

Preis: 7,00 Euro.

2 | 19

Caléidoscope

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



GLEICHSTELLUNG:

Frauen, Männer & Beruf
L'égalité homme-femme
en entreprise

IHM INTERVIEW / ENTRETIEN :

Isabelle Kuster,
Managing Director
McDonald's Austria

BUSINESS CLUB:

Zusammentreffen
à la française
Rencontres à la française

NEU

REVITALIFT FILLER [+HYALURONSÄURE] 7-TAGE-HYALURON-SHOTS

AUFPOLSTERNDE AMPULLEN



**AUFGEPOLSTERTE HAUT?
IN NUR 7 TAGEN!**

**MIT 1,5 % PUREM
HYALURON**

VERSORGT DIE HAUT MIT
INTENSIVER FEUCHTIGKEIT
UND POLSTERT SIE AUF.



L'ORÉAL
PARIS

Editorial | Éditorial

www.ccfa.at

Chers amis de la CCFA!
Liebe Freunde der CCFA!

Während in Frankreich das Gesetz der Gleichstellung von Männern und Frauen „Copé-Zimmermann“ von 2011 im Jahr 2017 unerlässlich wurde, musste Österreich noch bis 2018 auf die Einführung der 30%-Quote von Frauen in Aufsichtsräten börsennotierter Unternehmen warten, sowie von jenen mit mehr als 1000 Angestellten. Diese Quotenregelung verringerte innerhalb eines Jahres den großen Abstand, den Österreich bezüglich der Stellung der Frau in Unternehmen aufwies. Anfang 2019 ist ca. eines von fünf Mitgliedern in Aufsichtsräten eine Frau. Nichtsdestotrotz bleibt in Frankreich wie auch in Österreich der Gehaltsunterschied für dieselbe Position bestehen. Auch wenn die Gesetze zur Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern einschränkend wirken, muss man feststellen, dass sie das patriarchalische System, für Unternehmen und Gesellschaft noch immer prägend, nicht vollends beendeten.

Frauen geben sich noch lange nicht nur damit zufrieden, von den Gesetzen zu profitieren, sondern haben in den letzten Jahren ihr Schicksal in die Hand genommen und immer zahlreicher erfolgreich eigene Unternehmen gegründet. Diese Ausgabe des *Kaleidoscopes* ist diesen Frauen gewidmet. Angenehme Lektüre!

Alors qu'en France, la loi sur la parité « Copé-Zimmerman » de 2011 n'est devenue impérative qu'en 2017, il a fallu attendre 2018 en Autriche pour l'instauration d'un quota de 30% de femmes dans les comités de surveillance des sociétés cotées en bourse et celles de plus de 1.000 employés. En un an, ce quota a permis de réduire le



Céline Garaudy

© www.stefanjoham.com

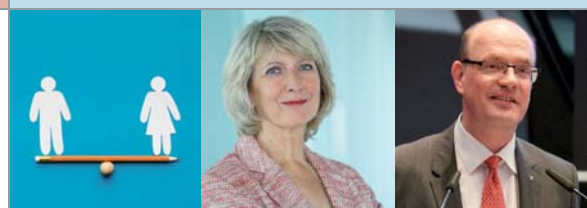
grand écart autrichien sur la place des femmes dans l'entreprise. Ainsi, début 2019, presque un membre de comité de surveillance sur 5 est une femme. Néanmoins et comme en France, les écarts de salaires pour un même poste entre une femme et un homme persistent. Même si les lois pour la promotion de l'égalité homme/femme ont pu paraître contraignantes, force est de constater qu'elles n'ont pas entièrement pu mettre un terme au modèle patriarcal encore très prégnant en entreprise et dans la société.

Ces dernières années, loin de se contenter de profiter de ces lois, les femmes ont pris leur destin en main et sont nombreuses à avoir créé leur entreprise avec succès. Ce *Kaleidoscope* leur est dédiées. Bonne lecture !

Céline Garaudy,
Direktorin / Directrice

Inhalt Sommaire

- 4 Panorama | Panorama**
 - Lycée français de Vienne
 - Vienna Auto Show 2019
- 6 Extra | Extra**
 - Servithink
 - Hausmaninger Kletter Rechtsanwälte
- 8 CCFA-Analyse |**
Analyse de la CCFA
Gleichstellung: Frauen, Männer & Beruf
L'égalité homme-femme en entreprise
- 10 Fokus | Zoom**
 - Hotel Am Konzerthaus - MGallery by Sofitel



- PANDA PARKEN
- Savencia
- SANOFI

- 14 Kurzportrait | Portrait**
 - La Crêperie mobile
 - FESTIVAL LA GACILLY-BADEN PHOTO 2019
 - expat.com

- 17 Interview | Entretien**
Isabelle Kuster, Managing Director McDonald's

- 19 Business-Club | Business-Club**

- 23 Neue Mitglieder |**
Nouveaux membres

AIRFRANCE

Atos

Liechtensteinische Landesbank AG

UNIOQA

SOVIENNA

BDO

Life Is On Schneider Electric

L'ORÉAL
ÖSTERREICH

ACCOR HOTELS
Feel Welcome

RENAULT
Passion for life

MAZARS

DONAU CHEMIE

bel

TOTAL
COMMITTED TO BETTER ENERGY

SANOFI

Raiffeisen Bank International

SERVITHINK
empowering business

coface
NOVOMATIC

orange
Business Services

AGRAV
FRUCHT STÄRKE ZUCKER

SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY

Panorama

Lycée français de Vienne : Le Studio Molière

Après près de trois ans de rénovation, le studio Molière ouvre à nouveau ses portes au public. Situé dans l'enceinte du Lycée français de Vienne, le Studio Molière est une salle de spectacle au passé prestigieux qui, dans les années 80 et 90, a vu défiler les grands noms de la culture tels que Barbara, Léo Ferré, Jacques Derrida, Isabelle Huppert, Robert Pinger ou encore le Théâtre du soleil. Das Studio Molière öffnet nach dreijähriger Renovierung wieder der Öffentlichkeit seine Pforten. Es befindet sich im Gebäudekomplex des Lycée français de Vienne und ist ein Veranstaltungssaal, in welchem sich in den 80er- und 90er-Jahren große Namen der Kulturszene bewegt haben, wie Barbara, Léo Ferré, Jaques Derrida, Isabelle Huppert, Robert Pinger und das Théâtre du soleil.



© Herta Humaus



Salle de spectacle du Studio Molière

Studio Molière

Le Lycée Molière peut également être mis à disposition des entreprises. Extrêmement bien placé, au cœur du 9ème arrondissement, à côté de structures hôtelières de qualité, parfaitement desservi (D, 40A) et avec un parking public à proximité immédiate, le studio Molière et son grand foyer offrent les conditions idéales pour la tenue de conférences ou de séminaires, pour la mise en œuvre de workshops ou de stages.

En 2013, afin de répondre aux nouvelles exigences d'aujourd'hui, le Studio Molière est rénové de fond en comble par l'architecte Dietmar Feichtinger, connu notamment pour la passerelle Simone de Beauvoir à Paris et la jetée du Mt. Saint-Michel, ainsi que le récent mur de verre entourant la tour Eiffel. Le résultat est impressionnant ! Au-delà de la mise aux normes de sécurité et de la rationalisation de ses espaces, l'œuvre architecturale permet au théâtre de retrouver sa grandeur d'antan, le dotant d'une belle salle de réunion, d'un immense foyer lumineux, d'un grand espace bar et d'une splendide salle de spectacle pouvant accueillir 240 personnes.

En 2018 s'ouvre le deuxième volet du projet : faire du Studio Molière un véritable atout pour

l'établissement en l'ouvrant vers l'extérieur. Sous l'impulsion de Monsieur l'Ambassadeur de France et avec l'expertise de l'Institut français d'Autriche, Le Lycée français fait alors appel à deux acteurs du monde culturel et artistique, Lise Lendais et Pierre-Emmanuel Finzi. Ce duo de professionnels choisi parmi une cinquantaine de postulants, aide à la concrétisation d'un projet ambitieux : faire rayonner le Studio Molière à travers une programmation de qualité assurant la promotion de la langue et de la culture françaises et affirmant sa présence sur la scène culturelle viennoise. Pari réussi ! Dès cette année, les Wiener Festwochen choisissent le studio Molière pour y tenir leur conférence de presse de lance-

ment de la saison 2019. Le 14 février dernier, Christophe Sladmuydler, le Directeur artistique du célèbre festival viennois, y a présenté toute la programmation devant un impressionnant parterre de journalistes de la presse écrite et audio-visuelle autrichienne et allemande. Le studio Molière accueillera au mois de mai l'un des spectacles des Wiener Festwochen : « 3 Episodes of Life » de Markus Öhrn. 🇺🇪 🇩🇪

Zusammenfassung :

Das Studio Molière ist ein Veranstaltungssaal mit ruhmreicher Vergangenheit und gehört zum Lycée français de Vienne. Von 2013 bis 2016 wurde es vom international renommierten Architekten Dietmar Feichtinger renoviert. Die aktuelle Schulleitung und der französische Botschafter wollen dieses Theater mit Hilfe des Institut français d'Autriche auch der Öffentlichkeit zugänglich machen. Daher wird mit den Künstlern Lise Lendais und Pierre-Emmanuel Finzi ein Kulturprojekt gestartet, welches dieses Jahr schon Früchte getragen hat: die Wiener Festwochen hielten im Studio Molière ihre Pressekonferenz und das Stück „3 Episodes of Life“ von Markus Öhrn wird dort ab Mai aufgeführt. Das Studio Molière ist auch für Konferenzen, Seminare oder Workshops sehr gut geeignet. Insbesondere die Lage im 9. Bezirk, Hotels und Parkgaragen in unmittelbarer Nähe, die Räumlichkeiten – 240 Plätze, ein großes Foyer, ein Meetingsaal – und die neu angeschaffte Technik, machen aus dem Studio Molière einen sehr attraktiven Kulturtreffpunkt. 🇺🇪

Kontakt | Contact :

Lycée français de Vienne
Charlotte Forest
charlotte.forest@lycéefrançais.at

Vienna Auto Show 2019

En route pour l'avenir Auf die Plätze, fertig, los in die Zukunft

Du 10 au 13 janvier s'est tenue la treizième édition du Salon de l'automobile de Vienne. La CCFA s'y est rendue en compagnie de S.E. François Saint-Paul, Ambassadeur de France en Autriche pour y découvrir en toute exclusivité les dernières nouveautés de la célèbre marque française au losange en présence du Directeur Général de Renault Autriche, Olivier Wittmann.

Von 10. bis 13. Januar fand die 13. Wiener Automobilausstellung statt. Die CCFA verschaffte sich aus diesem Grund gemeinsam mit S.E. François Saint-Paul, Botschafter Frankreichs in Österreich, in Anwesenheit von Olivier Wittmann, Geschäftsführer von Renault Österreich, einen exklusiven Einblick in die Neuheiten des größten französischen Automobilherstellers Renault.



Nouvelle Renault Mégane R.S.



Nouveau Renault Kadjar



Cette année, Renault Autriche s'inscrit dans l'histoire avec une part de marché record atteignant 8,59% en Autriche ! Un chiffre qui reflète également le succès de ses nouveaux modèles phares présentés sur le stand du Vienna Auto Show 2019 : le nouveau Renault Kadjar et la nouvelle Renault Mégane R.S.

Nouveau Renault Kadjar – Le SUV au style affirmé

Déjà vendu à plus de 450.000 exemplaires depuis son lancement en 2015, le nouveau Renault Kadjar est un bestseller entièrement repensé et arborant un style plus affirmé. À bord, il propose un intérieur modernisé et quelques subtiles retouches esthétiques comme en témoignent les inserts en chrome satiné sur les poignées de portière ou la console centrale. En annonçant le restylage du Kadjar, Renault a également présenté de nouveaux moteurs : l'ancien 1.2 TCe 130 ch. et le 1.6 de 165 ch. sont remplacés par un 1.3 nettement plus doué.

Nouvelle Renault Mégane R.S. TROPHY – La crème des sportives

Autre véhicule phare de la marque : la nouvelle Mégane R.S. TROPHY. Celle-ci se fait

remarquer par les passionnés de pilotage en offrant encore plus de performance et de sportivité. Disponible avec les boîtes de vitesses manuelles ou EDC à double embrayage, ce modèle inaugure une nouvelle version du MOTEUR 1.8L TURBO, porté à 300ch grâce à des évolutions sur le turbo et l'échappement. En option, de nouveaux sièges avant Recaro revêtus d'Alcantara sont disponibles.

RENAULT MOBILITY – La nouvelle solution de mobilité pour entreprise

Également présent sur le stand, Frédéric Naud, Directeur Général de RCI BANQUE SA pour la Suisse et l'Autriche, nous dévoile leur nouveau projet de mobilité partagée RENAULT MOBILITY développé par « RCI Mobility », filiale de RCI BANQUE SA. Destinée d'abord aux entreprises, cette solution leur offre de nouvelles solutions de mobilité grâce à l'autopartage. En Autriche, RENAULT MOBILITY devrait également bientôt s'ouvrir aux consommateurs privés à Vienne, Graz et Innsbruck. 🇵🇹 🇦🇹



Photo 1 - d.g.à.d. : SEMA François Saint-Paul, Olivier Wittmann

Photo 2 - d.g.à.d. : SEMA François Saint-Paul, Olivier Wittmann, Céline Garaudy, Régis Fricotté

Photo 3 - d.g.à.d. : Céline Garaudy, Frédéric Naud

Kontakt | Contact :

RENAULT AUTRICHE

Olivier Wittmann, Managing Director

olivier.wittmann@renault.com | www.renault.at

RCI Banque SA Niederlassung Österreich

Frédéric Naud, Managing Director

frederic.naud@rcibanque.com

www.rci-banque.at | www.glidemobility.com

Extra

Vom Wert der Netzwerke La force du réseau

Jedes Land, jede Region hat eigene Netzwerke und unterschiedliche Weisen diese zu pflegen. Die Palette reicht vom geschlossenen Club bis zu den digitalen Netzwerken. Aus der Vielfalt die geeigneten Netzwerke auszuwählen ist eine Herausforderung. Franck Runge, Geschäftsführer von SERVITHINK Unternehmensberatung und Vorstandsmitglied der CCFA, klärt uns über das Thema auf.

Chaque pays ou chaque région possède ses propres réseaux allant des clubs fermés jusqu'au réseaux digitaux. Cela dit, parvenir à trouver l'interlocuteur idéal dans cette multitude d'interactions ne s'avère pas être une tâche facile. Franck Runge, Directeur de l'entreprise de conseil SERVITHINK et membre du Directoire de la CCFA, nous aide à mieux nous y retrouver.



Der Wert des Netzwerkes
(CCFA-Veranstaltung in der Sky Lounge der
Raiffeisen Bank International – 12.2.2019)

Netzwerken in Österreich – Von der beruflichen Notwendigkeit zur hohen Lebensqualität

Zahlreiche Netzwerke sind für die berufliche Laufbahn von Bedeutung, andere steigern das persönliche Wohlbefinden. Jede Kultur hat eigene Netzwerkformate, hier ein Heurigenbesuch, dort ein Aperitif zu Hause. Das Ziel ist das Gleiche.

Netzwerke sind für das Berufsleben wichtig und beschleunigen die Integration in einem neuen Umfeld: Wir lernen eine neue Kultur kennen und gleichzeitig, die eigene Kultur besser zu verstehen. Mit interkultureller Kommunikation gelangen wir zu einer besseren Lebensqualität.

Internationale Unternehmen, die in Österreich Fuß fassen wollen, sind von der konstruktiven und konsensualen Kooperation der Netzwerke in Österreich beeindruckt. Auf institutioneller Ebene schätzen etwa französische

Exporteure, dass sich ABA, Business France und die CCFA wechselseitig unterstützen.

EFA – L'Emploi Francophone en Autriche ist ein einzigartiges Kommunikationsnetzwerk für Arbeits- und Mitarbeitersuche und darüber hinaus ein Orientierungspunkt für Neuankömmlinge in Österreich: Im Rahmen der SERVITHINK Personalplattformen werden laufend persönliche Gespräche sowohl mit Entscheidungsträgern von internationalen Unternehmen als auch mit Kandidaten unterschiedlichster Herkunft geführt. Dabei werden die vielfältigen kulturellen Gepflogenheiten angesprochen und betroffene Personen auf lokale Usancen hingewiesen.

CONTACT AUSTRIA ist eine weitere Plattform, welche auch kleinen Organisationen den Markteintritt in Österreich erleichtert. Der One-Stop-Shop hat die großen Vorteile einer

persönlichen Betreuung in der Muttersprache und eines direkten Ansprechpartners. Professionelle Kommunikation erleichtert die Konsensfindung und schafft Vertrauen. Bleiben wir in Kontakt! 

Résumé :

Être bien réseauté représente un atout de force dans la vie professionnelle ainsi que dans l'intégration au sein d'une nouvelle culture. Les entreprises internationales souhaitant s'installer en Autriche sont impressionnées par la coopération constructive et consensuelle qui règne en Autriche. Sur le plan institutionnel, les exportateurs français reconnaissent la valeur du travail accompli par ABA, Business France ainsi que la CCFA. L'entreprise de conseil SERVITHINK a elle mis en place deux plateformes de réseau en Autriche : la plateforme EFA / L'Emploi Francophone en Autriche pour les candidats francophones et entreprises à la recherche de nouveaux collaborateurs ainsi que CONTACT AUSTRIA, le point de contact direct pour faciliter l'intégration en Autriche. 

Kontakt | Contact :

Servithink Unternehmensberatung GmbH
Franck Runge, Geschäftsführer
T: +43 1 533 77 07
f.runge@servithink.at | www.servithink.at
www.contact-austria.at



powered by **SERVITHINK**



M&A-Transaktionen und W&I Fusions & Acquisitions et assurance

Wie schon letztes Jahr ist für 2019 in Österreich mit einem anhaltend starken Transaktionsvolumen zu rechnen. Rechtsanwalt Dr. Mark Kletter erklärt uns, welche bedeutsamen Vorteile Warranty & Indemnity-Versicherungen (W&I) in diesem Kontext anzubieten haben, um Unternehmen eine effiziente Transaktionsgestaltung zu ermöglichen.

Cette année encore, l'Autriche connaîtra un volume important de transactions. Face à une telle conjoncture, Mark Kletter, avocat du cabinet Hausmaninger Kletter Rechtsanwälte, nous explique quels sont les avantages de l'assurance garanties et indemnités pour les entreprises.

Gute Rahmenbedingungen für M&A
Auch das Jahr 2018 war durch eine anhaltend starke Konjunktur am M&A-Transaktionsmarkt geprägt. Aufgrund des weiterhin bestehenden günstigen Finanzierungsumfelds ist auch für das Jahr 2019 mit einem anhaltend starken Transaktionsvolumen zu rechnen. Interessant ist dabei, dass der Markt in Österreich auch 2018 weitestgehend durch strategische Investoren und Käufer geprägt war und Finanzinvestoren sowie ganz allgemein Private Equity-Transaktionen eine vergleichsweise geringere Rolle spielten. Dies könnte eine Begründung dafür sein, weshalb das Instrument der Warranty & Indemnity-Versicherungen (W&I) in Österreich weiterhin insbesondere im Vergleich zu Deutschland und den USA noch relativ unbekannt und daher unterentwickelt ist, weil gerade Private Equity-Verkäufer gerne darauf zurückgreifen. Dabei würden sich W&I-Versicherungen gleichermaßen für M&A-Transaktionen mit Beteiligung von Strategen sowie für M&A-Transaktionen mit relativ geringem Transaktionswert eignen.

Mögliche Ausgestaltungen von W&I-Versicherungen

Bei einer W&I-Versicherung werden unbekannte Risiken, die aus der Verletzung von im Rahmen eines Unternehmenskaufes abgegebenen Gewährleistungen, Garantien oder Freistellungen („Garantien“) des Verkäufers entstehen, versichert. Soinkommtes innerhalb der im Regelfall im Unternehmenskaufvertrag festgelegten Bagatellschwelle (De minimis) und Haftungshöchstgrenze (Cap) zu einem Risikotransfer der kaufvertraglichen Ansprüche von der Verkäuferseite auf den Versicherer. Dabei können gesellschaftsrechtliche Garantien ebenso wie operative

Garantien (z. B.: zu den Finanzen, den Mitarbeitern, den wesentlichen Verträgen, zu IP oder zur Einhaltung öffentlich-rechtlicher Vorschriften, etc) und sogar Freistellungen, etwa für bestimmte Steuerrisiken versichert werden.

Bei einer verkäuferseitigen Polisse wird im Falle einer Garantieverletzung zwar der Käufer weiterhin den Verkäufer direkt in Anspruch nehmen, dieser wird im Haftungsfall jedoch von der Versicherung gegenüber dem Käufer freigestellt. Bei einer käuferseitigen Polisse wird der Käufer bei einer Garantieverletzung den Versicherer direkt in Anspruch nehmen und der Versicherer wird dem Käufer den Schaden aus der Garantieverletzung abzüglich eines allfälligen Selbstbehalts direkt abgelden, wobei der Regress auf den Verkäufer nur in sehr engen Grenzen möglich ist, etwa im Falle von Vorsatz.

W&I-Versicherungen als Transaktionshebel

Für den Verkäufer ergibt sich aus einer solchen Gestaltung der Vorteil eines Clean Exit. Der Verkäufer muss keine Abzüge vom Kaufpreis aufgrund von Haftungsansprüchen befürchten. Er hat Transaktions- bzw Kaufpreissicherheit. Die oftmals erforderliche Abwicklung über einen Kaufpreiseinbehalt und die Hinterlegung auf einem Treuhandkonto entfällt. Es kommt daher zu einer schnelleren Ausschüttung des Verkaufserlöses. Auf diesem Weg fällt es dem Verkäufer gegebenenfalls auch leichter bestimmte Garantien abzugeben, was zu Überwindung von Transaktionshindernissen beitragen kann. Der Käufer kann dem Verkäufer ein attraktiveres Angebot machen, weil er eine höhere sofortige Kaufpreisauszahlung anbieten kann und er auch kein allfälliges Solvabilitätsrisiko des Verkäufers zu befürchten hat. Zudem



Dr. Mark Kletter ist Partner der Wirtschaftsrechtskanzlei Hausmaninger Kletter Rechtsanwälte GmbH. Seine fachlichen Tätigkeitsschwerpunkte liegen im Bereich M&A, Gesellschaftsrecht, Vertriebsrecht sowie Prozessführung. mark.kletter@hhw.at

kann er gegebenenfalls die vertragliche Haftungshöchstsumme oder die Garantielaufzeiten des Verkäufers im Wege der W&I-Versicherung erhöhen. Die Kosten der Versicherung sind überschaubar und sind Teil der Gesamttransaktionskosten.

Rechtzeitige Einbindung

Es zeigt sich, dass die W&I-Versicherungen bedeutsame Vorteile bieten können, die in Transaktionen in Österreich weitgehend noch nicht wahrgenommen werden. Auf jeden Fall bedarf es aber einer rechtzeitigen Einbeziehung des Themas in die Strukturierung der Transaktion, um die Vorteile auch tatsächlich auszunützen und eine effiziente Transaktionsgestaltung zu ermöglichen. ➡

Gleichstellung: Frauen, Männer & Beruf L'égalité homme-femme en entreprise

Wir werden alle sterben. Und zwar lange bevor der Gender Gap geschlossen wird. Dies geht aus dem jährlich vom World Economic Forum erstellten Global Gender Gap Report hervor. Der Bericht analysiert die Gleichstellung der Geschlechter, 2018 kam er zu einer alarmierenden Conclusio: Die Lücke wird bei der derzeitigen Entwicklung erst in 108 Jahren geschlossen. Wir sehen also Menschen über den Mars spazieren, ehe die gesellschaftliche Benachteiligung von Frauen beendet wird. Eine eigenartige Prioritätensetzung.

Avant que l'inégalité homme-femme ne se soit résorbée, nous serons tous déjà morts. Ce constat provient du rapport "Global Gender Gap" du Forum Économique Mondial dont la conclusion est alarmante : les disparités entre les sexes n'auront disparues que dans 108 ans. D'ici là, l'homme aura déjà marché sur mars. Il est dans ce contexte impératif de revoir les priorités.

Der Global Gender Gap Report zieht zu seinem Ländervergleich vier wesentliche Indikatoren heran: Bildung, Gesundheit, politische Beteiligung und wirtschaftliche Gleichstellung. Island schneidet am besten ab, Norwegen und Schweden folgen, Frankreich und Deutschland liegen knapp außerhalb der Top Ten. Und Österreich? Sagen wir es so: Platz 53 hinter Costa Rica, Burundi und Bangladesch ist kein Ruhmesblatt. Im Ranking der wirtschaftlichen Gleichstellung fällt Österreich sogar auf Rang 81 zurück.

Wie kann das passieren? Warum gilt eines der reichsten Länder der Welt in Sachen

Der geschlechtsspezifische Lohnunterschied in Österreich beträgt rund 22 Prozent, in Führungspositionen wächst er auf über 30 Prozent an.

Gleichstellung als Nachzügler? Vor allem im oberen und mittleren Management ist laut dem vom Bundesministerium für Arbeit initiierten Projekt Equal Pay* eine klaffende Entlohnungslücke festzustellen. Der geschlechtsspezifische Lohnunterschied in Österreich beträgt rund 22 Prozent, in Führungspositionen wächst er auf über 30 Prozent an. Der Spielraum für individuelle Verhandlungen jenseits von Kollektivverträgen gereicht Frauen zum Nachteil.

Sind Frauen also selbst schuld am Lohngefälle? Verhandeln sie schlechter als ihre männlichen Kollegen? Nein, so einfach ist es nicht. Österreichs Unternehmen

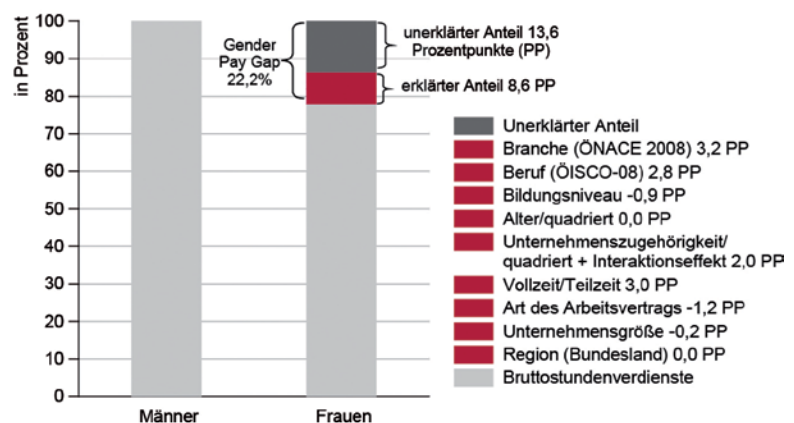
stehen in der Pflicht. Der Gender Pay Gap muss als Problem anerkannt werden, die Gleichbehandlung als Qualitätsmerkmal gelten. Diversität steht jedem Betrieb gut zu Gesicht. Stakeholder und Investoren legen zunehmenden Wert auf Fairness und Nachhaltigkeit. Ein transparentes und strukturiertes Gehaltsschema erfüllt dabei ebenso seinen Zweck wie ein schonender Umgang mit Umweltressourcen. Über Geld spricht man nicht, sollte man aber.

Was passiert, wenn keine Transparenz geschaffen wird? Die deutsche Frauenrechtsorganisation Terre des Femmes hat es im Vorjahr mit versteckter Kamera ausprobiert. Sie schickte drei Transgender-Personen in Bewerbungsgespräche für ein und denselben Job - einmal als Mann, einmal als Frau. Für beide Geschlechter wurden

zwei identische Lebensläufe mit identen Fähigkeiten und Erfahrungen entworfen. Das bestürzende Ergebnis: Den männlichen Bewerbern wurden nicht nur höhere Gehälter angeboten, es wurden auch Boni angesprochen, die gegenüber Frauen gar nicht erst erwähnt wurden.

Das Schaffen fairer Arbeitsbedingungen ist eine – kostenlose! – Investition in die Zukunft. Und die macht sich bezahlt. Denn Arbeitgeber stehen mehr denn je unter Beobachtung. Sie werden von Mitarbeitern oder ehemaligen Mitarbeitern auf Plattformen wie kununu.com bewertet. Kein Unternehmen will sich dort einen schlechten Ruf einhandeln und sein Image schädigen. Nur wer in der Öffentlichkeit ein positives Bild abgibt, kann die besten Arbeitskräfte anlocken und halten. Nur wer

Dekomposition des Gender Pay Gap



Quelle: Statistik Austria, Verdienststrukturerhebung 2014. Grundlage sind die durchschnittlichen Bruttoverdienste der unselbstständig Beschäftigten in der Privatwirtschaft (Wirtschaftsabschnitte B-N und P-S der ÖNACE 2008). Erstellt am 01.03.2017.



**Rédaction et contact /
Redaktion und Kontakt :**
Dr. Birgit Kraml LL.M., Partner
Wolf Theiss Austria
T: +43 1 51510 5360
birgit.kraml@wolftheiss.com
www.wolftheiss.com

sich fair behandelt fühlt, wird seine maximale Leistung abrufen. Dieses Bewusstsein setzt sich allmählich in den Führungsetagen durch.

Noch ist der Weg weit. Eine aktuelle Bestandsaufnahme des Frauenanteils in den 38 ATX Prime Market Unternehmen wirft eine ernüchternde Bilanz ab. Lediglich sieben von insgesamt 135 Vorstandspositionen werden von Frauen bekleidet, das entspricht einer Frauenquote von gerade einmal fünf Prozent. Auch die Positionen in den Aufsichtsräten werden lediglich zu 19 Prozent von Frauen besetzt. Der Aufholbedarf ist gewaltig. Müssen Frauen deshalb besonders gefördert werden? Muss man ihnen unter die Arme greifen? Nein, muss man nicht. Man muss ihnen lediglich eine faire Chance bieten. Und darauf sollten sie keine 108 Jahre warten müssen. 

Le rapport mondial sur les disparités entre hommes et femmes s'appuie sur quatre indicateurs pour établir un classement par pays : l'éducation, la santé, la participation politique et l'égalité économique. L'Islande se situe en tête du classement suivi de la Norvège et de la Suède. La France et l'Allemagne se situent, elles, juste en dessous du top dix. Et quid de l'Autriche ? L'Autriche se place à la 53^{ème} position derrière le Costa Rica, le Burundi et le Bangladesh. Pour ce qui est du classement des disparités des salaires, l'Autriche atteint même la 81^{ème} place.

Comment se fait-il que l'un des pays les plus riches du monde ait tant de retard en terme de parité ? Selon le projet *Equal Pay** lancé par le Ministère Fédéral du Travail autrichien, l'écart

des salaires entre hommes et femmes en Autriche avoisine les 22%. Dans les postes de direction, celui-ci atteint plus de 30%. Malgré les lois et différentes conventions collectives fixées en vue de protéger les travailleurs, celles-ci ne suffisent pas pour mettre un terme aux disparités.

Les femmes sont-elles responsables des écarts de rémunération ? Se débrouillent-elle moins bien dans la négociation que leurs homologues masculins ? Non, la raison n'est pas aussi évidente. Les entreprises autrichiennes ont leur part de responsabilité. L'écart de rémunération entre hommes et femmes doit être reconnu comme un problème et l'égalité de traitement

L'écart des salaires entre hommes et femmes en Autriche avoisine les 22%. Dans les postes de direction, celui-ci atteint plus de 30%.

comme un critère de qualité. La diversité est une valeur ajoutée pour toute entreprise.

Les divers acteurs du marché et investisseurs attachent une importance toujours plus grande à l'équité ainsi qu'à la durabilité. Un système de rémunération transparent et structuré est tout aussi essentiel qu'une gestion prudente des ressources environnementales. Or, que se passe-t-il lorsqu'il n'y a pas de transparence ? L'organisation allemande pour le droit des femmes *Terre des Femmes* a tenté une expérience à l'aide de caméras cachées. Trois personnes transgenres furent ainsi sélectionnées pour passer des entretiens à un poste d'emploi. Le résultat laisse plus que perplexe : les candidats masculins se sont vu proposer des

salaires plus élevés alors que leurs candidatures étaient identiques à celles des femmes. Contrairement aux femmes, il fut même question de primes pour les hommes.

Créer des conditions de travail équitables est un investissement pour l'avenir qui ne coûte rien. Or, c'est justement l'inaction qui coûte. Les employeurs sont en effet de plus en plus mis sous surveillance. Ces derniers sont notés par leurs collaborateurs ou ex-collaborateurs sur des plateformes en ligne comme kununu.com. Aucune entreprise ne souhaite avoir une mauvaise réputation, au risque d'éreinter leur image. Une entreprise traitant ses collaborateurs de manière juste les motivera naturellement. Fort heureusement, cette prise de conscience gagne progressivement du terrain jusqu'aux plus hauts postes de direction.

Il reste donc encore du chemin à parcourir. Une enquête actuelle sur la proportion des femmes dans les 38 entreprises du principal indice boursier de Vienne ATX Prime Market fait un constat qui donne matière à réflexion. En effet, dans les conseils d'administration, seules 7 places sur 135 sont occupées par des femmes, soit une proportion de 5%. En ce qui concerne les conseils de surveillance, il s'agit de 19%.

En conclusion, l'écart à combler est important. Est-ce pour autant une raison d'imposer davantage de lois pour la promotion des femmes ? Faudrait-il les aider plus que les autres ? Non, pas nécessairement. Il faut simplement leur offrir des chances égales et il est inutile d'attendre 108 ans pour cela. 

*Quelle / Sources : *www.equalpay.at*

Ein ergänzendes Duo

Un duo complémentaire



Boris Braun

Susanne Fritz

Speziell für die den Frauen gewidmete Ausgabe des *Caleidoscopes* haben wir jene starke Frau entdeckt, die seit vielen Jahren dem General Manager des Hotels Am Konzerthaus MGallery by Sofitel mit Rat und Tat zur Seite steht: Susanne Fritz. Als Director of Rooms arbeitet sie seit 7 Jahren im Hotel und gemeinsam mit Herrn Braun bilden sie ein erfolgreiches Duo!

Pour ce numéro dédié aux femmes, nous avons été à la rencontre de la femme forte qui travaille depuis de nombreuses années en étroite collaboration avec le directeur de l'Hotel Am Konzerthaus MGallery by Sofitel : Susanne Fritz. En tant que Directrice des chambres, ils forment ensemble depuis 7 ans déjà un duo complémentaire qui marche avec succès !

CCFA: Könnten Sie uns zuerst ein bisschen mehr über Ihren beruflichen Werdegang verraten und wie es zu diesem erfolgreichen Duo kam?

Susanne Fritz: Ich habe die Höhere Lehranstalt für Fremdenverkehrsberufe (Modul) mit Matura abgeschlossen und bin nach der Schule direkt in die Praxis gegangen. Zuerst habe ich ein Jahr in einem Hotel in Wien in der Rezeption gearbeitet, und mit Anfang 20 konnte ich ein dreiviertel Jahr Erfahrung in einem Hotel in den USA sammeln. Danach ging es zurück nach Wien und direkt zu den Accor Hotels. Seit 2012 arbeite ich im *Hotel Am Konzerthaus MGallery by Sofitel*, davor war ich jahrelang

für den Bereich Revenue und Reservierung im *Novotel Wien City* tätig und wiederum davor war ich über 4 Jahre Key Account Manager für Meetings, Incentives, Conventions und Events in der Zentrale der Accor Hotels hier in Wien.

Boris Braun: Wie auch Frau Fritz komme ich eher aus dem Logis Bereich. Ich habe 2004 bei ACCOR in Berlin meine Ausbildung begonnen. 2008 bin ich dann nach Wien übersiedelt und seit 2011 arbeite ich hier im *Hotel Am Konzerthaus*. Auf meinem Werdegang dürfte ich für die Marken Mercure, Sofitel und jetzt für MGallery arbeiten.

CCFA: Sind Frauen Ihrer Meinung nach die besseren Managerinnen?

SF: Ich würde eher mit „Jein“ antworten. Ich finde es vor allem wichtig zu verstehen, in welcher Position eine Frau managt und mit welchem Team sie arbeitet. Im Hotelleben ist es wichtig, in Richtung Leadership und people management zu gehen. Aber es sollte auch grundsätzlich viel mehr darum gehen, was eine Frau kann und welche Qualifikationen sie mitbringt. Ich als Frau denke, dass Frauen grundsätzlich besser zuhören können und Probleme anders lösen als Männer. Männer gehen vielleicht generell mit Zahlen besser um (lachend).

BB: Ich bin der Meinung, dass es auf einen guten Mix im Team ankommt. Die Frage ob nun Frauen oder Männer die besseren Manager sind, stellt sich grundsätzlich für mich nicht. In meiner Laufbahn hatte ich quasi zwei Mentoren, einen Mann und eine Frau.

Von beiden konnte ich unendlich viel lernen. Es kommt also eher auf die Expertise des Managers an, dabei ist es egal ob es eine Frau oder ein Mann ist.

CCFA: Wie hoch ist der Anteil der weiblichen Belegschaft im Hotel am Konzerthaus?

SF: Im *Hotel Am Konzerthaus MGallery by Sofitel* und bei der Accor-Gruppe gibt es ein sehr ausgewogenes Männer-/Frauen Verhältnis. Die Quote liegt bei ca. 50% Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Die Förderung von Frauen ist von der Accor-Gruppe erwünscht mit einem eigenen Programm namens „RIISE“.

BB: Dazu möchte ich noch ergänzen, dass sich auch in unserer Abteilungsleitersebene diese Quote widerspiegelt.

CCFA: Wie empfinden Sie persönlich die heutige Situation von Frauen in der Arbeitswelt?

SF: Das ist eine schwierige Frage, aber mir fällt in diesem Zusammenhang spontan der Begriff „Powerfrau“ ein. Eine Powerfrau zeigt Leadership, ist proaktiv und ist fähig, ihr Team zu motivieren. Bei Männern ist der der Karriereweg automatisch weniger holprig, weil sie nicht durch die Kindererziehung teilweise jahrelang vom Jobleben weg sind.

BB: Für mich ist eine sogenannte „Power Frau“ eine Frau, die es schafft, Job und Familie zu verbinden, und wir sollten eigentlich lieber „Power Mensch“ sagen. 

Kontakt | Contact :

www.hotelamkonzerthaus.com

Afterwork-Tipp: APRON Bar

Gepaart mit hausgemachten Essenzen, Auszügen und Sirups werden in der APRON Bar aufregende Cocktails und Signature Drinks kreiert! Der Fokus liegt dabei auf heimischen Spirituosen und Weinen sowie internationalen Klassikern. Außerdem gibt's leckeres Barfood und das „**Lachs&Sprudel**“ Package (1 Glas Pol Roger & Lachstoast um 22,9 Euro) am besten zur Einstimmung vor dem Konzert genießen! **Öffnungszeiten:** Täglich von 17:30 bis 01:30 Uhr



Panda Parken: Leader du stationnement Führender Parkplatzbetreiber



Après plus de 7 ans d'expérience au sein des banques HSBC, Commerzbank et BNP Paribas, Laura Logié-Weingerl a tenté l'aventure en mettant sur pied l'entreprise PANDA PARKEN devenue le Nr. 1 du parking privé à Vienne. Portrait exclusif d'une jeune entrepreneuse de talent.

Nach sieben erfahrungsreichen Jahren im Bankwesen der HSBC, der Kommerzbank und der BNP Paribas wagte Laura Logié-Weingerl das Abenteuer, ein Unternehmen auf die Beine zu stellen. PANDA PARKEN ist mittlerweile die Nr.1 der Privatparkplatzbetreiber in Wien. Exklusiv-Porträt einer jungen Unternehmerin mit großem Talent.

CCFA : Laura, comment avez-vous pris la décision de créer PANDA PARKEN ?

Laura Logié-Weingerl : Après avoir occupé plusieurs fonctions dans le secteur bancaire, quitter mon poste de Relationship Manager chez BNP Paribas CIB et accepter de sortir de ma zone de confort pour passer dans le monde entrepreneurial n'a pas été un choix facile. Se mettre à son compte représente non seulement un risque mais également un engagement de tous les instants. Je sentais que le moment était venu pour moi de faire des choix existentiels. J'ai décidé de tenter l'aventure et de me donner les moyens de réussir. L'envie de créer un business, d'y apporter ma valeur ajoutée à toutes les étapes du processus, depuis la conception jusqu'au résultat final, a été pour moi le déclic.



Laura Logié-Weingerl



D.g.à.d.: Philipp, Jelena, Laura, Karin, Rene und Harald.

CCFA : Et comment êtes-vous parvenue à construire le plus grand parking privé à l'aéroport de Vienne ?

LL-W : Rene, mon mari, et moi-même avons créé « PANDA PARKEN » afin de répondre à une demande bien présente : proposer le meilleur service possible à un prix très abordable. Nos clients déposent leur voiture sur notre parking d'accueil et nous nous chargeons du reste : stationnement des voitures, aide au transport des bagages et transfert à l'aéroport en 3 min en véhicule de standing. Nos clients sont reçus dans notre lounge où il leur est proposé une boisson chaude ou froide et aux enfants de recevoir une friandise. Ce service, qui fait le succès de notre entreprise, et qui est récompensé par un taux de fidélisation exceptionnel, repose sur l'engagement de nos employés et sur les valeurs essentielles auxquelles nous sommes très attachés : accueil, générosité et efficacité. » 🐼 🇦🇹

Zusammenfassung :

Laura Logié-Weingerl gründete Ende 2016 gemeinsam mit ihrem Mann Rene Weingerl PANDA PARKEN, ein Privatparkplatz-Unternehmen am Flughafen Wien Schwechat. Keine leichte Entscheidung für die Jungunternehmerin, nach vielen Jahren im Bankwesen den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Letztendlich war es das Risiko aber wert, da der Wunsch über-

PANDA PARKEN en bref :

Nr. 1 Parking privé à Vienne

Création : fin 2016

Fondateurs : Laura et Rene Weingerl

Employé(e)s : 17

Rating : Meilleur service, plus de 1500 avis 5* sur Google

wog, etwas Eigenes aufzubauen und somit von der Konzeption bis zum finalen Ergebnis ihre persönliche Note in alle betrieblichen Prozesse einfließen lassen zu können.

PANDA PARKEN verdankt seinen Erfolg einem exzellenten Kundenservice durch 17 hochengagierte MitarbeiterInnen: Übernahme des Fahrzeuges, Gepäcktransfer zum Flughafen, Heiß- und Kaltgetränke in der Lounge – zu einem leistbaren Preis. Professioneller Empfang, großzügiges Service und Effizienz stehen an erster Stelle. 🇦🇹

Kontakt | Contact :

PANDA PARKEN

MSc, Laura Logié-Weingerl

Klosterneuburgerstr. 113-117/1/16, 1200 Wien

T: +43 660 42 55 155

laura.weingerl@pandaparken.at

www.pandaparken.at

Savencia Fromage & Dairy Österreich 2019: Ein Jahr mit vielen Highlights! 2019 : une année qui promet !



Savencia Fromage & Dairy Österreich wird auch heuer mit seinem lokalen österreichischen Team viele Maßnahmen entwickeln und investieren, um die Liebhaber von französischem Käse für seine Marken und Produkte zu begeistern.

Savencia Fromage & Dairy Autriche va cette année encore investir dans ses marques et produits pour combler les amateurs de fromage français.

Bresso ist im ersten Quartal im TV zu sehen, begleitet von einer reichweitenstarken Online-Kampagne, bei der der Kräuterspezialist Bresso drei praktische Indoor-Kräuterbeete verlost. Ab Mai wird es eine Fortsetzung der erfolgreichen Online-Promotion „Le Marché de Bresso“ geben, welche mit augmented reality erneut in die Welt von Bresso entführt. Diese wird im 2. Halbjahr von einem TV-Flight begleitet.

Chavroux startet mit einer nationalen Plakatkampagne in Kooperation mit dem Markenartikelverband und veröffentlicht gleichzeitig in 5 Ausgaben des beliebten Kochmagazins *Cooking* redaktionelle Beiträge. Hier wird auf die süße Verwendung von

Chavroux fokussiert, inklusive Gewinnspiel auf chavroux.at, bei dem das Lieblingsrezept zu wählen ist.

Saint Albray, das zweite Original von Savencia, das ebenfalls bei der Markenartikelkampagne mitmacht, generiert mit Plakaten und City Lights mehr als 37 Mio. Kontakte. Mit dem Motto „Die Würze Frankreichs“ sorgt die On-pack-Promotion ab Mitte Februar für Aufmerksamkeit. Bis April werden mehr als 650.000 Packungen mit Gewinncode im Handel sein – und jede Packung gewinnt! Einfach den Glückscodes auf www.die-wuerze-frankreichs.com eingeben und als Hauptpreis einen Citroën DS Oldtimer und weitere attraktive Preise gewinnen. Zudem wird Saint Albray von 18.2.-3.3.2019 zum Radio-Star! Gemeinsam mit Kronehit wird eine Reise für 2 nach Frankreich verlost.

Brunch Buttrig-Frisch, die Cash-Innovation 2018, startet mit einer nationalen Plakatkampagne im April. Mit „50% weniger Fett als Butter“ und einem Design-Relaunch wird weiterhin auf eine Verortung in der Butter-Welt fokussiert. Eine Cashback-Aktion mit Markt guru sowie eine nationale Verkost-Tour durch ganz Österreich sorgen für zahlreiche Probierkontakte.

Der Klassiker **Brunch Cremig-Vielseitig** wird sich bei 2 weiteren nationalen Plakatkampagnen erneut als Multitalent inszenieren und seine Vielseitigkeit zum Streichen & Kochen kommunizieren. Begleitet wird dies durch die 6-monatige On-Pack-Promotion „Brunch dich um die Welt!“, bei der es Fernreisen und Städtereisen zu gewinnen gibt. Welches Saisonpaar ab Herbst in Österreich seinen kulinarischen Fingerabdruck hinterlassen wird, verraten wir noch nicht.

Fol Epi bietet mit „Extra fines“ weiterhin hauchfeinen Genuss für Feinsnacker. Während im 1. Halbjahr bei einem Online-Gewinnspiel streng limitierte Fol Epi Taschen zu gewinnen sind, wird im 2. Halbjahr auf TV-Unterstützung und eine On-pack-Promotion gesetzt. ➡

Résumé :

Bresso fait une apparition remarquable sur les écrans au premier trimestre couplée d'une campagne publicitaire en ligne et d'un jeu-concours. **Chavroux** débute l'année sur les chapeaux de roues avec une campagne d'affichage nationale et la publication de divers articles dans 5 éditions du magazine de cuisine *Cooking*. Pour la marque phare **Saint Albray**, une campagne d'envergure sous la devise „les saveurs de France“ ainsi qu'un concours en ligne sur www.die-wuerze-frankreichs.com ont été lancés. Le magazine *Cash* a élu en 2018 **Brunch Buttrig-Frisch** innovation de l'année. Le produit continue de régaler les gourmets avec une offre de remboursement en coopération avec Markt guru. La gamme **Brunch Cremig-Vielseitig** remet en avant tout son usage „multi-talent“ en cuisine ou sur tartine via 2 campagnes nationales en 2019. Elles seront accompagnées pendant 6 mois d'une promotion „Brunch autour du monde !“ visible sur les packs. La campagne **Fol Epi** continue de mettre l'accent sur ses tranches Extra fines pour renforcer son atout snacking. ➡

Kontakt | Contact :

SAVENCIA Fromage & Dairy Österreich GesmbH
Malissa de Ronseray
Davidgasse 87-89/2/DG, 1100 Wien
T: +43 1 586 03 51 12
malissa.deronseray@savencia-fd.at
www.ich-liebe-kaese.at

Sanofi: Diversity und ausgewogene Gender Balance Diversité et égalité des sexes

Sanofi ist ein international tätiger und attraktiver Arbeitgeber, bei dem Diversity einen hohen Stellenwert hat. Eine besonders große Rolle spielt dabei unter anderem Gender Balance.

Sanofi est une entreprise internationale et employeur attractif pour laquelle la diversité et l'égalité homme-femme jouent un rôle central.

C **CFA: Was versteht man unter dem Begriff „Diversity?“**
Mag. Sabine Radl: Diversity bedeutet Vielfalt in Kultur, Bildung, Arbeitserfahrung, Geschlecht, Alter, Nationalität und vieles mehr. Sanofi ist ein international tätiges Pharmaunternehmen und wir sind überzeugt, dass die Vielfalt unserer Belegschaft erheblich zur Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit beiträgt.

CCFA: Warum ist Sanofi Diversity wichtig?
SR: Diversity Management entspringt dem Grundgedanken, dass bunte, vielfältige Belegschaften den Unternehmenserfolg auch in betriebswirtschaftlicher Sicht steigern. Förderung und Umgang mit Vielfalt im Unternehmen werden bei Sanofi systematisch vorangetrieben, um deren Potenziale gewinnbringend zu nutzen.

Warum ist ein Austausch unterschiedlicher Kulturen wichtig? Wie können diese zu Innovation beitragen?
SR: Ich bin überzeugt: ein bewusster Umgang mit der Vielfalt der Menschen führt auch zu Innovation. Neben unserem traditionellen Kerngeschäft, der Entwicklung von Wirkstoffen und Arzneimitteln, liegt das größte Innovationspotenzial unserer Branche in der Digitalisierung. Ich würde sogar noch einen Schritt weitergehen und behaupten, dass die Herausforderungen, die auf Unternehmen im Rahmen der Digitalisierung zukommen, nur zu schaffen sind, wenn es ihnen gleichzeitig gelingt, Diversität als Chance zu begreifen. Denn eine Vielfalt von Perspektiven führt zu besseren Lösungen – in unserer Branche letztlich zugunsten der Patienten. Mit der zunehmenden Digitalisierung bahnt sich in der Medizin und Patientenversorgung ein

fundamentaler Paradigmenwechsel an, und zwar hin zu einer viel stärker personalisierten Medizin. Ein Beispiel: Mit Verily Life Sciences arbeitet Sanofi an dem Softwareprojekt Onduo, einer Plattform für Diabetes-Patienten.

CCFA: Welche Rolle spielt dabei Gender Balance?
SR: Dieser Aspekt ist Sanofi besonders wichtig. Gender-Diversity ist fester Bestandteil der Unternehmensstrategie und wird so innerhalb der gesamten Organisation und auf allen Ebenen integriert und gelebt.

CCFA: Haben Sie klare Ziele, die Sanofi zur Förderung der Gender Balance umsetzen möchte?
SR: Bei Sanofi sind weltweit bereits heute 46% der Belegschaft Frauen. Allerdings sind nur 36% der Senior Leaders Frauen. Daher hat sich der Vorstand von Sanofi zum Ziel gesetzt, bis 2025 unter den 1900 Senior Leaders eine ausgewogene Gender Balance zu schaffen.

CCFA: Wie ist die Situation bei Sanofi Österreich?
SR: In Österreich haben wir schon heute eine ausgeglichene Genderbalance – auch 50% der Führungskräfte sind Frauen. Seit 2012 hat Sanofi auch das „Beruf & Familie-Zertifikat“. Das heißt, dass Sanofi ein zertifiziert familienfreundlicher Arbeitgeber ist, der besonders darauf achtet, für Mitarbeiter mit Familien optimierte Arbeitsbedingungen zu schaffen. Auch das ist ein wichtiger Punkt, um weibliche Talente für Sanofi zu gewinnen. Auf europäischer Ebene wurde Sanofi 2018 darüber hinaus das Zertifikat „Top Employer 2018“ verliehen, das eine gezielte Personalstrategie und -entwicklung sowie die Förderung von Talenten honoriert.

Résumé:
La diversité joue selon Sabine Radl un rôle central parmi les valeurs promues par Sanofi. Elle est de plus convaincue que cela permet plus d'innovation et de compétitivité. De nombreuses études ont démontré qu'une meilleure acceptation des diversités culturelles en entreprise augmentait la motivation et la satisfaction des employés. En ce qui concerne l'égalité homme-femme, le groupe Sanofi



Mag. Sabine Radl,
Geschäftsführerin Sanofi-Aventis GmbH, Österreich

est tout particulièrement fier d'agir dans ce sens et met en place des actions concrètes tel que des mesures en vue d'atteindre une plus grande parité dans sa classe dirigeante d'ici 2025. Aujourd'hui, 46% des collaborateurs de Sanofi dans le monde sont des femmes. En Autriche, la moitié de la classe dirigeante de Sanofi sont actuellement des femmes. Depuis 2012, Sanofi a également obtenu le certificat "Travail & Famille" démontrant le fait qu'il s'agit d'une entreprise favorable à la famille. Sur le plan européen, Sanofi a été élu "Top Employer 2018" visant à soutenir les jeunes talents.



Kontakt | Contact :
Sanofi-Aventis GmbH, Österreich
Mag. Sabine Lang
Head of Communication
sabine.lang@sanofi.com
T: +43 1 801 85-1111
SATURN Tower, Leonard-Bernstein-Straße 10,
1220 Wien
www.sanofi.at



So schmeckt die Bretagne!

La Crêperie mobile serviert seit 1998 original bretonische Crêpes und Galettes – auch in einem historischen Citroën HY-Oldtimer-Foodtruck!

Als österreichweit einzige „echte“ Franzosen, die Crêpes anbieten, ist La Crêperie mobile Authentizität natürlich ein Anliegen. Für die salzigen Crêpes („Galettes“) wird Buchweizenmehl, wie es in Frankreich traditionell gemacht wird, verwendet. Die Füllungen werden dabei alle frisch hergestellt und sind – mit Ausnahme des manchmal obligatorischen Nutellas – hausgemacht und keine Convenience-Produkte!

Bei den Zutaten werden lokale und Bio-Produkte bevorzugt. So stammen die Früchte für die Marmeladen aus dem eigenen Naturgarten von La Crêperie mobile und der Buchweizen von einem Kärntner Bio-Bauern. Die Galettes sind gluten- und laktosefrei, die süßen Crêpes auf Wunsch ebenfalls.

Das Team von La Crêperie mobile bereitet alle Crêpes und Galettes frisch vor Ort zu, direkt vor den Kunden. Street Food als Vorstellung für die Sinne – sehen, riechen, schmecken. Das Zusammenspiel der Crêpiers vor Ihren Platten wird zur Cooking-Show!

Auch im Getränke-Catering liegt das Augenmerk auf Homemade oder französischen Drinks - hausgemachte Limonaden und Eistees als stylische Alternative zu üblichen Erfrischungen, eine Champagner-Bar oder naturbelassene Punsch-Spezialitäten im Winter - und das in zu Bars umgebauten

Vintage-Fahrzeugen wie einer Citroën Ente, einem Retro-Wohnwagen der 1960er oder einem crème-weißen Citroën HY.

Mit 20-jähriger Erfahrung werden Private und Business-Events mit bis zu 400 Personen exklusiv betreut, und bei größeren Anlässen wird auf Kundenwunsch auch schon mal ein Private Streetfood Festival organisiert! 

Résumé:

La Crêperie Mobile sert des crêpes et galettes bretonnes à Vienne depuis 1998. Les galettes sont préparées à base de farine de sarrasin et garnies de produits frais qui – à l'exception de l'incontournable Nutella – sont tous faits maison ! Les ingrédients sont bio et locaux : par exemple, les fruits utilisés pour la confiture proviennent du verger de *La Crêperie Mobile* et le sarrasin, d'agriculteurs bio de Carinthie. Les galettes sont sans gluten et sans lactose ; sur demande, les crêpes peuvent l'être également. Les crêpes et galettes sont toujours préparées fraîchement sur place, devant le client. Les boissons sont également faites maison et servies de manière insolite dans une voiture rétro des années 60, une Citroën deux chevaux ou encore un Citroën HY de couleur crème. *La Crêperie Mobile* a plus de 20 ans d'expérience dans l'organisation d'événements privés ou professionnels et s'adapte à tous les souhaits de ses clients.



Kontakt | Contact :

LA CREPERIE MOBILE
Food Truck & Catering –
Crêpes & Global Showcooking
Büro Wien: 1190 Wien,
Daringergasse 3/9
Vanessa Heiderer
T: 0676 501 18 68
office@creperie-mobile.at
www.creperie-mobile.at



FESTIVAL LA GACILLY-BADEN PHOTO 2019

„Durch die Qualität der Fotografien ist der öffentliche Raum wertvoll geworden“ – so hatte Mitte August eine Badener Bürgerin ihre Begeisterung über das Festival bekundet und auf den Punkt gebracht, was die Ausstellungen bewirkt haben. Auf „I love Africa“ wird ab 1. Juni bis 30. September 2019 „Hymne an die Erde“ folgen.

Mit zeitgenössischer Fotografie wird der Zustand unserer Erde beschrieben, ihre einzigartige Schönheit ebenso wie die Gefahren, die dem Blauen Planeten und der Menschheit drohen. Dabei spannt sich der Bogen der fotografischen Beobachtungen von Thomas Pesquets Impressionen der Erde, die er als Astronaut 196 Tage lang in der Internationalen Raumstation ISS umkreiste bis zu Spike Walkers millionenfachen Vergrößerungen des Lebens, wie es sich unter dem Mikroskop darstellt.

Zwischen Orbit und Mikrokosmos visualisieren 36 Fotografen unser Dasein mit dem gemeinsamen Plädoyer für Frieden, Toleranz und Miteinander, getragen von humanistischer Gesinnung.



Die Arbeiten der Fotografen formen in vier Zyklen eine faszinierende Bilderzählung zwischen feierlicher Hommage und besorgten Fragen. „Von meinem Raumschiff aus hatte ich den bestmöglichen Platz, um die Erde zu beobachten“, vermerkt Thomas Pesquet begeistert – „ihre Schönheit mit all ihren Schätzen, aber auch ihre Verletzlichkeit“.

Das Festival La Gacilly-Baden Photo 2019 wird sich, ausgehend vom Besucherzentrum am Brusattiplatz, in zwei Schleifen durch das Badener Altstadt-Zentrum sowie durch Doblhoffpark und Gutenbrunner Park erstrecken – fast 7 Kilometer lang. ➡

Festival La Gacilly-Baden Photo

1. Juni bis 30. September 2019

Baden bei Wien

Öffnungszeiten: 0:00 - 24:00 Uhr

Der Eintritt zum Festival ist kostenfrei.

Kontakt | Contact :

Festival La Gacilly-Baden Photo

Dumbagasse 9

2500 Baden

festival@lagacilly-baden.photo

T: +43 2252 42269

www.festival-lagacilly-baden.photo

Réussir son expatriation en Autriche

Mettre en relation et aider les expatriés en Autriche et dans le reste du monde. C'est la mission que s'est fixée Julien Faliu en fondant Expat.com, le média des expatriés. Pour nos lecteurs expatriés, il consacre une interview exclusive à la CCFA.

CCFA : Pourquoi avoir créé Expat.com ?

Julien Faliu : J'ai créé la plateforme en 2005, avant de me lancer dans mes premières expériences d'expatriation. A l'époque, il y avait alors très peu d'informations disponibles sur Internet sur la vie à l'étranger. J'ai décidé de rassembler sur une même plateforme les blogs d'expatriés à travers le monde, véritable mine d'informations pour celles et ceux qui vivent ou souhaitent vivre à l'étranger. Le site a depuis évolué pour devenir la plateforme incontournable dédiée à l'expatriation.

CCFA : Comment Expat.com peut-il aider les expatriés en Autriche ?

JF : Nous proposons gratuitement informations et conseils tout au long du projet d'expatriation. Nous mettons en relation les expatriés et les futurs expatriés, afin qu'ils puissent partager leur expérience et échanger sur la vie réelle en Autriche ou dans le reste du monde. De nombreux sujets sont ainsi abordés : l'emploi, le logement, le monde des affaires, les loisirs, les différences culturelles... tout ce dont un expatrié a besoin pour réussir son expatriation !

CCFA : Quelles sont vos perspectives de développement en Autriche ?

JF : Nous souhaitons renforcer notre présence locale, par le biais d'un représentant dans le pays. Nous sommes ainsi à la recherche de profils qui souhaiteraient nous accompagner dans ce projet en nous permettant de développer notre marque en Autriche aussi bien auprès du grand public que des annonceurs. ➡



Résumé:

Julien Faliu a fondé en 2005 la plateforme expat.com à un moment où, sur le thème de la vie à l'étranger, il n'y avait encore très peu d'informations disponibles sur Internet. L'idée était de rassembler sur une même plateforme les blogs d'expatriés de partout dans le monde, véritable mine d'informations pour ceux qui vivent ou souhaitent vivre à l'étranger. Le site a depuis évolué pour devenir la plateforme incontournable dédiée à l'expatriation. Julien Faliu souhaite renforcer sa présence locale en Autriche, à travers un représentant, afin de développer la marque Expat.com auprès du grand public et des annonceurs. ➡

Kontakt | Contact :

Expat.com

Julien Faliu

Gründer und Direktor / Fondateur et Directeur

julien@expat.com

www.expat.com



Einfach gut.

Courage, audace et succès

Mut zum Risiko – Der Weg zum Erfolg

Isabelle Kuster est la nouvelle directrice de McDonald's Autriche depuis septembre 2017. En tant que française et femme de tête, nous sommes particulièrement honorés de lui consacrer cette interview exclusive. Présente depuis 30 ans chez McDonald's, elle nous en dit plus sur son parcours et nous révèle les plus grands défis auxquels la chaîne de restauration rapide est confrontée.

Isabelle Kuster ist seit September 2017 neue Geschäftsführerin von McDonald's Österreich. Es ist uns eine besondere Ehre, der gebürtigen Französin und Frau an der Unternehmensspitze dieses Exklusivinterview zu widmen. Nach 30 Jahren bei McDonald's gewährt sie uns Einblick in ihre berufliche Laufbahn und verrät uns die größten Herausforderungen, die sich der Fastfood-Restaurantkette stellen.

CCFA : Pourriez-vous tout d'abord nous en dire plus sur votre parcours avant et chez McDonald's ?

Isabelle Kuster : Cela fait maintenant plus de 30 ans que je travaille chez McDonald's. Après une licence d'allemand et une école de Commerce (EBS -European Business School), j'ai travaillé quelques temps au Printemps puis dans une banque d'affaires avant de rejoindre McDonald's en 1985 en tant que Manager dans un de nos 15 restaurants. Deux ans plus tard, je rejoignais le siège au Département Formation avant de prendre de nouvelles responsabilités au sein de l'enseigne (Opérations, Régions). Entre 2006 et 2008, j'ai repris la direction de la Belgique et en 2008, j'ai été rappelée en France en tant que SVP Ops/IT puis Directrice Générale en 2012. J'ai fait le choix de rester chez McDonald's car lorsque j'y suis rentrée, nous étions une micro-équipe et j'ai eu la chance de profiter de la croissance de l'entreprise en France et donc d'opportunités qui m'ont permis d'accompagner le développement de l'entreprise et sa transformation.

CCFA : Qu'est-ce qui vous attire le plus chez McDonald's ?

IK : Ce qui m'a attiré chez McDonald's, c'était avant tout la renommée d'une entreprise internationale qui se déclinait en local dans chacun des pays où elle était implantée, avec beaucoup de latitude laissée à chaque Direction pour mettre en place la stratégie de l'entreprise. McDonald's est une société constituée d'une multitude de restaurants gérés par des chefs d'entreprise fortement ancrés

dans leur région et qui y sont très attachés, des fournisseurs que nous recherchons au plus près de nos restaurants, des équipes que nous formons et aidons à se développer. Il y a 30 ans, McDonald's était le seul concept de restaurants ouverts en continu, avec des produits simples (pain, viande, salade, pommes de terre) mais de grande qualité, où vous pouviez déjeuner rapidement, dîner, prendre une pause, dans un environnement confortable et où les enfants étaient les bienvenus, avec des

cadeaux et des jeux dédiés. Un modèle efficace dont le crédo repose toujours sur 4 lettres : « QSP&V » pour qualité/service/propreté et juste prix depuis plus de 60 ans et qui le transforme au quotidien dans ses restaurants.

« Le plus grand risque aujourd'hui dans le monde qui est le nôtre, c'est celui de ne pas en prendre. »

CCFA : ...et qu'est-ce qui explique selon vous son succès international ?

IK : Son succès repose sur le fait que l'entreprise ne s'est jamais arrêtée d'innover. Que ce soit sur sa gamme, c'est-à-dire son cœur de métier, en ajoutant de nouveaux burgers à sa base classique mais également des salades, des wraps, des jus de fruits frais, des produits bio dans les menus pour enfants, des sandwiches végétariens. Nous en lançons d'ailleurs un délicieux à base de légumes, avant la fin du premier trimestre. Mais innovation également sur son look, en recréant le design intérieur et extérieur de ses restaurants, pour les rendre plus conviviaux, plus chaleureux, en ajoutant de grandes aires de jeux extérieures pour les enfants, en transformant ses cuisines de façon à produire chaque burger à la demande, en proposant le service à table, déjà dans 50% des restaurants



Isabelle Kuster,
Managing Director McDonald's Austria

Isabelle Kuster, « côté privé » :

Lieu et date de naissance : novembre 1958 à Belfort

Formation : Licence d'allemand et European Business School Paris

Mariée, enfants : Mariée depuis 32 ans, 2 enfants de 31 et 24 ans

Hobbies : Famille, voyages, lecture, expos

Philosophie de vie : « C'est au contact d'autrui que l'homme apprend ce qu'il sait » (Euripide). Rien n'est plus important que la famille

autrichiens, pour le plus grand plaisir des familles mais également de la plupart de nos clients, en installant des kiosks qui permettent à chacun de prendre son temps pour passer sa commande en surfant sur toute la gamme, en proposant la livraison à domicile dans la plupart des grandes villes autrichiennes... Bref, une société en mouvement qui suit les tendances du marché.

Isabelle Kuster, Managing Director McDonald's Austria

CCFA : Quels seront à votre avis les plus grands défis à relever ces prochaines années dans le monde et plus particulièrement en Autriche ?

IK : Le monde change, et nous ne pouvons pas nous permettre l'attentisme. Dans nos restaurants comme ailleurs, tout change, et tout change très vite : la demande, le métier, les réglementations, les équipes qu'il faut former en continu, les consommateurs dont les comportements et les exigences se modifient plus rapidement que jamais. Partout, les « rentes » de situation disparaissent. Les business que l'on croyait installés sont challengés. Le plus grand risque aujourd'hui dans le monde qui est le nôtre, c'est celui de ne pas en prendre. Le risque c'est de ne pas se mettre en mouvement. Le digital, la nutrition, l'environnement sont des sujets qui évoluent de plus en plus rapidement et que nous devons intégrer. Mais également, la famille, le vivre-ensemble, le plaisir de se retrouver. Sans oublier le rôle sociétal de plus en plus important de chaque entreprise. Tout est analysé et décortiqué : provenance des produits, modes de fabrication, conditions de travail, redistribution, intégration, etc. La transparence est le nouveau crédo et personne ne peut y échapper. Les entreprises vont être tenues de s'expliquer, se justifier, s'ouvrir et devenir exemplaires. C'est certes compliqué mais cela nous oblige à voir les choses différemment et à penser. L'Autriche ne déroge pas à ces grands sujets avec certes une belle avance en matière d'environnement et de recyclage mais également de consommation « locale ». Nos restaurants quant à eux, recyclent déjà à hauteur de 90% les déchets et consomment 75% de produits locaux et je peux vous dire que nous continuons à développer tous ces sujets.

CCFA : Quelles nouvelles stratégies souhaitez-vous adopter pour l'avenir ?

IK : Nous sommes dans un monde de plus en plus digital. La transformation digitale, l'arrivée de nouveaux services et tout particulièrement du service à table chez McDonald's, bousculent à bien des égards l'écosystème traditionnel de l'enseigne. D'un côté, ils redistribuent entièrement les cartes de la relation équipier-client, de l'autre ils créent pour des millions de clients une nouvelle façon de « consommer » McDonald's, un nouvel usage, un nouveau tempo : « Hier le restaurant m'imposait sa cadence, aujourd'hui l'enseigne doit s'adapter à la mienne et même me livrer mon repas là où je suis. » Le restaurant devient donc ce lieu où des personnes évoluent à des rythmes différents amenant ainsi de leurs parts des attentes différentes. Seule l'empathie humaine, un sens aigu du service et du relationnel peut identifier ces besoins et y répondre de façon précise. Et le service c'est tout l'enjeu aujourd'hui chez McDonald's. Les innovations digitales nourrissent des innovations de service : les kiosks, le service à table, la livraison à domicile, MyMcDonald's, etc. Mais ce n'est pas suffisant. Au contraire ! Car plus on digitalise, plus on doit humaniser ! Nous devons nous donner le temps nécessaire à l'appropriation par les équipes de ce changement culturel majeur. Générer des émotions par un sens authentique de l'hospitalité, une ambiance chaleureuse, des petits gestes, des regards, une facilitation de la visite notamment pour les familles, des animations, des effets « surprise », le fameux « Waouh Effect ». Tout le monde l'a bien compris. La bataille des parts de marché se fait avant tout maintenant dans le cœur des clients ET dans leur mémoire : quelle trace mémorable laisse une expérience... Et c'est un de nos grands chantiers pour l'avenir.

CCFA : Comment décririez-vous votre style de management en tant que femme chef d'entreprise ?

HR : Je me suis toujours posée la question de savoir s'il y avait un management féminin et un management masculin et je ne pense pas. Bien sûr, on s'accorde souvent à dire que les femmes sont plus fortes sur le développement des équipes, les prises de décisions participatives, l'empathie, quand les hommes ont plus confiance en eux, travaillent plus avec un réseau, maîtrise mieux leurs émotions, tranchent plus rapidement. En tout cas, j'ai souvent retrouvé ces caractéristiques dans les équipes. En ce qui me concerne, je suis très tournée vers les relations avec les autres, qui pour moi, sont la base de travail de tout Manager. J'ai adoré, et je le fais toujours, développer des équipes, fédérer un réseau, rencontrer et échanger avec des gens de tout bord. Tout doit être basé sur la confiance, la transparence et l'échange. Et vous pourrez alors déplacer des montagnes ! 🇫🇷

McDonald's en chiffres :

Création : 15 avril 1955

Chiffre d'affaires : 90.9 mds de dollars (2017)

Restaurants dans le monde : 37.241

Effectif : 770.000

McDonald's en Autriche :

Ouverture du premier restaurant :

Juillet 1977 (Schwarzenbergplatz)

Chiffre d'affaires : 674 millions d'euros (2018)†

Restaurants : 194

Effectif : 9.600

Willkommen im Business-Club

Bienvenue au Business-Club



Virginie Van Reepingen

Chers membres,

Pour démarrer en beauté cette année des 30 ans de la CCFA, nous n'avons pas hésité à prendre de la hauteur. Nous célébrons ainsi tout d'abord la nouvelle année sur les toits de Vienne au SO/VIENNA et continuons à prendre de l'altitude avec un simulateur de vol AIR FRANCE installé sur place spécialement pour l'occasion. Le Champagne de la Maison Autréau fut notre accompagnateur indispensable. Un mois plus tard, nous restions toujours en hauteur au Sky Lounge de notre membre VIP Raiffeisen Bank International pour une soirée unique en son genre placée sous le signe de l'art et de la culture en présence notamment du conseiller artistique du Ballet de l'Opéra de Vienne. Nous vous réservons de nombreuses manifestations pour les prochaines semaines et mois à venir et nous nous réjouissons déjà de vous revoir à nouveau tous nombreux !



Virginie Van Reepingen
Events & Communication
Junior Manager



Raiffeisen als
Motor der Kultur /
Raiffeisen comme
promoteur de la
culture @ RBI Sky
Lounge – 12.2.2019



Liebe Mitglieder,

Um das Jubiläumsjahr „30 Jahre CCFA“ stilvoll zu begehen haben wir keine Mühe gescheut, hoch aufzusteigen. So starteten wir zuallererst mit dem Neujahrsempfang über den Dächern Wiens im SO/VIENNA, und gewannen noch mehr an Höhe dank eines Flugsimulators, welchen AIR FRANCE eigens für dieses Event zur Verfügung stellte. Ein nicht wegzudenkender Begleiter durch den Abend war Champagner aus dem Hause Austréau. Der Höhenflug hielt auch noch an, als wir einen Monat später in der Sky Lounge unseres VIP Mitgliedes Raiffeisen Bank International zu einem einzigartigen Kunst- und Kulturabend luden, unter der besonderen Mitwirkung des Ballett Dramaturges des Wiener Staatsballetts. Für die nächsten Wochen und Monate haben wir für sie noch einiges geplant und freuen uns schon sehr, sie wie immer zahlreich begrüßen zu dürfen. 

Virginie Van Reepinghen
Events & Communication
Junior Manager





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) !

Neujahrsempfang / Soirée
des Voeux @ S0/Vienna –
14.01.2019



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

■ Cabinet d'avocats Marie VICELLI

5 square Lamartine
75016 Paris, France
Geschäftsführung und Kontakt /
Direction et contact : Maître Marie Vicelli
Tel : +33 147 04 70 00
marie.vicelli@solaw.fr
Branche : Rechtsanwälte / Avocats



■ Connect-Sprachenservice GmbH

Penzinger Straße 127/8, 1140 Wien
Geschäftsführung und Kontakt /
Direction et contact : Dr. Leopold Decloedt
Tel : +43 1 894 89 73 11
leopold.decloedt@connect-translations.at
Branche : Übersetzung / Traduction
www.connect-translations.com



■ c/o Heger & Partner Rechtsanwälte

Esslinggasse 17/9, 1010 Wien
Geschäftsführung und Kontakt /
Direction et contact :
Mag. Barbara Helene Steindl
Tel : +43 1 595 48 18 20
barbara-helene.steindl@hegerpartner.com
Branche : Rechtsanwälte / Avocats
www.hegerpartner.com



■ GLOCK Ges.m.b.H.

Gaston Glock-Platz 1
2232 Deutsch-Wagram
Geschäftsführung / Direction :
Dr. Stephan Dörler
Kontakt / Contact : Elisabeth Triebel
Head of International Marketing
Tel : +43 22 47 90 300
elisabeth.triebel@glock.at
Branche : Handfeuerwaffen / Armes à feu
www.glock.com



■ NEW WAY MOBILITY

Am Heumarkt 10, 1030 Wien
Geschäftsführung und Kontakt /
Direction et contact :
CEO Frédéric Sartou
Tel : +33 7 68 47 74 66
frederic.sartou@newwaymobility.com
Branche : Neue elektrische Mobilitätslösungen /
nouvelles mobilités électriques
www.newwaymobility.com



■ Yucco International

48, Boulevard Malesherbes
75008 Paris, France
Geschäftsführung und Kontakt /
Direction et contact : Nicolas Groult
Tel : +33 637 18 09 34
ngroult@yucco.fr
Branche : Steuerberatung, Umsatzsteuer,
Buchhaltung und Lohnabrechnungen in Frankreich /
Conseil fiscal, comptabilité et fiches de salaire en France
www.yucco.eu



> Nouvelles têtes | Neue Köpfe

Maurice Lebet ist seit Anfang 2019 neuer
Geschäftsführer von **Moët Hennessy Österreich**
und tritt damit die Nachfolge von Markus
Ferrigato an. Alles Gute für diese neue Aufgabe!
Maurice Lebet est depuis le début de l'année
2019 le nouveau directeur de **Moët Hennessy**
Autriche et succède ainsi à Markus Ferrigato.
Nous lui souhaitons beaucoup de succès dans
ses nouvelles fonctions !



Mit 1. Jänner 2019 hat **Mag. Hannes Boyer** die
alleinige Geschäftsführung der **Thales Austria**
übernommen und löst somit Dr. Alfred Veider ab.
Die CCFA wünscht ihm viel Erfolg für seine neue
Aufgabe!
Depuis le 1er janvier 2019, **Hannes Boyer** a pris
la direction du groupe **Thales Austria** et succède
ainsi à Alfred Veider. La CCFA lui souhaite beau-
coup de succès pour ses nouvelles fonctions !



> Neuigkeiten | Nouveautés

Joëlle Catering

Rosegggasse 11, 3400 Kierling
Geschäftsführung und Kontakt : Joëlle Catering
Tel : +43 664 533 54 18
info@joelle-catering.com
Branche : Catering
www.joelle-catering.com



Das Catering-Unternehmen **Aux Deux Flore** hat seinen Firmennamen
auf **Joëlle Catering** geändert ! **Joëlle Catering** ist auf Catering-
Dienstleistungen im B2B-Bereich spezialisiert und hat 2018 unser
Tennisturnier gesponsert.

L'entreprise de catering **Aux Deux Flore** a changé de nom et est deve-
nu **Joëlle Catering** ! **Joëlle Catering** est spécialisé dans le services de
catering en B2B et fut notre généreux sponsor pour l'édition 2018 de
notre tournoi de tennis.

VOLOTEA



20 MILLIONEN PASSAGIERE SIND BEREITS MIT UNS GEFLOGEN

SEIEN SIE DER NÄCHSTE, DER VON WIEN
EINS UNSERER VIER ZIELE ANFLIEGT:

- ◆ NANTES
- ◆ BORDEAUX **NEU!**
- ◆ BILBAO
- ◆ MARSEILLE



volotea.com