

Caléidoscope

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



Hahn und Einhorn: Synergien zwischen Frankreich & Österreich

Le coq & la licorne : synergies entre France & Autriche

ANALYSE VIENNA BUSINESS AGENCY:
Innovation verbindet
L'innovation rapproche

IM GROSSEN INTERVIEW / GRAND ENTRETIEN:
Thomas In der Maur,
LPA LAW

FOKUS / FOCUS:
Start-ups, Tech &
Transformation

L'ORÉAL
PARIS

UNSER N°1 SERUM JETZT MIT PDRN⁺

**AUFGEPOLSTERTE,
GLOWY HAUT
UND GEMILDERTE
FEINE LINIEN.**

WEIL DU ES DIR WERT BIST.





Céline Garaudy-Dumontheil

Editorial | Éditorial

www.ccfa.at**Liebe Leserinnen und Leser,**

Der französische Hahn und das österreichische Startup-Einhorn: zwei Symbole für zwei Ökosysteme, die viel miteinander zu teilen haben. Mut, Innovation, Agilität, vor allem aber die Fähigkeit, Brücken zu bauen und Kräfte zu bündeln: Dieser französisch-österreichischen Dynamik widmen wir einen Teil dieser Ausgabe. Wo einst eine klare Grenze zwischen der New Economy und der traditionellen Wirtschaft verlief, sind heute stabile Brücken unverzichtbar. Start-ups, Banken und Industrie sind längst keine getrennten Welten mehr, sondern zunehmend miteinander verflochten und aufeinander angewiesen.

Die kürzlich erfolgte Auszeichnung der French Tech Vienna ergänzt das Team France in Österreich – neben Business France, den CCEF und der CCFA – in hervorragender Weise. Gemeinsam mit unseren österreichischen Partnern, insbesondere der Wirtschaftsagentur Wien - Vienna Business Agency und der ABA - Austrian Business Agency, verfügen wir über professionelle und komplementäre Netzwerke, die transparent zusammenarbeiten – im Dienst der Unternehmen beider Länder und einer stärkeren europäischen Souveränität.

Doch ein Ökosystem lebt nicht allein von seinen Institutionen. LPA Law Vienna, Gateway Ventures, ATOS, Sopra Steria, myhive, eustella, xchannels.ai und viele weitere unserer Mitglieder begleiten Start-ups bei Wachstum, Sicherheit und Weiterentwicklung. Denn den Schritt zu wagen ist das eine; zu wachsen, Grenzen zu überschreiten und sich mit der Unterstützung der richtigen Partner nachhaltig aufzustellen, das andere. Auf diesen Seiten geben wir jenen eine Stimme, die innovativ denken, Neues wagen, und jenen, die begleiten, finanzieren und Sicherheit schaffen.

Möge diese neue Ausgabe des Caléidoscope Sie inspirieren und überraschen – und neue Begegnungen entstehen lassen! 

Chères lectrices, chers lecteurs,

Le coq français et la licorne autrichienne : deux symboles pour deux écosystèmes qui ont beaucoup à partager. Audace, innovation, agilité, mais surtout capacité à créer des passerelles et à fédérer : c'est à cette dynamique franco-autrichienne que nous consacrons une partie de ce numéro. Là où, autrefois, la frontière entre nouvelle économie, incarnée par les startups, et économie traditionnelle, notamment les banques et l'industrie, semblait établie, les passerelles sont aujourd'hui indispensables entre deux mondes devenus indissociables.

La récente labellisation de French Tech Vienna vient remarquablement compléter la Team France en Autriche aux côtés de Business France, des CCEF et de la CCFA. Avec nos partenaires autrichiens, notamment la Vienna Business Agency et ABA - Austrian Business Agency, nous disposons de réseaux professionnels et complémentaires, agissant en toute transparence, au service des entreprises de nos deux pays et d'une souveraineté européenne.

Mais un écosystème ne se résume pas à ses institutions. LPA Law Vienna, Gateway Ventures, eustella, Atos et bien d'autres de nos membres accompagnent les startups dans leur croissance, leur sécurité et leur développement. Car se lancer est une chose ; grandir, franchir les frontières et se structurer avec les bons partenaires en est une autre. À travers ces pages, nous donnons la parole à ceux qui innover et osent, mais aussi à ceux qui accompagnent, financent et sécurisent.

Puisse ce nouveau Caléidoscope vous inspirer, vous surprendre... et faire naître, en cette rentrée 2026, de nouvelles rencontres ! 

*Céline Garaudy-Dumontheil*Céline Garaudy-Dumontheil, *Direktorin / Directrice*

Inhalt Sommaire

4 Analyse | Analyse
Wirtschaftsagentur Wien - Vienna Business Agency

6 Fokus | Focus
French Tech Vienna, proxima, eustella, xchannels.ai, Atos Österreich - Atos Autriche, École 42 - 42 Austria, Gateway Ventures, Bitpanda, waterdrop, Sopra Steria

23 Expertentipps | Regards d'experts
■ Syntagma Strategies
■ Ryxexecutives
■ BDO & BDO IDF
■ AS24



29 Aktuelles | Actus
■ JP Moueix
■ Flughafen Wien
■ Timac Agro
■ myhive am Wienerberg - CPI Europe
■ The Hoxton Vienna

40 Kurzportraits | Portraits
Schrankerl, Floramania, Panda Parken, Sudo Consult, Berlitz, Europe Bridge Partners

45 Großes Interview | Grand interview
Thomas In der Maur, LPA Law Vienna

47 Business Club | Business club

53 Neue Mitglieder, VIP News & Karriere | Nouveaux membres, VIP news & carrière



VIENNA BUSINESS AGENCY :

Innovation verbindet Wien und Frankreich L'innovation rapproche Vienne et la France

Wien entwickelt sich mit hoher Dynamik zu einem der führenden Innovations- und Technologiestandorte Europas. Strategische Investitionen, eine exzellente Forschungslandschaft und die enge Zusammenarbeit mit internationalen Partnern – insbesondere Frankreich – schaffen ideale Voraussetzungen für Unternehmen, die Innovationen entwickeln und international wachsen möchten. Vienne s'impose avec une dynamique remarquable comme l'un des principaux pôles européens de l'innovation et des technologies. Des investissements stratégiques, un écosystème de recherche d'excellence et une étroite coopération avec des partenaires internationaux comme la France créent des conditions idéales pour les entreprises qui souhaitent développer des innovations.



Die Wirtschaftsagentur Wien bietet internationalen Unternehmen ein umfassendes Serviceangebot.



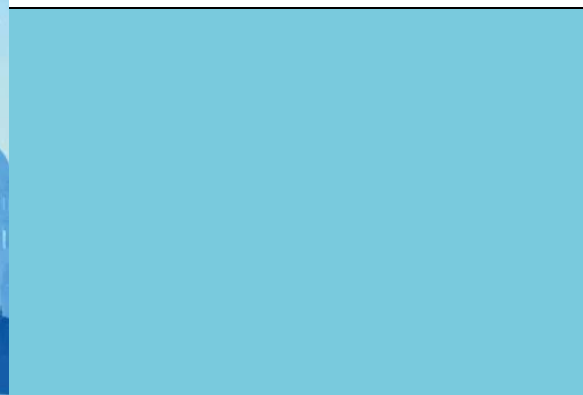
Life Science Center, dem Vienna Quantum Center und einer international anerkannten Forschungslandschaft entstehen bis 2030 ideale Voraussetzungen für Unternehmen, die Innovationen entwickeln und global skalieren möchten.

2025 und 2026 haben diese Entwicklung zusätzlich beschleunigt. Wien präsentierte sich gemeinsam mit Österreich auf der VivaTech 2026 in Paris mit einem starken nationalen Auftritt und machte die Innovationskraft des Standorts einem internationalen Publikum sichtbar. Besonders großes Interesse zeigten

französische Startups und Scaleups, von denen sich zahlreiche im Anschluss intensiver Diskussionen mit Wien als Expansionsstandort beschäftigten. Einen wichtigen Beitrag dazu leistete auch die ViennaUP, Europas dezentrales Startup-Festival, das 2026 eine Rekordzahl internationaler Teilnehmer anzog. Ein besonderer Meilenstein war zudem die Eröffnung des Büros von French Tech Vienna im Jahr 2026 – ein starkes Zeichen für die wachsende Innovationspartnerschaft zwischen Frankreich und Wien und ein wichtiger Anlaufpunkt für französische Startups, Investoren und Technologieunternehmen. Für die ViennaUP 2027 wird eine weitere Internationalisierung erwartet, mit einem besonderen Fokus auf Kooperationen zwischen französischen und österreichischen Unternehmen, Investoren und Forschungseinrichtungen.

Französische Unternehmen profitieren in Wien von einem innovationsfreundlichen Umfeld, hochqualifizierten internationalen Fachkräften, einer ausgezeichneten Forschungsinfrastruktur sowie der idealen Lage als Drehscheibe zu den Märkten Zentral- und Osteuropas. Die Wirtschaftsagentur Wien begleitet internationale Unternehmen und Startups mit einem umfassenden Serviceangebot – von der ersten Standortberatung über Förder- und Finanzierungsinformationen, Unterstützung bei der Büro- und Flächensuche, Vernetzung mit Universitäten, Forschungseinrichtungen, Investoren und Unternehmenspartnern bis hin zu Soft-Landing-Angeboten sowie Begleitung bei Wachstum, Innovation und Internationalisierung. Damit schafft Wien optimale Voraussetzungen für nachhaltige Investitionen und langfristigen Unternehmenserfolg. ➡

Mit seiner Wirtschafts- und Innovationsstrategie „WIEN 2030“ sowie gezielten Investitionen in Zukunftstechnologien baut Wien seine Position als einer der führenden Innovationsstandorte Europas konsequent aus. Im Mittelpunkt stehen Schlüsselbereiche wie Künstliche Intelligenz, Quantentechnologien, Life Sciences, Green Tech, Digitalisierung und Deep Tech. Mit dem Vienna



Christian Frey,
Abteilungsleitung

Daniel Chladek,
Regionalmanager FDI

croissance, d'innovation et d'internationalisation. Vienne offre ainsi un cadre optimal pour des investissements durables et un développement à long terme des entreprises. 🇫🇷

Kontakt | Contact:

Wirtschaftsagentur Wien.
Ein Fonds der Stadt Wien.
Vienna Business Agency
Christian Frey,
International Business / Abteilungsleitung
✉ frey@wirtschaftsagentur.at
Daniel Chladek, Regionalmanager FDI
✉ chladek@wirtschaftsagentur.at
☎ **+43 1 25200 601**
www.wirtschaftsagentur.at

Avec sa stratégie économique et d'innovation « Vienne 2030 » ainsi que des investissements ciblés dans les technologies d'avenir, Vienne renforce résolument sa position parmi les principaux pôles européens de l'innovation. Les domaines stratégiques comprennent notamment l'intelligence artificielle, les technologies quantiques, les sciences de la vie, les technologies vertes, la numérisation et la deep tech. Grâce au Vienna Life Science Center, au Vienna Quantum Center et à un écosystème de recherche reconnu à l'international, la capitale autrichienne crée d'ici 2030 des conditions idéales pour les entreprises souhaitant développer des innovations et les déployer à l'échelle mondiale.

Les années 2025 et 2026 ont encore accéléré cette dynamique. À l'occasion de VivaTech 2026 à Paris, Vienne s'est présentée aux côtés de l'Autriche au sein d'une forte délégation nationale, mettant en valeur le potentiel d'innovation de son écosystème auprès d'un public international. Les startups et scale-ups françaises ont manifesté un vif intérêt, nombre d'entre elles ayant par la suite approfondi leur réflexion pour faire de Vienne leur destination de développement. Cette dynamique a également été portée par ViennaUP, le festival décentralisé des startups de référence en Europe, qui a accueilli en 2026 un nombre record de participants internationaux.

L'ouverture du bureau de French Tech Vienna en 2026 a constitué une étape particulièrement importante : elle témoigne du renforcement du partenariat d'innovation entre la France et Vienne et offre un point d'ancrage essentiel aux startups, investisseurs et entreprises technologiques françaises. Pour ViennaUP 2027, une internationalisation encore plus forte est attendue, avec un accent particulier sur les coopérations entre entreprises, investisseurs et institutions de recherche français et autrichiens.

À Vienne, les entreprises françaises bénéficient d'un environnement particulièrement favorable à l'innovation, d'une main-d'œuvre internationale hautement qualifiée, d'infrastructures de recherche d'excellence ainsi que d'une situation géographique stratégique, véritable porte d'entrée vers les marchés d'Europe centrale et orientale. Wirtschaftsagentur Wien (Agence de développement économique de Vienne) accompagne les entreprises internationales et les startups grâce à une offre de services complète : conseil en implantation, informations sur les aides et les financements, accompagnement dans la recherche de bureaux et de surfaces, mise en relation avec les universités, les instituts de recherche, les investisseurs et les partenaires économiques, services de soft landing ainsi qu'un accompagnement tout au long des phases de

Innovation ist ein Teamsport L'innovation est un sport collectif



Die French Tech Vienna ist Teil des weltweiten French-Tech-Netzwerks.

Die French Tech Vienna verbindet die französischen und österreichischen Innovationsökosysteme.

La French Tech Vienna renforce les liens entre les acteurs français et autrichiens de l'innovation.

Start-ups entstehen oft aus einer Idee und dem Engagement einiger Gründerinnen und Gründer. Um zu wachsen, brauchen sie jedoch auch ein starkes Umfeld: Partner, erste Kunden, Investoren und Netzwerke.

Diese Dynamik reicht weit über die Start-up-Welt hinaus. Innovation entsteht zunehmend an den Schnittstellen von Forschung, Wirtschaft, Finanzierung und Institutionen. Die Qualität dieser Verbindungen wird damit zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor.

Seit 2026 ist die French Tech Vienna Teil des weltweiten French-Tech-Netzwerks. Die offizielle Anerkennung stärkt die Team France in Österreich und ergänzt die bestehenden französisch-österreichischen Wirtschafts- und Innovationsstrukturen.

Unser Ziel ist es, das französische und das österreichische Ökosystem näher zusammenzubringen, Begegnungen zu fördern und diese Innovationsgemeinschaft weiter wachsen zu lassen. 

Les startups naissent souvent d'une idée et de la détermination de quelques entrepreneurs. Mais pour grandir, elles ont aussi besoin d'un environnement favorable : partenaires, premiers clients, investisseurs et réseaux.

Cette logique dépasse le seul monde des startups. L'innovation se construit de plus en plus à la rencontre de la recherche, de l'industrie, du financement et des institutions. La qualité de ces connexions devient ainsi un véritable facteur de compétitivité.

Depuis 2026, La French Tech Vienna fait partie du réseau mondial de La French Tech. Cette labellisation renforce la Team France en Autriche, aux côtés de l'Ambassade de France, de la Chambre de Commerce Franco-Autrichienne, de Business France et des Conseillers du Commerce Extérieur de la France.

Notre ambition est de rapprocher les écosystèmes français et autrichien, de faciliter les rencontres et de faire grandir cette communauté de l'innovation. 

DAS EHRENAMTLICHE BOARD DER FRENCH TECH VIENNA:



Cécile Deterre

Co-Präsidentin & Co-Founder
CTO Blue Planet Ecosystems



Renaud Viot

Co-Präsident & Co-Founder
CEO und Co-Founder Lynxia

WEITERE BOARDMEMBER UND GRÜNDER :

Arnaud Béasse
Laura Logié-Weingerl
Francis Pallini
Francis Rivera

BOARDMEMBER DER PARTNERINSTITUTIONEN:

Jean-Francois Diet (CCEF)
Céline Garaudy-Dumontheil (CCFA)
Verena Gruber (ABA)
Arianna Olivero (Business France)

VISIT US:   



PROXIMA.GREEN :

KI, die Europa gehört

Une IA qui appartient à l'Europe

L'intelligence artificielle transforme notre manière de travailler, mais son essor soulève aussi des questions majeures en matière d'énergie, de confidentialité et de souveraineté numérique. La startup française Proxima entend proposer une autre voie : une IA performante, confidentielle et conçue pour réduire son impact environnemental. Basée à Paris et accompagnée notamment par Télécom Paris, la jeune entreprise développe des solutions destinées aux organisations qui manipulent des données sensibles. Après ses premiers succès à Vienne, Proxima poursuit désormais son ambition à l'échelle européenne.

L'IA peut-elle être à la fois puissante, souveraine et sobre ? Proxima répond par l'affirmative.

L'intelligence artificielle est devenue un outil incontournable. Mais derrière chaque requête se cachent des infrastructures gourmandes en énergie, des besoins croissants en capacités de calcul et, souvent, des données hébergées hors d'Europe. Pour Proxima, ces contraintes ne sont pas une fatalité : elles constituent au contraire le point de départ d'une nouvelle génération d'IA européenne.

Fondée à Paris en 2025, Proxima développe une suite d'outils d'intelligence artificielle pensée autour de trois principes : souveraineté, confidentialité et sobriété. Son premier produit, Proxima Chat, permet notamment aux équipes de rechercher, analyser, résumer et rédiger à partir de leurs documents, sans exposer leurs données à des plateformes extra-européennes. Proxima développe également une API destinée à intégrer cette IA directement dans des applications et environnements professionnels. La sobriété ne se limite toutefois pas à un slogan. L'entreprise mise sur des modèles plus compacts lorsque ceux-ci suffisent, un routage intelligent qui dirige chaque requête vers le modèle et la ressource les plus adaptés, ainsi que sur des infrastructures cloud sélectionnées en fonction de leur efficacité énergétique. Proxima annonce ainsi jusqu'à 20 fois moins d'énergie consommée pour certains usages et jusqu'à 30 % de réduction du coût par requête. L'objectif est simple : utiliser moins de ressources sans sacrifier l'utilité de l'IA.

Cette approche s'inscrit dans une conviction plus large : l'Europe doit pouvoir maîtriser sa propre infrastructure numérique. Hébergement en France, modèles européens ou open source, conformité RGPD et absence d'entraînement

Le 8 octobre 2026, proxima green sera présente à l'événement de lancement de La French Tech Vienna, à l'Ambassade de France en Autriche, aux côtés des autres startups européennes.

sur les données des utilisateurs font partie de l'architecture proposée par Proxima. Une ambition particulièrement pertinente pour les secteurs qui manipulent des informations sensibles – droit, propriété intellectuelle, audit, industrie ou secteur public. Accompagnée par l'Incubateur Télécom Paris, Proxima a rapidement gagné en visibilité. En 2026, la startup a remporté le concours international de Vienna Business parmi 500 candidatures et a ainsi représenté la France à ViennaUP. Son développement dans la région DACH constitue désormais une priorité, avec l'Autriche comme première étape.

Proxima défend ainsi une vision de l'innovation qui ne consiste pas à produire toujours plus d'intelligence artificielle, mais à construire une IA plus maîtrisée, plus européenne et plus responsable. Une ambition qui résonne particulièrement dans un contexte où la question n'est plus de savoir si l'Europe utilisera l'IA, mais quelle IA elle souhaite construire – et selon quelles valeurs. 🇫🇷 🇪🇺

Zusammenfassung:

Das französische Startup Proxima entwickelt eine neue Generation künstlicher Intelligenz, die Leistung mit Datenschutz, digitaler Souveränität und Ressourcenschonung verbindet. Mit Sitz in Paris und Blick auf den europäischen Markt setzt Proxima auf effiziente KI-Modelle und eine Infrastruktur, die sensible Daten schützt und gleichzeitig den Energieverbrauch reduziert. Nach ersten Erfolgen in Österreich will das junge Unternehmen seine Vision einer souveränen und verantwortungsvollen europäischen KI weiter vorantreiben. 🇫🇷 🇪🇺

Kontakt | Contact :

proxima.green
33 Rue du Moulin de Pierre,
92140 Clamart, France
Victor Caduc, CEO & Co-founder
 ☎ **+33 6 30 85 72 54**
 ✉ **contact@proxima.green**
www.proxima.green

EUSTELLA:

Mehr als Souveränität: Europas KI-Zukunft Au-delà de la souveraineté: l'IA européenne

Die rasante Entwicklung der KI verschiebt wirtschaftliche und technologische Machtverhältnisse weltweit. Während die entscheidenden Plattformen bislang vor allem aus den USA kommen, wächst in Europa der Anspruch, nicht nur Anwender, sondern selbst Gestalter dieser Entwicklung zu sein. Genau hier setzt eustella an: Das Anfang 2026 in Wien gegründete KI-Startup entwickelt eine souveräne Plattform mit KI-Agenten, die nicht nur Antworten liefern, sondern eigenständig recherchieren, Daten verarbeiten und Prozesse ausführen können. Für CEO Matteo Rosoli geht es dabei um weit mehr als technologische Unabhängigkeit – es geht um die Fähigkeit Europas, seine Daten, seine Geschäftsmodelle und letztlich seine digitale Zukunft selbst zu kontrollieren.



Matteo Rosoli, CEO des KI-Startups eustella

C CFA: eustella ist mit einem sehr konkreten Anspruch gestartet: Europa soll bei KI nicht nur Nutzer, sondern auch Gestalter sein. Wann wurde Ihnen klar, dass daraus ein eigenes Unternehmen entstehen muss – und welches Problem wollten Sie ursprünglich lösen?

Matteo Rosoli: Klar wurde es uns Anfang 2026. Unser Team hat eigentlich spezialisierte KI-Lösungen auf der Applikationsebene entwickelt – also Anwendungen die auf KI aufbauen aber nicht selbst KI entwickeln – bis wir mit einem unserer Kunden eine wirklich souveräne europäische KI Plattform als Fundament für unsere spezialisierten KI-Lösungen gesucht haben. Wir haben keine gefunden, die uns zufrieden stellt – also haben wir eine gebaut.

CCFA: eustella versteht sich ausdrücklich nicht als weiterer Chatbot, sondern als KI-Agent, der Aufgaben eigenständig ausführen kann. Was verändert sich dadurch für Nutzer – und wo beginnt aus Ihrer Sicht die nächste große Entwicklungsstufe der KI?

M. R.: Das ist richtig – eustella funktioniert vor allem als KI-Agent. Der Einstieg in eustella ist jedoch wie gewohnt bei amerikanischen Alternativen, nur dass es noch weitere Funktionen gibt. Ich kann als Unternehmen meine Daten anbinden oder recherchieren lassen und verschiedene Prozesse und Workflows automatisch mit eustellas Agenten abbilden und durchführen lassen. Die näch-

„Europa wird 2031
im globalen Wettbewerb um KI
eine starke Position führen.
Dafür muss Europa jedoch
in den nächsten 18 Monaten
extrem aufholen.“

Matteo Rosoli

ste Entwicklungsstufe, von Chatbot zu Agent wird durchaus im kompletter Autonomie sein. Eustella ist hier, um für und in jeder Entwicklungsstufe ein sicherer und vertrauenswürdiger Partner für europäische Unternehmen und Konsument:innen zu sein.

CCFA: Der KI-Markt entwickelt sich mit enormer Geschwindigkeit. Warum war gerade 2026 der richtige Zeitpunkt, um mit einer europäischen Alternative zu ChatGPT, Claude und Gemini auf den Markt zu gehen?

M. R.: Es war nicht unbedingt der eine

„richtige“ Zeitpunkt. Es war – und ist noch immer – notwendig für Europa im heutigen Zeitalter.

CCFA: OpenAI, Google und Anthropic verfügen über enorme finanzielle Ressourcen, Rechenkapazitäten und Nutzerzahlen. Wo sehen Sie den konkreten Wettbewerbsvorteil eines europäischen Startups wie eustella – und wo müssen Sie realistischlicherweise noch aufholen?

M. R.: Der konkrete Wettbewerbsvorteil von OpenAI, Google und Anthropic ist eine unvorstellbare Menge an Risikokapital, die in den USA zur Verfügung gestellt wird.

In China mussten die KI-Labore aufgrund von Ressourcenknappheit extreme Effizienz erlernen – mit denen sie jetzt gerade die amerikanischen KI-Labore überholen.

Europa und eustella haben die gebündelten Vorteile von beiden Welten und noch mehr. Wir haben den Willen, die Talente und auch das Geld. Wir müssen die Chance nur ergreifen.

CCFA: Europa verfügt über einen großen Markt und eine starke Forschungs- und Startup-Landschaft, nutzt aber vor allem KI-Produkte aus den USA. Warum ist es Europa bisher nicht gelungen, daraus mehr eigene globale Tech-Champions zu entwickeln?

M. R.: Einer der Hauptgründe ist sicherlich der Unterschied an Investitionsmengen. Eine Person muss sich nur anschauen, wie viele Milliarden mehr in amerikanische Tech-Giganten fließen, als in Europäische. Und wenn in europäische Tech-Champions investiert wird, muss sich nur das Verhältnis an europäischen und amerikanischen Investitionen angeschaut werden.



eustella ist ein sicherer europäischer KI-Assistent für dieselben Kernaufgaben wie ChatGPT.

CCFA: Ist europäische Souveränität für Nutzer und Unternehmen tatsächlich ein ausreichender Grund, von etablierten US-Anbietern zu wechseln? Oder muss eustella am Ende vor allem beweisen, dass eine europäische Lösung technologisch mindestens genauso gut sein kann?

M. R.: Meiner Meinung nach wird es ein immer wichtiger und wichtiger Grund werden. Trotzdem ist es eustellas Anspruch, eine wahre Alternative zu amerikanischen Lösungen zu sein. Wir möchten und sind mittlerweile preislich extrem kompetitiv mit 5,99 € pro Monat für eustella Comet und bald auch mit unseren Modellen an der Frontier. Dazu darf ich aber noch nicht zu viel verraten.

CCFA: KI verändert sich schneller als klassische Märkte. Wie trifft man als Gründer langfristige Entscheidungen in einer Branche, in der sich Technologie, Wettbewerber und Geschäftsmodelle innerhalb weniger Monate verändern können?

M. R.: Natürlich ganz anders als in klassischen Branchen – die Fundamente für Entscheidungen bleiben aber gleich. Wie in allen wichtigen Branchen – wie es KI sein wird –

bauen unsere Entscheidungen auf Vertrauen und langfristiger Nachhaltigkeit auf. Deswegen ist eustella viel mehr als „Souveränität“, sondern auch „Business Continuity“. Wir müssen unsere Daten und unsere KI kontrollieren – nicht jemand anderes.

CCFA: Wenn Sie fünf Jahre nach vorne blicken: Wo sollte Europa 2031 im globalen KI-Wettbewerb stehen – und welchen Beitrag soll eustella dazu geleistet haben?

M. R.: Den KI-Wettbewerb für die nächsten fünf Jahren vorherzusehen ist eine Leistung, die sich niemand zumuten kann. Was man aber durchaus sagen kann: Europa wird 2031 im globalen Wettbewerb um KI eine starke Position führen. Dafür muss Europa jedoch in den nächsten 18 Monaten extrem aufholen, in dem es sich eingesteht, die letzten technologischen Entwicklungen verpasst zu haben, und, dass ein dementsprechendes Aufholen extrem teuer und anstrengend sein wird.

Eustella ist für mich der erste Schritt zu einem starken Europa im Zeitalter der künstlichen Intelligenz. 

Résumé:

Face à la domination des géants américains et à l'accélération fulgurante de l'intelligence artificielle, eustella veut donner à l'Europe les moyens de devenir actrice de sa propre révolution technologique. Née début 2026 d'un besoin concret de plateforme d'IA européenne souveraine, la startup mise sur des agents capables d'aller au-delà du simple chatbot pour automatiser données, recherches, processus et workflows. Pour Matteo Rosoli, cofondateur d'eustella, la souveraineté n'est toutefois qu'un aspect d'un enjeu plus large : garantir aux entreprises européennes le contrôle de leurs données, leur continuité d'activité et une véritable alternative technologique aux solutions américaines. Son ambition est claire : faire d'eustella une première étape vers une Europe plus forte dans l'ère de l'intelligence artificielle. 

Kontakt | Contact :

eustella (AI Newsrooms Technology GmbH)
Karl-Farkas-Gasse 22, 1030 Vienna, Austria
Matteo Rosoli, CEO
 **office@eustella.com**
www.eustella.com

XCHANNELS.AI:

Wenn KI Sichtbarkeit zu Wachstum wird Quand l'IA transforme la visibilité en croissance

Nur 16 Wochen nach seiner Gründung war das junge Wiener Start-up xchannels.ai bereits in acht Ländern aktiv – mit messbaren Ergebnissen für seine Kunden. Die Gründerinnen Dr. Isabell Claus und Ashley Zvaniashvili erklären, wie KI die Sichtbarkeit von Unternehmen grundlegend verändert und daraus messbarer Business Impact entsteht.

Seulement 16 semaines après sa création, la jeune start-up viennoise xchannels.ai était déjà présente dans huit pays – avec des résultats mesurables pour ses clients. Ses fondatrices, Dr Isabell Claus et Ashley Zvaniashvili, expliquent comment l'IA transforme en profondeur la visibilité des entreprises et comment cette visibilité peut générer un impact business mesurable.



Dr. Isabell Claus (l.) und Ashley Zvaniashvili, Gründerinnen des Wiener Start-up xchannels.ai

C CFA: Welches Problem wollten Sie mit xchannels.ai lösen – und warum gerade jetzt?

I.C.: Wir haben viel Erfahrung im Bereich Marketing und Kommunikation gepaart mit Technologie und vor allem KI. Ende 2025 wurden wir von einem Unternehmen aus dem Gesundheitssektor angesprochen, ob wir ihnen helfen können, einen richtigen „Marketing-Boost“ in kurzer Zeit zu realisieren. Gesagt, getan – wir haben mit Hilfe von KI die Präsenz in sämtlichen digitalen Kanälen massiv erhöht. Die Qualitätsansprüche für Gesundheitsprodukte sind hoch, die Ergebnisse unserer Arbeit nach nur 60 Tagen konnten sich sehen lassen: Der Anteil der Antworten von ChatGPT, in denen das Unternehmen zitiert wurde, stieg von 20 auf 80 Prozent. Die Zugriffe auf den Blog der Firmenwebseite stiegen von 350 auf 33.000 im

Vergleichszeitraum von drei Monaten. Die Zahl an veröffentlichten Fachbeiträgen stieg von einmal pro Quartal auf zweimal pro Monat, während statt vier nun acht Social-Media-Kanäle mehrmals wöchentlich gepflegt werden. Die Teamgröße im Marketing blieb konstant, während das investierte Marketingbudget für externe Leistungen von 8.000 Euro auf 800 Euro pro Monat sank. „Diese Wirksamkeit braucht doch jedes Unternehmen“ dachten wir und haben daraus eine App entwickelt: xchannels.ai.

A.Z.: Und technologisch ist jetzt der Moment, an dem Generative AI reif genug wurde, um Content nicht nur zu unterstützen, sondern in hoher Qualität zu produzieren und automatisiert über Kanäle hinweg auszuspielen. Ein Jahr früher hätten wir das Produkt, das wir heute bauen, technisch nicht liefern können. Ein Jahr später hätten andere den Markt bereits besetzt.

CCFA: Nur 16 Wochen nach der Gründung hatten Sie bereits Kunden in acht Ländern. Was haben Sie anders gemacht als viele SaaS-Startups, die dafür Jahre benötigen?

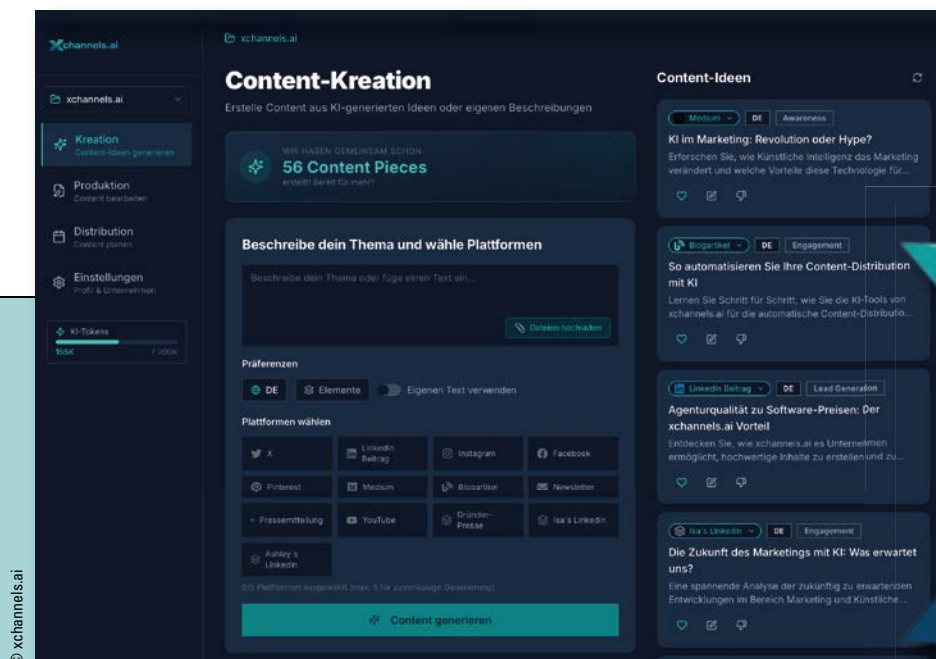
I.C.: Wir haben das Produkt von Tag eins an global gebaut – technisch wie organisatorisch. Konkret heißt das: eine Plattform, die von Beginn an mehrsprachig und marktunabhängig funktioniert, statt nachträglich „lokalisiert“ zu werden. Und statt auf klassische Einzelakquise zu setzen, haben wir sehr früh auf Partnerschaften gesetzt, etwa mit der Deutschen Telekom. Über einen Partner erreicht man auf einen Schlag ganze Kundengruppen einer Region, statt jedes Unternehmen einzeln zu gewinnen. Das hat unsere Reichweite ganz ohne großes Vertriebsteam multipliziert.

CCFA: Stichwort Marktfeedback: Was haben Ihre ersten Kunden Ihnen über Ihr Produkt beigebracht?

A.Z.: Die wichtigste Lektion: Unsere ersten Kunden wollten nicht in erster Linie schnelleren Content – sie wollten Kontrolle. Darum haben wir die Oberfläche so gebaut, dass Nutzer jederzeit am Steuer bleiben und den Überblick behalten. Ein zweiter Punkt: Suchmaschinen-Sichtbarkeit reicht den Kunden nicht mehr, sie fragen: „Kennt mich ChatGPT überhaupt?“. Daraus ist unser Fokus auf AI Visibility und Generative Engine Optimization entstanden.

CCFA: xchannels.ai bewegt sich an der Schnittstelle von AI und Marketing. Wie beeinflusst Generative AI gerade, wie Unternehmen Kunden erreichen und sichtbar werden?

I.C.: Die vielleicht größte Verschiebung: Der Moment der Kaufentscheidung wandert vor die eigene Website. Früher hat ein Unternehmen den Kaufprozess zentral mitgestaltet – von



© xchannels.ai



der ersten Google-Suche bis zum Klick auf „Kaufen“. Heute trifft ein KI-System bereits eine Vorauswahl, bevor Nutzer eine Website besuchen. Wenn eine Marke hier nicht vorkommt, verliert sie – die Zugriffszahlen brechen seit einigen Monaten branchenübergreifend ein. Wer von Klicks und E-Commerce abhängig ist, den trifft das besonders hart.

A.Z.: Gleichzeitig verändert sich, wie Content überhaupt entstehen muss. KI-Systeme bewerten nicht dieselben Signale wie klassische Suchmaschinen. Unternehmen, die weiterhin nur für Menschen und für Google schreiben, sprechen an einem schnell wachsenden Teil ihrer Zielgruppe vorbei.

CCFA: Was muss ein Unternehmen heute tun, damit seine Marke von KI-Systemen als relevante Antwort berücksichtigt wird und wie lässt sich der Business Impact messen?

I.C.: Wir schauen uns an, ob eine Marke bei relevanten Fragen in ChatGPT, Perplexity & Co. überhaupt auftaucht und in welchem Kontext. Die meisten Unternehmen kennen diesen „AI Visibility Score“ nicht. Darauf aufbauend geht es darum, Inhalte so zu strukturieren und zu verteilen, dass KI-Systeme sie als vertrauenswürdige, eindeutige Quelle erkennen. KI Visibility spielt eine größere Rolle, als viele glauben und schlägt sich in Zahlen nieder – Traffic, Leads, Umsatz. Diese Kennzahlen zeigen, ob Sichtbarkeit auch tatsächlich zu Geschäft wird. Die entscheidende Frage, die wir jedem Unternehmen stellen: Wenn wir dieses Tool morgen wieder wegnehmen würden – würde das operative Geschäft es spüren? Wenn die Antwort „Ja“ lautet, ist es bereits Teil der Wertschöpfung.

CCFA: Sie sind bereits in acht Ländern aktiv und planen den Eintritt in London und New

York. Wie entscheiden Sie, welcher Markt als Nächstes an der Reihe ist – und warum sind diese Märkte der nächste strategische Schritt?

I.C.: Unsere Expansion folgt bislang oft der Logik unserer Partnerschaften: Wo ein Partner bereits ein starkes Kundennetzwerk hat, können wir mit wenig eigenem Vertriebsaufwand schnell Fuß fassen. London und New York sind der nächste logische Schritt, da beide Städte mit Unternehmen dicht besiedelt sind, die als Erste auf AI-Sichtbarkeit reagieren – Tech, Finance, Health, Media. Beide sind zudem globale Hubs, über die sich Reputation und Kundenbeziehungen in weitere Märkte hinein multiplizieren.

CCFA: Frankreich gehört inzwischen ebenfalls zu Ihren Märkten. Was macht den französischen Tech- und Business-Markt für xchannels.ai besonders interessant?

A.Z.: Frankreich hat eine sehr eigenständige, selbstbewusste digitale Kultur. Das passt sehr gut zu unserem Ansatz, weil AI Visibility für uns nie bedeutet, Kontrolle über die eigene Marke aufzugeben, sondern sie in einer KI-geprägten Öffentlichkeit bewusst zu behaupten. Im Vergleich zu Österreich ist der französische Markt um ein Vielfaches größer und heterogener, mit einer sehr aktiven Startup- und Mittelstandslandschaft, die offen für neue Technologien ist. Das bedeutet für uns: mehr potenzielle Kunden, aber auch hohe Erwartungen an Lokalisierung – sprachlich wie kulturell. Unsere Spezialisierung auf höchste Qualitäts- und Anpassungsansprüche macht Frankreich zu einem der spannendsten Märkte auf unserer Landkarte.

CCFA: Österreich ist ein kleiner Heimatmarkt – ein Vor- oder Nachteil für Startups mit globalem Mindset?

I.C.: Beides. Der Nachteil: Ein rein österreichi-

scher Fokus hätte uns wachstumsmäßig sehr schnell an eine Decke stoßen lassen. Der Vorteil ist, dass uns die Größe des Heimatmarkts von Anfang an international hat denken lassen. Das schärft den Blick früh für internationale Skalierbarkeit, für Mehrsprachigkeit im Produkt und für Partnerschaften statt Einzelkampf. Wien und Österreich bieten zudem ein sehr gutes Gründungs- und Förderumfeld sowie Zugang zu starkem technischem Talent – das war für uns als Ausgangsbasis ein echter Standortvorteil, auch wenn das eigentliche Geschäft von Anfang an international gedacht war.

CCFA: Wenn Sie xchannels.ai aus Investorensicht betrachten: Welche Kennzahlen belegen das langfristige Skalierungspotenzial von xchannels.ai?

I.C.: Für uns zählen vor allem drei Dinge zusammen: Erstens die Geschwindigkeit und Breite der Expansion – acht Länder in 16 Wochen sind kein Zufall, sondern das Ergebnis eines Produkts und eines Partnermodells, das sich replizieren lässt. Zweitens die Qualität der Partnerschaften: Eine Kooperation wie mit der Deutschen Telekom zeigt, dass auch etablierte, große Player unserem Ansatz vertrauen – das ist ein starkes externes Signal. Und drittens die nachweisbaren Kunden-Ergebnisse, wie die Visibility- und Zugriffs-Zahlen unseres Kunden aus der Gesundheitsbranche. 

Kontakt | Contact :

Xchannels.ai FlexCo

Maria-Jacobi-Gasse 1, 1030 Wien

Ashley Zvaniashvili & Dr. Isabell Claus-Polster, Managing Directors

✉ **ashley@xchannels.ai**

✉ **isabell@xchannels.ai**

www.xchannels.ai

Ungekürzter Artikel & Übersetzung | Article intégral et traduction : www.ccfa.at

ATOS:

Digitale Souveränität als Kompass

La souveraineté numérique comme boussole

Mit dem zunehmenden Einsatz von Künstlicher Intelligenz, vernetzten Systemen und digitalen Plattformen wachsen zugleich Abhängigkeiten und Sicherheitsrisiken. Johann Martin Schachner, Managing Director, Atos Österreich, erläutert, wie Unternehmen Innovation vorantreiben und zugleich Kontrolle, Sicherheit und Handlungsfähigkeit bewahren können.

Avec l'essor de l'intelligence artificielle, de systèmes interconnectés et de plateformes numériques, les dépendances et les risques de sécurité augmentent également. Johann Martin Schachner, directeur général d'Atos Autriche, explique comment stimuler l'innovation tout en préservant contrôle, sécurité et capacité d'action.



© ATOS

Johann Martin Schachner,
Managing Director,
Atos Österreich

Die digitale Transformation braucht mehr als leistungsfähige Technologien. Entscheidend ist, dass Unternehmen ihre digitale Zukunft selbstbestimmt gestalten und auch in einem zunehmend komplexen Umfeld handlungsfähig bleiben. Für Atos bilden dabei drei strategische Säulen die Grundlage: agentenbasierte KI, digitale Souveränität und Cybersicherheit. Sie greifen unmittelbar ineinander, wie Johann Martin Schachner, Managing Director von Atos Österreich, weiß: „Technologie schafft dann echten Wert, wenn Unternehmen Innovation vorantreiben und dabei Kontrolle, Sicherheit und Handlungsfähigkeit behalten.“

Wenn KI plötzlich selbst tätig wird

Agentenbasierte KI kann Aufgaben planen, auf Systeme zugreifen und innerhalb festge-

legter Grenzen selbstständig handeln. Damit ist sie für Unternehmen besonders interessant. Allerdings sollte vor ihrem Einsatz geklärt sein, was ein KI-Agent darf, auf welche Daten er zugreifen kann und wann ein Mensch eingreifen muss. Ebenso wichtig: Lässt sich später nachvollziehen, was die KI getan hat? Kann ihr der Zugriff sofort entzogen werden? Und bleiben Aufwand und Kosten auch dann überschaubar, wenn der Einsatz wächst? Atos betrachtet solche KI-Systeme deshalb wie geschäftskritische Software. Rollen und Berechtigungen werden festgelegt, Abläufe überwacht und Entscheidungen nachvollziehbar gemacht. Der interessanteste KI-Anwendungsfall ist nicht automatisch der spektakulärste. Wertvoll wird er dort, wo ein klarer geschäftlicher Nutzen auf klare Regeln trifft.

Wie abhängig darf das eigene Geschäft sein?

Digitale Souveränität klingt zunächst abstrakt, lässt sich aber auf drei konkrete Fragen herunterbrechen: Wo liegen und laufen unsere wichtigen Daten und Systeme? Wer kann darauf zugreifen und sie kontrollieren? Und was passiert, wenn ein wichtiger Anbieter, eine Technologie oder ein digitaler Dienst ausfällt oder nicht mehr wie gewohnt verfügbar ist? Atos versteht digitale Souveränität deshalb als die Fähigkeit eines Unternehmens, Kontrolle über seine Daten, Infrastruktur, Anwendungen und digitalen Abläufe zu besitzen und handlungsfähig zu bleiben. Dabei braucht nicht jeder Bereich dieselbe Absicherung. Für besonders sensible Daten oder geschäftskritische Prozesse kann ein höheres Maß an Kontrolle sinnvoll sein. Bei anderen Anwendungen reichen standardisierte Lösungen. Der Mehrwert liegt in dieser

bewussten Abstufung: Unternehmen investieren dort in Souveränität, wo Abhängigkeiten tatsächlich zum Geschäftsrisiko werden.

Cybersecurity beginnt vor dem Ernstfall

In komplexen, stark vernetzten IT-Landschaften müssen Schutzmaßnahmen kontinuierlich überprüft und an neue Bedrohungen angepasst werden. Atos setzt deshalb auf „Adaptive Cyber Resilience“: Unternehmen sollen ihre Schutzmaßnahmen auf Basis neuer Risiken und Erfahrungen laufend weiterentwickeln, um Bedrohungen frühzeitig zu erkennen. Hier kann KI dabei helfen, etwa große Mengen an Signalen schneller auszu-

„Unternehmen investieren dort in Souveränität, wo Abhängigkeiten tatsächlich zum Geschäftsrisiko werden.“

Johann Martin Schachner

werten und Anomalien früher zu erkennen, sodass Schutzmaßnahmen schnell adaptiert werden können und auf Bedrohungen schnell reagiert werden kann. Ziel ist es, die Wahrscheinlichkeit und die Auswirkungen eines Vorfalls möglichst gering zu halten und zugleich sicherzustellen, dass kritische Abläufe im Ernstfall rasch wieder unter Kontrolle gebracht werden können.

Drei Fragen für die eigene Transformationsagenda

Für Atos gehören diese Themen deshalb zusammen. Wer KI stärker im Unternehmen

DREI STRATEGISCHE ERFOLGSFAKTOREN FÜR EINE SICHERE UND SOUVERÄNE KI-TRANSFORMATION



INTEGRIERTE CYBERSICHERHEIT

als kontinuierliche operative End-to-End-Sicherung der gesamten digitalen Umgebung

EINSATZKRITISCHE AGENTENBASIERTE KI

führt sicher und verantwortungsvoll skaliert in kontrollierbare und messbare Geschäftsergebnisse

DIGITALE SOUVERÄNITÄT

bedeutet Kontrolle, Entscheidungsfreiheit & Verantwortung über die digitalen Assets, um Abhängigkeiten zu reduzieren

einsetzen möchte, sollte wissen, welche Entscheidungen sie treffen darf. Wer digitale Souveränität anstrebt, sollte seine kritischen Abhängigkeiten kennen. Und wer Cyberrisiken beherrschen will, muss wissen, wie gut kritische Systeme geschützt sind und wie schnell Bedrohungen erkannt und eingedämmt werden können. Atos setzt diese Prinzipien derzeit in der eigenen Transformation um und bringt die daraus gewonnenen Erfahrungen zugleich in Kundenprojekte ein. 

Résumé:

L'essor de l'IA et la complexité croissante des environnements numériques obligent les entreprises à repenser leur manière de gérer technologies, données et risques. Pour Atos, trois dimensions sont étroitement liées : l'IA agentique, la souveraineté numérique et la cybersécurité. L'IA agentique peut automatiser des tâches et prendre des décisions dans un cadre défini, à

condition que ses accès, ses responsabilités et ses actions restent contrôlables et traçables. La souveraineté numérique consiste quant à elle à maîtriser ses données, ses infrastructures et ses dépendances technologiques, en adaptant le niveau de contrôle aux enjeux et aux risques de chaque activité. Enfin, face à des menaces en constante évolution, la cybersécurité doit devenir une démarche dynamique. Avec son approche d'« Adaptive Cyber Resilience », Atos mise sur l'anticipation, la détection rapide des anomalies et l'adaptation continue des mesures de

protection. L'objectif est commun : permettre aux entreprises d'innover tout en restant autonomes, résilientes et capables d'agir, y compris lorsque les technologies et les risques évoluent. 

Kontakt | Contact :

ATOS Österreich
HQ Wien – IZD Tower
Wagramer Straße 19
1220 Wien

✉ austria.at@atos.net
www.atos.net



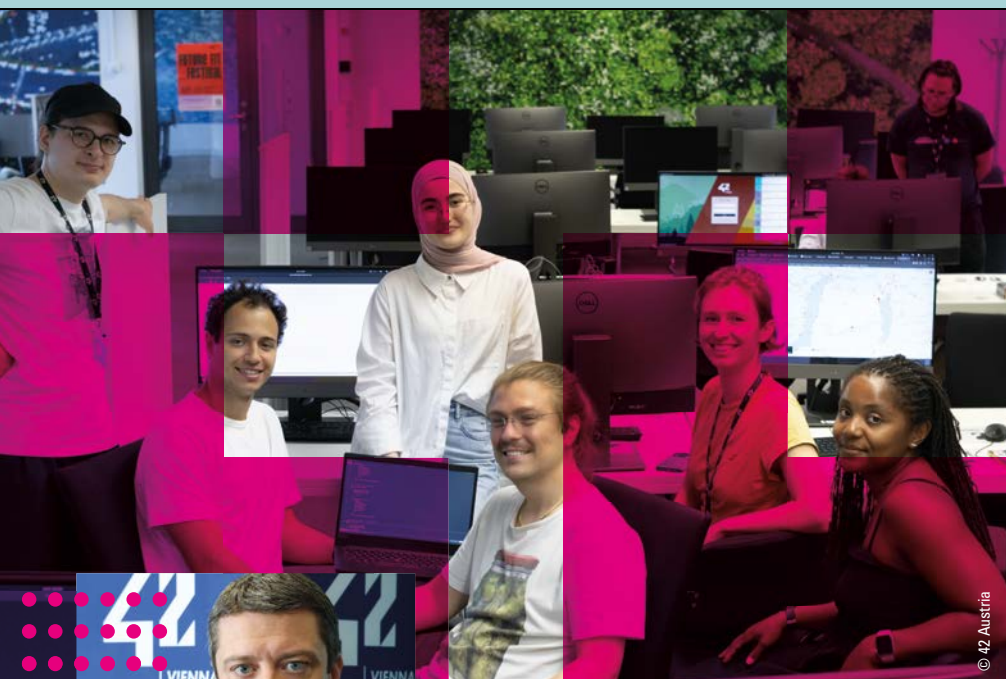
WEITERE INFORMATIONEN:

Im Atos-Whitepaper „Digitale Souveränität ist kein ‚Nice-to-have‘ mehr“ erfahren Unternehmen, wie sie die Kontrolle über ihre geschäftskritischen Daten und Prozesse behalten. Link: <https://atos.net/de/lp/digitale-souveraenitaet-ist-kein-nice-to-have-mehr>

42 AUSTRIA:

Digitale Talente für Österreich Talents numériques pour l'Autriche

Mit 42 Austria hat das innovativste französische Bildungsmodell für digitale Talente seit 2022 in Österreich eine Heimat gefunden. Von den Campus Wien und Wels aus arbeitet 42 Austria an den Anforderungen des österreichischen Wirtschaftsstandorts, stärkt die digitale Transformation und digitale Souveränität Europas und fördert die Zusammenarbeit zwischen Frankreich und Österreich. Avec 42 Austria, le modèle éducatif français le plus innovant pour les talents numériques a trouvé un ancrage en Autriche depuis 2022. Depuis ses campus de Vienne et de Wels, 42 Austria répond aux besoins du marché autrichien, renforce la transformation et la souveraineté numériques de l'Europe, et promeut la coopération franco-autrichienne.



Florian Brunner

Das in Paris entwickelte Modell der École 42 hat die IT-Ausbildung weltweit neu definiert. Heute umfasst das Netzwerk mehr als 50 Standorte in über 30 Ländern. Mit 42 Vienna und 42 Wels ist diese französische Bildungsinnovation auch in Österreich verankert.

Das Lernmodell verzichtet auf klassische Vorlesungen und setzt stattdessen auf Peer-to-Peer-Learning und praxisorientierte Projekte. So erwerben die Studierenden jene Kompetenzen, die Start-ups, Scale-ups und innovative Unternehmen benötigen: Eigenverantwortung, Problemlösung, Team-

fähigkeit und unternehmerisches Denken. Gleichzeitig entwickeln sie fundierte Kompetenzen in Künstlicher Intelligenz, Softwarearchitektur, Cyber Security und digitaler Transformation. Der Zugang erfolgt ausschließlich über Motivation und Potenzial, unabhängig von Vorbildung und Lebenslauf. Die Teilnahme ist ab 18 Jahren und kostenlos.

Die enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaft ist der Kern des Konzepts. Unternehmen begleiten Talente, gewinnen frühzeitig Zugang zu qualifizierten Fachkräften, qualifizieren eigene Mitarbeiter:innen und entwickeln gemeinsam mit 42 Studierenden Innovationen. So entsteht ein Ökosystem, das Wirtschaft, Bildung und internationale Vernetzung verbindet. 42 Austria ist weit mehr als ein Bildungsprojekt. Es zeigt, wie europäische Zusammenarbeit konkrete Wirkung entfalten kann: Eine in Frankreich

entstandene Bildungsinnovation entwickelt in Österreich jene Talente, die Europas digitale Souveränität, Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit stärken. Unternehmen sind eingeladen, 42 Austria aktiv mitzugestalten und die Fachkräfte von morgen schon heute kennenzulernen. 

Résumé:

42

Austria transpose en Autriche le modèle éducatif français innovant de l'École 42 à travers ses campus de Vienne et Wels. Son approche axée sur le peer-to-peer et les projets pratiques forme gratuitement, sans aucun prérequis académique, des talents dans des domaines clés tels que l'IA, la cybersécurité et la transformation numérique. Grâce à une étroite collaboration avec le monde professionnel, 42 Austria répond efficacement aux besoins du marché, renforce l'innovation ainsi que la souveraineté numérique européenne, et tisse des liens durables entre la France et l'Autriche. 

Kontakt | Contact :

42 Vienna

education for digital excellence GmbH

Florian Brunner

Managing Director 42 Vienna & 42 Wels

✉ florian@42vienna.com

☎ **+43 660 3841779**

Campus 42 Vienna:

Muthgasse 24-26, 1190 Wien

www.42vienna.com

Campus 42 Wels:

Bauernstraße 11a, 4600 Wels

www.42wels.at



GATEWAY VENTURES :

Forschung & Bildung: Europas Hoffnung?

Recherche & universités : l'espoir européen ?

Europa verfügt über exzellente Forschung und starke Hochschulen – doch viel zu oft gelingt der Weg von wissenschaftlicher Innovation zu investierbaren Unternehmen noch nicht schnell und effizient genug. Markus Kainz, Unternehmer, Investor und Gründer von Gateway Ventures, plädiert dafür, Europas Hochschulen stärker als Ausgangspunkt für kapitalgetriebene Innovation und die nächste Generation international skalierbarer Unternehmen zu verstehen.

Trop souvent, le passage de la recherche universitaire à des entreprises mondiales dure trop longtemps. L'investisseur Markus Kainz plaide pour que les universités européennes deviennent le point de départ de cette nouvelle génération d'entreprises.

Europa braucht mehr kapitalgetriebene Innovation – und einen breiten, invertierbaren Frühphasen-Dealflow, damit spätere Finanzierungsphasen in Europa entstehen und bleiben. Der Draghi-Report skizziert dafür die Leitplanken: Kapitalmärkte vertiefen, institutionelles Eigenkapital mobilisieren und den Weg von Forschung zu Finanzierung standardisieren; ohne klare Konditionen, belastbare Datenräume und wiederkehrende KPI-Sets bleibt der Trichter von Series B bis Pre-IPO zu schmal. Der Redstone University Startup Index zeigt zugleich, wie stark die Gründung Effizienz zwischen Hochschulen variiert – und dass Organisation, Standardisierung, Alumni-Kanäle und InvestorInnen taugliches Reporting die „Conversion“ von Forschung zu Finanzierung entscheidend erhöhen. Internationale Benchmarks machen vor, wie es geht: professionelle Transferstrukturen (ETH Zürich, TUM, KU Leuven), universitätsnahe Seed-Fonds (Oxford/OSE), klare IP-/Equity-Standards und kurze, Meilensteinbasierte Prozesse (Stanford, MIT) verkürzen Verhandlungen, senken Transaktionskosten und steigern Abschlussquoten. Österreich investiert zwar stark in Forschung, bleibt aber bei der Verwertung (Input vs. Output) und der Geschwindigkeit des Technologietransfers zurück; uneinheitliche Regeln, fragmentierte TTO-Strukturen und fehlende Standardunterlagen verlängern die Time-to-Funding und schwächen die Anschlussfähigkeit. Reformen wie die FlexCo und neue Mitarbeiterbeteiligung sind Schritte in die richtige Richtung, entfalten jedoch noch nicht die nötige, einfache, skalierbare Wirkung. Der stärkste Hebel liegt an den Hochschulen: dort, wo aus Wissen Unternehmen werden. Was jetzt gebraucht wird, sind veröffentlichte Standards (IP, Equity, ESOP,

Pooling), ein schlankes KPI-Set, klare Pfade vom Disclosure bis zur Investierbarkeit und eine aktive Einbindung von Alumni als Kapital- und Erfahrung Netz. Auf dieser Basis kann Vernetzung wirken: Standorte mit erkennbaren Profilen, kurze Wege zu Industrie, Regulierung und Kapital, kuratierte Formate, die aus Erstgesprächen Prototypen, Piloten und Finanzierungen machen – national verzahnt und europäisch andockfähig. 

Résumé:

L'Europe, et notamment l'Autriche, investissent massivement, mais le passage de l'innovation scientifique à une entreprise financée et capable de se développer à grande échelle reste trop lent et fragmenté. Markus Kainz identifie les universités comme un levier essentiel pour renforcer cet écosystème : des standards communs en matière d'IP, d'Equity et d'ESOP, des processus de transfert technologique plus efficaces et une meilleure mobilisation des réseaux d'anciens élèves pourraient faciliter l'accès au capital et accélérer la création d'entreprises. Pour Kainz, l'enjeu dépasse les frontières nationales : l'Europe doit mieux connecter ses talents, ses capitaux, ses universités et ses réseaux afin de transformer son excellence scientifique en entreprises compétitives à l'échelle mondiale. 

Kontakt | Contact :

Gateway Ventures
Elisabethstraße 13/13, 1010 Vienna

Markus Kainz
CEO & Founder

✉ markus.kainz@gateway.ventures

☎ **+4369913530343**

www.gateway.ventures



Markus Kainz,
Gründer von Gateway Venture

ÜBER MARKUS KAINZ:

Markus Kainz ist Unternehmer, Investor und Gründer von Gateway Ventures. Seit mehr als 15 Jahren ist er als Entrepreneur und Startup-Investor aktiv und beschäftigt sich mit der Frage, wie europäische Innovationen schneller Zugang zu Kapital, Know-how und internationalen Netzwerken finden können. Mit CALMAR.VC entwickelt er diesen Ansatz auf europäischer Ebene weiter: Die Plattform verbindet Angel-Netzwerke, Syndikate und Startup-Hubs, um Kapital und Expertise über Ländergrenzen hinweg zu bündeln und das fragmentierte europäische Startup- und Investorenökosystem stärker zu vernetzen. Das Ziel: Europas lokale Stärken zu einem vernetzten europäischen Ökosystem für Innovation und Wachstum zu verbinden.

BITPANDA:

Europas neue Finanzarchitektur

La nouvelle architecture financière de l'Europe

Vom Wiener Startup zum europäischen Unicorn: Bitpanda ist Österreichs erstes Unicorn und heute eine der führenden europäischen Investmentplattformen. Bitpanda-CEO Lukas Enzersdorfer-Konrad zeigt, wie Regulierung, Fintech-Innovation und digitale Infrastruktur Europas Finanzmärkte verändern – und warum daraus eine Frage strategischer europäischer Souveränität wird.

Bitpanda incarne le parcours d'une entreprise technologique européenne passée du statut de jeune pousse à celui d'acteur majeur de la finance numérique. Lukas Enzersdorfer-Konrad, CEO de Bitpanda, analyse comment la réglementation, l'innovation fintech et les nouvelles infrastructures financières peuvent renforcer la compétitivité et la souveraineté européennes.



© Bitpanda

Lukas Enzersdorfer-Konrad, CEO, Bitpanda

ÜBER LUKAS ENZERSDORFER-KONRAD:

Lukas Enzersdorfer-Konrad ist CEO von Bitpanda, einer führenden europäischen Multi-Asset-Investment- und Handelsplattform sowie Anbieter von Marktinfrastruktur mit Sitz in Wien. Seit seinem Einstieg im Jahr 2018 hat Enzersdorfer-Konrad die Entwicklung von Bitpanda maßgeblich mitgestaltet: zunächst als COO in enger Zusammenarbeit mit den Gründern, später als Chief Product Officer. Zuvor war er zehn Jahre in der Banken- und Finanzindustrie tätig – unter anderem als Strategieberater bei zeb und als Head of Digitization & Innovation im österreichischen Raiffeisen-Sektor. Er hat Banking & Finance an der Wirtschaftsuniversität Wien sowie am Baruch College in New York studiert.

Europäische Kapitalmarktsouveränität

Europa steht vor einer strukturellen Neuausrichtung seiner Finanzmärkte. Während der globale Wettbewerb um Technologieführerschaft und Kapitalallokation intensiver wird, leidet die europäische Kapitalmarktunion nach wie vor unter Fragmentierung. Das Jahr 2026 markiert jedoch einen historischen Wendepunkt: Mit der vollständigen Umsetzung der Markets in Crypto-Assets-Verordnung, kurz MiCA, hat der Kontinent erstmals ein einheitliches, reguliertes Spielfeld für digitale Assets geschaffen. Die strengerer Zugangsbestimmungen wirken dabei als Marktkatalysator: Von ursprünglich über 3.500 regional registrierten Krypto-Anbietern haben im neuen, harmonisierten Binnenmarkt bisher nur rund 350 Unternehmen eine vollständige MiCA-Lizenz erhalten. Damit verlagert sich der Fokus von rein bürokratischer Compliance hin zur strategischen Wertschöpfung. Für europäische Fintech-Scaleups bedeutet dies die Chance, nicht mehr nur punktuelle Nischen zu bedienen, sondern das Fundament einer eigenständigen digitalen Finanzinfrastruktur zu bauen.

Finanzielle Bildung und die Demokratisierung des Kapitalmarkts

Die Herausforderung der europäischen Märkte ist vielschichtig. Auf der Nachfrageseite erfordert der demografische Wandel in Kombination mit strukturellem Inflationsdruck eine radikale Vereinfachung des Kapitalmarktzugangs. Der europäische Anleger benötigt einen barrierefreien, sicheren Zugang zu einer breiten Palette von Assetklassen – von klassischen Instrumenten über Rohstoffe bis hin zu digitalen Assets. Das Zusammenspiel zwischen Märkten wie Frankreich und Österreich illustriert diese Dynamik beispielhaft: Der fran-

zösische Markt besticht durch eine hohe Affinität zu technologischen Innovationen und eine dynamische Anlegerkultur. Österreich wiederum steht traditionell für regulatorische Präzision, Risikobewusstsein und Stabilität. Skalierende Plattformen müssen diese regionalen Stärken verbinden. Vertrauen ist im MiCA-Zeitalter kein Marketingbegriff, sondern das regulatorische Fundament, um Anlegern die souveräne Eigenverwaltung ihres Vermögens zu ermöglichen.

Das Paradigma der infrastrukturellen Kollaboration

Eine wesentliche Transformation findet jedoch abseits der Konsumentenschnittstelle statt. Die Phase der vermeintlichen Disruption, in der Fintechs in direkter Konkurrenz zu etablierten Banken treten, weicht endgültig einem Paradigma der Kollaboration. Europäische Finanz-

„Vertrauen ist im MiCA-Zeitalter das regulatorische Fundament, um Anlegern die souveräne Eigenverwaltung ihres Vermögens zu ermöglichen.“

Lukas Enzersdorfer-Konrad

institute stehen vor der Herausforderung, ihren Kunden Zugang zu digitalen Assetklassen bieten zu müssen, ohne die extrem kapital- und zeitintensiven Kerninfrastrukturen für Verwahrung, Handel und Compliance von Grund auf selbst zu entwickeln. Die Lösung liegt in der Spezialisierung und der Bereitstellung von „Infrastructure-as-a-Service“: Etablierte Banken und Neobanken



Das moderne Bitpanda-HQ in 1020 Wien.

greifen auf das Wissen und die Infrastruktur-lösungen von Krypto-Pionieren wie Bitpanda zurück und können so digitale Assets nahtlos in ihre bestehenden Banking-Systeme integrieren. So nutzen etwa N26, IG Europe, Plum oder der französische Mobile-Banking-Anbieter Sumeria die B2B-Infrastruktur von Bitpanda Enterprise, um ihren französischen Endkunden direktes, reguliertes Krypto-Trading anzubieten. Statt bis zu fünf Jahre in den komplexen Eigenaufbau zu investieren, lässt sich der Markteintritt über diesen Ansatz auf unter sechs Monate reduzieren. Für den europäischen Wirtschaftsraum entsteht dadurch eine Symbiose: Traditionelles Vertrauen und bestehende Kundenbeziehungen heimischer Banken verbinden sich mit der Skalierbarkeit und Agilität europäischer Tech-Infrastruktur.

Geopolitische Notwendigkeit: Digitale Souveränität

Hinter dieser Entwicklung steht eine geopolitische Notwendigkeit. Wenn Europa seine finanztechnologischen Datenströme, Transaktionsvolumina und Verwahrstrukturen an außereuropäische Akteure auslagert, begibt sich der Kontinent in eine kritische Abhängig-

keit. Der Aufbau eigener europäischer Scaleups und Infrastruktur-Champions ist daher keine reine Frage der Marktwirtschaft, sondern eine Weichenstellung für die digitale Souveränität Europas. Der Erfolg europäischer Fintechs bemisst sich künftig nicht mehr allein an Nutzerzahlen, sondern an der Tiefe ihrer infrastrukturellen Verankerung im Finanzsystem. Indem europäische Scaleups B2C-Zugänglichkeit und B2B-Infrastrukturen als gemeinsame Standards etablieren, schaffen sie die Voraussetzung für eine wettbewerbsfähige und unabhängige europäische Kapitalmarktunion. 

Résumé:

La mise en œuvre de MiCA marque une étape importante vers un marché européen des actifs numériques plus harmonisé. Pour Lukas Enzersdorfer-Konrad, cette évolution représente bien plus qu'un enjeu réglementaire : elle ouvre aux fintechs européennes la possibilité de développer des infrastructures financières capables de soutenir la compétitivité et la souveraineté du continent. La démocratisation de l'accès aux marchés de capitaux et le développement de solu-

tions « Infrastructure-as-a-Service » favorisent parallèlement une nouvelle collaboration entre fintechs et banques traditionnelles. Dans ce contexte, les synergies entre des marchés comme la France et l'Autriche peuvent contribuer à créer un écosystème financier européen plus innovant, intégré et compétitif. 

Kontakt | Contact :

Bitpanda GmbH
HQ Vienna:
Stella-Klein-Löw-Weg 17, 1020 Wien
Oliver Frischemeier,
Head of Global Communications
✉ oliver.frischemeier@bitpanda.com
www.bitpanda.com



WATERDROP :

Vom Wiener Startup zur internationalen Marke Une success story née à Vienne

10 Jahre, mehr als fünf Millionen Kunden und Präsenz in über 40 Ländern: waterdrop® hat aus einem kleinen Würfel eine internationale Marke und eine neue Kategorie im Getränkemarkt entwickelt. Im Jubiläumsjahr zeigt das Wiener Unternehmen, wie aus einer einfachen Idee eine globale Erfolgsgeschichte werden kann.

10 ans, plus de cinq millions de clients et une présence dans plus de 40 pays : waterdrop® a transformé un petit cube en une marque internationale et créé une nouvelle catégorie dans l'univers des boissons. À l'occasion de cet anniversaire, l'entreprise viennoise montre comment une idée simple peut devenir une véritable success-story internationale.

Es begann 2015 mit einer einfachen Frage: Wie lässt sich Wasser attraktiver machen, ohne dabei auf Zucker oder Einwegplastik zu setzen? Auf einem Flug nach Singapur entstand die Idee für einen kleinen, zuckerfreien Würfel, der Wasser mit Geschmack anreichert. Gemeinsam mit seinem Bruder Henry und dem gemeinsamen Freund Christoph entwickelte Gründer Martin Murray die Idee weiter. 2017 kam der erste waterdrop® Microdrink auf den Markt. Was zunächst wie ein kleines Nischenprodukt aussah, entwickelte sich rasch zu einer eigenständigen, neuartigen Produktkategorie. Heute ist waterdrop® in mehr als 40 Ländern auf vier Kontinenten erhältlich, zählt über fünf Millionen Kunden und wird an mehr als 25.000 Verkaufsstellen angeboten. Mehr als 1,1 Milliarden Getränkewürfel wurden inzwischen produziert. Hinzu kommen über 50 eigene Stores in Europa, den USA, Japan und Australien. Das Herz der Marke ist dabei bis heute Wien: 2020 eröffnete hier der weltweit erste waterdrop® Flagship Store.

Von Hydration zu Lifestyle

Der Erfolg von waterdrop® beruht dabei längst nicht mehr allein auf einem Produkt. Aus dem Getränkewürfel ist ein umfassendes Markenkonzept rund um Hydration, Genuss und einen bewussteren Alltag entstanden. Das Unternehmen verbindet Produktinnovation mit einer starken visuellen Identität und einer internationalen Retail- und Community-Strategie. Ob zu Hause, im Büro, beim Sport, auf Reisen oder in der Hotellerie: waterdrop® möchte Wassertrinken in alltäglichen Situationen einfacher und genussvoller machen. Das Sortiment umfasst neben den Getränkewürfeln auch Varianten mit Vitaminen, Elektrolyten oder natürlichem Koffein sowie Flaschen

und weitere Produkte, die Hydration in den Alltag integrieren. Gerade für Unternehmen wird das Thema zunehmend relevant. Mit seinen Business-Angeboten unterstützt waterdrop® Büros dabei, Mitarbeitende unkompliziert zu mehr Wasser zu motivieren – eine einfache Maßnahme, die sich mit Nachhaltigkeit, Employee Benefits und einer modernen Arbeitsplatzkultur verbinden lässt.

International wachsen – lokal relevant bleiben

Nach zehn Jahren richtet sich der Blick zunehmend auf die nächste Wachstumsphase. Neue Märkte außerhalb Europas, eine stärkere lokale Verankerung in bestehenden Märkten sowie neue Produkte und Anwendungen rund um Consumer Wellness sollen die Entwicklung

weiter vorantreiben. Ein besonders interessantes Beispiel dafür ist Frankreich. Der französische Markt bietet waterdrop® nicht nur wirtschaftliches Potenzial, sondern auch ein Umfeld, in dem Geschmack, Design, Lifestyle und Premium-Positionierung eine zentrale Rolle spielen. Mitgezielten Partnerschaften und einer stärkeren lokalen Präsenz entwickelt waterdrop® seine Marke dort weiter – und verbindet dabei österreichische Gründungsgeschichte mit internationalem Anspruch.

10 Years of Making Waves

Zum zehnten Geburtstag blickt waterdrop® deshalb nicht nur zurück. Unter dem Motto „10 Years of Making Waves“ feiert das Unternehmen gemeinsam mit seiner Community die Entwicklung von der kleinen Idee zum globalen Player. Eine limitierte Anniversary Collection begleitet das Jubiläumsjahr. Die nächste Etappe dürfte dabei mindestens ebenso ambitioniert werden wie die vergangenen zehn Jahre. Denn die Grundidee ist unverändert einfach: Menschen sollen mehr Wasser trinken – und dabei nicht das Gefühl haben, auf Geschmack, Individualität oder Lebensqualität verzichten zu müssen. Aus einem kleinen Würfel ist so eine große internationale Geschichte geworden. Und sie beginnt auch nach zehn Jahren weiterhin dort, wo alles seinen Ursprung hatte: in Wien. 

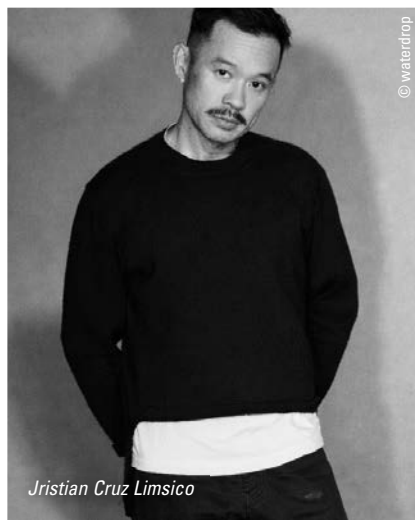
Kontakt | Contact :

Waterdrop Microdrink GmbH
Erika-Krenn-Promenade 15, 1100 Vienna
Thomas Heimer,
Country Director Austria & Switzerland
 **+43 664 375 9894**
 **thomas.heimer@waterdrop.com**
www.waterdrop.com



Yannick Alléno

© waterdrop



Jristian Cruz Limsico

© waterdrop



© waterdrop

WATERDROP®: WIENER GETRÄNKEWÜRFEL MIT VIELEN "FRENCH CONNECTIONS"

Waterdrop® ist von Wien in die weite Welt expandiert – und setzt auf starke Bande nach Frankreich. Im Jubiläumsjahr 2026 zeigt waterdrop®, wie internationale Expansion, lokale Expertise und kulturelle Partnerschaften zusammenspielen. Frankreich nimmt dabei eine besondere Rolle ein: als wichtiger Markt und als Bühne für Kooperationen, die Geschmack, Kreativität und Markenentwicklung miteinander verbinden.

MICHELIN-STERNEKOCHE SORGT FÜR HAUTE CUISINE-MOMENTE IM GETRÄNKEWÜRFEL-FORMAT

Weil guter Geschmack im wahrsten Sinne das Kernelement für den Erfolg von waterdrop® ist, vertraut die Wiener Getränkewürfel-Markte hier nur den geschultesten Geschmacksknospen – und zwar denen von Yannick Alléno, einem der renommiertesten Köche Frankreichs und dem Koch mit den meisten Michelin-Sternen weltweit. Im Jubiläumsjahr hat waterdrop® darum eine langfristige Partnerschaft mit der Koch-Ikone geschlossen. Beide verbindet die Überzeugung, dass Geschmack weit über Genuss hinausgeht: Er schafft Emotionen, Erinnerungen und prägt alltägliche Gewohnheiten. Gemeinsam wollen waterdrop® und Alléno neue Wege erkunden, Hydratation mit derselben Sorgfalt und Aufmerksamkeit zu betrachten wie kulinarische Erlebnisse.

FEMALE LEADERSHIP FÜR FRANKREICH FOKUS

Dass waterdrop® in Frankreich bestens gelandet ist, untermauert auch die starke Präsenz in Frankreich mit eigenem Office und einer Frau an der Spitze: Seit Juli 2026 ist Camille Paboudjian General Managerin von waterdrop France. Ihr Auftrag: die internationale Marke noch stärker lokal zu verankern und ihr weiteres Wachstum in Frankreich voranzutreiben. Damit setzt waterdrop® auf lokale Marktkennntnis und eine klare Verbindung zwischen globaler Markenstrategie und französischem Konsumentenverständnis.

KREATIVITÄT MIT FRENCH FASHION-DNA

Hydratation mit einem Hauch Chanel gefällig? Ja, auch das ist möglich. Jristian Cruz Limsico, ehemaliger Kreativchef von Chanel-Design-Legende Karl Lagerfeld, hat im Sommer 2026 als Global Creative Director die Weiterentwicklung der internationalen Markenidentität von waterdrop® übernommen. Seine Aufgabe ist es, die visuelle Sprache von waterdrop® weiter zu schärfen und die Marke über Märkte und Kulturen hinweg konsistent weiterzuentwickeln. Vielfältige Verbindungen, eine gemeinsame Richtung: Dass franko-österreichische Synergien ein unternehmerisches Erfolgsrezept sind, ist der CCFA-Community schon lange bekannt. Dies lebt auch waterdrop® klar vor: Frankreich ist für die Getränkewürfel-Marke inzwischen einem wichtigen Teil der internationalen Wachstumsstrategie geworden – an der Schnittstelle von Geschmack, Lifestyle, Kreativität und globalem Markenaufbau.

Martin und Henry Murray, Christoph Herrmann, Waterdrop Gründer

SOPRA STERIA :

Europa braucht ein neues Mindset L'Europe doit changer de mindset

„Go Live vor Powerpoint: Europa wird global nur dann mithalten, wenn es endlich so radikal im Vermarkten wie im Erfinden denkt“, so Frédéric Munch, CEO Sopra Steria GER & AT. Für ihn liegt Europas Problem nicht in seiner Innovationskraft – sondern seiner Konsequenz. Denn trotz brillanter Ideen und Technologien gelinge es anderen Märkten schneller, daraus Produkte, Wachstum und globale Marktführerschaft zu machen, wie die KI-Revolution zeigt. In seinem Kommentar schreibt Munch über mehr Mut zum Markt, mehr Tempo und ein neues Mindset für Wachstum.



© SOPRA STERIA

Frédéric Munch,
CEO Sopra Steria GER & AT

ÜBER FRÉDÉRIC MUNCH:

Der gebürtige Franzose Frédéric Munch ist seit 2019 bei Sopra Steria und ist seit Mai 2025 CEO von Sopra Steria GER & AT. Zuvor war er mehr als 20 Jahre beim IT-Analystenhaus PAC tätig, zuletzt als CEO. Bei Sopra Steria baute er zunächst die Managementberatung Sopra Steria Next in Deutschland auf und wurde 2021 in den Vorstand berufen. In seiner heutigen Rolle beschäftigt er sich insbesondere mit der Frage, wie Technologie, Innovation und unternehmerische Umsetzung zusammenfinden. Dabei vertritt Munch eine dezidiert europäische Perspektive: Europas technologische Stärke müsse sich stärker in wirtschaftliche Skalierung und internationale Wettbewerbsfähigkeit übersetzen. Sein Blick richtet sich daher nicht nur auf die Entwicklung neuer Technologien, sondern vor allem auf deren konkrete Anwendung, Industrialisierung und Markterfolg.

Europa glänzt im Labor – und verliert im Markt! Als CEO eines führenden europäischen Technologieunternehmens sehe ich es jeden Tag: Wir sind Weltmeister im Erfinden, in Forschung und Prototypen. Aber wir scheitern viel zu oft daran, daraus marktfähige Produkte und echte Scale-ups zu machen. Exzellente Wissenschaft und starke Start-ups sind vorhanden – doch es fehlt die Marktdurchdringung.

Die KI-Entwicklung legt diese Schwäche schonungslos offen: Europa leidet an einer Skalierungslücke. Und die ist kein Technologie-, sondern ein Kultur- und Strukturproblem. Zu viele Silos zwischen Forschung, Wirtschaft und Regulierung verhindern das Zusammenspiel. Ideen versanden, weil Übersetzer fehlen, die Innovationen in Geschäftsmodelle und Märkte überführen. Und weil Wagniskapital und echte Wachstumsbereitschaft nach wie vor rar sind.

AI als Brennglas für Europas Skalierungsschwäche

Während Europa bei Wachstumsfinanzierung, Cloud-Nutzung und KI-Diffusion stockt, treiben USA und China die Skalierung konsequent voran:

- **USA:** Customer-First-Mentalität, hohe Cloud-Reife und der Staat als „First Customer“ sorgen dafür, dass Prototypen rasch in Produktion gehen.
 - **China:** verzeichnet die stärksten GenAI-Nutzungszuwächse, beschleunigt mit standardisierten Workflows und massiver Industriepolitik die Verbreitung neuer Technologien.
- In Europa bleiben Innovationen in der Warteschleife, weil die Angst vor Compliance und Regulation die Unternehmen bremst:

- **Spätphasen-Finanzierungen** für AI-Start-ups fehlen, während die USA Milliarden in Series B und C investieren.
- Die **Compute-Infrastruktur** wächst zu langsam; Projekte wie EuroHPC sind ambitioniert, aber noch nicht breit verfügbar.

„Europa leidet an einer Skalierungslücke. Und die ist kein Technologie-, sondern ein Kultur- und Strukturproblem.“

Frédéric Munch

- Im **Enablement** klafft eine Lücke: In jedem dritten Unternehmen nutzen Mitarbeitende GenAI mit privaten Accounts außerhalb der Firmen-IT – ein Indiz für fehlende Tools und Governance.
- Nur 41 Prozent berichten von positivem AI-ROI; **Compliance** wird oft als Bremse genannt.
- Viele setzen aus Datenschutz- und Kostengründen auf **On-Premise-Lösungen** – langsam, teuer, innovationsfeindlich.



Von Projekten zu Produkten – Führungskräfte müssen vorangehen

Europa braucht den Wechsel vom Projekt- zum Produktdenken. AI darf kein Insellabor bleiben, sondern muss industrialisiert werden – mit MLOps, Wiederverwendungsplattformen und souveräner Cloud.

- **Outcome statt Aufwand:** Unternehmen müssen Ergebnisse liefern, nicht Stundenzettel. Beschaffung sollte an messbaren Outcomes ausgerichtet sein.
- **Mindset & Verantwortung:** Firmen brauchen klare Go-Live-Quoten und P&L-Verantwortung für AI-Lösungen. Risiko wird mit Standards gemanagt – nicht durch Vermeidung blockiert.
- **BizTech-Squads als Standard:** Gemischte Teams aus AI-Engineers, Product Ownern und Branchen-Experten bringen Innovation in die Skalierung.
- **Kompetenz & Vertrauen:** Bürgerinnen und Bürger sowie Beschäftigte müssen befähigt und ermutigt werden, vertrauenswürdige AI-Lösungen aktiv nachzufragen. Adoption entsteht durch Skills, Transparenz und Kennzeichnung.
- **Politik als Enabler:** Ein starkes Digitalministerium kann mit mittelstandstauglicher Infrastruktur, moderner Beschaffung und einem

öffentlichen KPI-Board Tempo geben. Aber: Die Verantwortung liegt zuerst bei uns Unternehmen – nicht in Berlin oder Brüssel.

Europa wird nicht an Ideen scheitern, sondern an Konsequenz.

Wenn wir die Skalierungslücke schließen wollen, brauchen wir weniger Leuchttürme und mehr „AI als Produkt“, KI muss konsequent in Prozessen und Innovationen mitgedacht werden.

Meine Erwartung:

- In 100 Tagen zählen **Go-Lives statt Power-Points**.
- In 12 Monaten skaliert mindestens ein **AI-Produkt pro Kernbereich**.
- In zwei Jahren ist **Ergebnisverantwortung für AI** so selbstverständlich wie Budgetverantwortung.

Das ist machbar. Und es ist überfällig. 🚀

Résumé:

Europe ne manque ni d'idées ni de talents ; ce qui lui fait défaut, c'est la rapidité et la détermination nécessaires pour les faire passer à l'échelle supérieure. Dans ce plaidoyer pour un nouveau mindset européen, Frédéric Munch identifie l'un des principaux défis du continent face aux

États-Unis et à la Chine : sa difficulté à transformer son excellence scientifique et technologique en produits compétitifs et en leaders mondiaux. L'intelligence artificielle agit comme un révélateur de cette faiblesse structurelle. Entre fragmentation, prudence réglementaire, manque de financement et difficultés d'adoption, trop nombreuses sont encore les innovations qui restent au stade du projet. Pour combler cette « scaling gap », l'Europe doit passer d'une culture du projet à celle du produit, accélérer les mises en production et rapprocher technologie, métiers et décision. Le changement est avant tout culturel : privilégier les résultats aux présentations, accepter le risque comme une composante de l'innovation et donner aux équipes les moyens d'agir. Moins de Power-Point, plus de « Go Live » : l'Europe doit transformer son talent pour innover en capacité à passer à l'échelle et à conquérir les marchés mondiaux. 🇪🇺 🇫🇷

Kontakt | Contact :

Sopra Steria GmbH
Obere Donaustr. 95, 1020 Wien, Austria
Leonard Lücke
 ☎ +43 676 7201537
 ✉ leonard.luecke@soprasteria.com
www.soprasteria.at

VOS ÉVÈNEMENTS D'ENTREPRISE AU CLUB MED

Séminaires - conventions - incentives - team buildings



Chez **Club Med Meetings & Events** nous concevons des événements d'entreprise d'exception, des voyages de motivation, des conférences et des expériences de team building dans certaines des destinations les plus belles au monde.

Notre offre comprend :

- une offre **Tout Compris**, alliant **gastronomie, sports et divertissements**
- des **espaces de réunion** modernes et équipés
- des **activités de team building créatives**
- des **experts MICE dédiés** à votre service et des **destinations exclusives** au bord de la mer, sur les montagnes enneigées ou en pleine nature !

SELECT TOURS & CLUBS GesmbH : CLUB MED - GSA for Austria
Tel: +43 1 526 62 17 - clubmed@select-tours.at

SYNTAGMA STRATEGIES :

Freiheit beginnt bei den eigenen Daten La liberté commence par ses propres données

Viele Unternehmen wissen genau, wie viele Kontakte sie haben. Weniger können sagen, wer davon wozu zugestimmt hat. Genau daran hängt aber, was ein Haus mit seinen eigenen Daten machen darf. Hannes Kirchbaumer entwickelt mit SYNTAGMA Strategies Systeme für Campaigning und Marketing Automation und erklärt, warum saubere Einwilligungen mehr Freiheit bringen als jede neue Technologie. Beaucoup d'entreprises connaissent leur nombre de contacts, mais ignorent qui a consenti à quoi. Pourtant, ces autorisations dictent l'usage réel des données. Hannes Kirchbaumer, expert chez SYNTAGMA Strategies, développe des systèmes de marketing automation et démontre qu'un consentement bien documenté offre plus de liberté que n'importe quelle technologie.

C CFA: Welche Herausforderung sehen Sie aktuell im Markt?

Hannes Kirchbaumer: Fast alle haben KI eingeführt. Das war richtig. Wer auf endgültige Klarheit gewartet hat, hat zwei Jahre verloren. Und genau deshalb lohnt jetzt die zweite Frage: Womit füttern wir sie? Zugekaufte Daten werden von Jahr zu Jahr dünner und teurer. Was bleibt, sind die eigenen. Eine Kundenhistorie wächst über Jahrzehnte und zeigt, wer auf welche Kampagne reagiert hat. Nachkaufen kann man das nicht. Daraus lässt sich mehr machen, als die meisten vermuten. Lookalikes und digitale Zwillinge zum Beispiel, sofern die Basis sauber ist.

CCFA: Worauf kommt es bei diesen Daten an?

H.K.: Auf die Zustimmung und auf die Zuordnung, ob sie First-Party oder Third-Party sind. Zu jedem Kontakt gehört, wer wann wozu zugestimmt hat und wo die Daten liegen. Sie müssen diese Einwilligung nachweisen können. In vielen Unternehmen liegt sie im Formularordner oder diversen Tools. Damit ist die Datenbank rechtlich totes Kapital. Wir führen die Zustimmung samt Zeitpunkt, Quelle und Zweck immer mit und idealerweise als First-Party Data.

CCFA: Und was gewinnt ein Unternehmen dadurch?

H.K.: Spielraum. Sie merken das im ersten Monat. Mit sauber zugeordneter Zustimmung dürfen Sie segmentieren, per SMS erinnern, Strecken automatisieren und Ihre eigenen Auswertungen fahren. Sie dürfen mehr, als die meisten denken. Nur trauen sich wenige, weil sie es nicht belegen könnten. Reichweite über Plattformen wird verwaltet und geregelt. Ihre eigene Liste nicht. Europa ist für mich mehr als

die Union. Von der EU wünsche ich mir einen Rahmen, der öfter fragt, was möglich wird. Der AI Act beginnt beim Verbotenen. Die nützlichere Frage lautet, was ein Unternehmen mit dem darf, was ihm gehört. Daraus wird ein Kreislauf. Wer seinen Boden kennt, setzt KI mutiger ein, und was daraus wächst, gehört wieder ihm. Meine Frage an jede Technologie bleibt dieselbe: Macht sie uns stärker? 

Résumé:

Les données propriétaires sont devenues un véritable levier stratégique. Mais leur valeur dépend d'un élément souvent négligé : la traçabilité des consentements. Avec SYNTAGMA Strategies, Hannes Kirchbaumer accompagne les entreprises dans la structuration de leurs données et l'automatisation de leurs campagnes. Il montre comment des consentements clairement documentés permettent de mieux exploiter les données clients, de segmenter les audiences et d'utiliser l'IA avec davantage de confiance et de liberté. Pour lui, la souveraineté numérique commence par une question simple : que peut-on réellement faire avec les données que l'on possède ? 

Kontakt | Contact :

SYNTAGMA Strategies GmbH
Auerspergstraße 17/9, A-1080 Wien
Jahnplatz 8, A-6800 Feldkirch
Hannes Kirchbaumer, Geschäftsführer
✉ hk@syntagma-strategies.com
www.syntagma-strategies.com



Hannes Kirchbaumer,
Geschäftsführer SYNTAGMA Strategies

ÜBER HANNES KIRCHBAUMER

Hannes Kirchbaumer ist seit über zwanzig Jahren im Digitalmarketing und Campaigning tätig und führt SYNTAGMA Strategies mit Büros in Wien und Feldkirch. Die Beratung wurde 2023 mit einem Reed Award für die beste europäische Online-Kampagne ausgezeichnet. Zur Unternehmensgruppe gehören außerdem eine Agentur und ein Softwareunternehmen im selben Feld. Ein Schwerpunkt seiner Arbeit liegt auf Kampagnen und maßgeschneiderter Marketing Automation. Seine Überzeugung: Menschen wachsen an Aufgaben, Unternehmen an Entscheidungen, die sie selbst treffen können.

RYEXECUTIVES :

Führung mit unternehmerischem Weitblick Leadership entrepreneurial et visionnaire

Eine C-Level-Besetzung ist weit mehr als die Suche nach einem passenden Lebenslauf: Sie ist eine strategische unternehmerische Entscheidung. Vsevolod Rychagov, Managing Partner, und Magdalena Ulleram, Partnerin bei RYEXECUTIVES, erläutern, worauf es bei der Auswahl von Führungspersönlichkeiten heute ankommt. Die Executive-Search-Boutique verbindet fundierte Marktkenntnis mit einem tiefen Verständnis für Geschäftsmodelle, Branchen und die Herausforderungen der nächsten Entwicklungsphase – und bewertet Führungspersönlichkeiten stets im Kontext des Unternehmens und seines individuellen Bedarfs.



Vsevolod Rychagov, Managing Partner
Magdalena Ulleram, Partnerin

© RYEXECUTIVES

C CFA: Wodurch unterscheidet sich RYEXECUTIVES von anderen Personalberatungen?

Ryexecutives: Die Besetzung einer C-Level-Position ist eine unternehmerische Entscheidung von langfristiger strategischer Bedeutung. Als spezialisierte Executive-Search-Boutique mit Fokus auf Executive-Positionen im Professional-Services-, Corporate- und Private-Equity-Umfeld verfügen wir über eine tiefe Marktkenntnis, die es uns ermöglicht, Führungspersönlichkeiten stets im Kontext des Geschäftsmodells, der Branche und der konkreten strategischen Herausforderungen eines Unternehmens zu bewerten. Dies gilt sowohl für unsere Partner-Suchmandate im Beratungsumfeld als auch für Führungspositionen auf der Unternehmensseite.

CCFA: Welche Vorteile ergeben sich für Ihre Klienten?

Ryexecutives: Unsere Klienten profitieren insbesondere von unserem über Jahre gewachsenen Netzwerk im Professional-Services-Sektor.

Dies gilt ebenso für unsere Klienten aus dem Corporate- und Private-Equity-Umfeld. Hier verfügen wir über einen direkten Zugang zu erfahrenen Führungspersönlichkeiten mit Background aus der Managementberatung oder Wirtschaftsprüfung. Dieses Netzwerk eröffnet unseren Klienten den Zugang zu Kandidat*innen, die häufig nicht unmittelbar sichtbar sind, jedoch über Kompetenzen und Erfahrungen verfügen, die sie zu hervorragenden Führungspersönlichkeiten im Corporate-Umfeld machen.

CCFA: Welche Herausforderungen sehen Sie aktuell im Markt?

Ryexecutives: Hinter jeder C-Level-Suche steht eine konkrete unternehmerische Herausforderung: Wachstum, Transformation, Internationalisierung usw. Gleichzeitig verändert sich das wirtschaftliche Umfeld permanent und somit auch die Anforderungen an künftige Führungskräfte. Die entscheidende Frage lautet daher: Welche Führungspersönlichkeit benötigt das Unternehmen in der nächsten Entwicklungsphase und wird diese Persönlichkeit in der Lage sein, das Unternehmen sicher durch die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen zu navigieren? Deshalb betrachten wir den individuellen Track Record eines Kandidaten immer im Kontext der konkreten Unternehmenssituation und der zukünftigen Herausforderungen. ➡

Résumé:

Vsevolod Rychagov et Magdalena Ulleram de RYEXECUTIVES présentent une approche stratégique de l'Executive Search, fondée sur une connaissance approfondie du marché dans les secteurs Professional Services, Corporate et Private Equity. Pour eux, chaque recrutement C-Level doit répondre aux enjeux spécifiques de l'entreprise et évaluer la capacité des candidats à relever les défis présents et futurs. ➡

Kontakt | Contact :

RYEXECUTIVES

Kärntner Ring 5-7/7, 1010 Wien, Austria

Vsevolod Rychagov, Managing Partner

Magdalena Ulleram, Partnerin

✉ **v.rych@ryexecutives.com**

✉ **i.ulleram@ryexecutives.com**

www.ryexecutives.com

BDO :

Warum jetzt Zeit ist, zu handeln! Pourquoi il est temps d'agir !

Die österreichische Forschungsprämie ist eine steuerliche Förderung für Forschung und experimentelle Entwicklung (F&E). Sie beträgt 14% der qualifizierten Aufwendungen, ist steuerfrei, hat keine Obergrenze und wird unabhängig vom Gewinn gewährt. Verena Winter, Director bei BDO Österreich, hat die fünf wichtigsten Punkte bei der Beantragung der Forschungsprämie zusammengefasst. La prime de recherche autrichienne est un dispositif fiscal destiné à soutenir les activités de recherche et de développement expérimental (R&D). Elle s'élève à 14 % des dépenses éligibles, est exonérée d'impôt, n'est soumise à aucun plafond et est accordée indépendamment du bénéfice de l'entreprise. Verena Winter, Director chez BDO Österreich, a résumé les cinq points essentiels.

Ende 2025 sowie im April 2026 gab es Änderungen der Verordnung sowie einen neuen Begutachtungsentwurf der Richtlinie zur Forschungsprämie. Die finale Fassung der Richtlinie steht noch aus.

Unternehmen sollten aber bereits jetzt schon grundlegende Punkte beachten, wie Verena Winter, Director bei BDO Österreich, betont. Für die Mitglieder der CCFA hat sie die fünf wichtigsten Schritte zur erfolgreichen Beantragung der Forschungsprämie laut neuer Richtlinie zusammengefasst.

Zielklärung pro Projekt: Zentral ist die Frage, ob das vorrangige Ziel der Produktion im F&E-Erkenntnisgewinn oder in der Herstellung vermarktungsfähiger Produkte (F&E begleitenden Charakters) liegt. Diese Frage muss bereits im Vorfeld pro Projekt beantwortet, dokumentiert und plausibilisiert werden.

Granulare Zeit- und Ressourcenaufzeichnungen: Wenn F&E sowie Produktion auf denselben Anlagen, mit demselben Personal und teilweise den gleichen Materialien stattfinden, muss die Zuordnung prozessstief erfolgen. Zudem muss klar dokumentiert werden, ab wann ein Prototyp in die Serienfertigung übergeht.

Investitionen – Wahlrecht bewusst ausüben: Die Novelle der Verordnung bringt erstmals ein explizites Wahlrecht zwischen dem einmaligen Ansatz der Gesamtaufwendungen und der jährlichen Afa-Berücksichtigung. Diese Entscheidung sollte strategisch geplant werden, unter Berücksichtigung der erwarteten F&E-Nutzungsdauer, möglicher späterer Nutzungsänderungen und des Nachhaltigkeitszeitraums.

FFG-Schwerpunktbeschreibungen begleitend erstellen: Eine begleitende Erstellung der Schwerpunkt- und Projektbeschreibungen während des Jahres – anstatt im Nachhinein – ist bei Nachfragen oder Stichproben deutlich



Verena Winter ist Director bei BDO.

belastbarer. Bei Forschungsschwerpunkten ist künftig die Anzahl der zugeordneten Projekte im Antrag anzugeben.

Abgleich mit Buchhaltung und Rechnungswesen: Forschungsaufwendungen sind nur in jener Höhe zu berücksichtigen, in der sie auch als steuerliche Betriebsausgaben gelten. Steuerliche Abzugsverbote sind somit auch für die Forschungsprämie relevant. 

Résumé:

La prime de recherche autrichienne, qui s'élève à 14 % des dépenses de R&D éligibles, constitue un soutien fiscal important pour les entreprises. Face aux évolutions réglementaires récentes, Verena Winter, Director chez BDO Österreich, recommande d'anticiper dès maintenant la demande

et de porter une attention particulière à cinq points : définir clairement les objectifs de chaque projet, documenter précisément le temps et les ressources, choisir stratégiquement le traitement des investissements, préparer les descriptions FFG au fil de l'année et vérifier la cohérence avec la comptabilité et la fiscalité.



Kontakt | Contact :

BDO Austria GmbH

QBC 4 – Am Belvedere 4, 1100 Wien

Verena Winter, Director bei BDO Österreich

+43 05 70 375 1000

verena.winter@bdo.at

www.bdo.at

BDO FRANCE:

Energie zwischen Souveränität und Wandel L'énergie entre souveraineté et transition

Seit der Invasion der Ukraine durch Russland und der Verschärfung der Spannungen im Nahen Osten ist die Energiesouveränität zu einem zentralen Thema für die europäischen Länder geworden. Abhängigkeiten haben sich in strategische Verwundbarkeiten verwandelt, wie die Spannungen rund um die Straße von Hormus gezeigt haben. Gastkommentar von Top-Analystin Anne-Sophie Alsif. Depuis l'invasion de l'Ukraine par la Russie et l'intensification des tensions au Moyen-Orient, la souveraineté énergétique est devenue un sujet central pour les pays européens. Les dépendances se sont transformées en vulnérabilités stratégiques, comme l'ont rappelé les tensions autour du détroit d'Ormuz. Voici les analyses de l'experte Anne-Sophie Alsif

Im Mai 2025 legte die Europäische Kommission einen Fahrplan und einen Legislativvorschlag vor, um den Ausstieg aus russischen Gas- und Ölimporten zu organisieren. **Ziel ist es, die Sicherheit und Souveränität der europäischen Energieversorgung zu stärken, insbesondere durch den Ausbau CO₂-armer Energien.**

Frankreich, Deutschland, Österreich, Schweiz: vier CO₂-arme Strommodelle

Frankreich, Deutschland, Österreich und die Schweiz verfolgen sehr unterschiedliche Strategien im Hinblick auf Energiesouveränität und Energiewende. Über die Dekarbonisierung hinaus geht es auch darum, über Energie zu verfügen, die den nationalen Bedarf decken und die externen Abhängigkeiten tatsächlich verringern kann.

Der französische Strommix ist dank der Kernenergie, ergänzt durch erneuerbare Energien, bereits nahezu vollständig dekarbonisiert. **Im Jahr 2024 erreichte die CO₂-arme Erzeugung 95 % des in Frankreich produzierten Stroms.**

Im Jahr 2025 erreichte der Exportüberschuss mit 92,3 TWh dank des Austauschs mit den Nachbarländern, insbesondere Deutschland, Italien und der Schweiz, einen neuen Rekord. Dennoch ist Frankreich energiepolitisch nicht unabhängig. Zwar ist sein Strom sehr CO₂-arm, doch der Endenergieverbrauch bleibt weiterhin stark fossil geprägt: **2024 entfielen in Frankreich (metropolitan Frankreich) rund 56 % der verbrauchten Energie auf fossile Energieträger, gegenüber 27 % auf Strom.** Die zentrale Herausforderung für Frankreich besteht daher darin, seinen CO₂-armen Strom zu nutzen, um fossile Energien in den Anwendungen schrittweise zu ersetzen: Verkehr, Heizung und Industrie.

Deutschland verfolgt einen anderen Weg. Es hat seine letzten Kernkraftwerke im April 2023 endgültig abgeschaltet und setzt stattdessen auf einen massiven Ausbau der erneuerbaren Energien. Im Jahr 2025 machten diese rund 57 % der Nettostromerzeugung in Deutschland aus, vor allem dank Wind- und Solarenergie. Trotz dieser Anstrengungen macht Strom weiterhin

nur etwa 20 % des Endenergieverbrauchs aus, während fossile Energieträger nach wie vor den Mehrheitsanteil stellen. In einem stark industrialisierten Land erfordern Wind- und Solarenergie zudem mehr Flexibilität, Speicher, Netze und Interkonnektoren, was teilweise den Rückgriff auf Importe erklärt, wenn ausländischer Strom verfügbar und wettbewerbsfähig ist.

Österreich und die Schweiz stützen sich beide auf die Alpen, um eine weitgehend wasserbasierte Stromerzeugung zu entwickeln, doch ihre Energienutzung unterscheidet sich. Österreich zeichnet sich durch einen sehr erneuerbaren Strommix aus, der von Wasserkraft dominiert und durch Wind- und Solarenergie ergänzt wird; sein Endenergieverbrauch bleibt jedoch stark von Öl und Gas abhängig. Die Schweiz ergänzt ihre Wasserkraft durch einen Kernkraftwerkspark: Im Jahr 2024 machte dieser nahezu 28 % ihrer Stromerzeugung aus, gegenüber rund 60 % für die Wasserkraft. Der Energiebedarf des Landes wird jedoch weiterhin zu etwa 58 % durch fossile Energien gedeckt.

DER GERMAN DESK VON BDO FRANKREICH:

Eine maßgeschneiderte Begleitung für österreichische Investoren, die sich in Frankreich niederlassen oder ihre Aktivitäten ausbauen möchten!

In einem immer komplexeren Umfeld und angesichts der großen Herausforderungen, die eine nachhaltige Entwicklung Ihrer Aktivitäten in Frankreich mit sich bringt, gewährleistet der German Desk von BDO France, Hand in Hand mit BDO Austria, einen persönlichen Service von hoher Qualität dank seiner Expertenteams (Wirtschaftsprüfung, Buchhaltung, Steuern, Beratung, Gesellschaftsrecht, Sozialrecht und -management), die die lokalen und sektorspezifischen Besonderheiten beherrschen.





Anne-Sophie Alsif ist Chefökonomin von BDO, Doktorin der Wirtschaftswissenschaften EHESS und Professorin für Wirtschaftswissenschaften an der Sorbonne, Spezialistin für Wirtschaftsprognosen.

Anne-Sophie Alsif est cheffe économiste de BDO, docteure en sciences économiques EHESS et professeure d'économie à la Sorbonne, spécialiste des prévisions économiques.

CO₂-armer Strom reicht nicht aus, um fossile Abhängigkeiten zu beseitigen

Selbst wenn Strom weitgehend dekarbonisiert ist, bleiben die europäischen Volkswirtschaften den Importen von Öl und Gas ausgesetzt, die im Verkehr, in der Industrie und beim Heizen weiterhin stark präsent sind. Die jüngsten Krisen haben gezeigt, dass diese Abhängigkeiten reale makroökonomische Kosten verursachen: Inflation, steigende Energierechnungen, Wettbewerbsverluste und finanzieller Druck auf die Haushalte.

Europäische Energiesouveränität bedeutet nicht, dass jedes Land seine gesamte Energie allein erzeugt. Sie beruht zunehmend auf Interkonnektoren, Stromhandel, grenzüberschreitenden Netzen und der Komplementarität der nationalen Strommixe. Frankreich exportiert in großem Umfang, wenn seine Kernkraft- und erneuerbare Erzeugung reichlich vorhanden ist; Deutschland importiert, wenn ausländischer Strom günstiger oder in großen Mengen verfügbar ist; Österreich und die Schweiz verfügen dank der Wasserkraft über eine gewisse Flexibilität, können jedoch je nach Jahreszeit, Wasserständen oder Wetterbedingungen zu Importeuren werden.

Die Bemühungen der europäischen Länder, ihre Abhängigkeit von Öl und Gas zu begrenzen, führen zugleich zu neuen Abhängigkeiten von anderen Wertschöpfungsketten: Lithium, Kupfer, Nickel, Kobalt, Seltene Erden und Batterien. **Im Jahr 2024 stieg die weltweite Nachfrage nach Lithium um nahezu 30 %, während die Nachfrage nach Nickel, Kobalt, Graphit**

und Seltenen Erden um 6 bis 8 % zunahm. Diese Transformation schafft daher neue Abhängigkeiten gegenüber produzierenden, raffinierenden oder fertigenden Ländern.

Energiesouveränität wird auch zu einer Frage der industriellen Wettbewerbsfähigkeit

Die Kernenergie veranschaulicht diese Unterschiede. Frankreich macht sie zu einem strategischen Pfeiler, mit einer PPE3, die 380 TWh/Jahr im Jahr 2030 und 420 TWh/Jahr im Jahr 2035 anvisiert, während die Schweiz die Debatte nach dem 2017 beschlossenen schrittweisen Ausstieg wieder eröffnet hat. Deutschland hingegen hat seine letzten Kraftwerke im April 2023 abgeschaltet, und Österreich bleibt historisch antinuklear geprägt.

Die Wettbewerbsfrage zeigt sich auch in der Fähigkeit der Länder, Energie zu transportieren, Lastspitzen aufzufangen, Überschüsse zu speichern und Phasen zu bewältigen, in denen die erneuerbare Erzeugung zurückgeht. **Im Jahr 2025 schätzte die Internationale Energieagentur (IEA), dass die jährlichen Ausgaben der Europäischen Union für Stromnetze 70 Milliarden US-Dollar überschreiten müssten, also nahezu doppelt so viel wie vor zehn Jahren.** Deutschland muss die im Norden des Landes erzeugte Windenergie in die Industrieregionen im Süden transportieren, während Frankreich sein Netz stärken muss, um die Elektrifizierung von Verkehr, Heizung und Industrie zu begleiten. **In einem stark elektrifizierten System wird das Netz zu einer Infrastruktur der Souveränität: CO₂-armer Strom hat**

nur dann strategischen Wert, wenn er zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und zu tragfähigen Kosten transportiert werden kann.

Schließlich reicht CO₂-arme Energie für die europäische Industrie nicht aus: Sie muss zu tragfähigen Kosten erzeugt werden, um zu einem industriellen und wettbewerbslichen Vorteil zu werden. Deshalb hat die Europäische Kommission im Februar 2025 den Clean Industrial Deal auf den Weg gebracht, um auf die hohen Energiekosten und die mangelnde globale Wettbewerbsfähigkeit zu reagieren. Der CO₂-Grenzausgleichsmechanismus der Europäischen Union, der ab 2026 in sein endgültiges Regime übergeht, soll Wettbewerbsunterschiede zwischen europäischen Produzenten, die dem CO₂-Preis unterliegen, und stärker kohlenstoffintensiven ausländischen Produzenten begrenzen. **Für stromintensive Sektoren (Stahl, Chemie, Aluminium, Batterien) wird der Strompreis damit zu einem unmittelbaren Bestimmungsfaktor für Wettbewerbsfähigkeit und industrielle Standortwahl.**

Die europäische Energiesouveränität wird weniger auf nationaler Autarkie beruhen als auf der Komplementarität der Strommixe, der Robustheit der Netze und der Kontrolle über neue Wertschöpfungsketten. Dekarbonisierte Energie wird nur dann zu einem Wettbewerbsvorteil, wenn sie reichlich vorhanden, stabil und erschwinglich bleibt. 

Kontakt | Contact :

BDO France, Cora Denis

Partner – Assurance, German desk

✉ cora.denis@bdo.fr

BDO France, Delphine Chavinier

Partner – Head of Renewable Energy

✉ delphine.chavinier@bdo.fr

www.bdo.fr



Learn more



HERE, EVERY DAY, WE TAKE ACTION FOR THE CHALLENGES OF TOMORROW.



Mobility



Waste



Existing
Certifications



Biodiversity



Energy &
Climate



Health, Safety
& Comfort



Water



Sustainable
Retail



Communities &
Local Support

WESTFIELD DONAU ZENTRUM.

AS 24 :

Transport ohne Grenzen Le transport sans frontières



38 Jahren begleitet AS 24 Transportunternehmen in ganz Europa – mit einem europaweiten Tankstellennetz, digitalen Services und Lösungen, die den komplexen Alltag der Logistik einfacher und effizienter machen. Von Wien aus steuert der Hub für Österreich, Ungarn und Südosteuropa heute sechs Märkte und setzt dabei auf eine besondere Verbindung von internationaler Skalierung und persönlicher Kundennähe.

Als Tochtergesellschaft von TotalEnergies ist AS 24 auf die spezifischen Bedürfnisse des Straßentransports spezialisiert. Mehr als 2.000 LKW-freundliche Tankstellen in 29 Ländern bilden das Rückgrat des Angebots. Die vollautomatisierten Stationen sind rund um die Uhr geöffnet und befinden sich vielfach an strategisch wichtigen Standorten – etwa in unmittelbarer Nähe von Autobahnausfahrten oder Landesgrenzen. Ergänzt wird das Tankstellennetz durch automatisierte Mautlösungen, Mehrwertsteuer-rückerstattung, digitale Services und ein wachsendes Multi-Energie-Angebot.

Ein Hub, sechs Märkte

Seit 2022 werden die Aktivitäten von AS 24 in Österreich, Ungarn und Südosteuropa von Wien aus gebündelt. Der unter der Leitung von Georg Okuka stehende Hub umfasst Öster-

reich, Ungarn, Slowenien, Kroatien, Serbien und Griechenland und beschäftigt 45 Mitarbeitende – rund zehn Prozent der gesamten europäischen AS 24 Belegschaft. Die regionale Struktur schafft Raum für Synergien, Wissenstransfer und gemeinsame Projekte und verbindet diese zugleich mit einer ausgeprägten Nähe zu den jeweiligen Märkten. Kundinnen und Kunden profitieren von persönlicher Betreuung in allen sechs Landessprachen. Der Hub zählt damit zu den dynamischsten und profitabelsten Einheiten innerhalb von AS 24.

Maut ohne Grenzen & Technologie, die den Menschen dient

Besonders anschaulich zeigt sich diese Entwicklung am Beispiel von PASSango, der europäischen Mautlösung von AS 24. Mit nur einer On-Board Unit können Transportunternehmen die abgedeckten Mautnetze verschiedener Länder nutzen und ihre Gebühren gebündelt über eine einzige Rechnung abrechnen. Das reduziert nicht nur den administrativen Aufwand, sondern macht auch Grenzübertritte einfacher: Stopps an Grenzen entfallen ebenso wie die Notwendigkeit, für jedes Land eine eigene Mautlösung zu erwerben. PASSango ist mittlerweile in 15 Ländern verfügbar. Seit Kurzem ist AS 24 zudem als erster akkreditierter Anbieter auch in den Niederlanden aktiv.

Bei AS 24 entstehen Produkte und Services nicht allein durch Technologie, sondern vor

allem durch enge persönliche Kundenbeziehungen und das Ziel, den komplexen Alltag des Straßentransports zu vereinfachen. Denn im internationalen Straßentransport zählen vor allem Lösungen, die zuverlässig funktionieren, Prozesse vereinfachen und dort unterstützen, wo Zeit und Effizienz entscheidend sind. Für Transportunternehmen bedeutet das: weniger Komplexität, mehr Transparenz und ein zentraler Partner für die täglichen Anforderungen auf Europas Straßen.

„Interessieren Sie sich als Straßentransportunternehmen für eine Tankkarte oder Mautlösung? Dann kontaktieren Sie bitte das AS 24 Customer Service Team unter der Telefonnummer +43 1 615 077 711 oder per E-Mail customers.service-at@as24.com.“

Kontakt | Contact :

AS 24 Tankservice GmbH
Vorgartenstraße 206C,
1020 Wien
Georg Okuka,
Managing Director AHSEE
✉ gokuka@as24.com
www.as24.com/de



Georg Okuka,
Managing Director AHSEE

JP MOUEIX :

Entre héritage et avenir Zwischen Tradition und Zukunft



Édouard Moueix, JP Moueix

Depuis près de 90 ans, la Maison JP Moueix fait vivre une histoire familiale intimement liée aux grands terroirs de Bordeaux. De Pomerol à Saint-Émilion, trois générations se sont succédé avec une même exigence : préserver l'identité des terroirs tout en faisant évoluer la maison avec son époque. Entre transmission, adaptation au changement climatique, vision à long terme et ouverture internationale, Édouard Moueix revient sur les valeurs qui façonnent aujourd'hui JP Moueix et sur sa vision de l'avenir des grands vins bordelais dans une interview exclusive pour la CCFA.

C **CCFA: Quelle histoire se cache derrière la Maison JP Moueix, devenue une référence internationale dans l'univers des grands vins ?**

É. M. : Les Ets. Jean-Pierre Moueix ont été fondés en 1937 à Libourne par mon grand-père, Jean-Pierre Moueix. À une époque où les vins du Libournais étaient encore relativement peu reconnus, il avait très tôt perçu le potentiel extraordinaire des terroirs de Pomerol et de Saint-Émilion, et notamment celui du Merlot. Il a progressivement développé deux activités qui restent aujourd'hui indissociables de notre identité : le négoce et la production. Au fil des décennies, la famille est ainsi devenue propriétaire de plusieurs vignobles parmi les plus réputés de Pomerol et de Saint-Émilion, tout en développant la distribution de grands vins de Bordeaux à travers le monde. Mon père Christian a rejoint la Maison en 1970 et a poursuivi cette histoire avec une attention toute particulière portée à la vigne et à l'expression du terroir. J'ai rejoint à mon tour l'entreprise en 2003. Trois générations se sont ainsi succédé, chacune faisant évoluer la maison avec son époque, mais avec une conviction qui n'a jamais changé : la qualité doit toujours primer.

CCFA: La famille Moueix est intimement liée depuis plusieurs générations aux grands terroirs de Bordeaux, notamment à Pomerol et Saint-Émilion. Quelle place occupent cet héritage familial et cette transmission dans votre manière d'envisager votre métier aujourd'hui ?

É. M. : J'ai eu la chance de voir mon grand-père et mon père travailler, élaborer et apprécier de très nombreux vins. Cette éducation du goût a commencé très jeune, puis les voyages et la découverte d'autres régions ont naturellement élargi ma perception. Mais c'est réellement lorsque l'on travaille dans la vigne et dans le chai que l'on mesure toute l'humilité qu'exige ce métier : chaque millésime remet une partie de nos certitudes en question. La transmission est donc essentielle, mais je ne crois pas qu'elle signifie reproduire. Notre responsabilité est de respecter ce que nous avons reçu tout en continuant à le faire évoluer.

CCFA: Les grands vins de JP Moueix sont reconnus dans le monde entier pour leur

élégance, leur précision et leur capacité à exprimer pleinement leur terroir. Selon vous, qu'est-ce qui fait la singularité et l'identité de ces vignobles d'exception ?

É. M. : Tout commence par la vigne. On peut être extrêmement précis dans la vinification, disposer des meilleurs équipements et travailler avec beaucoup d'exigence, mais on ne crée pas un grand terroir. À Pomerol, la diversité des sols et sous-sols sur un territoire extrêmement restreint donne des expressions très différentes du Merlot. À Saint-Émilion, et particulièrement sur le plateau calcaire, nous recherchons cette combinaison d'élégance, de complexité, de suavité et de tension qui constitue une signature très particulière. Notre travail consiste moins à imposer un style qu'à permettre à chaque lieu de s'exprimer aussi précisément que possible dans un millésime donné.

CCFA: Dans un monde en pleine évolution, le secteur viticole doit relever de nombreux défis. Comment une Maison historique comme JP Moueix trouve-t-elle l'équilibre entre respect de la tradition et adaptation aux enjeux du futur ?

É. M. : Le vin nous apprend précisément à nous adapter. Nous ne connaissons jamais à l'avance le millésime que la nature va nous donner. Le changement climatique accentue naturellement cette nécessité. Il nous oblige à être encore plus attentifs au fonctionnement des sols, à la viticulture, aux dates de vendange et à tous les choix qui permettent de conserver l'équilibre et la fraîcheur du fruit. Mais l'innovation n'a de sens que lorsqu'elle sert le vin. Nous ne cherchons pas la modernité pour elle-même. C'est peut-être ainsi que je définirais notre approche : une évolution constante dans le respect des traditions. Il faut savoir utiliser les connaissances et les outils de notre époque tout en restant extrêmement clair sur ce que l'on souhaite préserver. Et ce que nous souhaitons préserver avant tout, c'est l'identité du terroir.

CCFA: La notion de temps est au cœur du vin : le temps de la vigne, de l'élevage, de la transmission. En quoi cette vision à long terme influence-t-elle les décisions et les investissements de JP Moueix ?

É. M. : Notre métier nous oblige à penser à

long terme. Lorsque l'on plante une vigne, que l'on travaille un sol, que l'on restaure un vignoble ou que l'on construit un chai, les conséquences de ces décisions dépassent très largement un exercice économique ou même une décennie. Bélair-Monange en est probablement une bonne illustration. Lorsque nous avons réuni Bélair et Magdelaine, certains ont été surpris par cette décision. Pour nous, elle correspondait à une lecture du terroir et à une vision de ce que cette propriété pouvait devenir sur plusieurs générations. Le nouveau chai poursuit cette même logique : donner à un terroir exceptionnel les moyens de s'exprimer avec toujours davantage de précision. Dans une entreprise familiale, nous avons la chance de pouvoir nous poser une question assez simple : est-ce que la décision que nous prenons aujourd'hui sera encore juste dans vingt, trente ou cinquante ans ?

CCFA: Au-delà du produit, les grands vins incarnent également une culture, un art de vivre et un patrimoine. Quelle place occupent selon vous la gastronomie, le partage et les relations humaines dans l'univers de JP Moueix ?

É. M. : Une place essentielle, car le vin n'existe véritablement que lorsqu'il est partagé. Nous pouvons consacrer des années à une vigne

et à un vin, mais sa finalité reste ce moment très simple où une bouteille est ouverte autour d'une table. Notre métier repose aussi sur des relations humaines et une confiance qui, comme la vigne, se construisent dans le temps.

CCFA: La France et l'Autriche partagent une longue histoire d'échanges culturels et une véritable passion pour les produits d'exception. Quel regard portez-vous sur le marché autrichien et sur les liens entre ces deux pays dans l'univers du vin et de la gastronomie ?

É. M. : Nos deux pays ont une véritable culture de la vigne avec la même volonté de mettre en valeur le terroir et la personnalité de chaque vin. Dans la même lignée, le marché autrichien a cette approche assez exigeante et authentique du vin, avec une vraie curiosité pour les autres régions viticoles. Ce qui nous rapproche, c'est une même conviction : le vin est bien plus qu'une boisson. C'est cette dimension culturelle et humaine qui, à mes yeux, rend les échanges entre la France et l'Autriche particulièrement intéressants.

CCFA: Quelle vision souhaitez-vous transmettre aux générations futures de JP Moueix ?

É. M. : Je souhaiterais avant tout transmettre une exigence et une liberté. L'exigence de ne

jamais considérer la réputation acquise comme suffisante. Dans notre métier, chaque vendange nous remet en quelque sorte à zéro : nous n'avons qu'une seule chance chaque année et une multitude de décisions détermineront le vin qui en naîtra. Et la liberté de continuer à faire évoluer la maison. Mon grand-père a été audacieux lorsqu'il a cru au potentiel de Pomerol. Mon père l'a été dans sa manière de repenser la viticulture et lorsqu'il est parti en Californie. Le développement important de l'activité de négoce, le regroupement de ces grands terroirs de Saint-Émilion sous l'étiquette Bélair-Monange mais aussi à Pomerol avec la redéfinition de La Fleur-Pétrus, ne sont pas des décisions nécessairement comprises aujourd'hui, mais qui créent une nouvelle base de travail pour la génération à venir. En revanche, le respect des terroirs, le goût du travail bien fait, la curiosité, l'humilité et cette volonté de toujours progresser, restent l'essentiel des valeurs à transmettre. 🇫🇷 🇦🇹

Kontakt | Contact :

JP Moueix

Bertil Corgié,

Responsable Export Europe, basé à Vienne

☎ **+33 7 72 00 10 07**

www.moueix.com

www.belairmonange.com

Übersetzung | traduction : www.ccfa.at

Le nouveau chai de Bélair-Monange, signé par les architectes Herzog & de Meuron.

LES PROPRIÉTÉS JEAN-PIERRE MOUEIX

Pomerol

Château Trotanoy

Château La Fleur-Pétrus

Château Hosanna

Château Latour-à-Pomerol

Château La Grave

Château Lafleur-Gazin

Château Lagrange

Saint-Émilion

Château Bélair-Monange

Napa Valley

Dominus Estate

Ulysses

AIRPORTCITY AM FLUGHAFEN WIEN :

Wo Unternehmen durchstarten Où les entreprises prennent leur envol



© Flughafen Wien AG

Arbeiten, wachsen und sichtbar werden – an einem der dynamischsten Business-Hubs Österreichs. Die AirportCity am Flughafen Wien verbindet internationale Erreichbarkeit mit modernster Infrastruktur. Mehr als 250 Unternehmen profitieren, bereits von diesem einzigartigen Standort – mit modernen Büro- und Eventflächen, zahlreichen Services und einer der stärksten Werbeplattformen Österreichs setzt die AirportCity ihren erfolgreichen Wachstumskurs konsequent fort.

Travailler, grandir et gagner en visibilité – dans l'un des pôles d'affaires les plus dynamiques d'Autriche. L'AirportCity de l'aéroport de Vienne associe accessibilité internationale et infrastructure de pointe. Plus de 250 entreprises profitent déjà de cet emplacement unique – avec des espaces de bureaux et d'événements modernes, de nombreux services et de l'une des plateformes publicitaires les plus puissantes d'Autriche, l'AirportCity poursuit avec détermination sa dynamique de croissance.

Die AirportCity ist weit mehr als ein Bürostandort – sie ist ein lebendiges Wirtschaftsökosystem mit direkter Anbindung an die Welt. Mehr als 23.500 Menschen arbeiten in mehr als 250 Unternehmen am Flughafenstandort. Internationale Konzerne, innovative Technologie Start-ups, Logistikdienstleister und viele weitere Unternehmen profitieren von einer Infrastruktur, die kurze Wege mit globaler Vernetzung verbindet. Neben modernen Büroflächen bietet die AirportCity ein umfassendes Serviceangebot: Drei Hotels, Konferenz- und Veranstaltungsräume, ein breites Gastronomie-Angebot, Supermarkt, Ärztezentrum, Kindergarten, Fit-

nessstudio sowie direkte Bahn-, Straßen- und Flugverbindungen schaffen optimale Bedingungen für Unternehmen und ihre Mitarbeitenden. Alles ist in wenigen Gehminuten erreichbar – ein entscheidender Vorteil für effizientes Arbeiten und erfolgreiche Geschäftsbeziehungen.

Ein besonderer Zukunftsschwerpunkt ist der VIE Space Hub. Hier ist eines der innovativsten Raumfahrt-Ökosysteme Österreichs gebündelt. Internationale Unternehmen, Start-ups und Forschungseinrichtungen entwickeln Technologien für die Raumfahrt von morgen – von Satellitenplattformen über Antriebssysteme bis hin zu Anwendungen für die kommerzielle



© Flughafen Wien AG

Dr. Günther Oner,
CFO Flughafen Wien AG



© Flughafen Wien AG

Mag. Wolfgang Scheibenflug,
Senior Vice President
Real Estate and Landside
Management, Flughafen
Wien AG

Nutzung des Weltraums. Die enge Vernetzung von Wissenschaft, Industrie und internationalen Partnern macht die AirportCity zu einem attraktiven Standort für Hightech-Unternehmen mit globalem Anspruch.

Mehr Raum für Wachstum

Mit dem Office Park 4 zählt die AirportCity bereits heute zu den nachhaltigsten Bürostandorten Österreichs. Aufgrund der hohen Nachfrage wird das Angebot konsequent erweitert: Bis Anfang 2028 entsteht mit dem Office Park 4 NEXT ein weiterer moderner Bürokomplex mit rund 17.000 Quadratmetern zusätzlicher Büro-, Konferenz- und Dienstleistungs-

flächen. Das Gebäude wird höchste ökologische Standards erfüllen und schafft flexible Arbeitswelten für Unternehmen jeder Größe. „Die AirportCity entwickelt sich mit hoher Dynamik zu einem der attraktivsten Wirtschaftsstandorten Österreichs. Mit neuen Bürogebäuden, innovativen Unternehmensansiedlungen und nachhaltigen Infrastrukturprojekten schaffen wir optimale Rahmenbedingungen für Unternehmen, die international denken und langfristig wachsen möchten. Der Flughafen Wien ist dabei weit mehr als ein Verkehrsknotenpunkt – er ist ein Motor für Wirtschaft, Innovation und Beschäftigung“, sagt Dr. Günther Ofner, Vorstand der Flughafen Wien AG.

„Unternehmen suchen heute mehr als nur Büroflächen – sie suchen ein Umfeld, das Wachstum ermöglicht. Genau das bietet die AirportCity: moderne Infrastruktur, internationale Erreichbarkeit, nachhaltige Gebäude und ein starkes Netzwerk innovativer Unternehmen. Mit den laufenden Erweiterungen schaffen wir zusätzliche Kapazitäten für die nächste

CityLights in der AirportCity – die einzigartigen Werbeflächen des Flughafen Wien schaffen maximale Sichtbarkeit bei vielfältigen Zielgruppen und sorgen für starke Markenpräsenz. Mit jährlich 32,6 Millionen Passagieren, zahlreichen Abholern und Begleitpersonen sowie rund 23.500 Beschäftigten erreicht Ihre Botschaft täglich eine außergewöhnlich breite und vielseitige Zielgruppe.

Mit der Süderweiterung des Terminal 3, die 2027 eröffnet wird, wächst auch das Angebot an Premium-Werbeflächen weiter. Neue hochfrequentierte Bereiche schaffen zusätzliche Möglichkeiten für innovative Markeninszenierungen und eröffnen Unternehmen noch mehr Präsenz an einem der internationalsten Standorte Österreichs.

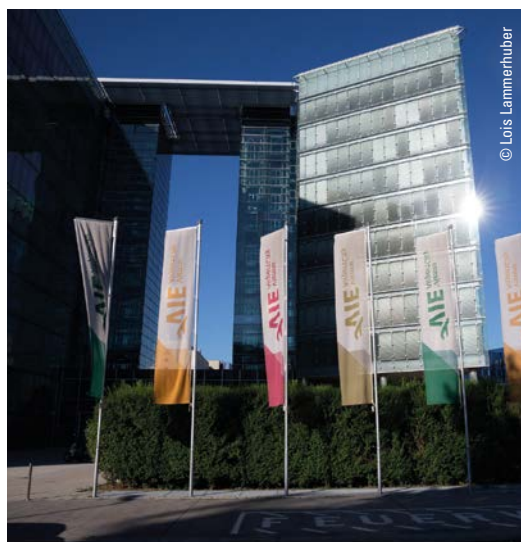
Die AirportCity entwickelt sich kontinuierlich weiter – als Wirtschaftsstandort, Innovationsplattform und internationale Bühne für Unternehmen. Wer heute einen Standort mit globaler Anbindung, nachhaltiger Infrastruktur und außergewöhnlicher Sichtbarkeit sucht, findet

Grâce à son excellente accessibilité internationale, ses infrastructures modernes et une offre complète de services – hôtels, espaces événementiels, restauration, centre médical, crèche ou fitness – elle offre un environnement idéal pour travailler, se développer et créer de nouvelles connexions.

Avec le VIE Space Hub, l’AirportCity s’impose également comme un pôle d’innovation dans le secteur spatial, réunissant entreprises internationales, start-ups et acteurs de la recherche autour des technologies de demain.

La croissance du site se poursuit avec l’Office Park 4 NEXT, qui ajoutera d’ici 2028 quelque 17 000 m² de bureaux, espaces de conférence et services. En parallèle, l’AirportCity propose aux marques une visibilité exceptionnelle grâce à ses nombreux supports publicitaires premium, qui bénéficient de l’affluence de 32,6 millions de passagers par an, ainsi que de milliers de collaborateurs et visiteurs.

Pour plus d’informations : www.airportcity.at



Generation erfolgreicher Unternehmen“, sagt Mag. Wolfgang Scheibenpflug, MRICS, Geschäftsbereichsleiter Immobilien- und Standortmanagement der Flughafen Wien AG.

Premium-Werbeflächen mit Millionenreichweite

Ob die ikonische SkyBridge in der Einfahrtsstraße, Mega-Flächen auf Parkhäusern, digitale LED Walls oder aufmerksamkeitsstarke

am Flughafen Wien beste Voraussetzungen für Erfolg.

Mehr Informationen: www.airportcity.at

Résumé :

L' AirportCity de l'aéroport de Vienne est bien plus qu'un simple site de bureaux : c'est un écosystème économique dynamique qui réunit plus de 23 500 collaborateurs et plus de 250 entreprises.

Kontakt | Contact :

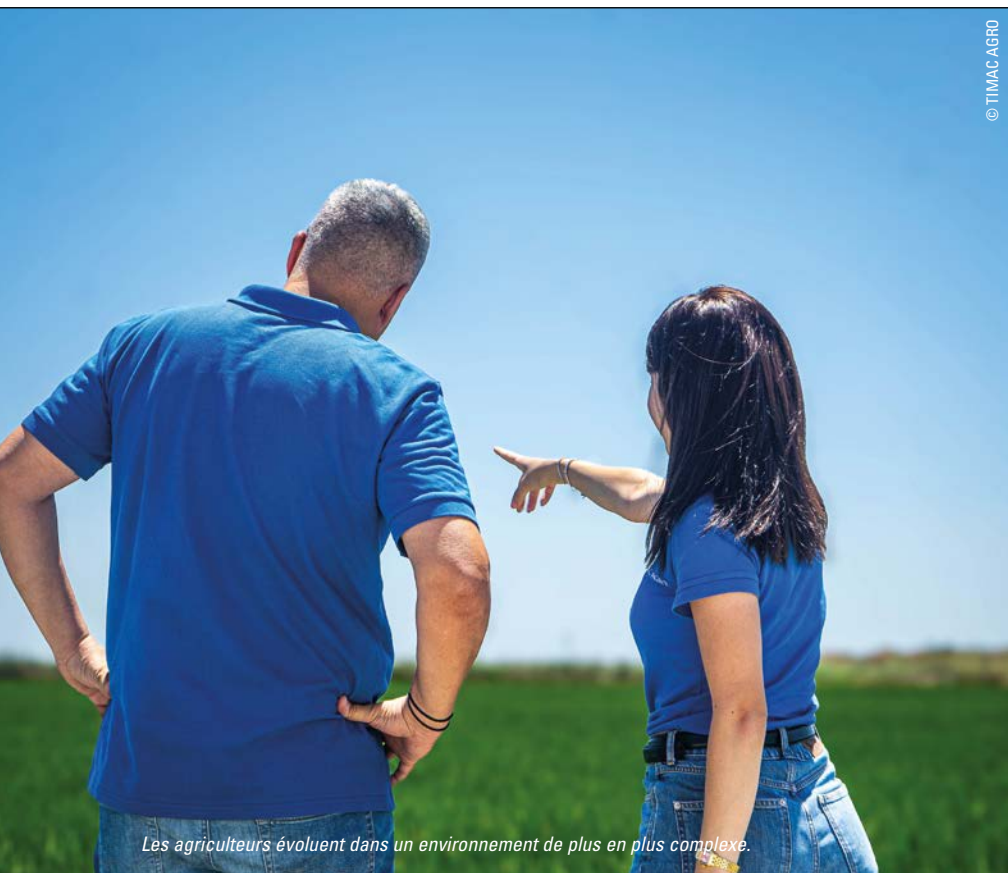
Mag. Wolfgang Scheibenpflug
Flughafen Wien AG

Postfach 1,
1300 Wien-Flughafen, Austria

✉ w.scheibenpflug@viennaairport.com
www.viennaairport.com

TIMAC AGRO :

Cultiver l'avenir, ensemble Gemeinsam die Zukunft kultivieren



© TIMAC AGRO

Les agriculteurs évoluent dans un environnement de plus en plus complexe.

À la tête de la Zone Alpine & Europe Centrale de TIMAC AGRO, Yann Malaquin accompagne le développement d'une région réunissant six marchés aux réalités agricoles et culturelles diverses, avec l'intégration en cours de la Slovénie. Dans un secteur confronté au changement climatique, à la volatilité des marchés et à de nouvelles exigences en matière de durabilité, il défend une conviction claire : performance économique et agriculture durable sont indissociables. De l'innovation au leadership, il revient sur les priorités qui guideront TIMAC AGRO vers 2030.

C

CFA : Pour commencer, revenons un instant sur votre parcours. Qu'est-ce qui vous a conduit vers le secteur agricole et qu'est-ce qui vous passionne encore aujourd'hui dans cette mission ?

Yann Malaquin : Mon parcours s'est construit dans l'industrie, notamment chez Michelin, où j'ai occupé différentes fonctions

commerciales, marketing et de direction à travers l'Europe. J'avais déjà eu l'occasion d'être au contact du monde agricole grâce aux activités du groupe dans le domaine des pneumatiques. En rejoignant TIMAC AGRO en Autriche en 2019, j'ai découvert ce secteur sous un angle beaucoup plus large, au cœur des enjeux de production, de performance et de durabilité des exploitations. Ce qui me passionne aujourd'hui, c'est son caractère très concret : les décisions que nous prenons ont un impact direct sur le terrain et sur la capacité des agriculteurs à produire mieux et plus durablement.

CCFA : Pour les lecteurs qui découvrent TIMAC AGRO, comment présenteriez-vous l'entreprise ? Quelle est sa mission et qu'est-ce qui la distingue dans le domaine de la nutrition végétale et animale ?

Y. M. : Je dirais que TIMAC AGRO est avant tout une entreprise de proximité. Nous développons des solutions de nutrition des sols, des plantes et des animaux, mais notre valeur ajoutée ne se limite pas aux produits. Elle repo-

se surtout sur la présence de nos équipes sur le terrain, au contact direct des agriculteurs, afin de comprendre leurs contraintes et de leur proposer des réponses adaptées. En Autriche, cette proximité s'appuie également sur notre site de production près de Tulln, qui nous permet d'allier ancrage local, savoir-faire industriel et réactivité. Le tout bénéficie de la force de recherche, d'innovation et d'investissement du Groupe Roullier. C'est cette combinaison entre expertise scientifique, capacité industrielle et accompagnement quotidien qui fait notre différence.

CCFA : Le monde agricole traverse aujourd'hui de profondes transformations. Quels sont, selon vous, les grands enjeux auxquels les agriculteurs sont confrontés et comment TIMAC AGRO les accompagne-t-elle au quotidien ?

Y. M. : Les agriculteurs évoluent dans un environnement de plus en plus complexe. Ils doivent composer avec le changement cli-



© TIMAC AGRO

matique, la volatilité des marchés, l'évolution des réglementations et des attentes sociétales toujours plus fortes. Dans ce contexte, leur défi est de continuer à produire de manière performante tout en préservant les ressources et en assurant la rentabilité de leur exploitation. On oppose parfois performance économique et durabilité, alors que les deux sont indissociables. Une agriculture durable doit aussi être une agriculture viable économiquement. Notre rôle est d'accompagner les agriculteurs avec des solutions qui répondent concrètement à ces enjeux, en leur apportant de la valeur sur le terrain.

CCFA : Vous dirigez aujourd'hui la Zone Alpine & Europe Centrale, qui réunit des marchés aux réalités très différentes. Comment concilier une vision commune avec les spécificités de chaque pays ?

Y. M. : Le point de départ est d'accepter que tout ne peut pas être standardisé. Les réalités agricoles, les attentes des clients, les circuits de distribution ou encore les cadres réglementaires diffèrent fortement d'un pays à l'autre. En revanche, la direction stratégique, le niveau

marché. L'enjeu est de trouver le bon équilibre : suffisamment de cohérence pour avancer comme une région, mais pas au point de perdre l'agilité et la proximité qui font notre force.

CCFA : Vous dirigez aujourd'hui des équipes réparties dans six pays, avec l'intégration en cours de la Slovénie. Dans des environnements marqués par des cultures et des façons de travailler différentes, qu'est-ce que cette expérience vous a appris sur le leadership ?

Y. M. : L'innovation est essentielle, mais elle n'a de valeur que si elle répond à un besoin concret sur le terrain. Notre objectif est d'aider les agriculteurs à mieux valoriser les ressources disponibles, à améliorer l'efficacité de la fertilisation et à renforcer la résistance des plantes face aux différents stress. Cela passe par la recherche, les biostimulants, la nutrition végétale et animale, mais aussi par de nouveaux outils de conseil et d'accompagnement. Une innovation utile doit être performante, simple à mettre en œuvre et économiquement pertinente pour l'exploitation. C'est ce lien constant entre recherche et réalité du terrain qui guide notre démarche.

CCFA : Pour conclure, si vous deviez résumer votre ambition pour TIMAC AGRO en une vision à l'horizon 2030, quelle serait-elle ?

Y. M. : Notre priorité est de poursuivre une croissance rentable et durable, tout en renforçant la coopération entre les pays et en accélérant le déploiement de nos innovations. Nous voulons également continuer à développer nos équipes et leur offrir davantage de perspectives au sein de la région. Au-delà des résultats économiques, notre réussite doit se mesurer à la valeur que nous apportons aux agriculteurs : améliorer la performance de leurs exploitations, préserver les ressources et les aider à faire face à un environnement toujours plus complexe. À l'horizon 2030, mon ambition est que notre région soit reconnue à la fois pour sa performance, sa proximité avec le terrain et sa capacité à faire grandir ses collaborateurs.



Kontakt | Contact :

TIMAC AGRO
Düngemittelproduktions-
und HandelsgmbH
Leopold-Ungar-Platz 2
Top 233, 1190 Wien
Produktionsstätte:
Industriegelände

Pischelsdorf, A-3435 Zwentendorf

Yohann Malaquin, Managing Director
Alpine & Central Europe

Tel.: +43 (0) 664 882 67 223

✉ yohann.malaquin@at.timacagro.com

www.timacagro.at



Yohann Malaquin



© TIMAC AGRO



© TIMAC AGRO

Y. M. : Elle m'a surtout appris qu'un dirigeant ne peut pas tout décider seul, ni de la même manière partout. Elle m'a aussi appris que la réussite d'une organisation repose avant tout sur les femmes et les hommes qui la composent. Les différences culturelles existent, bien sûr, mais elles deviennent une richesse dès lors que chacun partage une même ambition et des valeurs communes. Mon rôle est donc de donner une direction claire, de créer un climat de confiance et de laisser aux équipes l'autonomie nécessaire pour prendre les bonnes décisions au plus près du terrain. C'est ainsi que l'on développe l'engagement, la responsabilité et l'initiative. Je préfère une équipe qui prend des initiatives et assume ses décisions à une équipe qui attend systématiquement une validation.

CCFA : Dans ce contexte de transformation du monde agricole, quelle place l'innovation occupe-t-elle chez TIMAC AGRO ?

d'exigence et certains modes de fonctionnement doivent être communs. Nous harmonisons donc ce qui améliore réellement notre efficacité — les outils, certains processus, le pilotage de la performance ou le développement des compétences — tout en laissant aux équipes locales la responsabilité des choix commerciaux et opérationnels adaptés à leur

MYHIVE AM WIENERBERG :

Büroflächen mit Hotel-Feeling

Quand le bureau prend des airs d'hôtel



Diana Weber-Owsian,
Head of Office Austria, und
Pamela Vario,
Senior Marketing Manager,
Austria & Slovenia

Wie sieht das Büro der Zukunft aus? Am Wienerberg verbindet myhive flexible Arbeitsflächen mit Hotel-Feeling, umfassendem Service und einer aktiven Community. Im Gespräch erläutern Pamela Vario und Diana Weber-Owsian, wie moderne Arbeitswelten Unternehmen heute mehr Flexibilität, Lebensqualität und Raum für Austausch bieten – und warum gerade für Start-ups und Scale-ups ein Umfeld entscheidend ist, das mit ihrem Wachstum Schritt hält.

C **CFA: myhive hat sich als Marke für moderne Arbeitswelten etabliert. Wofür steht myhive heute – und welche Idee steckt hinter dem Konzept?**

Pamela Vario: myhive steht für flexible Büroflächen mit Hotel-Feeling – einen Ort, an dem man gerne ist. Der Kern des „hive“-Gedankens ist, dass unterschiedliche Unternehmen und Menschen unter einem Dach aufeinander treffen und durch bewussten Austausch echter Mehrwert entsteht – Netzwerken passiert ganz nebenbei. myhive versteht sich als lebendiges System, wie ein Bienenstock, in dem jeder seinen Platz findet und zum großen Ganzen beiträgt. Unterschiedliche Unternehmen – vom Start-up bis zum Konzern – arbeiten neben- und profitieren voneinander. Das Konzept baut auf vier Markenbausteinen (Hospitality, Flexibility, Community und Mobility) auf. Der einladende Welcome Desk ist die erste Anlaufstelle für alle Mieterwünsche. Die umfassende Infrastruktur bietet eine inspirierende und produktive Arbeitsumgebung mit Lounge Area,

Fitnessraum, Cafés, Restaurants, Pop-up Store, Napping Rooms und Meetingräumen. Community Manager sorgen für eine aktive Gemeinschaft und fördern den Austausch zwischen den Mietern. Regelmäßige Events laden zum Interagieren und Networken ein. Und myhive ist flexibel in der Ausstattung der Fläche und der Mietdauer.

Diana Weber-Owsian: myhive verbindet die Flexibilität moderner Arbeitskonzepte mit der Qualität und Stabilität eines etablierten Bürostandorts. Die Anforderungen unserer Mieter verändern sich heute deutlich schneller als früher und damit verändert sich auch ihr Bedarf. Genau hier setzt myhive an: Unsere Mieter können ihre Flächen innerhalb des Standorts an neue Anforderungen anpassen oder in eine andere Bürogröße wechseln – ohne den Standort und die Leistungen der Marke missen zu müssen. Flexibilität ist heute eine Grundvoraussetzung moderner Arbeitswelten – Service und Community sind für myhive jedoch mindestens genauso wichtig. Allein am Standort Wienerberg sind rund 130 Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen Teil der myhive Community. Unser Community Management schafft gezielt Plattformen für Austausch und Vernetzung, sowohl auf fachlicher als auch auf persönlicher Ebene. Dazu gehören z.B. Expert Breakfasts ebenso wie Vorträge, Workshops und Networking Events. Darüber hinaus bietet myhive viele Services und Aktivitäten wie Sportkurse, Workshops sowie Aktionen und Mitarbeiter-Benefits für unsere Mieter. Unternehmen müssen diese Angebote nicht

selbst organisieren und administrieren, myhive schafft dafür die Plattform und macht sie für die gesamte Community zugänglich.

CCFA: Viele Unternehmen denken bei attraktiven Bürostandorten zunächst an die Innenstadt. Warum lohnt sich aus Ihrer Sicht gerade der Blick auf den Wienerberg? Welche Chancen bietet der Standort?

D.W.O.: Der Wienerberg zeigt deutlich, dass die Qualität eines Bürostandorts heute weit über die Adresse hinausgeht. Bei myhive geht es darum, Arbeit, Service, Freizeit und Alltag möglichst intelligent miteinander zu verbinden. Am Wienerberg finden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Vieles, was sie im täglichen Leben benötigen, direkt vor Ort: Lebensmittel und Drogerie, Gastronomie, Fitness, Friseur und Nagelstudio, Post- und Bankservices, Reinigung, Blumenservice bis hin zu Kino und weiteren Freizeitangeboten. Das bedeutet konkret: Man kommt morgens ins Büro und kann viele private Erledigungen bereits am Standort abdecken, bevor man am Abend nach Hause fährt. Damit entsteht ein Arbeitsstandort mit hoher Alltagsqualität.

CCFA: Wie profitieren Unternehmen konkret von der Lage am Wienerberg?

D.W.O.: Der Wienerberg bietet eine sehr gute Kombination aus Erreichbarkeit, Mobilitätsangeboten und Lebensqualität. myhive verfolgt ein ganzheitliches Mobilitätskonzept, das unterschiedliche Bedürfnisse berücksichtigt. Dazu gehören z.B. Fahrradabstellräume mit Umkleidemöglichkeiten, Bike- und Car-Sharing, eine gute öffentliche Anbindung mit kurzen Busverbindungen zum Bahnhof Meidling sowie der myhive Shuttle direkt in die Wiener Innenstadt bis zur Oper. Ergänzt wird das Angebot durch zahlreiche Garagenplätze und E-Ladestationen. Gleichzeitig bietet das direkte Umfeld einen wichtigen Ausgleich zum Büroalltag. Das Naherholungsgebiet Wienerberg ermöglicht Lauf- und Spazierstrecken sowie Rückzugsorte für eine kurze Auszeit während des Arbeitstages. Auch der Golfplatz liegt in unmittelbarer Nähe. Diese Kombination aus professioneller Arbeitsumgebung, guter Infrastruktur und unmittelbarer Naherholung ist ein wesentliches Asset der Lage am Wienerberg.



Das Büro als Ort für Zusammenarbeit, Austausch, Kreativität, Innovation und Unternehmenskultur.



CCFA: Gibt es Beispiele dafür, wie sich durch die Community Kooperationen, neue Geschäftsmöglichkeiten oder Innovationen entwickelt haben?

D.W.O.: Ja, und genau diese konkreten Verbindungen zeigen, welchen Mehrwert eine aktive Community schaffen kann. Bei **myhive** entstehen aus dem täglichen Miteinander immer wieder geschäftliche Beziehungen, die über das klassische Mietverhältnis hinausgehen. Ein Beispiel ist ein Mieter aus der **myhive** Community der Business Coachings anbietet. Sein Vortrag stieß bei einem Expert Breakfast auf großes Interesse. Daraus haben sich konkrete Kontakte zu mehreren Unternehmen am Standort entwickelt, die die angebotenen Leistungen anschließend auch genutzt haben. Andere Beispiele sind ein bekannter Getränkehersteller, selbst **myhive**

Mieter, der gleichzeitig andere Unternehmen am Standort versorgt oder die ansässige Anwaltskanzlei, die inzwischen für mehrere Unternehmen am Standort arbeitet. Besonders spannend ist diese Entwicklung auch im **myhive** Cowork-Bereich: Start-ups kommen dort mit Unternehmen unterschiedlichster Größe und Branchen in Kontakt – so kann Vieles entstehen. Das Entscheidende ist: Diese Verbindungen lassen sich nicht erzwingen. Aber man kann ein Umfeld schaffen, in dem sie entstehen können. Genau das ist die Aufgabe vom **myhive** Community Management.

CCFA: Warum ist **myhive** am Wienerberg besonders attraktiv für Startups, Scale-ups und Gründerinnen und Gründer?

P.V.: **mycowork** ist ein besonders attraktives Angebot von **myhive** für junge Unternehmen.

Mit **myroom**, **mydesk** und **myflex** bietet **mycowork** drei flexible Produkte an – vom Einzelarbeitsplatz bis zum eigenen Raum. Büros sind bereits ab einem Monat Laufzeit sofort beziehbar. Genau diese Flexibilität ist für junge Unternehmen entscheidend: Man bindet sich nicht langfristig, sondern wächst in dem Tempo, das das eigene Geschäft vorgibt und alles ohne Investitionskosten in Möbel oder Infrastruktur. Wir nehmen somit jungen Unternehmen die klassischen Einstiegshürden wie hohe Fixkosten, lange Vertragsbindung, fehlende Infrastruktur und bieten ein Umfeld, das von Tag eins an mitwächst und gleichzeitig inspiriert.

CCFA: Wie verändert sich Ihrer Einschätzung nach die Rolle des Büros in einer Zeit von Hybrid Work, KI und zunehmender Digitalisierung?

D.W.O.: All diese Faktoren verändern die Anforderungen an das Büro, machen es aber nicht überflüssig – sie verändern nur dessen Funktion. Wenn Aufgaben digital und teils ortsunabhängig erledigt werden können, muss das Büro einen zusätzlichen Mehrwert bieten: als Ort für Zusammenarbeit, Austausch, Kreativität, Innovation und Unternehmenskultur. Das zeigt sich auch in der Gestaltung moderner **myhive** Arbeitswelten. KI und Digitalisierung können vieles effizienter machen und erleichtern – die persönliche Begegnung können sie aber nicht ersetzen. Genau darin sehen wir die zukünftige Rolle des Büros: Es muss nicht mehr der einzige Ort sein, an dem gearbeitet wird, aber es sollte der Ort sein, an dem Menschen gerne zusammenkommen, sich austauschen, Ideen entwickeln und Unternehmenskultur erleben. Und genau dafür steht **myhive**. 

Kontakt | Contact :

myhive am Wienerberg
Wienerbergstraße 9, 1100 Wien
Diana Weber-Owsian, Team Lead Office
 diana.weberowsian@cpi-europe.com
www.myhive-offices.com/de/standorte/am-wienerberg/urban-garden



Come for the room.
Stay for the neighbourhood.

Book your stay at
thehoxton.com

the hoxton

THE HOXTON :

Ein Hotel als Bühne für besondere Events Un hôtel met en scène vos événements

Ob Business-Event, Dinner, Präsentation oder Sommerparty: The Hoxton Vienna bietet Veranstaltungsräume, die weit über klassische Meeting-Locations hinausgehen.

Mit dem Auditorium, The Apartment, der Speakeasy-Bar Salon Paradise und der Rooftop-Bar Cayo Coco stehen vier sehr unterschiedliche Settings zur Verfügung. Gemeinsam ist ihnen ein unverwechselbares Design, eine entspannte Atmosphäre und die Möglichkeit, Veranstaltungen individuell zu gestalten.

THE AUDITORIUM – DIE GROSSE BÜHNE

Mit Platz für mehr als 200 Gäste ist The Auditorium die größte Eventlocation des Hauses und zugleich die erste eigene Live-Event-Location von The Hoxton. Eine integrierte Leinwand, Soundsystem, zwei Barbereiche, ein großzügiges Foyer und ein Balkon mit Blick auf die Bühne schaffen ideale Voraussetzungen für Konferenzen, Präsentationen, Performances, Galas oder Private Dining. Unterschiedliche

Set-ups ermöglichen eine flexible Anpassung an das jeweilige Veranstaltungsformat.

THE APARTMENT – PRIVAT UND FLEXIBEL

Kleiner, persönlicher und besonders vielseitig präsentiert sich The Apartment. Vier individuell gestaltete Räume lassen sich einzeln oder exklusiv als gesamte Einheit nutzen – vom Workshop und Board Meeting bis zur privaten Feier. Herzstück ist die offene Pantry-Küche, die tagsüber als Treffpunkt und Versorgungsbe- reich dient und sich abends in eine private Bar verwandeln lässt. Bei exklusiver Nutzung bietet The Apartment Platz für bis zu 95 Personen.

SALON PARADISE – ATMOSPHERISCHE SPEAKEASY-BAR

Versteckt im Untergeschoss liegt Salon Paradise, eine Cocktailbar mit dem Flair einer klassischen Speakeasy. Dunkle Materialien, Vintage-Details, Musik und eine bewusst intime Atmosphäre machen die Location zu einem besonderen Rahmen für Drinks, After-Work-Events, private Feiern oder einen stilvollen Ausklang eines Business-Tages.

CAYO COCO – EVENTS ÜBER DEN DÄCHERN WIENS

Den wohl sommerlichsten Rahmen bietet Cayo Coco. Die Rooftop-Bar mit Pool verbindet den Blick über Wien mit kubanisch inspirierten Cocktails und karibischen Bites. Die Dach- terrasse kann für größere Veranstaltungen ex- klusiv oder für kleinere Gruppen teilweise reserviert werden und bietet Platz für mehr als 250 Gäste. Damit wird Cayo Coco zum idealen Setting für sommerliche Business-Events, Em- pfänge und ausgelassene Abende. Ob große Bühne, privates Apartment, geheime Bar oder Rooftop: The Hoxton Vienna bietet für nahezu jeden Anlass den passenden Rahmen und macht Veranstaltungen zu einem Erlebnis, das über das klassische Business-Event hinausgeht.

Kontakt | Contact :

The Hoxton Vienna
Rudolf-Sallinger Platz 1, 1030 Wien
Tobias Bauer, Director of Sales
☎ +43 664 889 148 65
✉ tobias.bauer@thehox.com
✉ sales.vienna@thehox.com
www.thehoxton.com/de/vienna

Ungekürzter Artikel & Übersetzung | Article intégral et traduction : www.ccfa.at

The Auditorium

The Apartment

Salon Paradise

Cayo Coco Rooftop Bar





© Florence Metzler | Rahmen: KI

Wenn die Mittagspause zur Kulturfrage wird

In Frankreich ist die Mittagspause fast schon ein Ritual: Man setzt sich, nimmt sich Zeit, isst bewusst – le déjeuner ist mehr als Nahrungsaufnahme, es ist ein Moment der Qualität im Arbeitsalltag.

Genau diese Haltung hat Sara Mari und Stephan Haymerle 2021 zur Gründung von Schrankerl inspiriert: ein Wiener Start-up, das frisches, hochwertiges Essen direkt ins Büro bringt – über smarte, gekühlte Schränke, die rund um die Uhr Zugriff auf saisonale Gerichte, Salate und Snacks lokaler Produzent:innen bieten.

„Wir wollten die Kantine neu denken“, erklärt Stephan. „Nicht als Notlösung zwischen zwei Meetings, sondern als echten Genussmoment – so, wie man es aus Frankreich kennt, wo gutes Essen nie als Zeitverschwendung gilt, sondern als Selbstverständlichkeit.“ Mit diesem Anspruch versorgt Schrankerl heute mehr als 130 Unternehmen in Österreich mit frischer Verpflegung, ganz ohne Personal vor Ort, aber mit dem Qualitätsgedanken einer echten Küche.

Für die beiden Gründer:innen ist gute Firmenverpflegung längst ein Wettbewerbsfaktor im Kampf um Talente – ein Gedanke, der auch in Frankreich, wo Essen Teil der Unternehmenskultur ist, auf offene Ohren stoßen dürfte. Schrankerl zeigt: Frische und Genuss lassen sich auch im österreichischen Büroalltag französisch denken. 🇫🇷

En France, la pause déjeuner est un véritable rituel : on prend le temps de s'asseoir et de savourer son repas. C'est bien plus que le simple fait de se nourrir, c'est un moment de qualité au travail. C'est précisément cette philosophie qui a inspiré Sara Mari et Stephan Haymerle à créer Schrankerl en 2021, une start-up viennoise qui apporte des repas frais et de qualité directement au bureau grâce à des réfrigérateurs connectés, accessibles 24h/24 et garnis de plats de saison, salades et snacks de producteurs locaux.

« Nous voulions repenser la cantine », explique Stephan. « Non pas comme une solution de secours entre deux réunions, mais comme un véritable moment de plaisir – à l'image de la France, où bien manger n'est jamais perçu comme une perte de temps, mais comme une évidence. » Fort de cette ambition, Schrankerl approvisionne aujourd'hui plus de 130 entreprises en Autriche avec des repas frais, sans personnel sur place, tout en conservant l'exigence de qualité d'une véritable cuisine.

Schrankerl le prouve: fraîcheur et plaisir culinaire à la française s'intègrent parfaitement au quotidien des bureaux autrichiens. 🇫🇷

Kontakt | Contact :

Schrankerl

Stephan Haymerle,
Gründer & CEO

☎ **+43 664 783 96 18**

✉ **stephan@schrankerl.at**

www.schrankerl.at

Chez Floramania, chaque fleur est façonnée, peinte et mise en forme à la main.



Floramania : Quand le papier devient fleur

Floramania célèbre l'art floral sous une forme aussi poétique qu'intemporelle.

Chaque création est entièrement réalisée à la main, transformant le papier en véritables œuvres d'art inspirées par la nature. Bouquets, boutonnières, décorations de table, scénographies florales pour événements, compositions sur mesure : les créations de Floramania s'adaptent à toutes les occasions. Disponibles à l'achat ou à la location, elles constituent une alternative durable aux fleurs fraîches et peuvent être conservées, offertes ou réutilisées au fil des années. Floramania propose également des ateliers créatifs sur demande, invitant chacun à découvrir l'univers fascinant de l'art floral en papier. Issue d'une formation de styliste-modéliste, Nesha a travaillé dans l'univers de la mode pour des marques prestigieuses en France et aux États-Unis. En 2020, un nouveau chapitre s'ouvre : elle s'envole avec sa fille pour rejoindre son époux en Europe. À la recherche d'une décoration unique pour la chambre de son enfant, elle découvre l'univers des fleurs en papier. Ne trouvant aucune création correspondant à sa vision, elle décide de les réaliser elle-même. C'est ainsi que naît Floramania, fondée à Vienne en 2023.

Chez Floramania, chaque fleur est façonnée, peinte et mise en forme à la main à partir de papier crépon ou de bristol de haute qualité. Comme dans la nature, aucune composition ne



© Florence Metzler



© Florence Metzler



© Florence Metzler



© Floramania



© Panda Parken



Laura Logié-Weingerl und Rene Weingerl, Panda Parken



Panda Parken

Vom Parkplatz zum Unternehmensmodell

Panda Parken & Pandasoft: Wie aus einer Wiener Idee ein grenzüberschreitendes Geschäftsmodell entstand.

Was 2016 mit vier Stellplätzen am Flughafen Wien begann, hat sich in weniger als einem Jahrzehnt zu einem etablierten privaten Parkanbieter entwickelt. Hinter Panda Parken stehen Laura Logié-Weingerl und Rene Weingerl, die das Unternehmen als Familienbetrieb aufgebaut haben. Im Mittelpunkt steht dabei ein Geschäftsmodell, das weit über die reine Bereitstellung eines Parkplatzes hinausgeht: kurze Wege, persönlicher Service und ein möglichst unkomplizierter Start in die Reise. Ein Mercedes-Shuttle bringt die Kundinnen und Kunden vom Parkplatz in wenigen Minuten zum Terminal. In der hauseigenen Lounge stehen Kaffee und kleine Aufmerksamkeit für Familien bereit, Getränke und Snacks können erworben werden. Ergänzt wird das Angebot um Services wie Autowäsche und E-Charging, die sich während der Reise erledigen lassen. Die Resonanz der Kundinnen und Kunden spiegelt sich in mehr als 25.000 Bewertungen mit einem Durchschnitt von 4,9 Sternen wider. Der Weg von vier Stellplätzen zu einem größeren Unternehmen verlief allerdings keineswegs geradlinig. Besonders die Corona-Pandemie stellte Panda Parken vor eine existenzielle Herausforderung: Mit dem Einbruch des Reiseverkehrs blieben innerhalb kürzester Zeit die Kunden aus. Kostenmanagement, Zusammenhalt im Team und die Bereitschaft, auch schwierige Phasen gemeinsam zu bewältigen, wurden entscheidend, um das Unternehmen durch diese Zeit zu bringen. Der Neustart nach der Pandemie markierte zugleich eine neue Phase der Entwicklung.

Seit 2025 ist Panda Parken auch außerhalb Österreichs vertreten. Mit einem Standort am Flughafen Zürich erfolgte der erste Schritt über die Landesgrenze – und damit ein wichtiger Schritt in der Internationalisierung des Unternehmens. Parallel zur Expansion von Panda Parken entstand mit Pandasoft ein zweites Standbein. Das IT-Unternehmen entwickelt Hard- und Softwarelösungen für die Parkraumbewirtschaftung. Viele dieser Lösungen wurden zunächst aus einem konkreten Eigenbedarf heraus entwickelt: Parkautomaten, digitale Zufahrtssysteme und weitere technische Anwendungen sollten die Abläufe an den eigenen Standorten effizienter und unabhängiger machen. Was als interne Lösung begann, wird inzwischen auch für externe Betreiber eingesetzt, darunter die Promenade Garage in St. Pölten. Damit verbindet Panda Parken heute zwei Bereiche, die sich gegenseitig ergänzen: den Betrieb von Parkflächen und die Entwicklung der dafür notwendigen Technologie. Aus einem operativen Bedarf ist ein eigenes Geschäftsfeld entstanden – und aus einem kleinen Wiener Familienunternehmen ein Unternehmensmodell mit internationaler Perspektive.

Hinter beiden Unternehmen steht dabei nach wie vor derselbe Grundgedanke: langfristige Entwicklung entsteht nicht allein durch Wachstum, sondern durch Menschen, die Verantwortung übernehmen, Lösungen finden und gemeinsam an ihrer Umsetzung arbeiten. Oder, kurz gesagt: zwei Unternehmen, eine Familie – und ein Team, das die Entwicklung möglich macht.

Kontakt | Contact :

Panda Parken, Laura Logié-Weingerl
Co-founder & Finance Manager
✉ laura.weingerl@pandaparken.at
☎ +43 660 425 51 55
www.pandaparken.at

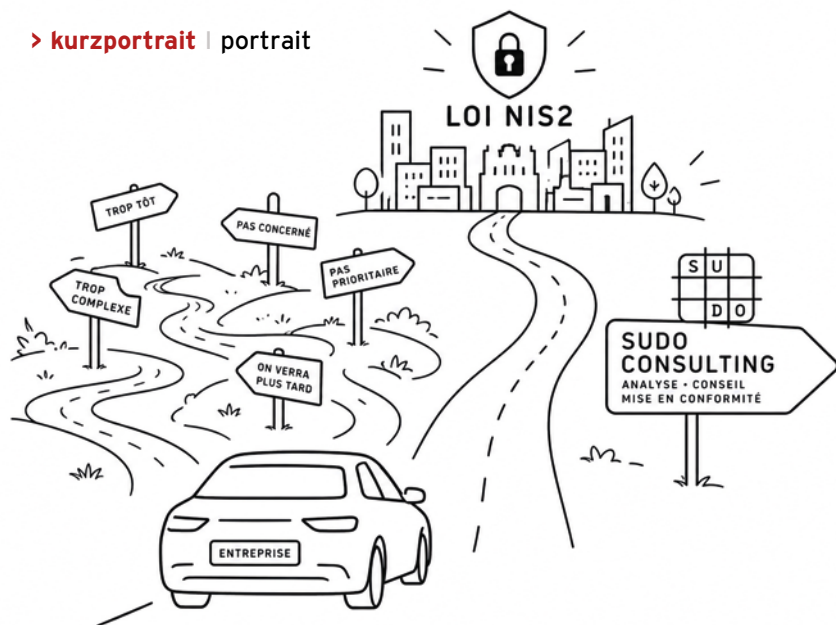
ressemble à une autre. Les harmonies de couleurs sont minutieusement pensées pour créer des pièces élégantes et durables, libérées des contraintes des saisons. Chaque projet est imaginé sur mesure afin d'apporter une touche florale unique aux intérieurs, aux célébrations et aux événements tout au long de l'année.

Vente, location et créations sur mesure : qu'il s'agisse d'un mariage, d'un événement d'entreprise, d'une décoration intérieure ou d'un cadeau unique, Floramania donne vie à toutes les envies florales. Toute demande de création personnalisée peut être effectuée via le site internet ou par e-mail à nesha@floramania.design.

Floramania verwandelt Papier in außergewöhnliche florale Kunstwerke. In liebevoller Handarbeit entstehen täuschend echte Blumen, individuelle Sträuße sowie stilvolle Dekorationen für Hochzeiten, Firmenveranstaltungen und besondere Anlässe. Die nachhaltigen Kreationen können gekauft oder gemietet werden und bleiben als kostbare Erinnerung weit über den Moment hinaus erhalten. Kreative Workshops laden zudem dazu ein, die faszinierende Kunst der Papierblumen selbst zu entdecken.

Kontakt | Contact :

FLORAMANIA
Nesha Wohlfahrt
☎ +43 677 615 552 45
Instagram: [@floramaniaofficial](https://www.instagram.com/floramaniaofficial)
www.floramania.design



La loi NIS2 : Conduire sans connaître le code de la route?

Savoir conduire une voiture ne suffit pas : encore faut-il connaître les règles. En cybersécurité, c'est désormais la même chose — sauf que les sanctions peuvent atteindre 10 millions d'euros.

L'interconnexion croissante des systèmes informatiques et leur dépendance mutuelle ont rendu indispensable la mise en place de règles claires, sous forme de lois et de règlements.

Pour les dirigeants d'entreprises en Autriche, le sujet devient urgent. À partir du 1er octobre 2026, la directive européenne NIS2, impose de nouvelles obligations de cybersécurité à de nombreuses entreprises en Autriche. Et la responsabilité ne s'arrête plus à la direction informatique : Les organes de direction sont désormais responsables de la mise en œuvre effective des mesures de gestion des risques et du respect de ces obligations.

La cybersécurité n'est plus uniquement une question technique : c'est désormais une responsabilité de la direction.

Pour de nombreux dirigeants, la difficulté commence par une question simple: sommes-nous réellement concernés ? La réponse est parfois moins évidente qu'il n'y paraît. Certaines entreprises entrent directement dans le champ d'application de NIS2 en raison de leur taille ou de leur secteur d'activité. D'autres y sont confrontées indirectement, parce que leurs clients, fournisseurs ou groupes internationaux renforcent leurs propres exigences de sécurité. Les conséquences d'une mauvaise appréciation du risque peuvent être lourdes. Au-delà d'une cyberattaque et de ses effets opérationnels, la non-conformité peut entraîner des sanctions financières pouvant atteindre

plusieurs millions d'euros. Le véritable enjeu pour les dirigeants n'est donc pas de devenir experts en informatique. Il est de savoir quelles questions poser, quels risques prioriser et quelles mesures engager avant qu'un incident ou un contrôle ne les y oblige.

C'est précisément l'approche de Bernard Steurer, expert en cybersécurité et en conformité NIS2. Fort de 25+ années d'expérience au sein de groupes internationaux et de PME, notamment comme membre de directions et responsable informatique, il accompagne les entreprises dans l'analyse de leurs obligations et leur mise en œuvre sur le marché autrichien. Avec SUDO Consulting, il aide les dirigeants à transformer des exigences réglementaires complexes en décisions concrètes, pragmatiques et compréhensibles — en français, allemand ou anglais. 



*« En matière de cybersécurité, attendre de savoir si l'on est concerné est déjà un risque. »
Bernard Steurer*

Kontakt | Contact :

SUDO Consulting e.U. | Mag. Bernard Steurer

☎ **+43 665 672 637 10**

✉ **be.st@sudo.co.at**

www.sudo.co.at



Wachsende Unternehmen investieren in lernende Menschen

Jedes erfolgreiche Unternehmen hat eines gemeinsam. Es sind nicht die modernste Technologie, das größte Budget oder selbst die beste Strategie. Es sind Menschen, die bereit sind, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Jedes erfolgreiche Unternehmen hat eines gemeinsam: Menschen, die bereit sind, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Hinter jedem internationalen Projekt steht jemand, der das Selbstvertrauen gewonnen hat, ein Meeting in einer anderen Sprache zu leiten. Hinter jeder erfolgreichen Expansion steht ein Team, das gelernt hat, kulturübergreifend zu kommunizieren. Und hinter jeder langfristigen Partnerschaft steht ein Gespräch, das Vertrauen geschaffen hat. Berufliche Entwicklung beginnt oft mit einer neuen Kompetenz. Nachhaltiger Unternehmenserfolg entsteht jedoch dort, wo Unternehmen in die Menschen hinter diesen Kompetenzen investieren. Sprachenlernen ist deshalb weit mehr als das Erlernen einer Sprache: Es stärkt Selbstvertrauen, Zusammenarbeit und die Fähigkeit, das eigene Potenzial zu entfalten.

Bei Berlitz Österreich beginnt jede Zusammenarbeit nicht mit einem Kurskatalog, sondern mit Fragen: Welche Ziele verfolgt das Unternehmen? Wo entstehen Kommunikationsbarrieren? Welche Mitarbeitenden benötigen heute Unterstützung – und wo soll das Unternehmen in drei Jahren stehen? Erst auf dieser Basis entsteht die passende Lösung.



© Berlitz

Bei Berlitz wird für jedes Unternehmen eine individuelle Lösung erarbeitet.

Denn jedes Unternehmen ist einzigartig. Manche Teams benötigen eine intensive Vorbereitung auf internationale Projekte, andere langfristige Personalentwicklung, Executive Coaching oder Blended Learning. Berlitz entwickelt maßgeschneiderte Lernwege, die zu Zielen, Unternehmenskultur, Zeitplan und Mitarbeitenden passen.

Künstliche Intelligenz kann dabei wertvolle Unterstützung leisten: Sie erklärt Grammatik, personalisiert Übungen und ermöglicht nahezu unbegrenztes Training. Was sie jedoch nicht ersetzt, ist das persönliche Gespräch. Ein guter Berater erkennt, dass hinter dem Wunsch nach Business English vielleicht der Bedarf nach souveräner Führung, besserer Zusammenarbeit oder erfolgreicher Kundenkommunikation steckt. Ein guter Trainer begleitet diesen Prozess aufmerksam, motiviert, fordert und passt das Lerntempo an.

Seit fast 150 Jahren steht Berlitz für die Überzeugung, dass Sprachenlernen kein Selbstzweck ist, sondern ein Katalysator für persönliches Wachstum, stärkere Teams und erfolgreiche Unternehmen. Denn nachhaltiges Wachstum beginnt immer mit der Entwicklung von Menschen – und jede erfolgreiche Partnerschaft mit dem Zuhören. 

Kontakt | Contact :

Berlitz Austria GmbH

✉ firmenservice@berlitz.at

📞 **Wien: +43 1 586 56 93**

📞 **Graz: +43 316 82 40 56**

📞 **Linz & Salzburg: +43 732 78 27 47**

www.berlitz.com/de-at

Europe Bridge Partners: Strategische Verbindungen über Grenzen hinweg

Mit Europe Bridge Partners hat die in Wien ansässige britische Unternehmerin Tenisha Osei eine Plattform geschaffen, die Menschen, Organisationen und Geschäftsmöglichkeiten über Grenzen hinweg miteinander verbindet.

Im Mittelpunkt stehen das Vereinigte Königreich und Europa, wobei Österreich und Frankreich wichtige Knotenpunkte in diesem wachsenden internationalen Netzwerk bilden.

Osei bringt internationale Erfahrung aus unterschiedlichen Branchen mit – von Tourismus und Hotellerie über Projektentwicklung, Marketing und Kommunikation bis hin zu Bildung und Business Networking. Diese vielseitigen Stationen prägen auch den Ansatz von Europe Bridge Partners: Interessen, Kompetenzen, Ressourcen und Chancen zu identifizieren und gezielt die passenden Akteure zusammenzubringen. Zum Netzwerk zählen Unternehmen, Institutionen, Investoren, Innovatoren, Bildungseinrichtungen und junge Unternehmen. Darüber hinaus nimmt die Plattform ausgewählte internationale Märkte, darunter den Nahen Osten, in den Blick.

Seit 2025 ist Osei auch aktives Mitglied der CCFA. Ihre Arbeit ist stark von der Überzeugung geprägt, dass grenzüberschreitender Austausch gerade in Zeiten des Wandels an Bedeutung gewinnt. „Das Leben und Arbeiten zwischen dem Vereinigten Königreich und Kontinentaleuropa hat mir eine besondere Perspektive auf das sich wandelnde Verhältnis zwischen Großbritannien und Europa eröffnet. Der Brexit hat meine Überzeugung bestärkt, dass starke grenzüberschreitende Beziehungen, Dialog und Zusammenarbeit weiterhin von entscheidender Bedeutung sind.“

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Frauen in der Wirtschaft und insbesondere auf weiblicher Führung. Als Unternehmerin und Mutter möchte Osei Frauen dazu ermutigen, ihre Erfahrungen als Stärke zu erkennen und auch in späteren Lebensphasen neue berufliche Wege einzuschlagen.

Technologie und Digitalisierung versteht Osei dabei nicht als Gegenpol zur menschlichen Verbindung, sondern als wichtige Werkzeuge für Fortschritt, Effizienz und Zusammenarbeit. Letztlich, so ihre Überzeugung, entstehen nachhaltige Partnerschaften jedoch durch Vertrauen, Dialog und persönliche Beziehungen. Europe Bridge Partners möchte deshalb Brücken zwischen Menschen, Märkten und Kulturen bauen und damit neue Möglichkeiten für Zusammenarbeit schaffen.

Denn: Menschen, Organisationen und Nationen kommen voran, wenn wir Verbindung statt Trennung, Dialog statt Distanz und Partnerschaften statt Isolation wählen. „Einige der wichtigsten Brücken, die wir bauen, sind keine physischen Bauwerke, sondern menschliche.“ 

Kontakt | Contact :

Europe Bridge Partners

Tenisha Osei, Founder & CEO

📞 **+43 664 123 96 22**

✉ info@europebridgepartners.com

www.europebridgepartners.com



© Europe Bridge Partners

Ungekürzte Artikel & Übersetzung | Article intégral et traduction : www.ccfa.at



LPA Law Vienna

Rechtsanwälte / Attorneys at law

Startups

Legal for what scales.

FUNDING. DEALS. GROWTH.

Get in touch with us: <https://www.lpalaw.at>
<https://startup-anwalt.at>

LPA LAW VIENNA :

Wachstum braucht die richtigen Partner Grandir avec les bons partenaires

Mag. Thomas In der Maur ist Gründungsgesellschafter der renommierten Wiener Rechtsanwaltskanzlei LPA Law Vienna und Chairman der internationalen Anwaltsvereinigung United Legal Network. Seit Jänner 2026 ist die Kanzlei Teil des weltweiten Netzwerks LPA Law mit der Zentrale in Paris. Im Interview spricht Herr In der Maur über die Entwicklung und über die aktuellen Herausforderungen der Startup Szene in Österreich.

C CFA: Herr In der Maur, LPA Law beschäftigt sich bereits seit vielen Jahren intensiv mit der Startup-Szene. Wie hat diese Reise begonnen und welche Entwicklung haben Sie in den vergangenen Jahren beobachtet?

Thomas In der Maur: Unsere Beschäftigung mit der Startup-Community hat im Jahr 2015 mit der rechtlichen Begleitung der Gründung einer großen Investorenplattform begonnen. Seitdem arbeiten wir in der Community mit Gründern und Investoren mit viel Begeisterung und Enthusiasmus. Unsere strategischen Erwartungen haben sich durchaus erfüllt. Eine besonders interessante Entwicklung der vergangenen Jahre ist die zunehmende Qualität der Projekte: Vorbei ist die Zeit, in der jede Lifestyle-App ein Investment auf hoher Bewertung erhoffen konnte. Der Impetus, ein wirkliches Problem lösen zu wollen, ist zu einer entscheidenden Voraussetzung für den Erfolg geworden.

CCFA: LPA Law war früh im Startup-Ökosystem aktiv und zählt heute zu den etablierten Partnern für Gründer, Investoren und Institutionen. Was war damals der Grund für dieses Engagement – und warum ist die Startup-Szene für eine Wirtschaftskanzlei besonders spannend?

Thomas In der Maur: Unser Engagement hat etwas damit zu tun, dass wir immer schon bemüht waren, gesellschaftliche und wirtschaftliche Trends aufzuspüren und dafür Rechtsdienstleistungen anzubieten. Wirtschaftskanzleien sind gegenüber Startups aufgrund der Anforderungen an sehr maßvolle Honorare oft skeptisch. Wir sehen das anders: Bei der Geburtsstunde und in der ersten Wachstumsphase eines Unternehmens dabei zu sein, bietet für uns die

Chance, langfristige und auch für uns profitable Geschäftsbeziehungen aufzubauen.

CCFA: Sie sind Gründungsgesellschafter eines großen Investorennetzwerks und arbeiten seit Jahren mit wichtigen Akteuren des Ökosystems – Stichwort AustrianStartups, Invest Austria und INITS – zusammen. Welche Rolle kann eine Wirtschaftskanzlei dabei spielen, ein funktionierendes Startup-Ökosystem mitzugestalten?

Thomas In der Maur: Wir sehen unsere Rolle bei der Entwicklung des Startup-Ökosystems in mehreren Bereichen. Fundiertes rechtliches Wissen und ausreichende Erfahrung sind Grundvoraussetzungen. Der Mehrwert einer Wirtschaftskanzlei, der von allen Marktteilnehmern geschätzt wird, ist eine breite Vernetzung, die auf jahrelanger Vertrauensbildung beruht.

CCFA: Viele Startups scheitern nicht an der Idee, sondern an strategischen, finanziellen oder rechtlichen Weichenstellungen. Was sind aus Ihrer Sicht die häufigsten rechtlichen Fehler, die Gründer in der frühen Phase vermeiden sollten?

Thomas In der Maur: Die häufigsten Fehler sind unzureichende Vereinbarungen unter den Gründern, ein zu langes Warten mit der Gründung einer Kapitalgesellschaft und ein sorgloser Umgang mit den IP-Rechten, die zumeist ein entscheidendes Asset des Unternehmens darstellen.

CCFA: Worauf sollten Gründer bereits bei der Unternehmensgründung besonders achten – etwa bei Gesellschaftsstruktur, Beteiligungsverhältnissen oder der Vorbereitung auf spätere Investorenrunden?

Thomas In der Maur: Entscheidend ist es, bereits bei der Gründung den irgendwann einmal hoffentlich eintretenden Erfolg



Thomas In der Maur, Gründungsgesellschafter der Wiener Rechtsanwaltskanzlei LPA Law Vienna

Thomas In der Maur privat:

Geburtsort: Klagenfurt

Familienstand: verheiratet, Vater von 3 Töchtern

Studium: Rechtswissenschaften

Hobbies / Interessen:

Kochen, Musik, Theater und Oper, Reisen, Golf

Lebensmotto: In jeder auch noch so schwierigen Situation die Lebensfreude nicht verlieren!

mitzudenken und eine professionelle Dokumentation in den Bereichen Finanzen, Steuern und Recht aufzubauen, die bei einer großen Finanzierungsrunde, einer Internationalisierung oder gar bei einem Exit einer detaillierten Due Diligence standhält. Bei den Beteiligungsverhältnissen ist eine faire Verteilung der Anteile mit konsequenten Vesting-Regeln entscheidend zur Vermeidung von absolut schädlichen internen Konflikten.

CCFA: Was kann LPA Law konkret für Gründer, Startups und Scale-ups tun, um sie auf



Thomas In der Maur mit seiner treuen Hündin Dutchy und der Lektüre des CCFA CALÉIDOSCOPE.

ihrem Wachstumspfad zu begleiten? Und unterscheidet sich die Beratung eines jungen Startups wesentlich von jener eines internationalen Scale-ups?

Thomas In der Maur: Unsere konkreten Beiträge für einen erfolgreichen Wachstumspfad sehe ich in der Verfassung ausgewogener Verträge, die auf einer detaillierten Kenntnis des Markts in verschiedenen Wachstumsphasen beruht. Dazu kommt ein breites Netzwerk an Kontakten. Mit dem Eintritt in das Scale-up ersetzen klare Abläufe und Strukturen das oft improvisierte Arbeiten in der Startup-Phase. Die dafür passenden rechtlichen Strukturen zu schaffen und stetig weiterzuentwickeln ist die Herausforderung für uns in der Beratung.

CCFA: Aus Ihrer Erfahrung mit Investoren: Worauf schauen Investoren bei Startups besonders genau, bevor sie Kapital bereitstellen? Welche rechtlichen oder strukturellen Faktoren können über eine erfolgreiche Finanzierungsrunde entscheiden?

Thomas In der Maur: Die entscheidenden Kriterien von Investoren ändern sich mit jeder Wachstumsphase, sie liegen in der Frühphase meiner Erfahrung nach weniger in rechtlichen oder strukturellen Themen. Das Entscheidungskriterium schlechthin ist die Qualität des Teams. Es kommt auf die richtige Mischung aus wirtschaftlichem, technischem und kommerziellem Knowhow und ganz besonders auf den menschlichen Faktor an.

CCFA: Welche Bedeutung haben professionelle Startup-Verträge und klare Standards für die Entwicklung eines Unternehmens? Sie haben auch an der Entwicklung von Standards für Startup-Verträge mitgewirkt – warum sind solche Standards wichtig?

Thomas In der Maur: Eine Besonderheit von Startup-Verträgen ist, dass die Anforderungen an die Komplexität überspitzt formuliert jene von großen Joint Ventures in der

etablierten Economy oftmals übertreffen. Dazu kommen aus dem anglo-amerikanischen Rechtsraum importierte Rechtsfiguren, wie beispielsweise das Vesting, die in der klassischen Wirtschaft wenig gebräuchlich waren und sind. Die Bedeutung von Standards liegt darin, allen Marktteilnehmern durch ausgewogene und symmetrische Inhalte rechtliche Sicherheit und Bestandskraft zu geben.

CCFA: Welche rechtlichen Themen werden bei Startup-Finanzierungen häufig unterschätzt – beispielsweise bei Beteiligungen, IP-Rechten, Gründervereinbarungen oder internationalen Investoren?

Thomas In der Maur: Ich greife die IP-Rechte heraus. Bei technischen Neuerungen steht mit Sicherheit die Frage der Patentierbarkeit im Vordergrund. Ganz anderen Anforderungen an die richtige rechtliche Behandlung begegnen geistige Leistungen, die urheberrechtlich geschützt sind. Bei urheberrechtlich geschützten Leistungen ist es entscheidend, den Chain of Title lückenlos dokumentieren zu können. Nicht zuletzt ist die Frage der Behandlung von IP-Rechten bei der Gründung der Gesellschaft von wesentlicher steuerlicher Relevanz.

CCFA: Mit der Einführung der FlexCo und der begünstigten Mitarbeiterbeteiligung wurden wichtige Schritte für den Startup-Standort Österreich gesetzt. Wie bewerten Sie diese Entwicklungen aus Sicht der Praxis?

Thomas In der Maur: Ich bin durchaus ein Fan der FlexCo. Wenn man einmal von der etwas unglücklichen Bezeichnung der Rechtsform absieht, bietet sie im Vergleich zur GmbH eigentlich nur Vorteile. Wichtig ist, dass bald eine Evaluierung der FlexCo und daran anschließend eine Weiterentwicklung dieser Rechtsform stattfindet. Auch eine Zusammenführung mit der GmbH zu einer insgesamt den Erfordernissen des Markts besser dienenden

Rechtsform wäre ein wesentlicher Standortvorteil.

CCFA: Die Gewinnung und Bindung von Talenten ist für Startups entscheidend. Welche Rolle spielt eine steueroptimierte Mitarbeiterbeteiligung und wo sehen Sie noch Verbesserungsbedarf bei den aktuellen Regelungen?

Thomas In der Maur: Eine steuerlich attraktive Mitarbeiterbeteiligung war eine jahrelange Forderung, die anlässlich der Einführung der FlexCo mit einer Änderung des Einkommenssteuergesetzes von der Politik recht gelungen erfüllt worden ist. Mitarbeiterbeteiligungen können nun ohne cold taxation und ohne außerordentlich komplizierte virtuelle Mitarbeiterbeteiligungsprogramme realisiert werden. Einen Verbesserungsbedarf sehe ich u.a. bei der Bereinigung des kaum verständlichen Mischsteuersatzes aus Einkommenssteuer und Kapitalertragssteuer.

CCFA: Was braucht es, damit mehr erfolgreiche Jungunternehmen in Europa wachsen und bleiben?

Thomas In der Maur: Erfolgreiche Scale-ups in Europa zu halten, ist die ganz große aktuelle Herausforderung. Was es dazu braucht, ist viel mehr Risikokapital zu attraktiven Konditionen und Deregulierung und Bürokratieabbau in allen Bereichen.

CCFA: Welche Deregulierungsmaßnahmen oder politischen Rahmenbedingungen wären aus Ihrer Sicht notwendig, um die Startup-Szene weiter zu stärken? Wo gibt es noch Nachholbedarf?

Thomas In der Maur: Der Bedarf an Deregulierung ist unglaublich groß und nach wie vor politisch unterschätzt. Der Bogen spannt sich von Hemmnissen bei der Gründung über sinnlose bürokratische Anforderungen im laufenden Betrieb bis zu Deregulierungsmaßnahmen am Kapitalmarkt. Beispiele: Der angekündigte Dachfonds sollte endlich in die Gänge kommen, die steuerlichen Rahmenbedingungen für Risikofinanzierungen gehören attraktiviert. ➡

Kontakt | Contact :

**Thomas In der Maur, Gründer & Partner
LPA Law Vienna | In der Maur & Partner
Rechtsanwälte GmbH & Co KG**

✉ t.indermaur@lpalaw.at
www.lpalaw.at

Willkommen im Business Club Bienvenue au Business Club



© Eva Pajens

Raffaella Bartik

Liebe Mitglieder!

Die Kraft einer Idee ist enorm. Ihre volle Wirkung entfaltet sie jedoch erst, wenn sie Flügel bekommt. Für Startups sind es Investoren und Business Angels, die ihnen diese verleihen – bei der CCFA sind es Sie: unsere Mitglieder und Partner. Sie sind es, die uns als CCFA-Team beflügeln, immer neue Ideen und Events zu ent- und bestehende Formate weiterzuentwickeln. Umso stolzer sind wir, mit Ihnen auf die Event-Highlights der letzten Monate zurückzublicken und zu sagen: Wir sind stärker denn je – und bereit für mehr! Erinnern wir uns z.B. an die 2. Edition des Salon Féminin im Hyatt Regency Vienna (ehem. Andaz) im März, unsere 37. Generalversammlung und die anschließende Business Soirée im SO/ Vienna mit Forvis Mazars, oder den beschwingten Auftakt in den Frühling beim Atelier voller blühender Synergien bei Designerin Sylvie T. Beim Tennisturnier & Sporttag am Kaiserwasser mit Grant Thornton und Glorit erreichten wir sportliche Höhenflüge bevor unsere Soirée en Blanc in der Französischen Botschaft den großen Höhepunkt vor der Sommerpause bildete. Erlauben Sie mir nun einen kleinen Pitch für den Herbst: Neben dem Expat-Abend und Beaujolais erwarten Sie neue Formate rund um digitale Souveränität, Genuss und Konvivialität. Und wenn wir 2026 mit Punsch bei der Crêperie Mobile ausklingen lassen, warten 2027 schon viele weitere Highlights auf Sie. Sie sehen: Stillstand ist für die CCFA nie eine Option. Getragen von Ihnen steht unser Businessplan auf einem soliden Fundament. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen weiterzuwachsen, neue Verbindungen zu schaffen und unser Netzwerk weiter zu skalieren. Herzlichst 🇨🇭

Raffaella Bartik,
Leiterin Events & Communication



Salon Féminin der CCFA | Salon Féminin de la CCFA by Danone @ Hyatt Regency Vienna (ex Andaz Vienna am Belvedere, 17.03.2026)

© Eva Pajens



**37. Generalversammlung der CCFA
37ème Assemblée Générale de la CCFA @ So/Vienna, 14.04.2026**

© Eva Paijens

Chers membres!

La force d'une idée est immense. Mais c'est lorsqu'elle prend son envol qu'elle peut véritablement déployer tout son potentiel. Pour les startups, ce sont les investisseurs et les business angels qui leur donnent des ailes – à la CCFA, c'est vous : nos membres et partenaires. C'est votre énergie qui pousse notre équipe à innover en permanence tout en faisant évoluer nos formats existants. Nous sommes d'autant plus fiers de pouvoir, avec vous, revenir sur les temps forts des derniers mois et affirmer : nous sommes plus forts que jamais – et prêts à aller encore plus loin ! Souvenons-nous notamment de la 2e édition du Salon Féminin au Hyatt Regency Vienna (anciennement Andaz) en mars, de notre 37e Assemblée générale suivie de la Business Soirée au SO/ Vienna avec Forvis Mazars, ou encore de notre printemps placé sous le signe de la couleur et de la convivialité lors de l'Atelier aux synergies florissantes chez la créatrice Sylvie T. Lors du Tournoi de tennis & Journée sportive au Kaiserwasser, organisé avec Grant Thornton et Glorit, nous avons atteint de nouveaux sommets sportifs, avant que notre traditionnelle Soirée en Blanc à l'Ambassade de France ne constitue le grand temps fort précédant la pause estivale. Permettez-moi maintenant un petit pitch pour l'automne : aux côtés de la Soirée Expat et du Beaujolais, de nouveaux formats vous attendent autour de la souveraineté numérique, de la gastronomie et de la convivialité. Et lorsque nous clôturerons 2026 autour d'un Punsch avec la Crêperie Mobile, 2027 sera déjà là, avec de nombreux nouveaux temps forts à l'horizon. Vous le voyez : l'immobilisme n'a jamais été une option pour la CCFA. Porté par vous, notre business plan repose sur des fondations solides. Nous nous réjouissons de continuer à grandir avec vous, à créer de nouvelles connexions et à faire rayonner toujours davantage notre réseau. Très chaleureusement, 🇫🇷

Raffaela Bartik,
Directrice Events & Communication

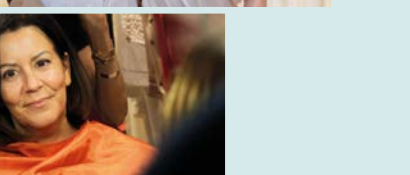


Business Soirée mit Forvis Mazars & Austrian Business Agency zum Thema "Wirtschaftsstandort Österreich: Quo vadis?" | Soirée Business avec Forvis Mazars & Austrian Business Agency sur le thème "Wirtschaftsstandort Österreich: Quo vadis?" @ SO/Vienna, 14.04.2026



**Soirée du style de la CCFA
@ Boutique Sylvie T. 13.05.2026**

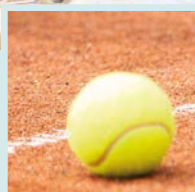
© Eva Paijens





CCFA Tennisturnier & Freizeitsporttag mit Grant Thornton & Glorit am Kaiserwasser | Tournoi de tennis et journée sportive de loisirs de la CCFA avec Grant Thornton et Glorit au Kaiserwasser, 12.06.2026

© Sabine Klimpt





Soirée en Blanc de la CCFA @ Französische Botschaft, 24.06.2026
© Sabine Klimpt





Herzlich willkommen bei der CCFA Bienvenue à la CCFA

> Neue Mitglieder | Nouveaux membres

■ BASIKON DACH

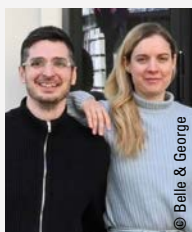
Schottenfeldgasse 81/1/7, 1070 Wien
Ansprechperson & Geschäftsführer /
Contact & Dirigeant: Martin Feith
✉ martin.feith@basikon.io
☎ +43 664 52 65 795
Branche: Finanzdienstleistungen, Vermögens-
beratung & Financial Consulting / Services
financiers, conseil patrimonial & consulting financier
www.basikon.com



© Basikon DACH

■ BELLE & GEORGE

Porzellangasse 9, 1090 Wien
Ansprechpersonen & Geschäftsführer /
Contact & Dirigeants:
Isabelle & George Castaing-Soulier
✉ office@bellegeorge.com
☎ +43 699 19 56 55 71
Branche: Gastronomie, Catering & Events /
Architecture & Design
www.bellegeorge.com



© Belle & George

■ BERLITZ

Mariahilfer Strasse 27, 1060 Wien
Geschäftsführer/ Dirigeants:
Michal Nadzon, Václav Matejka
Ansprechpersonen / Contacts:
Thomas Kalian
✉ thomas.kalian@berlitz.at
☎ +43 699 107 141 64
Petra Nachtnebel
✉ petra.nachtnebel@berlitz.at
Branche: Sprachtraining, interkulturelles Training /
Formation linguistique, Formation interculturelle
www.berlitz.com



© Berlitz

■ BITPANDA

Stella-Klein-Löw Weg 17, 1020 Wien
Kontakt / Contact: Oliver Frischmeier,
Director, Global Communications
✉ oliver.frischmeier@bitpanda.com
Branche: FinTech & Digitale Vermögenswerte /
FinTech & actifs numériques
www.bitpanda.com



© Bitpanda

■ COTILLON WEINHANDEL E.U.

Petrusgasse 9/12 1030 Wien
Kontakt & Geschäftsführer /
Contact & Dirigeant: Benoît Jacquemet
✉ info@cotillon.at
☎ +43 670 653 70 71
Branche: Weinhandel / Commerce de vin
www.cotillon.at



© privat

■ EUROPE BRIDGE PARTNERS

Vienna / London
Ansprechperson & Geschäftsführerin /
Contact & Dirigeante: Tenisha Osei
✉ info@europebridgepartners.com
☎ +43 664 123 96 22
Branche: Strategic consulting, Business
Matchmaking & Cross-Border Partnerships
www.europebridgepartners.com



© Sabile Klimgt

■ EUSTELLA

(AI Newsrooms Technology GmbH)
Karl-Farkas-Gasse 22, A-1030 Vienna
Geschäftsführer/ Dirigeant:
Matteo Rosoli (r.), CEO
Ansprechpartner: Bastian Kellhofer (l.) &
Jakob Steinschaden, Co- Founder
✉ office@eustella.com
Branche: KI-Agenten & Software /
Agents IA & logiciels
www.eustella.com



© eustella

© eustella

■ GATEWAY VENTURES

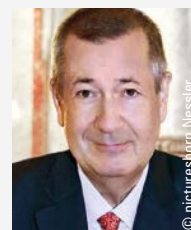
Elisabethstraße 13/13, 1010 Vienna
Geschäftsführer & Kontakt /
Dirigeant & Contact: Markus Kainz,
CEO & Founder
✉ markus.kainz@gateway.ventures
☎ +43 699 135 303 43
Branche: Venture Capital & Startup-Investments /
Capital-risque & investissements dans les start-ups
www.gateway.ventures



© Gateway Ventures

■ HOTEL IMPERIAL VIENNA – A Luxury Collection Hotel

Kärntner Ring 16, 1010 Wien
General Manager: Thomas van Opstal (Foto)
Ansprechperson/ Contact: Amy Rombot
✉ amy.Rombot@luxurycollection.com
☎ +43 664 780 860 15
Branche: Hotellerie, Restaurant /
Hôtellerie, restauration
www.marriott.com



© picturesfrom vienna

■ JP MOUEIX

Geschäftsführer / Dirigeant: Edouard Moueix
Ansprechperson / Contact: Bertil Corgié (Foto)
✉ bcorgie@jpmoueix.com
☎ +33 772 00 10 07
Branche: Wein, Spirituosen & Lebensmittel /
Vins, spiritueux et alimentation
www.jeanpierremoueix.com



© Eva Pajjens

Herzlich willkommen bei der CCFA

Bienvenue à la CCFA

■ LEONARDI VITALIS

Wimmergasse 29/1, 1050 Wien
Geschäftsführerin & Kontakt / Dirigeante &
Contact: Dkfr. Marguerite Leonardi, MBA
✉ ml@leonardi.at
☎ +43 699 194 12 707
Branche: Gesundheit, Medizin & Wohlbefinden /
Santé, médecine & bien-être
www.leonardi.at



■ VRANKEN-POMMERY

DEUTSCHLAND & ÖSTERREICH GMBH

Neue Grünstraße 26, D-10179 Berlin
Ansprechperson & Geschäftsführer /
Contact & Dirigeant: Thomas Wirz
✉ twirz@vranken-pommery.de
☎ +49 30 20 91 393 61
Branche: Wein, Spirituosen & Lebensmittel /
Vins, spiritueux et alimentation
www.maisonpommery.com



■ PAUL BAKERY – BOULANGERIES PAUL

(PAUL Austria – Panetier 1260 GmbH)
Kegelgasse 37-39 | 1030 Wien
Ansprechperson & Geschäftsführer /
Contact & Dirigeant: Danijel Ber, CEO
✉ management@paulbakery.at
☎ +43 660 766 99 55
www.boulangeriespaul.com
www.paulbakery.at



■ PROXIMA GREEN

33 Rue du Moulin de Pierre,
92140 Clamart, France
Geschäftsführer / Dirigeant:
Paul Langlois-Meurinne
Kontakt / Contact:
Victor Caduc (Foto), CEO & Co-founder
✉ contact@proxima.green
☎ +33 6 30 85 72 54
Branche: KI & Deep Tech – autonome Mobilität / Logistik /
IA & Deep Tech – mobilité autonome / logistique
www.proxima.green



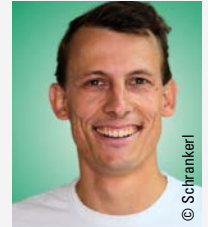
■ RYEXECUTIVES

Kärntner Ring 5-7/7, 1010 Wien
Geschäftsführer: Vsevolod Rychagov, BA, MBA
✉ v.rychagov@ryexecutives.com
☎ +43 1 208 03 31
Ansprechpartner: Magdalena Ulleram, BA, BA
✉ l.ulleram@ryexecutives.com
☎ +49 151 2415 2039
Branche: Personalberatung, HR & Recruiting /
Conseil en ressources humaines & recrutement
www.ryexecutives.com



■ SCHRANKERL

Geschäftsführer : Stephan Haymerle, Gründer, CEO
✉ stephan@schrankerl.at
☎ +43 664 783 96 18
Branche: Gastronomie, Catering & Events /
Gastronomie, catering & événements
www.schrankerl.at



■ SUDO CONSULTING

Anton-Krieger-Gasse 80, 1230 Wien
Ansprechpartner/Inhaber : Mag. Bernard Steurer
✉ be.st@sudo.co.at
☎ +43 665 672 637 10
Branche: IT-Consulting / Conseil en informatique
www.sudo.co.at



■ SYNTAGMA STRATEGIES GMBH

Auerspergstraße 17/9, 1080 Wien
Kontakt & Geschäftsführer /
Contact & Dirigeant: Hannes Kirchbaumer
✉ office@kirchbaumer.com
✉ hk@syntagma-strategies.com
☎ +43 676 978 86 77
Branche: Beteiligungen & Strategie-
beratung / Participations & conseil stratégique
www.kirchbaumer.com



■ VINOTHEK LA CAVE

Bacherplatz 12, 1050 Wien
Ansprechperson & Geschäftsführer /
Contact & Dirigeant: Philipp Thomas
✉ office@lacave.at
☎ +43 1 544 73 83
Branche: Wein, Spirituosen & Lebensmittel /
Vins, spiritueux et alimentation
www.lacave.at



■ XCHANNELS.AI

Maria-Jacobi-Gasse 1, 1030 Wien
Geschäftsführerinnen & Ansprechpartnerinnen /
Dirigeantes & Contacts: Ashley Zvaniashvili &
Dr. Isabell Claus-Polster, Managing Directors
✉ ashley@xchannels.ai ; isabell@xchannels.ai
Branche: KI & Software / AI & logiciels
www.xchannels.ai



■ DIE ZUCKERLWERKSTATT

Herrengasse 6-8, 1010 Wien
Geschäftsführer & Kontakt / Dirigeants & Contact:
Christian Mayer, Maria Mayer, Martin Scholz
✉ martin@zuckerlwerkstatt.at
☎ + 43 1 890 90 56 14
Branche: Süßwaren & Zuckerbäckerei /
Confiserie & confiserie artisanale
www.zuckerlwerkstatt.at



> Neue Gesichter & Karriere | Nouvelles têtes & Carrière

Die CCFA gratuliert herzlich zu den jüngsten Karriereschritten:
Félicitations de la CCFA pour ces récentes évolutions de carrière:

■ **AMUNDI ÖSTERREICH / AMUNDI AUTRICHE**



Sabine Klimpt

Mit 1. September 2026 hat **Jean-Charles Delcroix** die Position des CEO von Amundi Österreich übernommen und ist damit auf Franck du Plessix gefolgt, der diese Funktion vier Jahre innehatte. Delcroix verfügt über mehr als 30 Jahre internationale Erfahrung in den Bereichen Vermögensverwaltung, Risiko und Compliance und war in leitenden

Positionen in Europa und Asien tätig. Zuletzt war er Chief Control Officer bei CPR Asset Management, einer Tochtergesellschaft von Amundi. Zuvor verantwortete er unter anderem die Compliance-Aktivitäten von Amundi in Asien. 2010 kam er als Chief Risk Officer für Asien zu Amundi. Wir gratulieren Jean-Charles Delcroix herzlich zu seiner neuen Position und freuen uns auf eine erfolgreiche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit ihm und dem Team von Amundi Österreich.

Le 1er septembre 2026, **Jean-Charles Delcroix** a pris ses fonctions de CEO d'Amundi Autriche, succédant ainsi à Franck du Plessix, qui occupait ce poste depuis quatre ans. Jean-Charles Delcroix dispose de plus de 30 ans d'expérience internationale dans les domaines de la gestion d'actifs, des risques et de la conformité et a exercé des fonctions dirigeantes en Europe et en Asie. Il était dernièrement Chief Control Officer chez CPR Asset Management, filiale d'Amundi. Auparavant, il était notamment en charge des activités de conformité d'Amundi en Asie. Il a rejoint Amundi en 2010 en tant que Chief Risk Officer pour l'Asie. Nous félicitons chaleureusement Jean-Charles Delcroix pour sa nomination et nous nous réjouissons de poursuivre notre collaboration.

■ **WATERDROP® FRANCE**



© waterdrop

Camille Paboudjian hat im Juni 2026 die neu geschaffene Position der General Managerin für Frankreich bei waterdrop® übernommen. Damit etabliert das Wiener Scale-up erstmals eine eigene General-Manager-Struktur für den französischen Markt, der mittlerweile der zweitgrößte europäische Markt des Unternehmens ist. Paboudjian bringt umfassende strategische

und internationale Erfahrung mit. Vor ihrem Wechsel zu waterdrop® war sie mehr als zehn Jahre bei der Unternehmensberatung BCG tätig und arbeitete zuvor bei Pernod Ricard. In ihrer neuen Funktion verantwortet sie den weiteren Ausbau des französischen Geschäfts und die Stärkung der Marktposition von waterdrop® in Frankreich. Wir gratulieren Camille Paboudjian herzlich zu ihrer neuen Position und wünschen ihr viel Erfolg für diese spannende Aufgabe!

Camille Paboudjian a rejoint waterdrop® en juin 2026 en tant que première General Manager dédiée au marché français. Avec la création de cette nouvelle fonction, la scale-up viennoise met pour la première fois en place une structure de direction dédiée à la France, qui constitue désormais son deuxième marché européen. Camille Paboudjian dispose d'une solide expérience en stratégie et en développement international. Avant de rejoindre waterdrop®, elle a travaillé pendant plus de dix ans au sein du cabinet de conseil BCG, après avoir débuté sa carrière chez Pernod Ricard. Dans ses nouvelles fonctions, elle sera chargée de poursuivre le développement des activités de waterdrop® en France et d'y renforcer la position de l'entreprise. Nous adressons toutes nos félicitations à Camille Paboudjian pour sa nomination et lui souhaitons beaucoup de succès dans ses nouvelles fonctions !

Auswahl der
Event-Highlights

2026-2027

Une sélection
des temps forts

> **SAVE THE DATE**

CCFA EVENTKALENDER | AGENDA DES ÉVÉNEMENTS DE LA CCFA

- 26.09.2026** VIP Führung/Visite La Gacilly Baden Photo mit Lois Lammerhuber
- 06.10.2026** Les Ateliers de la CCFA: Remote Working – philosophische, arbeitsrechtliche, soziale und steuerliche Herausforderungen und Chancen
- 14.10.2026** CCFA x ATOS Event zu Europäischer Souveränität
- 19.11.2026** Salon Beaujolais Nouveau de la CCFA @ BDO
- 03.12.2026** Punschabend der CCFA bei der Crêperie Mobile @ Weihnachtsmarkt am Karlsplatz
- 26.01.2026** CCFA Neujahrsempfang @ Park Hyatt / Soirée des Voeux de la CCFA @ Park Hyatt Vienna

Seien Sie dabei! Werden Sie Teil der CCFA-Community und erleben Sie unsere exklusiven Events, wertvolle Begegnungen und profitieren Sie von unserem starken, dynamischen Netzwerk. **Informieren Sie sich jetzt über eine Mitgliedschaft: office@ccfa.at**

Rejoignez-nous ! Rejoignez la communauté de la CCFA et profitez de nos événements exclusifs, de rencontres privilégiées et de notre réseau franco-autrichien dynamique. **Découvrez dès maintenant les avantages d'une adhésion : office@ccfa.at**



CHAMPAGNE
POMMERY

Créateur du Brut
.....
depuis 1874

VRANKEN-POMMERY Deutschland & Österreich GmbH

Neue Grünstr. 26 · 10179 Berlin · Tel: +49 (0) 30 / 20 91 393 0 · vertrieb@vranken-pommery.de