studio!

DAS MAGAZIN FÜR MANAGEMENT & KOMMUNIKATION DER FHWIEN DER WKW 01 | MÄRZ 2016

Mobil, vernetzt, anspruchsvoll.
Wie junge Menschen die Arbeitswelt
auf den Kopf stellen.

BUSINESS AS UNUSUAL

Glückssucher
Grafikdesigner Stefan Sagmeister im studio!-Gespräch.

Glücksgöttin
Nachhaltige Mode prägt das Wiener Stadtbild.

Glücksritter
UnternehmerInnen erzählen, warum sie selbstständig sind.

FH Wien
WKO WIEN

Besprechung bei Laptop und Café Latte – das ist mehr als ein Klischee. Arbeiten ist längst nicht mehr an Bürostrukturen gebunden.

FOTO: ISTOCK

ARBEIT BLEIBT ANDERS

Whatsapp-Nachricht statt Geschäftsbrief. Converse statt Maßanzug. Jobhopping statt Lebensverdienstkurve. Die Generation Y stellt völlig neue Anforderungen an die Arbeitswelt – und bringt UnternehmerInnen mitunter ins Schwitzen. studio! hat sich das neue Arbeiten genauer angesehen.

VON ASTRID KASPAREK

Die jungen BerufseinsteigerInnen von heute wollen in erster Linie einen Job, der Spaß und Sinn macht«, weiß die Wiener Unternehmensberaterin Julia Lipok aus jahrelanger Erfahrung im Personal-Recruiting eines großen Handelskonzerns. »Ganz klar wollen sie auch gutes Geld verdienen und Karriere machen, aber nicht um jeden Preis.« Flexible Arbeitszeiten, mobile Arbeitsplätze, Eigenverantwortung und viel Freizeit haben oberste Priorität. Auch nach Möglichkeiten zu Auszeiten wie etwa Bildungskarenzen wird gleich beim Einstellungsgespräch gefragt. »Also ich hätt' mich das nie getraut«, gesteht Lipok, die noch in eher traditionellen Arbeitsstrukturen groß geworden ist.

Junge MitarbeiterInnen in spe stoßen dann oft auf 50plus-Führungskräfte. »Da prallen Welten aufeinander«, weiß Lipok. »In den Strukturen von gestern mit den Methoden von heute an den Problemen von morgen zu arbeiten, ist ein Widerspruch in sich und schreit geradezu nach Veränderung in der Führungskultur, im Recruiting, in den Arbeitsabläufen. Denn nicht nur technologisch hat sich vieles verändert, auch MitarbeiterInnenzufriedenheit ist heute anders definiert und auf anderen Wegen zu erreichen als vor 20 Jahren.« Die Unternehmensberaterin bringt einen etwas überspitzten, aber anschaulichen Vergleich: »Wer heute einer gut ausgebildeten, ehrgeizigen jungen Fachkraft ein Smartphone oder einen Laptop als besonderen Anreiz und Bonus verkaufen möchte, wird bloß ausgelacht. Denn das wäre so, als wenn man in den 70ern JobanwärterInnen ▶

Kreativität entsteht nicht notwendigerweise im Büro zu den Dienstzeiten. Doch flexible Arbeitszeiten stellen auch rechtlich eine Herausforderung dar.

die Benutzung eines Vierteltelefons oder einer Schreibmaschine als Motivations-Turbo angeboten hätte.«

Führungskräfte müssen umlernen

Flexibilität, kreatives Mitgestalten, kontinuierliches Feedback, kollegiale Führung, transparente Unternehmensstrukturen, inspirierende Teamarbeit und individuelle Gestaltung der Work-Life-Balance sind heute der Schlüssel zu einem guten Arbeitsklima. Viele Führungskräfte müssen erst lernen, mit der raren Anwesenheit der MitarbeiterInnen umzugehen. Angst vor Machtverlust und Kontrollen, ob Arbeitszeiten eingehalten werden, sind obsolet. Vertrauen statt Kontrolle ist die Devise. Die totale Flexibilität durchzuhalten, ist für Führungskräfte aber alles andere als einfach. »Da braucht's schon viel Vertrauen ins Team, wenn Vorgesetzte in der Früh in ein leeres Büro kommen und nicht wissen, wo und womit die MitarbeiterInnen gerade beschäftigt sind«, resümiert die Unternehmensberaterin.

Rechtslage ist nicht mehr up-to-date

Flexible Arbeitsstrukturen stoßen außerdem auf gravierende rechtliche Barrieren. »Denn Arbeitszeitflexibilisierung, wie sie vielen Unternehmen oder MitarbeiterInnen vorschwebt, oder das Konzept der Vertrauensarbeitszeit kennt das österreichische Arbeitsrecht derzeit nicht«, sagt Rechtsanwältin Anna Mertinz (Karasek Wietrzyk Rechtsanwälte), die sich auf Fragen des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts spezialisiert hat. »Hier hinkt das Arbeitsrecht der Praxis nach. Es ist eine Fülle an Regelungen zu beachten, nicht nur im Arbeitszeitgesetz sondern auch in Verordnungen, Kollektivverträgen und Betriebsvereinbarungen. Im Arbeitsrecht sind zum Beispiel Höchstarbeitszeitgrenzen festgelegt, die vom Arbeitsinspektorat überprüft werden. Bei Verstößen drohen hohe Verwaltungsstrafen, oft im vier- oder fünfstelligen Bereich. Ersatzleistungen für Überstunden können gerichtlich eingeklagt werden«, warnt die Rechtsanwältin.

Erst langsam halten Flexibilisierungsmöglichkeiten Einzug ins Arbeitszeitrecht und in Kollektivverträge. So hat beispielsweise SOS Kinderdorf einen Kollektivvertrag ausgearbeitet, der für alle MitarbeiterInnen eine bezahlte Auszeit vorsieht. Die ArbeitnehmerInnen erhalten jährlich eine Sabbatical-Gutschrift im Ausmaß von einer Wochenarbeitszeit auf ein Zeitdepot. Ab dem fünften Dienstjahr kann die angesparte

» DA BRAUCHT'S SCHON VIEL VERTRAUEN, WENN VORGESETZTE IN DER FRÜH IN EIN LEERES BÜRO KOMMEN. « UNTERNEHMENSBERATERIN JULIA LIPOK

FOTO: ISTOCK (2), TELE HAASE

Auszeit konsumiert werden. »Unsere Sabbatical-Regelung ist ein Instrument der Arbeitsflexibilität und dient der Burn-out-Prophylaxe«, erklärt SOS-Kinderdorf-Geschäftsführer Christian Moser. »Gerade im Sozialbereich sind die ArbeitnehmerInnen großen psychischen Belastungen ausgesetzt. Regenerationsphasen sind nötig und werden auch gerne in Anspruch genommen.«

Neues Arbeiten in der Forschung

Trotz rechtlicher Grauzonen ist der Trend zu flexiblen Arbeitszeitmodellen auch in Österreich auf dem Vormarsch. Das zeigt eine Studie, die das Institut für Personal & Organisation an der FHWien der WKW 2014 in Kooperation mit der Plattform »DNA – Das Neue Arbeiten« durchgeführt hat. Das Ergebnis: Mobiles Arbeiten wird bereits von 50 Prozent der Unternehmen unterstützt, bei Kleinstbetrieben sind es sogar 75 Prozent. Fast jedes fünfte Unternehmen hat bereits konkrete Flexibilisierungsprojekte initiiert. Teils wurde komplett auf die neue Arbeitswelt umgestellt. Andere Firmen starteten Teilprojekte mit ▶

SO TICKT EIN UNTERNEHMEN DER ZUKUNFT

Bei der Technologiefirma TELE Haase entscheiden MitarbeiterInnen über Gehalt, Arbeitsabläufe und Struktur. Klassische Hierarchien sind komplett abgeschafft. Maximale Transparenz in allen Geschäftsagenden, Entscheidungen trifft das Team und nicht das Management. Das sind die wichtigsten Firmen-Grundsätze, die beim Wiener Technologie-Unternehmen TELE Haase Arbeitsabläufe und -alltag prägen. »Heute ist das für uns schon völlig selbstverständlich«, betont Geschäftsführer Markus Stelzmann, der sich als »Regisseur« sieht. Aber das war nicht immer so.

Der mittlerweile 50 Jahre alte Fertigungsbetrieb für elektronische Komponenten und Relais war bis 2013 ein hierarchisch geführtes Familienunternehmen. Dann kam Junior Christoph Haase und stellte alles auf den Kopf. Gemeinsam mit den MitarbeiterInnen wurde ein völlig neues Firmen-Design entwickelt. Das Ergebnis: Abteilungen wurden aufgelöst, Hierarchien abgeschafft. Das Management für die einzelnen Geschäftsbereiche wurde durch autonome Gremien ersetzt. Geschäftsführer gibt es nur auf dem Papier. »Das Gesetz schreibt die Nominierung eines Geschäftsführers vor, obwohl du es gar nicht willst«, erklärt Stelzmann. »Ich bin für die Regie der Prozesse zuständig. Ziele werden gemeinsam gesucht und formuliert, Entscheidungen durch Abstimmungen in den Gremien getroffen. Weil es um Haftungsfragen geht, haben der Eigentürmer Christoph Haase und ich ein Vetorecht, auf das wir aber noch nie zurückgreifen mussten.«

Besprechungen und Entscheidungen werden protokolliert, diese Protokolle sind für alle im Intranet abrufbar. »Diese absolute Transparenz bewirkt, dass jeder weiß, was er warum tut.« Für Stelzmann ist »nur sinnstiftendes Arbeiten produktives Arbeiten.« Partnerschaftliches Agieren auf Augenhöhe, ehrlicher Umgang mit allen ist das Firmencredo. Selbst das Lohnsystem wurde von den Mitarbeitern entwickelt.

Ist TELE Haase der ultimative Herzeigebetrieb für das neue Arbeiten? »Nein«, sagt Regisseur Stelzmann: »Unser Firmenmodell verändert sich ja ständig. Wir befinden uns auf dem Weg zum selbststeuernden, selbstagierenden Unternehmen. Wie das am Ende aussehen wird, wissen wir noch gar nicht.«

Arbeiten ohne Hierarchien – geht das? Die Wiener Firma TELE Haase versucht sich als Vorzeigebetrieb für gänzlich neue Strukturen.

Sind Österreichs Unternehmen reif für das Neue Arbeiten? Die FHWien der WKW hat dazu einen Kriterienkatalog erstellt.

Sabine Groblschegg erforscht an der FHWien der WKW das neue Arbeiten.

Fokus auf Flexibilisierung, Mobilität, neue Arbeitsplatzgestaltung und innovative Arbeitsstrukturen. »Wir haben uns aber auch die Frage gestellt, ob und wann ein Unternehmen reif für das Neue Arbeiten ist«, erklärt Sabine Groblschegg, Betriebswirtin und Lektorin am Institut für Personal & Organisation der FHWien der WKW. »Dafür haben wir in einem weiteren Forschungsprojekt in Zusammenarbeit mit der Plattform DNA eine Reifegradmessung entwickelt, die anhand von klar definierten Erfolgsfaktoren aufzeigt, wo Unternehmen in Bezug auf Neues Arbeiten stehen.«

Reif für das Neue Arbeiten

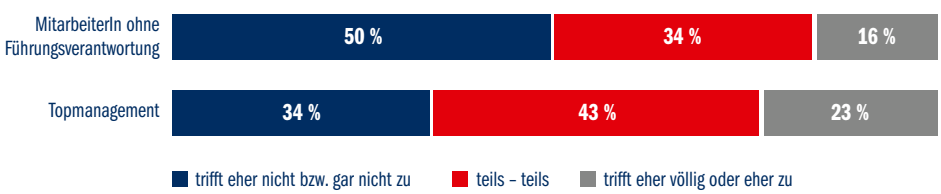
Das Reifegradmodell ist eine Art Leitfaden, der ganzheitlich alle Aspekte der neuen Arbeitswelt aufzeigt, und Unternehmern als Gradmesser dient, ob ihr Betrieb fit dafür ist. Der Leitfaden umfasst sieben Faktoren: Unternehmerisches Denken und Handeln, Unternehmenserfolg mit Freude, flexible Strukturen und Teamarbeit, Unabhängigkeit von Ort und Zeit, produktivitäts- und kreativitätsförderndes Ambiente, zeitadäquate Technologie, offen und bereit für alle Generationen.

Auf Basis eines quantitativen Onlinefragebogens wurde das Reifegradmodell im Rahmen einer Studie wissenschaftlich geprüft. Das Ergebnis zeigt, dass Österreichs Unternehmen schon recht weit sind, was die Bereitschaft betrifft, Selbstverwirklichung zu ermöglichen. »In puncto Flexibilisierung der Arbeitszeiten ist das Angebot in vielen Unternehmen zwar bereits vorhanden, aber in den meisten Fällen wollen die Führungskräfte die MitarbeiterInnen doch regelmäßig sehen. Angst vor Macht- und Kontrollverlust ist nach wie vor stark in den Köpfen der Vorgesetzten verankert«, analysiert Groblschegg die Ergebnisse der Forschungsarbeit. »Erstaunlich große Bedenken herrschen auch im Technologiebereich. Der uneingeschränkte Zugriff auf firmeninterne Technologien von außerhalb löst bei vielen Führungskräften ebenfalls große Ängste aus. Datensicherheit ist hier ein heißes Thema. Doch eingeschränktes Arbeiten von außen stößt gerade bei jungen MitarbeiterInnen auf Unverständnis«, so Groblschegg.

Ihr Fazit: Es gibt noch jede Menge Widersprüche zu beseitigen, um MitarbeiterInnen unterschiedlichsten Alters aktiv und eigenverantwortlich in den Wertschöpfungsprozess zu integrieren. Neues Arbeiten bedeutet Abschied von der »alten« Arbeit – der klassischen Lohnarbeit. Für den Sozialphilosophen und Vater des Begriffes »New Work«, Frithjof Bergmann, ist das neue Arbeiten nichts weniger als ein Mittel, die Gesellschaft zu verändern: »Nicht wir sollten der Arbeit dienen, sondern die Arbeit sollte uns dienen«, so Bergmann. »Ziel der Neuen Arbeit ist es nicht, die Menschen von der Arbeit zu befreien, sondern die Arbeit so zu transformieren, damit sie freie, selbstbestimmte menschliche Wesen hervorbringt.« ■

» Durch mobiles/virtuelles Arbeiten fällt es schwer zu prüfen, wer was arbeitet. «

Quelle: DNA STUDIE



FOTOS: FH WIEN, ISTOCK, FRANZ WEINGARTNER, BRAUMÜLLER VERLAG

»Ich saß im Zug nach Italien und wollte eigentlich nach Spanien«

studio! im Gespräch mit Autorin Emily Walton über Traumjobs, Leidenschaft und Lebenswege abseits der Trampelpfade.

Von der Redaktionsstube ins freie Autor-Innenleben. Mit 25 Jahren haben Sie Sicherheit gegen Freiheit getauscht. Was war ausschlaggebend für diese Entscheidung?
Walton: Bereits während meines Journalismus-Studiums an der FHWien der WKW habe ich bei mehreren Medien als Praktikantin gearbeitet. Vor dem Studienabschluss bekam ich dann einen fixen Platz beim KURIER im Ressort »Karrieren«. Damit war ich mit 22 Jahren bereits dort, wo ich hinwollte. Ich durfte erfolgreiche Persönlichkeiten interviewen und in einem Medium mit ansehnlichen Reichweiten publizieren. Ich war anfangs sehr glücklich, doch nach drei Jahren begann der Glanz zu verblassen. Die Themen und Schwerpunkte der Interviews wiederholten sich. Es gab wenige Aufstiegschancen im Ressort. Und ich wollte mehr und anders mit Sprache arbeiten.

Dann zogen Sie einfach die Handbremse?
Walton: Ja, es war Zeit, innezuhalten. Zu fragen: Wo bin ich eigentlich und wo will ich hin? Ich habe festgestellt, dass ich im Zug nach Italien saß, aber eigentlich nach Spanien wollte. Während meiner ersten Arbeitsjahre hatte ich eine große Leidenschaft für Literatur entwickelt. Meine Prioritäten und Ziele hatten sich geändert. Also studierte ich Germanistik und begann neben meiner Arbeit, Kurzgeschichten und Buchrezensionen zu schreiben. Mein Wunsch Autorin zu werden, wuchs weiter, mit einem Vollzeitjob ließ sich dies nicht vereinbaren. 2010 habe ich den Zeitungsjob gekündigt und damit Sicherheit gegen Freiheit eingetauscht.

Ein mutiger Schritt in Richtung Selbstverwirklichung – charakteristisch für die Lebenseinstellung der Generation Y?
Walton: Ob Generation X oder Generation Y – ich persönlich fühle mich als Individuum und keiner spezifischen Generation zugehörig. Und es war auch keineswegs ein spontaner Akt der Befreiung, sondern ein bewusst geplanter Schritt. Mein Glück war, dass ich bereits mit 26 Jahren jede Menge berufliche Erfahrungen gemacht hatte und dadurch genau wusste, was ich wollte und was nicht. Das Leben als freischaffende Journalistin und Autorin ist nicht immer einfach, aber ich war immer überzeugt von meinem Können und hatte deshalb nie Angst, keine Aufträge zu bekommen.

Welche weiteren Ziele haben Sie?
Walton: Vor vier Jahren erschien mein erstes Buch »Mein Leben ist ein Senfglas« in einem kleinen Verlag. Ich bekam gute Kritiken und war mit dem Erfolg des Buchs zufrieden. Doch ich wusste, das ist nicht der Endpunkt, sondern ein guter Start für meinen weiteren Weg. Gerade ist mein aktuelles literarisches Projekt erschienen (Anm.: die Romanbiografie »Der Sommer, in dem F. Scott Fitzgerald beinahe einen Kellner zersägte«). Da hatte ich das Glück, einen größeren Verlag zu gewinnen, der mir andere Strukturen bot. Ich habe jetzt das Gefühl, ein weiteres Ziel in meinem Leben erreicht zu haben, auch wenn es schwierig ist, mit Literatur Geld zu verdienen. Ich bin mit diesem zweiten Buchprojekt in die amerikanische Literatur eingetaucht, konnte mein Wissen über die 1920er-Jahre vertiefen und literarisch verwerten. Diesen Weg möchte ich weiter gehen.

Über Emily Walton:
geboren 1984 in Oxford/England, lebt seit 1992 in Österreich. Sie hat Journalismus an der FHWien der WKW sowie Germanistik an der Uni Wien studiert. Als Journalistin arbeitet Walton überwiegend in den Bereichen Kultur, Wissenschaft und Reise. Zuletzt hat sie eine Reihe an Reiseführern veröffentlicht. 2012 erschien ihr Debütroman »Mein Leben ist ein Senfglas« im PROVerbis Verlag. Emily Walton lebt und schreibt in Wien.

Emily Waltons aktuelles Buch »Der Sommer, in dem F. Scott Fitzgerald beinahe einen Kellner zersägte« ist im März 2016 im Braumüller Verlag erschienen.

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

DIE EINZIGE KONSTANTE IM LEBEN IST VERÄNDERUNG

Matura, Studium, Berufsleben, Pension. Das war einmal. Lebensläufe sind längst nicht mehr so linear, wie sie das einmal waren. Unsere Studierenden sind Angehörige der Generation Y oder gar der Generation Z. Sie finden nicht nur völlig andere Rahmenbedingungen am Arbeitsmarkt vor als ihre Eltern; sie stellen auch ganz neue Anforderungen an ihre Karriere und ihre persönliche Work-Life-Balance.

Das neue Arbeiten beschäftigt uns als Fachhochschule natürlich enorm, sowohl in der Forschung als auch in der Praxis. Einerseits schicken wir jährlich hunderte Absolventinnen und Absolventen ins Arbeitsleben, andererseits sind viele unserer Studierenden die Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber der Zukunft. Sie alle stellen sich früher oder später die Frage: Wie finde ich Erfüllung in meinem Beruf? Wie lässt sich meine Karriere mit einem geglückten Privatleben vereinbaren? Und schließlich: Was brauche ich, um mein ganzes Berufsleben lang motiviert und kreativ zu bleiben?

Auf all diese Fragen gibt es keine einfachen Antworten. In dieser Ausgabe von studio! haben wir uns dennoch auf die Suche danach gemacht – etwa beim weltberühmten Grafikdesigner Stefan Sagmeister, der so etwas wie der Wanderprediger für das Sabbatical geworden ist. Nicht alle Menschen wollen und können sich erlauben, ohne Rücksicht auf ihre finanzielle Situation auf Glückssuche zu gehen. Aber die Geschichten derer, die es gewagt haben, dienen jedenfalls als Inspiration.

Mit Sicherheit lässt sich nur eines sagen: Die einzige Konstante im Leben ist Veränderung. Das zeigen nicht zuletzt die ungewöhnlichen Biografien unserer Absolventinnen und Absolventen, die wir in dieser Ausgabe von studio! gesammelt haben. Lebenslanges Lernen ist mehr als ein Schlagwort, es ist eine Triebfeder unseres Arbeitens an der Fachhochschule.

In diesem Sinne: Bleiben Sie neugierig, bleiben Sie auf der Suche. Wir freuen uns, wenn wir mit unserem Magazin etwas dazu beitragen können.

Michael Heritsch
Geschäftsführer der FHWien der WKW

MAN Truck & Bus – ein gutes Team!

Als einziger heimischer Nutzfahrzeughersteller bietet MAN sowohl im Vertrieb als auch in der Produktion eine breite Palette an interessanten und spannenden Aufgaben. AbsolventInnen der FHWien der WKW, die in unserer Organisation erfolgreich tätig sind, können dies bestätigen. www.mantruckandbus.at

MAN kann.

MAN

WAS MACHT EIGENTLICH ...?

Nicht immer verlaufen die Wege von AbsolventInnen der FHWien der WKW gerade. studio! hat drei Alumni mit ungewöhnlichen Biografien getroffen, die dennoch von ihrer Ausbildung profitieren.

VON VERENA HRDLICKA

Der Japan-Fan Igor Kuznetsov hat sich seinen Traum vom eigenen Lokal erfüllt. Das »Karma Ramen« besticht mit guter Küche und gemütlicher Atmosphäre.

EIN STÜCK JAPAN IN WIEN: KOMMUNIKATIONSPROFI KOCHT RAMEN

» Viele träumen vom eigenen Lokal. Der FHWien-Absolvent Igor Kuznetsov hat sich diesen Traum erfüllt und eröffnete das »Karma Ramen«. studio! trifft ihn in seinem Restaurant nahe dem Naschmarkt zum Gespräch. Kochen wollte der gebürtige Russe schon, seit er denken kann: »Nicht zwangsläufig im eigenen Restaurant, aber der Wunsch war immer da.« Er ist jedoch ein paar Umwege gegangen, bevor er sich für seine Leidenschaft entschieden hat.

Mit 18 Jahren zog Kuznetsov nach Wien. Neben seinem Studium an der Universität Wien war er als Dolmetscher tätig und landete später in der Immobilienbranche. 2010 entschloss er sich zum Bachelor-Studium Kommunikationswirtschaft an der FHWien der WKW: »Ich habe nach einem Studium mit kreativen Inhalten gesucht. Werbung und Markenbranding haben mich besonders interessiert – diese Grundlage hilft mir heute sehr.«

Im Herbst 2015 erfüllt sich Kuznetsov seinen Traum und eröffnet gemeinsam mit zwei Partnern das Restaurant »Karma Ramen«. Das nötige Handwerk erlernte er während einer Kochausbildung in Japan. »Ich hatte schon immer eine Schwäche für Japan und die japanische Küche. In Wien gibt es zwar japanische Restaurants, aber kein Lokal, das sich auf Ramen spezialisiert hat. Daher war es naheliegend, eines zu eröffnen«, begründet Kuznetsov seine Entscheidung. Mit einer eigens aus Japan importierten Nudelmaschine werden die besonderen Suppennudeln hergestellt. Auch sonst achtet der Gastronom auf hohe Qualität: »Regionale Produkte sind mir besonders wichtig. Unsere Basiszutaten beziehen wir ausschließlich aus Wien und Niederösterreich. Das liegt mir nicht nur persönlich

FOTOS: CHRISTOPH LIEBENTRITT, ANDREA PELLER

Der Schauspieler Peter Kratochvil hat sein Hobby zum Beruf gemacht: Ab März 2016 ist er im Musical Evita im Wiener Ronacher zu sehen.

am Herzen, sondern gehört auch zu unserer Firmenphilosophie.«

Der Eröffnung des »Karma Ramen« ging eine zweijährige Planungsphase voraus: »Ein fundierter Businessplan war mir sehr wichtig. Die Entscheidung für die Selbstständigkeit sollte man sich wirklich gut überlegen und nichts überstürzen«, erzählt der ambitionierte Koch. »Das Betreiben eines Restaurants ist nicht einfach – es kostet viel Zeit, Energie und natürlich auch Geld. Trotzdem gehe ich am Ende des Arbeitstages mit einem guten Gefühl nach Hause, weil ich genau das mache, was ich mir immer erträumt habe.«

www.karmaramen.at

VON DER TOURISMUS-BRANCHE AUF DIE BÜHNE

» Peter Kratochvil ist seit Jahren auf der Theaterbühne zu Hause. studio! trifft ihn in seiner Mittagspause im Wiener Ronacher. Momentan laufen die Proben für das Musical »Evita«, bei dem Kratochvil Teil des Ensembles ist. Regie und Choreographie stammen von Vincent Paterson, der bereits mit Michael Jackson und Madonna gearbeitet hat. »Ich habe die Chance mit international anerkannten und spannenden Regisseuren und Choreographen sowie einem wunderbaren Orchester arbeiten zu dürfen. Das sind Momente, die mein Herz höher schlagen lassen«, erzählt Kratochvil.

Angefangen hat seine musikalische Karriere als Hobby während des Zivildienstes. Berufsbegleitend hat er einen Lehrgang für Musical und Operette abgeschlossen. Sein Interesse an Sprachen und der Hotelbranche hat ihn schließlich an die FHWien der WKW geführt, wo er 2003 das Diplomstudium für Tourismus- und Freizeitmanagement abschloss.

Ein privater Schicksalsschlag brachte den Wandel – er entschied sich, seiner Leidenschaft zu folgen: Kratochvil bewarb sich am Konservatorium Wien für das Bachelor-Studium »Musikalisches Unterhaltungstheater«. Er ergatterte einen der begehrten Studienplätze – und bekam außerdem noch vor Beginn des Studiums die Möglichkeit, ein Manager-in-Training-Programm in einem Ritz-Carlton Hotel in den USA zu absolvieren. Das Konservatorium stellte ihn für die Zeit des Trainings frei, mit der Auflage, weiterhin schauspielerisch tätig zu sein. Also stand er abends auf der Bühne mehrerer Theater in Cleveland, Ohio. Kratochvil erinnert sich: »Es war eine sehr anstrengende Zeit. Das Arbeiten im Hotel verlangt einem sehr viel ab. Die Bühnenarbeit hat mich vom täglichen Stress befreit, mich entspannt. Das hat mir gezeigt, dass es die richtige Entscheidung war, diesen Weg einzuschlagen.«

Der junge Familienvater hat sich seinen Traum erfüllt. Ob ihm Inhalte des Studiums bei seiner weiteren Karriere behilflich sein werden? »Das Theater gehört zur Tourismus- und Freizeitwirtschaft dazu. Theatermanagement ist ein Bereich, der mich sehr interessiert, und ich könnte mir auch vorstellen, in der Zukunft dort Fuß zu fassen. Die FHWien der WKW hat mir eine gute betriebswirtschaftliche Grundlage geboten. Momentan freue ich mich aber noch auf viele Herausforderungen als Darsteller.«

www.peter-kratochvil.com

WIENER MODEMACHER MIT BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHEM KNOW-HOW

»Claus Tyler begrüßt studio! im Traditionshaus »Popp & Kretschmer« zum Gespräch. Das 1889 eröffnete Luxusmodegeschäft, dessen Marketingleiter Sascha Trefelik ist – wie Tyler ein Absolvent der FHWien der WKW –, gehört zu Wiens nobelsten Adressen. Auch Abendroben von Claus Tyler sind auf den Kleiderstangen zu finden.

Der gebürtige Wiener setzt auf zeitloses Design und hochwertige Verarbeitung. »Mein Qualitätsbewusstsein ist hoch, deswegen beziehe ich die Stoffe ausnahmslos aus Mitteleuropa. Die Jacke, die ich momentan trage, wurde in Deutschland genäht, der Oberstoff kommt aus Vorarlberg und der Unterstoff aus der Steiermark. Gute Qualität und Produktion haben ihren Preis, aber es ist definitiv machbar. Für Geiz ist geil bin ich der Falsche. «

2015 war ein erfolgreiches Jahr für Claus Tyler und sein gleichnamiges Modelabel. Letzten Sommer begann er an einer Kollektion in Kooperation mit Vorarlberger Stickereien zu arbeiten und präsentierte diese im Festspielhaus Bregenz vor 700 BesucherInnen. »Man darf während erfolgreicher Zeiten nicht faul werden. Es gibt nichts Schlimmeres, als sich auf dem Erfolg von heute auszuruhen und nicht an morgen zu denken«, stellt Tyler klar.

Sein Zeitplan ist straff organisiert. Für den Einkauf von Stoffen, Besichtigungen der Werkstätten und Meetings ist der junge Modedesigner viel unterwegs – im letzten Quartal 2015 hat er knapp 10.000 Reisekilometer zurückgelegt. »Im Modebereich ist man sehr zukunftsorientiert und der Termindruck ist groß. Momentan konzipiere und zeichne ich die Frühjahr/Sommer Kollektion 2017. Genaue Planung ist das A und O«, erzählt Tyler.

Da er als Selbstständiger nicht von externen BeraterInnen abhängig sein wollte, begann er 2012 das Bachelorstudium Unternehmensführung an der FHWien der WKW. »Gerade als Jungunternehmer ist es wichtig, sich eine Kernkompetenz aufzubauen und einen Überblick über das gesamte Geschäft zu haben«, ist sich Tyler sicher und sieht im FH-Studium einen klaren Vorteil: »Berufsbegleitend studieren war auf jeden Fall eine Herausforderung, aber die Organisation und auch das Entgegenkommen der FHWien der WKW machen es Berufstätigen möglich, ein Studium abzuschließen.«

www.claustyler.com

In der Modebranche erfolgreich zu sein, ist nicht einfach. Claus Tyler hat es geschafft und blickt einem spannenden Jahr entgegen.

FOTOS: CHRISTOPH LIEBENTRITT (LINKS), GÖTTIN DES GLÜCKS, PATRICIA WEISSKIRCHNER, YASMIN NOWAK (RECHTS)

Johanna Aigner ist seit 2012 für Göttin des Glücks tätig. Ein wichtiger Teil ihrer Arbeit ist die Beratung und Begleitung der Filialen.

MODE, DIE GLÜCKLICH MACHT

Das Label »Göttin des Glücks« leistet Pionierarbeit und zeigt, wie im Modebereich Nachhaltigkeit auf allen Ebenen umgesetzt werden kann.

VON VERENA HRDLICKA

Soziales und ökologisches Bewusstsein fehlen in der Modebranche oft. Das 2005 gegründete Unternehmen »Göttin des Glücks« nimmt hier eine Vorreiterrolle ein und ist im Begriff, sich als erstes ökofaires Modelabel in Österreich zu etablieren. Nach dem Motto »Danke, mir geht's gut« ist die gesamte Produktionskette nachhaltig gestaltet und entspricht den Kriterien der Zertifikate FAIRTRADE und GOTS (Global Organic Textile Standards).

»Die ›Göttin‹ ist ein gemeinwohlorientiertes Unternehmen. Die Philosophie, die dahinter steht, hat mich sofort mitgerissen. Lässt man sich einmal auf diese Art der Organisationsstruktur ein, dann geht man nicht wieder zurück ins Konventionelle«, erzählt Johanna Aigner, Vertriebsleiterin und Studentin an der Berufsakademie der FHWien der WKW.

»Göttin des Glücks« hat sich zum Ziel gesetzt, das Kaufverhalten der KonsumentInnen zu verändern – weg vom ungezügelten, kopflosen Konsum hin zum bedachten, nachhaltigen Einkaufen. »Jede einzelne Person, die an unserer Mode beteiligt ist, wird fair behandelt und entlohnt. Menschlichkeit und der nachhaltige Umgang mit Ressourcen stehen für uns an erster Stelle«, erklärt Johanna Aigner die Prinzipien des Unternehmens.

Pionierarbeit leistet das Label auch im Bereich der Gemeinwohlökonomie: In der bereits dritten Gemeinwohl-Bilanz werden alle Strukturen und Prozesse des Unternehmens detailliert offengelegt. Transparenz und Ehrlichkeit sind bei »Göttin des Glücks« nicht nur eine Floskel, sondern werden in der täglichen Arbeit gelebt. ■

ERFOLGSSTORY GÖTTIN DES GLÜCKS

2006 entstand aus einem anfänglichen Hobby das Modelabel »Göttin des Glücks«. Heute führen zwei der vier GründerInnen, Igor Sapic und Lisa Muhr, die Geschäfte und 25 MitarbeiterInnen. Neben einem Webshop und sechs Filialen in ganz Österreich beziehen rund 80 Boutiquen und Weltläden die Mode von »Göttin des Glücks«.

www.goettindesgluecks.com

Auch Hunde werden von der »Göttin des Glücks« nachhaltig eingekleidet.

EISKALTER TRAUMURLAUB

Michael Heritsch, Geschäftsführer der FHWien der WKW, erzählte studio! von seinen ungewöhnlichen Urlauben: Er tingelt mit dem Lada durch Osteuropa – und findet im Zelt bei Wind und Wetter Entspannung.

VON ANDREA HEIGL

Alles begann mit einer Kurzmeldung in einer Zeitung: Der Bau eines seit 40 Jahren unveränderten Lada-Modells sollte eingestellt werden, das russische Kult-Auto hatte sich in Westeuropa einfach nicht durchgesetzt. Michael Heritsch erinnerte sich an seinen alten Wunsch, so einen Lada zu besitzen. »Da habe ich mir gedacht: So lange es ihn noch gibt, kaufe ich mir einen.«

Dann ist der Traum vom Lada »irgendwie mutiert«, sagt Heritsch. Er begann, an dem Auto herumzubasteln, informierte sich in diversen Foren – und stieß schließlich auf eine große Online-Community, die sich mit dem Auto und seinen Besonderheiten beschäftigt. Aus Online-Kontakten wurden Offline-Kontakte, Heritsch nahm an internationalen Lada-Treffen teil. Und da entstand die Idee: Man könnte ja mal eine große Tour unternehmen.

Das Ergebnis klingt für die Allermeisten wohl nicht gerade nach Traumurlaub. Hunderte Kilometer Fahrt in dem klapprigen, lauten Auto, das maximal 90 Stundenkilometer Geschwindigkeit schafft. Schlafen im Freien bei zweistelligen Minusgraden, Schneeschaufeln, Autos aus dem Schlamm zerren und reparieren. Erst Anfang Februar unternahm Heritsch wieder so eine Tour in die Ukraine – studio! stellte er Fotos von seiner letzten Reise zur Verfügung.

UKRAINE
LAND

KIEW
HAUPTSTADT

42.854.106
EINWOHNER

603.700
KM² FLÄCHE

1.055
KM LUFTLINIE WÄHRING–KIEW

Manueller Erfolg

Für ihn ist es – trotz aller Strapazen – die ideale Form von Entspannung: »Ich bin nicht der Typ, der regelmäßig einen richtigen Erholungsurlaub braucht. Ich suche Abwechslung von meinem Beruf und meinem Alltag, denn meistens sitze und rede ich viel. Ein Auto zu reparieren, das ist ein toller Kontrast, ein manuelles Erfolgserlebnis, das man im Alltag in dieser Form ganz selten hat. Das ist für mich Erholung, auch wenn es anstrengend ist.«

Also packen Heritsch und seine Frau in regelmäßigen Abständen ihr Abenteuer-Equipment in den kleinen Lada und fahren los – bevorzugt Richtung Osten. Das Urlaubsfeeling stellt sich schon lange Zeit vorher ein, erzählt Heritsch: »Meistens beginnen wir drei Wochen vorher damit, das Auto zu beladen. So ein Lada ist ja nicht groß, da muss man sich gut überlegen, was man mitnimmt. Dann wird geschmiert, geölt, ausprobiert, wieder ausgepackt, wieder eingepackt, umsortiert. Meine Nachbarn halten mich bestimmt für verrückt.« Das große Ziel beim Bepacken des Autos ist Downsizing: »Nach jedem Urlaub mache ich mir eine Checklist, was ich beim nächsten Mal zu Hause lassen kann.«

Keine Dosenravioli

Einmal in der Ukraine angekommen, geht es mit einer kleinen Reisegruppe in entlegene Gegenden – Schnee, Schlamm und unbefestigte Straßen inklusive. Wenn es dunkel wird, bleibt die Reisegruppe einfach stehen, kocht, unterhält sich – eine intensive Zeit,

FOTOS: MICHAEL HERITSCH

Zelten bei zweistelligen Minusgraden, Schneeschaufeln, Auto reparieren – die Touren von Michael Heritsch sind kräfteraubend. Und für ihn die perfekte Form der Entspannung.

in der die bunt zusammengewürfelte, internationale Reisegruppe alles miteinander teilt. Und auch wenn es mitunter anstrengend ist, Dosenravioli kommen Heritsch nicht auf den Teller: »Die habe ich mit als Backup. Aber eigentlich ist mein Anspruch schon, ordentlich zu kochen.«

Besonders wichtig sind dem Geschäftsführer der FHWien der WKW die Begegnungen mit der Bevölkerung vor Ort. Er hat sogar begonnen, Russisch zu lernen. »Man kommt schon ins Grübeln, wenn man hört, dass ein pensionierter Zahnarzt im Monat davon leben muss, was ich für zwei Tankfüllungen ausgebe.« Gleichzeitig erzählt Heritsch von der Zufriedenheit der Menschen, ihrer Ruhe, die auch für ihn zur Erholung beiträgt.

Mit dem Lada in den Osten – das ist für Heritsch »eine logische Fortführung« eines Lebensstils, den er vor Jahren begonnen hat. »Ich habe irgendwann angefangen, mich von vielen materiellen Dingen zu trennen. Das macht das Leben einfacher und erlebnisreicher. Früher hatten wir zu zweit fünf Autos – wer braucht sowas? Ich versuche lieber, autark zu sein.« Gleichzeitig, sagt Heritsch, lernt er die Vorzüge des Alltagslebens nach seinem Abenteuerurlaub wieder zu schätzen. »Ich freue mich nach so einer Reise natürlich auf die erste Nacht im eigenen Bett – und auch auf ein schönes, geheiztes Büro.«

Und wo soll die nächste Reise hingehen? Heritsch schwebt eine längere Tour vor, drei oder vier Wochen, von Wien aus in die Ukraine, nach Weißrussland, durch die Ostukraine, Russland, Georgien und über die Türkei und Serbien wieder zurück.« Alles mit dem Auto, wohlgemerkt. Denn Heritsch findet: »Wo ich mit meinem Auto nicht hinkomme, dort hab ich nichts verloren.« ■

MICHAEL HERITSCH

Der gebürtige Steirer Michael Heritsch (53) ist seit 2006 Geschäftsführer der FHWien der WKW. Davor war er in führenden Positionen in der Industrie in den Bereichen IT und Controlling tätig. Heritsch studierte Unternehmensführung an der FHWien der WKW sowie Hochschul- und Wissensmanagement an der Donauuniversität Krems.

»MEIN BERUF IST IMMER NOCH MEINE BERUFUNG«

Stefan Sagmeister ist Österreichs wichtigster Design-Export: Der Vorarlberger hat mit seinem Studio in New York Design weltweit geprägt. Alle sieben Jahre nimmt er sich davon eine Auszeit. Im studio!-Interview erzählt er, wie das sein Leben und seine Arbeit verändert hat.

VON ANDREA HEIGL

Alle sieben Jahre schließen Sie Ihre hocherfolgreiche Design-Firma, um sich ein Jahr frei zu nehmen. Empfehlen Sie das nur Menschen, die ihr Geld mit Kreativität verdienen? Oder auch jemandem mit einem ganz »normalen« Job?
Sagmeister: Ich denke, es funktioniert am besten für Menschen, die in ihrem Job frische Ideen brauchen – und das gilt natürlich nicht nur für Menschen in der Kreativindustrie. Ich habe eine Reihe von Vorträgen zu dem Thema gehalten, und das Feedback von Dutzenden Menschen war: Ich mach' das jetzt auch. Alle waren sehr enthusiastisch! Ich habe kleine, mittlere und große Firmen erlebt, die es uns nachgemacht haben, die Ergebnisse waren immer exzellent. Meiner Erfahrung nach ist es mitunter beängstigend, so etwas zu planen – und es ist ein erhebendes Gefühl, es dann wirklich zu tun.

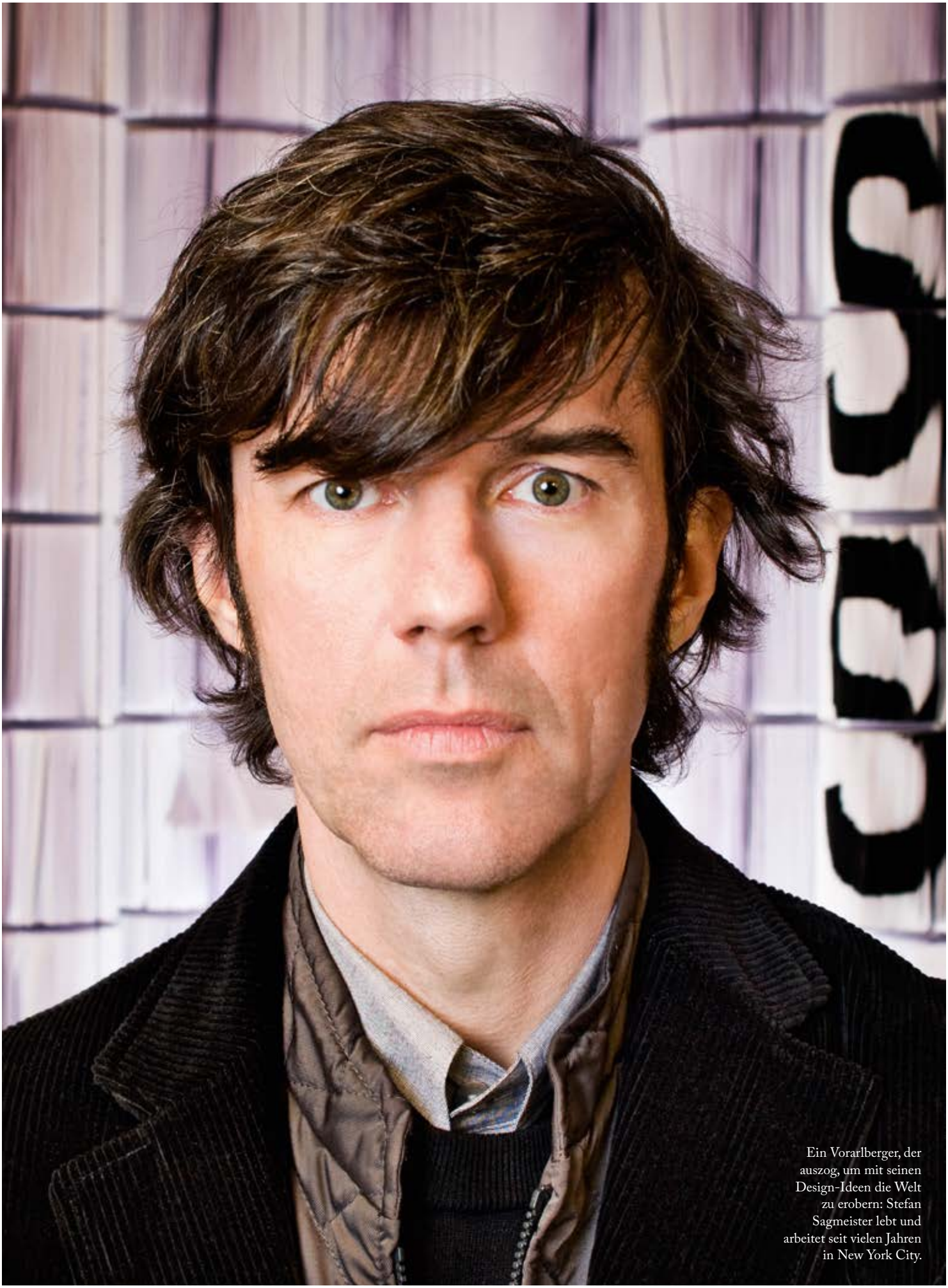
Ihr letztes Sabbatical haben Sie in Bali verbracht – wo Sie die ganze Zeit designt haben. Ein Designer zu sein, ist das für Sie Beruf oder Berufung?
Sagmeister: Das war das größte Geschenk, das mir die Sabbaticals gegeben haben: Nach all diesen Jahren sehe ich meinen Beruf immer noch als Berufung, nicht bloß als Karriere oder Job. Wie das bei großen Entscheidungen im Leben so ist, gab es eine Reihe von Gründen, um das erste Sabbatical zu machen: Ich wollte einerseits die Routine und Langeweile bekämpfen. Andererseits kann ich Projekte vielfältiger gestalten, wenn ich mehr Zeit habe, sie zu planen.

Ich hatte schon die Erwartung, dass die Auszeit schön und erbaulich werden würde. Was ich nicht erwartet hatte, war, dass die Sabbaticals die gesamte Ausrichtung des Studios verändern würden. Und ich habe schon gar nicht zu hoffen gewagt, dass die Sabbaticals finanziellen Erfolg bringen würden – aber das taten sie. Ich muss zugeben, dass es mir Angst gemacht hat, als ich 1999 das erste Sabbatical genommen habe. Unser Designstudio war damals sieben Jahre alt, der erste Internetboom war in vollem Gange und alle in der Branche haben jede Menge Geld verdient. Es wirkte vermutlich unprofessionell, das Studio für ein Jahr zu schließen, um verschiedenste Dinge auszuprobieren.

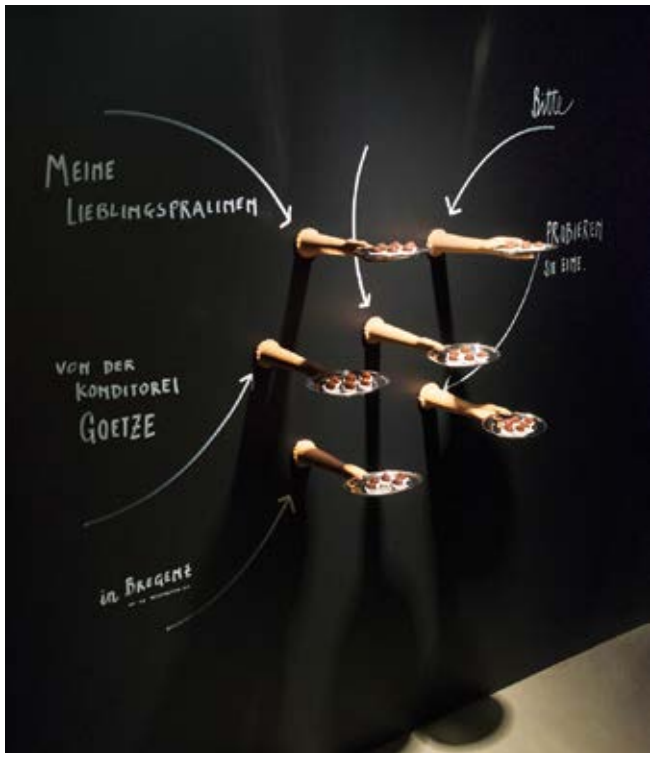
Wie haben Sie sich an ein Leben ohne Kunden und Deadlines gewöhnt?
Sagmeister: Ich hatte während der gesamten Zeit einen klaren Tagesplan, und ich hatte auch gar nicht den Wunsch, die Arbeit komplett einzustellen. Eigentlich arbeite ich während der Sabbaticals sogar mehr als in »normalen« Jahren. Mit dem Unterschied, dass ich nicht für Kunden arbeite. Stattdessen verfolge ich kleine Experimente, die möglicherweise Ergebnisse bringen, von denen die Kunden in den darauf folgenden Jahren profitieren. ▶

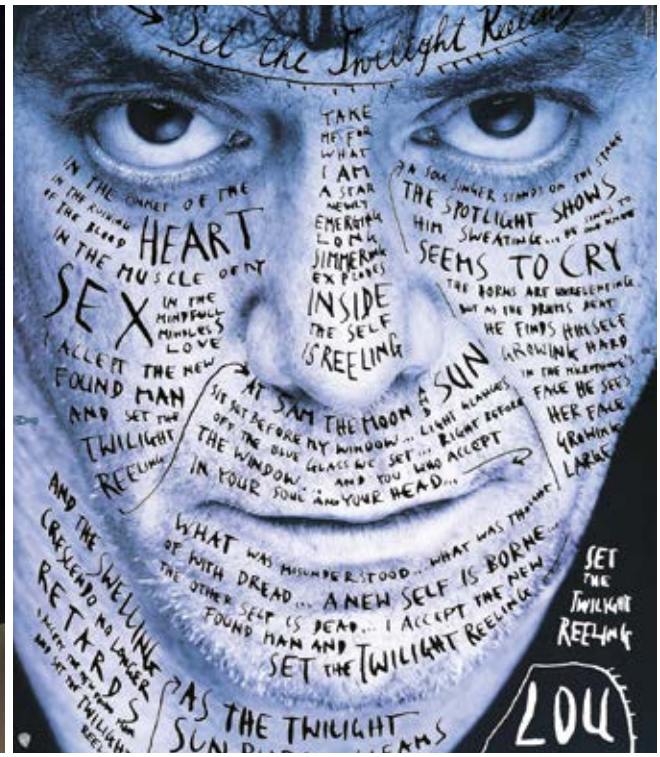
» ICH HABE NICHT ZU HOFFEN GEWAGT, DASS DIE SABBATICALS FINANZIELLEN ERFOLG BRINGEN WÜRDEN – ABER DAS TATEN SIE. « STEFAN SAGMEISTER

FOTO: JOHN MADERE



Ein Vorarlberger, der auszog, um mit seinen Design-Ideen die Welt zu erobern: Stefan Sagmeister lebt und arbeitet seit vielen Jahren in New York City.





Hielten Sie die Leute in Ihrer Umgebung für verrückt – oder waren sie eifersüchtig?
Sagmeister: Die Standard-Reaktion unserer Kunden war: Ich würde das liebend gern selbst machen!

Hatten Sie nach diesem Jahr Schwierigkeiten damit, wieder in das »normale« Leben zurückzufinden?
Sagmeister: Überraschenderweise nicht. Vor meinem ersten Sabbatical hatte ich allen erzählt, dass ich das möglicherweise für ein oder zwei Jahre machen würde. Während des ersten Jahres wurde mir rasch klar, dass dieses eine Jahr genügt. Nach dieser Zeit habe ich mich darauf gefreut, in meinen Alltag zurückzukehren.

Unternehmen wie Google haben Büros, die wie riesige Spielplätze aussehen, um die Kreativität und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter zu erhöhen. Denken Sie, dass das funktioniert?
Sagmeister: Das hat natürlich auch eine andere Seite: Viele Mitarbeiter von Google und Co arbeiten deutlich mehr als acht Stunden pro Tag, weil sie eben in ihrem Büro auch essen, spielen oder entspannen können. Diese höhere Arbeitszeit erhöht in Summe die Produktivität. Ich kenne keine exakten Zahlen dazu, aber natürlich muss man dazu sagen, dass die vier großen Unternehmen der amerikanischen Westküste, die diese Form von Arbeitsumgebung anbieten – Google, Facebook, Apple und Amazon – die Triebfeder der amerikanischen Wirtschaft sind.

Was ist Ihnen in Ihrer täglichen Arbeitsumgebung wichtig?
Sagmeister: Vor allem Menschen, mit denen ich gerne Zeit verbringe. Eine schöne Aussicht in die Ferne wäre wundervoll, aber die habe ich derzeit leider nicht.

Als Chef einer Kreativ-Firma: Welchen Rat haben Sie für andere Arbeitgeber, um ihre Mitarbeiter zufrieden zu machen?
Sagmeister: Ich bezweifle, dass andere Unternehmer meinen Rat brauchen. Eine Sache kann ich vielleicht sagen: Kreiert ein Arbeitsumfeld, in dem gute Arbeit möglich ist, in der sie in die Realität umgesetzt werden kann – und schließlich honoriert wird.

» DIE STANDARD-REAKTION UNSERER KUNDEN WAR: ICH WÜRDE DAS LIEBEND GERN SELBST MACHEN! « STEFAN SAGMEISTER

Wien hat den Ruf, die Welthauptstadt der grantigen Menschen zu sein. Wie waren die Reaktionen auf die »Happy Show«, die die letzten Monate im Museum für Angewandte Kunst (MAK) gelaufen ist?
Sagmeister: Ehrlich gesagt hatte ich von den Wienern schon Zurückweisung erwartet. Aber das Gegenteil war der Fall: Die »Happy Show« ist die meistbesuchte Ausstellung in der 150-jährigen Geschichte des MAK. Und ich bekomme jeden Tag Post von Besuchern.

Sie sind viel durch die Welt gereist, haben an unterschiedlichsten Orten gelebt. Ihr

FOTOS: MAK/ASLAN KUDRNOFSKY (2), STEFAN SAGMEISTER

»The Happy Show« lief enorm erfolgreich im MAK – trotz Wiens Ruf als Welthauptstadt der grantigen Menschen.

Tipp: Wo findet man die glücklichsten Menschen der Welt?
Sagmeister: Meine persönlichen Erfahrungen unterscheiden sich sehr von den Zahlen, die Forscher publizieren. In internationalen Glücksstudien liegen oft Länder wie die Schweiz oder Dänemark in Führung. Mein eigener, unwissenschaftlicher Eindruck wäre eher, dass in Kuba und Brasilien viele glückliche Menschen leben. Ich denke, die Frage der Sicherheit und das Vertrauen in die Zukunft spielen für die Menschen eine wichtige Rolle für ihr persönliches Glücksgefühl.

Was haben Sie während Ihres nächsten Sabbaticals vor?
Sagmeister: Ich werde drei unterschiedliche Orte bereisen und hoffe, dass sie alle einen Einfluss auf mein Denken und meine Kreativität haben werden. Die ersten vier Monate werde ich in Mexiko City sein, dann vier Monate in Tokio und die letzten vier Monate möchte ich in einem kleinen Dorf in den österreichischen Alpen verbringen. ■

STEFAN SAGMEISTER

Stefan Sagmeister kam 1962 in Bregenz zur Welt. Der Sohn von Vorarlberger Kaufleuten studierte an der Wiener Angewandten und in New York. Nach einigen Jahren in Hongkong zog er 1993 wieder nach New York, wo er seine Agentur Sagmeister Inc. gründete.

Sagmeister erlangte unter anderem mit Plattencovern für die Rolling Stones, Lou Reed und Aerosmith Weltruhm und gewann zwei Grammys als Designer. Er ist auch Meister der Selbstinszenierung: So ließ er sich für ein Plakat die Daten einer Veranstaltung in die Haut ritzen. Sein Studio, das seit dem Einstieg seiner Partnerin Jessica Walsh im Jahr 2012 Sagmeister & Walsh heißt, promotet er mitunter mit Nacktfotos von sich und seinen MitarbeiterInnen.

Alle sieben Jahre – auch 2016 – schließt er seine Firma und stellt alle Kundenprojekte hintan, um zu neuer Inspiration zu finden. Ein Ergebnis seiner Glückssuche war die »Happy Show« im Wiener Museum für Angewandte Kunst (MAK), mit der er an den Ort seines Studiums zurückkehrte. Sagmeister ist auch gefragter Redner, Autor und Filmemacher. Glück wurde dabei zu seinem Lebensthema. Seine beiden Glücksratschläge sind übrigens: Jeden Abend vor dem Einschlafen 30 Sekunden lang darüber nachdenken, was an diesem Tag gelungen ist – und ausgiebig reisen.

Mehr Informationen finden Sie unter
www.sagmeisterwalsh.com
twitter.com/sagmeisterwalsh

Things I have learned in my life so far.

Sagmeister selbst nennt sein Werk »Ein Designbuch für Nichtdesigner«: Kurze Lebensweisheiten, äußerst ansprechend und vielfältig verpackt.

Abrams Books, 2013

VORSICHT VOR FREMDEN

Natascha Miljković gründete die erste Agentur für Wissenschaftsberatung und Plagiatsprüfung in Österreich. studio! hat sie getroffen und mit ihr über Hindernisse und Chancen im akademischen Alltag gesprochen.

VON VERENA HRDLICKA

Natascha Miljković setzt auf Prävention bei der Vermeidung von Plagiaten.

In den vergangenen Jahren erlebten Plagiate eine Renaissance in der öffentlichen Diskussion – nicht zuletzt wegen berühmter Beispiele wie dem des früheren deutschen Verteidigungsministers Karl-Theodor zu Guttenberg, der schließlich nicht nur den Doktortitel, sondern auch den Ministerposten verlor. Wochenlang kursierte die »Plagiatsaffäre« in den internationalen Medien. Was zurückbleibt, ist Unsicherheit, die den akademischen Alltag nachhaltig beeinflusst. Nicht nur die Karrieren der Studierenden können bei nachgewiesenen Plagiaten einen Schaden davontragen; auch das Image der betreuenden Hochschulen wird dadurch möglicherweise angekratzt.

Hier kommt Natascha Miljković ins Spiel. Die studierte Naturwissenschaftlerin gründete 2010 die Agentur »Zitier-Weise« für Wissenschaftsberatung und Plagiatsprüfung. »Während meines Studiums bin ich zwar nicht per se mit Plagiaten konfrontiert worden, aber sehr wohl mit akademischen Unredlichkeiten. Mich hat schon immer sehr interessiert, wie es dazu kommt und wie man sie verhindern kann«, erklärt Miljković ihre Motivation. Sie sieht das Problem vor allem in der fehlenden Schreibroutine: »Die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens lernen die meisten Studierenden in Vorlesungen am Anfang des Studiums, aber nicht jedes Studium beinhaltet regelmäßiges Schreiben. Fehler sind programmiert, wenn man keine Möglichkeit hat zu üben. Routine beim Schreiben ist das Um und Auf.«

Die meisten Unstimmigkeiten entdeckt Natascha Miljković bei der Plagiatsprüfung in der Einleitung und im theoretischen Teil der Arbeiten. Sie verwendet verschiedene Plagiatsprogramme, ausschließlich darauf will sie sich jedoch nicht verlassen. »Die Ergebnisse der Programme sind nicht aussagekräftig – sie müssen ausgewertet und analysiert werden.«

» DER MUT ZUR TRANSPARENZ NIMMT ZU. EINIGE HOCHSCHULEN INVESTIEREN VERSTÄRKT IN DIE LEHRE UND ERHÖHEN SO DEN ANSPRUCH AN DIE EIGENE LEISTUNG. « NATASCHA MILJKOVIC

Unsicherheiten beseitigen

Miljković coacht größtenteils Lehrende, oft scheitert nämlich das verständliche Vermitteln der Inhalte: »Manchmal reichen schon ein paar Sätze mehr, damit Unsicherheiten aus dem Weg geschafft werden können. Ich weiß, dass im Hochschulalltag oft Zeitmangel herrscht, aber die Zeit muss man sich nehmen.«

Einen Fortschritt sieht Miljković im Umgang der Hochschulen mit Plagiaten und anderen Unredlichkeiten. Lange Zeit gab es keinen offenen Diskurs, zu groß war die Angst vor Imageschäden durch Plagiatsskandale. Aber: »Der Mut zur Transparenz nimmt zu. Einige Hochschulen investieren verstärkt in die Lehre und erhöhen so den Anspruch an die eigene Leistung. Kommunikation und Ehrlichkeit sind essentiell, wenn sich etwas ändern soll«, ist die engagierte Beraterin sicher.

Was hält sie von der medialen Berichterstattung in den vergangenen Jahren? »Ich finde es gut, dass das Thema der Allgemeinheit näher gebracht wurde. Die Medienberichterstattung

FOTOS: THOMAS STEIBL, ISTOCK (2)

FEDERN

hat jedoch den Fokus auf die Überprüfung und das Bestrafen gelegt. Das kritisiere ich, denn der Fokus muss auf der Prävention liegen.«

Die studierte Biologin hat sich ihren Traumberuf selbst gebastelt. Es bestand Bedarf, sie hat die Chance beim Schopf gepackt und sich zur Selbstständigkeit vorgearbeitet. »Ich arbeite für Studierende, nicht gegen sie. Ich möchte Barrieren im Hochschulalltag brechen und die Angst vor Fehlern nehmen – sowohl bei Studierenden als auch bei Lehrenden.« ■

BUCHTIPPS

Zur Einarbeitung ins wissenschaftliche Arbeiten empfiehlt Natascha Miljković folgende Bücher:

- Martin Kornmeier »Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht (für Bachelor, Master, Dissertationen)«, UTB Haupt, 4., akt. Auflage, 2011.
- Helga Esselborn-Krumbiegel »Von der Idee zum Text – Eine Anleitung zum Text«, UTB, 3., überarb. Auflage, 2008.

AUCH DIE BESTEN MÜSSEN TRAINIEREN

Studierende der FHWien der WKW üben mit SchülerInnen, wie man sich richtig bewirbt.

VON HELGA NIEMITZ

Studierende der FHWien der WKW helfen SchülerInnen - und lernen dabei selbst.

»Probieren ist so wichtig wie studieren« – so erklärt der Trainer Markus Ebner vom Studiengang Personalentwicklung an der FHWien der WKW die Bedeutsamkeit von Trainingserfahrung für StudentInnen des berufsbegleitenden Lehrgangs.

Trainings für 200 SchülerInnen

Im Rahmen des Projekts »Training auf höchstem Niveau« müssen die TeilnehmerInnen einen gesamten Seminartag für SchülerInnen zu einem Thema aus den Bereichen Kommunikation, Rhetorik, Präsentation oder Bewerbungstraining gestalten. Aktiv werden Schulen mit Abschlussklassen angeschrieben, um die Trainings für über 200 SchülerInnen anzubieten. Nach mittlerweile sieben Jahren ist das Konzept so erfolgreich, dass die Schulen schon mit dem Angebot rechnen und den Trainingstag als Fixpunkt im Schuljahr sehen.

In Österreich ist das Projekt der FHWien der WKW die einzige TrainerInnenausbildung, bei der mit externen Gruppen gearbeitet wird. Dabei wird ein Trainingsinstitut simuliert, zwei bis drei TrainerInnen müssen den gesamten Seminartag für eine Gruppe planen – von der grafischen Gestaltung der Einladung bis hin zum didaktisch durchgeplanten Seminardesign. Auf diesen Tag bereiten sich die TrainerInnen vier Semester lang vor, er ist sozusagen ihr Meisterstück. Im Rahmen des Studiums erwerben sie auch ein TrainerInnenzertifikat. Nach dem Seminartag folgen Reflexion und die Erstellung eines Seminarrezepts. Trainer Markus Ebner: »Ein gutes Rezept zeichnet sich dadurch aus, dass jede und jeder dadurch befähigt wird, ein Seminar nach diesem Rezept zu halten.« ■

Linksammlung:

Nützliche Tipps vom Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft:
www.bic.at

Vom perfekten Lebenslauf bis zum Motivationsschreiben:
www.karriere.at/c/bewerbung

Infos rund um Fangfragen, Körpersprache und Dresscodes:
karrierebibel.de/bewerbungstipps

Lebenslaufmuster und vieles mehr zum Download:
bewerbung.careesma.at

1 Wie alles begann: Die Gründer.Vernissage von Alumni&Co im November 2006.
2 Highlight des Jahres – Alumni&Co präsentiert: Alumni&Co-Gala – Die Nacht der FHWien der WKW mit der Kür des Alumnus oder der Alumna des Jahres.
3 Wir sind viele: AbsolventInnenfoto aus dem Jahr 2010.
4 Golfchallenge 2009 zum Frühlingserwachen.
5 2014 wurde erstmals ein Alumni&Co-Stipendium für das MBA Programm vergeben. Derzeit läuft die Ausschreibung wieder (s. Seite 28).
6 Monatlicher Fixpunkt: der Alumni-Dienstag (hier im Februar 2016) im kaffemik.

VISITENKARTEN AUSTAUSCHEN IST NICHT GENUG

Seit zehn Jahren besteht Alumni&Co – das Netzwerk der FHWien der WKW. Warum liegt die Betonung dabei auf »&Co«? Und wie funktioniert modernes Networking abseits von Facebook und anderen 2.0-Plattformen? studio! hat nachgefragt.

Twitter, Xing, Facebook – auf all diesen Plattformen ist Alumni&Co vertreten. Und dennoch: Für Michaela Beranek, Geschäftsführerin von Alumni&Co, ist Netzwerken weit mehr als das virtuelle Herstellen von Kontakten: »Für uns stehen persönliche Gespräche und Zeit im Vordergrund. Ich denke, etwas Wertvolleres gibt es für unsere Mitglieder kaum.«

Wenn also ein freier Journalist eine Büro-Immobilie sucht oder eine Jungunternehmerin eine Marketingexpertin braucht, dann sind sie gut beraten, bei der FHWien der WKW anzurufen. Beranek und ihre KollegInnen haben mittlerweile einige Übung darin, Menschen zusammenzubringen. Das betont auch Joachim Zanitzer, Präsident von Alumni&Co: »Unser USP liegt in der Vielfalt der Studiengänge. Wo sonst kann man ein so ein breites Spektrum an aktuellen und zukünftigen Kontakten finden?«

2016 feiert Alumni&Co sein zehnjähriges Bestandsjubiläum – und Beranek, die seit 2012 Geschäftsführerin

FOTOS: ALUMNI&CO, ALEXANDER MÜLLER

ist, weiß aus Erfahrung: »Es bringt nichts, wenn wir bei unseren Veranstaltungen nur Visitenkarten austauschen.« Der nachhaltige Kontakt, die verlässliche Verbindung – darum geht es ihr und ihren KollegInnen.

Zum zehnjährigen Jubiläum wird es keine eigene Party geben, schließlich gilt es, mit Mitgliedsbeiträgen (35 Euro pro Vereinsjahr) verantwortungsvoll umzugehen. Gefeiert wird dennoch, etwa bei der Nacht der FHWien der WKW am 21. Oktober 2016. Und es gibt zum Jubiläum neue Formate, etwa den »Pop-up CareerDay«.

Neue Formate

Die stete Weiterentwicklung liegt Beranek am Herzen – nicht zuletzt, weil sich die Bedürfnisse der Studierenden und AbsolventInnen laufend verändern: »Wir haben an der FHWien der WKW sehr viele Studierende in berufsbegleitenden Studiengängen. Deren Abende sind bereits so vollgepackt, dass sie nicht noch zusätzlich Veranstaltungen besuchen können und wollen. Also müssen wir innovative Formate entwickeln.« Für Beranek ist das »Beziehungsarbeit«: Schon während ihres Studiums werden die künftigen AbsolventInnen an Alumni&Co herangeführt. Das »&Co« im Namen ist ihr besonders wichtig: »Wir vernetzen AbsolventInnen, Studierende, Lehrende und Wirtschaftspartner. Davon profitieren alle Beteiligten.«

Für die Alumni&Co-Geschäftsführerin ist auch klar, wo sich die Organisation nicht hinentwickeln soll: »Ich habe kürzlich einen Vortrag über die Alumni-Arbeit in Yale gehört. Dort stiften AbsolventInnen Hörsäle und Bibliotheken. Ich glaube nicht, dass sich das so mit unserer Kultur vereinbaren lässt. Bei uns sind Alumni vorrangig BotschafterInnen, nicht GeldgeberInnen.«

Frischer Wind

Es sind auch nicht die tollen Reisen oder die großen Namen, mit denen Beranek die Menschen anlocken möchte. Ihr geht es vielmehr um den nachhaltigen Nutzen. Etwa für jene Alumni, die schon weiter oben auf der Karriereleiter angekommen sind: »Oft sehnen sich unsere Mitglieder in Führungspositionen nach frischem Wind und neuem Input. Mir ist es wichtig, Exzellenzprogramme anzubieten für jene Absolventinnen und Absolventen, die schon vor zehn oder mehr Jahren ihr Studium abgeschlossen haben.« Auch das Thema Internationalisierung soll stärker vorangetrieben werden.

Zanitzer sieht es außerdem als Herausforderung, jene AbsolventInnen an Alumni&Co heranzuführen, die schon vor der Vereinsgründung ihr Studium abgeschlossen haben. Sein Ziel für den Verein, dem er vorsteht, ist insgesamt durchaus ambitioniert: »Alumni&Co soll sich zu dem DEM Netzwerk von AbsolventInnen und Wirtschaftspartnern in Österreich entwickeln. Ich denke, dass wir auf dem richtigen Weg dorthin sind.« ■

Kontakt Alumni&Co

Währinger Gürtel 97
5. Stock / B514, 1180 Wien
Tel.: +43 (1) 476 77-5739
alumni@fh-wien.ac.at
www.facebook.com/alumnico

FAKTEN

3
FIXE MITARBEITERINNEN

9
EHRENAMTLICHE VORSTANDSMITGLIEDER

10
JAHRE ALUMNI-ARBEIT

35
EURO MITGLIEDSBEITRAG

46
VERANSTALTUNGEN 2015

200
PARTNERUNTERNEHMEN PRO JAHR

700
ZAHLENDE MITGLIEDER

8.400
ABSOLVENTINNEN SEIT GRÜNDUNG

Die Bezirksstelle Landegg des Roten Kreuz Niederösterreich beauftragte Studierende des Instituts für Unternehmensführung der FHWien der WKW mit einem spannenden Marketingprojekt.

VON HELGA NIEMITZ

NEUE IDEEN FÜR SPENDENSAMMLER

Was tun, wenn seit Jahrzehnten bewährte Maßnahmen zur Spendenakquise für die Bezirksstellen des Österreichischen Roten Kreuz nicht mehr ausreichen, um die Versorgung der Bevölkerung gewährleisten zu können? Sind die Menschen spendenfauler geworden? Und gibt es nicht doch neue Wege, um an Geld zu kommen? Genau diese Fragen haben sich die StudentInnen des 6. Semesters am Institut für Unternehmensführung der FHWien der WKW im Rahmen eines Projekts gestellt, das vom Roten Kreuz NÖ in Auftrag gegeben wurde.

Bisher galt das Landegger Volksfest als größte Spendenquelle für die Rot-Kreuz-Bezirksstelle Landegg-Ebenfurth in Niederösterreich und andere gemeinnützige Vereine in der Umgebung. In letzter Zeit lässt sich jedoch ein negativer Trend hinsichtlich BesucherInnenzahlen und der Bereitschaft, für gemeinnützige Vereine Geld zu spenden, erkennen. Haben Veranstaltungen wie Zeltfeste, Punschhütten, Bälle und Fahrzeugweihen etwa ausgedient?

Erste Hilfe für das Rote Kreuz

Patrick Batka, Absolvent der FHWien der WKW, der selbst aktives Mitglied der Rot-Kreuz-Bezirksstelle ist, sowie Dozent Alf Netek übernahmen das Coaching der StudentInnen für dieses umfassende Projekt. Konkret erarbeiteten die StudentInnen innovative Lösungsvorschläge zur Neuausrichtung und Wirkungsverbesserung des Landegger Volksfestes. Die Bevölkerungsbewegungen im Einzugsbereich und die Trends im Non-Profit-Fundraising spielten dabei eine große Rolle. Besonderes Augenmerk galt der Kommunikation: von modernem Design über eine Social-Media-Kampagne bis hin zur Überarbeitung der Werbematerialen. Am Ende kristallisierten sich 15 Schlüsselfaktoren heraus, die in einem »Erste-Hilfe-Guide« für das Landegger Volksfest zusammengefasst wurden.

Die StudentInnen präsentierten schließlich dem Bezirksstellenkommandanten Erwin Grossmaier und Bezirksstellenleiter Rudolf Radinger ihre Erkenntnisse und Empfehlungen aus dem Projekt unter dem Motto »Ein Fest für die Region aus Liebe zur Gemeinschaft«. Zu den 15 Schlüsselmaßnahmen zählen der Einsatz der Rot-Kreuz-Mitglieder als Testimonials einer Kampagne oder die Liga der Freiwilligen, ein organisationsübergreifender Wettkampf.

Auch der Integration von Kindern und Kleinkindern kommt bei dem Maßnahmenpaket eine starke Rolle zu. Bereits die Kleinsten sollen den Nutzen des Roten Kreuz in den ländlichen Regionen auf spielerische Art und Weise kennenlernen – in Form von Kinderkonzerten, Zeichenwettbewerben, der Ausbildung zum Junior-Sanitäter und Spielen. Erste Ideen werden bereits beim nächsten Volksfest umgesetzt. ■

» HABEN VERANSTALTUNGEN WIE ZELTFESTE, PUNSCHHÜTTEN, BÄLLE UND FAHRZEUGWEIHEN ETWA AUSGEDIENT? «

FOTOS: ROTES KREUZ (LINKS), P. HECO PHOTOGRAPHY, M. SCHALLER, K. GANSTER, C. FRANKE (RECHTS)

#GRÜNDERiNNEN-KAMPAGNE

Eine Facebook-Kampagne des Instituts für Unternehmensführung der FHWien der WKW holt UnternehmensgründerInnen vor den Vorhang. studio! hat einige nach ihrer Motivation gefragt.

A-Kern Steuerberatung

»Ich möchte die Dinge in meine eigenen Hände nehmen, vieles ausprobieren und mit den Chancen und Risiken des unternehmerischen Alltags umgehen.«

Suat Ferhatbegovic
www.akern.at

Emma & Paul

»In mir brodelt der Unternehmergeist. Und mir war es sehr wichtig, eine Tätigkeit auszuüben, die sich mit meinen Kindern vereinbaren lässt. Ich arbeite, wenn sie in der Schule und im Kindergarten sind – und dann erst wieder, wenn sie schlafen. Dann dafür meistens bis Mitternacht.«

Michaela Schaller
www.emma-und-paul.at

Grossrubatscher Grödner Holzschnitzereien

»Ich wollte Eigenverantwortung übernehmen und das unternehmerische Denken, das ich während des Studiums erlernt habe, rasch in die Praxis umsetzen.«

Beniamino Grossrubatscher
www.grossrubatscher.at

byGood

»Unsere Motivation ist es, den Menschen einen einfachen Zugang zu einem nachhaltigen Lebensstil zu ermöglichen und mehr Übersicht und Transparenz im Onlinehandel zu schaffen.«

Sebastian Gerlich (3.v.l.)
mit Hannes Böhm und Julia Raffeiner
www.bygood.at

NEUE RADIO-SENDEREIHE »START ME UP«

Zusätzlich zur Facebook-Kampagne gibt es auf Radio NJOY 91.3 seit kurzem die Sendereihe »Start me up – das Gründermagazin für Wien«. Darin erzählen GründerInnen, wie sie ihre Geschäftsidee erfolgreich umsetzen. Außerdem geben ExpertInnen praktische Tipps zur Verwirklichung der eigenen Start-up-Idee. »Start me up« läuft jeden Montag von 10 bis 11 Uhr, Infos und Sendungen zum Nachhören: wien.njoyradio.at

Laden, Onlineshop oder beides? Die Wahl des Vertriebskanals sollte strategisch gut überlegt sein. Das Buch »Online versus stationär: zwei Handelsformen im Spannungsfeld« liefert juristische und betriebswirtschaftliche Grundlagen für professionelles Online-Handeln und erfolgreiche Geschäftsmodelle.

VON HEIKE GUGGI

EINZELHANDEL 2.0

Immer mehr Einzelhandelsunternehmen verkaufen ihre Waren über Online-Shops und -Plattformen. In der Praxis verläuft der neue Vertriebsmodus aber nicht ohne Probleme. Komplexe rechtliche Rahmenbedingungen führen zu Spannungen zwischen HerstellerInnen und HändlerInnen und rufen Wettbewerbsbehörden auf den Plan.

Das Buch »**Online vs stationär: zwei Handelsformen im Spannungsfeld**« ist im nwv-Verlag erschienen.

Eine Spezialauflage kann direkt über www.ra-ollinger.at bestellt werden.

Oft bleiben auch die Umsätze hinter den Erwartungen zurück.

Preisschutz und Vertriebsvorgaben

Als Rechtsanwältin ist Nina Ollinger regelmäßig mit Fragen konfrontiert, die sich auf den Online-Handel beziehen: »Viele Unternehmen sind sich der Konsequenzen, die Verstöße gegen rechtliche Fragen nach sich ziehen, gar nicht bewusst.«

Ein häufiges Problem: HerstellerInnen wollen Markenimage und Preis schützen und versuchen, den Verkäufern Vorgaben für den Vertrieb zu machen. »Eine direkte Einflussnahme ist aber weder auf den Preis noch auf die Verwendung des Internets als Absatzkanal juristisch zulässig«, so Ollinger. Definitiv verboten bzw. unzulässig sind Fix- und Mindestpreise, Bestpreisklauseln und Doppelpreissysteme für Online- und Offline-Vertrieb – außer beim Angebot von Zusatzleistungen.

Integrierter Handel und Multikanal-Strategien

Unternehmensberater Thomas Ollinger ist überzeugt, dass der stationäre Handel seine Daseinsberechtigung in Zukunft nicht verlieren wird: »On- und Offline-Handel erfüllen unterschiedliche Kundenbedürfnisse. Strategisch gut durchdacht, wird der Online-Handel zu einer zusätzlichen Infrastruktur, die den stationären Vertrieb ergänzt und unterstützt.«

Der Schlüssel zum Erfolg liegt in einer Multikanal-Strategie, die Online-Angebote mit Offline-Shops gut miteinander verzahnt: »Ob Ladengeschäft, Webshop, Online-Marktplatz oder mobile App – Multikanal bedeutet, alle Angebote unter einem stimmigen Markendach kauf- und erlebbar zu machen«.

Richtig inszeniert, bildet die stationäre Handelsimmobilie das Kernstück einer Multi-Channel- Strategie, da sie einen nachhaltigen und persönlichen

FOTOS: WKO (LINKS), LINDE VERLAG (RECHTS)

Bei der Präsentation des Buches in der Wiener Wirtschaftskammer: Rechtsanwältin Nina Ollinger, René Tritscher (Geschäftsführer der Bundessparte Handel) und Unternehmensberater Thomas Ollinger.

Kontakt mit der Marke bzw. den Produkten ermöglicht. »So erleben wir heute, dass auch reine Online-HändlerInnen Ladengeschäfte eröffnen«, sagt Thomas Ollinger.

Standorttypologien und digitale Regionalisierung

»Die Frage, die man sich stellen muss, ist, welche Rolle eine stationäre Niederlassung in der Marketingstrategie erfüllen muss«, rät Ollinger. Daraus ergeben sich unterschiedliche Standorttypologien. Gerade kleinere Städte brauchen Einzelhandelskonzepte, um für KundInnen attraktiver zu werden. Der Trend geht hin zur digitalen Regionalisierung: »Das ist vor allem eine Chance für kleinere Unternehmen mit starkem Lokalbezug.« ■

Zwei Bücher, ein Ziel: Mit kreativem Schreiben in Beruf und Studium zum Erfolg.

WER REDEN KANN, MACHT EINDRUCK. WER SCHREIBEN KANN, MACHT KARRIERE.

VON KATRIN MIGLAR

Ein guter Text beeindruckt seine LeserInnen und hinterlässt einen bleibenden Eindruck – besonders im Berufsleben. Die Diplom-Psychologin und Sachbuchautorin Ulrike Scheuermann zeigt, wie wichtig Schreiben für die Karriere sein kann. Im ersten Teil ihres Ratgebers für professionelles Schreiben werden typische Schreibprobleme im Job angesprochen, angereichert mit Beispielen, Hintergründen und praktischen Lösungen. Im zweiten Teil präsentiert sie ein Trainingsprogramm mit neuen Schreibmethoden. Das Motto dabei lautet: »Motivation entsteht durch Tun.« Die Übungen heißen »Schreibsprints« oder »Schreibmuskelaufbau« und stärken das Bewusstsein für das eigene Schreiben, geben aber zugleich Impulse, um neue Schreibrituale zu entwickeln.

Zahlreiche weitere Übungen zum Schreiben im Fluss, zum roten Faden oder zur Textüberarbeitung finden sich in der »Schreibfitness-Mappe«, die zusätzlich zum Schreibratgeber erschienen ist. Die Tipps von Ulrike Scheuermann sind kompakt, prägnant und mit eigenen Handzeichnungen visuell veranschaulicht. Sie helfen dabei, Ideen zu entwickeln und in Texte zu überführen, um Schreiben als Strategie im Beruf, aber auch im Studium kreativ zu nutzen. Denn Schreiben wird zur persönlichen Bereicherung, die Menschen im Berufs- und Studienalltag individuell stärkt und Souveränität verleiht.

Die Bücher von Ulrike Scheuermann eignen sich für alle, die fokussiert arbeiten möchten und überzeugende Texte verfassen wollen. Das Schreibzentrum der FHWien der WKW empfiehlt den Schreibratgeber und die »Schreibfitness-Mappe«, weil sie Lust am Schreiben wecken und einen echten Motivationskick geben. ■

So erreichen Sie das Schreibzentrum der FHWien der WKW:
Währinger Straße 61, 1. Stock,
Top 4, Büro 6, 1090 Wien
+43 (1) 476 77-5781
schreibzentrum@fh-wien.ac.at

VERANSTALTUNGSTIPP:

Am 14. April 2016 wird Ulrike Scheuermann im Rahmen der Fachtagung »Vom wissenschaftlichen zum beruflichen Schreiben« im Schreibzentrum zu Gast sein. Siehe auch »blitzlichter« Seiten 28/29.

Mit knapp 20.000 Euro unterstützt Alumni&Co künftige MBA-StudentInnen.

STIPENDIEN FÜR MBA-STUDIUM

Alumni&Co, das Netzwerk der FHWien der WKW, vergibt für den International MBA in Management & Communications ein Stipendium in Höhe von 13.000 Euro und ein Teilstipendium in Höhe von 6.500 Euro. InteressentInnen können sich bis zum 30. April bewerben.

Von modernen Führungskräften wird neben einer fundierten Managementausbildung auch eine hohe Kommunikationskompetenz gefordert. Dieser Entwicklung wird mit dem MBA-Programm der FHWien der WKW Rechnung getragen. Das Programm entspricht den »European MBA Guidelines« und ist international anerkannt (FIBAA-Akkreditierung). Im MBA-Programm der FHWien der WKW wird der von Michael Porter an der Harvard Business School konzipierte Strategie-Kurs »Microeconomics of Competitiveness« standardmäßig im Curriculum angeboten.

Das Stipendium

Mit der Vergabe der MBA-Stipendien stellt Alumni&Co als Netzwerk der FHWien der WKW den Grundsatz des lebenslangen Lernens in den Vordergrund. Im Rahmen von diversen Networking-Veranstaltungen und Weiterbildungsseminaren bietet Alumni&Co seinen Mitgliedern eine Plattform, um sich beruflich und privat zu vernetzen sowie Kontakte zu Top-Unternehmen aufzubauen. AbsolventInnen, Studierende, Lehrende und MitarbeiterInnen der FHWien der WKW profitieren vom branchen- und fächerübergreifenden Angebot des Vereins. Mit der Ausschreibung der Stipendien für das MBA-Programm der FHWien der WKW unterstreicht Alumni&Co die Vielfältigkeit seines Angebotes und seiner Mitgliederstruktur.

IHRE BEWERBUNG

InteressentInnen senden Ihre Bewerbungsunterlagen für das Stipendium (CV und Motivationsschreiben) via Mail (Betreff »MBA-Stipendium«) bis spätestens 30.04.2016 an alumni@fh-wien.ac.at. Zusätzlich bitte auch im Mail angeben, für welches der beiden Stipendien (Voll-, Teil- oder beide Stipendien) Sie sich bewerben. Die Bewerbungen werden von einer unabhängigen Jury geprüft und im Rahmen eines Jurytermins vergeben. Der Selbstbehalt der Stipendiatin oder des Stipendiaten beträgt 6.500 Euro bzw. 13.000 Euro. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die GewinnerInnen werden verständigt.

FOTOS: FH WIEN

SCIENCE LAB BEI DER FERIENMESSE WIEN

Bei der diesjährigen Ferienmesse Wien präsentierte das Institut für Tourismusmanagement der FHWien der WKW aktuelle Ergebnisse aus Forschung und Lehre im Bereich der Kompetenzentwicklung. Für die Lehrveranstaltung »Karrierecoaching« entwickelte das Institut gemeinsam mit der Kondeor Marketinganalysen GmbH ein Online-Instrument, das den TeilnehmerInnen eine Selbst- und Fremdeinschätzung ihrer touristischen Kernkompetenzen ermöglicht. In der offenen Version des Online-Tools können Interessierte sich selbst einschätzen und dieses Profil der Kompetenzwahrnehmung durch Dritte gegenüberstellen.

Das Institut für Tourismusmanagement präsentierte sich im Jänner auf der Ferienmesse. Weitere Infos: https://cawi.kondeor.at/kompetenzerhebung/register-user.php

SIND SIE VERÄNDERUNGSFÄHIG?

Die strategische Veränderungsfähigkeit von Unternehmen beeinflusst maßgeblich, wie es gelingt, Veränderungsimpulse aufzugreifen und in der Organisation umzusetzen. Im Rahmen des von der FFG geförderten Projektes »KMU in Veränderung« an der FHWien der WKW können sich Klein- und Mittelunternehmen (KMU) einer kostenlosen Diagnose ihrer Veränderungsfähigkeit unterziehen und an spezifischen Workshops zum Aufbau ihrer Veränderungsfähigkeit teilnehmen.

In Phase I (2013–2015) des Projektes wurden in enger Zusammenarbeit mit technologieorientierten KMU Methoden zur Diagnose und Förderung der strategischen Veränderungsfähigkeit entwickelt und erprobt (siehe Grafik). Dabei wurde deutlich, dass die unternehmensinterne Veränderungslogik maßgeblich Erfolg und Misserfolg von Innovationen beeinflusst.

Aktuell besteht in der Projektphase II bis Mai 2017 für KMU die Möglichkeit, sich kostenlos mit ihrer Veränderungsfähigkeit auseinanderzusetzen.

www.kmu-in-veraenderung.at

FACHTAGUNG DES SCHREIBZENTRUMS

Das Schreibzentrum der FHWien der WKW veranstaltet am 14. April 2016 eine Tagung zum Thema »Schreiben in Studium und Beruf«. Im Zentrum stehen didaktische Methoden und Konzepte, um akademische und professionelle Schreibkompetenzen zu entwickeln, anzuleiten und zu fördern. Schließlich sollen Studierende nicht nur mit ihren wissenschaftlichen Arbeiten überzeugen, auch berufsbezogene Texte gewinnen an Bedeutung.

Im Rahmen der Tagung wird Ulrike Scheuermann als Diplom-Psychologin, Sachbuchautorin und Schreibcoach in einer Keynote-Speech über Schreibdenken als Lernwerkzeug sprechen. Schreibdenken bedeutet, den Schreibprozess als konzentrierte Denkbewegung zu nutzen und schreibend weiterzudenken. Weitere Methoden und Techniken für eine inspirierende Lehre vermitteln die umfangreichen Workshop-Angebote.

Anmeldungen unter: schreibzentrum@fh-wien.ac.at

YOUTUBER: ERFOLGREICH MIT HASSLISTEN

Michael Buchinger, einer der erfolgreichsten YouTuber aus Österreich, diskutierte vor AbsolventInnen und Studierenden des Instituts für Journalismus & Medienmanagement mit Harald Fidler, Medienredakteur des »Standard«. Er erzählte, dass es mitunter »harte Arbeit« sei, ein Publikum mit geringer Aufmerksamkeitsspanne bei Laune zu halten. Mehrere Stunden verbringt der gebürtige Burgenländer täglich damit, an seinen Videos zu arbeiten. Rund 12.000 Menschen haben seinen YouTube Kanal abonniert und klicken sich regelmäßig durch seine Hasslisten, Songs oder Kochvideos.

» NICHT IMMER FUNKTIONIEREN! «

» ACHTUNG FLECKERLTEPPICH! «

MUT ZUR LÜCKE?

PRO. Mein Lebenslauf ist lückenlos. Selbst die Geburten meiner Kinder reihen sich nahtlos in die Berufstätigkeit ein, längere Reisen fanden während der Ferienzeiten statt, Weiterbildungen wurden parallel zur beruflichen Tätigkeit besucht, Auslandsaufenthalte als Push für den Berufseinstieg geplant. Pausen? Keine. Würde ich es wieder so machen? Nein.

Wenn Sie »Lücke im Lebenslauf« in Google suchen, finden Sie mehr schlechte als rechte Tipps, wie Unklarheiten gegenüber potenziellen Arbeitgebern vermieden, gerechtfertigt, argumentiert, ja sogar »optimal verkauft« werden können. Vermeintliche Untätigkeit gilt es demnach mittels Selbststudium, Ehrenämtern, Sprachreisen und so weiter zu kaschieren. Ein Mitarbeiter, der eine Auszeit brauchte, um Orientierung zu finden, der einmal ohne berufliche Ambitionen kreativ sein oder einfach nur eine Zeit der Muße auskosten wollte, der unter Umständen Kinder oder Angehörige pflegen und daher auf Berufstätigkeit verzichten musste oder der schlicht und einfach seinen Job verloren hat, passt nicht in unsere »Wir funktionieren«-Kultur.

Organisationen sollten sich fragen, ob sie – überspitzt formuliert – den geklonten High-Performer möchten; oder ob sie nicht mit Mitarbeitern, die bereits über den Tellerrand geschaut haben, nachhaltiger erfolgreich sind. Lücken im Lebenslauf haben Potenzial, das sollte sowohl den Personalisten als auch den Bewerbern bewusst sein. Daher – kein Muss, aber ein *Mut zur Lücke!*

Mag. Mag. (FH) Anja Lasofsky-Blahut
Fachbereichsleiterin Personalmanagement
Institut für Personal & Organisation

CONTRA. Der Lebenslauf, zunehmend ein »Fleckerlteppich«: ein Flickwerk aus verschiedenen Jobs, Ausbildungen und auch Zeiten, in denen man ohne Beschäftigung ist. Der von Fachleuten neudeutsch titulierte »Patchwork-CV« löst zunehmend die klassische lineare Laufbahn aus einer Ausbildungsphase und darauf folgenden Beschäftigungsverhältnissen, die sich möglichst nahtlos aneinander reihen, ab. Immer mehr Menschen arbeiten in »atypischen Beschäftigungsverhältnissen«, nehmen sich Auszeiten wie Sabbaticals oder sind einfach etwas länger auf Job- und Orientierungssuche.

Umso wichtiger ist es, diese Zeiten klar im Lebenslauf auszuschildern. Denn sonst können Weltreise und Bildungskarenz schnell zum Problem für den Bewerber werden. Lücken machen sich nicht gut im Curriculum Vitae. Denn fehlende Information führt zu Spekulation: Es wird wohl einen Grund – und wahrscheinlich keinen guten – geben, warum so viel Zeit zwischen den beiden letzten Dienstverhältnissen lag, denkt sich wohl so mancher HR-Verantwortliche. Dass der Bewerber in dieser Zeit in Pflegekarenz war, kann der ihn beurteilende Personalverantwortliche nicht wissen, wenn dies nicht klar kommuniziert – sprich hingeschrieben – ist.

Im Gegenteil: Alle Zeiten, deren Grund klar kommuniziert wird und wo kluge Köpfe noch ergänzen, was sie daraus für die angestrebte Position mitgenommen haben, können zum Trumpf für die »Patchwork-Bewerbung« werden. Wessen »Fleckerlteppich« hingegen löchrig daherkommt, dessen Bewerbung schafft es wohl eher nur in den Papierkorb.

Mag. Nikolaus Koller, M.A.
Leiter des Institutes für
Journalismus & Medienmanagement

7 INSTITUTE 1 WEG

FHWIEN DER WKW

FINANCIAL MANAGEMENT
IMMOBILIENWIRTSCHAFT
JOURNALISMUS & MEDIENMANAGEMENT
KOMMUNIKATION, MARKETING & SALES
PERSONAL & ORGANISATION
TOURISMUS-MANAGEMENT
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

JETZT BEWERBEN!

WWW.FH-WIEN.AC.AT

FACHHOCHSCHULE FÜR MANAGEMENT & KOMMUNIKATION

FH Wien

WKO WIEN

16

25

INHALT

im fokus

ARBEIT BLEIBT ANDERS

Die Generation Y stellt völlig neue Anforderungen an die Arbeitswelt. SEITE 2-7

alumni&co

WAS MACHT EIGENTLICH ...?

Alumni erzählen von überraschenden Wendungen auf ihrem Berufsweg. SEITE 10-12

jenseits von währing

EISKALTER TRAUMURLAUB

Michael Heritsch, Geschäftsführer der FHWien der WKW, über Abenteuerurlaube mit seinem Lada. SEITE 14-15

dialog

»MEIN BERUF IST IMMER NOCH MEINE BERUFUNG«

Grafikdesigner Stefan Sagmeister und sein Plädoyer für die berufliche Auszeit. SEITE 16-19

bildung

VORSICHT VOR FREMDEN FEDERN

Natascha Miljković hilft Studierenden dabei, Plagiate zu vermeiden. SEITE 20

visionen

#GRÜNDERiNNEN-KAMPAGNE

FHWien der WKW holt UnternehmensgründerInnen vor den Vorhang. SEITE 25

buchtipps

EINZELHANDEL 2.0

Online- oder stationärer Vertrieb? Ein Buch gibt juristische und unternehmerische Tipps. SEITE 26

blitzlichter

STIPENDIEN FÜR MBA-STUDIUM

Alumni&Co unterstützt angehende MBA-Studierende mit fast 20.000 Euro. SEITE 28

IMPRESSUM

Medieninhaber, Herausgeber: FHWien Fachhochschul-Studiengänge Betriebs- und Forschungseinrichtungen der Wiener Wirtschaft GmbH (FHW GmbH), Währinger Gürtel 97, 1180 Wien, E-Mail: studio@fh-wien.ac.at, Tel.: 01/476 77-5731
Projektleitung: Christof Damböck
Redaktion: Heike Guggi, Andrea Heigl, Verena Hrdlicka, Astrid Kasparek, Katrin Miglar, Helga Niemitz
Corporate Publishing: bettertogether Kommunikationsagentur, www.bettertogether.at
Gestaltung: Schrägstrich Kommunikationsdesign, www.schraegstrich.com
Coverfoto: iStock
Druck: Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten

Gedruckt nach der Richtlinie »Druckerzeugnisse« des Österreichischen Umweltzeichens, NP DRUCK, UW-Nr. 808