

ZERTIFIKATE KONGRESS 2022

„ZEITENWENDE – ZEIT FÜR ZERTIFIKATE“

Donnerstag, 22. September 2022
im UniCredit Center am Kaiserwasser

SUMMARY

„WIRTSCHAFT IM ZEICHEN DES KRIEGES! AUSSICHTEN FÜR 2023“ ... Seite 2

Stefan Bruckbauer – Chefökonom, UniCredit Bank Austria AG

„MIFID II & ZERTIFIKATE – KONFUSION ODER KLARHEIT?“ ... Seite 5

Bernd Spendig – Head of ESG – Client Risk Management, HypoVereinsbank –
UniCredit

PODIUMSDISKUSSION „GELDANLAGE UND VERMÖGENSAUFBAU – BRAUCHT ES NOCH BANKEN?“ ... Seite 7

Teodoro D. Cocca – Stv. Institutsvorstand, Johannes Kepler Universität Linz

Christian Bothe – Geschäftsführer, onvista media GmbH

Markus Plank – Bereichsleiter Wertpapierkompetenzzentrum & Private Banking,
Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG

Moderation: **Uwe Kolar** – Vorstandsmitglied, Zertifikate Forum Austria

„EIN HIMMEL VOLLER BIENEN “ – WIE UNTERNEHMEN SICH NACHHALTIG ENG AGIEREN UND BIODIVERSITÄT FÖRDERN KÖNNEN

Vanessa Weber von Schmoller, Regisseurin Dokumentarfilm
„Ein Himmel voller Bienen“ ... Seite 9

„WIRTSCHAFT IM ZEICHEN DES KRIEGES! AUSSICHTEN FÜR 2023“

*IN BEWÄHRT KONSTRUKTIVER MANIER ANALYSIERTE **STEFAN BRUCKBAUER**, CHEFÖKONOM DER UNICREDIT BANK AUSTRIA, DIE AKTUELLE SITUATION DER WELTWIRTSCHAFT. SEIN FAZIT: WIR SOLLTEN UNS VON DER PESSIMISTISCHEN STIMMUNGSMACHE IN MEDIEN NICHT ZU SEHR BEEINDRUCKEN LASSEN UND EINEN KÜHLEN KOPF BEWAHREN.*



Lässt man sich von Medienberichten leiten, herrscht derzeit Weltuntergangsstimmung. Die Inflation scheint völlig außer Kontrolle geraten zu sein und die EZB komplett versagt zu haben. Tatsächlich? Das wollen wir uns genauer ansehen.

Dynamische und „eigenartige“ Erholung nach Corona

Fakt ist, dass sich die Wirtschaft deutlich rascher und stärker nach der Corona-Pandemie erholt hat als erwartet – vor allem in den USA. Dort wurde das Potenzialwachstum schnell wieder erreicht. Dank enormer fiskalischer Impulse ist die Erholung sehr dynamisch, aber auch „eigenartig“ ausgefallen, wie Stefan Bruckbauer betont: „Plötzlich wurden vermehrt dauerhafte Konsumgüter wie Fahrräder und Fernsehgeräte angeschafft, weil die Menschen einerseits durch die staatlichen Unterstützungen und Ersparnis viel Geld zur Verfügung hatten und es andererseits aufgrund der Lockdowns nicht für Restaurantbesuche oder Urlaubsreisen ausgeben konnte. So sind bestimmte Wirtschaftszweige deutlich über ihr Potenzial hinausgeschossen, andere wiederum sind in eine tiefe Rezession geschlittert. Das hat zu undifferenzierten Preissteigerungen geführt.“

Unattraktive Jobs und mehr Pensionierungen

Hinzu kommt der Umstand, dass viele Menschen nach der Pandemie nicht mehr in den Arbeitsmarkt zurückgekehrt sind. Bruckbauer: „In den USA sind viele Amerikaner in Pension gegangen oder wollen nicht mehr in ihre Jobs zurück, weil diese durch die Pandemie unattraktiv geworden sind. Aktuell sind in den USA nur etwa 70 Prozent der Menschen im erwerbsfähigen Alter berufstätig.“

Erfüllung politischer Erwartungen bei den Zentralbanken

Diese Faktoren haben auch in Europa dazu geführt, dass bereits vor dem Ukrainekrieg die Energie- und Rohstoffpreise gestiegen sind – etwa aufgrund von globalen Lieferkettenproblemen – und zügig an die Verbraucher weitergegeben wurden. Bei den Zentralbanken lösten diese Ereignisse folgende Gedanken- und Reaktionsketten aus: Mit der Corona-Pandemie kommt zuerst der Abschwung, die Rohstoffpreise sinken, Lager werden zurückgefahren. Mit dem virulenten Aufschwung werden plötzlich die Einkäufer mit Anfragen überrannt. Sie haben jedoch nicht genug Material und bestellen nach. Dadurch steigen vorübergehend die Rohstoff- und Energiepreise, um sich dann wieder auf einem niedrigeren Niveau einzupendeln. Die Inflation wird nur vorübergehend sein.

„Allerdings ist dann der Ukrainekrieg losgebrochen und damit die endgültige Explosion der Energiepreise“, so Bruckbauer. „Diese hat relativ rasch auf die Verbraucherpreise durchgeschlagen, und die Politik ist in die Zwickmühle geraten. Sie brauchte einen Schuldigen für diese Entwicklung, und die Zentralbanken müssen nun als Sündenböcke herhalten. Die Zentralbanken geben nach und erhöhen schrittweise die Zinsen, um die Erwartungen der Politik zu erfüllen. Sie tun dies gleichzeitig in dem Wissen, dass eine Zinserhöhung wieder in die Rezession führt.“

Stagnation, Rezession und höhere Schuldendienste

Höhere Zinsen wirken sich nicht nur nachteilig auf die Kreditkosten und Finanzierungsmöglichkeiten für Unternehmen aus, sondern auch negativ auf den Schuldendienst des Staates. Bruckbauer: „Der österreichische Staat zahlt schon fast 3 Prozent Zinsen für seine Staatsanleihen.“

Für die Konjunktur bedeutet das aktuelle Szenario die Fortsetzung der Stagnation seit gut einem Jahr und das Risiko des Abrutschens in eine Rezession. „Trotz des Ukrainekrieges wird für Österreich heuer ein Wirtschaftswachstum von 5,3 Prozent erwartet, das ist der höchste Wert seit 1972. Der Krieg bringt uns aber im vierten Quartal voraussichtlich wieder ins Minus. Bei den Verbrauchern ist diese Entwicklung noch nicht angekommen. Der Einzelhandel läuft derzeit noch gut, die Haushalte konsumieren weiter und fahren auf Urlaub, wenngleich die Konsumentenstimmung zunehmend schlechter wird und wir 2023 mit einer deutlich gedämpften Kauflaune rechnen müssen“, erklärt Bruckbauer.

Wenig flexible Businesspläne

In der Industrie hat das Stimmungsbarometer ebenfalls schon bessere Werte gesehen. Bruckbauer: „Da kommt jetzt einfach zu viel zusammen: hohe Strom- und Energiepreise, die Konjunkturschwäche in Asien – insbesondere in China nach dem Zusammenbruch der Immobilienblase – und steigende Zinsen. Die Realzinsen sind zwar historisch immer noch niedrig, aber schon deutlich höher als zuletzt. Unternehmen haben damit das Problem, dass sie ihre nominell und auf längere Zeit ausgerichteten Businesspläne nicht einfach von heute auf morgen anpassen können. Sie müssen jetzt sinkenden Umsätzen steigende Zins- und Finanzierungskosten gegenüberstellen.“

Wohlstandsentzug im Ausmaß von 2,5 Prozent des BIP

Auf der Aufwandsseite schlagen zusätzlich die Energiekosten zu Buche. „Zwei Drittel unserer Energie müssen außerhalb Europas zugekauft werden – hauptsächlich Öl und Gas. Bei den enormen Preisen führt das sukzessive zu einem Entzug von Wohlstand. Wenn wir etwa die Energiekosten mit dem Ausland für das Jahr 2021 hernehmen, so haben wir in Österreich rund 9 Milliarden Euro für Öl, Gas und Strom ausgegeben. Zu Preisen von jetzt wären das rund 20 Milliarden Euro – also 10 Milliarden Euro mehr für die gleiche Menge an Energie. Dieser Unterschied entspricht rund 2,5 Prozent des BIP oder 1,5 Jahren Wirtschaftswachstum. Das wäre ein erheblicher Wohlstandsverlust, den wir klug unter uns aufteilen müssten, um größere Verwerfungen in der Gesellschaft zu vermeiden“, so Bruckbauer.

1.000 Euro pro Jahr weniger

Auf die einzelnen Haushalte heruntergebrochen bedeutet der bisherige Anstieg bei den Energiepreisen einen Fehlbetrag von durchschnittlich rund 1.000 Euro pro Jahr und pro Haushalt. Bruckbauer: „Diese Entwicklung muss abgefedert werden – einerseits über die bereits beschlossenen Maßnahmen für Ausgleichszahlungen an Haushalte und Unternehmen, andererseits über politische Maßnahmen auf EU-Ebene. Wir halten ja weiterhin an einer ‚Green Transition‘ unserer Wirtschaft fest. Das bedeutet eine Reduktion bzw. den Ausstieg aus fossiler Energie. Wenn allerdings die Gas- und Strompreise wieder günstiger werden, bleiben Anbieter von erneuerbaren Energien auf relativ hohen Kosten sitzen. Investitionen in alternative Energien brauchen also einen sicheren Rahmen, sonst haben wir es mit ‚sunken costs‘ zu tun, die sich am Ende des Tages keiner leisten kann.“

Politik mit viel Fingerspitzengefühl

Einen weiteren Belastungsfaktor unseres Wohlstands ortet Bruckbauer in der geopolitischen Situation: „Militärausgaben werden steigen müssen, denn Russland und die USA haben uns vor Augen geführt, dass sie auf Dauer keine Partner sind. China wiederum steht unserem Gesellschaftssystem feindlich gegenüber. Unternehmen zu animieren, ihre Importe und Handelsverträge mit politisch ‚opportunen‘ Ländern abzuschließen, wird uns ebenfalls etwas kosten. Vor diesem Hintergrund braucht es eine Politik mit viel Fingerspitzengefühl, die auch die Mitte der Gesellschaft gut abholt. Aktuell hat der Mittelstand bzw. die Mittelschicht das Gefühl, stets für andere zu zahlen, aber selbst nichts zu bekommen. Das Risiko ist groß, dass sie das bestehende Gesellschaftssystem nicht mehr als ‚ihr‘ System anerkennen.“

„MIFID II & ZERTIFIKATE – KONFUSION ODER KLARHEIT?“

*UNTER DIESEM TITEL GAB **BERND SPENDIG**, HEAD OF ESG – CLIENT RISK MANAGEMENT BEI DER HYPOVEREINSBANK UNICREDIT, EINBLICKE IN DEN AKTUELLEN STAND DER REGULIERUNGSDEBATTE RUND UM MIFID UND NACHHALTIGE VERANLAGUNGEN.*



Die ursprüngliche Idee war gut: Mit Hilfe des EU Action Plan for Sustainable Finance sollten seit März 2018 Kapitalströme in „grüne“, also nachhaltige Aktivitäten umgeleitet werden. Bislang haben die Bemühungen und Anstrengungen zur Umsetzung des Aktionsplans jedoch eher zu einem Sammelsurium an verschiedenen, teilweise inkohärenten Regulierungen geführt.

Abfragepflicht zu Nachhaltigkeitspräferenzen

Neben der EU-Taxonomie-Verordnung gelten die Benchmark-Regulierung und eine Reihe von Offenlegungsverpflichtungen. Ihnen allen gemeinsam ist die Herausforderung, eine große Menge an Daten abzufragen, zu sammeln, zu strukturieren, zu interpretieren, zu dokumentieren und in der Produktgestaltung bzw. im Verkaufsgespräch mit ESG-interessierten AnlegerInnen zu berücksichtigen. Seit 2. August 2022 besteht die Verpflichtung für Anlageberater, ihre KundInnen auf deren Nachhaltigkeitspräferenzen hin zu analysieren oder – salopp gesagt – sie zu fragen, ob sie nachhaltig veranlagen wollen. Die erweiterten MiFID-II-Vorschriften für mehr Transparenz und Anlegerschutz sehen dies so vor.

Schön und gut, aber ...

Das Problem in der Umsetzung sind umfangreiche zeitliche und inhaltliche Inkohärenzen der Regularien. So haben sich zum Beispiel Emittenten insbesondere an MiFID zu orientieren, Berater jedoch auch an SFDR-Pflichten – also nachhaltigkeitsbezogenen Offenlegungspflichten. Demnach dürfen etwa Fonds, die nach Artikel 8 EU-Taxonomie-Verordnung als nachhaltig bezeichnet werden, nicht im Sinne der Finanzmarkttrichtlinie MiFID II als nachhaltig verkauft werden. Fonds, die nach Artikel 9 der EU-Taxonomie-Verordnung klassifiziert sind und eine konkrete Nachhaltigkeitswirkung anstreben, entsprechen hingegen weiterhin auch den Nachhaltigkeitspräferenzen nach MiFID.

Wer soll sich da noch auskennen?

Um Licht ins Dunkel zu bringen und Finanzdienstleistern eine praxistaugliche Lösung an die Hand zu geben, wurde in Deutschland das Verbändekonzept entwickelt. Hier haben sich die Branchenverbände der Fondsgesellschaften (BVI), Banken (Deutsche Kreditwirtschaft) und Zertifikatehäuser (DDV) zusammengetan und ihren Vorschlag mit der Finanzaufsicht BaFin abgestimmt.

Das Konzept gibt einen Raster vor, in den die Anbieter ihre Produkte auf Basis verschiedener Kriterien einsortieren können. Das soll den BeraterInnen und Vertrieben die Arbeit erleichtern,

da es eine Vorauswahl darstellt, an der sie sich bei der Produktselektion orientieren können. In diesem Raster ist zum Beispiel festgelegt, für welche Produkte der Emittent die UNPRB (Principles for Responsible Banking der Vereinten Nationen) unterschrieben haben muss und ob ein ESG-Rating des Emittenten vorliegen muss. Weiters sind Ausschlusskriterien für Basiswerte und Payoffprofile, die Zertifikaten zugrunde liegen, definiert. Diese reichen von herkömmlichen Anforderungen wie etwa Ausschluss von Rüstungsunternehmen bis hin zum Ausschluss von gehebelten Produkten.

Eher weniger als mehr nachhaltige Produkte im Portfolio

Offen sind derzeit noch Fragen wie die Angabe von Taxonomiequoten, die bislang noch kaum von Unternehmen berechnet bzw. publiziert werden, konkrete Definitionen für nachhaltige Investments oder auch eine mögliche Standardisierung für Basiswerte. Aktuell scheint das Risiko groß, dass durch komplexe Abfrage- und Offenlegungserfordernisse eher weniger nachhaltige Produkte verkauft werden als mehr.

Die Regulierung droht damit genau zum Gegenteil von dem zu führen, was ursprünglich beabsichtigt war. Es sei denn, die Beraterpraxis bleibt kreativ und verfolgt weiterhin einen behelfsmäßigen Ansatz, der mehr und mehr Schule zu machen beginnt: KundInnen wird nahegelegt, auf die Frage nach ihren Nachhaltigkeitspräferenzen mit „Nein“ zu antworten. Damit ersparen sie sich – und ihrem Berater bzw. ihrer Beraterin – mühseliges qualitatives und quantitatives Beantworten unzähliger Fragen. Nachhaltige Produkte können freilich trotzdem erworben werden.

Im Sinne des Erfinders ist dies definitiv nicht. Der Regulator wird sich also noch etwas wirklich Schlaues überlegen müssen.

„GELDANLAGE UND VERMÖGENSAUFBAU – BRAUCHT ES NOCH BANKEN?“

DIE FRAGE IST NICHT NEU, ABER IMMER NOCH SEHR SPANNEND ZU DISKUTIEREN. VOR ALLEM, WENN EXPERTEN AUS GANZ UNTERSCHIEDLICHEN BEREICHEN DARÜBER SINNIEREN. HIER EINE ZUSAMMENFASSUNG. UND: DANKE AN UWE KOLAR VOM ZERTIFIKATE FORUM AUSTRIA FÜR DIE MODERATION!



v.l.n.r.: U. Kolar, T. D. Cocca, M. Plank, C. Bothe

Bill Gates soll einmal gesagt haben: „Banking is essential, banks are not“. Damit meinte er, die technologische Revolution würde Banken in Frage stellen. Zum Teil hatte er recht. Die wissenschaftliche Forschung zeige, so **Teodoro D. Cocca, stv. Institutsvorstand an der Johannes Kepler Universität Linz**, dass die Nachfrage nach Kundenberatung zyklisch verlaufe: „In Boom-Phasen steigt der Anteil der Self-directed Customers, bei einem Crash kommt es wieder zu einer Abnahme und mehr Nachfrage nach Beratung. Dem gegenüber stehen strukturelle Veränderungen durch ein verändertes Kundenverhalten. Die Digitalisierung hat viel Verselbstständigung der KundInnen möglich gemacht. Die Ausprägung ist aber nicht so stark wie angenommen.“

Den Grund dafür sieht Cocca im Kundenpotenzial: „Die technologische Revolution ab 1995 hat wohl einige Early Adopters für alternative Formen des Bankings an sich gebunden. Das Gesamtpotenzial ist jedoch limitiert. Die breite Kundschaft – das haben unsere Forschungen gezeigt – wird weiterhin von klassischen Banken angesprochen. Selbst der Zulauf zu Online-Banking während der Lockdowns in der Corona-Pandemie dürfte jetzt wieder etwas abflauen.“

Markus Plank, Bereichsleiter Wertpapierkompetenzzentrum & Private Banking bei der Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien, relativiert: „Wenn wir von Wertpapiergeschäften und Vermögensaufbau reden, dann bewegen wir uns hier im Universalbankenbereich nur in einem schmalen Kundensegment. Die Rolle der Banken besteht darin, in der Beratung Vereinfachung, Klarheit und Fokus zu generieren. Das Potenzial von Robo Advisory wird überschätzt. Da sind die Produzenten zu enthusiastisch. Allerdings helfen uns die neuen digitalen Kanäle auch im Private Banking. Als traditioneller Private-Banking-Anbieter kann man sich viel von der digitalen Client Journey abschauen.“

Dazu führt **Christian Bothe, Geschäftsführer von onvista media**, ins Treffen: „Die Client Journey einer Bank übersieht oft noch die wirklich relevanten Touch Points der KundInnen. Dazu sollte man sich das Mediennutzungsverhalten der KundInnen ansehen, denn dort finden sich die Kundenschnittstellen. Die Denke ‚Ich muss zur Bank‘ wird es nicht mehr lange geben. Die KundInnen müssen anders abgeholt werden, nämlich dort, wo sie unterwegs sind. Und das sind verstärkt auch die sozialen Medien. Da braucht es künftig auch eine stärkere Differenzierung beim Konsum von Finanzthemen. Nicht mehr jeder und jede Influencerin kann sich in Zeiten volatiler Märkte in den sozialen Medien vor eine Kamera stellen und eine passende Aktienempfehlung geben. Außerdem sollte man von der klassischen Kategorisierung von Anlegertypen wegkommen. AnlegerInnen machen eine Reise durch, in der sie sich weiterentwickeln. „Zocken“ spielt da auch eine Rolle – also das Probieren mit Kryptoassets und

Hebelprodukten. Hauptsächlich können diese AnlegerInnen ebenso einen klassischen ETF-Sparplan haben. Die Einteilung in aktive SelbstentscheiderInnen und Trader versus konservative AnlegerInnen wird es in dieser Form immer weniger geben. Banken müssen zudem ihren Anspruch revidieren, einziger Ansprechpartner für alles zu sein.“

Um den unterschiedlichen Kundenbedürfnissen zu entsprechen und auch eine diverse Kanalnutzung zu ermöglichen, haben Banken zuletzt erhebliche Summen in den Ausbau ihrer Multi-Channel-Strategien investiert. „Der ultimative Test ist jetzt die Ertragskraft“, so **Teodoro D. Cocca**. „Der Erfolg eines Multi-Channel-Ansatzes ist abhängig von der Zahlungskraft der KundInnen. Wir sehen allerdings, dass die Zahlungsbereitschaft für Bankdienstleistungen abnehmend ist. Multi-Channel ist zwar toll im Sinne des Offerings, weil es alles abdeckt, aber es ist teuer! Deshalb wählen reine Online-Anbieter nur einen Kanal, sind dort hocheffizient und viel kostengünstiger. Wir werden künftig einen Wettbewerb der Systeme sehen.“

Und was geschieht künftig auf der Kundenseite? Wie wird sich die „Next Generation“, also die heute Zwanzigjährigen, die mit dem Smartphone aufgewachsen sind, in 30 Jahren verhalten? Wenden sie sich noch an den Bankberater? Dazu **Teodoro D. Cocca**: „Mit zunehmendem Alter sind KundInnen auf das Persönliche fokussiert. Bei weitreichenden Entscheidungen will man einen ‚echten Menschen‘ als Gegenüber. Das ist eine grundlegende soziale und psychologische Dimension, die sich auch künftig nicht verändern wird. Und wir sehen jetzt schon: Auch jungen Menschen ist bei komplexeren Themen ein persönliches Gegenüber wichtig. Denken wir an Erbschaftsfragen. Da will ich jemanden sitzen haben, der mir die Welt erklärt und mir Orientierung gibt.“

Diesem Aspekt kann **Markus Plank** aus seiner praktischen Beratererfahrung viel abgewinnen: „Guter Punkt – genau darum geht’s: zuerst ums Private, dann ums Banking. Ich lade meine KundInnen gerne ein, einen Blick hinter die scheinbar kostengünstigen Angebote von Online-Banken zu machen. Da liegt das Konto bei einem Finanzdienstleister in einem anderen Land und ich bekomme ein Derivat auf meiner App am Handy eingebucht. Das wirkt – vor allem für junge Menschen – sehr attraktiv. Aber was ist, wenn der Emittent des Produkts verschwindet, insolvent wird? An wen kann ich mich dann als KundIn wenden? Solange es – und das sehen wir in den digitalen Kanälen – um keine großen Volumina geht, sind Verluste verkraftbar. Bei größeren Summen möchten sich die KundInnen aber schon in der persönlichen Beratung alle Möglichkeiten aufzeigen lassen. Denn das merken wir auch: Am Ende des Tages können nur die wenigsten KundInnen allein und selbstständig eine Entscheidung treffen. Sie sind schnell von der Vielfalt an Möglichkeiten überfordert. Hier zeigt sich klar der Mehrwert der Banken: Sie reduzieren die Reizüberflutung für die KundInnen und nehmen Komplexität heraus.“

Dies sieht **Christian Bothe** naturgemäß anders – zumal „der Großteil der Menschen nicht im Private Banking unterwegs ist. Die meisten Menschen sind schon froh, wenn sie sich einen ETF-Sparplan mit 50–100 Euro im Monat leisten können. Dazu lohnt es, Menschen besser auszubilden, damit sie Entscheidungen eigenständig treffen können. Und Erfahrung ist nicht gleich Wissen: Nur, weil ein/e AnlegerIn vielleicht schon 20 Jahre Erfahrung am Markt hat, heißt das nicht, dass ein junger Mensch, der erst seit kurzem an den Märkten unterwegs ist, unbedingt weniger Know-how hat.“

„Die Lust auf Know-how sollte nicht überschätzt werden“, so **Markus Plank**. „Das Gros der Kunden möchte sich nicht mit Details auseinandersetzen. Sie sind eher auf der Schiene unterwegs: ‚Bitte navigier mich da durch und mach das für mich.‘ Das sehe ich nicht nur im Private Banking, sondern bei praktisch jedem Kunden, der am Monatsende Überschüsse übrig hat. Als Bank machen wir ihn darauf aufmerksam, was wir für ihn tun können. Und generell sollte im Bankbereich darüber nachgedacht werden, dass Beratung in Zukunft etwas kosten darf. ‚Free of charge‘ wird einmal an seine Grenzen stoßen, denn am Ende des Tages müssen alle Anbieter kostendeckend arbeiten.“

„EIN HIMMEL VOLLER BIENEN“ – WIE UNTERNEHMEN SICH NACHHALTIG ENGAGIEREN UND BIODIVERSITÄT FÖRDERN KÖNNEN

DIE MÜNCHNER REGISSEURIN VANESSA WEBER VON SCHMOLLER ZEIGTE IHREN JÜNGST FERTIGGESTELLTEN TEXT ÜBER DAS AUSSTERBEN DER WILDBIENEN. IN EINDRUCKSVOLLEN, SEHR PERSÖNLICHEN SEQUENZEN ZEIGT SIE MENSCHEN, DIE SICH IM ALLTAG UM DAS ÜBERLEBEN DIESER FÜR DEN BIO-KREISLAUF UNSERES GANZEN PLANETEN ÜBERLEBENSWICHTIGEN LEBEWESEN KÜMMERN.




"Ein Himmel voller Bienen" zeigt auch, wie Unternehmen ohne großen Aufwand einen Beitrag zur Artenvielfalt leisten können. Prädikat: Sehr sehenswert!

Mehr Info dazu finden Sie in unserem Videomittschnitt – [bitte hier klicken](#).

Wir danken unseren Sponsoren:

 [Abonnieren Sie uns auf LinkedIn!](#)

 [Abonnieren Sie uns auf YouTube!](#)

[Abonnieren Sie unseren Newsletter!](#)

Wir freuen uns auf Feedback, Anregungen und Fragen: office@zertifikateforum.at Impressum gemäß österreichischem Mediengesetz: Medieninhaber und Hersteller ist das Zertifikate Forum Austria, Rothschildplatz 1, 1020 Wien/Österreich; Herstellungsort ist Wien.