

Caléidoscope

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

**Big data, blockchains and Co:
trend ou diktat?
Trend oder Diktat?**

Im Interview / Entretien :
Klaus Fassbender, L'Oréal Österreich

Business-Club: Exklusiver Jahresbeginn
Un début d'année prestigieux



LONGCHAMP

P A R I S

GRABEN 14-15 - WIEN
GETREIDEGASSE 13 - SALZBURG



Editorial | Éditorial

www.cffa.at

Chers amis de la CCFA!
Liebe Freunde der CCFA!

Sind wir für die Veränderungen der nächsten Jahrzehnte gewappnet? Diese Frage scheint in allen Epochen allgegenwärtig: von der Erfindung der Dampfmaschine über die Lancierung von Automobilen bis hin zu den ersten Computern – die Pessimisten waren stets misstrauisch gegenüber dem Fortschritt, wohingegen die Optimisten daraus Vorteile zogen. In Europa, erlassen wir munter Gesetze und unterstützen dadurch die Desindustrialisierung während die Industrie 4.0 nicht mehr der Hauptmotor von Arbeitsplätzen ist. Um die Schaffung von Arbeitsplätzen tatsächlich anzukurbeln, wird es notwendig sein, völlig neue Nischen zu kreieren, vor allem in den Bereichen der Digitalisierung und Uberisierung, ... Und diese Entwicklung vollzieht sich viel schneller als wir es uns vorstellen können! Sind unsere Bildungs- und Ausbildungssysteme darauf vorbereitet? Ist unsere Einstellung gegenüber der Beschäftigung und der Rolle des Staates innerhalb der Gesellschaft überholt? Wenden wir unseren Blick gen Asien: in Hongkong, Shanghai-Hangzhou oder Singapur hat die digitale Welt bereits den Alltag der Menschen erreicht. Sie sehen diese digitale Revolution nicht als Gefahr, sondern vielmehr als Möglichkeit für ihre Zukunft. In vielen asiatischen Ländern, erlässt der Staat Gesetze ganz im Zeichen von Erleichterungen und Inkubationen. In dieser Ausgabe handeln zahlreiche Artikel von den Herausforderungen und Möglichkeiten, die diese digitale Revolution mit sich bringt. Und es scheint glücklicherweise ganz so, als würde sich Europa dafür entscheiden auf diesen Zug aufzuspringen. ➔

Sommes-nous armés face aux changements qui s'annoncent dans les prochaines décennies? Cette interrogation, vrai corollaire au progrès, a été récurrente à toutes les époques: de l'apparition des machines à vapeurs, des véhicules automobiles à celle des premiers ordinateurs, les pessimistes ont toujours été réticents au progrès alors



que les optimistes y ont tiré leurs chances. Sur le vieux continent, nous légiférons et subventionnons contre la désindustrialisation alors que l'industrie 4.0 ne sera plus vraiment créatrice d'emplois de masse. Afin de réellement stimuler la création d'emploi, il faut créer de nouveaux métiers notamment dans le digital et l'ubérisation... Cette évolution va plus vite que nous le pensons! Notre système d'éducation est-il adapté? Nos mentalités vis-à-vis du rôle de l'État ne sont-elles pas dépassées? Tournez notre regard vers l'Asie: à Hong Kong, Shanghai-Hangzhou ou Singapour, le digital est intégré au quotidien des peuples qui voient en cette révolution une chance pour leur avenir et non un péril. Dans ces pays, l'État légifère toujours en tant que facilitateur et incubateur. De nombreux articles de cette édition sont consacrés aux enjeux et chances que représente ce virage. La révolution digitale a déjà commencé! Et heureusement, il semble que l'Europe a bien décidé d'y prendre part. ➔

Céline Garaudy, *Directrice* | *Directrice*

Inhalt Sommaire

- 4 Panorama | Panorama**
 - Vienna Auto Show 2017: Renault Österreich
 - VINCI Energies Industry & Infrastructure Austria
- 6 Extra | Extra**
 - L. Derksen und Co
 - Dorda Rechtsanwälte
- 8 CCFA-Analyse | Analyse de la CCFA**
Big data, Blockchains and Co: trend ou diktat?
- 10 Fokus | Zoom**
 - Hotel am Konzerthaus MGallery bei Sofitel
 - Sanofi
 - NOVOMATIC
- 14 Kurzportrait | Portrait**
 - Marie Fauré-Weiß
 - Dale Carnegie
 - Dr. Bernhard Wisleitner, UBW
- 17 Interview | Entretien**
Klaus Fassbender, L'Oréal Österreich
- 19 Business-Club | Business-Club**
- 22 Neue Mitglieder | Nouveaux membres**



Panorama

Renault: Vollgas in die Zukunft Renault : l'avenir à toute vitesse

Auch heuer fand von 12. bis 15. Jänner 2017 die Vienna Autoshow statt. Die CCFA berichtet über die wichtigsten Neuheiten des französischen Autoherstellers Renault und ist vom Angebot für saubere E-Mobilität begeistert! Cette année encore, du 12 au 15 janvier 2017, s'est tenu le Salon de l'automobile de Vienne. La CCFA vous fait découvrir les dernières nouveautés du célèbre constructeur au losange notamment les étonnantes innovations en matière de mobilité responsable.

Der neue Koleos – Das SUV Top-Modell

Mit dem neuen Koleos feiert Renault eine wichtige Österreich-Premiere und darf als drittes Modell neben Captur und Kadjar das SUV-Angebot ergänzen. Besonders auffallend ist das kraftvolle und robuste Erscheinungsbild, das typische SUV-Stilelemente mit der Raffinesse einer Business-Limousine vereint. So punktet das 4,67 Meter lange Topmodell mit großzügigem Innenraum und hohem Sitzkomfort und begeistert mit einer breiten Auswahl an Fahrerassistenzsystemen: Notbremsassistent, Verkehrszeichenerkennung, Sicherheitsabstands-Warner, Müdigkeitserkennung und Toter Winkel-Warner – um nur ein paar zu nennen. Als Motorisierungen stehen zwei Dieselantriebe mit einem Leistungsspektrum zwischen 96kW/130 PS bis 127kW/172 PS zur Auswahl. Überzeugend ist auch das moderne Onboard-Infotainment System R-LINK 2, das sich per Touchscreen, Sprachsteuerung und Lenkradfernbedienung steuern lässt.

Der neue Scénic – Dieselmotor mit Hybrid-Assist-System

Sportlich und stark wie nie zuvor präsentiert sich der Renault Scénic in der vierten Auflage. Er verfügt über die modernsten Fahrerassistenzsysteme und wird erstmals in der Renault Historie von einem Dieselmotor mit Hybrid-Assist-System angetrieben. Ganz neu ist auch der Müdigkeitswarner und der serienmäßige Notbremsassistent mit Fußgängererkennung, der im Falle einer drohenden Kollision selbstständig bis zum Stillstand abbremst. Mit seinem eleganten Design und vielen praktischen Details bringt somit der neue Scénic eine große Portion Dynamik und schreibt seine Vorreiterrolle in ihr jeweiliges Segment vor.



(Bild links unten) v.l.n.r.: Pascal Teixeira da Silva (Französischer Botschafter in Österreich), Dorit Haider (Direktorin Kommunikation Renault Österreich) Olivier Wittmann (Generaldirektor Renault Österreich)

Der neue ZOE – Einen Schritt weiter in der E-Mobilität

Ein erheblicher Innovationssprung im Bereich der Elektromobilität gelingt Renault mit dem neuen überarbeiteten ZOE. Mit einer unglaublichen NEFZ-Reichweite von 400 km erzielt er nahezu die doppelte Reichweite seines Vorgängermodells und somit positioniert sich Renault als Marktführer bei Elektrofahrzeugen. Möglich macht das die völlig neu entwickelte Z.E. 40 Lithium-Ionen Antriebsbatterie mit höherer Energiedichte. Exklusiv für den ZOE mit Z.E. 40 Batterie ist auch die neu eingeführte Topausstattung BOSE Edition verfügbar, die unter anderem mit Lederausstattung mit Sitzheizung für die Vordersitze und ein spezielles BOSE Premium Soundsystem aufwartet. 🚗

Résumé :

Renault a profité de la nouvelle édition du Salon de l'automobile de Vienne pour y dévoiler ses 3 plus grandes attractions : le nouveau Koleos, le nouveau Scénic et la nouvelle ZOE. Le nouveau Koleos poursuit le renouvellement de sa gamme en associant le style robuste des SUV et l'élégance d'une grande berline. Le nouveau Scénic 4 inaugure la technologie hybride avec le système Hybrid Assist réduisant considérablement la consommation. Renault vient enfin électrifier le marché avec la nouvelle ZOE dont l'autonomie de 400km NEDC pulvérise tous les records. Le constructeur au losange assure ainsi sans conteste sa place de leader sur le marché des automobiles électriques en Autriche. 🇺🇸 🇫🇷

VINCI Energies Industry & Infrastructure Austria: Portrait eines Erfolgs Portrait d'une réussite

Die 1.600 regional verankerten und agilen Business Units von VINCI Energies erhöhen jeden Tag die Zuverlässigkeit, Sicherheit und Effizienz von Energie-, Verkehrs- und Kommunikationsinfrastrukturen, Fabriken und Gebäuden. Erfahren wir mehr über die Tätigkeitsfelder der Gruppe in Österreich vertreten unter anderem durch VINCI Energies Industry & Infrastructure.

Ancrées dans les territoires et organisées en mode agile, les entreprises de VINCI Energies rendent les infrastructures d'énergie, de transport et de communication, les usines ainsi que les bâtiments chaque jour plus fiables, plus sûrs, plus efficaces. Découvrons plus en détails une partie de ses activités en Autriche, portées par VINCI Energies Industry & Infrastructure Austria.

Mit zwei Gesellschaften ist Vinci Energies Industry & Infrastructure insbesondere in den Branchen „Industrie“ und „Infrastruktur“ tätig. Sie ist außerdem mit zwei globalen Netzwerkmarken vertreten: Citeos und Actemium.

Die Wiener Cegelec GmbH ist führender Anbieter von herstellerunabhängigen, elektro- und automatisierungstechnischen Gesamtlösungen.

Innerhalb der definierten Kernsegmente

- **Verkehr** (Außenaustritt unter der lokalen Marke „Cegelec“)
- **Beleuchtung** (Außenaustritt unter der globalen Konzernmarke „Citeos“)
- **Energieversorgung & erneuerbare Energien** (Außenaustritt unter der globalen Konzernmarke „Actemium“)
- **Öl & Gas** (Außenaustritt unter der globalen Konzernmarke „Actemium“)
- **Metalle & Stahl** (Außenaustritt unter der globalen Konzernmarke „Actemium“)

bietet die Cegelec GmbH ein vollständiges Leistungsspektrum, von der Beratung im Zuge der Projektentwicklung, über die Realisierung, bis hin zur Wartung und Instandhaltung.

Die oberösterreichische Controlmatic GmbH / Der Geschäftsbereich „Actemium Industry Automation Enns“ erstellt individuelle Lösungen, die auf die Anforderungen von IndustriekundInnen in den Segmenten

- **Metalle & Stahl**
- **Chemie & Pharma**
- **Life Science**

zugeschnitten sind. Vor allem Flexibilität und fachliche Vielseitigkeit durch die Projekterfahrung in Kernbranchen stehen im Fokus. Als ein führender, unabhängiger Systemintegrator sieht Controlmatic GmbH es als seine Pflicht an, den KundInnen für deren Bedürfnisse eine



Citeos - Beleuchtung in Wien Hauptbahnhof

technisch und wirtschaftlich optimale Lösung anzubieten. 

VINCI Energies Industry & Infrastructure Austria est spécialisé, à travers ses deux sociétés Cegelec GmbH et Controlmatic GmbH, dans les domaines de l'industrie et de l'infrastructure et représenté par deux marques : Actemium et Citeos.

La société Cegelec GmbH est le premier fournisseur de systèmes de production indépendant dans le secteur de la technologie électronique et de l'automatisation. Elle offre un panel de services qui s'étend du conseil à la réalisation et la planification de projets en passant par la maintenance et la réparation. Ceux-ci s'articulent autour de 5 segments :

- **Transports** (représenté par la marque locale "Cegelec")
- **Éclairage** (dont l'offre est portée par la marque de réseau „Citeos“)
- **Approvisionnement énergétique et énergies renouvelables** (porté par la marque de réseau „Actemium“)

- **Pétrole et gaz** (représenté par la marque de réseau „Actemium“)
- **Métal et Acier** (dont l'offre est portée par la marque de réseau „Actemium“)

La société Controlmatic GmbH, dont l'offre est portée par Actemium Industry Automation Enns, met quant à elle en place des solutions individuelles répondant aux besoins des industries dans les segments suivants :

- **Métal & Acier**
- **Chimie et Pharmacie**
- **Sciences de la vie**

La flexibilité et la polyvalence des compétences apportées par l'expérience sont de mise, en particulier dans les domaines d'activité clés. En tant que premier intégrateur de systèmes indépendant, Controlmatic GmbH considère qu'il est de son devoir d'apporter à ses clients la réponse la plus optimale possible, tant sur le plan technique qu'économique. 

Kontakt | Contact :
www.cegelec.at

Extra



Polo et bulles de Champagne Edle Rösser und Champagner

Pour la deuxième année consécutive, soit du 9 au 11 juin, la Pol Roger Cup aura lieu au Polo Club Niederweiden. En résumé, historique d'un événement hors du commun qui réunit le sport des rois aux célèbres bulles de la Maison Pol Roger. Bereits zum zweiten Mal in Folge, findet der Pol Roger Cup heuer von 9. bis 11. Juni im Polo Club Niederweiden statt. Kurzüberblick über einen außergewöhnlichen Anlass, der die Welt des Sports der Könige mit den edlen Tropfen eines der prestigeträchtigsten Champagnerhäuser vereint.



Polo Club Niederweiden

Au cœur de la "pampa" autrichienne, à moins d'une heure du centre de Vienne, se trouve le Polo Club Niederweiden. Non loin de la frontière slovaque, dans l'ancien parc du Schloss Niederweiden, une des résidences préférées du Kaiser Franz-Joseph, Gerhard Hermann, avocat viennois et joueur de polo passionné (Vice-champion d'Europe en 2012 avec l'équipe nationale autrichienne), a créé en 2010 un club de polo dans le plus pur style argentin, avec ses grands espaces et son club house dont l'architecture rappelle celle des estancias. Tout au long de la saison, de mai à septembre, se retrouvent sur les deux terrains du club des joueurs amateurs autrichiens, hongrois, slovaques et bien entendu les professionnels argentins qui, chaque année, quittent l'hiver de Buenos Aires pour venir jouer les différents tournois européens avec leurs patrons respectifs. La finale de la Pol Roger Polo Cup aura lieu le dimanche 11 juin dans l'après-midi (match pour la troisième place et puis finale) et sera l'occasion à ne pas manquer pour découvrir le sport des

rois. Tout en regardant les joueurs s'affronter pour remporter un des tournois de polo les plus relevés d'Europe centrale, vous pourrez profiter de cette ambiance dépaysante en dégustant un verre de vin argentin de Mendoza (Bodega Piedra Negra), un cocktail Pimm's so British, ou bien entendu les célèbres bulles de Champagne de la maison Pol Roger, qui sponsorise depuis bien longtemps le polo autour du monde, et est depuis 2016 le partenaire officiel du club. Le club organise également la Baker & McKenzie Cup début juillet, et pour la première fois cette année la Pol Roger Polo League (cinq Amateur Cups de mai à septembre). 🇺🇦 🇷🇺

Inmitten der österreichischen Einöde und dennoch nicht einmal eine Stunde von der Wiener Innenstadt entfernt, befindet sich der Polo Club Niederweiden. Unweit der slowakischen Grenze im ehemaligen Park des Schloss Niederweiden, eine der Lieblingsresidenzen von Kaiser Franz Joseph, gestaltete der Wiener Anwalt und passionierte Polospieler (Europäischer Vize-

Champion mit der österreichischen Nationalmannschaft im Jahr 2012) Gerhard Hermann 2010 einen Polo-Club ganz im argentinischen Stil mit großen Weiten und einem Clubhaus ganz im Sinne der klassischen Estancias. Während der gesamten Saison, von Mai bis September, finden sich auf den beiden Spielfeldern des Clubs Amateurspieler unterschiedlicher Nationen (Österreicher, Ungarn, Slowaken,...) zusammen und auch argentinische Profis, die jedes Jahr dem Winter von Buenos Aires entfliehen um in Europa an verschiedenen Turnieren mit ihren jeweiligen Teamchefs teilzunehmen. Das Finale des Pol Roger Cup (Match um den dritten Platz und anschließend das Finalmatch) findet am 11. Juni 2017 am Nachmittag statt und ist die perfekte Gelegenheit, die Welt des Sports der Könige kennenzulernen. Während Sie den Polospielern dabei zusehen können, wie sie um den Sieg eines der begehrtesten Turniere in Mitteleuropa ringen, können Sie gleichsam die ländliche Atmosphäre bei einem Glas argentinischen Mendoza, einem Cocktail von Pimm's, oder auch bei einem Glas Champagner aus dem Haus Pol Roger, das schon lange den Polosport auf der ganzen Welt als Sponsor unterstützt und auch seit 2016 als offizieller Partner des Polo Clubs auftritt, genießen. Ebenso organisiert der Club dieses Jahr fünf Amateur Cups während der Saison und den Baker&McKenzie Cup Anfang Juli. 🇺🇦 🇷🇺

Kontakt | Contact :

Polo Club Niederweiden
Niederweiden 3, 2292 Engelhartstetten
Jérémie Huillet | T: +43 69910775866
www.poloclub-niederweiden.at
Facebook: Polo Club Niederweiden



Unternehmen aufgepasst! Entreprises, prenez garde!

Nach jahrelangen Verhandlungen wurde 2015 die EU-Datenschutzgrundverordnung („DSGVO“) verabschiedet. Sie stellt die Unternehmen vor zahlreiche neue Herausforderungen bis zu ihrer vollen Anwendbarkeit ab 25.5.2018. DORDA berichtet über die Folgen einer solchen Gesetzgebung.

Après de longues années de négociations, l'UE adopte en 2015 le règlement général sur la protection des données (« RGPD »). Dès son entrée en vigueur le 25. mai 2018, celui-ci va poser des défis majeurs aux entreprises. DORDA nous informe sur les conséquences d'une telle législation.

Handlungsbedarf durch die **Datenschutz-Grundverordnung**
Die ab 25.5.2018 in allen Staaten der Europäischen Union gleichermaßen anwendbare Datenschutz-Grundverordnung hat auf alle Unternehmen große Auswirkungen. So sind umfassende Anpassungen der internen Abläufe erforderlich und wird Datenschutz wegen der harschen Rechtsfolgen zum echten Compliance-Thema.

Geänderter Anwendungsbereich

Während das noch geltende Datenschutzgesetz 2000 natürliche und juristische Personen gleichermaßen schützt, umfasst die DSGVO lediglich Daten natürlicher Personen. Sofern der österreichische Gesetzgeber im Rahmen seiner Ergänzungsbefugnis Daten juristischer Personen nicht auch dem neuen Regime unterstellt, sind diese zukünftig „nur“ noch, tatsächlich ausreichend, durch die Umsetzung der Geheimnisschutzrichtlinie geschützt. Für Geschäfte mit Einzelunternehmern ändert sich in jedem Fall wenig, da diese weiterhin natürliche Personen und ihre Daten daher auch nach der DSGVO geschützt bleiben.

Unabhängig vom geänderten Anwendungsbereich fordert die DSGVO zahlreiche Umstellungen der unternehmensinternen Abläufe und Prozesse.

Interne Dokumentation statt Meldung/Genehmigung

Die derzeit bestehenden Pflichten zur Meldung sämtlicher Datenanwendungen und Genehmigung internationaler Datentransfers entfallen ab 2018 und ist stattdessen eine unternehmensinterne, detaillierte Dokumentation aller Verarbeitungsvorgänge zu führen (Art 30 DSGVO). Es entfällt daher die Vorab-

überprüfung durch die Behörde. Sie wird durch eine interne Vorabschätzung und Auseinandersetzung mit den datenschutzrechtlichen Pflichten abgelöst. Das ist eine klare Änderung des bisherigen Regimes und Verlagerung der Verantwortung hin zu den Unternehmen.

Risikoabschätzung und Meldung von Datenschutzverstößen

Art 35 DSGVO sieht eine verpflichtende Datenschutz-Folgenabschätzung („PIA“) als Grundvoraussetzung für Datenverarbeitungen vor, die voraussichtlich ein hohes Risiko für die Rechte und Freiheiten der Betroffenen zur Folge haben. Dies ist in der Praxis regelmäßig anzunehmen: So ist z. B. jeder Kontrollmaßnahme und darauf basierender Verarbeitung von Mitarbeiterdaten innerhalb eines Unternehmens das Risiko des Missbrauchs und Zugang durch Dritte inhärent. Damit wird die – für jede Datenanwendung separat durchzuführende – PIA neues, zentrales Element der internen Standardprozesse. Die PIA spannt dabei den Bogen von der Aufarbeitung und Dokumentation der Verarbeitung und Zwecke über die Bewertung sämtlicher aufgedeckter Risiken bis hin zur Etablierung geeigneter Abwehrmaßnahmen. In der Praxis wird dabei eine Orientierung an einem Standard, wie z. B. der ISO/ICE 29134:2016, unumgänglich sein. Der zeitaufwändige Prozess ist daher bereits jetzt unter Einbeziehung der involvierten Geschäfts-



Axel Anderl ist Partner und Leiter des IT/IP und Medien Desks. Seine fachlichen Schwerpunkte reichen von IT-Verträgen, Outsourcing, Lizenzrecht über E-Commerce, Wettbewerbsrecht bis hin zum Datenschutzrecht.



Nino Tlapak ist langjähriger Rechtsanwaltsanwärter im IT/IP Team von Axel Anderl mit einem Schwerpunkt auf Datenschutzrecht und IT-Vertragsprojekte.

bereiche einzuleiten, damit die Zeit bis zur Anwendbarkeit der DSGVO nicht zu knapp wird.

Rechtsfolgen und Fazit

Mit der DSGVO sind Verstöße keine Kavaliersdelikte mehr: Art 83 DSGVO sieht nunmehr Strafen von (i) 2% bzw EUR 10 Mio bis zu (ii) 4% bzw EUR 20 Mio des weltweit erzielten Jahresumsatzes des vorigen Geschäftsjahrs vor. Nicht nur aufgrund des Paradigmenwechsels und gesteigerter Verantwortung der Unternehmen, sondern nicht zuletzt auch wegen der schärferen Strafdrohung sollte 2017 daher klar im Zeichen des Datenschutzes stehen. Dem entsprechend sind zeitnahe die notwendigen Schritte zur kritischen Prüfung der bestehenden Prozesse und Abläufe sowie Anpassung an das neue Regime zu setzen. 

Kontakt | Contact :

DORDA Rechtsanwälte GmbH
Universitätsring 10, 1010 Wien
Tel.: +43-1-533 47 95 0 | www.dbj.at

Big data, blockchains and Co: trend ou diktat? / Trend oder Diktat?

En plein essor de « l'internet of things » (IoT en Français = objets connectés), de déclarations politiques sous forme de tweets, du e-commerce, du big data et de l'intelligence artificielle qui menacerait nos emplois, jamais les peurs dues aux changements technologiques ne s'étaient accélérées à ce point. Une tentative d'explication pour sortir de la confusion.

Angesichts des rasant wachsenden „internet of things“ (IdD auf Deutsch = Internet der Dinge), der politischen Mitteilungsweise in Form von Tweets, des E-Commerce, der Big Data und der künstlichen Intelligenz, die angeblich Bedrohungen für unsere Arbeitsplätze darstellen, gestalten sich unsere Ängste angesichts der technologischen Veränderung so ausgeprägt wie nie zuvor. Ein Erklärungsversuch um der Verwirrung zu entkommen.

La Toile engloutit dans son magma toute forme classique de financement (les bitcoins et les fintechs vont remplacer la plupart des activités bancaires), de business (les blockchains accélèrent et autonomisent les transactions), de communication (la publicité sur les réseaux sociaux écrase dorénavant celle dans les médias classiques).

Comment les entreprises et les particuliers peuvent-ils trouver leurs repères et leur place dans cette révolution digitale ? Comment l'Autriche et la France se positionnent-elles face à ce bouleversement ?

Un monde connecté

Que les réticents au progrès se rassurent, nous vivons déjà et parfois même sans nous en rendre compte, dans un monde connecté. Les exemples sont nombreux : qu'il s'agisse de domotique (allumer une lampe à distance, vérifier la sécurité de son domicile), de loi-

sirs (les montres, les véhicules automobiles) ou encore de l'industrie 4.0 (machines qui gèrent de façon autonome leurs réparations ou leurs commandes des matières premières...). En acceptant ce progrès, les entreprises et les particuliers concèdent à fournir des masses incommensurables d'informations sur leur vie, leurs goûts, leurs opinions ou leur activités. Ceci de manière plus ou moins directe et volontaire, en étant actif sur les réseaux sociaux d'une part, ou indirectement, de par des algorithmes qui répondent à notre comportement sur le web. Actuellement, le stockage de Big data sur terre est estimé à 10 milliards de Petabytes, de quoi donner le vertige même à Mark Zuckerberg ! Ces informations ne sont néanmoins précieuses qu'à la seule condition d'être réutilisables. Il ne peut donc exister de IoT sans big data et inversement, pas de big data sans IoT. Last but not least, malgré une baisse du coût de stockage des données,

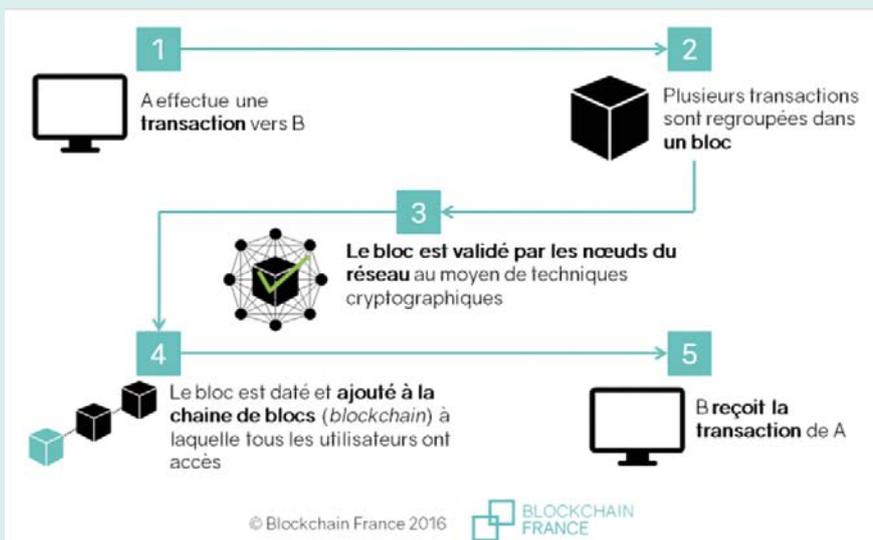
l'explosion de la masse de big data engendre une explosion de problèmes de sécurisation comme par exemple la fuite massive de mots de passe chez Yahoo l'an passé.

Blockchains comme solution à l'insécurité des données ?

Après l'ubérisation en 2015, on entendra en 2017 beaucoup parler de la « blockchain » ... Alors autant savoir ce qui se cache derrière ce concept. C'est dans le contexte de la création de la monnaie numérique ou du

« Dans le monde des blockchains on parle anglais ...ou mandarin »

bitcoin que la première blockchain est apparue en 2008. C'est une technologie de stockage et de transmission d'informations transparente, sécurisée, et fonctionnant sans organe central de contrôle. C'est un peu à la finance ce qu'est la démocratie participative en politique : une communauté de créateurs, de gestionnaires et d'utilisateurs d'une écriture comptable d'opérations numériques constituées de multiples parties prenantes et ne pouvant être mise à jour que par consensus entre une majorité de participants au système. Cette gouvernance participative serait-elle la réponse aux problèmes de sécurité des big data ? Ce qui est sûr, c'est que le caractère décentralisé de la blockchain, couplé avec sa sécurité et sa transparence, promet des applications bien plus larges que le domaine monétaire. Dans à peine quelques mois, de nombreux acteurs tels des entreprises ou des gouvernements, utiliseront la technologie blockchain : traça-





IKT in Österreich:
• 60.000 Beschäftigte
• 190 Unternehmen
• 76 Milliarden Euro Umsatz



Redaktion und Kontakt | Rédaction et contact :
Analyse rédigée par Céline Garaudy
garaudy@ccfa.at

Quellen / Sources: www.blockchainfrance.net, Livre : « La blockchain décryptée – les clefs d'une révolution », Wall Street Journal, Le Monde, Les Echos, www.gin-austria.com, www.lafrenchtech.com, www.agefi.fr

bilité des produits, votes en ligne, transferts d'actifs, smart contacts, etc. Dans le monde de l'assurance un groupe de travail nommé B3i a été lancé en octobre 2016 par Aegon, Allianz, Munich Re, Swiss Re et Zurich Insurance visant à développer des usages autour de la blockchain. Dix nouveaux membres viennent de rejoindre cette initiative en février 2017 (dont Generali, Hannover Re, Liberty Mutual, Sompo, & Tokio Marine) montrant le souhait de la branche d'un standard commun de Blockchain. En guise de cas d'usage, ils vont lancer un projet pilote de blockchain pour gérer les transactions liées aux contrats de réassurance passés entre eux. B3i partagera ses premiers résultats en juin prochain.

La révolution digitale du marketing et de la publicité.

Le marketing, la vente et la publicité sont de plus en plus corrélés et digitalisés. L'année 2016 aura marqué la fin de la prédominance de la publicité dans les médias classiques : radio, télé ou affichage. Dorénavant les réseaux sociaux ont pris la plus grosse part du gâteau. Si on en prend l'exemple des vidéos, le One Demand classique largement dépassé par le streaming (netflix p.ex) laissera bientôt sa place au Life Videos sur Facebook. La publicité s'approprie le commun des mortels en pouvant devenir en un clic, le testimonial d'une marque tels les masques de Snaps qui sont des branding de marques ajoutées sur photos des utilisateurs du réseau Snapchat.

Une Europe dépassée ?

Parmi les 20 big players du digital, seul l'allemand Zalando porte la bannière euro-

péenne au milieu d'une majorité écrasante d'acteurs américains et chinois. L'Europe a-t-elle les moyens de suivre ? Le rôle des start-up européennes dans cette révolution est central. Si, à l'instar de Singapour, les britanniques ont mis en place très tôt une initiation à la création et une défiscalisation sur les start-up, la France et l'Autriche essaient de se maintenir dans le peloton de cette course effrénée dans laquelle on parle l'anglais et... le mandarin ! Le Gouvernement Français a créé fin 2013, l'initiative French Tech. De même, l'Autriche a développé son

programme „Startup Hotspot Austria“. Parmi les fers de lance français, la start up Stratum veut déjà donner la possibilité aux entreprises et aux développeurs du monde entier de tirer le meilleur parti des blockchains. Créée en 2015 à Paris par l'ingénieur californien Richard Caetano, Stratum a récolté 600.000 € de fonds en 2016. Le Big data et la blockchain ne sont ni une trend ni un diktat, mais une réalité à aborder. Coupées à l'innovation européenne, celles-ci peuvent en effet générer de la valeur et de l'emploi dans une Europe au tissu industriel vieillissant. 🇫🇷 🇦🇹

INTERVIEW : une application dans le domaine de l'assurance du big data et des blockchain est le « pay as you drive ».

Interview Jean-François Diet, Versicherungsexpert. Diplômé de l'ESCP Europe, Président des CCEF Autriche.

Inwiefern ist die Versicherungswirtschaft von der Digitalisierung betroffen?



Digitalisierung hat auch Auswirkungen auf die Versicherungswirtschaft. Bei der Kfz-Versicherung können wir die Entstehung neuer Produkte sehen: Die Ersten waren die „pay as you drive“ also „zahlen Sie wieviel Sie fahren“, und seit kurzem die „pay how you drive“ also „zahlen Sie wie gut Sie fahren“.

Einige Systeme basieren auf einer Blackbox, die im Auto fix installiert ist und die mittels einer App analysiert wird (nur eine App auf Smartphone ohne Blackbox ist auch möglich, vorausgesetzt der Kunde aktiviert sie systematisch während der Fahrt). Die App erfasst das Fahrverhalten des Lenkers (beispielsweise, wie schnell er in die Kurven fährt, wie stark er bremst, wie gut er antizipieren kann, ...) und wenn ein gutes Fahrverhalten an den Tag gelegt wird, wird ein Rabatt auf die Versicherungsprämie gewährt.

Kritiker würden behaupten, dass dies das Ende des Grundprinzips der Versicherung sei (das alle Kunden gleichgestellt sein sollten) aber ich erinnere daran, dass es in der Kfz-Versicherung sowieso Bonus und Malus Stufen gibt. In unserem Fall ist der Tarif nicht abhängig von der bisherigen Unfallanzahl eines Kunden, sondern davon, wie gut er aktuell fährt. Dies ist auch eine Motivation für Lenker, sich auf der Straße besser zu verhalten und somit auch zu einer erhöhten Verkehrssicherheit beizutragen.

Hotel am Konzerthaus MGallery by Sofitel Millenials at Work



Boris Braun, Direktor des Hotel am Konzerthaus MGallery by Sofitel

Millenials sind die Mitarbeiter von morgen. Als Digital Natives erwarten sie sich auch von ihrem Arbeitgeber eine ganz neue Anrede. Boris Braun, Direktor des Hotels am Konzerthaus MGallery by Sofitel, teilte mit der CCFA seine persönliche Erfahrung zu diesem Thema.

Les Millenials vont définir le marché du travail de demain. Baignés dès l'enfance dans le numérique, ceux-ci ont de toutes nouvelles attentes. Boris Braun, Directeur de l'hôtel « Hotel am Konzerthaus MGallery bei Sofitel », nous fait partager son expérience.

CCFA: Der Generationswechsel ist zurzeit in aller Munde. Aber was verstehen Sie konkret unter diesem Begriff?

Boris Braun: Unter Generationswechsel meine ich logischerweise nicht nur das jüngere Alter der Mitarbeiter oder der Gäste, sondern auch, und vor allem, den Wertewandel. Ich persönlich habe das Gefühl, dass ich eine ganz andere Erziehung genossen habe, als die sogenannte Generation „Y“ oder „Millennials“. Gerade was die Ansprüche, die Art der Kommunikation und den Arbeitsplatz angeht, hat sich sehr viel geändert. Um ein konkretes Beispiel zu nennen: Ich hätte damals, bei meiner Ausbildung,

meiner Hausdame niemals widersprochen. Es wäre mir einfach nie in den Sinn gekommen. Heute ist es so, dass wenn man einem Mitarbeiter eine Aufgabe erteilt, man ihm im Detail erklären muss, wieso er diese Aufgabe erledigen soll. Die Wissbegierde ist also deutlich höher geworden.

CCFA: Wie genau ist der Mitarbeiter von heute?

BB: Der Mitarbeiter von heute braucht viel mehr Rückmeldungen, Anerkennung und Förderung als damals. Früher hat es zudem auch eine klare Hierarchie gegeben. Ich bin mit jedem Mitarbeiter per Du und möchte nicht gesiezt werden. Es heißt nicht, dass es keinen Respekt mehr gibt, sondern einfach, dass der Mitarbeiter sich wertgeschätzt fühlt. Letztes Jahr habe ich mit jedem Mitarbeiter ein 1-to-1 Mittagessen gehabt und daraus haben sich tolle Dinge entwickelt. Zudem ist die Affinität zu Digitalisierung bei der jetzigen Jugend viel höher.

CCFA: Thema Digitalisierung: Wie haben Sie sich bei den technologischen Entwicklungen angepasst?

BB: Im Hotel arbeiten wir seit einigen Jahren mit einer App, welche uns bei der internen Kommunikation und beim Prozessmanagement hilft. So kann sich der Mitarbeiter die neuesten Informationen über das Hotel holen. Aus Managementsicht stellt es eine erhebliche Verbesserung dar, da ich einen weiten Überblick über das Geschehen im Hotel bekomme. Es geht letzten Endes nicht darum, dass wir den Mitarbeitern digitale Arbeitsmöglichkeiten geben, sondern darum, dass wir uns an die Erwartungen der Mitarbeiter anpassen und die Mitarbeiterführung entsprechend adaptieren.

CCFA: Wie haben Sie Ihren Führungsstil an die neuen Bedingungen adaptiert?

BB: Uns liegt es am Herzen, dass die Mitarbeiter zufrieden sind. Das heißt, dass sowohl die Arbeitsbedingungen als auch der Führungsstil entsprechend angepasst werden müssen. Jährlich wird bei AccorHotels eine Mitarbeiterbefragung – auch „Employee Engagement Survey“ genannt – durchgeführt. Da hatten wir zuletzt ein ausgezeichnetes Ergebnis von 96%, welches deutlich höher als der Durchschnitt von ca. 80% ist. Da unser Team relativ klein ist, hatte ich auch die Möglichkeit, diesen Fragebogen persönlich mit der entsprechenden Person zu kommunizieren und die Fragen zu klären. Dieses Jahr haben wir uns sehr intensiv damit auseinandergesetzt und darauf geachtet, dass die Fragen auch klar waren. Also auch hier geht es wieder um die Wertschätzung der Mitarbeiter und der entsprechenden Anpassung des Führungsstils. 

Kontakt | Contact :

Boris Braun

**Hotel am Konzerthaus MGallery by Sofitel
Am Heumarkt 35-37, 1030 Wien**

T: +43 1 716 160

boris.braun@accor.com

www.accor.com

CCFA-TIPP

Ein herrliches Erlebnis: Apero Chic

Ob Prosecco oder Wein, man kann den Tag vor dem Dinner an der Bar in einer entspannten Atmosphäre mit einem schmackhaften Cocktail ausklingen lassen.

- zwischen 17Uhr und 19Uhr
- Auswahl an 6 verschiedene kleine Speisen
- Leichte Pre-Dinner Drinks



Apero Chic

SANOFI: Neues globales CHC-Portfolio Le nouveau portefeuille CHC



Mag. Sabine Radl,
Geschäftsführerin
Sanofi Österreich

Am 2. Januar 2017 ist das Consumer-Healthcare (CHC)-Geschäft von Boehringer Ingelheim zu Sanofi übergegangen.

sitzender von Sanofi, kommentierte: „Durch den erfolgreichen Abschluss des Geschäftstausches mit Boehringer Ingelheim schafft Sanofi einen starken und innovativen globalen Unternehmensbereich für Selbstmedikation. Die Integration der hochqualifizierten CHC-Teams und ihrer sehr erfolgreichen Produkte ermöglicht es uns, unsere Position in einem vielversprechenden Selbstmedikationsmarkt zu verbessern.“ Im Interesse aller Kunden und der kontinuierlichen Weiterführung der Geschäfte hat die reibungslose Integration beider Organisationen bei beiden Unternehmen oberste Priorität im ersten Halbjahr 2017. „Mit starken Marken wie BoxaGrippal®, Thomapyrin®, Antistax® und Buscopan® ist Sanofi bestens auf die wachsenden Erwartungen von Verbrauchern, mehr Kontrolle über ihre eigene Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu gewinnen, gerüstet“, ergänzt Mag. Sabine Radl (Foto), Geschäftsführerin von Sanofi Österreich.

Sanofi et Boehringer Ingelheim ont confirmé en ce début d'année la clôture de la transaction stratégique consistant à échanger l'activité Santé Animale de Sanofi (« Merial ») contre l'activité Santé Grand Public (CHC) de Boehringer Ingelheim. « La réussite de cet échange d'activités [...] donne à Sanofi la possibilité de bâtir une unité opérationnelle de Santé Grand Public (CHC) solide et innovante. » a estimé le Dr. Olivier Brandicourt, Directeur Général de Sanofi. « Grâce à des marques fortes telles que BoxaGrippal®, Thomapyrin®, Antistax® und Buscopan®, Sanofi est à même de répondre au mieux aux attentes toujours plus fortes des consommateurs [...] » a ensuite ajouté Sabine Radl, Directrice de Sanofi Autriche.

Kontakt | Contact :

Sabine Sommer, Communication Specialist
sabine.sommer@sanofi.com

Le 2 janvier 2017, Sanofi a fait l'acquisition des activités Santé Grand Public (CHC) de Boehringer Ingelheim.

Boehringer Ingelheim und Sanofi haben zu Beginn des neuen Jahres den erfolgreichen Abschluss des strategischen Geschäftstausches von Sanofis Tiergesundheitsgeschäft (Merial) und Boehringer Ingelheims Selbstmedikationsgeschäft (CHC) bestätigt. Dr. Olivier Brandicourt, Vorstandsvor-

Foto: Christian Husar / Sanofi

SAAT.SA.17.02.0073

BG16.02.2014, D&A Nr. 57/2014

BoxaGrippal®

www.boxagrippal.at



**Stark erkältet?
Seien Sie wieder Sie selbst!**

Die Erkältungskombination mit der **5fach WIRKUNG** zur Linderung von:

- Schnupfen
- Kopfschmerzen
- Gliederschmerzen
- Halsschmerzen
- Fieber



**5FACH
WIRKUNG**

Über Wirkung und mögliche unerwünschte Wirkungen informieren Gebrauchsinformation, Arzt oder Apotheker.



Entdecken Sie BlueBiz!

BlueBiz, das gemeinsame Firmen-förderungsprogramm von Air France, KLM und Delta Air Lines, ist der einfachste Weg, um Ihr Unternehmen zu belohnen.



Sofortiges Sparen

Ihr Unternehmen sammelt Blue Credits auf Flügen, die von AIR FRANCE, KLM und den Partner-Airlines durchgeführt werden und spart somit Reisekosten ein.



Doppelvorteil

Unternehmen sammeln mit ein und demselben Ticket Blue Credits und Flying Blue-Mitglieder sammeln Meilen.



Zahlreiche extra Serviceleistungen

Um Ihnen einfaches und stressfreies Reisen sicherzustellen.

Geben Sie bitte unter Kampagnencode **CCFA2017** ein und bekommen Sie

50 Blue Credits sofort als Willkommensprämie!

Wichtig: bei Buchung über das Reisebüro, geben Sie bitte Ihre BlueBiz – Nummer bekannt.

Bluebiz Service Desk
mail.bluebiz.austria@airfrance.fr

Besuchen Sie **BlueBiz.com** und

Registrieren Sie Ihr Unternehmen kostenlos!

NOVOMATIC: Online-Gaming boomt

Les jeux en ligne en plein boom

Die Digitalisierung erobert auch das Glücksspiel. Online-Gaming gewinnt immer mehr an Bedeutung. Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender der NOVOMATIC AG, im Interview über die Trends in der Gaming-Branche.

Le secteur des jeux en ligne connaît actuellement au niveau mondial une croissance vertigineuse. Interview avec Harald Neumann, Directeur Général de NOVOMATIC AG, leader mondial sur le marché de la technologie des jeux.

Welche Aktivitäten stehen in Ihrem Unternehmen im Jahr 2017 bevor?

Harald Neumann: Als international führender und weltweit anerkannter Gaming-Technologiekonzern mit rund 29.000 Mitarbeitern wollen wir alle Segmente der Gaming-Branche abdecken. Klares Ziel ist es, unsere Marktposition vor allem in unseren Kernmärkten Großbritannien, Spanien, Italien und Deutschland weiter zu stärken. Wir haben im Jahr 2016 einige wichtige Akquisitionen getätigt und werden auch 2017 mögliche Investitionen mit Blick auf profitables und nachhaltiges Wachstum evaluieren. In England beispielsweise sind wir mit der Übernahme des Spielstättenbetreibers Talarius im Juli 2016 nun Marktführer in den wichtigsten Teilbereichen innerhalb der britischen Gaming-Branche. Auch der Erwerb der Mehrheitsanteile an Ainsworth Game Technology, einem börsennotierten Unternehmen in Australien, ist ein wichtiger Schritt für die konsequente Fortsetzung unserer internationalen Wachstumsstrategie. Mit dieser Transaktion stärken wir unsere Marktposition in Australien und den USA.

NOVOMATIC bietet ein breites Spektrum an Gaming-Technologien. In welchem Bereich sehen Sie besonders hohe Wachstumschancen?

HN: Der globale Online-Glücksspielumsatz erreichte im Jahr 2015 einen Wert von 41,2 Mrd. US-Dollar und verzeichnet eine jährliche durchschnittliche Wachstumsrate in Höhe von 10,6 Prozent. Besonders Online Gaming gewinnt an Bedeutung, hier vor

allem Geschicklichkeitsspiele, sogenannten „Skill Gaming“. Mit unserer Online-Tochter Greentube investieren wir deshalb auch stark in diesen Bereich. Aber auch im Lotteriensegment werden wir an unsere bisherigen Erfolge anknüpfen und ein internationales Wachstum im Jahr 2017 fortsetzen.

Wie wirkt sich der Online-Gaming-Trend auf die Glücksspielbranche aus?

HN: Online und Mobile Gaming gewinnen stark an Bedeutung, auch wenn sie den terrestrischen Bereich nicht vollständig ersetzen werden. In unserem Bereich NOVOMATIC-Interactive arbeiten wir daher daran, das klassische Casino-Erlebnis mit interaktiven Bereichen zu verbinden und ein nahtloses Spielerlebnis über alle Kanäle – terrestrisch, online, mobile und social – anzubieten. Der Trend führt auch zur weiteren Verschmelzung mit bekannten Themen wie der Popkultur oder TV-Sendungen. Bei der G2E-Messe in Las Vegas haben wir vor kurzem ein eigenes TV-Format präsentiert, das ab 2017 in den USA ausgestrahlt wird. 

Résumé :

En tant que leader mondial sur le marché de la technologie des jeux et avec plus de 29.000 employés, notre objectif est clair : renforcer notre position de leader sur le marché mondial ainsi que sur nos marchés clés comme celui de la Grande-Bretagne, de l'Espagne, de l'Italie ou encore de l'Allemagne. En 2016, nous avons fait d'importantes acquisitions et nous comptons poursuivre sur cette lancée en 2017 tout en respectant les principes d'une croissance viable et pérenne. En Grande-Bretagne par exemple, nous sommes devenus leader dans les principales branches du secteur des jeux suite à l'acquisition de l'opérateur de jeu britannique Talarius. Nous avons également pu renforcer de manière conséquente notre stratégie de croissance à l'échelle internationale suite à l'acquisition de Ainsworth Game Technology, une société cotée en bourse en Australie. Actuellement, le secteur des jeux en ligne est le plus porteur car il connaît le plus fort taux de croissance : en 2015, celui-ci a atteint 10,6% pour un marché d'une valeur estimée à 41,2 milliards de dollars. Par le biais de notre filiale Greentube, nous investissons



Mag. Harald Neumann

beaucoup dans ce secteur. Notons toutefois que le marché des jeux en ligne ne remplacera jamais celui du marché terrestre mais qu'il nous est possible, grâce à NOVOMATIC-Interactive, de lier les deux en incorporant des éléments interactifs dans les jeux de casino classiques. La tendance se dirige également vers l'intégration de thématiques de la culture pop ou d'émissions télévisées. Lors du Salon international de jeux G2E à Las Vegas par exemple, nous avons développé notre propre format télévisé qui sera diffusé dès 2017 aux États-Unis.  

Die NOVOMATIC-Gruppe in Zahlen:

- Weltweit rund 29.000 Mitarbeiter
- Standorte in 50 Ländern
- Mehr als 1.800 elektronische Automatencasinos und Spielbanken

Kontakt | Contact :

NOVOMATIC AG
Wiener Strasse 158
2352 Gumpoldskirchen
T: +43 2252 606-0
communications@novomatic.com
www.novomatic.com



Marie Fauré-Weiß

Klarheit als Schlüssel zum Erfolg

Als langjährige Übersetzerin und Dolmetscherin, ist für Marie Fauré-Weiß klare Kommunikation ein Garant für erfolgreiche Projekte.

Eine klare Kommunikation baut auf drei Vorbedingungen auf: Sprachkompetenz, Fachkompetenz und interkulturelle Kompetenz. Als gebürtige Französin habe ich mein Dolmetscher-/Übersetzerdiplom an der Universität von Toulouse erworben. Nach zwölf Jahren Berufserfahrung für eine gemeinnützige Organisation in Deutschland im Bereich Entwicklungszusammenarbeit (EU-kofinanzierte Projekte in Entwicklungsländern) und zehn Jahren für einen deutschen Wirtschaftsverband in Brüssel (enge Zusammenarbeit mit den europäischen Institutionen) arbeite ich seit drei Jahren in München als freiberufliche Übersetzerin/Dolmetscherin. Die Schwerpunkte meiner Arbeit liegen im Versicherungsbereich (Begleitung eines Versicherungsunternehmens beim Aufbau seiner Geschäftsbeziehungen in Frankreich), im technischen Bereich (regelmäßige Dolmetschereinsätze für ein weltmarktführendes Maschinenbau-Unternehmen), im Ausbildungsbereich (Betreuung von Auszubildenden der Bauwirtschaft) und in der Entwicklungs-

zusammenarbeit (Implementierung von Entwicklungsprojekten). Fähig, mich in kurzer Zeit in neue Sachgebiete einzuarbeiten bin ich für interessante Projekte offen und freue mich auf eine zukünftige Zusammenarbeit. 

La clarté comme clé du succès

Forte d'une longue expérience en tant que traductrice et interprète, une communication claire est selon Marie Fauré-Weiß, le garant de tout projet réussi.

Une communication claire repose sur trois conditions : la compétence linguistique, professionnelle et interculturelle. Française d'origine, j'ai obtenu mon diplôme d'interprète et de traductrice à l'université de Toulouse. Après 12 ans d'expérience dans une association caritative en Allemagne dans le domaine de la coopération au développement (projets cofinancés par l'UE dans les pays en voie de développement) et 10 ans pour une association professionnelle allemande à Bruxelles (étroite coopération avec les institutions européennes, représentation de l'association au niveau européen), je travaille depuis 3 ans à Munich en tant qu'interprète/traductrice indépendante. Mes domaines de spécialisation s'étendent du secteur de l'assurance (accompagnement d'une société d'assurance dans la création de son réseau d'affaires en France) au secteur de la construction d'équipements et de machines (nombreuses missions d'interprète pour une entreprise leader sur le marché mondial), à la formation (accompagnement d'apprentis pour des entreprises de construction et du bâtiment dans le cadre de programmes d'échange franco-allemands) et à la coopération au développement (mise en œuvre de projets de développement cofinancés par l'UE). 

Kontakt | Contact :

Marie Fauré-Weiß
Dipl. Übersetzerin/Dolmetscherin
Heinrich-Krölller-Straße 13
81545 München
T: +49 172 8467746
marie.faure@t-online.de

CCFA

Commissariat Français - Autrichien
Internationale Française - Autrichienne

Netzwerk in Österreich
le réseau en Autriche



Herausforderungen meistern

Die sich verändernde wirtschaftliche Landschaft hat sowohl für die Menschen als auch für Unternehmen Herausforderungen gebracht. Gezielte Persönlichkeitsentwicklung hilft, diese besser zu meistern.

Dale Carnegie Austria ist Teil der weltweit größten und ältesten Trainingsorganisation. Pioniergeist, Erfahrung seit über 100 Jahren und große Vielfalt in 90 unterschiedlichen Ländern nutzen wir für die Betreuung unserer Kunden – ob KMUs oder globale Großunternehmen. Wir bieten Lösungen für Unternehmen, wenn es darum geht, deren Persönlichkeiten weiterzuentwickeln – damit sie als gewinnende Menschen erstklassige Resultate erzielen. Einzelpersonen oder kleine Teams profitieren von unseren Trainings zu Persönlichkeitsentwicklung, Leadership und Verkauf. Wir arbeiten erfahrungsorientiert. Kern unserer Methodik sind drei Bereiche:

- „Wer wir sind“ – lerne dich selbst besser kennen. Nur im Bewusstsein der eigenen unverwechselbaren Stärken kann authentische Weiterentwicklung stattfinden.
- „Was wir tun“ – In Verbindung mit dem ersten Punkt vermitteln wir wirkungsvolle Werkzeuge und Herangehensweise für unterschiedliche berufliche Herausforderungen.
- „Was wir erreichen“ – konkrete, erkennbare Ergebnisse geben letztlich Auskunft darüber, wie erfolgreich ein Training war. Jedes Training ist auf unmittelbare Anwendung ausgerichtet, dadurch können teils spektakuläre Ergebnisse erzielt werden. 



Mag. Robert Korp

Résumé :

Dale Carnegie Austria fait partie de l'une des plus importantes et anciennes organisations du monde. Notre esprit de pionnier, notre expérience de plus de 100 ans et notre présence internationale dans plus de 90 pays permettent d'offrir à nos clients, que ceux-ci soient de grandes comme de moyennes et petites entreprises, un accompagnement ciblé d'excellence. Nos formations sont axées sur le développement personnel, le développement du leadership et de l'efficacité commerciale. Notre méthode se fonde sur l'expérience de terrain et englobe trois domaines :

- "Qui sommes-nous ?" - Apprenez à mieux vous connaître. Seulement en prenant conscience de vos propres points forts, un développement personnel authentique pourra prendre place.
- "Que faisons-nous ?" - En lien avec le premier point abordé, nous transmettons des outils et méthodes performants pour tout type de challenge professionnel.
- "Quel est notre objectif ?" - Des résultats concrets et apparents témoignent de la réussite de la formation.

Chaque formation peut être directement appliquée et garantit ainsi des résultats spectaculaires. 🇺🇸 🇩🇪

Kontakt | Contact :

Dale Carnegie Austria – DCA Training GmbH
Mag. Robert Korp
Managing Partner
T: +43-1-985 05 23-14
office@dale-carnegie.at
www.dale-carnegie.at

Zusammenarbeit im Zeitalter der Digitalisierung

Den Anforderungen einer globalen Wirtschaft entsprechend, brauchen Unternehmen grundlegende digitale Säulen, um bisherige Arbeitsabläufe durch Automatisierung zu ersetzen. Die persönliche Zusammenarbeit zu fördern, ist mehr denn je notwendig.

Heute können traditionelle Produkte und Dienstleistungen den Fortbestand der Unternehmen nicht mehr garantieren. Die rasche Digitalisierung verändert die Arbeitsmethoden. Die Kommunikation erweist sich als gleichermaßen gewandelt wie unverändert wichtig, während sich die Belegschaft oft auf den Erhalt alter Zuständigkeiten fokussiert. Nach wie vor entstehen Interessenskonflikte offenbar aus unterschiedlichen Standpunkten, Zielen oder Verständnissen. Angesichts dessen verdient die Mediation mehr Aufmerksamkeit als nur zur Lösung von Konflikten, sie kann zum Katalysator durchdachter Kommunikation und Verhandlungsführung werden. Das Management agiert in einer Welt von Wechselbeziehungen, in der die einzige Konstante die Veränderung ist. Auch wenn das Thema Burnout oft überinterpretiert wird, Vorbeugen durch Beziehung von Experten ist besser als Heilen. Ungeachtet der Vorgangsweise, seien es Mediation und Coaching, herkömmliche Beratung oder einfach der Unternehmerteil, es ist noch immer die zwischenmenschliche Zusammenarbeit, die den Erfolg in einer digitalisierten Welt ermöglicht. 🇺🇸

La coopération à l'ère du numérique

Répondre aux exigences de l'économie globale requiert d'aborder les anciennes méthodes de travail sous un angle nouveau. La coopération a, elle, plus que jamais un rôle prédominant à jouer pour pouvoir efficacement faire face au monde du digital.



Dr. Bernhard Wisleitner

Aujourd'hui, les produits et services traditionnels ne suffisent plus à garantir la pérennité de l'entreprise. Le monde du numérique s'accélère, suivi par le changement des méthodes de travail. Alors que la communication s'en voit transformée et que son rôle reste crucial, les équipes tendent à conserver les anciennes méthodes de travail. Comme toujours, les conflits d'intérêts émanent de différents points de vue, d'objectifs ou de visions divergents. Face à ces enjeux, la médiation ne devrait pas être perçue comme une simple méthode de résolution de conflits, mais bien plus comme un catalyseur pour une communication et une négociation raisonnées. Le management intervient dans un monde d'interdépendances dont la seule constante est le changement. Bien que l'importance du burnout au travail soit souvent surestimée, mieux vaut prévenir que guérir. Indépendamment de la méthode appliquée, qu'il s'agisse de la médiation ou du coaching, des services de conseil classiques ou du seul esprit d'entreprise, c'est encore la coopération interpersonnelle qui permet de faire au mieux face à la révolution digitale. 🇺🇸 🇩🇪

Kontakt | Contact :

Dr. Bernhard Wisleitner - Business Coach
Certified Management Consultant
Europäischer und Eingetragener Mediator
Saarplatz 9/29, 1190 Wien
T: +43 664 476 35 86
office@wisleitner.at
www.wisleitner.at

#MATTEADDICTION

BY COLOR RICHE

Irina Shayk.

lorealparis.at

FEUCHTIGKEITSSPENDENDE,
CREMIGE TEXTUR MIT
NATÜRLICHEM MATT-FINISH

7 ULTRA-MATTE FASHION FARBEN
SO WOW, SO CHIC, SO PARIS
WEIL WIR ES UNS WERT SIND.

PURE, DECKENDE
PIGMENTE FÜR
INTENSIVE FARBE



L'ORÉAL
MAKEUP DESIGNER/PARIS

Choisir la face nord

Die Herausforderungen suchen

Originaire de Hanovre, Klaus Fassbender est un homme raffiné possédant un sens de l'esthétique inné et partageant un amour indéniable de la France. Son sens de l'aventure et de l'effort l'amènera pendant plus de 12 ans à travailler à l'autre bout du monde, en Corée puis au pays du Soleil Levant. Avec son épouse japonaise Makiko, il revient aujourd'hui sur le vieux continent, riche d'un bagage unique dont il fait à présent profiter la maison L'Oréal en Autriche.

Ursprünglich aus Hannover, ist Klaus Fassbender nicht nur ein raffinierter Mann mit einem angeborenen Sinn für Ästhetik, sondern teilt auch eine besondere Liebe zu Frankreich. Seine Abenteuerlust führt ihn für eine mehr als zwölfjährige Berufstätigkeit nach Korea und anschließend in das Land der aufgehenden Sonne. Mit seiner japanischen Ehefrau Makiko kehrt er mit einem reichen Erfahrungsschatz nach Europa zurück und teilt diesen nun mit der Maison L'Oréal in Österreich.



Klaus Fassbender

CCFA: Comment devient-on parfaitement francophone et un grand connaisseur de la France ?

Klaus Fassbender: Durant ma scolarité, j'avais choisi le français en seconde langue et j'ai eu la chance de séjourner deux fois en échange scolaire à Paris dans une famille d'origine bordelaise. Une fois mon bac en poche, je suis parti travailler à Paris pour un poste d'un an en tant que "chef Marketing Junior" chargé du développement du marché germanophone pour les Fromageries Bel. Un choix qui ne relevait pas tout à fait du hasard puisque ma famille faisait partie des principaux importateurs de fromages français en Allemagne. Cette expérience m'a réellement transformé. J'y ai appris le marketing, notamment en développant la vente du fromage Cantadou concurrent de Bresso.

CCFA: Quand est-ce que votre carrière chez L'Oréal a-t-elle démarré ?

KF: Ma carrière chez L'Oréal n'a pas démarré tout de suite après cette année passée à Paris. Je suis d'abord retourné en Allemagne pour terminer mes études de Marketing et de Management à l'université de Hambourg. Je travaillais en parallèle pour diverses entreprises telles que Schweppes et Tchibo. Cela dit, déjà à l'époque, j'avais un œil sur L'Oréal. J'avais donc pris l'initiative de leur écrire mais c'est Kraft Foods à Brême qui m'a répondu le plus rapidement. J'ai travaillé pour eux près de 3 ans et j'ai rejoint ensuite Eckes/Granini en tant que chef de développement des nouveaux marchés en commençant à Prague. Je devais mettre en place une start-up où j'ai géré entièrement l'organisation et

« J'ai toujours aimé aborder les choses par la face nord et ne jamais choisir la facilité. »

la structure. Deux ans plus tard, je n'avais alors que 31 ans, je fus nommé Directeur Général de Eckes/Granini à Paris en charge de la joint-venture gérée avec Marie Brizard. Quelques années plus tard, en 1996, je décide de tenter une nouvelle fois ma chance chez L'Oréal et c'est à ce moment que ma carrière prendra un tournant décisif. Après un entretien avec Jean-Paul Agon, PDG du Groupe L'Oréal, je suis embauché en tant que Directeur de L'Oréal Paris en Allemagne, à

Düsseldorf. Pour l'anecdote, nous avons lancé une campagne de publicité assez sensationnelle avec notre égérie de l'époque, Claudia Schiffer, en vue de récolter

des fonds pour financer les frais de réparation de la « Gedächtniskirche » (église de la Mémoire) située à Berlin : ce mélange des « genres » fut très controversé et n'a pas manqué de générer de nombreux débats, tant pour Claudia Schiffer que pour l'église et pour la marque. Mais cela montre que pour réussir, il faut parfois être audacieux.

CCFA: Après 3 ans et demi passés en Allemagne, vous retournez en France pour occuper un poste clé à Paris. Comment s'est déroulée cette expérience ?

KF: J'ai occupé à Paris le poste de directeur général de L'Oréal Paris. À vrai dire, étant le premier allemand à occuper un tel poste dans l'entité « historique » de L'Oréal, cela a naturellement suscité de nombreuses réactions, telle que : « a-t-on réellement besoin d'un Allemand pour gérer la beauté en France ? ». Cet épisode atteste sans nul doute du réel pas franchi vers la diversité dans le groupe L'Oréal.

Klaus Fassbender, « côté privé » :

Né en 1963 à Hanovre

Situation familiale : marié

Formation : Marketing et Management à l'université de Hambourg

Sports : ski, fitness, course à pied

Loisirs : gastronomie, voyages

Philosophie de vie : s'attaquer à la face nord et « Never give up »

CCFA: Au bout de 3 ans, vous partez à la conquête du marché coréen. Que retirez-vous de cette expérience en Corée ?

KF: Cette expérience fut extrême à tout point de vue. Il s'agit tout d'abord d'une culture confucianiste où la société est très structurée et hiérarchisée. Elle est aussi émotionnelle et réactive : un de leurs mots-clés étant d'ailleurs "pali" qui signifie "vite". Les Coréens sont très curieux et souhaitent percer dans le monde.



Klaus Fassbender et son épouse Makiko

Une dynamique qui s'est un peu perdue en Europe. Cette expérience s'est avérée extrême car je suis arrivé en pleine crise des crédits provoquant d'importantes faillites et dettes des foyers. Mais cela a permis de révéler l'esprit entrepreneurial et ainsi, de prendre les bonnes décisions quant au choix du portefeuille de marques ou de l'organisation de l'entreprise dans sa globalité.

CCFA: En 2010, 6 ans plus tard, après avoir doublé le chiffre d'affaires ainsi que les parts de marché de la marque en Corée, vous partez pour le Japon. Quelles sont les principales caractéristiques de ce marché méconnu des européens ?

KF: Le marché des cosmétiques japonais est pour moi le plus exigeant et sophistiqué au monde. Le Japon est le deuxième marché mondial et connaît la compétition la plus agressive du monde. Les femmes considèrent leur visage comme leur « carte de visite » et ont les routines de beauté les plus sophistiquées au monde. Pour les professionnels de la cosmétique cela est naturellement un énorme plaisir. Une maxime courante précise que ce qui satisfait une Japonaise, va aussi aisément satisfaire les consommatrices du monde entier. Mon épouse Makiko qui est japonaise peut en témoigner. Le Japon est un pays clé d'où l'on tire un réel enseignement tant sur la recherche de l'excellence et de la qualité du produit que sur une vision holistique incluant la relation avec les consommateurs. Le Japon est le plus « customer-centric » du monde. L'un de mes partenaires japonais m'a un jour fait savoir que la satisfaction du consommateur ne pouvait faire l'objet d'aucun compromis. Le fameux crédo « Le client est roi » a réellement tout son sens au Japon. Enfin les managers

japonais ont aussi une vision à très long terme et peuvent facilement se projeter dans un avenir de 10 ou 20 ans. Pour les Japonais, le succès doit impérativement s'inscrire dans la durée.

CCFA: Vous étiez en poste alors qu'un séisme dévastateur frappa le pays le 3 mars 2011, le plongea dans un état critique et dans la peur du nuage nucléaire. Comment avez-vous géré cette crise majeure ?

KF: J'ai toujours aimé aborder les choses par la face nord et ne jamais choisir la facilité. « Never give up » est ma philosophie de vie mais c'est en mars 2011 que j'ai compris toute la signification du terme « comité de crise » ou encore « business continuity plan ». Nous avons réussi à réagir vite et à maintenir les affaires à un niveau convenable. Nous avons également construit un *community center* dans le but d'aider les femmes des régions côtières qui s'étaient brutalement retrouvées veuves en leur donnant des formations professionnelles. Ce centre a été reconnu par l'Ambassade de France du Japon ainsi que par le Ministère du travail japonais. L'épouse du Premier ministre Abe s'est même rendue sur place.

CCFA: Qu'avez-vous retenu du style de management au Japon ?

KF: Le Japon est connu pour son approche « Gemba Kaizen » qui tend à rechercher l'efficacité sur le lieu de travail ainsi que pour le « Nemawashi » impliquant un processus de concertation d'équipe répétée avant la concrétisation d'une idée. Les avantages sont nombreux : tout le monde est impliqué, une amélioration permanente s'opère et l'exécution est immédiate car aucune place

n'a été laissée à l'improvisation. C'est cela qui, selon moi, explique en partie leur succès. Sur le plan marketing également le Japon est un pays très formateur. Il existe au Japon des milliers de marques qui ont toutes un « brand equity » très précis. Chaque nouvelle marque doit apporter un réel bénéfice additionnel avant son lancement sur le marché.

CCFA: Depuis octobre 2015, vous occupez le poste de Directeur Général de l'Oréal Autriche. Quelles sont les thématiques actuelles chez l'Oréal Autriche ?

KF: Ici, l'Oréal est leader sur un marché beaucoup plus mature qu'en Asie et les routines de beauté des consommatrices sont légèrement moins développées. Les principaux challenges consistent donc à fournir des innovations de taille qui soient pertinentes pour l'Autriche. Le lancement à grand succès de la gamme de produits WahreSchätze est un exemple. Ensuite, le digital est partie intégrante de la réflexion marketing car il permet d'avoir une connaissance très poussée du consommateur. Une thématique à laquelle je tiens personnellement est notre alignement aux engagements du Groupe L'Oréal en matière de responsabilité environnementale et sociale. Ainsi je veille ici à l'application du programme de développement Sharing Beauty with All ou de notre « signature project », le *For Women in Sciences*. Je tiens aussi à ce que L'Oréal Autriche reste l'employeur préféré des Autrichiens. Plébiscités pour nos plus de 300 employés, nous figurons en ce sens dans le top 5 en Autriche. Enfin, en 2017, nous fêterons les 50 ans de l'Oréal Österreich GmbH. Cela sera l'occasion de préparer les 50 prochaines années à venir et de garder à l'esprit l'excellence à tout prix. 🇺🇸 🇫🇷

Willkommen im Business-Club

Bienvenue au Business-Club



Virginie Van Reepinghen

Chers membres,

J'ai eu l'honneur de rencontrer pour la première fois certains d'entre vous lors de la prestigieuse soirée des vœux de l'an 2017 à l'hôtel Grand Ferdinand. Je me réjouis à présent de profiter de ce premier éditorial pour me présenter à vous tous.

Belge francophone et bruxelloise d'origine, c'est ici à Vienne que j'ai passé mes études universitaires en communication interculturelle et traduction. En 2015, parallèlement à mon master, je rejoins la plateforme pour l'Emploi Francophone en Autriche créée en collaboration avec la CCFA. Une expérience riche en enseignements qui n'aura pas manqué de me faire découvrir et connaître plus en profondeur la communauté francophone installée ou seulement de passage en Autriche.

C'est avec une grande joie que j'intègre à présent la CCFA pour de multiples missions dont la prise en charge de ce magazine qui relatara les nombreux événements en vue tels que la visite guidée de l'opéra de Vienne, une soirée mode au Sterngasse 4, la Fête Blanche à l'Ambassade de France, le tournoi de tennis au TC Schwarzenberg et bien d'autres encore.

À bientôt et au plaisir de faire plus ample connaissance au cours de ces nombreuses manifestations! 🇫🇷

Virginie Van Reepinghen
Assistante Communication & Publications



Foto 1 bis 17:
Workshop „Raus aus der Komfortzone!“
@ DALE CARNEGIE –
06.02.2017



Julia Pober

Liebe Mitglieder,

Erfolg, so sagt man, hat drei Buchstaben: TUN! Wir begannen das Jahr 2017 nicht nur als neues Team, sondern auch traditionell mit dem Neujahrsempfang der CCFA, der heuer im Hotel Grand Ferdinand stattfand. In einem luxuriösen Rahmen über den Dächern Wiens konnten wir gemeinsam auf ein erfolgreiches und glückliches neues Jahr anstoßen. Im Februar waren wir bei Dale Carnegie zu Gast und lernten wie man seinen Komfortzonen entkommen und über sich selbst hinauswachsen kann.

Seit September 2015 bei der CCFA, bin ich nun seit Herbst 2016, neben meinem Masterstudium der Politikwissenschaft, als Assistentin im Bereich Eventmanagement und Backoffice-Management tätig, und bedanke mich besonders bei Céline für ihr großes Vertrauen. Jede Veranstaltung der Französisch-Österreichischen Handelskammer ist so einzigartig wie ihre Mitglieder selbst, und so ist es mir eine große Freude diese Events gemeinsam für Sie und mit Ihnen zu planen. Seit Herbst 2016 habe ich jedoch nicht nur beruflich neue Horizonte erreicht, auch privat konnte ich durch den Abschluss meines Französisch- und Englischstudiums große Erfolge feiern. Doch genug von mir! – Freuen wir uns gemeinsam auf die vielen schönen kommenden Events: die Führung durch die Wiener Staatsoper, das alljährliche CCFA-Tennisturnier, die Fête Blanche in der Französischen Botschaft,... Bis bald und alles Liebe! 🇫🇷

Ihre Julia Pober, M.A.
Assistentin Events & Office





28



29



30



31



32



33



34



35



36

Die gesamten Fotos und unseren aktuellen Veranstaltungskalender finden Sie auf unserer Homepage unter www.ccfa.at! (© Sabine Klimpt)!
Veuillez trouver toutes les photos ainsi que le calendrier de nos manifestations sur www.ccfa.at ! (© Sabine Klimpt) !



37



38



39

Foto 18 bis 45:
Voeux de Bonne Année
de la CCFA @ Hotel Grand
Ferdinand – 12.01.2017



40



41



42



43



44



45



CLUB MED BUSINESS

MASSGESCHNEIDERTE EVENTS AUS PROFESSIONELLER HAND

Frischer Wind für Ihr Event!

Club Med Business steht für individuelle Veranstaltungen in traumhafter Umgebung – und das in über 80 Club-Resorts weltweit. Und wenn Ihnen das noch nicht exklusiv genug sein sollte, dann heißen wir Sie herzlich willkommen an Bord unseres Segelkreuzfahrtschiffes Club Med 2.

Für eine professionelle Beratung bezüglich einer Gruppenbuchung oder einer Exklusivvermietung zum attraktiven „All-Inclusive-Preis“ stehen wir Ihnen selbstverständlich gern zur Verfügung.

Rufen Sie noch heute an, um schon bald auf unserer Passagierliste zu stehen!
Club Med freut sich, für Sie Segel zu setzen.

INFORMATIONEN

Select Tours & Clubs
Tel. 01/ 526 62 17 DW 50
oder email an:
clubmed@select-tours.at
www.clubmed.at

Club Med 
BUSINESS

Herzlich willkommen Bienvenue

> Neue Mitglieder | Nouveaux membres

■ Palais Hansen Kempinski Vienna

Schottenring 24
1010 Wien
Tel: +43-1-236 1000

Geschäftsführung / Direction :

Peter Knoll (Foto)

Kontakt / Contact : Anton von Verschuer,
Director of Sales

anton.vonverschuer@kempinski.com

Branche : Hotellerie / Hôtellerie
www.kempinski.com



■ Felzl GmbH

Schottenfeldgasse 88
1070 Wien
Tel: +43 1 523 01 41

Geschäftsführung / Direction :

Christina Ostermayer (Foto)

Kontakt / Contact : Lena Trimmel
lena.trimmel@felzl.at

Branche : Restauration / Restaurant
www.felzl.at



■ Warimpex Finanz und Beteiligung AG

Floridsdofer Hauptstrasse 1
1210 Wien
Tel: +43-1-310 55 00

Geschäftsführung / Direction :

Dr. Franz Jurkowitzsch

Kontakt / Contact :

DI Christoph Salzer (Foto)

Regional Director
christoph.salzer@warimpex.com

Branche : Immobilien, Hotels /
Immobilier, hôtellerie
www.warimpex.com



■ Dominique Sigros (Privatmitglied)

■ Agathe Renevier (Privatmitglied)

C/o Crédit Agricole CIB
Landstraßer Hauptstraße 1/2/25
1030 Wien

dominique.sigros@ca-cib.com
agathe.renevier@ca-cib.com



> Nouvelles têtes | Neue Köpfe

Volkmar Pfaff ist seit November 2016 der neue Geschäftsführer der Gesellschaften von **AccorHotels Österreich**. Er tritt die Nachfolge von Gregory Maliassas an. Wir wünschen ihm viel Erfolg bei seiner neuen Aufgabe!

Volkmar Pfaff est depuis novembre 2016 le nouveau directeur de **AccorHotels Autriche** et succède ainsi à Gregory Maliassas. Nous lui souhaitons beaucoup de succès dans ses nouvelles fonctions !



Dr. Peter Holzmüller, erfolgreicher internationaler Pharmamanager, mit eigener Outplacement Erfahrung ist neuer Managing Partner **OTM Karriereberatung** (vormals DBM). Wir wünschen ihm viel Erfolg in seiner neuen Funktion.

Peter Holzmüller, directeur pharmaceutique fort d'une brillante carrière à l'international et spécialisé dans l'outplacement, est le nouveau associé directeur de **OTM Karriereberatung** (anciennement DBM). Nous lui souhaitons la bienvenue et beaucoup de succès dans ses nouvelles fonctions.



Nos produits sont disponibles chez Julius Meinl am Graben,
Vente en ligne et cadeaux d'entreprise sur www.calisson.com

Jetzt online shoppen: shop.FREYWILLE.COM • FREYWILLE.COM | VIENNA
WIEN Stephansplatz 5 • Albertinaplatz • Vienna Airport • Gumpendorfer Straße 81 • Tel. 01-599 25 450



 **FREYWILLE**

18 kt & diamonds

PURE ART