



DAS GROSSE SAMMELN

Crowdinvesting ist nicht mehr nur ein Schlagwort, sondern wird immer beliebter. Ein neues Gesetz regelt den Rahmen, während Alumni der FHWien der WKW auf allen Ebenen aktiv sind: Sie gründen, investieren und organisieren.

VON HARALD HORNACEK

n Zeiten, in denen Banken Kredite an immer strengere Bedingungen knüpfen – nicht zuletzt aufgrund regulatorischer Vorschriften -, sind alternative Finanzierungen gefragt. Die paar Millionen Euro, die bisher in Österreich via Crowdinvesting realisiert werden, nehmen sich im Vergleich zur Kreditfinanzierung noch mickrig aus. Doch das Konzept scheint immer besser anzukommen: Immer mehr Menschen wollen gute Ideen und innovative Unternehmen unterstützen und darin Geld veranlagen. Auch die gesetzlichen

»CROWDINVESTING HEISST, ICH BETEILIGE MICH AM UNTERNEHMEN.«

DANIEL HORAK

Rahmenbedingungen wurden zuletzt mit dem »Alternativfinanzierungsgesetz« verbessert.

Unterschiedliche Erwartungshaltungen

Die Begriffe Crowdfunding und Crowdinvesting kommen übrigens in diesem Gesetz nicht vor; womöglich ist das besser so, denn sie sorgen leicht für Verwirrung, zumal es unterschiedliche

finanzierung

Abgrenzungen der Begriffe gibt (siehe Kasten Seite 5). Daniel Horak, Absolvent der FHWien der WKW und mit der Plattform Conda einer der Crowdinvesting-Pioniere in Österreich, erklärt es so: »Crowdfunding ist zum Überbegriff geworden. Mit Conda setzen wir auf Crowdinvesting – das heißt, ich beteilige mich und bekomme Geld, wenn die Idee erfolgreich ist.«

Wie auch immer man es nennt: Das Thema sind Finanzierungsformen, bei denen viele Menschen kleine Summen investieren und so gemeinsam einem Unternehmen das notwendige Kapital zum Start oder Ausbau liefern. »Crowdinvesting ist Wagniskapital in kleinstmöglicher Form. Im Schnitt investieren die Anleger dabei unter 500 Euro«, berichtet



Daniel Horak ist Mitgründer der Crowdinvesting-Plattform Conda.



Oliver Holle ist eine Größe der Wiener Start-up-Szene und Lektor an der FHWien der WKW.

Horak. Schließlich ist das Investment auch mit Risiken verbunden: »Man sollte nur Summen einsetzen, bei denen man es auch aushält, wenn das Geld verloren geht«, betont er, »und man sollte auf mehr als ein Projekt setzen.« Ihm sei auch wichtig, dass Crowdinvesting »aus der derzeitigen Hype-Ecke« herauskomme. Es brauche Erfahrung und Zeit, damit sich das Thema etablieren könne und das Risikobewusstsein überall ankomme. »Für mich ist es eine Demokratisierung des Finanzmarktes: Ich entscheide. wem ich mein Geld anvertraue.«

»DIE GROSSE HÜRDE IST IM MOMENT EHER FEHLENDES VERTRAUEN.«

OLIVER HOLLE



Stephan Hebenstreit (Mitte) ist Finanzchef des E-Bike-Herstellers Freygeist.

Rechtlicher Rahmen verbessert

Welche Informationen Investoren für diese Entscheidung bekommen müssen, ist neuerdings im Alternativfinanzierungsgesetz (AltFG) geregelt. Bisher war der rechtliche Rahmen in Österreich nur bedingt crowdinvestingfreundlich: Ab einem Gesamtvolumen von 250.000 Euro musste ein sogenannter Kapitalmarktprospekt erstellt werden - das alleine kostet mehrere zigtausend Euro und rechnet sich somit erst bei Projekten im Umfang von einigen Millionen. Nun gibt es eine abgestufte Informationspflicht: Wer Geld einsammelt, muss ab einem Betrag von 100.000 Euro ein Informationsblatt veröffentlichen, ab 1,5 Mio. Euro besteht eine »Prospektpflicht light«, ab fünf Mio. dann die volle Prospektpflicht. Auch für Investoren sieht das Gesetz Regeln vor: Wer beispielsweise mehr als 5.000 Euro in ein Projekt investieren möchte, muss nachweisen, dass er mehr als durchschnittlich 2.500 Euro netto im Monat verdient. »Durch das neue Gesetz dürfen sich Investoren aber keine falschen Hoffnungen in Bezug auf Sicherheit machen, denn diese Art von Investition birgt weiterhin Risiken, die auch durch Gesetze nicht gemildert werden können«, betont Andreas Raith, Experte bei ReinthalerFinanz.

Für Oliver Holle, Gründer von Speedinvest, Experte für Startup-Finanzierung und Lektor an der FHWien der WKW, ist das neue Gesetz an sich okay – allerdings erwartet er dadurch keinen Crowdinvesting-Boom: »Die großen Hürden sind im Moment

FOTO: PROTASOV AN/SHUTTERSTO

Geld hat doch ein Mascherl

Es existieren zwei verschiedene Abgrenzungen der Begriffe Crowdfunding und Crowdinvesting. Eine unterscheidet zwischen den beiden, die zweite sieht eines als Teil des anderen.



Constantin Simon hat mit Nixe Bier schon drei Crowd-Finanzierungs-Runden absolviert.

eher fehlendes Vertrauen in diese Finanzierungsform, sowohl von potenten Investoren als auch von hochwertigen Start-ups. Auch in den USA funktioniert das Konzept nur, wenn bekannte Investoren mit ihrem Namen ein Signal setzen und so eine Masse an Geldgebern hinter sich mitnehmen. Die politischen Rahmenbedingungen sind geschaffen, nun liegt es an der Szene, Vertrauen zu schaffen und Erfolgsgeschichten zu produzieren«, sagt Holle.

Geld aus Deutschland

Solche Erfolgsgeschichten schrieben bereits mehrere AbsolventInnen der FHWien der WKW: Theresa Steininger lieferte mit »Wohnwagon« das Vorzeigeprojekt der Plattform Conda (siehe auch Seite 7), Constantin Simon überzeugte InvestorInnen mit seinem »Nixe Bier« und Stephan Hebenstreit stellte über die Crowd beeindruckende 1,5 Millionen Euro auf. Das Start-up »Freygeist«, in dem er Geschäftsführer und Finanzchef ist, finanziert damit die Entwicklung des leichtesten E-Bikes der Welt. Um diese Summe zu erreichen, musste er allerdings einen größeren Einzugsradius ansprechen und das Konzept auf der deutschen Plattform Companisto vermarkten: »Freygeist wurde von Anfang an professionell aufgebaut, mit

Eine gängige Definition sieht Crowdinvesting als eine von vier Varianten des Crowdfunding:

Donation-based: Die Crowd besteht hier aus SpenderInnen, die für ihre gute Tat keine Gegenleistung erwarten. Beispiele dafür findet man auf der österreichischen Plattform Respekt.net: Hier kann man etwa Umwelt-, Flüchtlings- oder Bildungsprojekte unterstützen. Auch das journalistische Projekt Dossier sammelte hier Geld (siehe Kasten Seite 7).

Reward-based: GeldgeberInnen erhalten materielle oder ideelle Anerkennung – zum Beispiel die ersten Exemplare eines Produkts, dessen Entwicklung sie finanzieren, oder eine Einladung in die Vorpremiere eines Films, den sie mit ihrer Spende unterstützen. Mit diesem Konzept arbeiten etwa die bekannten amerikanischen Plattformen www.kickstarter.com und www.indiegogo.com. Geld fließt nicht an die Unterstützer zurück.

Lending-based: Hier geht es um Zinsen: Private Mikrokredite werden über Plattformen oder direkt an Personen oder Unternehmen vergeben, dafür vereinbart man eine Verzinsung des Geldbetrags innerhalb einer definierten Laufzeit. In Österreich sind solche Geschäfte nur unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt: Im Zuge des Wirbels um private Kredite für die Waldviertler Schuhfirma GEA wurde schließlich eine rechtlich korrekte Lösung mit sogenannten »nachrangigen« Darlehen gefunden. Wird oft als »Crowdlending« bezeichnet.

Equity-based: Die Crowd wird im Gegenzug für ihr Geld am Unternehmen beteiligt – meist über Genussscheine oder als typischer stiller Gesellschafter. Genutzt wird dieses Crowdinvesting zum Beispiel für Frühphasenfinanzierung von Start-ups oder für Innovationsprojekte in KMU.

Gemäß der anderen Definition umfasst Crowdfunding grob gesagt die ersten beiden und Crowdinvesting die anderen beiden Varianten: »Der Unterschied liegt im Wesentlichen in der Gegenleistung des Kapitalempfängers an den Investor und in der emotionalen Beziehung, die zu Unternehmen oder Projekt besteht«, erklärt Andreas Reinthaler, Geschäftsführer von ReinthalerFinanz Während beim Crowdfunding eine Belohnung auf emotionaler Ebene erzielt werden soll - also Freude über den Erfolg des Unternehmens oder das Entstehen eines neuen Produkts - und keine materielle Gewinnabsicht besteht, steht bei Crowdinvesting eine Verzinsung des eingesetzten Kapitals im Vordergrund.

studio! September 2015

finanzierung

Das neue Crowdfunding-Gesetz soll auch die Interessen der Anleger schützen.



CROWDFINANZIERUNG FÜR UNABHÄNGIGEN JOURNALISMUS

Mit Berichten rund um das österreichische Asylwesen oder um Inserate öffentlicher Stellen hat sich das auf investigative Recherche und Datenjournalismus spezialisierte Projekt Dossier einen Namen gemacht. »Wir haben das Ziel, mit dossier.at eine neue Form des Online-Journalismus zu etablieren«, meint Florian Skrabal, Obmann des als Verein organisierten Start-ups und einer von mehreren AbsolventInnen der FHWien der WKW im Team. »Die größte Herausforderung war es und ist es bis heute, Dossier nachhaltig zu finanzieren. Dossier zu gründen. war mit einer ordentlichen Portion Selbstausbeutung verbunden. Aber wenn's läuft und das Projekt Spaß macht, fällt das nicht so stark ins Gewicht.« Bei der Finanzierung ging Skrabal schließlich auch neue Wege: 2013 sammelte Dossier über die Crowdfunding-Plattform respekt.net knapp 3.000 Euro für einen Firmenbuch-Zugang. In einer 2. Runde wurden dann knapp 9.000 Euro aufgestellt, die in Honorare der RedakteurInnen fließen.



Florian Skrabal gründete das journalistische Projekt Dossier.

einer perfekt durchgeplanten Crowdfunding-Kampagne. Große Plattformen wie Companisto selektieren hart, welches Start-up auf ihre Plattform kommt. Ohne wasserdichten Businessplan und voll funktionsfähiges Produkt hat man keine Chance.« Ein Business Angel (Mentor und Frühinvestor) glaubte an die Idee - so konnten Vorserienbikes gebaut werden, mit denen man auf Roadshow ging. Man habe, so Hebenstreit, von Anfang an auf deutsche Investoren gesetzt: »Österreich ist in Bezug auf alternative

»OHNE WASSERDICHTEN BUSINESSPLAN UND VOLL FUNKTIONSFÄHIGES PRODUKT HAT MAN KEINE CHANCE.«

STEPHAN HEBENSTREIT

Finanzierungsmöglichkeiten generell etwas skeptischer und die rechtlichen Strukturen dafür wurden nicht früh genug geschaffen.«

Viel Kohle für wenig Kohlehydrate

Die Privatbrauerei Nixe nimmt den Kampf gegen europäische Konzerne auf, die in einem extrem engen Markt ihre Produkte entwickeln und vertreiben. »Wir haben mit unserem Nixe Extra Dry und unserem Nixe Naturradler bereits drei Crowdinvesting-Runden mit Conda durchgeführt«, berichtet Gründer und Geschäftsführer Constantin Simon, »zwei Runden in Österreich mit einem Gesamt-Investment von 250.000 Euro und eine Runde für unsere deutsche Tochtergesellschaft in Hamburg mit 100.000 Euro. Wichtig war immer, ein Produkt und ein Investment anzubieten, für das sich die Investoren begeistern und mit dem sie sich identifizieren können.« Generell gebe es in Österreich allerdings einen zögerlichen Zugang zu neuen Geschäftsideen: »Am Anfang hat man es bei uns schwerer und muss sich erst beweisen. Sobald





ÖSTERREICHISCHE PLATTFORMEN

- www.1000x1000.at Bietet sowohl reward-based als auch lending-based und equity-based Crowdfunding an. Mindestinyestment: 100 Euro
- www.conda.at
 Equity-based Crowdfunding.
 Mindestinvestment: 100 Euro
- www.greenrocket.at
 Equity-based Crowdfunding
 im Bereich Nachhaltigkeit.
 Mindestinvestment: 250 Euro
- www.respekt.net
 Donation-based Crowdfunding
 »für eine bessere Gesellschaft«.
 Spenden ab 1 Euro
- dasErtragReich.at Lending-based Crowdfunding ausschließlich für bestehende heimische KMU (keine Start-ups). Mindestinvestment: 250 Euro

man diese Phase überlebt hat, kann man schnell wachsen.«

Es kann auch schiefgehen

Dass crowdfinanzierte Startups durchaus auch pleitegehen können, zeigten in Österreich zuletzt etwa das Gastronomieprojekt »Burgermasta« sowie die Firma Woodero, die edle Holz-Schutzhüllen für Smartphones und Tablets lancieren wollte, aber über überzogene Erwartungen stolperte. »Es ist eine Form von Risikokapital, dessen muss sich jeder Investor bewusst sein«, sagt Nixe-Gründer Simon. »Man hat die Chance, bei Erfolg überdurchschnittlich viel zu profitieren, es kann aber auch sein, dass kein Geld zurückgezahlt wird. Das muss man realistisch sehen.«

Für Freygeist-Geschäftsführer Hebenstreit kommt dabei den Crowdinvesting-Plattformen eine verantwortungsvolle Rolle zu: »Die Plattform, und nicht der Investor, hat Einblick in alle Einzelheiten und Details des Unternehmens und hält persönlichen Kontakt zum Start-up.« Wenn eine



Reinhard Zeilinger ist Studiengangsleiter an der FHWien der WKW.

Plattform auf kurzfristige Gewinne aus ist und Firmen präsentiert, denen grundlegende Erfolgsvoraussetzungen fehlen, könne sie daher der Finanzierungsform großen Schaden zufügen.

Das Scheitern an sich gehört für die Crowdinvesting-Experten Oliver Holle, Daniel Horak und Andreas Reinthaler, Geschäftsführer von ReinthalerFinanz, allerdings zum Spiel dazu. »Junge Firmen können eben auch scheitern, alles andere wäre unnatürlich. Es wäre gut, wenn um das Scheitern weniger Aufregung erzeugt würde«, meint Holle. Aufgrund der vergleichsweise geringen Anzahl betroffener InvestorInnen sei auch die Breitenwirkung nicht so groß wie bei Finanzskandalen, wo Hunderte Millionen verloren gingen, ergänzt Reinthaler, Gastvortragender an der FHWien der WKW für die Lehrveranstaltung »Sonderformen der Unternehmensfinanzierung«. Conda-Chef Horak fordert ein Umdenken in der Gesellschaft: »Wir brauchen mehr Verständnis für Unternehmertum, Risiko und auch Scheitern. In anderen Ländern sind Entrepreneure Rockstars – bei uns sind sie in der öffentlichen Wahrnehmung schnell einmal Betrüger.«

Fixpunkt im Lehrplan

Bei Studierenden gewinne das Thema Geld aus der Crowd jedenfalls immer mehr an Bedeutung, sagt Reinhard Zeilinger, Leiter des Master-Studiengangs Executive Management an der FHWien der WKW. »Unternehmensfinanzierung ist bei uns ein zentrales Thema, und da zählt Crowdfinancing in allen Facetten dazu.« Wichtig ist für Zeilinger, bei Studierenden Sensibilität zu entwickeln: »Was heißt Crowdfunding? Welche Vertragsformen gibt es? Worauf muss man Acht geben? Wie sieht ein guter Businessplan aus? Eine Idee zu haben, der sofort alle nachlaufen, das spielt es nicht.« •

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

immer wieder hört man Klagen aus der Wirtschaft, dass es derzeit schwer ist, Kredite zu bekommen. Alternative Finanzierungskonzepte bieten einen Ausweg – so kann man sich beispielsweise das nötige Kapital bei der »Crowd« aus Kleinanlegern besorgen.

Crowdfunding und Crowdfinancing sind Vokabel, die schon seit einigen Jahren in den Medien kursieren und mittlerweile immer mehr Menschen ein Begriff sind. Die praktische Bedeutung des Konzepts war allerdings bisher noch verschwindend gering. Doch nun scheinen wir an einem Punkt angelangt zu sein, an dem Crowdinvesting wirklich Fahrt aufnimmt: Erstens schafft der Gesetzgeber passende Rahmenbedingungen für Alternativfinanzierungen, und zweitens mehren sich die Beispiele heimischer Unternehmen, die diesen Weg gehen.

Als Geschäftsführer der FHWien der WKW freut es mich besonders, dass in vielen dieser Erfolgsgeschichten auch Absolventinnen und Absolventen unseres Hauses eine tragende Rolle spielen. So setzte etwa Theresa Steininger mit Wohnwagon das erste Crowdfinancing-Projekt des Landes um. Auf solche Entwicklungen bin ich stolz, sie verwundern mich jedoch nicht. Schließlich kommen unsere Lektorinnen und Lektoren fast durchgehend aus der Praxis. Unter ihnen befinden sich einige ausgewiesene ExpertInnen für Startups und Finanzierung. Dieser Tage, wenn das neue Studienjahr beginnt, wird also der Grundstein dafür gelegt, dass es bald noch mehr junge Crowdinvesting-Profis gibt.

Natürlich ist Crowdinvesting nicht der einzige Schlüssel zum Erfolg. Das erkennt man schon an der bunten Auswahl an Geschichten unserer Alumni und Studierenden auf den folgenden Seiten: Sie haben zum Beispiel mit Immobilien, einem Magazin oder einer Reiseplattform ihr Glück gefunden.

Ich wünsche Ihnen daher eine anregende Lektüre und einen guten Start in den Herbst!

Michael Heritsch

Geschäftsführer der FHWien der WKW



MICHAEL HERITSCH

Michael Heritsch ist Geschäftsführer der FHWien der WKW und seit über 10 Jahren an dieser tätig.



derStandard.at/Karriere



WAS MACHT EIGENTLICH...

... jemand, der Immobilienwirtschaft studiert hat? Wir stellen Berufe vor, die Absolventinnen der FHWien der WKW ergriffen haben. VON FLORIAN STREB

... EINE ASSET MANAGERIN IM IMMO-BEREICH?

Als Asset Managerin betrachte Als Asset Manager ich die Immobilie als eine Einheit und als Ganzes. Ziel ist es, durch aktive und nachhaltige Bewirtschaftung den Wert der Immobilie zu steigern und die Kundenzufriedenheit sowohl auf Eigentümer- als auch auf Mieterseite zu garantieren: Ich koordiniere Hausverwalter, Makler, führe Mietergespräche, kümmere mich um Mietvertragsabschlüsse, bin bei Verhandlungen mit Bautechnikern und Architekten dabei. Kurzum: eine sehr abwechslungsreiche und spannende Tätigkeit mit Budgetverantwortung. Dank dem Netzwerk der FHWien der WKW wurde ich im ersten Jahr meines Studiums dem Unternehmen EHL Immobilien GmbH vorgestellt. Mittlerweile habe ich 13 sehr spannende und erfolgreiche Jahre in diesem Unternehmen verbringen dürfen. Durch ständiges Wachstum der EHL hatte ich



die Möglichkeit, mich in verschiedenen Immobiliensegmenten – von Bürovermarktung in Wien bis hin zu Asset- und Centermanagement-Tätigkeiten in den zentral- und osteuropäischen Märkten – zu vertiefen. Seit eineinhalb Jahren leite ich die Abteilung Asset Management im Unternehmen EHL und berate private und institutionelle Investoren. Die FH Wien hat mich fachlich sehr gut vorbereitet und mir ein großes Generalistenwissen und Immobiliennetzwerk mitgegeben.« •

Andrea Dissauer

Leiterin Asset Management und Prokuristin bei EHL Immobilien GmbH

... EINE CONTROLLERIN IN DER IMMOBILIEN-VERWALTUNG?

Das Unternehmen Länder-realitäten Hammerl in Graz haben meine Eltern gegründet. Seit einigen Jahren leiten es mein Mann Stefan Schönhofer, Manfred Filzmoser und ich. Mein Schwerpunkt als Controllerin liegt in der Hausverwaltung, mit der Maklerei habe ich wenig zu tun. Das heißt, ich sehe mir zum Beispiel an, wie wir mit unseren Kosten liegen oder wie sehr unsere MitarbeiterInnen ausgelastet sind. Dazu kommen typische Aufgaben der oberen Ebene. Um mitzubekommen, wie vielschichtig und komplex die Arbeit in der Hausverwaltung ist, muss man einige Zeit in dem Bereich tätig sein: Obwohl ich früher manchmal meiner Mutter ein bisschen in der Buchhaltung geholfen habe, hatte ich überhaupt keine Vorstellung, worauf ich mich da einlasse. Nach vier Jahren in einem Fremdbetrieb habe ich die Konzessionsprüfung gemacht, aber es hat immer noch Fragen gegeben, bei denen ich gerne jemanden konsultiert hätte, deshalb habe ich mich für das Studium in Wien entschieden. Ich



habe wahnsinnig viel mitgenommen, was etwa Immobilienmarketing oder Kommunikation betrifft, habe gelernt, wie man mit Beschwerden umgeht. Und nach zehn Jahren telefoniere ich immer noch mindestens einmal pro Woche

mit StudienkollegInnen. Oft fahren wir gemeinsam auf Fortbildungen – ein toller Austausch!« •

Alexandra Schönhofer-Hammerl

Prokuristin und Controllerin bei Länderrealitäten Hammerl

... EINE IMMOBILIEN-**BEWERTERIN?**

Begonnen habe ich in meinem Unternehmen nach einer Initiativbewerbung mit einem Assistenzjob im Bereich der Immobilienbewertung und mich über die Jahre bis zur Gutachterin entwickelt. Meine Aufgabe ist, Verkehrswertgutachten für bestehende Immobilien und Immobilienprojekte zu erstellen. Im Gegensatz zu einer reinen Marktwerteinschätzung unterliegen solche Gutachten genauen gesetzlichen Regeln. Zu meiner Arbeit gehören Besichtigungen vor Ort: Wie schauen die Fenster aus, in welchem Zustand befindet sich der Keller, etc. Ich nehme aber keine Bohrproben bezüglich der Bausubstanz oder Vermessungen vor - das ist Aufgabengebiet anderer Sachverständiger. Um möglichst alle Details erfassen und dokumentieren zu können, bin ich bei den Besichtigungen stets mit Diktiergerät und Fotoapparat unterwegs. Neben den Begehungen gehören zum Beispiel auch das Ausheben von Plänen bei der Baupolizei, die Recherche im Grundbuch und die Ermittlung von Vergleichswerten zu meinen Aufgaben. Wenn mir alle bewertungsrelevanten Unterlagen vorliegen, berechne ich den Verkehrswert und bereite Befund und Bewertung in einem Gutachten auf. Im Studium habe ich die verschiedenen Bewertungsmethoden und die rechtlichen Rahmenbedingungen gelernt, in der Praxis sind jedoch auch Erfahrung und Marktkenntnis unerlässlich. Die Gutachten sollen so aufbereitet sein, dass sie auch ein Laie verstehen kann; der Rechenvorgang



wird Schritt für Schritt erläutert, alle Bewertungsansätze müssen hergeleitet bzw. begründet werden. In Auftrag gegeben werden Verkehrswertgutachten beispielsweise von Banken für Finanzierungen, von Notaren im Rahmen von Verlassenschaften, aber auch von Privaten, wenn es um einen Verkauf oder eine familieninterne Aufteilung geht.« -

Claudia Friedler

Immobilienbewerterin bei Realpartners

10 JAHRE IMMO-ABSOLVENTINNEN

Am 30. Juni feierte das Institut für Immobilienwirtschaft der FHWien der WKW gemeinsam mit AbsolventInnen, Lehrenden und MitarbeiterInnen das zehnjährige Bestehen des Instituts bei ausgelassener Stimmung im Karl-Dietrich-Saal des WIFI. 2005 graduierten die ersten AbsolventInnen des Studiengangs »Immobilienwirtschaft« - viel hat sich seither getan und stolz blickt das Institut auf insgesamt 424 Alumni zurück. Zu den GratulantInnen gehörten unter anderem ÖVP-Bildungssprecherin Brigitte Jank, der Fachverbandsobmann der Immobilienund Vermögenstreuhänder der WKO, Georg Edlauer, und der Geschäftsführer der FHWien der WKW, Michael Heritsch.

DAILY SPORTS

Aus einem einzelnen Interview wurde ein Blog und schließlich ein gedrucktes Magazin: Matthias Stelzmüller berichtet mit »Daily Sports« über Sportarten, die sonst wenig Beachtung finden.

»Hoch- und Tiefschläge« gab es für Matthias Stelzmüller bei der P<u>roduktion des</u> Magazins - das wurde auch fotografisch festgehalten.



VON FLORIAN STREB

m Anfang stand er nicht hinter dem Mikrofon, sondern davor: Im Herbst 2013 bat ein junger Journalist Matthias Stelzmüller zum Interview. Stelzmüller war damals einer der besten Short-Track-Läufer des Landes - Short Track ist eine Variante des Eisschnelllaufs - und erfreut darüber, dass sich jemand für seine Sportart interessiert. Der junge Journalist, Thomas Rathgeb, stand noch ganz am Anfang seiner Karriere – er war für kein Medium tätig, sondern schrieb Artikel, die ihm bei der Jobsuche helfen sollten. »Da ich viele andere österreichische Sportler kenne, habe ich ihm einige Kontakte für weitere Interviews vermittelt.« Schon bald entschieden sich Stelzmüller und Rathgeb gemeinsam mit dem Programmierer Wolfgang Aschenbrenner, daraus einen Blog mit Fokus auf Randsportarten zu machen, über die sonst kaum jemand berichtet - die Geburtsstunde von dailysports.at.

Magazin als Two-Men-Show

Die Zugriffszahlen auf die Plattform stiegen laufend - deshalb wagte Stelzmüller das Experiment Print: »Ich glaube, dass die Leute nach wie vor gerne auf Papier lesen. Nur für tagesaktuelle Meldungen ist ein gedrucktes

Medium heute nicht mehr geeignet.« Seine Bedingung: Das Magazin soll für die LeserInnen gratis sein. »Wir wollen damit ja auch die vorgestellten Sportarten populärer machen.« Die erste Ausgabe, die im Juni 2015 erschien, wurde organisatorisch zur »Two-Men-Show« von Stelzmüller und Lukas Charwat, während Rathgeb Chefredakteur für Online blieb. Der kurz davor zum Team gestoßene Charwat brachte dabei sein Know-how von der Graphischen bezüglich Fotografie und Layout ein. Obwohl beide noch nie zuvor ein Magazin gemacht hatten, kann sich das Ergebnis sehen lassen. Die Kontakte und das Know-how aus dem Bachelor-Studium der Unternehmensführung an der FHWien der WKW, das Stelzmüller gerade absolviert, waren dabei hilfreich, »Durch die Inserateneinnahmen ist sogar ein kleiner Gewinn übrig geblieben unser Stundenlohn war allerdings nahe an dem eines chinesischen Fließbandarbeiters.«

Künftig alle zwei Monate

Zum Team von Daily Sports zählen neben dem Kern aus Stelzmüller, Charwat, Rathgeb und Aschenbrenner auch viele freiwillige Redakteure. »Bisher haben schon über 20 Leute für uns geschrieben«, meint Stelzmüller. Mittelfristiges Ziel sei, dass ein paar MitarbeiterInnen von dem Projekt leben können. Dazu soll das Magazin künftig sechsmal pro Jahr erscheinen – heuer sollen zur Juni-Ausgabe noch eine im September und eine im Dezember kommen. Erhalten bleibt der Fokus auf SportlerInnen, die sonst kaum in der Öffentlichkeit stehen: »Auch wenn wir prominentere Interviewpartner bekommen - auf dem Cover des Magazins werden weiterhin Leute wie der Wiener Turmspringer Constantin Blaha zu sehen sein.« Parallel dazu steht online ein Relaunch an, berichtet Stelzmüller: »Wir wollen erstens die Seite optisch ein bisschen ans Magazin anpassen, weniger gedrängt gestalten, und zweitens Zugänge für Sportverbände schaffen, die in einer eigenen Sektion selbst Artikel posten können.« •



Daily Sports www.dailysports.at Magazin: Online als PDF, gedruckt in diversen (Sport-)Geschäften im Raum Wien

GENERATION Z

REZENSIERT VON GUDRUN GAEDKE

Tie sich die Generation Z von den anderen arbeitenden Generationen unterscheidet, rückt immer mehr in den Mittelpunkt des Interesses, da die nach 1995 Geborenen verstärkt in die Arbeitswelt eintreten. Christian Scholz hat mit »Generation Z. Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt« eine erste umfassende Betrachtung der Einstellungen, Werte und Ziele dieser Generation beschrieben und sieht sie insbesondere dadurch gekennzeichnet, dass sie eine strikte Abgrenzung von Arbeits- und Privatleben fordert. ein höheres Sicherheitsbedürfnis hat und flexible Arbeitsbedingungen eher ablehnt. Ihre realistische Einschätzung der Arbeitswelt führt dazu, dass sie weniger bereit ist, sich für diese aufzuopfern. Das Buch versucht, Fakten zu sammeln, und will anregen, ein wechselseitiges Verständnis für die jeweils andere Generation zu entwickeln. Da nach dem Autor das Wertespektrum der Generation Z auch für andere erstrebenswert sein könnte, gilt es für ein attraktives Miteinander voneinander zu lernen. Inwieweit die als Lebenswelten beschriebenen Wertemuster tatsächlich im Arbeitsalltag ankommen, wird erst die Erfahrung zeigen.



Christian Scholz, Wiley Verlag, 2014

empfehlenswert termine

GENUSSREISEN IM FOKUS

Die internationale **Culinary & Wine Tourism Conference** hat zum Ziel, den Erfahrungsaustausch zwischen WissenschafterInnen, dem akademischen Nachwuchs und interessierten PraktikerInnen zu intensivieren. Organisiert wird die Konferenz vom Institut für Tourismus-Management der FHWien der WKW in Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswirtschaft und der IMC Fachhochschule Krems. Das Programm startet mit dem Workshop Day. Tags darauf werden am Conference Day aktuelle Forschungsergebnisse präsentiert. Den Abschluss bildet eine Exkursion in die malerische Wachau.

Wann: 21.-23. Oktober 2015

Wo: FHWien der WKW. Währinger Gürtel 97. 1180 Wien

Anmeldung, Kosten & weitere Infos:

www.fh-wien.ac.at/tourismus-management/culinary-and-wine-tourism-conference-2015/

ERFOLGREICH DURCH VERÄNDERUNGEN FÜHREN

In radikalen Veränderungsprozessen wie Fusion, Sanierung oder Erschließung neuer Geschäftsfelder kämpfen Führungskräfte häufig um das Überleben des Unternehmens. Wie gehen sie mit dem Veränderungsdruck um? Was sind dabei die größten Herausforderungen? Wie führen sie MitarbeiterInnen erfolgreich durch Veränderungen? Im Rahmen der **Podiumsdiskussion: Surviving the Change** diskutieren langjährige Top-Führungskräfte und ExpertInnen wie Georg Zepke (I.S.O.), Martin Zagler (artbau), Waltraud Schinko-Neuroth (Neuroth AG) oder Herbert Pelzer (Triumph International AG) die wichtigsten Erfolgsfaktoren im Umgang mit Veränderungen. Die Veranstaltung findet im Rahmen des von der FFG geförderten Forschungsprojekts »KMU in Veränderung«, einer Kooperation der Institute Unternehmensführung und Personal & Organisation der FHWien der WKW, statt.

Wann: **6. Oktober 2015,** 18.30–20.30 Uhr

Wo: FHWien der WKW, Währinger Gürtel 97, 1180 Wien (Audimax)

Anmeldung & Info: http://bit.ly/1EsF2RA

DIE NACHT DER FHWIEN DER WKW 2015

Seit letztem Jahr erstrahlt die ehemalige Alumni&Co Gala als »Nacht der FHWien der WKW«. Alumni&Co präsentiert dieses exklusive Event mit gutem Essen, spannendem Rahmenprogramm und interessanten Gästen aus der Wirtschaft. Highlight der Veranstaltung ist die Wahl zum Alumnus oder zur Alumna des Jahres. 2015 stehen Alma Hrustemovic (Institut für Personal und Organisation), Harald Gerhard Reiter

(Institut für Financial Management) und Theresa Steininger (Institut für Unternehmensführung) im Finale.

Wann: 16. Oktober 2015,

18.30 Uhr

Wo: Orangerie Schönbrunn,

Schönbrunner Schloßstraße 47,

1130 Wien

Tickets & Infos:

www.fh-wien.ac.at/events



IN DER ZWICKMÜHLE

Gemeinsam mit elf anderen Studierenden aus aller Welt besuchte Martin Fast die Holocaust-Schauplätze Auschwitz und Berlin, um sich mit ethischem Handeln in der Wirtschaft auseinanderzusetzen. VON FLORIAN SEDMAK

▼ thisches Verhalten zahle sich für Unternehmen nur deshalb aus, weil man dann keine negativen Schlagzeilen und Strafen bekomme: So bekam es Martin Fast in einer Vorlesung während seines achtmonatigen Studiums im Double Degree Progam am BCIT in Vancouver zu hören. »Das konnte ich nicht ganz glauben - dort hat dann mein persönliches Interesse für ein zusätzliches soziales Engagement von Unternehmen und die Rolle von Unternehmen in der Gesellschaft überhaupt begonnen«, sagt der Betriebswirt.

Die Frage nach dem ethisch richtigen Verhalten im Wirtschaftsalltag ließ ihn seither nicht mehr los: »In einer zunehmend globalisierten Welt, in der Unternehmen und damit auch Manager eine immer größere Rolle in der Gesellschaft spielen, ist es wichtig, sich über seine eigenen Standpunkte im Klaren zu sein«, ist Fast überzeugt. Heute mehr denn je: Nach der Rückkehr aus Kanada machte Fast in Wien seinen Bachelor und begann bei der Erste Bank zu arbeiten,



wo er durch Datenauswertung die Grundlagen für strategische Entscheidungen für die Filialkonzeption aufbereitet.

Fellowships in Auschwitz

Seit einem Jahr studiert er berufsbegleitend am Institut für Financial Management an der FHWien der WKW, wo ihn der Stiftungsprofessor für Corporate Governance und Business Ethics, Markus Scholz, auf das FASPE-Programm aufmerksam machte: die »Fellowships at Auschwitz for the Study of Professional Ethics«, die das Museum of Jewish Heritage in New York City mit WissenschafterInnen der Yale Medical School, der Yale Law School, der Columbia School of Journalism und der Georgetown University konzipiert hat.

Seit 2009 konfrontiert das Programm einmal im Jahr angehende JuristInnen, MedizinerInnen, JournalistInnen und TheologInnen aus aller Welt vor dem historischen Hintergrund des Holocaust an zweien seiner wichtigsten Schauplätze mit großen ethischen Fragen: im Haus der



Die Teilnehmer-Innen von FASPE kommen von den Unis Oxford, Harvard ... und der FHWien der WKW.

»DIESES THEMA IN DIESER INTENSITÄT GREIFT JEDEN SEHR SCHNELL UND SEHR PERSÖNLICH AN.«

MARTIN FAST

Wannsee-Konferenz in Berlin, wo der Holocaust beschlossen, und im Auschwitz-Birkenau Museum in Auschwitz/Oświęcim in Polen, wo der systematische Mord an Millionen Menschen Wirklichkeit wurde.

Elitäre Versager

Das Anliegen von FASPE ist es, die gesellschaftlichen Eliten von morgen eindringlich an das ethische Totalversagen ihrer VorgängerInnen in der NS-Zeit zu erinnern. Kompromittiert haben sich damals auch die Führungskräfte der deutschen Wirtschaft. Deshalb gibt es seit heuer mit FASPE Business auch ein Programm für MBA-Studierende, das Markus Scholz und seine amerikanische Kollegin Mary Gentile leiten. »Wie würden wir heute in einer vergleichbaren Situation entscheiden?«, lautet die zentrale Frage.

Martin Fast bewarb sich erfolgreich um eine der zwölf Fellowships, »weil mir der Zugang gefallen hat, von der Geschichte zu lernen und vor diesem Hintergrund auch über aktuelle Probleme zu sprechen.« Zusammen

mit KollegInnen aus Harvard und Oxford setzte sich Fast im ehemaligen Hauptquartier von Gestapo und SS in Berlin sowie in Oświęcim und Krakow in Polen an insgesamt zwölf Tagen nicht nur mit der Geschichte auseinander, sondern auch mit den konkreten Rollen von Managern und Unternehmen damals, etwa am Beispiel der IG Farben.

Unbequeme Fragen

Die Frage »Was hätte ich selbst damals anders gemacht?« wurde zum ständigen Begleiter der FASPE-Fellows, die um ehrliche und zufriedenstellende Antworten rangen. »Fragen wie diese sind unbequem«, sagt Martin Fast, »insbesondere wenn man das eigene Handeln stärker zu reflektieren beginnt und beobachtet, wie oft man sich selbst für vermeintlich angenehmere Wege entscheidet und Probleme anderer dafür in Kauf nimmt.«

Auch als die abschließenden Einheiten am Center for Holocaust Studies an der Jagiellonen Universität in Krakow längst vorbei waren, ging der Diskurs in der Gruppe weiter. »Man steht auch darüber hinaus noch in Verbindung zu den anderen und diskutiert weiter«, erzählt Fast. So stehe ihm nun ein starkes Netzwerk an Freunden zur Verfügung, »die mir helfen können, schwierige Entscheidungen zu diskutieren und die Perspektive von außen einzubringen.«

Auf Augenhöhe

Während der Tage im FASPE-Programm erlebte Fast auch die erschütternde Wirkung der Gedenkstätten in den ehemaligen Konzentrationslagern Auschwitz I und II. Was ihn jedoch am meisten bewegte, war der Rahmen des Programms an sich: »Damit meine ich die Gruppe von Professoren und Studierenden, die einander auf Augenhöhe begegnen und sehr bewegende Gedanken miteinander teilen, obwohl man sich erst ein paar Tage kennt. Dieses Thema in dieser Intensität greift jeden sehr schnell und sehr persönlich und privat an.«

Martin Fast wurde dabei nicht zuletzt klar, »dass wir nicht zu leichtfertig behaupten sollten, schon alles verstanden zu haben. Es braucht vor allem die Verbindung zum Heute, um wirklich etwas zu lernen.« Denn es sei leicht zu sagen, damals wäre dieser und jener Fehler gemacht worden. Doch es komme darauf an, in der Gegenwart jene Muster zu sehen, die schon damals in die Katastrophe des Holocaust geführt hätten.

Auf das Kleine kommt es an

»Mir ist die Wichtigkeit kleiner Handlungen und Taten bewusst geworden«, zieht Fast Bilanz. »Ich habe gelernt, dass es unglaublich wichtig ist, schon bei vermeintlich kleineren Problemen Stellung zu beziehen.« Man dürfe Ungerechtigkeiten nicht aus Bequemlichkeit akzeptieren, sondern müsse sie sofort ansprechen: »So gelingt es leichter, auch größere Herausforderungen zu meistern.« •

Studio! September 2015

»EIN BEUSCHEL UND EIN ERFOLGREICHER BETRIEB HABEN EINE GEMEINSAMKEIT«

Von der Modedesignerin zur Meisterköchin: Sohyi Kim kam mit 19 aus Südkorea nach Österreich, um hier ihren Weg zu gehen. Im Interview mit studio! erklärt sie, worauf es dabei ankommt, warum sie mit »ihren Jungs« tanzen geht – und welche Parallele es zwischen Innereien und Unternehmen gibt. VON WOLFGANG KNABL

Sie heißen mit Vornamen Sohyi und nicht, wie viele glauben, Kim. Haben Sie die einprägsamere Variante gewählt, um eine Marke aufzubauen?

Kim: Kim ist mein Familienname, aber in Österreich haben meine Freunde von Anfang an gesagt: Gehen wir zu Kim. Meine Freundin Elke, die im Bereich Kommunikation und Marketing arbeitet, hatte die Idee, das Restaurant »Kim kocht« zu nennen – von mir kam der Vorschlag, für das Logo einige Buchstaben mit Stäbchen zu schreiben.

Wie wichtig ist die Marke für den Erfolg?

Kim: Wenn du ein Produkt hast oder eine Dienstleistung anbietest, nutze den gesunden Menschenverstand und frage dich: Wer ist die Zielgruppe? Wer bietet Ähnliches an? Was kann ich besser machen? Du musst etwas Einmaliges, Einzigartiges schaffen, damit die Leute sagen: Wow, das ist es! Eine Marke ohne passende Philosophie des Unternehmens wird nicht funktionieren.

Sie sind mit 19 aus Südkorea nach Wien übersiedelt. Wonach haben Sie hier gesucht?

Kim: Begonnen hat meine Sehnsucht nach Europa, als ich sieben Jahre alt war und Hans Christian Andersen gelesen habe. Die Prinzessinnen mit ihren schönen Kleidern haben mich sehr beeindruckt. Als Jugendliche hat mich der Film »Frühstück bei Tiffany« fasziniert: Audrey Hepburn mit den langen Zigarillos, die auf Partys scheinbar das Leben genießt. Dass Frauen rauchen, war in Korea verpönt. Ja, ich wollte eine andere Welt mit mehr Freiheiten kennenlernen.

Haben Sie in Österreich diese Freiheiten gefunden?

Kim: Naja, ich habe zumindest das Rauchen ausprobiert, als ich Mode gemacht habe (lacht).

Aber Rauchen war nicht mein Ding und ich habe gelernt: Ich muss nicht etwas nachmachen, was ich nicht mag. Anfangs war ich ansonsten sehr beschäftigt, besuchte Deutschkurse, das war

»WENN DU DICH SPRACHLICH NICHT AUSDRÜCKEN KANNST, KANNST DU DEINE MEINUNG NICHT SAGEN.« SOHYLKIM

sehr wichtig. Es ist vollkommen egal, was du machst – wenn du dich sprachlich nicht ausdrücken kannst, kannst du deine Meinung nicht sagen, wirst mehr oder weniger als »dumm« behandelt und bist eigentlich selber schuld daran.

Sie haben zuerst eine Modeschule absolviert, hatten fünf Jahre lang ein eigenes Label, sind dann Köchin geworden. Warum?

Kim: Wenn ich heute Speisen und ▶



dialog

Farben am Teller zusammenstelle, spüre ich noch immer die Lust an Mode und Gestaltung. Aber man muss seine Grenzen kennen. Nach fünf Jahren sah ich meine Zukunft nicht mehr in der Modewelt. Ich gehe gerne essen, und damals gab es kaum asiatische Restaurants, wo alles passt - Essen, Service, Musik. Also habe ich selbst eines aufgemacht. Meine Mama hat mich bestärkt und gesagt: Wenn du ein kleines Restaurant hast, ist das viel Arbeit, aber du hast immer Reis zu essen. Ich wollte zwar nicht zugeben, dass sie recht hat (lacht) - aber ein Restaurant habe ich trotzdem aufgemacht.

Was ist die härtere Branche: Mode oder Gastronomie?

Kim: Es kommt in jeder Branche darauf an, wie hoch du dir die Latte legst. Ob du mit einer kleinen Boutique, einem durchschnittlichen Restaurant zufrieden bist, oder wie Coco Chanel oder Ferran Adrià (einer der einflussreichsten Köche der Gegenwart, Anm.) werden willst. Man muss wissen, was man erreichen will und kann. Und es hängt immer davon ab: Wo liegt dein Herz? Ich esse nicht gerne Innereien. Aber ein Beuschel und ein erfolgreicher Betrieb haben eine Gemeinsamkeit, hat mir ein erfahrener Kollege gesagt: Bei beidem muss Herz dabei sein.

Eine Prise Öffentlichkeitsarbeit, zum Beispiel mit Kochsendungen, ist wohl auch wichtig?

Kim: Die Auftritte in Kochsendungen habe ich einfach gemacht, weil mir das gefallen hat. Ich mache die Dinge, die mich neugierig machen und mir gefallen – auch in Korea hatte ich eine Sendung. Aber als die vielen Dreharbeiten stressig geworden sind, habe ich das extrem reduziert. Es wurde auch langweilig für mich. Ich bin in Konzepte und Projekte verliebt, mache einmal dies, dann das – wie es mir gefällt.

SOHYI KIM

Geboren 1965 in Busan. Südkorea, Bekam bei ihrer Mutter, Besitzerin eines Gourmet-Restaurants, die »5-Elemente-Lehre« mit. 1984 wanderte sie nach Österreich aus, machte eine Modedesign-Ausbildung im Wiener Schulzentrum Herbststraße für Mode und Kunst. 2001 eröffnete sie das Restaurant »Kim kocht«. Bekanntheit erlangte sie durch Auftritte in TV-Koch-Shows. Seit 2013: Gourmet-Restaurant Kim kocht im MFRKUR Hoher Markt (zwei Gault-Millau-Hauben). Aktuelles Buch: »Kim kocht leicht. Meine Energie-Küche«. Ihr Projekt »Neuer Wind« soll Jugendlichen mit Migrationshintergrund zu Bildung und Karriere verhelfen. Sohyi Kim ist verheiratet und hat einen 20-jährigen Adoptivsohn. www.sohyikim.com



2016 kommt das nächste Projekt. Was können Sie dazu sagen? Kim: 2016? Was kommt da?

Ihr neues Restaurant im 9. Bezirk kommt im Frühjahr 2016.
Kim: Da habe ich noch mehr als sechs Monate Zeit! Hallo?! Ich weiß nicht, was morgen passiert. Woher wollen Sie das wissen?

Es steht auf Ihrer Website...

Kim: Ja, wir haben es vor. Aber das heißt noch lange nicht, dass ich es mache. Vielleicht gehe ich nach New York und eröffne dort ein Lokal. Oder ein Blumengeschäft in Barcelona. Ich weiß es nicht. Es ist ja nicht so schwierig, vieles ist möglich.

Welcher Typ Boss sind Sie?
Kim: Ein Freund hat mir seinen
Sohn aus Korea geschickt. Intelligenter junger Bursche, der aber
nicht wusste, was er mit seinem

Leben machen soll. Er hat bei mir im Service gearbeitet und danach gemeint: In Korea dauert das Militär zweieinhalb Jahre und ist hart. Die drei Monate bei Kim waren härter. Aber es hat ihm Spaß gemacht, jetzt ist er mit seiner eigenen Wein-Bar erfolgreich.

Sie wirken sehr ausgeglichen. Was tun Sie, wenn Sie sich ärgern? Kim: Natürlich gibt es manchmal Ärger. Vielleicht einmal im Jahr. Aber dann richtig.

Was muss man tun, damit Sie laut werden?

Kim: Mich als falschen Menschen hinstellen. Mir Dinge unterstellen, die ich nicht gemacht habe. Wenn das jemand grundlos tut, wird es laut. Meine Mama hat mich gelehrt: Geld kann kommen und gehen. Dein Stolz muss dir immer bleiben. Wenn einer auf deinen Stolz drauftritt, werden







alle das Gleiche machen. Kämpfe um deinen Stolz.

Was tun Sie, um nach der Arbeit runterzukommen?

Kim: Ganz laut Musik hören. Ich mag alles von Klassik bis Trance. Manchmal gehe ich mit meinen Jungs aus, ich bin sozusagen der älteste Bodyguard. Wenn es Streit gibt, schlichte ich. Die Jungs sagen, ich bin die Stimmungsmacherin, ohne mich ist es fad.

Welche Jungs? Ihr Adoptivsohn Hanju und seine Freunde? Kim: Nein – meine Mitarbeiter. Die meisten sind Mitte 20. Ich mag junge Leute, sie erfrischen mich. Das Unerfahrene, Unreife, das Lachen, diese Frische gibt mir Kraft. Und sie geben mir das Gefühl, dass ich ihnen etwas zeigen kann.

Was ist das Besondere an den Speisen, die Kim kocht? Kim: Die Ehrlichkeit und die Liebe, als würde ich für Freunde kochen. Und gleichzeitig auch Ideen für die Zukunft, die 5-Elemente-Küche. Das ist kein Trend, kein Chichi, keine Mode. Das ist das, was du brauchst. Was man isst, bewirkt etwas im Körper. Meine Küche soll helfen, sich wohlzufühlen.

»MEINE MAMA HAT MICH GELEHRT: GELD KANN KOMMEN UND GEHEN. DEIN STOLZ MUSS DIR IMMER BLEIBEN.« SOHYIKIM

Bei »Wir sind Kaiser« haben Sie Robert Palfrader belebende Getränke kredenzt. Was empfehlen Sie Studierenden für lange Lern-Sessions?

Kim: Leichte Speisen. Bei schwerem Essen zieht der Magen deine ganze Energie an sich. Mein

Tipp: Gemahlenes Getreide und getrocknete gemahlene Bohnen mit Wasser vermischen und trinken. Dann hat der Magen eine Beschäftigung, gibt dir kein Hungergefühl, raubt dir keine Energie. Reis und frisches gekochtes Gemüse passen auch.

Was ist Ihr Erfolgsrezept für junge Leute am Beginn ihrer Karriere? Kim: Bildung ist extrem wichtig. Und überlege genau: Welche Möglichkeiten könnte es geben? Frage dich, was du wirklich willst - und dann mach das. Nicht aus Zwang oder weil es deine Eltern wollen. Wenn du nur machst, was die anderen machen oder verlangen, heißt das: Ich bin unsicher. Du musst wirklich an deinen Weg glauben, damit auch deine Weggefährten - Mitarbeiter, Geldgeber - daran glauben. Dann findest du immer eine Lösung. Das ist das ganze Geheimnis.



LEHRER AUF ZEIT

Teach For Austria lockt junge HochschulabsolventInnen in herausfordernde Schulen, wo sie für zwei Jahre unterrichten. Manche bleiben dabei – wie Bernhard Handel-Mazzetti. VON EVA WOSKA-NIMMERVOLL

ernhard Handel-Mazzetti hat schon vieles gelernt und einiges ausprobiert: Er war 2009 einer der ersten Absolventen des bilingualen Studiums für Unternehmensführung an der FHWien der WKW, verbrachte ein Auslandssemester auf Hawaii, arbeitete in zwei internationalen Konzernen als Einkäufer und spielte viele Jahre Hockey in der Bundesliga. Irgendwann sehnte er sich nach der Möglichkeit, etwas »Sinnvolles« zu bewirken: In einem Zeitungsartikel entdeckte er Teach For Austria.

Leadership trainieren

Das Projekt Teach For Austria gibt AbsolventInnen verschiedener Studienrichtungen die Chance, für eine begrenzte Zeit - in der Regel zwei Jahre - aus dem Wirtschaftsleben auszusteigen und in einer »herausfordernden« Neuen Mittelschule oder Polytechnischen Schule zu unterrichten. Handel-Mazzetti wurde im Rahmen des Programms an der Dr. Bruno Kreisky Schule im elften Wiener Gemeindebezirk als Lehrer angestellt. Seine zwei Jahre, in denen er hauptsächlich Englisch und Sport unterrichtete, gingen vor Kurzem zu Ende. Viele der Schulen, in die es die High Potentials dank Teach For Austria verschlägt, haben in den Klassen einen hohen Migrationsanteil. Im Mittelpunkt des Projekts



Bernhard Handel-Mazzetti unterrichtet jetzt Englisch und Sport.

stehen Kinder bildungsschwacher Schichten, die zusätzliche engagierte Lehrpersonen und Vorbilder erhalten. Andererseits können die »LehrerInnen auf Zeit« im Schulalltag wertvolle Erfahrungen sammeln, persönlich wachsen und so auch ihre Leadership-Skills verbessern. So werden junge, engagierte Leute

»ICH FREUE MICH AUF ALLE BEWERBER AUS FHS, WEIL SIE GELERNT HABEN, THEORIE UND PRAXIS IN EINKLANG ZU BRINGEN.«

WALTER EMBERGER

als Unterrichtende gewonnen, die sonst keine Karriere als LehrerIn angestrebt hätten.

Mittels Sommerakademie, Trainings und ExpertInnenbegleitung werden die sogenannten Fellows auf die Aufgabe vorbereitet. Im Schulalltag unterscheiden sie sich nicht von »normalen« LehrerInnen. Die Hälfte der Fellows bleibt dem Schulbetrieb sogar erhalten. So wie Bernhard Handel-Mazzetti: Er will weiter unterrichten und berufsbegleitend »Lehramt für Neue Mittelschulen« studieren.

Zusätzlich halten Gastfellows aus der Wirtschaft ein paar Stunden in einzelnen Klassen. Gestandene ManagerInnen und PolitikerInnen beantworten dabei die Fragen von Kindern »in Schulen, die sie sonst nie besuchen würden«, so Walter Emberger, Geschäftsführer von Teach For Austria.

Nachfrage steigt

Walter Emberger erkennt eine Win-win-Situation für alle: »Es profitieren die Kinder, die gefördert werden, die Fellows, weil sie ihre Führungskompetenzen ausbauen, und die Lehrerschaft, weil die Fellows ein gutes Image des Lehrerberufs in die Welt hinaustragen.« Auch die Partnerschulen sind begeistert; die Nachfrage nach Fellows steigt. Dennoch wählt Teach For Austria streng aus - nur eine/r von fünfzehn bis zwanzig BewerberInnen schafft den Bewerbungsprozess. Walter Emberger rät allen, die sich für das Programm interessieren, im Bewerbungsschreiben authentisch zu bleiben. Und: »Uns ist wichtig, dass die BewerberInnen bereits außerhalb der Ausbildungsgeleise aktiv waren.« Ein eindrucksvoller Lebenslauf und eine tolle Ausbildung sind zwar von Vorteil, gesellschaftliches Engagement kann aber im Zweifelsfall den Ausschlag geben. So ist es beispielsweise auch ein Pluspunkt, wenn jemand seine alte Tante gepflegt hat.



Walter Emberger ist Chef von Teach For Austria.



Christoph Cerar studiert an der FHWien der WKW und baut Teach For Serbia auf.

Rund 10 Prozent der Fellows haben einen Fachhochschulabschluss. Walter Emberger – er war selber Studiengangsleiter an einer FH (Betriebswirtschaft, FH Salzburg) – ist begeistert von ihnen: »Ich freue mich persönlich auf alle Bewerber aus FHs, weil sie gelernt haben, Theorie und Praxis in Einklang zu bringen.«

Neu: Teach For Serbia

Seit einem Jahr ist die FHWien der WKW Partner von Teach For Austria. Im Rahmen von Alumni&Co-Veranstaltungen präsentiert Christoph Cerar, selbst Student an der FHWien der WKW, die Aktivitäten der Organisation. »Die Kooperation ist deshalb so sinnvoll«, so Cerar, »weil Teach For Austria verstärkt Personen mit Entrepreneurship-Hintergrund rekrutieren will« - wie die AbsolventInnen der Unternehmensführungs-Studien. Zudem organisiert Cerar ein neues Projekt in Serbien: »Teach For Serbia zielt auf das Qualitätsgefälle zwischen städtischer und ländlicher Bildung im Land ab«, erklärt er. Bereits im September nächsten Jahres sollen die ersten »Teach For Serbia«-LehrerInnen in den Klassen stehen.

»Zeitaufwendiger, als ich dachte«

Von der FHWien der WKW über die Wirtschaft in die Neue Mittelschule: Bernhard Handel-Mazzetti ist gekommen, um zu bleiben.

Welche Qualifikationen waren für Ihre Aufnahme bei Teach For Austria ausschlaggebend? Handel-Mazzetti: Neben Ausbildung und Berufserfahrung war es meine Arbeit im Sportverein. Ich trainierte schon lange ehrenamtlich den Nachwuchs meines Landhockey-Vereins.

Was interessiert Sie am Unterrichten?
Handel-Mazzetti: Damit ein Kind im Leben etwas erreichen kann, müssen seine Potenziale und Stärken gefördert werden. Ich hatte dieses Privileg. Doch viele Kinder haben diese Voraussetzung für eine positive Entwicklung nicht. Ich will durch meinen Unterricht allen Kindern neben fachlichen Inhalten Selbstvertrauen und Durchhaltevermögen mitgeben.

Wie ergeht es Ihnen nun als Lehrer?

Handel-Mazzetti: Die Arbeit ist zeitaufwendiger, als ich dachte, und anstrengend. Doch es gibt unglaublich viele schöne Momente, die Energie und Freude spenden – wenn man beispielsweise sieht, wie schnell Kinder, die ohne Sprachkenntnisse nach Österreich kommen, sich integrieren, oder wenn es gelingt, Kinder für Lerninhalte zu begeistern, und diese motiviert, in kürzester Zeit enorme Fortschritte erzielen.

Wie hat das Kollegium Sie aufgenommen?

Handel-Mazzetti: Anfangs waren einige schon skeptisch, aber die Zusammenarbeit hat immer sehr gut funktioniert. Und mittlerweile sind wir im Kollegium voll integriert, weil alle gesehen haben, dass wir uns bestmöglich einbringen wollen.

Was geben Sie potenziellen BewerberInnen mit auf den Weg?

Handel-Mazzetti: Man muss sich im Klaren sein, dass die Arbeit nicht leicht ist, dass es eines hohen Einsatzes bedarf, wenn man es gut machen will. Und man muss damit rechnen, weniger zu verdienen als in der Wirtschaft. Dafür wird man sich persönlich stark entwickeln und kann Sinnvolles bewirken.

Bewerbungen für 2016/2017: www.teachforaustria.at/jetztbewerben

MAL EBEN NACH CHINA TELEFONIEREN

Theresa Steininger, Benedikt Schmidinger und Niko Hofbauer wurden von Studien- zu ArbeitskollegInnen – beim Start-up Wohnwagon. Sie beweisen: Ebenso wichtig wie das Wissen sind die Kontakte, die man im Studium an der FHWien der WKW gewinnt. VON HARALD HORNACEK



enn Benedikt Schmidinger seine ehemaligen KommilitonInnen besuchen wollte, käme er ganz schön in der Weltgeschichte herum: Deutschland, USA, China, Dubai - überall dort arbeiten und leben frühere KollegInnen aus dem Studium an der FHWien der WKW. Schmidinger, Gründer der Agentur & Manufaktur Feinripp, hat so ein einzigartiges Netzwerk gewonnen. »Es geht nicht um den direkten Auftrag, den man so bekommen würde - aber man kann in China jemanden anrufen, um es einfach zu sagen. Das ist enorm viel wert«, betont Schmidinger. Die FHWien der WKW biete gegenüber der Universität den großen Vorteil des näheren persönlichen Bezugs. »Es ist anders als an den großen Unis, wo die Anonymität doch stärker ausgeprägt ist. An der FH lernt man sich als Gruppe besser kennen. Und später sind fünf intensive Kontakte einfach besser als 20 lose«, sagt Schmidinger.



Benedikt Schmidingers Kontakte bringen Telefonate nach China und Kaffee in Dubai.



Theresa Steininger nutzt das im FH-Studium erlangte Netzwerk ideal für ihr Start-up.

Studium als Basis fürs Business

Womit wir auch schon bei einem der wichtigsten Mitglieder des Netzwerks von Benedikt Schmidinger wären: Theresa Steininger arbeitet mit Schmidinger seit einigen Jahren bei Feinripp zusammen. Die beiden haben auch gemeinsam mit Christian Frantal die Firma Wohnwagon GmbH gegründet, die auf autarkes Wohnen und Leben spezialisiert ist. Das Sprungbrett für ihre Karriere war für Steininger das Unternehmensführungs-Studium an der FHWien der WKW. »Mich hat die Kombination aus Kommunikation und Management immer sehr interessiert. Durch das Arbeiten in kleinen Gruppen kann man sich mit Themen effizient, gut strukturiert und vor allem im Team auseinandersetzen. Man lernt so auch viel voneinander«, sagt die Wohnwagon-Geschäftsführerin. Neben dem so erworbenen Know-how war auch die Vernetzung entscheidend für ihren geschäftlichen Erfolg. »Ich

habe beim Masterstudium Daniel Horak von der Crowdinvesting-Plattform Conda kennengelernt. Wir hatten die Chance, Marketingpläne in gemeinsamen Arbeiten zu verfeinern. Und später wurden wir mit Wohnwagon das allererste Crowdinvesting-Projekt in Österreich, und zwar über Conda.« So liefen die Fäden nicht nur persönlich, sondern auch unternehmerisch zusammen.

Bis heute profitiert Steininger in der täglichen Arbeit vom Teamspirit, den sie während ihres Masterstudiums gewonnen hat. »Ich fand das Rundherum-Angebot an der FHWien der WKW wirklich sehr gut. Vor allem die Verknüpfung mit anderen Instituten, etwa für Medienprojekte, brachte uns super Schnittstellen, die wir heute noch nützen.«

Partybeauftragter gesucht

Netzwerken bringt's also – doch es braucht einen, der die Partie zusammenhält, um es salopp zu



Der Camper der Zukunft? Außen Lärchenholz, innen Lehmputz und Holz-Faserplatten.

WOHNWAGON: MOBILES LOFT

2012 wurde die Idee zum Wohnwagon geboren, 2013 Geld aus der Crowd eingesammelt, im Anschluss ein erster Prototyp produziert. Heute ziehen die Wohnwagons bereits Interessenten aus aller Welt an, über 300 konkrete Anfragen gibt es aus den USA, Marokko, England und natürlich auch Österreich und seinen Nachbarländern. »Die Menschen haben eigentlich daheim viel zu viel Platz«, sinniert Theresa Steininger, »was braucht man für ein gutes Leben bzw. für ein autarkes Leben? Wie kann man Wohnraum so gestalten, dass er guttut und auf das Wesentliche reduziert wird? Ein umweltbewusster, freudvoller Konsum kann Freiheit bringen.«

sagen. Einen »Partybeauftragten«, wie es Theresa Steininger scherzhaft nennt. Der heißt in diesem Fall Niko Hofbauer, war Steiningers Studienkollege und ist heute Projektleiter bei Wohnwagon. »Mir war immer wichtig, unterstützend und teambildend zu wirken«, lächelt Hofbauer, »ich war an der FH relativ schnell bekannt dafür, immer auf gute Vernetzung Wert zu legen.« An den Wochenenden hat er regelmäßig Aktivitäten mit StudienkollegInnen organisiert - das wird bis heute beibehalten, wenn auch die zeitlichen Abstände gewachsen sind. »Aber wir schauen, dass wir zumindest zweimal im Jahr zusammenkommen. Zu Weihnachten waren wir punschen, da waren von 34 Studienkolleginnen und -kollegen 30 dabei. Das zeigt, dass alle das Halten der Verbindung ernst nehmen. Und das ist gut so.« Zumal die Gruppe extrem inhomogen ist: Die Altersbandbreite reicht von Mitte 20 bis 50 - somit ergibt sich eine ganz spezielle



Niko Hofbauer versammelt regelmäßig seine Jahrgangs-KollegInnen.

Gruppendynamik, die inspirierend und zugleich wertvoll ist. »Es zeigt sich heute oft, dass in gewissen Situationen Firmen oder Experten für bestimmte Aufgaben gesucht werden – und dann kennt man jemanden, der das machen kann«, weiß Hofbauer.

Auf einen Kaffee nach Dubai

Zudem entstehen aus den Netzwerken immer wieder neue Verbindungen. Zugute kommt Benedikt Schmidinger beispielsweise seine Aufgabe als Präsident

»DIE VERKNÜPFUNG MIT ANDEREN INSTITUTEN BRACHTE SCHNITTSTELLEN, DIE WIR HEUTE NOCH NÜTZEN.« THERESA STEININGER

> der IAA Young Professionals. In diesem Verband der jungen KommunikatorInnen Österreichs trifft er immer wieder frühere StudienkollegInnen. Darüber hinaus gibt es eine eigene Facebook

Gruppe, über die man locker in Verbindung bleibt. Vor Kurzem war Benedikt Schmidinger übrigens mal wieder unterwegs, sein Netzwerk pflegen: »Eine FH-Kollegin hat mich aus Dubai angeschrieben, und als ich dann dort auf Kurzurlaub war, haben wir uns auf einen Kaffee getroffen. Das war schon ziemlich lässig.« •

Studio! SEPTEMBER 2015 23

herausforderung







EINSPRUCH DES KLEINEN BRUDERS

Georg Markus Kainz kämpft für die Bürgerrechte im Informationszeitalter und mit den »Big Brother Awards« gegen den Datenhunger der großen Brüder Staat, Facebook und Co.

VON FLORIAN SEDMAK

ommer 2015 in Graz: Die Ferien stehen vor der Tür, und die Universitätsassistentin Melanie Wüsthoff* und ihr Partner Paul Schober*, ein junger Gymnasialprofessor, planen in ihrer Wohnung im Lendviertel den gemeinsamen Sommerurlaub. Per Internet natürlich, und zwar parallel auf zwei MacBooks, die im wohnungseigenen WLAN hängen. Als sie sich online nach einem passenden Flug umsehen, erleben die beiden etwas Seltsames: Obwohl sie synchron nach Flügen derselben Airline zur selben Zeit in derselben Klasse und in derselben Maschine suchen, gelingt es den beiden nicht, denselben Flug zum selben Preis zu buchen. Weder für den Hinflug noch für die Rückreise.

Teures Endgerät, höherer Preis

Was dem Paar ein Rätsel bleibt, ist dem Internetbürgerrechtler Georg Markus Kainz aus Wien sonnenklar: »Auch wenn das jedes Luftfahrtunternehmen der Welt energisch bestreiten würde, wird bei so einer Buchungsanfrage als





Überall Überwachung: Georg Markus Kainz weiß, wie wir rund um die Uhr bespitzelt werden.

Erstes analysiert, woher und von welchem Endgerät die Anfrage kommt.« Tatsächlich liegt die Lösung des Rätsels bei den Rechnern von Wüsthoff und Schober: Schobers unlängst gekauftes Mac-Book ist größer, stärker und neuer als das seiner Partnerin. Der Algorithmus des Buchungssystems hat daraus eine ganz einfache Schlussfolgerung gezogen, erklärt Kainz: »Wer ein neues und teures Endgerät hat, verfügt mit hoher Wahrscheinlichkeit über mehr Geld als jemand, der seine Suchanfrage von einem Billigrechner schickt - und bekommt daher einen höheren Flugpreis ausgeworfen als ein mutmaßlicher Rucksacktourist.« Die Aufgabe des Systems sei es, bei jedem Konsumenten und jeder Konsumentin den höchstmöglichen Preis zu erzielen.

Der Verlust unserer Rechte

Wie diese Systeme funktionieren, wie sie entstanden sind und wie sie gebaut werden, weiß Kainz nur zu genau. Denn der in eine gutbürgerliche Grazer Familie geborene Kainz hat selbst an ihrer Entwicklung mitgewirkt. Nach einem »privaten Studium generale« von Jus, Philosophie, Betriebswirtschaftslehre und Informatik in Wien und Baltimore in den frühen 1980er Jahren durchlief Kainz eine abwechslungsreiche Karriere in der Medienbranche - und leistete Pionierarbeit im Bereich der Internetportale, unter anderem in Gestalt der millionenfach aufgerufenen T-Mobile-Portale der Deutschen Telekom. Dabei erlebte Kainz als ausgesprochener homo politicus mit zunehmender Bestürzung, wie vermeintlich selbstverständliche Bürgerrechte im Informationszeitalter sukzessive verloren gingen.

»ALS ERSTES WIRD ANALYSIERT, VON WELCHEM GERÄT DIE ANFRAGE KOMMT.«

GEORG MARKUS KAINZ

Im Hochsicherheitstrakt

»Die Auswirkungen der Elektronik sind weit gravierender als die





Georg Markus Kainz ist Mitorganisator der »Big Brother Awards«.

gesellschaftlichen Umwälzungen, die die industrielle Revolution verursacht hat«, meint Kainz. »Für unbescholtene wie bescholtene Bürger gingen und gehen gleichermaßen Rechte verloren.« Etwa die Freiheit, unbelauscht zu kommunizieren und unbeobachtet durch die Straßen zu gehen. Das Recht, in Ruhe gelassen zu werden, anonym einzukaufen. Oder das Recht, über die Speicherung und Verwendung der eigenen Daten selbst zu bestimmen. »Dafür schleichen sich immer mehr Routinen aus dem Hochsicherheitstrakt in den Alltag der Zivilgesellschaft ein«, wie Kainz trocken sagt. Das Schlimme sei, dass wir erstmals von Technik umgeben seien, die sich per Werkseinstellung gegen uns wende. Zum Beispiel Fernseher, die nicht nur unseren Fernsehkonsum aufzeichnen, sondern auch unsere dabei geführten Gespräche. Navigationsgeräte und Software, die klammheimlich ihre Hersteller darüber informieren, was wir mit ihrer Hilfe genau tun bzw. wohin wir uns bewegen.

Die Big Brother Awards

Kainz hat es nicht beim Unwohlsein mit den laufenden Entwicklungen belassen. 2001 machte er sich mit einem kleinen Unternehmen selbstständig, das Ticketingsysteme etwa für Theater programmiert. Einen großen Teil seiner Zeit widmet Kainz seither jedoch dem Kampf »um die Wiederherstellung der Bürgerrechte im Informationszeitalter«, wie es der Wiener Verein quintessenz definiert.

Kainz zählt so wie der bekannte Journalist Erich Möchel zu den Urgesteinen der 1994 gegründeten »Menschenrechtsinitiative für das Informationszeitalter«, die ihren Sitz im Wiener Museums-Quartier hat. Diese lobt zusammen mit Privacy International und anderen österreichischen DatenschützerInnen die jährlichen Big Brother Awards Austria aus. Die sarkastische Anerkennung erhalten Behörden, Unter-

herausforderung

»Natürlich gerate auch ich ins Visier der Überwachungskameras«, meint Kainz.



nehmen und PolitikerInnen, die sich mit eifrigem Datensammeln und weit ins ehemals Private reichenden Überwachungsmaßnahmen auszeichnen. Zu den Preisträgern des Vorjahrs zählt unter anderem Facebook. Die Social-Media-Supermacht setzte sich in der Kategorie »Weltweiter Datenhunger« knapp gegen Mozilla und Google durch.

In trügerischer Sicherheit

Auch viele der weniger technologieaffinen NutzerInnen wissen eigentlich, dass nichts von dem, was sie posten und preisgeben, jemals wieder aus dem Netz verschwinden wird. Eigentlich. Das stellt Kainz auch fest, wenn er einmal im Jahr als Lektor die FHW der WKW besucht, um die Studierenden im Fachbereich Kommunikationsmanagement mit der »anderen Seite der Informationsgesellschaft« bekannt zu machen. Den meisten Studierenden sei diese andere Seite zwar durchaus bekannt, beobachtet Kainz, doch nur die wenigsten würden auch Maßnahmen ergreifen, sich und ihre Privatsphäre zu schützen. »Wir wissen, dass unsere Onlineaktivitäten beobachtet, aufgezeichnet und ausgewertet werden, aber wir können das nicht sinnlich wahrnehmen«, erklärt sich Kainz die allgemeine Passivität, »und deshalb wiegen wir uns in trügerischer Sicherheit.« Eine Sicherheit, die sich dann in Nichts auflöst, wenn etwa Postings in sozialen Medien schwerwiegende Konsequenzen in der realen Welt wie eine Kündigung oder eine Absage auf eine Stellenbewerbung nach sich ziehen. »Das Netz kennt keine Zeit«, mahnt Kainz, »ein Nacktfoto oder ein deplatziertes Posting aus dem Jahr Schnee können uns noch nach Jahren einholen.«

An der Zeitenwende

Die eine der zwei Ursachen für den unstillbaren Datenhunger von Unternehmen, Regierungen und Nachrichtendiensten ist in den Augen von Kainz eigentlich eine recht unschuldige. »Der Mensch ist von Natur aus Sammler und hat Angst, etwas zu verlieren«, sagt der Informatikexperte zum ausufernden Horten von Informationen. Die zweite Triebfeder sei Geschäftstüchtigkeit, denn Datenbestände und das Wissen um Neigungen, Vorlieben und Verhaltensmuster von uns KonsumentInnen seien das wertvollste Kapital vieler Unternehmen.

»Wir stehen an einer Zeitenwende«, ist Kainz überzeugt. »Wenn wir jetzt nichts unternehmen, werden wir für die nächsten Jahrzehnte auf viele unserer Bürgerrechte verzichten müssen.« Dass es so weit gekommen sei, lastet der Bürgerrechtler der Handlungsunfähigkeit und -unwilligkeit der Politik auf nationaler und europäischer Ebene an. Es liege an uns, die Stimme zu erheben – und uns selbst zu schützen. Das sei gar nicht so schwer, sagt Kainz.

Adieu, Add-ons

Er selbst zahlt nur bar und verwendet unterschiedliche Browser für unterschiedliche Dinge im Netz sowie einen Ad-Blocker zum Unterdrücken von Onlinewerbung. Außerdem sei es ratsam, viele der Add-ons im Browser auszuschalten, um Datenkraken wie Google und Co das Mitverfolgen der eigenen Internetaktivitäten zu verunmöglichen. Ganz entziehen könne man sich »Big Brother« aber nicht mehr, weiß Kainz: »Natürlich gerate auch ich ins Visier der Überwachungskameras und kann nicht immer verhindern, dass ich irgendwo zufällig von einem Touristen mitfotografiert werde und das Bild mit meinem Gesicht drauf innerhalb von wenigen Sekunden auf einem Server mit Schnittstelle zur NSA und Gesichtserkennungssoftware landet.« •

PREISGEKRÖNTE MASTERARBEITEN

Im Rahmen einer Kooperation zwischen dem WIFI Wien, dem Institut für Unternehmensführung der FHWien der WKW sowie der Wirtschaftskammer wurden erstmals hervorragende Masterarbeiten von Studierenden des Instituts für Unternehmensführung zum Thema Innovationsmanagement prämiert. Den 1. Preis gewann Christian Nestler für seine Masterthesis »Geschäftsmodellinnovationen in KMU. Von der Innovationschance zur Innovationsentscheidung. Eine qualitativ-empirische Untersuchung anhand der österreichischen Fahrzeug- und Zulieferindustrie«. Auf den weiteren Plätzen landeten Stephan Moser, Stefan Krexner, Michael Rifetshofer und Svenja Wiemer.

EXPERTISE IN WOHNUNGSBAU UND SANIERUNG

Klemens Braunisch, stellvertretender Leiter des Instituts für Immobilienwirtschaft, hielt im Rahmen eines Stipendiatenseminars für MalerInnen & StuckateurInnen bzw. Fachlehrpersonal der deutschen Sto-Stiftung am 13. Juli einen Vortrag an der FHWien der WKW zum Thema »Wien – von der Kaiserstadt zur Umweltmusterstadt«, in dem es um Wohnungsbau und -sanierung unter der Prämisse Nachhaltigkeit bzw. Energieeffizienz ging. Als Beispielprojekte, die auch von den BewohnerInnen bzw. beteiligten Unternehmen sehr gut angenommen werden, wurden die in einem Dialogprozess erfolgte Revitalisierung einer Einkaufsstraße sowie die umfassende Sanierung von Wohnungsobiekten präsentiert.

STUDIO! IM ABO

Versäumen Sie ab sofort keine Ausgabe dieses Magazins mehr!

Schicken Sie Name und Adresse an: studio@fh-wien.ac.at oder per Post an studio!-Magazin, FHWien der WKW, Währinger Gürtel 97, 1180 Wien

Ihre Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Unter allen, die sich für das kostenlose Abo anmelden, verlosen wir diesmal zwei Karten für das Musical »Mozart« im Raimundtheater.

GewinnerInnen der letzten Ausgabe: Verena Fellner, Nadine Blanchard, Bernard Roth

Die aktuelle Ausgabe von studio! gibt es zum Lesen und Downloaden unter: www.fh-wien.ac.at/downloads

ALUMNI&CO VERGAB MBA-STIPENDIEN

Alumni&Co, das Netzwerk der FHWien der WKW, vergab 2015 ein Voll- und ein Teilstipendium für den International MBA in Management & Communications. Wir gratulieren Claudia Florowski zum Vollstipendium und Stefan Jung zum Teilstipendium! Die sechs besten KandidatInnen aus zahlreichen Bewerbungen konnten sich im Rahmen eines zweiteiligen Auswahlverfahrens vorstellen. Nach den persönlichen Einzelinterviews fand gleich im Anschluss die Ausarbeitung einer Casestudy in der Gruppe statt. Die Jury bestand aus Michaela Beranek (Geschäftsführerin

von Alumni&Co), Reinhard Zeilinger (Programmleiter MBA) und Carmen Nagl (Programmkoordinatorin MBA). •

Michaela Beranek (li.) und Reinhard Zeilinger (re.) gratulierten Stefan Jung und Claudia Florowski.

GÄSTEREKORD BEIM SOMMERFEST

Auf der FHWie(s)n der WKW – dem ersten Oktoberfest im Juni – steppte der Bär bis in die frühen Morgenstunden. Mehr als 1.500 Studierende, AbsolventInnen, Lehrende, MitarbeiterInnen und Partner der FHWien der WKW feierten im Wiener Club Volksgarten Säulenhalle gemeinsam das zu Ende gehende Studienjahr. Mit den Worten »O'zapft is« und dem Anschlagen des Bierfasses eröffneten Michael Heritsch, Geschäftsführer der FHWien der WKW, und Michaela Beranek, Geschäftsführerin von Alumni&Co, das mittlerweile legendäre Sommerfest. Moderator Christian Tang von Radio Energy – selbst Absolvent der FHWien der WKW – führte lau-

nig durch den Abend, den DJ Philipp Teloni mit guter Partymusik und dem einen oder anderen Wiesn-Hit zu einem perfekten Semester-Abschluss krönte.

> Eine von drei Gewinnergruppen des Fotocontests (Gruppe rund um Anja Nas)



HEINEN KOFFER STRAND, PARTY UND GUTES ESSEN

ie erste Frage bei der Urlaubsplanung ist oft die schwierigste: Wohin soll es gehen? Denn oft hat man nicht ein konkretes Land oder eine bestimmte Stadt im Kopf, sondern Wünsche wie: Es soll einen Strand geben, viele Shoppingmöglichkeiten, gutes Essen und obendrein ein feines Nachtleben. »Viele wissen nicht, welche Destinationen dafür überhaupt in Frage kommen«, meint Thomas Haider. Die Antwort darauf liefert er mit seinem Unternehmen Tripbox: Er recherchiert für jeden Reisewunsch die besten Angebote - ein Reiseziel kann, muss aber nicht vorab ausgewählt werden. Das Ergebnis sind oft echte Schnäppchen - denn dafür ist Haider ein Spezialist.

Routinierter Schnäppchenjäger

Als Teenager machte der gebürtige Grazer erstmals einen Trip ohne Eltern – nach Kopenhagen – und infizierte sich prompt mit dem Reisefieber. »Danach habe ich jeden Schilling in Reisen investiert.« Mit viel Zeit und wenig Budget plante er seine Reisen und lernte schnell, wie und wann man die günstigsten Flüge und die besten Hotel-Deals findet – lange, bevor es Plattformen wie Checkfelix, Swoodoo und Co gab.

Nach verschiedenen Jobs und seinem Bachelor-Studium der Kommunikationswirtschaft an der FHWien der WKW entschloss sich Haider im Jahr 2014 zum Schritt in die Selbstständigkeit: »Ich habe mein Reise-Know-how mit meinen Programmierkenntnissen von der HTL und dem Wissen über professionelle Kommunikation von der FH kombiniert und die Tripbox gestartet.« Als Unternehmer hat er zwar noch keine Angestellten, aber viele Freunde und Bekannte, die tatkräftig zur Seite stehen.

Durchbruch mit Plan B

Zum Start spezialisierte sich die Tripbox darauf, Reiseschnäppchen zu suchen und in Form



Thomas Haider konzentriert sich künftig auf Städtereisen.

eines Blogs zu veröffentlichen. »Ich selbst bin beispielsweise letztes Jahr um 340 Euro nach Australien geflogen und erst letzte Woche habe ich Tickets in der Businessclass nach San Francisco gekauft – um 550 Euro«, berichtet Haider.

Es habe sich aber schnell gezeigt, dass die zweite Schiene der Tripbox, der »persönliche Reisewunsch«, genau das ist, wonach die vielen Reisefreudigen dieser Welt eigentlich suchen: Man zieht dabei verschiedene Wunsch-Eigenschaften des nächsten Urlaubes in einen virtuellen Koffer, und die Tripbox kümmert sich um die Recherche der passenden Angebote. Mehr als zehn Anfragen pro Tag hat Haider zu bearbeiten. »Der Rekordwert waren 80 an einem Tag, nachdem der >Kurier< über uns berichtet hatte.«

Für die Kunden ist das Angebot kostenlos – die Tripbox finanziert sich über Affiliate Marketing, also über Provisionen der Reiseanbieter. »Als Kunde zahlt man diese Provision aber sowieso, egal wo man bucht«, erklärt Haider. »Wenn niemand dazwischengeschaltet ist, behält sich der Anbieter diesen Anteil selbst.«

Neuer Fokus: Städtetrips

Derzeit plant die Tripbox alle Arten von Urlauben - mit einem Relaunch im Herbst wird sich Haiders Unternehmen vorwiegend auf Städtereisen nach Maß konzentrieren. »Wir haben unsere Reisewunsch-Anfragen des letzten Jahres analysiert, Marktforschung betrieben und herausgefunden, dass es in diesem Bereich kein vergleichbares Angebot gibt«, berichtet Thomas Haider, Dazu hat er mit seinem Team 42 Städte identifiziert, die von Österreich aus gut zu erreichen sind. Den bewährten Reisekoffer. den man mit seinen Wünschen füllt, wird es weiterhin geben. »Als jemand, der sich sehr für Neuromarketing interessiert, weiß ich: Das Zusammenstellen eines Trips per Drag & Drop, also indem man Elemente in einen Koffer zieht, macht wesentlich mehr Vorfreude auf die Reise, als wenn man etwas einfach nur anklickt.« Ziel der »neuen« Tripbox ist es, innerhalb von 3 Schritten zum perfekten Städtetrip zu gelangen. »Die ersten

Reiseerlebnis im Internet

Tests und Prototypen haben uns großartiges Feedback gebracht«, so Haider.

Parallel zur neuen Version der Plattform arbeitet
Thomas Haider auch
an einem persönlichen
Upgrade: Sein Masterstudium
in Kommunikationsmanagement,
ebenfalls an der FHWien der
WKW, ist in der finalen Phase.
Wenn die »neue« Tripbox im
Herbst online geht – übrigens
mit einem Gewinnspiel –, soll es
abgeschlossen sein. »Bei einem

berufsbegleitenden Studium ist es herausfordernd, alles unter einen Hut zu bringen«, meint er. »Aber von meinem Bachelor-Studium weiß ich: Erst nachher findet man heraus, was man dabei alles gelernt hat.« Haiders Masterarbeit beschäftigt sich übrigens, wenig überraschend, mit Neuromarketing. Konkret geht es darum, wie Website-Gestaltung zu einem Reiseerlebnis beitragen kann. »Ich frage mich, weshalb die Mehrzahl der Reiseportale die Recherche, Suche und Buchung möglichst kompliziert gestalten. Es hat sich gezeigt, dass es oft durch kleine Anpassungen möglich wäre, schon während der Reisevorbereitung Urlaubsfreuden aufkommen zu lassen«, verrät er.

MEINE LIEBLINGSDESTINATION IST ...

"Australien! Ich liebe das Land, weil es so unglaublich kontrastreich ist. Bei meinem ersten Besuch wollte ich zwei Wochen bleiben und es sind zwei Monate geworden. In Australien habe ich auch mein Auslandssemester gemacht – eine großartige Zeit war das. Vergangenes Jahr habe ich einen Flug mit einer der besten Fluggesellschaften für 340 Euro gefunden – da musste ich einfach wieder hin!«

PRAXISPROJEKT MIT STUDIERENDEN

Für Unternehmen gibt es die Möglichkeit, Praxisprojekte in Kooperation mit der FHWien der WKW durchzuführen. Im Vorjahr vergab die Tripbox ein solches Projekt: Die Studierenden bekamen die Aufgabe, ein Kommunikationskonzept zu entwickeln. Mit dem Ergebnis ist Tripbox-Gründer Thomas Haider äußerst zufrieden: »Herausgekommen sind wirklich viele gute Ideen und verschiedene Sichtweisen.«



Studio! September 2015

»HÖCHSTE ZEIT, MICH WIEDER WEITERZUBILDEN!«

Christian Hromatka ist Pressesprecher bei einem großen Finanzdienstleister – und Student an der FHWien der WKW. Von der Ausbildung zum MBA in Management & Communications profitiert er schon jetzt – persönlich und beruflich. VON FLORIAN STREB

Wie sieht Ihr Werdegang zum Pressesprecher aus?

Hromatka: Ich habe Kommunikationswissenschaft und Spanisch studiert und mich danach immer weitergebildet. Vor gut zehn Jahren war ich Radiomoderator, heute bin ich Pressesprecher bei einem großen börsennotierten Unternehmen. Seit einiger Zeit verspürte ich den Drang, mich wieder akademisch weiterzubilden.

Warum ist Ihnen die Weiterbildung so wichtig? Was erwarten Sie davon?

Hromatka: In Zeiten wie diesen ist es, glaube ich, gut, breit aufgestellt zu sein und sein Wissen auch immer wieder auszuweiten. Und ich gehe davon aus, dass mich das Studium in jedem Fall weiterbringt. Weil ich bin überzeugt, wer aufhört zu lernen, hört auf, gut zu sein.

Wieso haben Sie sich für den International MBA in Management & Communications an der FHWien der WKW entschieden?

Hromatka: Ich war schon länger auf der Suche nach einem passenden MBA, habe mich umgehört und umgesehen – und dieses Curriculum hat mir sehr gut gefallen. Dass ich dann noch ein Stipendium gewonnen habe, hat die Entscheidung noch einmal erleichtert.

Wie weit sind Sie in Ihrem Studium?

Hromatka: Der MBA läuft über 17 Monate. Das 2. Semester ist soeben mit dem Modul Strategic Marketing zu Ende gegangen, für das wir zwei Wochen an die UTB nach Texas gereist sind. Im Herbst schreibe ich nun parallel zum 3. Semester an meiner Masterthese.

Profitieren Sie schon jetzt vom neu erlernten Wissen?

Hromatka: Ja, der erweiterte Horizont schlägt sich persönlich und beruflich nieder. Am meisten profitiert man von den Themen, die bei der Vorausbildung nicht im Fokus standen. Mich haben

vor allem die Theorien rund um Volks- und Betriebswirtschaftslehre interessiert. Auch die Management-Themen waren sehr spannend.

Hat sich durch das Studium auch

Ihr Netzwerk erweitert?
Hromatka: Absolut – wir sind ein buntes, interdisziplinäres Team im Alter von 25 bis fast 50 Jahren. Man kommt mit Leuten aus so vielen unterschiedlichen Branchen in Kontakt, mit denen man vorher nie zu tun hatte. Durch die kleine Gruppe von

zwölf Personen ist der persönliche Kontakt sehr intensiv und es eröffnen sich völlig neue Perspektiven.

»EINIGE JAHRE BERUFS-ERFAHRUNG HALTE ICH FÜR WICHTIG.« CHRISTIAN HROMATKA

Was muss man für das MBA-Studium mitbringen?

Hromatka: Einige Jahre Berufserfahrung halte ich für wichtig. Mitbringen muss man Neugierde und das Bewusstsein, dass es keine Spaßveranstaltung ist. Gerade wenn man Vollzeit arbeitet – mit der physischen Präsenz am Freitagnachmittag und am Samstag ist es nicht getan. Den gesamten Aufwand darf man nicht unterschätzen.

Christian Hromatka entschied sich, noch einmal zu studieren.





Gratis-Studentenkonto eröffnen und einer bedürftigen Familie in Afrika eine Ziege schenken. www.raiffeisenbank.at/studentenkonto

Caritas &Du





inhalt

finanzierung

Das große Sammeln – Crowdfunding gewinnt in Österreich zunehmend an Bedeutung – schon jetzt gibt es einige Vorzeigebeispiele. SEITE 2-7

alumni&co

Was macht eigentlich ... jemand, der Immobilienwirtschaft studiert hat? Drei Berufsporträts. SEITE 10-11

jenseits von währing

In der Zwickmühle – Holocaust-Schauplätze als Denkanstoß für ethisches Handeln in der Wirtschaft. SEITE 14-15

dialog

»Ein Beuschel und ein erfolgreicher Betrieb haben eine Gemeinsamkeit« – Interview mit Meisterköchin Sohyi Kim. SEITE 16-19

lernpunkt

Lehrer auf Zeit – Warum High Potentials wieder zur Schule gehen. SEITE 20-21

ins netz gegangen

Mal eben nach China telefonieren – Wohnwagon: Man kennt sich vom Studium. SEITE 22-23

herausforderung

Einspruch des kleinen Bruders – Im Kampf gegen den Datenhunger von Facebook und Co. SEITE 24-26

da war doch noch ...

Ich packe in meinen Koffer ... Strand, Party und gutes Essen – Tripbox: Mit persönlicher Reiseberatung zum Urlaubsschnäppchen. SEITE 28-29

blitzlicht

»Höchste Zeit, mich wieder weiterzubilden!« – Christian Hromatka weiß: Wer aufhört zu lernen, hört auf, gut zu sein. SEITE 30

geradeheraus SEITE 8
empfehlenswert SEITE 12-13
fhwien.ticker SEITE 27

impressum

Medieninhaber, Herausgeber: FHWien Fachhochschul-Studiengänge Betriebs- und Forschungseinrichtungen der Wiener Wirtschaft GmbH (FHW GmbH), Währinger Gürtel 97, 1180 Wien, E-Mail:

Tel.: 01/476 77-5731 **Chefredaktion:** Christof Damböck

studio@fh-wien.ac.at,

Redaktion:

Gudrun Gaedke, Harald Hornacek, Wolfgang Knabl, Florian Sedmak, Florian Streb, Eva Woska-Nimmervoll Fotos: Lukas Charwat (S. 12), Michael Krebs (S. 30), Reinhard Lang (S. 11), Alexander Müller (S. 27), Shutterstock (S. 1, 2, 3-5, 6-7, 24-26, 29), Philipp Tomsich (S. 17, 18, 19), Theresa Steininger (S. 22-23) Corporate Publishing: Egger & Lerch, 1030 Wien, www.egger-lerch.at (Layout: Elisabeth Ockermüller, Sonja Huber; Bildbearbeitung: Reinhard Lang)

Druck: Berger, Horn



