

Caléidoscope

Das Magazin der französisch-österreichischen Handelskammer | Le Magazine de la Chambre de Commerce Franco-Autrichienne

Über die Notwendigkeit
eines solidarischen Wachstums
De la nécessité d'une croissance solidaire

Im Interview / Entretien :
Olivier Wittmann, Renault Österreich

Business-Club:
Erfolgreicher Saisonstart!
Rentrée en beauté
au Business-Club!





VICHY
LABORATOIRES

Verwandeln Sie Ihre
Falten in ein Lächeln
mit der Nr. 1 Anti-Falten Pflegeserie*.



Rhamnose, kraftvoller
natürlicher Wirkstoff
Fragmentierte
Hyaluronsäure**
Vichy-Thermalwasser
mit 15 reinen Mineralien



LIFTACTIV SUPREME

Anti-Falten und Straffheitspflege

Um Falten an ihrem Ursprung zu bekämpfen, kombiniert die **Nr. 1 Anti-Falten Pflegeserie*** aus der Apotheke Rhamnose, einen kraftvollen natürlichen Wirkstoff, mit fragmentierter Hyaluronsäure** und Vichy-Thermalwasser mit 15 reinen Mineralien. Tag für Tag werden **sogar tiefe Falten gemildert**. Ihre Haut **wird sichtbar straffer**.

Ihr Apotheken-Team berät Sie gerne.
vichy.at / [#SmileNotWrinkle](https://www.instagram.com/SmileNotWrinkle)

MIT THERMALWASSER VON VICHY
GEBOREN IN DEN VULKANEN FRANKREICHS

ENTWICKELT IN DEN VICHY LABORATOIRES
FÜR EMPFINDLICHE HAUT GEEIGNET
WIRKSAMKEIT DERMATOLOGISCH GETESTET

* IMS Health Österreich. Gesichtspflege. Liftactiv Pflegeserie in Wert YTD 06/2016. Pflegeserie beinhaltet Tagespflegen, Nachtpflegen, Augenpflegen, Seren und Filler.
** nur im Serum.

Editorial | Éditorial

www.ccfa.at

Chers amis de la CCFA!
Liebe Freunde der CCFA!

Brexit, Präsidentschaftswahlen in den USA und Österreich, aber auch die Kampagne zu den Präsidentschaftswahlen in Frankreich kennzeichnen ein Zurückrudern auf den unterschiedlichsten Ebenen. Innerhalb unserer Gesellschaften ist ein zunehmendes Abweichen von den Werten des Teilens und der Solidarität zu erkennen. Die Frage ob man den Schwächsten hilft, wird einer unweigerlichen und komplizierten Rechenaufgabe ausgeliefert: Pensionsberechnungen, Verteilung von Arbeitslosenunterstützungen, Mindesteinkommen... Schlicht jenen Themen, die Wachstum und Solidarität gegenüberstellen. Es scheint so, als würde sich die Menschlichkeit dem Bankenstaat unterordnen, der strenge Austeritätsprogramme anordnet. Aber sich auf die Seite des Wachstums zu schlagen, das einen Teil der Bevölkerung ausschließen würde, würde den Sozialfrieden gefährden. Christoph Biegelmayer, Direktor des Wirtschaftsbund Wien äußert sich zu diesem Thema in dieser Ausgabe unseres Mitglieder-magazins. Gutgläubig blicke ich dem Jahr 2017 mit der Hoffnung entgegen, dass unsere öffentlichen Meinungen die Notwendigkeit einer Solidaritätssteigerung erkennen. Sigmund Freud kündigte bereits an, dass „eine Gesellschaft, die eine große Anzahl ihrer Mitglieder vernachlässigt und diese dadurch zu einer Rebellion drängt, weder Hoffnung auf ihren Fortbestand hat, noch diesen verdient“. Frohe Feiertage und ein schönes neues Jahr 2017! 

Brexit, élections outre Atlantique, élections présidentielles en Autriche et campagne présidentielle en France stigmatisent la montée des replis sur soi à tous les niveaux. Force est de constater dans nos sociétés un effritement progressif des valeurs de solidarité et de partage. La question de savoir si on aide les plus faibles se réduit inexorable-



ment à une arithmétique bien compliquée : le calcul des retraites, les allocations chômage, le revenu universel... des thèmes qui opposent croissance et solidarité. L'humanité semble devoir se subordonner aux chiffres dans un Etat Providence bancal qui se doit d'appliquer des programmes d'austérité. Pourtant, opter pour une croissance qui laisserait au ban de la société (et sur nos bancs publics...) une partie de la population, c'est jouer dangereusement avec la paix sociale. Christoph Biegelmayer, Directeur du Wirtschaftsbund Wien. s'exprime à ce sujet dans ce numéro. Je porte le vœu naïf pour 2017 que nos opinions publiques redécouvrent la nécessité d'une croissance solidaire car Sigmund Freud nous prévient : „une civilisation qui laisse insatisfaits un si grand nombre de ses membres et les pousse à la rébellion n'a pas d'espoir de se maintenir durablement, et d'ailleurs ne le mérite pas.“ Joyeuses fêtes et Bonne Année 2017 ! 

Céline Garaudy, *Direktorin | Directrice*

Inhalt Sommaire

4 **Panorama** | Panorama

- Petits Marionnaud
- Savencia

6 **Extra** | Extra

- Dale Carnegie
- Semper Constantia

8 **CCFA-Analyse** |

Analyse de la CCFA

Wachstum, Solidarität und Wohlfahrt. Eine bedingungslose Kombination.

10 **Fokus** | Zoom

- L'ORÉAL
- FREYWILLE
- Sanofi

14 **Kurzportrait** | Portrait

- Proksch & Partner Rechtsanwälte
- Guerlain
- SERVITHINK

17 **Interview** | Entretien

Olivier Wittmann, Renault Österreich

19 **Business-Club** | Business-Club

22 **Neue Mitglieder** |

Nouveaux membres



AIRFRANCE 

Atos

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
Corporate & Investment Banking

Life Is On

Schneider
Electric

DONAU
CHEMIE

MAZARS

VINCI
ENERGIES

L'ORÉAL
OSTERREICH

RENAULT
Passion for life

SOFITEL
LUXURY HOTELS

SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY

GRAN
DUCHESS ATLANTE PRINCE

SEMPER CONSTANTIA
PRIVATBANK

UNIQA

NOVOMATIC

VIENNA STEPHANSDOM

bel

orange Business
Services

SANOFI

Raiffeisen Bank
International

SERVITHINK
CONSULTING SERVICES

Panorama

Marionnaud:

Kindern Freude schenken! Le plaisir d'offrir

Alle Jahre wieder unterstützt Marionnaud mit dem Verkauf von Charity-Kuscheltieren das SOS-Kinderdorf. Bei der letzten Spendenaktion konnte ein Scheck im Wert von € 64.000,00 überreicht werden. Auch in diesem Jahr gibt es wieder einen entzückenden flauschigen Freund.

Comme chaque année, Marionnaud soutient SOS-Kinderdorf grâce à la vente de peluches caritatives. La dernière initiative a permis de remettre un chèque de 64 000 € à l'association. Cette année encore, Marionnaud a imaginé un adorable compagnon tout doux pour lever des fonds pour la bonne cause.



Lycée Français de Vienne

Vendredi 21 octobre 2016, près de 1000 personnes étaient réunies pour célébrer les **70 ans du Lycée Français de Vienne**, ainsi que l'inauguration du nouveau bâtiment et la restauration du Studio Molière, en présence de Monsieur Pascal Teixeira Da Silva, Ambassadeur de France en Autriche, Monsieur Christophe Bouchard, Directeur de l'AEFE (Agence pour l'Enseignement Français à l'Étranger) et de Mme Rapp, Proviseur de l'établissement. Alain de Krassny, Président de la CCFA, et Céline Garaudy, Directrice Générale de la CCFA, ont également assisté à cet événement et se réjouissent de la bonne coopération avec ce partenaire important.

Am Freitag, den 31. Oktober 2016 feierten fast 1000 Gäste das **70-jähriges Jubiläum der Lycée Français de Vienne** sowie die Eröffnung des neuen Gebäudes und die Renovierung des Studio Molière. Pascal Teixeira da Silva, Botschafter Frankreichs in Österreich, Christophe Bouchard, Direktor der AEFE (Agentur für französisches Schulwesen im Ausland) und Frau Rapp, Leiterin der Lycée Français de Vienne, waren dabei. Auch anwesend waren Alain de Krassny, Präsident der CCFA, und Céline Garaudy, Generaldirektorin der CCFA. Sie freuen sich über die gute Kooperation mit diesem wichtigen Partner.

Die Unterstützung des SOS-Kinderdorfs ist eine Herzensangelegenheit von Marionnaud. Das Wohlergehen von Kindern und die Förderung ihrer geistigen und sozialen Kompetenzen ist eine Investition in die Zukunft. In den letzten 14 Jahren konnten zwei „Marionnaud“-Häuser in der Hinterbrühl gebaut werden, auch in das SOS-Bildungsprogramm wurde mit Spenden von Marionnaud investiert. Das SOS-Kinderdorf steht für eine andere, eine bessere Welt, in der auch unter schwierigen Startbedingungen Gutes entsteht. Marionnaud ist stolz darauf, aktiv dazu beizutragen. 

Marionnaud soutient SOS-Kinderdorf depuis 14 ans et est fière de poursuivre cette coopération qui lui tient particulièrement à cœur. Le bien-être des enfants et la stimulation de leurs capacités intellectuelles et sociales sont un investissement pour l'avenir. Depuis le lancement du partenariat, deux « maisons Marionnaud » ont pu être construites et une partie du programme de formation de l'association a pu être financée. SOS-Kinderdorf s'engage au quotidien pour un monde différent et meilleur où malgré un début difficile, les enfants peuvent retrouver des bases saines pour avancer dans la vie. Marionnaud se réjouit de soutenir activement une cause aussi noble.  

Kontakt | Contact :

www.marionnaud.at

www.sos-kinderdorf.at



Der Esel „Emil“ ist ab sofort exklusiv in allen Marionnaud Parfümerien und auf marionnaud.at erhältlich. Pro verkauften Kuscheltier spendet Marionnaud € 4,00 (Verkaufspreis € 7,90) an das SOS-Kinderdorf Hinterbrühl. L'âne « Emil » est disponible dès maintenant en exclusivité dans tous les magasins Marionnaud et sur marionnaud.at. Pour une peluche achetée (7,90 euros), 4 euros sont reversés à l'association « SOS-Kinderdorf ».

Savencia:

Käsegenuss à la française! Plaisir fromager à la française !

Die Savencia Fromage & Dairy Österreich GesmbH verwöhnt die österreichischen Konsumenten regelmäßig mit innovativen Käseprodukten aus Frankreich. Zu deren Bekanntmachung bedient sich Savencia systematisch an 360°-Werbestrategien.

Savencia Fromage & Dairy Autriche a cette année encore regalaré tous les gourmands avec de nombreuses nouveautés. Nos délicieux produits n'ont pu passer inaperçus entre les spots et campagnes publicitaires ou les jeux-concours.

Bresso startete ins neue Jahr mit der Markenartikelkampagne, einer TV-Welle sowie einer On-Pack-Promotion zum 40-Jahr-Jubiläum. Der neue „Bresso des Jahres“ (Olive & Rosmarin) verzaubert die Genießer seit April. Im Herbst begleitete Bresso seine 2. TV-Welle mit einem Gewinnspiel rund um die Provence im Rahmen einer Hörfunk- und Online-Kooperation mit KroneHit.

Die Marke **Saint Albay** sowie die Innovation L'intense wurden Anfang 2016 mit dem neuen TV-Spot unterstützt. Parallel lief ein Online-Gewinnspiel, bei dem 1 Haus für 1 Jahr in Frankreich verlost wurde.

Eine zweite TV-Welle mit Fokus L'intense inkl. Cashback-Aktion wird Ende 2016 stattfinden.

Brunch erlebte 2016 ein wahres Feuerwerk: Neben einer neuen impactstarken und moderneren Verpackung beleben auch die Saisonpaare „Engel & Teufel“ sowie „Sissi & Franz“ erneut die Marke. Zeitgleich zur TV-Welle sorgte die innovative Multi-Channel-Kampagne, für die man einen beliebten Fernsehkoch und eine bekannte Youtuberin gewinnen konnte, sowohl im TV als auch online für Aufmerksamkeit.

Für **Fol Epi** wurde im Sommer eine innovative Online-Plattform rund um das Thema „Mädelsabend“ entwickelt. Der TV-Spot für Fol Epi Hauchfein inszenierte einmal mehr die einzigartigen hauchfeinen Scheiben.



Chavroux, die französische Marke für milden Ziegenkäse, feierte heuer mit einer On-Pack-Promo seinen 30. Geburtstag. Die Weichkäse-Innovation „Die milde Rolle“ überzeugt durch ihren zarten und milden Geschmack – eben typisch Chavroux! 🍷

Bresso a débuté l'année en fanfare pour célébrer les 40 ans de la marque: campagne prodimage en début d'année avec des affiches dans toute l'Autriche, spots TV et jeu-concours. Le nouveau „Bresso de l'année“ (olive & romarin) a enchanté les gourmands depuis son lancement début avril. Cet automne Bresso communiquait à nouveau sur le thème de la Provence avec un spot TV et un jeu concours en coopération avec la radio KroneHit.

concours pour gagner pendant un an une maison dans le sud de la France.

Brunch a connu une belle transformation cette année avec un nouvel emballage encore plus attractif et moderne, et a poursuivi sa dynamique de lancements grâce à l'offre d'éditions



limitées „Ange & Démon“ et „Sissi & Franz“. En plus d'une présence télévisée la marque a reçu toute l'attention d'un cuisinier TV connu et d'une Youtubeuse de renom pour créer de délicieuses recettes.

Cet été la marque **Fol Epi** a donné aux filles l'occasion de faire la fête entre copines lors de l'Euro de foot.

La marque **Chavroux** a fêté ses 30 ans et en a profité pour régaler tous les amoureux de fromage de chèvre avec la nouvelle „Bûche douce“. 🇫🇷

Kontakt | Contact :

**Savencia Fromage &
Dairy Österreich GesmbH**
Davidgasse 87-89/2/DG, 1100 Wien
Tel: +43 1 586 03 51-0
kaese.freunde@savencia-fd.at
www.kaesefreunde.at



La marque **Saint Albay** et notamment la dernière innovation „L'intense“ ont été mises à l'honneur cette année: deux spots publicitaires en début et fin d'année, sans oublier le jeu-

Extra

Employer Branding von Innen Soignez votre marque employeur !

„Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Ihr Unternehmen Ihren Bekannten als attraktiven Arbeitsplatz empfehlen?“ Mag. Robert Korp, Geschäftsführer von Dale Carnegie in Österreich, berichtet über die strategische Herausforderung vom Employer Branding.

« Quelle est la probabilité que vous recommandiez votre entreprise comme attractive auprès de vos proches ? » Robert Korp, dirigeant de Dale Carnegie Autriche, s'exprime sur le rôle stratégique que joue la marque employeur.



Mag. Robert Korp

Laut einschlägigen Studien wie z.B. Hewitt oder MSW (in Kooperation mit Dale Carnegie) beantworten im weltweiten Durchschnitt keine 20% der Mitarbeiter eines Unternehmens diese Frage uneingeschränkt positiv. Das mag da und dort ohne Auswirkungen bleiben, in einem zunehmenden „War for Talents“ bedeutet dies jedoch rasch einen eklatanten Wettbewerbsnachteil. Gefragte Unternehmen bei den Mitarbeitern sind meist auch an einer Spitzenposition im Markt zu finden.

Welche Faktoren spielen hier eine Rolle?

1. Employer Branding beginnt von innen heraus. Es beginnt bei einer gelebten Unternehmenskultur, wenn die Grundsätze aus den Hochglanzbroschüren in den Herzen und im Verhalten der Mitarbeiter angekommen sind.
2. Der unmittelbaren Führungskraft kommt eine entscheidende Rolle zu. Vertrauen will erworben sein, durch Wertschätzung und Verlässlichkeit.

3. Emotionale Faktoren wiegen schwerer als materielle. Menschen in Unternehmen wollen sich verbunden fühlen, einen wertvollen Beitrag leisten, viele wollen auch eine gewisse Autonomie bei Entscheidungen bzw. einen gewissen Gestaltungsspielraum haben.

4. Ehrliches Interesse für die andere Person macht den Unterschied. Schon Dale Carnegie wusste um die große Macht dieses Grundsatzes, sofern es sich eben wirklich um „ehrliches“ Interesse handelt. Eine Führungskraft muss keine beste Freundin oder bester Freund sein, aber sie muss den ganzen Menschen an einer bestimmten Position sehen und nicht nur die „Ressource“.

Employer Branding Initiativen sind dann wirkungsvoll, wenn der Kern des Unternehmens, nämlich die Menschen darin, den Markenkern und dessen Werte verkörpern. Die Entwicklung der gewünschten Unternehmenskultur darf nicht auf geduldige Flipcharts als Ergebnis von Workshops beschränkt werden, sie muss vielmehr zum Leben gebracht werden. Hier setzt Dale Carnegie mit seinen international bewährten Methoden an. Wir tragen dazu bei, das Engagement von Menschen in Unternehmen zu heben. Wir helfen dabei, dass diese Menschen ihr inneres Feuer und die Begeisterung für das, was sie tun neu entfachen und damit die Position des Unternehmens am Markt stärken.“

Résumé :

En moyenne, à peine 20% des salariés d'une entreprise la recommanderaient à leurs proches. Cela pourrait rester sans conséquences mais dans une véritable guerre des talents

comme aujourd'hui, c'est un point négatif qui pèse lourd sur la compétitivité d'une société. Beaucoup d'entreprises auxquelles appartiennent les salariés sondés occupent une place de leaders sur le marché. Il faut donc s'interroger sur les raisons de ce phénomène. Il en existe plusieurs.

Tout d'abord, la marque employeur commence de l'intérieur. Une fois que les grands principes ont influencé le cœur et le comportement des salariés à coup de brochures sur papier glacé, il s'agit de vivre ces valeurs. Et cela commence par les managers. L'estime et la fiabilité sont les prérequis impératifs à la confiance. Par ailleurs, les facteurs émotionnels jouent plus que les facteurs matériels : les employés veulent se sentir fédérés, reconnus, être autonomes, avoir un champ d'action suffisant... Enfin, l'intérêt sincère pour une personne fait toute la différence. Il ne s'agit pas là d'amitié mais un bon manager doit savoir envisager la personne dans son intégralité, et non seulement comme une ressource.

Les initiatives de marque employeur ne trouvent donc leur sens que si l'humain est placé au cœur de l'entreprise. Dale Carnegie a pris conscience très tôt de ce défi crucial et a développé des méthodes efficaces éprouvées internationalement. L'équipe de consultants aide les employés à raviver leur enthousiasme pour leur travail et pour leur entreprise, et ainsi à renforcer son positionnement sur le marché.

Kontakt | Contact :

Mag. Robert Korp
T: +43 1 9850523-14
r.korp@dale-carnegie.at
www.dale-carnegie.at

Semper Constantia Privatbank: Investments für die Zukunft Des investissements solides

Die Semper Constantia Privatbank verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung und einen ausgezeichneten Track Record bei direkten und indirekten Immobilieninvestments. Die Semper Constantia Immo Invest GmbH zeichnet für den Großteil dieser erfolgreichen Immobilienprodukte verantwortlich.

La Semper Constantia Privatbank possède plus de vingt ans d'expérience et un excellent historique dans le domaine des investissements immobiliers directs et indirects. La Semper Constantia Immo Invest GmbH est responsable en grande partie de ces produits immobiliers performants.

Das Angebot reicht vom offenen Immobilienfonds bis zu maßgeschneiderten Lösungen in Form von Immobilien-Spezialfonds. Dabei übernimmt die Semper Constantia Immo Invest sowohl die Administration der Fondshülle als auch das Management der in den Immobilienfonds eingebrachten Immobilienobjekte.

SemperReal Estate

Der offene Publikumsfonds der Semper Constantia Immo Invest konzentriert sich auf die stabilen Immobilienmärkte Österreich und Deutschland. Der Schwerpunkt liegt auf renditestarken Immobiliensegmenten wie Büro, Einzelhandel und Logistik in guten Lagen mit lange laufenden Mietverträgen sowie renommierten Mietern.

Immobilien-Spezialfonds

Die Semper Constantia Immo Invest bietet im Bereich der Immobilienfonds auch maßgeschneiderte Individuallösungen für institutionelle Investoren an. Bei der Auswahl von Immobilien, deren Bewirtschaftung und

im Risikomanagement orientiert sich die Semper Constantia Immo Invest an höchsten Qualitätsstandards. Die Gesellschaft legte die ersten Immobilien-Spezialfonds in Österreich auf und verwaltet die ersten beiden nachhaltigen Immobilien-Spezialfonds in Österreich.

Immobilien-Aktienfonds SemperProperty Europe und SemperProperty Global

Der SemperProperty Europe und der SemperProperty Global der Semper Constantia Invest investieren in die besten liquiden europäischen bzw. weltweiten börsennotierten Immobilienaktien und REITs, die ihr Einkommen aus der Verwaltung und Entwicklung von Immobilien erzielen. Ziel ist in beiden Fällen die Erwirtschaftung von nachhaltig attraktiven Renditen durch die Kombination eines makroökonomischen Ansatzes für die Allokation nach Branchen und Regionen mit einer Einzeltitelauswahl. Diese basiert auf fundamentalen und technischen Bewertungskriterien unter Berücksichtigung des direkten Immobilienmarktes. 

Résumé :

L'offre de la Semper Constantia s'étend des fonds immobiliers ouverts à des solutions sur-mesure sous forme de fonds immobiliers spéciaux. Semper Constantia Immo Invest se concentre sur les marchés immobiliers stables en Autriche et en Allemagne avec une spécialisation dans les segments immobiliers à hauts rendements. La solution offerte par les Vorsorgewohnungen est une forme de placement intéressante qui garantit un investissement stable et une source de revenus durable. 

Vorsorgewohnungsprojekt in 1170 Wien,
in Kürze auch neue Projekte in 1160 und 1220 Wien.



Entwicklung und Vertrieb von Vorsorgewohnungen

Vorsorgewohnungen werden grundsätzlich zum Zweck der Vermietung konzipiert und sind somit eine Anlageform, die nicht nur ein wertbeständiges Investment in Immobilien, sondern auch eine dauerhafte Einnahmequelle darstellt. Innerstädtische Lagen mit optimaler Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz und attraktiver Infrastruktur sind die Voraussetzungen für beste Vermietbarkeit und damit für den Ertrag des Investors.

Kontakt | Contact :

Semper Constantia Privatbank AG
Heßgasse 1, A-1010 Wien
T: +43 1 536 16-0
contact@semperconstantia.at
www.semperconstantia.at



Wachstum, Solidarität und Wohlfahrt. Eine bedingungslose Kombination.

Brauchen wir heute überhaupt noch Wachstum? Lässt sich unser Wohlstand und eines der teuersten Bildungs-, Gesundheits- und – ganz allgemein gesprochen – eines der teuersten Umverteilungssysteme der Welt mit neuen Steuern nicht noch effektiver gestalten? In letzter Zeit erfreuen sich sogenannte „alternative Wachstumstheorien“ immer größerer Beliebtheit und die Bestsellerlisten im Wirtschaftsbereich führen Werke an, die ihren Lesern einen Abgesang auf die bis dahin als fix geglaubten Regeln des Wirtschaftslebens geben.

Wir sehen uns heute in der Europäischen Union mit dem Umstand konfrontiert, bei nicht einmal 7% der Weltbevölkerung, knapp die Hälfte – am Gesamtvolumen betrachtet – aller weltweiten Transferleistungen über staatliche Interventionen und komplexe Steuersysteme umzuverteilen. Betrachtet man die geschätzte Bevölkerungsentwicklung und die demographischen Faktoren für die Zukunft, wird sich dieses Verhältnis noch verstärken: Für das Jahr 2060 wird den Europäern nur noch ein Anteil von fünf Prozent an der Weltbevölkerung vorausgesagt, schätzt das Europäische Statistikamt Eurostat, gleichzeitig liegt die Lebenserwartung in der EU zehn Jahre über dem weltweiten Durchschnitt und ein Ende der unterschiedlichen Umlagesysteme ist nicht in Sicht, sollten die Budgetdefizite und rekordverdächtigen Staatsverschuldungen nicht doch noch massive Einschnitte notwendig machen.

Ganz allgemein lässt sich festhalten: Sämtliche Geldleistungen, die staatlich verteilt werden, müssen zuerst einmal erwirtschaftet und vom Staat nach festgelegten Systemen eingenommen werden. Ohne vorherigen Wohlstand also auch keine Wohlfahrt! Die Aufgabe des Staates ist es für gerecht empfundene Verhältnisse zu sorgen. Nur so kann gewährleistet werden, dass Solidarität gelebt wird. Das Recht auf erwerbsloses Einkommen des einen, bedeutet für den anderen immer die Pflicht dieses vorher zu finanzieren.

Doch wer finanziert dieses gesamte System? Und wie kann ich diese Gruppe stärken und noch vergrößern? Schließlich würden sich dann die finanziellen Lasten auf mehr Schultern verteilen. Dass im

unteren Einkommensbereich eine relativ große Gruppe so wenig verdient, dass sie keine Einkommensteuer bezahlt, ist mittlerweile bekannt: Rund 2,5 Millionen der insgesamt 6,8 Millionen Lohn- und Einkommensteuerepflichtigen (Aktive und Pensionisten) in Österreich kommen nach Abzug der Sozialversicherungsbeiträge auf ein Einkommen, für das der Steuersatz null lautet. Die tatsächlichen Lohn- und Einkommensteuerzahler sind daher eine gefährdete Spezies. Diese Gruppe liefert für ihre Einkommen rund 26 Milliarden Euro ab, bezieht im Gegenzug aber rund 9,4 Milliarden Euro an Transferleistungen vom Bund. Naturgemäß sind bei den nied-

**„In letzter Zeit
erfreuen sich sogenannte
‘alternative Wachstumstheorien’
immer größerer Beliebtheit.“**

rigsten Einkommen die Steuern am niedrigsten und die Transfers am höchsten. So, wie es in einem Sozialstaat eben sein soll. Schaut man aber in die Detailzahlen der Statistik Austria so kommt man zu noch weiteren interessanten Ergebnissen: Alle, die weniger als 20.000 Euro brutto im Jahr verdienen, sind Nettoempfänger. Sie liefern insgesamt 660 Millionen Euro an Steuern ab und beziehen gleichzeitig 4,6 Milliarden Euro an Transfers. Das sind immerhin rund 3,6 Millionen Menschen. Anders gesagt: Mehr als die Hälfte der Lohn- und Einkommensteuerepflichtigen bekommt mehr vom Staat, als ihre Steuerleistung ausmacht. Dazu kommt natürlich noch der große Rest, die im Moment überhaupt nichts

oder nur sehr wenig verdienen – selbst- oder vielleicht auch gänzlich unverschuldet – Stichwort Mindestsicherungsbezieher und Geringverdiener, die durch die Mindestsicherung ihr Einkommen aufstocken.

Der Einzelne muss in schweren Lebensphasen unterstützt werden. Daran zweifelt Gott sei Dank (fast) niemand. Die Art der Unterstützung, um einen Weg aus dieser Lebensphase zu finden, ist aber strittig. Mindestsicherung als monetäre Unterstützung gewährleistet eine finanzielle Grundlage für Betroffene. Eine Problematik ergibt sich aber, wenn Mindestsicherung und Erwerbseinkommen nahe beieinander liegen und der Weg zurück in das Arbeitsleben damit kein Anreiz mehr ist. Für den Geringverdiener auf der anderen Seite würden diese Verhältnisse nicht als gerecht empfunden. In diesem Zusammenhang folgt der Ruf von manch politischer Gruppierung nach höheren Gehältern und Löhnen sehr schnell. Auf 100 Euro Bruttogehalt folgen aber für den Arbeitgeber im Schnitt noch 36 Euro Lohnnebenkosten. Gehaltserhöhungen kommen damit weder spürbar beim Mitarbeiter an noch sind sie für Unternehmen in der derzeitigen Abgabensituation leicht verkraftbar.

Auch neue Arbeitsplätze können mit überbordender Bürokratie, engen gesetzlichen Korsetten, hohen Gebühren und Abgaben und letztendlich unternehmerfeindlichem Klima nicht geschaffen werden. Das alles verhindert Wachstum. Das würde es aber brauchen, um mehr Menschen aus der Mindestsicherung in Beschäftigung zu bringen und den spürbaren Zuwachs von Gehältern und Löhnen



Redaktion und Kontakt | Rédaction et contact :

Christoph Biegelmayer, Direktor

Wirtschaftsbund Wien

c.biegelmayer@wirtschaftsbund-wien.at

www.wirtschaftsbund.at

zu gewährleisten. Investitionsanreize durch eine Investitionszuwachsprämie, die Abschaffung von Bagatellsteuern oder die stufenweise Senkung der in Wien einzigartigen U-Bahnsteuer wären erste Maßnahmen, um für einen positiven Aufschwung zu sorgen.

Letztendlich stellt sich nämlich die Frage wie lange wir ohne Wachstum noch Solidarität und Wohlfahrt miteinander vereinen können? Eine Diskussion über Rechte und Pflichten ist längst im Gange. Die Probleme sind offensichtlich. Handeln wäre überfällig! 

Résumé :

Avons-nous encore aujourd'hui besoin de croissance ? Peut-on encore réformer avec de nouveaux impôts notre système de redistribution actuel, au demeurant l'un des plus coûteux du monde ? Les formes de croissance alternatives sont à la mode. Elles viennent contrecarrer les théories classiques et suscitent un véritable enthousiasme. Beaucoup en font des livres à succès qui présentent une nouvelle façon de penser l'économie.

Aujourd'hui, nous en sommes là : moins de 7% de la population mondiale bénéficie de la moitié – si l'on considère le volume total – des revenus de transfert mondiaux issus d'interventions étatiques et de systèmes fiscaux complexes. A en croire les pronostics démographiques, ce dysfonctionnement de redistribution ne fera que se renforcer à l'avenir. En 2060, les Européens ne représenteront plus que 5% de la population mondiale (Eurostat). A cela s'ajoute une espérance de vie dans l'UE supérieure de 10 ans à la moyenne mondiale et des systèmes

de cotisations mis en danger si la situation financière des Etats continue de s'aggraver. De façon générale : toutes les prestations financières redistribuées par l'Etat doivent d'abord être enregistrées et perçues par l'Etat. On ne peut créer la richesse que par la richesse ! C'est le rôle de l'Etat de veiller à ce que la richesse soit répartie équitablement. C'est la seule façon de garantir la solidarité. Le droit d'un tel à une allocation chômage signifie l'obligation d'un autre de financer celle-ci en amont.

Mais on en revient à se demander qui finance l'ensemble du système. Comment peut-on le renforcer et le développer ? Au final, les charges financières reposeraient

« Combien de temps vivront-nous sans croissance et sans solidarité ? Les problèmes sont évidents, place à l'action ! »

ainsi sur un plus grand nombre d'épaules. Chacun sait que dans la tranche des revenus les plus faibles, un groupe assez nombreux gagne trop peu pour pouvoir payer un impôt sur le revenu. Environ 2,5 millions des 6,8 millions d'Autrichiens assujettis à l'impôt sur le revenu (actifs et retraités) se retrouvent, après déduction des cotisations de sécurité sociale à un revenu équivalent à un taux d'imposition nul. L'impôt sur le revenu est donc une espèce en voie de disparition. Si l'on regarde les chiffres de plus près, voici ce qu'il en ressort : plus de la moitié des assujettis à l'impôt sur le revenu reçoivent plus de l'Etat que le montant de leurs versements fiscaux. A cela s'ajoute bien sûr le reste, c'est-à-dire la grande part de ceux qui

pour le moment n'ont pas de revenu ou gagnent très peu. Ils sont aidés par un revenu minimum.

Il est évident qu'il faut pouvoir apporter une aide concrète à celui ou celle qui se trouve dans une phase compliquée. Personne (ou presque), et heureusement, ne vient remettre en cause un tel principe. La façon de le faire reste cependant le point de divergence. Le revenu minimum fournit un appui financier aux personnes concernées. Mais quand la différence entre le revenu minimum et un véritable salaire est trop faible, le retour à la vie active s'en trouve d'autant plus mis en péril. De nombreux politiciens demandent à ce que les salaires soient rapidement augmentés mais sur un salaire brut de 100 euros, l'employeur doit encore verser 36 euros de charges salariales. L'augmentation de salaire est donc peu sensible pour l'employé au final et pour les entreprises, compte tenu de la situation fiscale actuelle, difficilement envisageable.

De nouveaux postes de travail sont aussi compliqués à mettre en place du fait des obstacles de bureaucratie, des taxes, du climat ambiant défavorable aux entreprises... Tout cela bloque la croissance. Et pourtant, elle serait nécessaire pour sortir toute une partie de la population du revenu minimum et de pouvoir supporter l'augmentation des revenus et des salaires. A Vienne, plusieurs mesures comme des primes à l'investissement, la suppression d'impôts mineurs ou bien la diminution progressive de l'impôt sur le transport, visent à relancer la croissance.

Combien de temps vivront-nous sans croissance et sans solidarité ? Les problèmes sont évidents, place à l'action ! 



10 Jahre L'ORÉAL Österreich Stipendien FOR WOMEN IN SCIENCE



*The World needs Science -
Science needs Women*

*Because Women in Science have the
power to change the world*

L'ORÉAL Österreich: Top-Frauen in der Wissenschaft! La science au féminin !

Am 7. November 2016 wurden die L'ORÉAL Österreich Stipendien FOR WOMEN IN SCIENCE zum 10. Mal vergeben. Der Anlass wurde in einem Festakt mit Dr. Auma Obama als Gastrednerin im großen Festsaal der Österreichischen Akademie der Wissenschaften gefeiert. Die CCFA war dabei und begrüßt diese bewundernswerte Initiative.

Die Stipendien-Initiative entstand 2006, als L'ORÉAL Österreich gemeinsam mit der Österreichischen UNESCO-Kommission und der Österreichischen Akademie der Wissenschaften ein neues Förderprogramm für aufstrebende Wissenschaftlerinnen auf die Beine stellte. Die mit je € 20.000 dotierten Stipendien würdigen herausragende Leistungen und unterstützen wissenschaftliche Karrieren. Darüber hinaus möchte die Initiative Rollenvorbilder schaffen und Nachwuchstalente ermutigen. Zudem sollen öffentlich auf die Beiträge weiblicher Forschung hingewiesen und Wissenschaftlerinnen untereinander vernetzt werden. Aufgrund der hohen Bewerbungszahlen entschloss sich das Wissenschaftsministerium bereits im Gründungsjahr, die Mittel zu verdoppeln. Da diese Zusage jährlich erneuert wird, konnte L'ORÉAL in 10 Jahren 40 Frauen unterstützen.

Die Auswahl der Bewerberinnen erfolgt durch eine Experten-Jury nach den Kriterien der Exzellenz, der wissenschaftlichen Relevanz des Projekts und seiner Realisierbarkeit. Heuer wurden fünf junge Grundlagenforscherinnen ausgezeichnet, und zwar

- **Mag. Alessia Masuccio**, Molekularbiologin, Medizinische Universität Innsbruck
- **Dr. Kristin Richter**, Klimaforscherin, Universität Innsbruck
- **Ruth-Sophie Taubner**, MSc, Astrobiologin, Universität Wien
- **Dr. Livia Tomova**, Neurowissenschaftlerin, Universität Wien
- **Dr. Evelyn Zöhrer**, Biochemikerin, Medizinische Universität Graz

Mit den Stipendien werden Projekte aus unterschiedlichen Fachbereichen gefördert und dadurch wichtige Erkenntnisse über Vorgänge im menschlichen Körper und in der Natur gewonnen. 

Résumé :

Le 7 novembre 2016, L'ORÉAL Autriche a récompensé cinq jeunes chercheuses pour l'excellence de leur travail en leur remettant les bourses FOR WOMEN IN SCIENCE pour la 10ème année consécutive. L'occasion de recevoir une invitée de marque, Auma Obama, dans le cadre somptueux de l'Académie autrichienne des sciences. 

Kontakt | Contact :

Dr. Alexandra Pifl, L'ORÉAL Österreich
www.forwomeninscience.at

FOR WOMEN IN SCIENCE

ist eine weltweite Partnerschaft von L'ORÉAL und UNESCO, die 1998 ins Leben gerufen wurde. Jährlich werden fünf internationale Awards an weltweit anerkannte Spitzenforscherinnen vergeben und 15 aufstrebende Talente gefördert. Dazu kommen Stipendieninitiativen in zahlreichen Ländern, die sich, wie in Österreich, am lokalen Bedarf orientieren. Um die Erhöhung des weltweiten Frauenanteils in der Wissenschaft von derzeit 30% zu beschleunigen, haben L'ORÉAL und UNESCO 2016 ein Manifest verkündet, das 6 konkrete Verpflichtungen als Voraussetzung für einen rascheren Wandel festsetzt. Auch Sie können das Manifest durch Ihre Unterschrift unterstützen: <http://www.fwis.fr/de/manifesto>
L'ORÉAL ist das weltweit führende Kosmetikunternehmen mit rund 4.000 MitarbeiterInnen in der Forschung, darunter 70% Frauen.



Auma Obama mit den Stipendiatinnen 2016

Alle Fotos: Nico Havranek



Klaus Fassbender (L'ORÉAL) mit Gattin Makiko, Botschafter Pascal Teixeira da Silva mit Gattin Pascale, in der Mitte Céline Garaudy (CCFA)



„Sie werden ausgezeichnet, weil Sie ausgezeichnet sind!“
Auma Obama über die L'ORÉAL Stipendiatinnen



Alexandra Pifl über die bisher ausgezeichneten Stipendiatinnen: „40 Frauen, die der Wissenschaft in Österreich ein weibliches Gesicht verleihen“

FREY WILLE: Hommage an die Kraft der Liebe L'art au service de l'amour



Varianten wider. Wie auch das Gemälde, offenbart das Design zwei Pole – den weiblichen und den männlichen – die jeweils durch zuordenbare Elemente dargestellt werden: Der männliche Part wird durch die Farben Gold, Schwarz sowie grafische Elemente repräsentiert, während der weibliche Part mit zarten Pastelltönen und floralen Ornamenten dargestellt wird. Das verbindende Element zwischen den beiden Polen ist die blühende Wiese, die von der FREYWILLE Designerin als Nährboden für die Entstehung der Liebe interpretiert wurde.

Die Umsetzung dieses Designs in Feueremail war technisch sehr anspruchsvoll, da in Anlehnung an Klimt's „Goldene Phase“ insgesamt fünf verschiedene Goldarten verwendet wurden. Eine weitere Herausforderung stellten die Blüten dar, bei denen durch den Farbverlauf zwischen hellen und dunklen Farben ein spezieller Aquarelleffekt erzielt wurde. 

Kontakt | Contact :

FREYWILLE GmbH & Co KG

Mag. Ruth Albrecht

T : +43 1 599 25 791

Gumpendorfer Str. 81, 1060 Wien

communications@freywille.com

www.freywille.com

shop.freywille.com

Nach Jahren der kreativen Entwicklung haben die FREYWILLE Künstler nun den Schritt gewagt und eine eigenständige Interpretation des vielleicht bedeutendsten Gemäldes des Künstlers Gustav Klimt in edlem Feueremail verewigt. **THE ULTIMATE KISS: Eine Hommage an die Kraft der Liebe.**

Après de nombreuses années d'évolution artistique, les créateurs de FREYWILLE ont osé franchir un pas important. Ils proposent leur propre interprétation du tableau sans doute le plus emblématique de Gustav Klimt en le fixant pour l'éternité dans l'émail grand feu. **THE ULTIMATE KISS** ou quand l'art évoque la force de l'amour.

I nspiriert von Gustav Klimts weltbekanntem Jugendstil-Meisterwerk „Der Kuss“, versteht sich das FREYWILLE Design **THE ULTIMATE KISS** als eine pure und starke Hommage an die Liebe selbst. Es thematisiert die Verschmelzung zweier Seelen und spiegelt die symbolträchtige Bildsprache Klimts in unterschiedlichen



Die aufwendige Produktion lässt das Design zu einem optischen Goldrausch werden, der fasziniert, betört und überwältigt – wie die Liebe selbst.

Résumé :

La nouvelle collection de FREYWILLE est une véritable ode à l'amour. Directement inspirée du « Baiser » de Gustav Klimt, elle évoque la fusion de deux âmes et déploie toute la symbolique de l'œuvre en un jeu de couleurs exceptionnel. FREYWILLE réalise une prouesse technique en reproduisant sur l'émail grand feu les différentes nuances d'or utilisées par Klimt ainsi que les tons délicats des motifs floraux grâce à un effet d'aquarelle tout à fait unique. 



Sanofi Österreich: Soirée argentée in der Botschaft Soirée argentée à l'Ambassade

Im Oktober 2016 bat Sanofi bereits zum achten Mal zum jährlichen Veranstaltungsabend „la Soirée“. Zahlreiche Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Gesundheit folgten der Einladung in die Französische Botschaft.

En octobre 2016, Sanofi a convié ses partenaires à son événement annuel « la Soirée ». Une belle tradition initiée il y a huit ans qui a rassemblé de nombreux représentants du monde de l'économie, de la politique et de la santé, réunis pour l'occasion à l'Ambassade de France.

Wie in jedem Jahr gab es neben dem inhaltlichen auch ein farbliches Motto – in diesem Jahr stand die Veranstaltung ganz im Zeichen der Farbe „argentée“. Nach zwei Impulsreferaten entstand eine von ORF-Journalist Hanno Settele geleitete angeregte Diskussion zum Thema „Eine Gesprächsreise in den Schmerz“. Univ.-Prof. Dr. Regina Roller-Wirnsberger, Präsidentin der Österreichischen Gesellschaft für Geriatrie und Gerontologie (ÖGGG), leitete den Abend mit einem Impulsreferat zum Thema „Schmerz und der geriatrische Patient“ ein. „Bei geriatrischen Patienten sind degenerative Gelenkserkrankungen, Karzinombedingte sowie neuropathische Schmerzen die häufigsten Schmerzsyndrome. Erschwerte Schmerzmessung, Multimedikation, mangelnde Therapietreue oder Demenz sind nur einige der Herausforderungen, die bei der Schmerztherapie von geriatrischen Patienten berücksichtigt werden müssen.“

Im Anschluss bot Univ.-Prof. Dr. Günther Bernatzky von der Universität Salzburg perspektivische Einblicke zur Musikstimulation. „Aktuelle Forschungsergebnisse belegen einen therapeutischen Gewinn durch die Anwendung von Musik. Entscheidend für die Lebensqualität von Schmerzpatienten ist in erster Linie die Schmerzlinderung bis hin zur erreichten Schmerzfreiheit, erreichbar ist dies durch einen interdisziplinären Einsatz aller relevanten Disziplinen im Rahmen einer multiprofessionellen, integrierten Schmerztherapie“, stellte Univ.-Prof. Dr. Bernatzky klar.



Mag. Sabine Radl, Geschäftsführerin Sanofi Österreich, Univ.-Prof. Dr. Günther Bernatzky, Moderator Hanno Settele, Univ.-Prof. Dr. Regina Roller-Wirnsberger, Pascale Teixeira da Silva und Pascal Teixeira da Silva, Botschafter der Republik Frankreich in Österreich

©Harald Richter / Sanofi

Schmerzen kennt jeder aus eigener Erfahrung. Die wenigsten allerdings wissen, was es bedeutet, unter chronischen Schmerzen zu leiden. Jeder 5. Österreicher ist ständig von starken Schmerzen betroffen – das bedeutet einen enormen Verlust an Lebensqualität für die Betroffenen. „Chronische Schmerzen haben über die persönliche leidvolle Ebene hinaus auch gesellschaftliche, volkswirtschaftliche Dimensionen. In diesem Jahr war es unser Ziel für die Veranstaltung ‚la Soirée‘, neue Denkanstöße im gesellschafts- und gesundheitspolitischen Diskurs zur Verbesserung der schmerzmedizinischen Versorgungsstrukturen zu generieren“, zog Mag. Sabine Radl, Geschäftsführerin von Sanofi Österreich, Bilanz.

Résumé :

Comme chaque année, Sanofi avait choisi une thématique spéciale pour cette soirée tant pour le contenu que pour la couleur - cette année, argentée. Après deux exposés, le journaliste de la chaîne de télévision autrichienne ORF, Hanno Settele, a animé une discussion passionnante sur le thème d'un « voyage au cœur de la douleur ». Le docteur Regina Roller-Wirnsberger, Présidente de la société autrichienne pour la gériatrie et la gérontologie, a rappelé que « la difficulté de l'évaluation de la douleur, la combinaison de plusieurs

traitements médicamenteux, le manque d'observance thérapeutique ou la démence [étaient] autant de facteurs à prendre en compte dans la prise en charge de la douleur chez le patient gériatrique. » Dans son exposé, le docteur Günther Bernatzky de l'Université de Salzbourg, a ensuite montré quel rôle pouvait avoir la musique dans le processus thérapeutique. Il a insisté sur l'importance d'une prise en charge globale de la douleur, faisant appel à plusieurs disciplines. Au-delà du cadre individuel, les douleurs chroniques ont des répercussions sociales et économiques. Avec cette soirée, Sabine Radl, CEO de Sanofi Autriche, a voulu proposer de nouvelles pistes de réflexion pour contribuer à l'amélioration des structures de prise en charge de la douleur.

Kontakt | Contact :

Sanofi-Aventis GmbH, Österreich
Mag. Sabine Sommer
Communications Specialist
SATURN Tower
Leonard-Bernstein-Straße 10
1220 Wien
T: +43 1 801 85-1111
sabine.sommer@sanofi.com
www.sanofi.at



Dr. Michael Proksch

CCFA Mitglied wird Präsident von Eurojuris International

Michael Proksch übernimmt die Leitung des internationalen Juristennetzwerkes.

Seit Oktober 2016 steht Dr. Michael Proksch von PROKSCH & PARTNER Rechtsanwälte dem Juristenverband Eurojuris International als Präsident vor. Das Netzwerk ist mit rund 600 Standorten in weltweit 50 Ländern vertreten. Die Mitglieder sind unabhängige, mittelständische Anwaltskanzleien, die den Auswahlkriterien von Eurojuris entsprechen und im Hinblick auf die Qualitätsstandards den „10 Commandments“ des Netzwerkes verpflichtet sind. Ziel des Netzwerkes ist es, die länderübergreifende Rechtsberatung durch Mitgliedskanzleien für Unternehmen und Privatpersonen auf international hohem Niveau zu fördern und dabei die Erfüllung der Qualitätsansprüche der Kanzleien untereinander und insbesondere ihrer Klienten sicherzustellen. Michael Proksch ist seit 2009 als selbständiger Rechtsanwalt und Partner bei PROKSCH & PARTNER tätig. Die Kanzlei wurde im Jahr 1948 gegründet, wird in Dritter Generation geführt und beschäftigt mittlerweile 25 Mitarbeiter. Der mit einer Französin verheiratete zweifache Familienvater ist Experte für Start-Ups, Unternehmensrestrukturierungen und Gesellschaftsrecht. Er repräsentierte zudem das Land mehrere Jahre bei Jurismus International, der Teilorganisation von Eurojuris für junge Rechtsanwälte, und ist seit zwei Jahren Mitglied des Boards von Eurojuris International. 

Un membre de la CCFA à la tête d'Eurojuris International

Michael Proksch prend la direction du réseau international de juristes.

Depuis octobre 2016, Michael Proksch de PROKSCH & PARTNER Rechtsanwälte est président de l'association de juristes Eurojuris International. Le réseau compte plus de 600 membres répartis dans 50 pays à travers le monde. Il regroupe des cabinets d'avocats indépendants. Les études sont de petite ou de moyenne taille. Elles répondent aux critères de sélection d'Eurojuris et doivent satisfaire les normes de qualité imposées par les «10 commandements» en vigueur dans le réseau. L'objectif est de pouvoir proposer aux entreprises et aux particuliers une offre de conseil juridique internationale à travers des cabinets d'avocats partenaires. Une telle structure permet également de garantir le respect d'une exigence de qualité à la fois entre les cabinets d'avocats, mais surtout auprès des clients. Michael Proksch est avocat indépendant et associé chez PROKSCH & PARTNER. Le cabinet a été fondé en 1948, il est dirigé par la troisième génération et compte aujourd'hui 25 employés. Michael Proksch est marié avec une Française et père de deux enfants, il est spécialiste des start-up, des restructurations d'entreprises et du droit des sociétés. Il a représenté l'Autriche pendant plusieurs années au sein de Jurismus International, l'organisation d'Eurojuris pour les jeunes avocats, et il est membre du directoire d'Eurojuris International depuis deux ans. 

Kontakt | Contact :

Proksch & Partner Rechtsanwälte OG
Am Heumarkt 9/I/11
1030 Wien
T: +43 1 7134651
office@proksch.at
www.proksch.at
www.eurojuris.net



„Shalimar, Guerlain und ich!“

Natalia Vodianova, das Gesicht der Maison Guerlain hat in Zusammenarbeit mit Olivier Echaudemaison, dem Creative Director von Guerlain, ihre erste Make-up-Kollektion entworfen. Ein Teil vom Verkaufsgewinn der Kollektion wird an die von Natalia Vodianova gegründete Naked Heart Foundation gespendet.

Als Hommage an den Duft, dessen Gesicht ich seit acht Jahren bin und der meine Verbindung zu Guerlain symbolisiert, habe ich meine erste Kollektion bewusst Shalimar getauft. Diese neue Zusammenarbeit mit Guerlain ist geprägt von gegenseitigem Vertrauen. Ich kenne Olivier seit meinen Anfängen, und er ist nicht nur ein wichtiger Mensch in meinem Leben, sondern auch ein guter Freund. Ein Jahr lang haben wir gemeinsam mit dem Entwicklungsteam an diesem Projekt gearbeitet. Als große Romanikerin fasziniert mich die Legende von Shalimar, seit ich denken kann – die große Liebesgeschichte zwischen Shah Jahan und seiner geliebten Ehefrau Prinzessin Mumtaz Mahal, zu deren Ehren er das Taj Mahal erbauen ließ. In meiner Kollektion wollte ich den Prunk und die Üppigkeit des imperialen Indiens wieder aufleben lassen.“ 

Écrin Shalimar : Ombres à paupières précieuses, teintées or et saphir -
„Für dieses Écrin wünschte ich mir ultra-metallische Texturen, die für einen intensiven Blick sorgen. Bei der Farbwahl der Edelsteine und Edelmetalle gab es ebenfalls eine Inspirationsquelle: Gold und Saphir. So wird Ihr Blick zu Ihrer schönsten Zierde!“
 Limitierte Edition





Résumé :

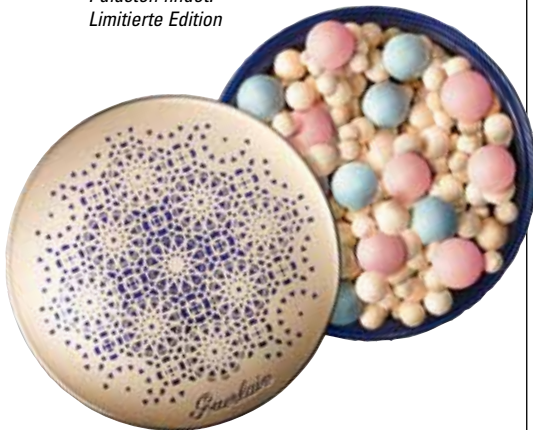
Pour la première fois, Natalia Vodianova, égérie de la Maison Guerlain, crée sa collection maquillage en collaboration avec Olivier Echaudemaïson, Creative Director de Guerlain. Une partie des bénéfices de la vente de la collection sera reversée à la fondation Naked Heart qu'elle a créée. Natalia Vodianova a travaillé sur ce projet pendant un an et a beaucoup apprécié s'appliquer au choix des textures et des couleurs. Fascinée par la légende de Shalimar, elle a voulu traduire à travers cette collection le faste et la richesse de l'Inde impériale. 🇫🇷 🇮🇳

Météorites perles de légende :

Perles de Poudre Révélatrices de Lumière –

„Ich habe mich bewusst für diese drei Nuancen der Kugeln entschieden, da sie mich an die Farben der Mosaik erinnern, wie man sie in indischen Palästen findet.“

Limitierte Edition



Kontakt | Contact :

Guerlain GmbH
Maria Rudel
Public Relations Manager
Singerstraße 6
1010 Wien
T: +43 1 533 65 65 22
mrudel@guerlain.fr
www.guerlain.com

Managen von internationalen Teams

Fremdsprachen zu beherrschen ist zu wenig! Arbeiten in internationalen Teams bedeutet sich in verschiedenen Kulturen und mit unterschiedlichen Denk- und Handlungsweisen zu bewegen.

Im gemeinsamen Umgang können zwischen den Beteiligten leicht Missverständnisse und Konflikte entstehen, welche Projekte beeinträchtigen können. Interkulturelle Kompetenz hilft, wechselseitiges Verständnis aufzubauen, Unstimmigkeiten zwischen internationalen Mitarbeitern, Kunden oder Lieferanten gar nicht erst entstehen zu lassen oder sie zu vermindern. Darüber hinaus bringt jede Auseinandersetzung mit anderen Kulturen eine persönliche Bereicherung und Effektivitätssteigerung im Unternehmen. Im Rahmen von gezielten Schulungen schafft SERVITHINK mit Information und Selbsterfahrung ein Bewusstsein dafür. Ineffiziente Kommunikation und Konflikte können dadurch vermieden und die Komplexität reduziert werden. Die emotionale Ebene, die der effizienten Kommunikation im Wege steht, wird auf eine sachliche Ebene verlagert.

SERVITHINK bietet in diesem Bereich auf Ihren Bedarf zugeschnittene, effektive Fachseminare und Einzeltrainingslösungen an:

- Interkulturelle Trainings
- Konflikt- und Stressmanagement, wie Umgang mit schwierigen Geschäftspartnern und Kunden

Effiziente und auf Ihr Unternehmen abgestimmte Microtrainings bieten darüber hinaus qualitativ hochwertige und ressourcensparende Weiterbildungsmaßnahmen. ➡

Comment gérer des équipes internationales ?

Il ne suffit pas de maîtriser les langues étrangères ! Travailler dans des équipes internationales suppose de s'adapter aux différentes cultures et



Mag. Jacqueline Sudnischnikowa

de se confronter à une grande diversité de façons de faire et de penser.

Lorsqu'il s'agit de travailler ensemble, les malentendus et les conflits peuvent facilement nuire aux projets. La compétence interculturelle aide à construire une relation de confiance mutuelle, à prévenir ou bien à réduire les éventuels désaccords entre des collaborateurs, des clients ou des fournisseurs internationaux. La confrontation avec d'autres cultures est également source d'un véritable enrichissement personnel et d'une augmentation de la productivité en entreprise. Grâce à des formations ciblées mêlant informations et témoignages, SERVITHINK réussit à développer une prise de conscience de ces différentes problématiques. La dimension émotionnelle qui empêche la communication de fonctionner efficacement se retrouve relayée au rang de l'objectivité. SERVITHINK s'adapte aux besoins de ses clients en proposant des séminaires sur-mesure et des solutions de formations individuelles sur les thèmes de l'interculturalité ou encore de la gestion du stress et des conflits, notamment dans la relation aux partenaires commerciaux et aux clients (possibilité de micro-formations spécifiques à l'entreprise). 🇫🇷 🇮🇳

Kontakt | Contact :

Mag. Jacqueline Sudnischnikowa
www.servithink-hr.at



RENAULT
Passion for life

Renault TALISMAN Grandtour

Kontrolle ist gut. 4CONTROL ist besser.



Ab

€ 29.390,-¹

4CONTROL Allradlenkung
R-LINK 2 Navigationssystem

**4 Jahre
Garantie²**

Mit dem Renault TALISMAN Grandtour haben Sie jede Situation im Griff – und das mit extrem niedrigen CO₂-Emissionen ab nur 98 g/km bei nur 3,7 l/100 km Verbrauch. 1) Unverbindlich empfohlener Listenpreis TALISMAN Grandtour ZEN ENERGY dCi 110 (ohne 4CONTROL) inkl. USt. und NoVA. 2) Garantieverlängerung auf insgesamt 4 Jahre und max. 100.000 km Laufleistung, je nachdem, was zuerst eintritt. Verbrauch 3,7–5,8 l/100 km, CO₂-Emission 98–135 g/km, homologiert gemäß NEFZ. Änderungen, Satz- und Druckfehler vorbehalten. Symbolfoto.

Renault empfiehlt **elf**

renault.at

Mit Vollgas zurück in Österreich

Un retour sur les chapeaux de roue

Im Jahr 2014 verließ Olivier Wittmann, als Vertriebsdirektor von Renault Österreich, die Alpenrepublik mit sehr guten Ergebnissen und einem weinenden Auge. Nach einer erfolgreichen Zeit in Paris und Dubai kehrt er als Generaldirektor für Österreich und die Schweiz nach Wien zurück. Eine schöne Gelegenheit für die CCFA mehr über die Neuigkeiten, Herausforderungen und Zukunft der Marken Renault und Dacia zu erfahren.

En 2014, Olivier Wittmann, alors directeur des ventes chez Renault Autriche, quitte la République alpine avec d'excellents résultats et la larme à l'œil. Après un passage à Paris et Dubai, il est de retour à Vienne en tant que Directeur Général de Renault pour l'Autriche et la Suisse. Une belle opportunité pour la CCFA d'en apprendre davantage sur l'actualité, les défis et les projets des marques Renault et Dacia.

CCFA : Sie waren bereits 6 Jahre in Österreich im Einsatz. Wie fühlt es sich an, nach 2 Jahren Abwesenheit wieder in Wien zu sein?

Olivier Wittmann: Als ich im Jahr 2008 als Kundendienstdirektor nach Wien gekommen bin, habe ich bereits das Leben hier besonders angenehm empfunden. Sobald ich 2012 Vertriebsdirektor und dann Country Manager wurde, war ich sehr viel im Händlernetz unterwegs. Damals habe ich noch viel mehr von diesem wunderschönen Land gesehen und auch seine Vielfältigkeit kennen und schätzen gelernt. Als ich 2014 Österreich verlassen habe, um die Verantwortung als After-Sales Direktor der Region Afrika-Mittlerer Osten-Indien zu übernehmen, erlebte ich natürlich eine riesige Umstellung. Ich war ständig auf Reisen und muss zugeben, dass ich Wien und die vielen Freunde, die ich hier zurücklassen musste, oft vermisst habe. Die Rückkehr nach Wien war für mich also wie eine Heimkehr! Ich bin sehr glücklich, wieder hier zu sein, obwohl ich meine Zeit in Wien mit Zürich teilen muss, da ich jetzt Generaldirektor für Österreich und die Schweiz bin. Und meine Familie lebt ebenfalls in Zürich, wo vor allem meine beiden Töchter die Nähe zum Züricher See sehr genießen. Aber manchmal kommen sie auch sehr gerne mit mir nach Wien, um „alte“ Freunde wieder zu treffen. Als Vorstandsmitglied der CCFA habe ich hier auch wieder bekannte Kollegen gefunden.

CCFA : Was unterscheidet den österreichischen Markt von jenem der Schweiz?

OW: Der Automobilmarkt ist in beiden Ländern etwa gleich groß. Am auffälligsten ist jedoch, dass die Schweizer gerne PS-starke Autos

mit hoher Ausstattung fahren, obwohl Schnelfahren dort besonders hart bestraft wird. Der Österreicher wiederum bevorzugt Diesel. Die Renault-Gruppe beantwortet diese Nachfrage mit einem umfangreichen Angebot von innovativen Motoren. Generell ist die Renault-Gruppe in Österreich etwas stärker vertreten und hat im letzten Kalenderjahr 8,1 Prozent Marktanteil erzielt.

CCFA : Was macht die Renault Gruppe in Österreich so erfolgreich?

OW: Wir haben in den letzten vier Jahren ein Feuerwerk von Modellneuheiten auf den Markt gebracht. Das neue Design von Laurens van den Acker ist bei unseren Kunden hervorragend angekommen, weil unsere Fahrzeuge jetzt viel selbstsicherer, muskulöser und dynamischer auf der Straße wahrgenommen werden. Zuletzt haben wir den neuen Scénic präsentiert, auf den die internationale Presse geradezu euphorisch reagiert hat! Dazu kommen unsere verbrauchsarmen Motoren, das hohe Sicherheitsniveau und die innovativen Fahrassistenzsysteme. Kurz gesagt, wir verfügen aktuell über die jüngste Modellpalette auf dem Markt, unsere kaufmännischen Aktionen funktionieren, die Werbemaßnahmen kommen gut an, und wir bieten ein professionelles Händlernetz – wir haben also alle Trümpfe in der Hand, um weiter zu beschleunigen.

CCFA : Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die nächste Zeit?

OW: Als ich 2008 nach Österreich gekommen bin, war es eine große Herausforderung, die österreichische Sprache zu lernen! Nein -

«Ohne Elektromobilität wird es schwierig, die Klimaziele der EU zu schaffen»



Olivier Wittmann

Olivier Wittmann, « côté privé » :

Né à Sarreguemines (département 57)

le 18/04/1968

Situation familiale : Marié, deux filles, Jade 14 ans et Mathilde 9 ans

Formation : Wirtschaftshochschule (ESCP-EAP) Ecole Supérieure de Commerce de Paris

Loisirs : Hockey/Glace, Tennis, Sport Auto

Philosophie de vie : « Un pessimiste voit la difficulté dans chaque opportunité, un optimiste voit l'opportunité dans chaque difficulté. » (W.Churchill)

Spaß ohne – das war tatsächlich schwierig, aber es war auch eine Zeit, in der wir den Beginn der Wirtschaftskrise erleben mussten. Bei Renault haben wir im Bereich Kundendienst neue und wichtige Programme für eine hohe Kundenzufriedenheit umgesetzt und sehr intensiv mit unserem Händlernetz gearbeitet. Heute gehen wir schon einen

Renault in Österreich – Fakten:

- 82 Mitarbeiter (Stand Ende 2015)
- Jän.-Dez. 2015: 27.638 Zulassungen (PKW und leichte Nutzfahrzeuge)
8,1 % Marktanteil
- 1. Platz am Elektroautomarkt
- 1. Platz innerhalb der französischen Konstrukteure
- 188 Verkaufsstützpunkte

Neue Modelle 2016:

Mégane und Mégane Grandtour

Talisman und Talisman Grandtour, Scénic

www.renault.at

©Christian HOJDEK

Schritt weiter: Der Kunde erwartet von uns innovative Serviceleistungen, und der Besuch im Autohaus muss zum Erlebnis werden! Wir müssen den Interessenten bereits über elektronische Plattformen wie Internet und Social Media-Kanäle nicht nur Informationen zukommen lassen, sondern ihnen auch die Werte unserer Marken vermitteln. Es geht also darum, möglichst viele bestehende Kunden davon zu überzeugen, dass sie bei uns gut aufgehoben sind. Gleichzeitig muss es uns gelingen, mit unseren großartigen Produktneuheiten neue Kunden zu gewinnen! So konnten wir z.B. mit dem neuen Espace über 60 Prozent neue Kunden gewinnen, mit den Elektrofahrzeugen zahlreiche neue Flottenkunden von Renault überzeugen und Dacia-Kunden kommen zu rund 85 Prozent von anderen Marken.

CCFA : Der CCFA Smart Cities Event am 24.5. mit Renault Elektrofahrzeugen hat gezeigt, wie stark die Marke Renault in Bereich Elektromobilität auf dem Vormarsch ist. Wie weit sind Sie mit der Marktdurchdringung im Bereich Elektromobilität in Europa und insbesondere Österreich?

OW: Das ist eine wichtige Herausforderung. Hier müssen wir herstellerseitig die Technologien laufend weiterentwickeln – soeben haben wir den ZOE mit der neuen Batterie für eine Reichweite von bis zu 400 Kilometer lanciert – und der Bevölkerung die zahlreichen Vorteile bewusst machen. Wir sind seit Ende 2011 der erste Hersteller auf dem Markt, der eine Palette von alltagstauglichen Elektrofahrzeugen anbietet und rangieren sowohl in Europa, als auch in Österreich an erster Stelle im Segment der Elektro-PKW. In Österreich konnten wir dank der Steuerreform seit Jänner, den Absatz in diesem Jahr sogar

verdreifachen. Wir vertrauen auch weiterhin darauf, dass uns die Politik während dieser wichtigen Einführungsperiode mit weiteren Förderungen begleitet, um die notwendigen Impulse für einen schnelleren Durchbruch zu setzen. Denn ohne Elektromobilität wird es schwierig sein, die Klimaziele der EU zu erreichen.

CCFA: Sie wirken gelassen. Worauf sind Sie als Renault Generaldirektor stolz?

OW: Es ist uns gelungen, den Renault-Pkw-Marktanteil von 5,4% auf 5,8% zu steigern. Dacia konnte von 2,3% auf 2,4 % zulegen. Wir liegen Monat für Monat über unseren eigenen Prognosen, sodass ich davon ausgehe, dass wir die bisher erzielten Ergebnisse am Jahresende noch übertreffen werden. Wir sind seit heuer die zweitgrößte Vertriebsorganisation in Österreich – in dieser Position wollen wir uns natürlich weiterhin behaupten! Die Renault Gruppe wird dieses Jahr einem Marktanteil (PKW und leichte Nutzfahrzeuge) von über 8,5 Prozent erreichen und sich damit der magischen 9 annähern. Mittelfristig ist ein zweistelliger Marktanteil durchaus vorstellbar.

CCFA: Wenn Sie einmal Zeit zum Ausspannen haben, was machen Sie dann am liebsten?

OW: Ich spiele seit meiner Kindheit Eishockey! In Wien trainiere ich, wie schon zuvor, zwei Mal die Woche als Verteidiger in einer Mannschaft. Für mich ist das ein perfekter Ausgleich zum Berufsleben und eine gute Übung für Teamspirit. Darüber hinaus kann ich – als einziger Ausländer in der Mannschaft – die Menschen im Land besser kennenlernen. Zur wärmeren Jahreszeit bin ich nach wie vor ein leidenschaftlicher Motorradfahrer! In Österreich und vor allem in der näheren

Umgebung von Wien findet man wunderschöne Strecken auch für kürzere Ausfahrten! Sonst genieße ich ebenso gesellige Abende mit Freunden bei gutem Essen und einem gepflegten Glas Wein. 🍷

Résumé :

Un « retour au pays » : voici comment Olivier Wittmann décrit son retour à Vienne après deux ans à Paris et Dubai à la direction du service après-vente de la zone Afrique/Moyen-Orient/Inde. Il retrouve l'Autriche - sa qualité de vie, ses amis et son réseau professionnel (Olivier Wittmann est membre du directoire de la CCFA) - avec un plaisir non dissimulé, même si son poste actuel l'oblige à faire la navette entre Vienne et Zürich où vit sa famille. Les Suisses misent sur les véhicules puissants avec un équipement très perfectionné, là où les Autrichiens privilégient le Diesel. Entre les deux pays, c'est en Autriche que le groupe Renault est le plus présent avec une part de marché de 8,1% en 2015. Pour garantir une satisfaction client optimale, le groupe a mis en place des outils performants et développe également sa communication digitale axée, entre autres, sur la diffusion des valeurs de Renault. L'objectif : fidéliser mais aussi, grâce aux innovations produits constantes, attirer de nouveaux clients. Renault peut se féliciter d'être leader en Europe comme en Autriche sur le segment des véhicules particuliers écologiques. Les chiffres parlent d'eux-mêmes (évolution de la part de marché des véhicules particuliers Renault de 5,4% à 5,8% l'année dernière et de 2,3% à 2,4% pour Dacia) : Renault poursuit une belle phase de croissance en Autriche. Un Directeur général confiant en l'avenir donc. 🇧🇪 🇫🇷

Willkommen im Business-Club

Bienvenue au Business-Club



Mathilde Aureau

Chers membres,

Il n'y a de fixe que le changement » dit-on souvent... Mais c'est sans aucun doute pour cela que la vie vaut la peine d'être vécue ! Après 4 ans et demi au poste de responsable communication à la CCFA, me voilà en train de rédiger mon dernier édito pour revenir avec vous sur les événements de ce début de saison. Notre soirée de rentrée à l'Expat Center a été, comme toujours, un grand succès, puis nous nous sommes retrouvés au Hilton Plaza pour une coopération avec le cabinet d'avocats DLA Piper et nos homologues américains et britanniques pour un débat sur le Brexit. Dernière rencontre en cette fin d'année : une autre tradition bien ancrée, la Soirée Beaujolais Nouveau au Mercure Grand Hotel Biedermeier. Merci à nos sponsors pour leur contribution ! Dernier édito donc, et ce n'est pas sans émotion. Je mesure le chemin parcouru, à la fois professionnel et personnel. Je quitte la CCFA et Vienne pour retrouver ma ville natale de Paris. J'aimerais vous redire ici ma grande fierté d'avoir contribué, à mon humble mesure, à l'animation d'un réseau aussi dynamique. Merci pour la richesse de nos coopérations, votre engagement indéfectible aux côtés de la CCFA, mais aussi, et, du fond du cœur, pour les formidables relations humaines, amicales même avec certains d'entre vous, que j'ai pu tisser au cours de ces années. Je passe le relais à Julia Pober et Virginie Van Reepinghen qui ne manqueront pas aux côtés de Céline Garaudy de continuer à faire vivre le réseau avec l'enthousiasme qui était le mien. 🇫🇷

Mathilde Aureau



Foto 1 bis 12:
Soirée de rentrée @
Expat Center Vienna –
19.9.2016





Liebe Mitglieder,

Es gibt nichts Fixes im Leben außer die Veränderung“ so sagt man oft... Aber das ist sicher einer der Gründe, die das Leben lebenswert machen! Nach viereinhalb Jahren als Kommunikationsleiterin bei der CCFA bin ich jetzt dabei, mein letztes Edito zu schreiben, um mit Ihnen auf die letzten Events unseres Saisonstarts zurückzublicken. Unsere Soirée de Rentrée im Expat Center war, wie immer, ein großer Erfolg. Dann haben wir uns im Hilton Plaza für eine Diskussion über den Brexit mit DLA Piper und unseren Partnern der amerikanischen und britischen der Handelskammern getroffen. Die letzte Veranstaltung vor dem Jahreswechsel: die Beaujolais Nouveau Feier im Mercure Grand Hotel Biedermeier. Danke an unseren Sponsoren! Das letzte Edito also. Nein, das geht nicht ohne emotional zu werden. Ich reflektiere den zurückgelegten Weg, sowohl in beruflicher als auch privater Hinsicht. Ich verlasse die CCFA und Wien und kehre in meine Heimatstadt Paris zurück. Ich würde gerne diese Gelegenheit nützen um Ihnen noch einmal zu sagen, wie stolz ich bin, mit meinen begrenzten Möglichkeiten, zur Förderung eines solchen dynamischen Netzwerkes beigetragen zu haben. Danke für unsere spannenden Kooperationen, für ihr treues Engagement an der Seite der CCFA, aber auch - und das von ganzem Herzen - für die unglaublich schönen menschlichen, und manchmal sogar freundschaftlichen, Beziehungen, die im Laufe dieser vielen Jahre entstanden sind. Ab Jänner 2017 werden meine Kollegin, Julia Pober, und meine Nachfolgerin, Virginie van Reepinghen, an der Seite von Céline Garaudy, meine Agenden übernehmen und werden – davon bin ich fest überzeugt - mit der gleichen Begeisterung zum Erfolg der CCFA beitragen. 🇦🇹

Ihre Mathilde Aureau

Foto 13 bis 20: Brexit: Myths and realities in cooperation with DLA Piper, the Austrian British Chamber of Commerce & the AmCham @ Hilton Plaza – 11.10.2016

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22



> business-club | business-club



Die gesamten Fotos und unseren aktuellen Veranstaltungskalender finden Sie auf unserer Homepage unter www.ccfa.at! (© Sabine Klimpt)!

Veillez trouver toutes les photos ainsi que le calendrier de nos manifestations sur www.ccfa.at ! (© Sabine Klimpt) !



Foto 23 bis 40:
Soirée Beaujolais Nouveau
@ Mercure Grand Hotel
Biedermeier – 17.11.2016



Attitude impériale. Porcelaine Augarten.



AUGARTEN
WIEN

Since 1718



Herzlich willkommen Bienvenue

> Neue Mitglieder | Nouveaux membres

■ AYOVIE (Académie de Yoga de Vienne)

Wilhelm Exner Gasse 23/4

1090 Wien

Tel: +43 664 211 18 38

Geschäftsführung und Kontakt /

Direction et contact :

Aliette et Jérôme Balladur

info@ayovie.com

Branche: Hatha Yoga -

Méditation – Yoganidra

www.ayovie.com



■ COMPTOIR DES CONFISEURS -

LE ROY RENÉ

12, rue Hoche

78000 Versailles, Frankreich

Tel: +33 4 42 39 29 89

Geschäftsführung und Kontakt /

Direction et contact : Christophe Chevallier

Tel : +33 6 47 91 11 13

christophe.chevallier@outlook.com

Branche: Handel, Konsumgüterindustrie /

Commerce, industrie de biens de consommation

www.calisson.com



■ Dale Carnegie Austria -

DCA Training GmbH

Rahlgasse 3/3, 1060 Wien

Tel: +43 1 9850523-0

Geschäftsführung / Direction :

Mag. Robert Korp, Managing Partner (Foto)

r.korp@dale-carnegie.at DW: -18

Kontakt / contact :

DI Dr. Clemens Widhalm, Managing Partner

c.widhalm@dale-carnegie.at DW -17

Branche : Personalberatung,

Personalmanagement / Ressources humaines

www.dale-carnegie.at

www.dalecarnegie.com



■ Marie Fauré-Weiß

Dolmetscherin und Übersetzerin

Französisch/Deutsch

Heinrich-Kröllner-Straße 13

81545 München, Deutschland

Geschäftsführung und Kontakt /

Direction et contact : Marie Fauré-Weiß

Tel : +49-1728467746

marie.faure@t-online.de

Branche: Übersetzung, Dolmetschen /

Traduction, interprétariat



■ Sektkellerei Gebrüder Szigeti GmbH

Am Anger 31

7122 Gols

Tel: +43 2173 2167

Geschäftsführung / Direction :

Peter und Norbert Szigeti

Kontakt / contact :

Mag. Clemens Wright

clemens.wright@szigeti.at

sektkellerei@szigeti.at

Branche: Wein & Spirituosen /

Vins et spiritueux

www.szigeti.at



> Nouvelles têtes | Neue Köpfe

Valentin Jezioro tritt die Nachfolge von Hubert Scuiereb als Geschäftsführer von **TOTAL AUSTRIA** und **TOTAL SUISSE** an.

Wir wünschen ihm viel Erfolg in seinen neuen Aufgaben!

Valentin Jezioro succède à Hubert Scuiereb en tant que Directeur Général de **TOTAL AUTRICHE** et **TOTAL SUISSE**. Nous lui souhaitons beaucoup de succès dans ses nouvelles fonctions !



Christian Tomsen ist der neue Geschäftsführer von **Air Liquide Austria**. Damit löst er Dipl.-Ing. Martin Schulz ab. Wir gratulieren ihm ganz herzlich und wünschen ihm viel Erfolg!

Christian Tomsen est le nouveau Directeur Général d'**Air Liquide Autriche**. Il succède ainsi à Martin Schulz. Nous le félicitons chaleureusement et lui souhaitons beaucoup de succès !





FREYWILLE

shop.FREYWILLE.COM • FREYWILLE.COM | VIENNA
WIEN Stephansplatz 5 • Albertinaplatz • Vienna Airport
Gumpendorfer Straße 81 • Tel. 01-699 25 450

NEW COLLECTION
THE ULTIMATE KISS

