch unser integriertes Geschäftsmodell kennen wir also die Bedürfnisse unserer Kunden, Mitarbeiter und Investoren und können diese optimal in unserem Angebot abbilden. Wir erhalten Werte im Altbau und schaffen neue Werte mit nachhaltigen Neubauten. Entstanden ist die Idee vor sieben Jahren, als ich erkannt habe, dass ich über nützliches Know-how für die Banken verfüge. Denn ich selbst bin Finanzdienstleister und habe in den letzten Jahren meiner Karriere im Finanzdienstleistungssektor immer wieder Bauträger finanziert und ihnen Eigenkapital verschafft, damit diese ihren Geschäften nachgehen konnten. Dadurch habe ich einen guten Einblick in diesen Bereich bekommen und entschloss mich, die wieninvest GROUP zu gründen.

Welche Leistungen bietet wieninvest an?

(AW): Unsere Vision ist es, Orte zu schaffen, in denen die Menschen die

besten Voraussetzungen finden, um ihr Leben positiv zu gestalten. Das heißt, unser Leistungsangebot besteht aus dem Ankauf von Immobilien, der Sanierung von Altbauten, der Entwicklung von Neubauten sowie der Vermittlung von Immobilien. Wir bauen und verkaufen also Neubauwohnungen und können da alles anbieten, was der Kunde sich wünscht. Darüber hinaus kümmern wir uns um die Hausverwaltung. Denn das hat einen großen Vorteil: Die Hausverwaltung ist in vielen Projekten bei uns die gleiche, kennt unsere Abläufe sowie die Projektpartner. Die langfristige Kooperation macht dies entsprechend kostengünstig. Noch dazu haben wir auch eigene Makler. Das heißt, all jene Kunden, die etwas Neues kaufen wollen aber ihre alte Immobilie zuerst verkaufen müssen, sind bei uns richtig.

Wie groß ist Ihr Portfolio und in welchen Regionen sind Sie aktiv?

(AW): Unser Portfolio umfasst hochwertige Altbau- und Neubauimmobilien im Gesamtwert von rund € 160 Millionen. Wir wollen unserem Namen treu bleiben und sind überwiegend in Wien und Umgebung tätig. Den Speckgürtel nehmen wir mit. Denn die Immobiliensuche rund um die Stadt selbst ist stark gestiegen – und so sind wir auch in diesem Feld aktiv. Unser Fokus auf Wien hat zwei Gründe: Zum einen kennen wir den Markt in Wien einfach besser



Die wieninvest GROUP vereint Expertise und Feingefühl mit einem Auge für das Detail. So behalten Immobilien den einzigartigen historischen Altbaucharme. Saniert wird mit größter Sorgfalt und ausgewählten Fachkräften.

als andere – wir wollen in unserem Gebiet Spezialist sein. Und zum anderen: Ich möchte immer relativ rasch bei den Projekten sein können. Ich bin jede Woche zumindest einmal auf jeder Baustelle. Und das geht nur, wenn diese in der Nähe sind.

Kommen wir zu den Themen, die gerade den Wohnungsmarkt sehr stark beeinflussen. Starten wir mit dem Krieg. Seit Februar ist zum ersten Mal seit vielen Jahrzehnten in Europa Krieg ausgebrochen. Wie wirkt sich das auf den Wohnungsmarkt in Wien aus, vor allem für die Immobilieninvestoren? Wer gewinnt und wer verliert?

(AW): Ich glaube, da gibt es zwei Blickwinkel, unter denen man den Krieg in der Ukraine betrachten kann: Einerseits gibt es einige osteuropäische Investoren in Wien, vor allem im Luxusbereich. Davon gibt es jetzt weniger. Da wir aber Wohnungen für die breite Mittelschicht anbieten, hat das keine großen Auswirkungen auf unser Geschäft. Im Gegenteil: Das Comeback der wahren Werte und die Suche nach Sicherheit sorgen für unverändert großes Interesse – gerade jetzt, wo die Inflation stark steigt. In solchen Situationen ist Werterhalt ganz oben auf der Prioritätenliste, und damit auch Immobilien. Wir sind nämlich weit weg von dem, was andere verlangen. Und die andere Sache ist natürlich, wie der Krieg die Kosten beeinflusst hat, wie etwa unsere Baukosten, Energie und Rohstoffe.

Nicht nur Krieg hat das letzte Jahr geprägt, sondern natürlich auch die Pandemie. Viele sind aus der Stadt ausgezogen, brauchen größere Wohnungen und wollen ein Homeoffice haben. Welche Folgen der Pandemie haben Sie am Immobilienmarkt gespürt?

(AW): Also das hat einen sehr großen Einfluss gehabt. Vor der Pandemie haben wir gesehen, dass der Trend der letzten Jahre die immer kleiner werdenden Wohnungen waren. Das war vor allem deswegen, weil Wohnungen immer teurer geworden sind und man sich nur kleinere Flächen leisten konnte. Seit der Pandemie ist das aber anders. Es kam langsam eine Trendwende von Kleinwohnungen zu mehrräumigen Wohnungen sowie der Wunsch nach einer flexiblen und gut durchdachten Raumaufteilung. Das hat einen großen Einfluss auf den Immobilienmarkt gehabt, da Bauträger, die eher kleine Wohnungen gebaut haben, ohne viel Freifläche, diese nur schlecht loswerden konnten. Noch dazu kommt der Wunsch nach viel Freifläche und guter Anbindung zur Stadt. Wohnungen ohne Balkon, Garten oder einem Park in der Nähe sind nun nur schwer zu verkaufen. Seit der Pandemie sind Wohnungen einfach viel mehr zum Lebensmittelpunkt geworden.

Glauben Sie, dass dieser Trend von größeren Wohnungen mit mehr Freifläche sich fortsetzen oder nach der Pandemie eher zurückgehen wird?

(AW): Ich glaube, die Stadtfucht wird bleiben. Es ist auch erschwinglicher, am Stadtrand etwas zu kaufen als in der Innenstadt. Daher ist die Herangehensweise an unsere Projekte nun anders als vor zwei Jahren. Wir versuchen nicht mehr, so viele kleinere Wohnungen wie möglich aus einer Fläche zu holen, sondern denken eher großzügiger.

Wien galt schon immer als Verbindungsstadt zwischen Ost- und Westeuropa. Haben Sie Auswirkungen gespürt – im Sinne von Wien als attraktiven Ort für Anleger?

(AW): Natürlich gab es immer wieder Anleger aus Osteuropa, die bei uns ge-



Alexander Widhofner ist Gründer und Geschäftsführer der 2009 gegründeten wieninvest GROUP.



Egal ob Alt- oder Neubau, bei der wieninvest GROUP steht der Mensch im Mittelpunkt. Deshalb schafft das Unternehmen Orte, in denen Sie die besten Voraussetzungen finden, Ihr Leben positiv zu gestalten. Wieninvest entwickelt Lebensräume, die den Ansprüchen und Wünschen der zukünftigen Bewohner gerecht werden.

kaufen haben. Was wir aber gemerkt haben, ist, dass die Österreicher selbst mehr investieren, also Wohnimmobilien als Anlage in Betracht ziehen. Wien ist ein sehr attraktiver Ort, nicht zuletzt wegen den sozialen, gesundheitspolitischen Vorteilen sowie der hohen Sicherheit in der Stadt, dem reichen Kulturangebot, das es hier gibt. Und ich glaube, das ist der Bonus. Und diese Tatsachen werden sich durch Neuentwicklungen in Osteuropa nicht ändern. Wien bleibt für Investoren attraktiv. Ich sehe bei nationalen und internationalen Investoren daher keinen Osteuropamalus, sondern eher einen Top-Lebensqualität-Wien-Bonus.

Wien wächst stark und zählt, nach dem Brexit, nun zu den fünf größten Städten der EU. Wie wirkt sich dieses Wachstum auf die Immobilienbranche aus?

(AW): Das Wachstum bringt für uns als Immobiliengesellschaft natürlich große Chancen, aber allgemein auch große Herausforderungen für die gesamte Stadt. Das betrifft die allgemeine Infrastruktur genauso wie Bildungs- und Versorgungseinrichtungen, aber insbesondere auch die Mobilität. Wir müssen hier nachhaltige Lösungen finden, um die Lebensqualität in einer der am schnellsten wachsenden Millionenmetropolen in Europa auch für die Zukunft auf dem hohen Niveau, das wir aktuell haben, zu erhalten und weiter zu verbessern. Die Stadt Wien ist hier in vielen Bereichen schon sehr gut aufgestellt und die Kooperation zwischen Bauträgern, Behörden und den Entscheidungsträgern in den Bezirken funktioniert sehr gut. Wir merken, dass der Wille besteht, gemeinsam die besten Lösungen für immer mehr Bewohner zu finden. Wir schauen zum Beispiel bei unseren größeren Projekten, wie die öffentliche Anbindung ist, und wenn sie schlecht ist, beginnen

wir einen Dialog zwischen dem Bezirk, der Stadt und uns. Ich bin daher überzeugt, dass Wien das Wachstum auch in Zukunft gut meistern wird. Denn der Bedarf an Wohnungen wird weiter hoch bleiben und damit auch der Wiener Wohnungsmarkt für Immobilieninvestments attraktiv bleiben.

Kommen wir zur Inflation. Seit mehreren Monaten ist von der immer weiter steigenden Inflationsrate die Rede, vor allem in den USA, aber auch in Europa und Österreich. Beeinflusst die Inflation den Immobilienboom?

(AW): Wir haben uns, nicht zuletzt, weil wir auch viel mit Banken finanzieren, die letzten eineinhalb Jahre damit beschäftigt müssen. Auch wenn die Zinsen jetzt etwas steigen, wird damit der aktuelle Anlagenotstand immer noch nicht gelöst, denn auch bei ein, zwei oder drei Prozent Zinsen – und davon sind wir noch sehr weit entfernt – steht diesen Minimalzinssätzen eine deutlich gestiegene Inflation gegenüber. Damit sind viele „sichere“ Anlagen wie das Sparbuch oder Staatsanleihen unattraktiv, da man damit täglich Geld verliert und keine Vorsorge treffen kann. Trotz Preisanstiegs und dem damit einhergehenden Druck auf die Mietrendite bieten Immobilieninvestments höhere Renditen als andere „sichere“ vorhin genannte Anlageformen. Neben einer durchschnittlichen Mietrendite von 2,5 bis 3,5 Prozent profitiert man zusätzlich von der Wertsteigerung, die derzeit – abhängig von der Lage – von 5,5 bis sieben Prozent beträgt. Immobilien sind zudem ein langfristiges Produkt mit einem hohen Wertsteigerungspotenzial.

Und welche Auswirkungen hat die Inflation auf den Vermietungsmarkt?

(AW): Die niedrigen Zinsen haben natürlich auch Mietrenditen gedrückt.

Wenn ich am Sparbuch oder bei Staatsanleihen keine Zinsen bekomme oder sogar etwas dafür bezahlen muss, dann gebe ich mich auch bei sicheren Alternativen wie Wohnimmobilien mit etwas niedrigeren Renditen zufrieden. Ich glaube, dass wir uns an die niedrigen Mietrenditen gewöhnen werden müssen. Den Gewinn macht der Entwickler ohnehin beim Ankauf und bei der Errichtung. Das wird in Zukunft noch wichtiger werden. Der Investor wird vor allem von der Wertsteigerung leben – die wird in den nächsten Jahren wahrscheinlich nicht so dynamisch ausfallen wie in den letzten zwei bis drei Jahren, aber gemeinsam mit der Mietrendite rechnen wir immer noch mit Gesamtrenditen von fünf bis sieben Prozent pro annum für solide Wohnimmobilienprojekte im Großraum Wien. Das ist im aktuellen Umfeld immer noch sehr attraktiv.

Gehen wir weiter zu den steigenden Energiekosten – ein Riesenthema seit dem Kriegsausbruch. Worauf achten Sie denn bei neuen Entwicklungen, wenn es um die Energieeffizienz geht?


(AW): Also es gibt das große Thema des Energieausweises. Das ist die Energiekennzahl, die ein Neubauprojekt bekommt. Da muss man konkret hinschauen. Wie zum Beispiel: Wird das Haus gedämmt? Mit welchem Material und in welcher Form? Wie ist es verarbeitet worden? Wie ist der Zustand von Fenstern und Türen? Das sind nur ganz kleine, einfache Beispiele. Aber wenn es irgendwo zieht, dann ist die Energieeffizienz niedriger. Dazu kommen andere Faktoren: Vielleicht habe ich ein Dach mit Photovoltaikanlage oder vielleicht habe ich Fernwärme statt Gas. Ich glaube, die Bauträger und die Marktteilnehmer, die darauf keinen Wert legen, die werden Probleme in der Verwertung

haben. Bei wieninvest setzen wir daher größtes Augenmerk auf nachhaltige Sanierungen und Errichtungen. Nicht nur, weil wir damit bessere Renditen erzielen, sondern weil wir auch einen Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel leisten wollen.

Abschlussfrage: Wie lautet Ihre Prognose, wenn es um den Wiener Immobilienmarkt in den nächsten ein, zwei Jahren geht? Sind Sie da optimistisch oder pessimistisch?

(AW): Berufsbedingt optimistisch. Ich glaube, dass uns die Suche nach Wertehalt und Sicherheit noch lange begleiten wird. Gleichzeitig wird dem Thema Wohnen wieder mehr Bedeutung beigemessen – in Summe also ein positives Umfeld für Immobilien. Was mich aber ein bisschen nachdenklich stimmt, sind die teilweise heillos übertriebenen Informationen, die dann auch nicht immer richtig sind. Es sind diese Fehlinformationen, die es dem Kunden schwierig machen, sich zum Beispiel für die Anschaffung einer Immobilie zu entscheiden oder einfach nur, sich darüber zu informieren. Das halte ich für problematisch. Das bleibt aber im Endeffekt eine Frage der Präsentation und auch der Transparenzmachung der Situation – besser noch: des Immobilienmarktes.

Alexander Widhofner gründete 2009 die wieninvest GROUP, die sich seit 2015 mit der Sanierung von Altbauten, dem Ankauf von Immobilien sowie der Entwicklung von Neubauten und der Vermittlung von Immobilien widmet. Dabei schafft wieninvest Lebensräume mit hoher Lebensqualität im Alt- und Neubau.

A close-up photograph of a woman with dark hair and bangs, wearing large white headphones. She is looking down at a small, black and white tabby kitten that is curled up and sleeping on a yellow and grey knitted blanket. The background is softly blurred, showing what appears to be a window with light coming through.

Fair Wohnen?

Kannst Du auch.

Die ExpertInnen der Mietervereinigung beraten und helfen MieterInnen und WohnungseigentümerInnen in allen Wohnrechtsfragen! Als Mitglied der Mietervereinigung gehst Du beim Wohnen immer auf Nummer sicher.

www.mietervereinigung.at

**DIE
MIETER
VEREINIGUNG**

FAIR WOHNEN

Rat und Hilfe. Seit 1911.



TRINKT WASSER!

waterdrop® wirbelt die Getränkeindustrie auf.

Foto: waterdrop®

In Österreich trinken 47,6% der Bevölkerung nicht genug Wasser pro Tag. Dieser Prozentsatz steigt bei Menschen über 65 Jahren sogar auf 54,9%*. Bei Hitze ersetzen wir Wasser oft durch eine Limonade oder andere gesüßte Getränke. Diese zuckerhaltigen Getränke dienen nicht der Flüssigkeitszufuhr. Schlimmer noch, sie beschleunigen die Dehydrierung und führen zu langfristigen Folgen für das allgemeine Wohlbefinden, ganz abgesehen von ihren katastrophalen Auswirkungen auf die Umwelt. „Wir glauben an eine Welt ohne abgefüllte Getränke, in der die tägliche Flüssigkeitszufuhr nachhaltig, gesund und für jeden leicht zugänglich ist. Wir haben das Glück, dass wir in Österreich eine hervorragende Qualität des Leitungswassers haben, und wir sollten das Beste daraus machen“, sagt Henry Murray, CMO und Mitgründer.

Drink More Water

Das von Martin Murray, Christoph Hermann und Henry Murray in Wien gegründete Unternehmen waterdrop® hat sich schnell zu einem Pionier auf dem innovativen Getränkemarkt entwickelt und mit seinem Vorreiter „Microdrink“ eine völlig neue Produktkategorie geschaffen. Zuckerhaltige und künstlich aromatisierte Getränke werden schon bald veraltet und überholt sein, da neue Produktkategorien

wie „Microdrinks“ zusammen mit einer zunehmenden Leitungswasserfiltration zum neuen Standard werden. Diese Prognose bestätigend, hat waterdrop® im Jahr 2021 einen Umsatz von

100 Millionen Dollar erzielt. Mit dem Anspruch, die Menschen dazu zu bringen, mehr Wasser zu trinken, ist das österreichische Unternehmen mit der Einführung der LUCY® Smart Cap sowie der Filter Carafe außerdem in die Wasserfilterindustrie eingestiegen.

Drop Plastic

Seit Jahrzehnten füllt die große Getränkeindustrie reines Wasser mit Zucker in Einwegflaschen ab, die in die ganze Welt verschifft werden und dabei endlosen Abfall und CO2-Emissionen ver-

ursachen. Heute werden jährlich mehr als 500 Milliarden Plastikflaschen produziert und Schätzungen zufolge allein in Europa jährlich mehr als 52 Milliarden Liter Wasser in Flaschen abgefüllt

und transportiert. Das entspricht bis zu 1 Million Tonnen Plastik pro Jahr, nur in Europa. Ein Microdrink, der von waterdrop® entwickelte kleine Getränkewürfel, wiegt weniger als 3g und kann je nach Geschmack der Kund:innen in bis zu 1000ml Wasser angereichert werden. Im Vergleich zu in Flaschen abgefüllten Getränken, tragen Microdrinks dazu bei, transportbedingte Emissionen (CO2) sowie den Plastikverbrauch erheblich zu reduzieren. Diese nachhaltige Veränderung der Trinkgewohnheiten führt zu einer Reduzierung der

CO2-Emissionen und des Plastikverbrauchs um 98%.

„Wir wollen waterdrop® zur international führenden Hydration-Marke machen und unsere Kernbotschaft Drink More Water weltweit verbreiten. Unsere DTC-Kanäle machen mehr als 70% unseres Umsatzes aus und das ist wahrscheinlich eine unserer größten Stärken: Wir kennen unsere Kund:innen sehr gut, sodass wir ihre Bedürfnisse und Erwartungen erfüllen können und jeden Tag dazu lernen“, sagt Martin Murray, Gründer und CEO.

Nur fünf Jahre nach der Gründung ist das Unternehmen auf fast 2 Millionen Kund:innen angewachsen, beschäftigt derzeit über 300 Mitarbeiter:innen, ist in mehr als 15.000 Einzelhandelsgeschäften gelistet und betreibt 25 eigene Läden in Europa sowie in den USA. Die Produkte werden derzeit in Europa und in den USA verkauft. Mehr Informationen unter www.waterdrop.de

*Methodik: Diese Studie wurde von Appinio und waterdrop® im Juni 2022 an einer Stichprobe von 100 österreichischen Personen im Alter zwischen 17 und 99 Jahren durchgeführt.

stadler

Österreichs größte Rad-Auswahl

Fahrrad

SSV%

BikeWear

Viele weitere Angebote in den Shops und Online.

Marken Blow-OUT!



Einmalig!
Ausstellungs-Räder
extrem reduziert

<p>SCOTT Groove Plus MIPS (CE) Bikehelm mit In-Mold-Technologie erweitertem MIPS® Schutzsystem.</p> <p>UVP 89,95 59,99 29,95 € gespart auf UVP</p>	<p>SCOTT Endurance 10 Radtrikot mit Mesh-Einsätzen und 4-Wege-Stretchgewebe.</p> <p>UVP 59,95 39,- 20,95 € gespart auf UVP</p>	<p>GLE Thorn Radtrikot Profi Qualität in cooler Optik mit perfekter Funktion.</p> <p>UVP 84,95 49,- 35,95 € gespart auf UVP</p>
<p>uvex Finale 2.0 MTB-Helm ein absolutes „Must-have“!</p> <p>UVP 129,95 78,- 51,95 € gespart auf UVP</p>	<p>FOX Ranger Bike-Shorts mit herausnehmbarem, gepolsterter Innenhose.</p> <p>UVP 85,- 59,99 41,95 € gespart auf UVP</p>	<p>Löffler Trägerhose Elastic Funktionsmaterial mit Netzträger und mehrbahntiger Formschnitt, inkl. Comfort Elastic Sitzpolster</p> <p>UVP 89,90 58,- 31,90 € gespart auf UVP</p>
<p>GIRO Jacket II MTB Schuhe Allrounder für Flatpedals</p> <p>UVP 100,- 69,99 41,95 € gespart auf UVP</p>	<p>DYNAMICS Bike Radtrikot kurzarm Damen mit tollem Look und atmungsaktiver Funktionsfaser.</p> <p>UVP 109,95 74,95*** 28,-</p>	<p>Löffler Mille GT Radhose 4-Wege-Stretchmaterial mit Luftlöchern und Mille Evo Summer Sitzpolster</p> <p>UVP 120,- 88,- 32,- € gespart auf UVP</p>
<p>northwave Storm Carbon 2 High-Performance, irisierende Optik!</p> <p>UVP 164,99 99,- 65,99 € gespart auf UVP</p>	<p>DYNAMICS Lady Cross Bike-Shorts Damen aus superbequemem Stretchmaterial, inkl. herausnehmbarem Innenhose mit Sitzeinsatz</p> <p>UVP 109,95 74,95*** 49,-</p>	

BULLS
ALLTERRAIN BIKE WILDSTREET

- elegant-sportives MTB mit Straßen-Vollausstattung
- 21 Gang Shimano Schaltung
- in kraftvollen Farben
- für Jugendliche und Erwachsene

MIT STARKEM LED-LICHT

UVP 649,-
jetzt nur 440,-
10x 44,-€ 0,0%-Finanzierung¹⁾

SCOTT
MOUNTAINBIKE ASPECT 765 / 965

- leichtes und effizientes Hardtail-Mountainbike
- hydraulische Scheibenbremsen
- 16 Gang Shimano Schaltung
- Suntour Marken-Federgabel
- Mit 27,5 oder 29" Laufrädern erhältlich

MOUNTAINBIKE MIT SPITZEN PREIS/LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

UVP 749,-
jetzt nur 490,-
10x 49,-€ 0,0%-Finanzierung¹⁾

TRIUMPH
CITY-RAD ALU CLASSIC 7

- moderne Technik im Retro-Look
- wartungsfreie 7 Gang Nabenschaltung mit Rücktrittbremse
- eleganter und leichter Komfort-Alurahmen
- perfekt für Shopping, City und Kurzstrecken
- mit praktischem Lenkerkorb

UVP 749,-
jetzt nur 490,-
10x 49,-€ 0,0%-Finanzierung¹⁾

TRIUMPH
ALU-CITYBIKE CLASSICO 21

ZEITLOS ELEGANT

- Moderne Technik in klassischem Retro-Look!
- Leichter Aluminium-Rahmen
- Nabendynamo-Lichtanlage
- Angenehmer Fahrkomfort durch aufrechte Sitzposition
- 21-Gang-Kettenschaltung von Shimano
- Schwalbe Bereifung mit Reflex-Streifen

UVP 699,-
jetzt nur 440,-
10x 44,-€ 0,0%-Finanzierung¹⁾

Zweirad-Center Stadler in Austria GmbH & Co. KG • Triester Straße 10, 2331 Vösendorf bei Wien • Mo.-Fr. 10.00 -19.00 Uhr, Sa. 9.30-18.00 Uhr • www.zweirad-stadler.at

Irrtümer, Druckfehler, Preisänderungen und Liefermöglichkeiten vorbehalten. Teilweise keine Originalabbildungen. Angebote nur solange der Vorrat reicht. ** ehemalige UVP *** Preis entspricht unserem Markteinführungspreis der aktuellen Saison
1) Kaufpreis entspricht dem Nettodarlehensbetrag; Gebundener Sollzinssatz (jährlich) 0,0%; effektiver Jahreszins 0,0%; Beispiel: Finanzierungsbetrag 1.000,- Euro, 10 Monate 100,- € Gesamtbetrag bei einer Laufzeit von 10 Monaten: 1.000,- €. Angaben zugleich repräsentatives Beispiel i. S. d. § 17 Abs. 4 PangV. Vermittlung erfolgt ausschließlich für den Kreditgeber BNP Paribas S.A. Niederlassung Deutschland, Standort München: Schwanthalerstr. 31, 80366 München. In Österreich erfolgt die Vermittlung für die Santander Consumer Bank GmbH, Donau City-Strasse 6, 1220 Wien

DIE VERKEHRS-STOPPER

200 Millionen Pakete wurden 2021 den Österreichern zugesendet. Ein Viertel davon geht zurück an den Versender. Die Logistik dahinter ist für Michael Punzet eine Katastrophe. Zu viele Lieferwagen, zu viele Lieferunternehmen und keine Kommunikation untereinander. Mit seinem Start-up Green to Home soll sich das nun für die Wiener ändern.

Text: Lela Thun
Fotos: beige stellt

Wir besuchen das 2020 gegründete Unternehmen Green to Home in dem neuen Büro im dritten Wiener Gemeindebezirk. Der Mitgründer und CEO des Start-ups, Michael Punzet, führt uns vorbei an dem großen Büroraum, wo eine Vielzahl an jungen Menschen vor ihren Laptops sitzen, zu einem Raum voller Holztische und Fenster. Hier hat man einen guten Blick auf die Ungargasse. Ständig fahren Autos, Straßenbahnen, Lieferwagen und Fahrräder vorbei. Wären wir mit dem Auto hierher gekommen, hätten wir bestimmt keinen Parkplatz gefunden. Diesem innerstädtischen Verkehrschaos will Punzet mit seinem Unternehmen New Mobility Enterprise und dem daraus gegründeten Dienstleister Green to Home entgegenwirken. Mit New Mobility Enterprise will Punzet mittels Elektromobilität, Digitalisierung und geteilter Mobilität einen einfachen Weg weg von den Verbrennungsmotoren schaffen und den innerstädtischen Verkehr eindämmen. 2020 hat New Mobility Enterprise bereits einen elektrischen Liefer-Van nach Österreich geholt, mit Green to Home wird dieser jetzt logistisch nachhaltig genutzt.

Der Gründungszeitpunkt von Green to Home war perfekt gesetzt. Anfang 2020 begann die Pandemie, unser aller Leben zu verändern, die Weltbevölkerung verabschiedete sich in den Lockdown, Geschäfte schlossen und Menschen shoppten online. Einer Studie von Bitkom zufolge haben 43% der Befragten angegeben, seit Corona mehr im Internet einzukaufen. 87% davon geben an, dieses Verhalten auch nach der Pandemie fortsetzen zu wollen. Von dieser Tendenz ist auch Michael Punzet überzeugt: „Während der Pandemie haben die Menschen gemerkt, wie einfach und bequem Online-Bestellungen sind. Ich denke daher, dass auch nach der Pandemie eine Vielzahl der Menschen im Internet Dinge bestellen werden.“ Wenn Online-Shopping boomt, dann steigt auch der Lieferverkehr in der Stadt. Bereits 2018 waren die kleinen Lieferwagen in Österreich für 1,5 Millionen Tonnen CO₂ verantwortlich, Tendenz steigend. Der Grund: Lieferwagen in der Stadt fahren vor allem kurze Strecken, hängen oft im Start-Stop-Verkehr fest und fahren fast den ganzen Tag hin und her. „Eine große Studie hat außerdem prognostiziert, dass sich der Online-Handel zwischen 2021 und 2026 verdoppeln wird. Sollte das tatsächlich eintreffen, braucht es für den Lieferverkehr nachhaltige und durchdachte Lösungen“, erklärt Punzet.

Das Prinzip von Green to Home ist eigentlich ganz einfach: Statt einzelner Lieferungen sollen Pakete gesammelt zu dem Kunden gebracht werden, an einem selbst ausgesuchten Wochentag, an dem dieser garantiert zu Hause ist. So werden unnötige Fahrwege vermieden. „Wir fangen die Pakete in unserer Sammelzentrale ab, bevor sie



Michael Punzet (l.) gründete 2020 zusammen mit Maximilian Mader sein erstes Start-up Green to Home.

überhaupt nach Wien kommen. Wenn ein Tag pro Woche zu selten ist, kann zwischen zwei kostenpflichtigen Abonnements wählen, bei denen unter anderem Sofortzustellung und Abholungen von Rücksendungen inkludiert sind. Das alles funktioniert emissionsfrei, mit elektrischen Klein-LKWs und Lastenfahrrädern. Nutzen kann Green to Home bisher jeder, der in Wien wohnt. „Unser System ist digitalisiert und einfach zu verwenden“, sagt Punzet.

Alles, was man tun muss, ist sich online anzumelden und bei Bestellungen die Green-to-Home-Sammelzentrale als Adresse anzugeben.“

Auch Unternehmen nutzen das Prinzip, um Lieferungen an ihre Kunden zuzustellen. „Ich habe während der Pandemie beobachtet, dass viele Geschäfte Abholungen vor Ort anbieten haben. Dadurch steigen die Menschen aber wieder in ihre Autos, um die Produkte abzuholen“, erklärt Punzet. Ohne Umwege können mit Green to Home daher auch Kleinunternehmen emissionsfrei ihre Produkte an den Kunden liefern.

Unsere Kunden kennen ihre Lieferanten und erleben so eine persönliche Betreuung“, so Punzet und spricht damit einen für den Unternehmer wichtigen Punkt im Green-

to-Home-Geschäftsmodell an, die Persönlichkeit und Menschlichkeit. „Es darf auch etwas menscheln!“ Bei den Fahrern setzt das Unternehmen vor allem auf kommunikative Studenten, die fest beim Unternehmen angestellt sind. „Bei der ganzen Digitalisierung darf das Persönliche und Freundliche auf keinen Fall fehlen.“

Green to Home ist für den 52-jährigen Gründer Michael Punzet, sein erstes selbst gegründetes Start-up. Bevor er mit seinem Kollegen Maximilian Mader das Unternehmen gründete, war Punzet in diversen Unternehmen als Projektleiter tätig. Mit New Mobility Enterprise und dem daraus gegründeten Start-up Green to Home wollen die beiden vor allem eines: mittels Digitalisierung emissionsfreie Mobilitätslösungen finden. Ob das in Zukunft gelingen wird, zeigt sich noch, denn noch kann Punzet nicht sagen, wie viel CO₂ mit Green to Home tatsächlich eingespart werden kann. „Das zu messen ist ziemlich schwierig und aufwendig. Wir arbeiten derzeit daran, unser CO₂-Modell zur Berechnung der Einsparungen auch zertifizieren zu lassen.“ Wenn man bedenkt, dass viele Firmenkunden für ihre Nachhaltigkeitsberichte genaue Zahlen benötigen, ist das vielleicht keine so blöde Idee.

Bisher hat Green to Home inklusive Fahrer 28 Mitarbeiter. Diese Zahl kann und soll laut Punzet aber auf jeden Fall wachsen. Green to Home soll ein nachhaltiges Mobilitätsprojekt werden und auch in anderen Städten Fuß fassen. „Wien ist in Österreich das wirtschaftliche und verkehrstechnische Zentrum. Wir arbeiten aber bereits an der Skalierung und Ausbreitung unserer Dienstleistung in andere österreichische Städte und Regionen“, erklärt er. Das Unternehmen setzt sich also große Ziele, diese braucht es auch, wenn sich der Absatz des Online-Handels bis 2026 verdoppeln soll.

Michael Punzet gründete 2020 Green to Home, eine Dienstleistung der New Mobility Enterprise – NME GmbH. Davor arbeitete er in nationalen und internationalen Management-Positionen. Mit Green to Home will er eine nachhaltige, digitale Lösung für die steigende Anzahl an innerstädtischen Paketzustellungen schaffen.



KLEINE NETZE, GROSSE WIRKUNG

Microgrids sind wegweisend in Sachen Energieversorgung der Zukunft. Am Siemens Campus in Wien startete 2019 der Betrieb eines der ersten umfangreichen Smart Grids überhaupt. Das Siemens Campus Microgrid, das zugleich als Forschungsobjekt dient, gilt als zukunftsweisend und revolutionär für die Microgrid-Technologie.

Text: Naila Baldwin
Fotos: Siemens Österreich

SIEMENS MICROGRID

Weltweit leben 50 Prozent der Menschen in Städten. Diese 50 Prozent machen allerdings 75 Prozent des Energieverbrauchs aus und sind außerdem für 80 Prozent der globalen CO₂-Emissionen verantwortlich. Der Stromverbrauch steigt seit Jahren kräftig an.

Um dagegen anzukämpfen, gibt es Microgrids. Diese haben das Ziel, Strom aus regenerativer Energie selbst zu produzieren, um diese lokal zu konsumieren. Am Siemens Microgrid Campus in Wien verbindet man die Komponenten Photovoltaik, Batteriespeicher, Microgrid-Controller, Laststeuerung und optimierte Ladelösungen für Elektromobilität, um gemeinsam ein intelligentes System zur Optimierung des Energiemanagements am Unternehmensareal zu bilden. Durch die insgesamt 1.600 m² umfassenden Photovoltaikanlagen auf den Dächern des Siemens Hauptquartiers in Wien Floridsdorf können rund 100 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart werden. Der Showcase zeigt auch, wie intelligente Komponenten im Microgrid dazu beitragen können, Elektromobilität und Photovoltaikerzeugung in das bestehende Campusnetz zu integrieren, ohne einen zusätzlichen Netzausbaube-

darf hervorzurufen. Robert Tesch, Head of Digital Grid and Distribution Systems bei Siemens Österreich, bringt uns die Technologie näher.

Das Campus-Microgrid von Siemens Österreich ist ein zukunftsweisender Showcase für Microgrids. Wann wurde das Siemens-Grid in Betrieb genommen?

Robert Tesch (RT): Im Jahr 2019 begann man am Gelände der Sie-

mens City in Wien-Floridsdorf mit der Errichtung des Siemens Campus Microgrid. Man baute Photovoltaik-Anlagen, Batteriespeicher und Elektro-ladestationen. Seit Sommer 2020 sind diese Komponenten ein intelligentes System zur Optimierung des Energie- und Wärmbezugsmanagements des Unternehmensareals. Mit unserem Microgrid-Campus schafft Siemens Österreich ein zukunftsweisendes Vorzeigebispiel, mit dem man Menschen

den Nutzen von Microgrid-Lösungen im Realbetrieb zeigen kann.

Wie genau funktioniert ein Microgrid und was unterscheidet es vom allgemeinen Stromnetz?

(RT): Das Stromnetz ist ein Hochspannungsnetz, Mittelspannungsnetz und Niederspannungsnetz, an dem alle Haushalte, Industrieunternehmen, Kraftwerke und Verbände angeschlossen sind. Das ist quasi endlos. Ein Microgrid hingegen ist ein räumlich abgegrenztes Stromnetz, das zwar an einem einzelnen Punkt mit dem öffentlichen Stromnetz verbunden ist, aber innerhalb dieses Gebiets gibt es sogenannte Assets. Diese sind Endverbraucher, also beispielsweise ein Gebäude mit einer Heizungsanlage oder einer Klimaanlage. Assets können aber auch eine Photovoltaikanlage oder ein kleines Blockheizkraftwerk sein. Besonders einzigartig ist, dass die Assets über ein privates Mobilfunknetz auf Basis von 5G-Technologie von Nokia miteinander kommunizieren können. Dann gibt es auch steuerbare Verbraucher. Diese sind beispielsweise Elektroladesäulen. Das kann man sich so vorstellen: Bei einer Elektroladesäule kann ich ein Auto mit voller Geschwindigkeit und allem,

„Es herrscht eine zunehmende Dezentralisierung der Energieerzeugung und das fluktuierende Angebot an Energieversorgung führt zu immer größer werdenden Herausforderungen bei der Bereitstellung von Energie.“

Robert Tesch

FORBES.AT

44

HERBSTZEIT IST AUSFLUGSZEIT

Die Blätter der Bäume verfärben sich, die Störche ziehen in den Süden und die Natur rund um das Schloss Marchegg nimmt eine neue Gestalt an. Spätestens dann wissen wir: Der Herbst ist da! Die schillernden Farben des Schlossparks Marchegg laden dazu ein, bei der NÖ Landesausstellung „MARCHFELD Geheimnisse“ zu lüften.

Foto: Rupert Pessl



Geheimnisvoller Herbst

Noch bis 13. November 2022 haben Sie die Möglichkeit, „MARCHFELD Geheimnisse“ im Schloss Marchegg zu entdecken. Von der Schlossgeschichte bis hin zu berühmten Schlachten, von der Eiszeit bis heute, über Kultur und die enge Beziehung zwischen Mensch und Natur – die Reise durch das Schloss Marchegg ermöglicht einen faszinierenden Blick durch das Schlüsselloch auf eine beispiellose Landschaft und ihre Geschichte. Der spannende Streif-

zug führt von der Sesshaftwerdung des Menschen bis in die Gegenwart, in den barocken Räumlichkeiten des Schlosses wird längst Vergangenes wieder lebendig. Am besten lässt sich die Ausstellung mit den Kulturvermittlungsprogrammen erleben.

Im Reich der Bäume

Nach der Ausstellung können Sie unsere besondere Naturführung genießen. Bei dieser werden Sie in das mystische Reich der Bäume entführt. Sie werden staunen, welche kleinen und großen Wunder hier auf Sie warten!

Täglich um 15.00 Uhr

(ab 16. August 2022)

Dauer: ca. 45 Minuten

Preis: € 3,50 pro Person

Im Reich der unbegrenzten Möglichkeiten

Der goldene Herbst mit seinen angenehmen Temperaturen lädt Sie ein auf eine Entdeckungsreise durch die Region

Marchfeld. Neben der NÖ Landesausstellung im Schloss Marchegg gibt es zahlreiche Ausflugsziele, die darauf warten, von Ihnen entdeckt zu werden. Begeben Sie sich auf die Spuren der österreichischen Kaiserinnen und Kaiser und bestaunen Sie die imposanten Schlösser des Marchfelder Schloßereichs.

Sie wollen mehr Abenteuer? Auch kein Problem! Von Alpaka-Wanderungen über Kanutouren – Möglichkeiten gibt es genug! Mehr Informationen finden Sie auf www.noelandesausstellung.at oder auf marchfeld.weinviertel.at.

Erntedank im Marchfeld

Herbstzeit ist Erntezeit – so auch im Marchfeld, der Gemüse- und Kornkammer Österreichs. Genießen Sie bei Ihrem Ausflug saisonale Schmankerl bei regionalen Wirten und Bauern, feiern Sie Erntedank in Marchegg oder besuchen Sie eine unserer zahlreichen Veranstaltungen! Mehr Infos dazu finden Sie auf unserer Website.

SHUTTLEBUS

ab Bahnhof Marchegg

(stündlich): ab 8:50 – 18:50 Uhr

ab Schloss Marchegg

(stündlich): ab 8:42 – 18:42 Uhr

Montag bis Samstag sowie auch an Sonn- und Feiertagen

ÖFFNUNGSZEITEN

26. März – 13. November 2022

Täglich 9 – 18 Uhr

Einlass bis 17 Uhr

KONTAKT & BUCHUNG

+43 (0) 800 24 10 45

buchung@noelandesausstellung.at

Bequem und einfach mit print@home in die Landesausstellung! Sichern Sie sich Ihre Eintritts- und Führungskarten unter: www.noelandesausstellung.at

NÖ LANDESAUSSTELLUNG
26. 03. – 13. 11. 2022
SCHLOSS MARCHEGG

MARCHFELD
Geheimnisse

Mensch. Kultur. Natur.

noe-landesausstellung.at

100 JAHRE NIEDERÖSTERREICH

was das Auto verkraftet, aufladen, so schnell wie möglich. Ich kann den Ladevorgang aber auch drosseln, weil ich den Strom vielleicht für etwas anderes brauche oder weil der Netzzugangspunkt zu schwach dimensioniert ist. Das ganze Stromnetz ist ausgelegt für einen bestimmten Verbrauch und jede einzelne Stelle ist genau dimensioniert und durchkalkuliert. Wenn ich mit einem bestimmten Kabel ans Stromnetz angeschlossen bin, aber da drinnen gibt es zum Beispiel Verbraucher, die punktuell in manchen Zeitpunkten viel mehr Energie brauchen, dann kann die Energie nicht vom öffentlichen Netz kommen, weil das Kabel überlastet wird, sondern diese muss vom Microgrid aufgebracht werden. Und das ist ein klassischer Anwendungsfall für ein Microgrid: den lokalen Energieverbrauch zu optimieren.

Das heißt zusammengefasst: Welches Problem löst das Microgrid?

(RT): Es wird zukünftig einen noch weiter steigenden Bedarf an elektrischer Energie geben. Aktuell herrscht eine zunehmende Dezentralisierung der Energieerzeugung. Das bedeutet, dass Energieumwandlungsanlagen unmittelbar dort stehen, wo die Energie gebraucht wird. Und, dass die Energiebereitstellung durch verhältnismäßig mehr, gleichzeitig aber viel kleinere Anlagen im Vergleich zur zentralen Energieversorgung erfolgt. Daraus ergeben sich neue Herausforderungen an das Energiemanagement und den Netzbetrieb. Außerdem kämpft der Energiesektor mit einem schwankenden Angebot und einer sich stetig verändernden Nachfrage. All das führt zu immer größer werdenden Herausforderungen bei der Bereitstellung von Energie. Hinzu kommt: Unternehmen wollen und müssen ihren CO₂-Abdruck optimieren. Microgrids können über Eigenenergieerzeugung und Optimierung des Energieverbrauchs dazu beitragen, Versorgungsengpässe und Lastspitzen zu vermeiden.

Wie funktioniert das Energiemanagement am Campus denn konkret?

(RT): Konkret versuchen wir, so viel Photovoltaikenergie wie möglich selbst im Microgrid zu verbrauchen, damit wir nicht Strom und Energie



Die in das Siemens-Microgrid integrierten Photovoltaikanlagen umfassen eine Fläche von 1600 m². Mit rund 100 Tonnen CO₂ pro Jahr reduzieren sie den CO₂-Footprint des Unternehmens.

aus dem öffentlichen Netz beziehen müssen. Wir haben zwei Dächer zugestrichelt mit Photovoltaik und wir versuchen, die gesamte erzeugte Leistung zu verbrauchen. Es kann natürlich passieren, dass wir mehr erzeugen, als man lokal momentan verbrauchen kann. Normalerweise würde diese Energie zurück ins Netz gehen. Stattdessen wollen wir die Energie speichern für die Momente, in denen wir keine erzeugen, deswegen haben wir eine große Batterie installiert. Und das ist gut so, denn wenn dann die Sonne nicht scheint und wir unsere Elektroautos laden wollen, dann laden wir die nicht aus dem Netz, sondern aus der Batterie. Also dadurch, dass das alles sehr fein austariert und

intelligent angesteuert wird, können wir den Bezug vom Netz reduzieren.

Was konnte man seit Inbetriebnahme an Erkenntnissen (für die Zukunft) sammeln?

(RT): Das Zufriedenstellende ist: Das Ding funktioniert so, wie wir uns das überlegt haben. Also wir hatten keinen einzigen Stromausfall deswegen. Im Gegenteil, es ist uns gelungen, die Lastspitzen zu kappen. Die Batterie funktioniert wie erwartet und die Photovoltaikanlage produziert sogar mehr Energie als ursprünglich gerechnet. Wir haben auch eine Auslastung bei der Elektromobilität und da gibt es eine gute User Experience sozusagen. Also, die Kollegen sind

zufrieden mit dem, was da geboten wird bei der Etablierung.

Was passiert eigentlich mit den gewonnenen Messdaten, die das Grid sammelt?

(RT): Die gewonnenen Messdaten werden in der Siemens-IoT-Plattform gesammelt und bieten einen wertvollen Pool, um das Verbrauchmanagement unter Anwendung von Data-Analytics-Lösungen zu optimieren. Das Projekt ist in Verbindung mit der Infrastruktur eines bestehenden Industriebetriebs in der Kombination PV, Batteriespeicher, Microgrid-Controller, Laststeuerung und optimierte Ladelösungen für Elektromobilität einzigartig und bietet zahlreiche Möglichkeiten für innovative Forschung.

Wo gibt es Luft nach oben?

(RT): Also, ich kann mir im Moment keine markanten Schwierigkeiten vorstellen, die da passieren. Technische Systeme funktionieren normalerweise. Manchmal treten Fehler auf, die werden behoben. Aber ich sehe kein grundsätzliches Problem bei unserem Microgrid. Das funktioniert nachgewiesenermaßen besser als erwartet.

Wer war das Vorbild für das Siemens-Microgrid?

(RT): Es gibt technische Standard-Strukturen für Microgrids und es gibt weltweit etliche Referenzen. Im Prinzip ist die Architektur aber bekannt. Erstens braucht man eine Möglichkeit, Energie zu speichern. Dann braucht man Energieerzeugung, Photovoltaik und eben auch die Möglichkeit, die Lasten zu beeinflussen. Diese drei Punkte sind die wesentlichen Ingredienzien eines Microgrids. Im Zentrum brauche ich eine Intelligenz, die Microgrid-Controller. Das ist eine Applikation, die wir in Wien für den Weltmarkt entwickelt haben, die das Ganze steuert. Natürlich brauche ich auch die entsprechenden Experten, die das ganze System dimensionieren, berechnen und simulieren können, damit es auch wirklich funktioniert.



Im Siemens-Microgrid kommen E-Ladelösungen für jeden Leistungsbereich zum Einsatz, darunter der Compact Power Charger mit 50 kW DC-Leistung oder eine modular erweiterbare Stromschienenlösung für Garagen.



ADIEU GAS UND FERNWÄRME...

ZIEGELMASSIVE ENERGIESPARHÄUSER



- * TÜV-Austria baubegleitet
- * Einzel-, Doppel- und Reihenhäuser
- * ab 146 m² Nutzfläche
- * 4-5 getrennt begehbare Zimmer,
(zusätzliches Zimmer ideal für Home-Office)
- * Vollunterkellerung
- * sonnige Gartenoasen mit Terrasse (Eigengrund)
- * 1-2 PKW-Abstellplätze
- * Luftwärmepumpe/Sonnenkollektoren
- * Fixpreis ab € 374.900,-
(Doppelhaus in Bruck a.d. Leitha)
- * Niedrigenergiehaus:
- * HWB: 40kWh/m²a, Energieklasse: B

AMAZON UMSCHIFFEN

In den letzten zehn Jahren hat der Direct-to-Consumer-Vertrieb (DTC) einen Aufschwung erlebt. Forbes-„Under 30“-Listmaker Jan-Niklas Kokott ist seit 2011 in der Branche aktiv und baute mehrere DTC-Marken auf, darunter auch das Unicorn Glossier. Doch wie und warum ist DTC im letzten Jahrzehnt immer populärer geworden?

Text: Sophie Spiegelberger
Fotos: Nachman Blizinsky

DAILY

JAN-NIKLAS KOKOTT



Der US-Handelsriese Walmart – mit 559 Milliarden US-\$ der umsatzstärkste Konzern der Welt – musste in den letzten Jahren mehrere Hundert Filialen schließen und mehr als 15.000 Mitarbeiter kündigen. Indes wuchs der Tech-Riese Amazon alleine dieses Jahr in puncto Mitarbeiter um 30 %, auf 1,46 Millionen Personen. Doch neben dem stationären Handel und Amazon gibt es noch weitere Vertriebsmöglichkeiten – darunter Direct-to-Consumer (DTC). Damit ist der direkte Verkauf von Waren an Endkunden gemeint.

Auch die damals 24-jährige Bloggerin Emily Weiss setzte auf DTC, als sie 2014 die Kosmetikmarke Glossier gründete (wofür sie es 2015 auf die „Under 30“-Liste von Forbes schaffte). Mit ihrem Leitsatz „Listen to your Customer“ wollte sie die Schönheitsindustrie auf den Kopf stellen: Anstatt zu diktieren, wie eine Frau auszusehen hat – wie bei den herkömmlichen Kam-

pagnen etablierter Marken –, wollte sie die Marke zusammen mit ihren Kunden aufbauen sowie den Vertrieb gänzlich online und direkt abwickeln.

Die Branche war reif für den Wandel. Frauen geben jährlich satte 500 Milliarden US-\$ für Kosmetik- und Pflegeprodukte aus, jedoch größtenteils in physischen Geschäften. Laut einem Bericht des Beratungsunternehmens McKinsey wurden vor der Coronakrise bis zu 85 % der Kosmetikprodukte im stationären Handel gekauft. Sogar die jüngeren Generationen – Millennials und die Gen Z – kauften bis zu 60 % ihrer Produkte in physischen Geschäften. In der Branche war DTC über digitale Kanäle noch unerforschtes Terrain.

Zum Erfolg von Glossier trug auch der deutsche Jan-Niklas Kokott maßgeblich bei. Der „Under 30“-Listmaker 2017 war erst als Head of Product & Customer Insight, später als Head of User Experience tätig. Er baute die digitale Infrastruktur hinter der Kosmetikmarke auf.

„Damals war der Direktvertrieb noch kein großes Thema“, erinnert sich Kokott: „Was den Onlinehandel angeht, drehte sich die Diskussion viel eher um Onlinemarktplätze wie Amazon und weniger um DTC.“ Somit gab es für junge digital denkende Unternehmen eine Chance, den Direktvertrieb besser und schneller umzusetzen als die etablierten Legacy-Unternehmen, etwa der US-Kosmetikriese Sephora. Kokott: „Für sie (die großen Player, Anm.) war das Online-Segment definitiv noch nicht Priorität. Letztlich wird immer in die umsatzstärksten Kanäle investiert und der Online-Handel hat damals nur wenige Prozentpunkte ausgemacht.“ Damals war das der stationäre Handel.

Als Pionier im Bereich DTC gilt bis heute Warby Parker, ein US-Onlinehändler für Brillen. Mit seinem Erfolg legte das Unternehmen den Grundstein für eine gesamte Branche. Diesen Sommer ging Warby Parker an die Börse und entschied sich dabei, die Aktien direkt an die Anleger zu verkaufen, und

nicht wie bei einem herkömmlichen Börsengang über Vermittler.

DTC bietet durchaus Vorteile. Die offensichtlichsten sind höhere Gewinnmargen sowie die Möglichkeit, mehr Daten über die Kunden zu sammeln. Dazu kommt laut Kokott die Personalisierung: „Ein Beispiel wäre etwa die Babyernährungsmarke Cerebelly, die von einer Neurowissenschaftlerin entwickelt wurde. Sie hat eine Zuordnung von bestimmten Nährstoffen zu verschiedenen Entwicklungsphasen während der Gehirnentwicklung gefunden.“ Somit können Kunden ein Quiz ausfüllen und Fragen zum Entwicklungsstand ihres Babys beantworten. Das Ganze ist ein Abomodell, das sich automatisch anpasst, wenn das Kind älter wird. „Es gibt eine Menge Dinge, die man tun kann, um ein Käuferlebnis zu schaffen, das sich von Amazon unterscheidet“, so Kokott.

Die Kombination aus einem Online-first-Zugang sowie einem Schwerpunkt auf Kundenfeedback hat sich auch für Glossier als durchaus erfolg-

FORBES.AT

48



Unterstützung bei Energiekosten

Energie wird immer teurer. Deshalb greift die Stadt mit einem Maßnahmenpaket ein. Ab Juni gibt es für Wiener*innen mit geringem Einkommen 200 Euro antragslos und direkt aufs Konto. Am Ende des Jahres kannst du den „Wiener Energiebonus 22“ für weitere 200 Euro beantragen.

Hol dir die Infos zu deiner Unterstützung unter wien.gv.at/energieunterstuetzung-plus

**Stadt
Wien**

wien.gv.at/energieunterstuetzung-plus

reiche Taktik erwiesen: 2019 wurde das Unternehmen mit Sitz in New York erstmals zum Unicorn, überstieg also die Bewertung von einer Milliarde US-\$. Im Juli 2021 schloss Glossier eine Series-E-Finanzierungsrunde ab und erhöhte seine Bewertung noch mal auf satte 1,8 Milliarden US-\$.

In einem gewissen Sinn war Kokott der perfekte Kandidat für den Job. Vor Glossier arbeitete der gebürtige Berliner bei Flaconi, einem 2011 gegründeten Onlineversandhändler für Beautyprodukte, der mit deutschen Kosmetikriesen wie Douglas im Onlinesegment konkurrieren wollte. Damals standen viele der Idee, Kosmetikprodukte online zu verkaufen, eher skeptisch gegenüber: „Zu der Zeit war das Risikokapital in Deutschland viel konservativer als in den USA – vor allem in Bezug auf die Geldmengen, die in Start-ups investiert wurden“, so Kokott.

Heute ist das anders. Der Direktvertrieb wird ein immer beliebteres Modell: Laut dem Marktforschungsunternehmen E-Marketer wird der Anteil von DTC-Verkäufen am gesamten E-Commerce-Umsatz 2020 bei 17,75 Milliarden US-\$ liegen, ein Anstieg von 24,3% gegenüber 2019. Etablierte Marken wie Nike und Pepsi setzen heute auf den Aufbau ihrer eigenen E-Commerce-Infrastruktur (2020 machten DTC-Verkäufe 33% des Nike-Umsatzes aus). Auch die Kosmetikbranche kennt DTC-Erfolgsgeschichten: Realitystar Kylie Jenner verkaufte 2019 51% ihrer Direktvertrieb-Marke Kylie Cosmetics für 600 Millionen US-\$ an den Parfüm- und Kosmetikkonzern Coty. Auch Jenner nutzte die sozialen Medien geschickt, um eine loyale Gemeinschaft aufzubauen und ihre Marke somit organisch skalieren zu können.

Mit dem Aufstieg des DTC-Sektors ist auch die Nachfrage nach Experten gestiegen – darunter Kokott. Er verließ Glossier 2018, um sein eigenes Unternehmen Lumber zu gründen. Lumber ist eine Agentur, die E-Commerce und DTC-Konzepte umsetzt – von der Programmierung eines Onlinestores bis hin zu Branding und Graphic Design. Derzeit betreut Lumber mit einem Team von zehn Mitarbeitern zwölf Kunden, darunter etwa die bereits erwähnte Marke Cerebelly, das Essens-Start-up der Hollywood-Schauspielerin Gal Gadot namens Goodles und der Fahrradanbieter Super 73.

Der DTC-Markt wächst, Amazon aber genauso. Denn die Entscheidung für Unternehmen, wie sie ihre Produkte verkaufen, muss keine Entweder-oder-Frage sein. Viele Marken, die eine eigene Infrastruktur haben, stellen ihre Produkte dennoch auf Amazon – um entdeckt zu werden. Dieser Faktor der „Discovery“ stellt laut Kokott eine der größten Herausforderungen im DTC-Geschäft dar. Doch mithilfe sozialer Medien wurde schon die nächste Phase eingeleitet, denn die Markteintrittsbarrieren für DTC-Marken und den elektronischen Handel sind erheblich gesunken. Kokott: „Heute kann man auch via Instagram direkt verkaufen. Es braucht also nicht einmal eine Website, um ein E-Commerce-Unternehmen aufzubauen.“

Jan-Niklas Kokott absolvierte einen Bachelor in Business Administration an der Freien Universität Berlin. Zwischen 2015 und 2018 baute er das amerikanische Kosmetik-Unicorn Glossier mit auf, 2018 gründete er Lumber mit, eine E-Commerce- und Webdesign-Agentur.



„Heute kann man auch via Instagram direkt verkaufen. Es braucht also nicht einmal eine Website, um ein E-Commerce-Unternehmen aufzubauen.“

Jan-Niklas Kokott, Gründer der Agentur Lumber



Wer sagt, Gelassenheit könne
kein Herzklopfen bereiten?



Der neue Nissan ARIYA
100 % elektrisch. Bis zu 533 km* Reichweite.

Nissan ARIYA: Stromverbrauch kombiniert für Nissan ARIYA 87kWh (178 kW): 17,5kWh/100 km;
CO₂-Emissionen kombiniert: 0g/km.
*Die Angaben zur Reichweite wurden im gemischten Zyklus gemäß WLTP ermittelt und entsprechen
u. U. nicht der tatsächlichen Reichweite.

nissan.at

„OPEN BY DEFAULT“

Die Open Data Initiative der Stadt Wien verfügt über 40.732 Datensätze, auf denen knapp 700 Anwendungen basieren. Im Gespräch erklärt Brigitte Lutz, Data Governance Koordinatorin der Stadt Wien unter anderem, wie die Stadt mit Daten umgeht.

Text: Ekin Deniz Dere
Foto: lukaslorenz.com

DAILY

OPEN DATA INITIATIVE

FORBES.AT



Was ist Open Data eigentlich?

Brigitte Lutz (BL): Open Data sind für jedermann uneingeschränkt nutzbar, ohne jegliche Barrieren, wie die zehn Prinzipien für die Öffnung von Regierungsinformationen der Sunlight Foundation besagen. Hier in Österreich haben wir auch Rahmenbedingungen entwickelt, das Framework for Open Government Data Platforms.

Warum ist es Ihrer Meinung nach für Regierungen sinnvoll, Daten zu sammeln?

(BL): Ich sehe einen großen Nutzen für die Verwaltungen, wenn sie ein großes Bewusstsein für den offenen Zugang zu Datensätzen haben, weil es ohne Daten einfach keine digitale Transformation gibt. Wir können zum Beispiel keine Anwendung oder ganz allgemein kein IT-System ohne Daten nutzen. Wir müssen uns um den Datenschatz kümmern.

Wie wird die Open Data Initiative finanziert?

(BL): Aus den öffentlichen Mitteln. Also, öffentliches Geld für öffentliche Daten.

Wie ist das Konzept der offenen Daten entstanden?

(BL): Lassen Sie uns ein wenig zurückgehen. Die Bewegung begann 2009 in den Vereinigten Staaten mit dem Open Government Memorandum von Obama. Dann verbreitete sie sich in Großbritannien, in den nördlichen Ländern und in Mitteleuropa. In Wien haben wir 2010 begonnen. Denn diese Open-Government-Bewegung war auch hier ein Thema für die Zivilgesellschaft, weil sie die Regierungsarbeit transparenter machen kann. Und die andere Seite ist natürlich die technische Entwicklung. Im Jahr 2010 hatten wir Smartphones, wir hatten Techniken, um zum Beispiel Apps zu entwickeln. Aber diese Apps brauchen Daten. Das gesammelte Wissen und der technologische Fortschritt ermöglichte es viel mehr Menschen, mit diesen Daten umzugehen. Und so war es ein vernünftiger Schritt, Daten von der Verwaltung und von öffentlichen Diensten zu nutzen.

Sie sagten, dass die Bewegung 2010 in Wien begonnen hat. Was war der Grund dafür und welche Entwicklungen gab es bis jetzt?

(BL): Ja, 2010 haben wir in Wien angefangen, am Thema der offenen Daten zu arbeiten, weil einige NGOs in Wien die Stadt Wien in dieser Hinsicht ermutigt haben. Es gab eine Konferenz und wir haben gleich begonnen nachzudenken, welche Daten wir eigentlich haben. Die ersten Daten, die wir zugänglich gemacht haben, waren niedrig hängende Früchte. Es waren Geodaten, die wir zuvor im Stadtplan veröffentlicht hatten und auch Statistikdaten. Die Daten waren also schon vorher zugänglich, aber 2011 wir haben sie auf unserem Open-Data-Portal veröffentlicht. Und am selben Tag hat ein Entwickler die erste

Gemeinsam Autos teilen, Kosten senken & unseren Planeten schützen



Ich teile mein Familienauto mit Personen in meiner Nachbarschaft.

So senke ich meine Kosten lerne neue Leute kennen & habe ein gutes Gefühl.

Ich habe mein Auto bereits über 200 mal durch GoMore vermietet und damit super Erfahrungen gemacht.



Wir von GoMore helfen Menschen dabei, ihre Autos miteinander zu teilen.



So kannst du deine monatlichen Kosten senken, ganz egal ob du ein Auto besitzt, oder eines mieten möchtest.



Jede Vermietung ist Vollkasko versichert & inkludiert eine Pannenhilfe für den gesamten EWR, die Schweiz und Kroatien.

Europas größte private Carsharing Plattform GoMore gibt es nun auch in Österreich!



www.GoMore.at



App mit den Daten erstellt, nämlich die „Toilet Map Vienna“. Wir waren also Pionierstadt für offene Daten im deutschsprachigen Raum. Wir veranstalten regelmäßig Open Data MeetUps, erklären neue Datensätze und laden Entwickler ein, ihre Anwendungen zu zeigen. Und ich glaube, das ist einer der Punkte, warum Wien erfolgreich ist, weil wir unsere Open-Data-Community kennen. Wir kennen die Leute, die die Daten konsumieren. Wir kennen sie persönlich, also wissen wir, was sie brauchen.

Haben also auch Privatpersonen Zugang zu den offenen Daten der Stadt Wien?

(BL): Ja, alle - aber Open Data ist maschinenlesbar, man muss also bestimmte Fähigkeiten haben, um diese Daten zu nutzen. Eine csv-Datei zu öffnen, ist das eine, aber es braucht ein wenig Know-how, um beispielsweise Geodaten zu verarbeiten.

Wer sind denn Ihre Zielgruppen? Wer profitiert von den offenen Daten der Stadt Wien?

(BL): Es profitieren verschiedene Zielgruppen, zum Beispiel Datenjournalisten, aber auch mittelbar alle Menschen in dieser Stadt, etwa Touristen. Zum Beispiel gibt es einige Apps, die die Sehenswürdigkeiten und die Echtzeitdaten der Wiener Linien nutzen. Ein anderes Beispiel sind die Apps wie Bizeps, die für Menschen im Rollstuhl entwickelt wurden. Sie haben ihre eigenen Services, weil es wichtig ist, zu wissen, ob es in der U-Bahn-Station einen Aufzug gibt, wie man zur U-Bahn kommt. Universitäten sind eine andere Zielgruppe, weil es beispielsweise spannender ist, wenn Studenten mit echten Daten arbeiten können. Und eine weitere Zielgruppe

sind Unternehmen. Start-ups funktionieren ohne Open Data häufig gar nicht. Es gibt mehr als 300 Applikationen, die unsere offenen Daten nutzen. Und wir als Stadt Wien verwenden auch unsere eigenen Open Data für unsere Apps wie die „Stadt Wien App“.

Wie erheben Sie Daten?

(BL): Wir haben mehr als hundert Abteilungen, und mehr als 4000 verschiedene Datenbanken und etwa 2000 verschiedene IT-Systeme hinter den Datenbanken. Alle Daten werden in unserem hochsicheren Rechenzentrum gespeichert und auf verschiedene Arten erhoben. So sind zum Beispiel die Wiener Stadtgärten für die Daten verantwortlich, die sie für ihre Arbeit benötigen. Sie müssen wissen, wie viele Bäume es in der Stadt Wien gibt und diese werden manuell vermessen, beschrieben und Alter und andere Merkmale dokumentiert. Sie müssen bei Pflanzungen wissen, wo im Untergrund Rohre verlaufen, da nutzen sie den Leitungskataster, der aus Plänen anderer Abteilungen gespeist wird. Ein weiteres Beispiel ist das Luftbild von Wien oder 3-D Modell der Stadt, bei dem mittels Fernerkundung Kameras und Laserscanner Daten ermitteln. Automatisierte Datenlieferungen, etwa zum Grundwasser, kommen aus Sensoren.

Welche verschiedenen Arten von Daten erheben Sie?

(BL): Wir klassifizieren die Daten - das geht von vertraulichen Daten, zu denen nur wenige Menschen Zugang haben, wir haben eingeschränkt verfügbare Daten, die wir nur in einzelnen Abteilungen der Stadt Wien verwenden, wie dem Zentralen Leitungskataster und dann gibt es die Klasse der offenen

„Ich sehe einen großen Nutzen für die Verwaltungen, wenn sie ein großes Bewusstsein für den offenen Zugang zu Datensätzen haben, weil es ohne Daten einfach keine digitale Transformation gibt.“

Brigitte Lutz

Daten. Für personenbezogenen Daten gilt, dass wir uns an die rechtlichen Rahmenbedingungen halten, die sagen, wie wir mit personenbezogenen Daten arbeiten dürfen.

Wo steht Wien im globalen Kontext?

(BL): Ich denke, im europäischen Kontext sind wir ganz gut. Ich kann Hamburg, München, Zürich und auch Berlin nennen, mit denen wir uns vergleichen können. Mit den Ländern des Nordens kann man das nicht vergleichen, weil die Kultur grundlegend anders ist und auch die Einstellung zur Transparenz. In Dänemark zum Beispiel werden die Löhne der Menschen veröffentlicht. Ich kann mir nicht vorstellen, dass das in Österreich jemand will.

Haben Sie eine Vision für die Zukunft der Stadt Wien in Bezug auf die digitale Stadt oder Open Data?

(BL): Nächstes Jahr steht die 50. Open Data Phase an. Wir werden immer wieder neue Datensätze öffnen. Wir wollen mehr Menschen erreichen, sie mehr von unseren Daten nutzen lassen und unsere Mitarbeitern auch in den notwendigen technischen Fähigkeiten schulen, die sie zur Nutzung der Daten benötigen. Außerdem wollen wir in diesem Jahr unsere Datenvisualisierungen verbessern. Nur so können vielleicht auch andere Zielgruppen wie meine Großmutter verstehen, was die Daten bedeuten. Und ein langfristiges Projekt ist der digitale Zwilling der Stadt Wien - ein lebendiges digitales Abbild der Stadt.

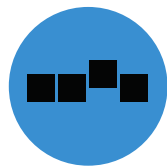
GRUNDSÄTZE FÜR OFFENE DATEN

Die Grundsätze für offene Behördendaten wurden bereits Ende 2007 von Befürwortern der offenen Verwaltung in den Vereinigten Staaten formuliert und von der Sunlight Foundation zu zehn Grundsätzen erweitert.

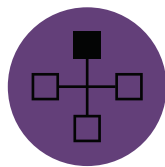
Text: Ekin Deniz Dere

Infografik: Valentin Berger

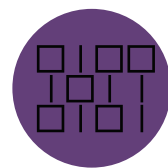
Quelle: „Open Data – unbounded“ von Brigitte Lutz



1. VOLLSTÄNDIGKEIT
Die veröffentlichten Datensätze sind so vollständig wie möglich; sie bilden den gesamten Umfang dessen ab, was zu einem bestimmten Thema dokumentiert ist.



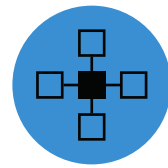
2. PRIMÄRE QUELLE
Die Daten werden an ihrem Ursprung erhoben und mit der feinstmöglichen Granularität veröffentlicht, nicht in aggregierter oder anderweitig veränderter Form.



5. MASCHINENLESBARKEIT
Die Daten werden in gängigen Dateiformaten gespeichert, die leicht maschinenlesbar sind, so dass eine automatisierte, strukturierte Verarbeitung möglich ist.



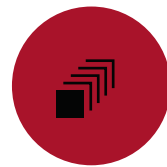
6. KEINE DISKRIMINIERUNG
Jede Person kann jederzeit auf die Daten zugreifen, ohne sich zu identifizieren oder eine Rechtfertigung für ihr Handeln angeben zu müssen.



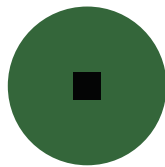
7. VERWENDUNG VON OFFENEN STANDARDS
Die Formate, in denen die Daten veröffentlicht werden, sind so offen wie möglich, und keine Einrichtung hat die ausschließliche Kontrolle über sie.



8. LIZENZIERUNG
Die Datensätze werden unter der Lizenz „Creative Commons Attribution 3.0 Austria“ veröffentlicht.



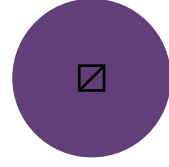
3. AKTUELLE BEREITSTELLUNG
Die veröffentlichten Datensätze stehen der Öffentlichkeit innerhalb eines angemessenen Zeitraums so aktuell wie möglich zur Verfügung.



4. LEICHTER ZUGANG
Die veröffentlichten Datensätze sind sehr leicht und barrierefrei zugänglich. Physische Barrieren, wie z. B. technische Barrieren, müssen vermieden werden.



9. VOLLSTÄNDIGE DOKUMENTATION (DAUERHAFTIGKEIT)
Die von der Verwaltung veröffentlichten Informationen werden mit Metadaten vollständig dokumentiert und sind über einen langen Zeitraum zugänglich.



10. KEINE KOSTEN DER NUTZUNG
Durch die Angabe der Nutzung der Lizenz „Creative Commons Attribution 3.0 Austria“ sind derzeit keine Nutzungsgebühren vorgesehen.



WIR BEWAHREN DEN ÜBERBLICK

Mit seiner großen Expertise und Erfahrung ist Mag. Wolfgang A. Orsini und Rosenberg für Privatpersonen wie große und kleine Unternehmen ein vertrauter Wegbegleiter und Berater. Insbesondere beim An- und Verkauf von Liegenschaften und Zinshäusern, aber auch in vielen anderen Bereichen steht das stets wachsende Team seinen Klienten mit Rat und Tat zur Seite.

Foto: Wilke

Mag. Wolfgang A. Orsini und Rosenberg schloss das Studium der Rechtswissenschaften als einer der Jahrgangsbesten ab. Seine Rechtsanwaltsprüfung legte er vor dem Oberlandesgericht Wien mit ausgezeichnetem Erfolg ab.

Mag. Orsini und Rosenberg vertritt seit mehr als zehn Jahren Privatpersonen und namhafte Unternehmen (darunter etliche Familienunternehmen) schwerpunktmäßig im Immobilienrecht, Baurecht, Erbrecht, Land- und Forstrecht, Unternehmensrecht und der Prozessführung. Im Besonderen vertritt und berät er zahlreiche Unternehmen beim An- und Verkauf von Liegenschaften und Zinshäusern.

Mit seinem stetig wachsenden Team betreut er auch Bauträger bei der Planung und Umsetzung von Bauträger- und Bauherrenmodellen. Einer der Schwerpunkte der Kanzlei liegt in

der Abwicklung von Immobilienprojekten nach dem Bauträgervertragsgesetz (BTVG). Die Kanzlei betreut in diesem Zusammenhang Bauträger von der Gesellschaftsgründung bis zur Eintragung des Wohnungseigentumsrechts der einzelnen Käufer im Grundbuch.

Auch einfache Immobilienan- und verkäufe von Privatpersonen werden gemeinsam mit seinem dynamischen Team schnell und präzise abgewickelt.

Im Rahmen der jeweiligen Beratungsschwerpunkte werden sämtliche Verträge, angepasst an die individuellen Bedürfnisse der Mandanten, erstellt. Dazu zählen unter anderem Kaufverträge (Liegenschaften und Eigentumswohnungen), Tausch-, Miet- und Pacht- sowie Schenkungsverträge, Geschäftsführerverträge, Umgründungen und Syndikatsverträge.

Das Team betreut zahlreiche Mandanten bei der Verwaltung

und Strukturierung ihres Vermögens. Insbesondere werden diese in deren täglichem Geschäftsbereich, bei der Nachfolgeplanung (Errichtung von Testamenten) sowie der Verlassenschaftsabwicklung begleitet.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt vor allem auch im Miet-, Wohn- und Nachbarschaftsrecht. In diesen Bereichen bietet das Team von Mag. Orsini und Rosenberg eine kompetente und qualifizierte Beratung sowie eine persönliche Begleitung vor Gerichten und Behörden an. Hierbei wird besonders auf die speziellen Bedürfnisse des einzelnen Mandanten eingegangen.

Auch den Gang zu Gericht scheut die Kanzlei nicht. So wurden bereits namhafte Unternehmen und Privatpersonen insbesondere im Baurecht und Immobilienrecht gerade bei Gewährleistungs- und Haftungsfragen vor Gericht erfolgreich vertreten.



ORSINI UND ROSENBERG
RECHTSANWALT

**RA MAG. WOLFGANG A.
ORSINI UND ROSENBERG**
1010 WIEN,
ANNAGASSE 8
TEL: +43/1/90 1 90
FAX: +43/1/90 1 90 - 99
KANZLEI@RA-OR.AT
WWW.RA-OR.AT
UID: ATU70644458
DVR: 4015849

**Ich habe Ideen
und die will ich
sicher umsetzen!**

#sobinICH

Weil ich das Wunder Mensch bin.

www.merkur.at