

# studio!

DAS MAGAZIN FÜR MANAGEMENT & KOMMUNIKATION DER FHWIEN DER WKW .....03 | OKTOBER 2016#

Neues Dokument

Name:

Dokumentenvorgabe:

Zielmedium:

Seitenzahl:   Doppelseite

Startseitennr.:

Seitenformat:

Breite:  Ausrichtung:

Höhe:

Vorschau

Der große Crash. Die zündende Idee. Der unabwendbare Generationenwechsel.  
Es gibt viele Gründe für einen Neuanfang. Aber wie kann er gelingen?#

## Durch-Starter

Innovative Unternehmensideen  
made in Austria.#

## Neu-Starter

IT-Unternehmer und Gründer  
Damian Izdebski im Gespräch.#

## Quer-Starter

FH-Alumni über ihren Weg in  
die Selbständigkeit.#



# ALLES AUF ANFANG

Ein neuer Job, eine neue Idee, eine Firmengründung: Erfolgreiche Karrieren verlaufen oft im Zickzack-Kurs. Der Neuanfang ist eine besondere Phase, die von Tatendrang und Dynamik, aber auch von Ängsten geprägt ist.

VON EMILY WALTON

Ich war elf Jahre alt, als die Erwachsenen begonnen haben, mir das Konzept von Karriere zu erklären. Alle fragten mich, was ich im Leben einmal machen möchte«, erinnert sich Unternehmer Ali Mahlodji, heute 34 Jahre alt. Damals hatte der Junge nur einen Wunsch: Er wollte alle Menschen auf der Welt kennenlernen und sie zu ihren Jobs und ihrem Arbeitsalltag befragen. Er wollte einen echten Einblick bekommen.

Unabsehbar war, dass sein kindlicher Wunsch ihn zu einer Geschäftsidee führen würde. Nachdem Mahlodji selbst rund 40 Jobs ausprobiert hatte (von Reinigungsmann über Top-Manager in der IT bis hin zu Lehrer), lancierte er 2011 die Internetplattform Whatchado.com. Dieses Jobportal richtet sich an Menschen, die vor einem Neuanfang stehen. An junge BerufseinsteigerInnen, zum einen. Aber auch an jene, die bereits seit fünf, zehn oder gar 20 Jahren im Berufsleben stehen. Für einen neuen Job – einen Neubeginn – gibt es schließlich

viele Gründe: Wiedereinstieg nach der Karenz, Arbeitsplatzverlust, Wohnortwechsel, Burn-out oder einfach Lust auf Veränderung. »Das Karrieremodell ›40 Jahre im selben Betrieb‹ ist längst überholt«, sagt Mahlodji. Inzwischen sprechen auf Whatchado.com 5200 Personen in Videos über ihre Berufe und ihre Berufung – vom Bundespräsidenten bis zum Straßenmusikanten.

Vom Tischlerlehrling zum Einzelhandelskaufmann, von der Lehrerin zur Gartenarchitektin. Die meisten Karrieren verlaufen nicht geradlinig. 85 Prozent der von Whatchado.com befragten Personen haben Zickzack-Karrieren hinter sich und somit

»BEREITS IM ALTER VON ELF JAHREN HABEN MIR DIE ERWACHSENEN DAS KONZEPT VON KARRIERE ERKLÄRT.« ALI MAHLODJI



Tätigkeit, Know-how, Identität – diese drei Säulen verändern sich bei einem Neuanfang, sagt Barbara Kump von der FHWien der WKW.

immer wieder von vorne begonnen. »Mit 20 Jahren hat man oft andere Vorstellungen als mit 40. Ich finde, man schuldet es sich selbst, immer wieder die eigene Situation in Frage zu stellen«, sagt Mahlodji.

**Neugierde und Ängste**

Tatendrang, Hingabe und Neugierde bestimmen diese so besondere Phase des Aufbruchs. Aber auch Ängste kommen auf: Ein beruflicher Wechsel bedeutet meist, auf der Hierarchieleiter nach unten zu rutschen. War man bislang in seinem beruflichen Feld ExpertIn, gilt es nun, Handwerk und Fachwissen wieder zu erarbeiten und sich helfen zu lassen.

Nicht jeder kann mit dieser Veränderung umgehen. Gerade ältere Menschen, die über Jahrzehnte denselben Beruf ausübten, kommen mit beruflichen Umorientierungen schwer zurecht. »Ein Neuanfang bedeutet, dass drei Säulen verändert werden: die Tätigkeit, das Know-how und auch die Identität«, sagt Barbara Kump, Professorin für Organisationsentwicklung und organisationales Lernen an der FHWien der WKW.



Sattelt eine Wissenschaftlerin etwa auf den Journalismus um, schreibt sie künftig mehr, anstatt zu forschen, und muss lernen, in einem anderen Ton zu schreiben. Hinzu kommt, dass sich die Reputation verändert. »Eine berufliche Veränderung ist ein Prozess, der gründlich und rechtzeitig vorbereitet werden sollte«, sagt Kump. Ähnliches gilt auch für Unternehmen, die sich neu ausrichten, denn auch hier ändern

sich die drei Säulen. »Manches Mal müssen dann MitarbeiterInnen gehen, weil sie die neuen Fähigkeiten einfach nicht erlernen können und wollen.«

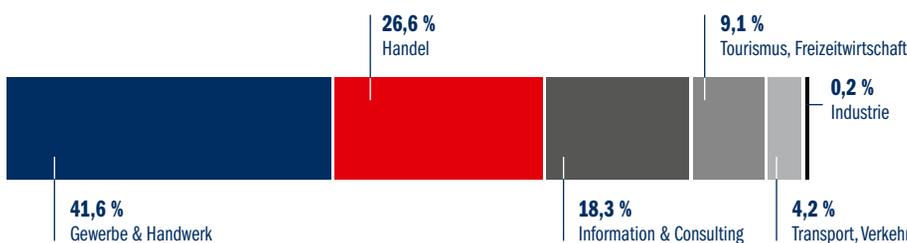
GründerInnen von Start-ups erleben die Dynamik einer Anfangsphase besonders intensiv. »Der Business-Plan ist geschrieben, die Entscheidung zur Gründung ist gefallen. Studien zeigen, dass die GründerInnen in dieser Phase voller Idealismus stecken. Noch hat man keine Stolpersteine zu bewältigen«, sagt Christina Schweiger, Professorin und Bereichsleiterin für Entrepreneurship an der FHWien der WKW. »Alles fließt. Man könnte auch sagen, diese erste Stunde ist die beflügelte Stunde.«

Wie lange diese Phase dauert, variiert von Unternehmen zu Unternehmen. Gründer, die eine Dienstleistung anbieten, können sich binnen weniger Monate am Markt positionieren, während jene, die komplexe Technologien entwickeln, mitunter Jahre brauchen. Zudem spielt es eine Rolle, ob es sich um originäre – also völlig eigenständige – Gründungen handelt, oder um Spin-offs bereits bestehender Unternehmen.

**So teilen sich die heimischen Neugründungen nach Branchen auf:**

Quelle: APA/WKÖ

2015 wurden in Österreich 39.738 Unternehmen gegründet, der Frauenanteil unter den Neo-Unternehmern lag bei 43,1 Prozent. Den Neugründungen standen 5.150 Insolvenzen gegenüber.





Mit seiner Internetplattform Whatchado richtet sich Ali Mahlodji an alle Menschen, die sich beruflich neu orientieren möchten.

### Geschäftsidee aus Down Under

Constantin Simon, Absolvent der FH Wien der WKW, gründete 2012 – nach einem Auslandssemester in Australien – die Nixe Brau GmbH, die sich auf innovative Biere spezialisiert hat. »In Down Under sind erfrischende Low Carb-Biere im Trend. Ich hatte während meines Auslandsaufenthalts die Idee, eine moderne österreichische Biermarke zu gründen«, sagt der 31-Jährige. Gründererfahrung hatte Simon bereits – 2010 hatte er mit Scarosso.com ein Online-Schuhlabel mit handgemachten italienischen Designerschuhen ins Leben gerufen. Sein erstes Bier, das 2013 auf den Markt kam, hatte eine neunmonatige Vorlaufzeit. Aus seiner betriebswirtschaftlichen Erfahrung weiß Simon, dass es in der Phase des Neuanfangs nicht reicht, nur an die eigene Vision zu glauben: »Flexibilität, Entschlossenheit und schnelles Handeln sind in dieser Periode Voraussetzung.« Wer in einem Start-up mitarbeitet, muss sich damit abfinden, dass das, was heute gilt, morgen schon wieder hinfällig sein kann. Auch Rückschläge gehören am Anfang dazu.

Als Nixe-Gründer Simon merkte, dass die sehr schnelle Expansion nach Deutschland (die mit der Gründung einer eigenen Gesellschaft verbunden war) nicht den gewünschten Erfolg brachte, musste er gegensteuern. Die deutsche Gesellschaft meldete Insolvenz an, die Crowd-Investoren wurden in die österreichische Muttergesellschaft übergeleitet und mit österreichischen Anteilen ausgestattet. Simon und sein Team mussten ihre Strategie adjustieren: »Als GründerIn sollte man sich darauf einstellen, dass nie alles von A bis Z perfekt laufen wird. Umso wichtiger ist es, die Wurzel der Probleme zu suchen und so schnell wie möglich aus den Fehlern lernen.«



Start-ups erleben streckenweise sogar täglich einen kleinen Neuanfang, sagt Christina Schweiger, Professorin und Bereichsleiterin für Entrepreneurship an der FH Wien der WKW.

## JEDER VERSUCH EIN NEUANFANG

Im Bereich der Wissenschaft ist jede Bewerbung um ein Stipendium oder um Forschungsgelder ein Versuch, der – angesichts der großen Zahl an BewerberInnen – nicht jedes Mal glücken kann. »Man muss sich etwa sieben Mal bewerben, bevor es funktioniert«, sagt Melanie Stefan, Salzburger Neurobiologin und Mathematikerin, die derzeit an der Uni Edinburgh forscht. »Die Erfolgsrate liegt bei rund 15 Prozent.«

Auch sie selbst kennt das Gefühl, eine Absage nach der nächsten zu erhalten – und das deutlich seltenere Erlebnis, eine Zusage zu bekommen. Rund dreißig Mal ist sie abgelehnt worden. »Man denkt, man sei die Einzige, der das passiert, bis man sich mit anderen WissenschaftlerInnen austauscht«, sagt Stefan. In einem Artikel machte sich die Forscherin nun im Fachjournal »Nature« für ein »Curriculum Vitae des Scheiterns« stark. ForscherInnen sollten ihre Absagen künftig transparent machen – bei Bewerbungen ebenso wie im Internet. Warum sollte man verschweigen, dass man nur knapp gescheitert ist, anstatt stolz zu sein, zu den Besten zu zählen?

»Einige renommierte ForscherInnen, die es sich leisten können, machen dies bereits und stellen auch die Absagen ihres Werdegangs auf ihre Homepage«, sagt Stefan. Sie wünscht sich, dass auch jüngere KollegInnen diesen Schritt wagen. »Größere Transparenz wäre für alle im Bereich Forschung und Wissenschaft wichtig, denn diese Offenlegung hilft, das eigene Scheitern in Perspektive zu setzen. Schwarz auf Weiß sieht man da, wie viel man geleistet hat.« Warum sich eine Kommission für oder gegen jemanden entscheidet, wird zu selten transparent gemacht. »Nur gelegentlich bekommt man Feedback«, sagt Stefan. Sie liest sich daher nach Monaten ihre Anträge wieder durch, um zu analysieren, was sie besser machen könnte – für das nächste Mal.



Braucht es ein »Curriculum Vitae des Scheiterns«? In der Scientific Community wird darüber viel diskutiert.



Low Carb Bier aus Österreich: Was hierzulande gut funktionierte, war in Deutschland schwierig. Nixe-Gründer Constantin Simon musste seine Strategie überdenken.



Genauere Fehleranalyse ist für den Neustart ebenso wichtig wie Tatendrang, sagt Unternehmensberaterin Anita Stadtherr.

### Zeit für eine Kurskorrektur

Heute weiß Simon, dass er die Markteinstiegsbarrieren in Deutschland unterschätzt hat, dass das Budget zu gering war und dass er nun lieber mit Distributoren arbeitet, anstatt eine eigene Gesellschaft in Deutschland zu betreiben. Dieses punktuelle Scheitern war ein guter Anlass, über die Zukunft seiner Marke nachzudenken. »Unser Team ist im Schnitt 26,5 Jahre alt. Wir müssen nicht so tun, als seien wir ein großer Bierkonzern.« Die Bierflaschen haben in der Folge ein Redesign bekommen, die jugendliche Dynamik wird unterstrichen.

»In einem Unternehmen braucht es zur Bewältigung von Fehlern zwei Dinge: Zum einen den Tatendrang, gleich wieder von vorne etwas zu probieren - und zum anderen die genaue Fehleranalyse«, sagt Unternehmensberaterin Anita Stadtherr. Simon und sein Team haben richtig gehandelt, sich damit vor weiteren Fehlern bewahrt und Zeit gespart. »Thomas Edison ließ die Fehleranalyse außer Acht«, sagt Stadtherr. »Er kam zwar ans Ziel und erfand die Glühbirne, aber er startete 2000 Fehlversuche.«

Für UnternehmerInnen bedeutet die Anfangsphase, ständig Ideen zu verwerfen und Neues auszuprobieren. »Start-ups erleben wöchentlich, streckenweise sogar täglich, einen kleinen Neuanfang«, sagt FH-Professorin Schweiger. Unternehmer Simon vergleicht es mit der Konstruktion eines Autos: »Es ist, als tausche man die Reifen aus, während das Fahrzeug schon fährt. Es kann wackeln und natürlich ist jede Veränderung mit Risiko verbunden.« Start-ups müssen gerade zu Beginn Improvisation und kreativen Spielraum zulassen. Grundsatzentscheidungen müssen schnell getroffen werden - und dazu braucht es flache Hierarchien, informelle Kommunikationsstrukturen und eine familiäre Unternehmenskultur.

»BEI EINEM START-UP IST ES, ALS TAUSCHE MAN DIE REIFEN AUS, WÄHREND DAS FAHRZEUG SCHON FÄHRT.«

CONSTANTIN SIMON

### Start-ups - nichts für jedermann

Gerade wenn die erste Phase geschafft ist, kommt es oft wieder zu einem Neubeginn: Dann, wenn MitarbeiterInnen eingestellt werden. »Diese erste Wachstumsphase ist häufig eine Umstellung für GründerInnen. Sie müssen Kontrolle abgeben und Externe mit an Bord holen.« Das passende Team zusammenzustellen, kann eine Herausforderung sein. »Start-ups sind nicht für jeden geeignet. Manche MitarbeiterInnen sind in bürokratischen Unternehmen besser aufgehoben«, sagt Schweiger. Die Aufnahme neuer MitarbeiterInnen und das Einführen einiger Strukturen kann dazu führen, dass sich manch Gründer aus dem etablierten Start-up zurückzieht und ein neues Projekt in Angriff nimmt.

Constantin Simon bezeichnet sich selbst als einen Strategen. Er will Systeme aufbauen, nicht aber operativ umsetzen. »Solche Entrepreneur sind in der Lage, in der arbeitsintensiven Anfangsphase das große Ganze zu sehen, und lassen sich von Kleinigkeiten, die in jedem neu gegründeten Betrieb schief laufen, nicht aus der Ruhe bringen«, sagt Schweiger. »Zwar beteiligen sie sich am Alltagsgeschäft, aber reine Managementaufgaben halten sie nicht aus. Sobald es zu viel Struktur gibt, suchen sie sich ein neues Geschäftsfeld - um innovativ zu sein und um noch einmal von vorne zu beginnen.« ■



## »Kein Respekt vor dem Status quo«

Von der kleinen Tischlerei in Niederösterreich zum weltweiten Ausstatter von Luxusyachten und Privatjets. Das Familienunternehmen F/LIST lebt in der Buckligen Welt den amerikanischen Traum. studio! hat bei CEO Katharina List-Nagl nachgefragt, wie es dazu kam.

*Ihr Großvater betrieb in den 1950er Jahren eine Tischlerwerkstatt in Aspang. Heute führen Sie ein Dorf weiter ein weltweit gefragtes Unternehmen mit 690 MitarbeiterInnen und etwa 79 Millionen Euro Umsatz. Was braucht es dafür?*

**List-Nagl:** Neugier, Leidenschaft und eine gehörige Portion Verrücktheit. Mein Vater, der das Tischler-Handwerk von seinem Vater gelernt hat, hatte keine Ahnung von der Luftfahrtindustrie. Er wusste aber, dass in seinem Team viel Know-how und Pioniergeist steckt.

*Zufall – oder steht eine ausgeklügelte Strategie dahinter?*

**List-Nagl:** Unser Motto lautet: Geht nicht, gibt's nicht. Wir haben keinen Respekt vor dem Status quo und machen da weiter, wo andere aufhören. Wir haben mit neuen Materialien experimentiert. Zum Beispiel hatten wir uns

in den Kopf gesetzt, in Jets Steinböden zu verlegen. Eigentlich ein absurdes Unterfangen, aber wir haben es geschafft und produzieren heute in Serie.

*Der Betrieb hat schon mehrere »Changes« hinter sich. Von der kleinen Tischlerei zur Unternehmensgruppe der Brüder List bis zum heute eigenständigen Unternehmen F/LIST. Wie verkraftet man diese Veränderungen?*

**List-Nagl:** Würde sich bei uns nicht ständig etwas verändern, würde etwas falsch laufen. Der Wandel wird aber nur dann zum Erfolg, wenn die MitarbeiterInnen Teil des Prozesses sind. Wir haben unseren Change darum auch sehr bewusst gestaltet.

*Sie führen den Familienbetrieb nun in dritter Generation. Wie groß sind die Fußstapfen Ihres Vaters, der lange an der Spitze stand? Kann er loslassen?*

**List-Nagl:** Unsere Fußstapfen unterscheiden sich – das ist aber keine Frage der Größe, sondern wir haben einfach unterschiedliche Füße (lacht). Auf jeden Fall habe ich sehr großen Respekt vor den Leistungen meines Vaters, vor allem vor seinem Zugang zu den Menschen und seiner grenzenlosen Neugier. Kein Tag, an dem er nicht durch die Werkshallen geht und mit jedem Einzelnen Schmäh führt. Kein Tag, an dem er nicht an neuen Ideen tüftelt. Aus dem Alltagsgeschäft hat sich mein Vater aber weitgehend zurückgezogen. Es ist ein softer Generationswechsel.

*Sie haben selbst kleine Kinder. Denken Sie, dass dies die vierte Generation im Unternehmen wird?*

**List-Nagl:** Für mich war es durchaus keine ausgemachte Sache, in den Betrieb einzusteigen. Ich war im Ausland und in meinem ursprünglichen Job sehr glücklich. Irgendwann hat mich dann doch die Leidenschaft für unser Geschäft gepackt. Wohin es meine Kinder zieht, wer weiß. Querdenker und kleine Rebellen nach List-Art sind sie auf jeden Fall.

Bei F/List in Niederösterreich wird exklusive Innenausstattung produziert. Es war ein weiter Weg von der kleinen Tischlerei zum weltweit gefragten Unternehmen.



### **Katharina List-Nagl, 35:**

CEO von F/LIST in Thomasberg, Niederösterreich, einem global agierenden Hersteller von Innenausstattung für Business- und Privatjets, Mega-Yachten und luxuriöse Wohnräume mit 690 MitarbeiterInnen. Das österreichische Familienunternehmen setzt Maßstäbe in der innovativen Verarbeitung von Materialien wie Holz, Stein, Leder oder Carbon. Die Kunden von F/LIST kommen aus aller Welt – von Kanada über Brasilien bis zur Schweiz. Der ehemals kleine Tischlerbetrieb verzeichnet heute einen Umsatz von 79 Millionen Euro.



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

## AM ANFANG WAR DIE IDEE ...

Sie kennen das: Ein weißes Blatt. Der Cursor blinkt. Die Ideen schwirren im Kopf herum, aber sie sind noch nicht fokussiert, noch nicht geordnet, noch nicht reif, zu Papier gebracht oder gar in die Tat umgesetzt zu werden. Aller Anfang ist schwer, sagt der Volksmund. In dieser Ausgabe von studio! richten wir den Scheinwerfer auf genau diesen Moment. Vielen Menschen gelingt der Absprung in die Selbstständigkeit oder in ein neues Berufsleben. Und manche scheitern dabei.

Das Thema Scheitern ist – zumindest hierzulande – ein großes Tabu in unserer Wirtschaftswelt. ALLE erzählen gerne ihre Erfolgsgeschichte. Aber was, wenn sich ein Plan als falsch, eine Idee als unausgegoren, ein Geschäftsmodell als unwirtschaftlich erweist? Nur wenige gehen dieses Thema so offensiv an wie Damian Izdebski, der mit studio! über sein Scheitern mit DiTech und seinen unternehmerischen Neuanfang gesprochen hat (Seiten 16– 19).

Natürlich faszinieren Geschichten wie jene von Damian Izdebski. Und dennoch sind wir noch längst nicht bei einer Kultur des Scheiterns angelangt, in der es ein legitimer Teil des Lebenslaufs ist, wenn ein Start einmal nicht gelingt. Da liegt in Österreich noch ein weiter Weg vor uns.

Als Fachhochschule verbinden wir Wissenschaft und Wirtschaft, Forschung und Praxis. Ich sehe es als Aufgabe, unsere Studierenden auch zu Neuanfängen zu ermutigen. Für diese Ausgabe von studio! haben wir wieder mit Absolventinnen und Absolventen gesprochen, die nach ihrem Abschluss erstaunliche Karrieren eingeschlagen haben, weil sie eine bestimmte Idee einfach nicht mehr losgelassen hat.

Viel Freude – und Inspiration – beim Lesen!

**Michael Heritsch**  
Geschäftsführer der FHWien der WKW

ALUMNI&CO  
PRÄSENTIERT:

DIE NACHT  
DER FHWIEN  
DER WKW

FREITAG,  
21. OKTOBER 2016  
18:30 UHR

NOVOMATIC  
FORUM

## PROGRAMM

10  
JAHRE  
ALUMNI  
& CO

18:30  
Cocktail

19:00  
Begrüßung

19:30  
Wahl »Alumna|Alumnus des  
Jahres 2016«: Die FinalistInnen  
stellen sich vor

19:45  
Flying Dinner & Networking

20:45  
Verleihung »Alumna|Alumnus  
des Jahres 2016«

ab 21:30  
DJ Stuart Freeman (FM4)  
Lounge Area & more



**WILLST DU,  
KANNST DU.**

**karriere.at**

DAS PORTAL DER MÖGLICHKEITEN.

# WAS MACHT EIGENTLICH ...?

Neues wagen und das mitunter in »studiums-fremden« Branchen: studio! stellt drei AbsolventInnen der FHWien der WKW vor, die erfolgreich ungewöhnliche Berufswege gehen.

VON NINA KLEINDL UND LISA WIEDNER

Cornelia Ertl hat es geschafft: Die ehemalige Studentin der FHWien der WKW und ihr Agenturpartner Roman Kreid gründeten 2012 ihre Kommunikationsagentur »WORD! VIENNA«.



## EIN STÄNDIGES HERANTASTEN

» Neuanfänge sind Cornelia Ertl nicht fremd. Sie wollte immer früh zu arbeiten beginnen, machte zuerst eine Lehre als Köchin, wechselte später zum ORF, danach kurz in die Immobilienbranche. 2012 kam dann der Schritt in die Selbstständigkeit. Der Auslöser dazu war eine weitere Station in ihrer professionellen Laufbahn: ihr Kommunikationswirtschaftsstudium an der FHWien der WKW. All diese Neuanfänge waren für Cornelia schwer – die Entscheidungen dazu nicht. »Für mich ist nur eine Frage ausschlaggebend: Macht mich das glücklich? Und in dem Moment, in dem ich diese Frage mit ›Nein‹ beantworte, orientiere ich mich neu.«

Im Jahr 2008 fühlt sich die junge Wienerin in ihrem Job unterfordert. Sie will sich beruflich neu

erfinden und entscheidet sich zur Veränderung. Eigentlich hat sie nie vorgehabt zu studieren – und bewirbt sich nach viel Recherche doch an der FHWien der WKW. Sie besteht das Aufnahmeverfahren und beginnt im darauffolgenden Herbst ihr erstes Studium. Durch einen Lektor wird sie auf ihr Talent als Moderatorin aufmerksam. »Ich habe mich im Rahmen einer Lehrveranstaltung über Präsentationstechniken auf Analysevideos gesehen und es kam mir gar nicht fremd vor, wie das eigentlich so oft der Fall ist, wenn man sich selbst sieht oder hört.«

2012 gründet sie mit ihrem Agenturpartner Roman Kreid die Kommunikationsagentur »WORD! VIENNA« und ist damit endlich dort angekommen, wo sie immer sein wollte. »Ich habe tatsächlich die größte berufliche Beständigkeit in der Selbstständigkeit gefunden.« Seit vier Jahren moderiert und bloggt sie, entwirft Werbestrategien und arbeitet im Team Kommunikationskonzepte aus. Ihre bisherigen Erfolge kann man auf ihrer Website [corneliaertl.at](http://corneliaertl.at) nachlesen. Sie



Martin Flatz ist Koch im eigenen Restaurant. Mit seinem Cousin Johannes eröffnete er das »Ü-Lokal« im 2. Bezirk, in dem es vorwiegend Vorarlberger Spezialitäten gibt.

liebt die Freiheiten, die ihr die Selbstständigkeit bietet und nimmt deshalb auch ihre Herausforderungen in Kauf. »Man muss sich von der Regelmäßigkeit verabschieden und hat vor allem in der Anfangsphase immer wieder mit Existenzängsten zu kämpfen. Es ist ein ständiges Herantasten.«

Cornelia Ertl ist ihren eigenen Weg gegangen. Gut gemeinte Einwände von Freunden und Bekannten, dass ihre kurzen Beschäftigungen auf potentielle Arbeitgeber einen schlechten Eindruck machen könnten, hat sie ignoriert. Auch der Schritt in die Selbstständigkeit war ein Wagnis, zu dem ihr nicht alle geraten haben. »Deshalb bin ich sehr stolz darauf, dass die Mühlen nun laufen und all die harte Arbeit, die wir in unsere Agentur gesteckt haben, langsam anfängt, Früchte zu tragen.«

[www.corneliaertl.at](http://www.corneliaertl.at)

## EIN STÜCK LÄNDLE IN WIEN

» Speck und Käse aus Vorarlberg. Hinter diesen zwei Kernprodukten steht ein gut durchdachter Geschäftsplan, den Martin Flatz und sein Cousin Johannes in ihrem »Ü-Lokal« realisiert haben. Martin Flatz ist Koch und Absolvent des Studiengangs »Leadership im Tourismus« der FHWien der WKW.

Martin hat viel Erfahrung in der Küche. Nach der Lehre hat er zehn Jahre lang in den verschiedensten Küchen gekocht, später ein Traineeship in einem 5-Sterne-Hotel in Deutschland absolviert. Danach entschied er sich für das Masterstudium für Tourismus an der FHWien der WKW. »Ich hatte damals den Eindruck, dass es wahnsinnig wichtig ist, neben einer fundierten Ausbildung einen Hochschulabschluss zu haben, um einen guten Job zu bekommen.« Den Plan vom eigenen Restaurant hatte er schon damals im Hinterkopf. Das Studium war für ihn der letzte Schritt auf seinem Weg dahin. »Man lernt alle Bereiche kennen, die für einen Selbstständigen relevant sind, und ich habe

viele Kontakte geknüpft. Ich habe sehr viel gelernt – auch, wen ich im Fall des Falles fragen kann.«

Nun ist er Chefkoch im »Ü-Lokal« im 2. Bezirk in Wien. In der Küche ist er jemand, der gerne experimentiert. »Ich liebe es einfach, die Möglichkeit zu haben, immer wieder etwas zu probieren, ein Schäufelchen nachzulegen und sich weiterzuentwickeln. Diese Möglichkeit bietet einem die Selbstständigkeit.« Er und sein Cousin legen auf regionale und saisonale Produkte besonders viel Wert. Im »Ü-Lokal« achtet man auch auf das Arbeitsklima. »Das ist schlussendlich für das Produkt wichtig. Wenn ein Mitarbeiter in der Gastronomie keine Freude daran hat, dann merkt das auch der Gast.« Martin und Johannes sind deshalb so gut wie immer vor Ort und halten nichts von klassischen Hierarchien.

Die Herausforderungen der Selbstständigkeit waren Martin schon vor Eröffnung des Lokals bewusst. »Auch die Familie hatte natürlich Bedenken. Ich glaube aber, wenn man überzeugt von seinen Fähigkeiten ist, einen guten, schlüssigen Businessplan und ein klares Bild vor Augen hat, muss man das dann auch umsetzen.«

Spezialität des Hauses sind natürlich Vorarlberger Käsknöpfe. Oft hat es Martin dabei bei seiner Klientel aus dem Ländle nicht einfach. »Für einen Vorarlberger macht die besten Käsknöpfe der Welt die Oma oder die Mama. Da fährt der Zug drüber. Für mich ist deshalb eines der schönsten Komplimente, wenn jemand sagt: Fast so gut wie daheim. Wenn sie fast so gut sind wie bei Mama oder Oma, dann bin ich zufrieden.«

[www.ue-lokal.at](http://www.ue-lokal.at)



Stephanie Köppl hat sich ihren Traum erfüllt: Die ehemalige Tourismus-Studentin der FHWien der WKW machte sich mit ihrer Eventagentur »Liebesdienst – Festgestaltung mit Herz« selbstständig.

## MISSION: DER PERFEKTE TAG

» Ich nehme meine Arbeit nicht als Arbeit wahr, für mich bedeutet sie Lebensfreude«, sagt Stephanie Köppl. Sie hat sich vor drei Jahren mit der Eventagentur »Liebesdienst – Festgestaltung mit Herz« selbstständig gemacht. Seitdem plant sie in ganz Österreich vorwiegend Hochzeiten mit bis zu 300 Gästen. studio! traf die Eventmanagerin und Absolventin des Bachelor-Studiengangs Tourismusmanagement der FHWien der WKW zum Gespräch.

Nach jahrelanger Berufserfahrung im Tourismus- und Eventbereich entschied sich die gebürtige Oberösterreicherin mit 27 für eine Veränderung. Ohne einen neuen Job in Aussicht

kündigte sie. »Das Leben ist zu kurz, um sich auf etwas zu konzentrieren, was einen nicht voll und ganz zufrieden macht«, findet Stephanie Köppl. Eher durch Zufall kam ihr der Gedanke, sich selbstständig zu machen, denn immer wieder traten Bekannte an sie heran mit der Bitte, private Feste zu organisieren. Von Beginn an konzentrierte sie sich auf Geburtstage, Hochzeiten und Taufen: »Das macht mir Spaß! Kreative Feiern, in denen ganz viel Herz steckt – genau das bin ich.« Mundpropaganda führte dazu, dass sie mittlerweile zu 90 Prozent Hochzeiten betreut. »Geplant war das nicht. Ich kam nicht auf die Welt und wollte Hochzeitsplanerin werden.«

Die Emotionen, die sie dabei hautnah mitbekommt, und der kreative Aspekt ihrer Arbeit bereiten Stephanie Köppl besonders viel Freude. Um maßgeschneiderte Feste für ihre KundInnen zu organisieren, nimmt sie sich viel Zeit für das erste Kennenlernen. »Ich komme gerne zu den Kunden nach Hause, um mir ein Bild von ihrem Stil zu machen. Du bist ja über einen längeren Zeitraum ein Teil ihres Lebens, da baut man meist sehr freundschaftliche Verhältnisse auf.« Für das Berufsbild »Wedding Planner« muss man sich in Österreich jedoch noch Gehör verschaffen. »Gerade in kleinen Dörfern werde ich auf Events wirklich oft schief angesehen. Die Gäste sehen meist nicht, was hier alles dahinter steckt. Ohne professionelle Betreuung vor Ort könnte das Brautpaar seinen großen Tag mit Sicherheit nicht in vollen Zügen genießen.«

In Zukunft möchte sich Stephanie Köppl auf kleinere Feste mit bis zu 100 Gästen konzentrieren und auch ein Team um sich aufbauen, das es möglich machen soll, sich und ihre Fima weiterzuentwickeln. Ihr liebevoll gestalteter »Blog mit Herz« bietet Einblicke in ihre abwechslungsreiche Arbeit.

[www.blogmitherz.at](http://www.blogmitherz.at)

# UNTERWEGS AUF DER BALKANROUTE

Menschen auf der Flucht ein Stück zu begleiten und ihr Schicksal zu dokumentieren – das ist das Ziel von »Lost«, einem fotojournalistischen Projekt von Franziska Tschinderle, Absolventin der FHWien der WKW.

VON KRISTINA SCHUBERT-ZSILAVECZ

Derzeit befinden sich 60 Millionen Menschen weltweit auf der Flucht vor Krieg, politischer Verfolgung oder Unterdrückung. Der Weg, den viele in der Hoffnung auf ein besseres Leben auf sich nehmen, ist oft gefährlich, lang und beschwerlich. Franziska Tschinderle, Absolventin des Bachelorstudiengangs Journalismus und Medienmanagement an der FHWien der WKW, hat sich gemeinsam mit einem Kollektiv aus ReporterInnen, FotografInnen und GrafikerInnen aufgemacht, um die Menschen ein Stück ihres Weges zu begleiten und auf ihre Schicksale aufmerksam zu machen.

»Losgegangen ist es im November vorigen Jahres am Tag meiner FH-Abschlussfeier. Ich habe mein schönes Kleid gegen Jeans getauscht und bin mit meinem Kollegen nach Lesbos gefahren«, erzählt Tschinderle. »Während zwei unserer Gruppe in

Wien die ankommenden Flüchtlinge porträtiert haben, sind wir von Österreich über den Balkan nach Südosteuropa fast bis in die Türkei, um mit den Menschen zu sprechen. Wir wollten ein anderes Bild zeichnen, als es Massenmedien und Politik tun.«

Das Ergebnis der Arbeit des Kollektivs sind hunderte Fotos und zahlreiche Reportagen, die das Schicksal von Menschen aus unterschiedlichsten Ländern zeigen, denen

eines gemeinsam ist: die Flucht nach Europa. Aus einigen dieser Impressionen entlang der Balkanroute ist im Dezember 2015 das Buch »Lost. The story of refugees« entstanden. Die Bilder werden im Herbst (*genauer Termin stand zu Redaktionsschluss noch nicht fest*) versteigert, der Reinerlös geht an die Caritas.

Infos unter: [www.refugeeslost.com](http://www.refugeeslost.com), [www.facebook.com/refugeeslost](https://www.facebook.com/refugeeslost) ►

Franziska Tschinderle gründete gemeinsam mit vier Kollegen im Herbst 2015 das Kollektiv Lost. Die ReporterInnen, FotografInnen und GrafikerInnen begleiten Menschen vor, während und nach der Flucht. Tschinderle arbeitet derzeit als freie Journalistin in Wien.

Bild (v.l.n.r.): Martin Valentin Fuchs, Simon Hellmayr, Franziska Tschinderle, Maximilian Schnürer, François Weinert





- 1 Moria, der erste griechische Hotspot, ist ein trister Ort. Früher war es ein Gefängnis, im November 2015 wurden dort Flüchtlinge für die Balkanroute registriert. Menschen leben in einem wilden Camp um das Zentrum. Heute, nach dem EU-Türkei-Pakt, dient »Moria« übrigens auch als Abschiebezentrum.
- 2 Das ist Rhabat aus Syrien. Wir treffen die alte Frau im Hafen von Molyvos auf der Insel Lesbos. In ihrem hohen Alter hat sie ein wackeliges Boot bestiegen und die anstrengende Reise auf sich genommen.
- 3 Im Niemandsland zwischen Slowenien und Österreich haben unzählige Familien Feuer entfacht, um es in der Nacht warm zu haben.
- 4 An vielen Hauptbahnhöfen in Österreich werden Namen und Fotos von vermissten FreundInnen oder Familienmitgliedern aufgehängt.
- 5 Wir lernen die kleine Remas in Traiskirchen kennen. Ihre Mutter ist hochschwanger und möchte ihr Baby auf keinen Fall im Lager bekommen. Heute leben sie bei einer österreichischen Familie und Remas geht bald in den Kindergarten.

- 6 Egal ob in Serbien, Ungarn, Mazedonien oder Griechenland: Immer wieder sehen wir auf unserer Autoreise Grüppchen am Straßenrand.
- 7 Tarek ruht sich beim Fotografen Martin auf Zwischenstopp in Wien aus. Bis heute stehen die beiden in engem Kontakt.
- 8 Eine alte Garage in Salzburg wird zum Schlafsaal für Flüchtlinge auf der Durchreise nach Deutschland.
- 9 Bis zu 1.000 \$ bezahlen die Geflüchteten an die Schlepper für die gefährliche Überfahrt. Auf der griechischen Seite warten Volunteers, ÄrztInnen und AnrainerInnen mit Rettungsdecken, Wasser, Bananen und Keksen.
- 10 2015 war auf EU-Ebene häufig von so genannten »Hotspots« die Rede. Aber wie sieht es in diesen Zentren wirklich aus? Kein Essen und kein Wasser, lautet die traurige Realität. Aber ein Automat für Snacks und Süßigkeiten.

*Bildtexte: Franziska Tschinderle*

5



8



9



6



7



10



## ÜBER DIE BALKANROUTE

6

LÄNDER DURCHQUEREN  
FLÜCHTLINGE

90

PROZENT KOMMEN AUS  
SYRIEN, IRAK & AFGHANISTAN

175

KM UNGARISCHER  
GRENZZAUN

2.800

KM EU-AUSSENGRENZE

57.000

FLÜCHTLINGE DERZEIT  
IN GRIECHENLAND

700.000

MENSCHEN KAMEN IN DEN  
ERSTEN 10 MONATEN 2015

FOTOS: LOST

# »ES GIBT KEINE GARANTIE, DASS ALLES GUT GEHT«

Damian Izdebski wurde einst als erfolgreicher Gründer von DiTech gefeiert. Auf die Insolvenz seiner Computerhandelskette folgten Phasen der Verzweiflung, der Neuorientierung und schließlich ein Neubeginn. Mit studio! sprach Izdebski über die Lehren und Tücken des Scheiterns sowie über österreichische Unternehmenskultur.

VON KRISTINA SCHUBERT-ZSILAVECZ

*Herr Izdebski, die Insolvenz Ihres IT-Unternehmens DiTech hat vor zwei Jahren wochenlang die heimischen Medien beherrscht. Wie ist es Ihnen zu dieser Zeit gegangen?*

**Izdebski:** Ich hatte den Eindruck, dass sich in Österreich nach der Insolvenz die gesamte Wahrnehmung nur um das Negative gedreht hat. Die 15 Jahre

mehr gelernt habe als in all den Jahren zuvor.

*Wie waren die Reaktionen Ihres Umfelds?*

**Izdebski:** Das war sicher die intensivste und schmerzvollste Erfahrung. Denn nirgends lernt man, wie man damit umgeht, wenn Freunde oder Geschäftspartner am Telefon nicht mehr

dann gesagt: »Damian, ich geb' dir ein paar tausend Euro. Fahr' in die USA und bleib dort, solange das Geld reicht. Irgendwann gibst du es mir dann zurück.«

*Sie waren dann zehn Wochen in den USA. Was haben Sie dort erlebt?*

**Izdebski:** Ich hatte zum Beispiel einen Termin mit einem Geschäftspartner. Nach 20 Minuten bat er seine Assistentin, die nächsten zwei Termine abzusagen. Er sagte: »Wir brauchen länger. Ich möchte von dir lernen.« Unser Gespräch drehte sich danach um die 15 Jahre Unternehmertum, nicht um die Insolvenz. Er hat mich wie einen Experten behandelt. Aus diesem ersten Gespräch haben sich dann 120 Termine ergeben, mit Unternehmern, Start-up-Gründern, sogar ein Vortrag auf der Stanford Universität und einige Job-Angebote.

*Was ist in Ihren Augen der größte Unterschied zwischen den USA und Europa im Umgang mit Scheitern?*

**Izdebski:** Auch die Amerikaner kochen nur mit Wasser – der Topf ist vielleicht etwas größer, aber die Temperatur ►

## »ICH HABE IN DEN MONATEN VOR UND NACH DER INSOLVENZ MEHR GELERNT ALS IN ALL DEN JAHREN ZUVOR.« DAMIAN IZDEBSKI

Unternehmertum zuvor haben nichts mehr gezählt. Jeder hat alles sowieso immer schon besser gewusst. Das hat den Umgang mit der ganzen Geschichte nicht leichter gemacht.

*Welche Erfahrungen haben Sie dabei am meisten geprägt?*

**Izdebski:** Die fachliche Lektion über das eigene Business, die man im Zuge einer Insolvenz erlebt, ist enorm und müsste eigentlich eine Pflichtveranstaltung für jeden Unternehmer sein. Ich traue mir zu sagen, dass ich in den Monaten vor und nach der Insolvenz

abheben, wenn sie deinen Namen am Display sehen. Schlimm sind auch Online-Foren – du wirst hier durch die anonymen User zum Freiwild. Menschen, die noch nie im Leben eine unternehmerische Entscheidung getroffen haben, analysieren plötzlich dein Businessmodell der letzten 15 Jahre.

*Wie ist es dann weitergegangen?*

**Izdebski:** Im Juni 2014 war für mich psychisch der Tiefpunkt – der Zweifel an mir selbst, kein Plan für die Zukunft, kein Einkommen, Schulden ohne Ende. Mein bester Freund hat



Damian Izdebski hat nach dem Scheitern seines Unternehmens DiTech erneut den Schritt in die Selbständigkeit gewagt. In Österreich wünscht er sich mehr Wertschätzung für das Unternehmertum.



ist die gleiche. Der Unterschied ist aber, dass man versucht, aus dem Scheitern zu lernen und auch das Positive daran zu sehen. Eine der Fragen, die mir immer gestellt wurde, war die nach meinem neuen Unternehmen. Für die war klar, dass ich wieder mit einem eigenen Unternehmen starten werde. Für mich war das zu diesem Zeitpunkt alles andere als selbstverständlich.

*Das heißt also, mehr Wertschätzung und konstruktive Kritik, auch wenn man scheitert?*

**Izdebksi:** Genau. Natürlich bin ich in keinerlei Form stolz auf das, was passiert ist. Viele Menschen haben viel Geld verloren und letztendlich war ich nicht in der Lage, das zu verhindern. Das tut mir auch sehr leid. Aber jetzt liegen zu bleiben und nur negativ zu denken, bringt niemandem etwas.

*Sie haben dann vor rund eineinhalb Jahren das Unternehmen techbold gegründet. Was hat Sie dazu bewogen, es noch einmal zu versuchen?*

**Izdebksi:** Ich habe mich gefragt, was meine Optionen sind. Als Angestellter bin ich unvermittelbar. Das, was ich am besten kann, ist Unternehmensprozesse und Rahmenbedingungen zu schaffen, in denen sich Mitarbeiter wohlfühlen und in denen sie motiviert sind, etwas zu leisten. Deshalb habe ich mich dafür entschieden, wieder ein Unternehmen aufzubauen.

*Was muss denn der ideale Chef mitbringen?*

**Izdebksi:** Das Wichtigste ist, andere Menschen begeistern und inspirieren zu können. Ein Unternehmer muss ein Anliegen haben, das ihn antreibt. Und das kann nie das Geld allein sein. Es braucht eine Idee, an die man glaubt, und den Willen, etwas zu verändern. Daraus kann sich eine enorme Motivationskraft entwickeln, die auch Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden spüren und mitzieht.

*Was vermissen Sie am Unternehmensstandort Österreich?*

**Izdebksi:** Unternehmertum wird in Österreich nicht wertgeschätzt und

es gibt kaum Verständnis dafür, dass Unternehmer immer Risiken eingehen. Jede Entscheidung, die man trifft – und als Unternehmer trifft man jeden Tag hunderte –, birgt das

**» JETZT LIEGEN ZU BLEIBEN UND NUR NEGATIV ZU DENKEN, BRINGT AUCH NIEMANDEM ETWAS. « DAMIAN IZDEBSKI**

Risiko, dass es die falsche war. Es gibt keine Garantie dafür, dass alles immer gut geht.

*Sehen Sie hier ein Umdenken?*

**Izdebksi:** Ja, ich bin sehr tief in der Start-up-Community verwurzelt und es ist faszinierend, was sich da für ein Spirit entwickeln kann. Unter diesen Menschen spürst du keinen Neid, keinen Pessimismus. Egal, wem was gelingt – seien es die ersten wirtschaftlichen Erfolge oder ein neuer Investor –, man freut sich füreinander. So soll es eigentlich sein.



Izdebskis Neustart gelang mit techbold. Die Firma repariert Hardware und betreut IT-Anlagen und Sicherheitsnetzwerke.

*Was ist positiv am Standort Österreich?*

**Izdebski:** Wir können von Wien aus in wenigen Flugstunden ganz Europa erreichen. Wir leben quasi mittendrin und noch dazu in einem Land mit einem der höchsten Lebensstandards weltweit – das sind eigentlich perfekte Bedingungen für einen geschäftlichen Neustart. Und es tut sich im Moment auch sehr viel, wenn man an Crowd-Finanzierungen, Business Angels oder öffentliche Unterstützung denkt. Aber wir haben noch einen langen Weg vor uns.

*Man liest über das Silicon Valley immer nur die Erfolgs-Stories, aber nicht von den Zigtausenden, die dort tagtäglich ihr Glück versuchen und es nicht schaffen.*

**Izdebski:** Richtig. Dort gilt: Wenn die ersten fünf Ideen nicht funktioniert haben, dann wird vielleicht die sechste etwas. Bevor Paypal entstanden ist, hat einer der Gründer auch fünf Unternehmen versenkt.

*Haben Sie unternehmerische Vorbilder?*

**Izdebski:** Ja, Richard Branson (Anm.: Unternehmer, u.a. Virgin Atlantic Airways) oder Elon Musk (Anm.: Unternehmer, u.a. Paypal und Tesla Motors). Ganz allgemein gesprochen Leute, die an etwas glauben und das mit enormer Konsequenz, Leidenschaft und Kraft umsetzen. Und dabei viel Risiko eingehen.

*Wenn jemand jung ist und ein Start-up gründen will: Welche Voraussetzungen braucht es?*

**Izdebski:** Eine Vision zu haben, an die man glaubt, und Spaß an der Sache. Kontakte sind natürlich auch wichtig. Auch ein Mentor, mit dem man sich austauschen und von dessen Erfahrung man profitieren kann, ist eine Bereicherung. So jemanden hatte ich bei DiTech leider nicht. Ob jemand hingegen Berufserfahrung hat oder nicht, ist egal – einfach machen! ■

## ÜBER DAMIAN IZDEBSKI

Damian Izdebski gründete 1999 als 23-Jähriger gemeinsam mit seiner Frau Aleksandra die Firma DiTech. Was als kleiner PC-Dienstleister begann, wurde bald zu einer der größten österreichischen IT-Fachmarktketten inklusive Onlineshop. Im Jahr 2012 erzielte das Unternehmen einen Nettoumsatz von 120 Millionen Euro und beschäftigte rund 300 MitarbeiterInnen. Im März 2014 gab DiTech seine Insolvenz bekannt, als Grund wurde vor allem die starke Expansion der letzten Jahre genannt. Seine Erfahrungen hat Izdebski in seinem Buch »Meine besten Fehler« niedergeschrieben.

2015 gründete Izdebski die techbold technology Group AG mit zwei Tochtergesellschaften: Die techbold network solutions GmbH betreut nach individuellen Sicherheitskonzepten IT-Anlagen und Computernetzwerke von KMUs, die techbold hardware services GmbH bietet Reparaturen von Smartphones, Tablets, Notebooks und PCs sowie Assembling individueller PC-Systeme an. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 27 MitarbeiterInnen am Standort in Wien.



Die Geschichte seines Scheiterns und seiner wichtigsten Lektionen hat Damian Izdebski zu einem Ratgeber zusammengefasst.

Das Buch »**Meine besten Fehler**« ist im März 2015 im Steinverlag erschienen.

# »HARTLIEBS BÜCHER« – EINE ABENTEUERGESCHICHTE

Aus einer Laune heraus bemühten sich Petra Hartlieb und ihr Mann Oliver im Sommerurlaub 2004 in Wien um eine gerade geschlossene Traditionsbuchhandlung. Überraschend erhielten sie den Zuschlag. Heute ist »Hartliebs Bücher« eine Erfolgsgeschichte – mitten in Währing.

VON HEIKE GUGGI

**A**ller Anfang ist abenteuerlich. »Verdammt, wir haben eine Buchhandlung gekauft. In einer Stadt, in der wir nicht leben, mit Geld, das wir nicht haben. Jetzt müssen wir es durchziehen.« – So beschreibt Petra Hartlieb ihre ersten Gedanken. Ein Neuanfang im Schnelldurchlauf: Quasi über Nacht galt es, einen Businessplan zu entwerfen,

eine Bank für die Finanzierung zu finden, die gut bezahlten Jobs – er war Marketing Manager bei einem großen deutschen Verlag, sie war aufstrebende Literaturkritikerin und Pressefrau – und die schicke Wohnung in Hamburg zu kündigen und den Umzug nach Wien zu organisieren.

Binnen zwei Wochen wurde die leicht in die Jahre gekommene Buchhandlung renoviert, nachts die gesamten Herbstprogramme bestellt, tagsüber zwischen Gründerservice, Wirtschaftskammer und Sozialversicherung die GmbH auf die Beine gestellt. Am 5. November schließlich eröffnete die Buchhandlung »Hartliebs Bücher« pünktlich um neun Uhr die Tür, der Teppichkleber war noch feucht.

## **Zwischen Chaos, Euphorie und Erschöpfung**

Eine Buchhandlung gründen. Was heißt das in Zeiten von Amazon und E-Books: Eine super Idee? Völliger Schwachsinn? Zukunft oder Ruin? Das erste Weihnachtsgeschäft verlief schleppend, aber die Umsätze stiegen. Petra und Oliver standen Tag und

Nacht in der Buchhandlung. »Die ersten Wochen habe ich nur noch verschwommen in Erinnerung, in einem diffusen Nebel aus permanenter Erschöpfung und Überforderung«, erzählt Petra, »wir waren so viele Stunden in unserem Laden, dass wir nicht mehr wussten, wie die Welt da draußen aussieht.«

Zweifel und Angst, die unerwünschten Begleiter eines Neubeginns, kamen hoch – soll so das Leben für die nächsten 30 Jahre aussehen? Statt Halbtagsstelle mit freier Zeiteinteilung, Manager-Gehalt und schicker Wohnung nun also Tag und Nacht arbeiten, noch kein fixes Zuhause und Schulden für die nächsten zehn Jahre?

Der Beginn einer schrecklich-schönen Zeit für Petra und Oliver Hartlieb. »Zum Glück hat es das Schicksal, wenn es ein solches gibt, aber gut mit uns gemeint und uns immer wieder gute Geister geschickt, die fortan unser Leben erleichtert haben«, erzählt Petra. »Ohne diese Menschen, die spontan und ohne Gegenleistung ihre Hilfe angeboten haben, gäbe es die Buchhandlung nicht.«

## ZUR PERSON

Petra Hartlieb wurde 1967 in München geboren und ist in Oberösterreich aufgewachsen. Sie studierte Psychologie und Geschichte und arbeitete danach als Pressefrau und Literaturkritikerin in Wien und Hamburg. Seit 2004 betreibt sie die Buchhandlung »Hartliebs Bücher« in der Währinger Straße 122 im 18. Bezirk in Wien.

### »Meine wundervolle Buchhandlung«

Die ganze Geschichte von Petra und Oliver Hartlieb ist nachzulesen im Buch »Meine wundervolle Buchhandlung«, erschienen im DuMont Verlag.



Regale und Bücher bis unter die Decke sowie die meterlangen Holzleitern sind zum Markenzeichen von »Hartliebs Bücher« geworden. KundInnen schätzen vor allem die qualifizierte Beratung und sorgfältige Literatur-Auswahl

### Vom Zufall des Erfolgs und dem Erfolg des Zufalls

Das Firmenkonzzept der Hartliebs ist mittlerweile ein Erfolg: Man stopfe möglichst viele Bücher in einen kleinen Raum mit Regalen bis an die Decke, sei mutig bei der Bestellung von Titeln, gerne auch mal abseits von Bestseller-Listen, und beschäftige MitarbeiterInnen, die in ihrer Freizeit nichts anderes machen, als zu lesen, und zu jedem erdenklichen Thema das passende Buch wissen.

Heuer feiert man 12-jähriges Firmen-Jubiläum, 2009 wurde eine zweite Buchhandlung im 9. Bezirk eröffnet. Und so nebenbei hat sich

Petra Hartlieb auch noch einen Namen als Autorin gemacht, im Herbst erscheint bereits ihr sechster Roman, eine Weihnachtsgeschichte um Arthur Schnitzler.

Die vermeintliche Bestie Amazon hat für die Hartliebs ihre Zähne verloren. »Wir haben mittlerweile

unseren eigenen Webshop integriert und bieten auch E-Book-Reader an. Und ich werde nicht müde, die Leute davon zu überzeugen, dass Bücher im Internet nicht billiger sind«, so Petra. »Und meine MitarbeiterInnen beherrschen das Prinzip ›Kunden, die das gekauft haben, kaufen auch‹ ►

**»WIR WAREN SO VIELE STUNDEN IM LADEN, DASS WIR NICHT MEHR WUSSTEN, WIE DIE WELT DA DRAUSSEN AUSSIEHT.«** PETRA HARTLIEB

ebenso und sind dabei freundlicher als irgendein Algorithmus.«

Der Zeitgeist und Medienberichte über die Arbeitsbedingungen bei Amazon taten ihr Übriges. »Be special, buy local« – von diesem Trend profitieren die Hartliebs.

## Meine wundervolle Buchhandlung

Über die Jahre hinweg ist die Buchhandlung nicht nur ein beliebter Treffpunkt für Kunden geworden, sondern auch zum Wohnzimmer für die eigene Familie, wo man sich mit den Kindern nachts in Socken und

Pyjama hinunterschleicht, um Bücher für die Gute-Nacht-Geschichte auszuborgen. Zum Treffpunkt für die Nachbarschaft; mit Stammkunden, die zu Freunden wurden, und Freunden, die Stammkunden sind.

»Unser Geschäft ist ein Platz, an dem laut gerufen wird und gelacht, wo wir uns Buchtitel über die Köpfe der Kunden hinweg zurufen. Jeder bekommt mit, was der andere kauft und nicht selten erzählen wir jemandem ein Buch nach, der andere hört mit und kauft das Buch auch«, erzählt Petra.

Seit zwölf Jahren steht das »Flaggschiff« der Hartliebs in der Währinger Straße 122 im 18. Bezirk. Trotz zweiter Karriere als Autorin ist es Petra Hartlieb wichtig, zumindest zwei Tage die Woche selbst im Laden zu stehen.

Zu den vielen StammkundInnen gehören etwa die 97-jährige Urgroßmutter, die regelmäßig mit einer Liste ihrer UrenkelInnen kommt – zu jedem und jeder ist in Klammer das Alter notiert – und für jedes Kind wird dann das richtige Buch ausgesucht. Das vornehme Ehepaar, das ein Kochbuch kauft und Hartliebs dann einige Wochen später zum Essen einlädt. Oder die Juristin, die an ihrem freien Tag spontan ihre Hilfe anbietet, als Petra im Weihnachtsgeschäft untergeht.

»Solche Menschen und Momente sind es, die uns antreiben«, sagt Petra, »wir verkaufen Bücher, weil wir es lieben und uns nichts anderes vorstellen können. Wir leben unseren Traum und wollen damit einfach unser Leben finanzieren. Den großen Profit sollen die anderen machen, wir lieben unseren Job.«

Vieles, das bei Hartliebs gehandelt wird, hat ohnehin nichts mit Geld zu tun: »Können sie einen Klavierlehrer, eine Putzfrau oder einen englischen Native Speaker empfehlen? Kann ich den Schlüssel bei Ihnen hinterlegen?« – »Gerne!« sagt Petra dann und ist sich hundertprozentig sicher, dass es vor zwölf Jahren die richtige Entscheidung war, den Neuanfang zu wagen. ■



Am Beginn jedes Start-ups steht eine holprige Anfangsphase – möchte man meinen. Bei Jan Pöltner war das nämlich nicht so. Seine Idee wurde binnen weniger Tage zum überraschenden Social-Media-Erfolg. Die Lifestyle-Marke »1000 things to do in Vienna« hat drei Jahre nach ihrer Gründung weit über 125.000 Fans auf Facebook – Tendenz steigend.

VON NINA KLEINDL



## DAS VIRALE WUNDER

**W**ie entsteht ein Start-up? Mit einer vermeintlich bahnbrechenden Idee kommt der Prozess schnell ins Rollen. Man setzt sich mit FreundInnen zusammen, diskutiert, debattiert und wägt ab, feilt an den Grundfesten des Unternehmens. Ein Finanzierungsplan muss her, Zielgruppe und Markt bestimmt werden. Man bedenke Steuern, Lizenzen, rechtliche Rahmenbedingungen. Am Ende stehen oft tausende Arbeitsstunden, Monate der finanziellen Unsicherheit und manchmal sogar Jahre des Verzichts, um schließlich vielleicht zu erkennen, dass sich alles nicht gelohnt hat.

Nicht so bei Jan Pöltner. Der Absolvent der FH Wien der WKW hatte eines Nachmittags im Oktober 2013 nämlich eine Idee, die über Nacht zum Erfolg wurde. »Man kann uns mit wenigen Start-ups vergleichen. Ich habe eine Facebook-Seite hingeknallt und in wenigen Stunden 25.000 Likes gehabt.« Dem ehemaligen Journalismus- und Medienmanagement-Studenten ist bewusst, was für ein Ausnahmeprojekt er ins Leben gerufen hat. Binnen drei Tagen hatte

»1000 things to do in Vienna« um die 60.000 Likes auf Facebook.

Jan kommt ursprünglich aus Oberösterreich, hat sich nach seinem Umzug aber schnell in die Hauptstadt verliebt. »Das Besondere an Wien ist die Mischung von Großstadt und Dorf, finde ich. Auf der einen Seite überschaubar und dann aber wieder wahnsinnig vielfältig, was Kultur, Gastronomie und Nachtleben angeht.« Dies trägt erheblich zum Erfolg der Seite bei. »Jeder in der Stadt hat seine drei, vier Cafés und Restaurants, wo er immer hingehet und that's it – manchmal wollen die Menschen dann aber doch mehr, als sich immer wieder im gleichen Umfeld zu bewegen.«

Was als Spaßprojekt ohne kommerziellen Hintergedanken begonnen hat, ist schnell zu einem aufstrebenden Start-up herangereift. Finanziert wird es durch den Verkauf von Internetpräsenz und Content auf der Website und in Social Media. Im Oktober feiert Jan mit seinem achtköpfigen Team das dreijährige Bestehen von »1000 things«. Obwohl der anfängliche Hype etwas abgeklungen ist, reißt die Beliebtheit der Marke nicht ab. »Wir

bekommen auf Facebook immer noch ungefähr 1000 neue Likes pro Woche. Seit ungefähr einem Jahr haben wir auf der Website auch den Blog, der unglaublich gut läuft. Es kommen nach und nach immer mehr Elemente dazu. Sein eigenes Produkt so wachsen zu sehen, ist unbezahlbar.« ■

Im Jahr 2013 gründete Jan Pöltner die Facebook-Seite »1000 things to do in Vienna«, die seither zur Lifestyle-Marke avanciert ist. Mit seinem achtköpfigen Team betreut er mittlerweile mehrere Kanäle, wie Social Media, Blog und Website, und veranstaltet verschiedene Events.



### »1000 THINGS TO DO IN VIENNA«

»1000 things to do in Vienna« ist eine Marke, die Menschen in Wien ihre Stadt näher bringen soll. Auf Facebook gibt es Freizeit-Tipps, die Website bietet auch Gutscheine für Wiener Einrichtungen. Ein Blog mit der Rubrik »1000 things to do in Austria« versorgt die Leser mit Tipps für ganz Österreich. Außerdem veranstaltet »1000 things« eigene Events, wie zum Beispiel die Drei-Jahres-Feier am 22. Oktober im Wiener Lokal The Loft.

[www.1000things.at](http://www.1000things.at)

# »KRISSEN SIND EIN GANZ NORMALER ZUSTAND EINES UNTERNEHMENS«

Diesen Herbst feiert der Studiengang Unternehmensführung an der FHWien der WKW sein 20-jähriges Bestehen. Im studio!-Gespräch diskutierten der Alumnus und heutige Studiengangsleiter Reinhard Zeilinger, die langjährige Lektorin Margit Wendelberger und die Studentin Anna-Christine Ejury über die Wirtschaftswelt im Wandel und zentrale Skills für ChefInnen.

MODERATION: ANDREA HEIGL

**Anna-Christine Ejury** studiert Management und Entrepreneurship (bilingualer Bachelor) und arbeitet derzeit bei KPMG im Management Consulting.

*Wir wollen anlässlich des Jubiläums darüber sprechen, wie sich Wirtschaft und Führung verändern. Was würden Sie sagen: Was sind heute die zentralen Skills in der Unternehmensführung?*

**Wendelberger:** Flexibilität, Offenheit, die Bereitschaft zu lernen. Ein Grundstock an Wissen ist zwar wichtig, aber man muss bereit sein, sich zu verändern.

**Ejury:** Ich sehe das auch so: Es geht um Wandlungsfähigkeit, um das Aufbrechen von alten Strukturen. Das gemeinsame Management von Projekten an der Fachhochschule ist ja bereits die Anwendung dieser Skills. Mit manchen Studierenden ist es

einfacher, zusammenzuarbeiten, mit anderen weniger. Da gilt es, unterschiedliche Ambitionen zu managen.

**Zeilinger:** Unsere Studierenden wachsen sicher an ihren Herausforderungen. Da lernen sie in ihrer Zeit hier viel voneinander. Dass man inhaltlich etwas mitbekommt, ist gut, aber das könnte sich jemand selbst auch aneignen über Bücher und Online-Portale wie Youtube.

*Sind die Ansprüche von angehenden Entrepreneuren anders als früher? Stichwort Work-Life-Balance?*

**Ejury:** Das glaube ich nicht, zumindest jetzt nicht. Vielleicht ist das ein Thema, wenn irgendwann Kinder angesagt sind. Aber jetzt geht's vielen von uns darum, möglichst gute Noten zu haben und einen guten Job zu bekommen. Diese große Veränderung der Generation Y sehe ich ehrlich gesagt nicht.

**Wendelberger:** Naja, ich nehme das in den Projekten oft anders wahr. Den Studierenden ist ihre Zeit schon

sehr wichtig, das Leben hat ja viel zu bieten. Viele Studierende haben eine einfachere Ausgangssituation als früher, schon allein durch die finanzielle Situation der Eltern. Oder: Eine Diplomarbeit zu schreiben, das war früher eine riesige Action, heute kommt man leichter an Informationen heran. Es gibt jedenfalls unheimlich viele motivierte Studierende, das ist schön.

*Werden Menschen aus der Generation Y andere Führungskräfte als die Generationen davor?*

**Zeilinger:** Ich bin da skeptisch. Wenn man sich die Generation der 68er 1975 angeschaut hätte, hätte man geglaubt, die machen alles anders – und dann hat sich doch letztlich alles eingespielt. Was mich interessieren würde, Frau Ejury: Denken Sie jetzt schon an eine Führungsposition?

**Ejury:** Ich war schon selbstständig, mache nun aber mein Praktikum bei KPMG im Management Consulting. Ich sehe mich auf Dauer nicht unbedingt darin, ein eigenes

» IN ÖSTERREICH IST SCHEITERN MIT EINEM STIGMA VERBUNDEN. « MARGIT WENDELBERGER



Wie macht man StudentInnen zu ChefInnen? Das diskutierten die Studentin Anna-Christine Ejury, Lektorin Margit Wendelberger und der Leiter des Master-Studiengangs Unternehmensführung an der FHWien der WKW, Reinhard Zeilinger.

Unternehmen zu führen, sondern ich möchte möglichst hoch oben in einem großen Konzern sein. Ich war vorher in der OMV und habe die gläserne Decke total gespürt, weil das Studium gefehlt hat. Was schon anders ist für die Generation Y, ist die Zukunftsperspektive. Ich habe das Gefühl, ich muss ganz viel lernen und gute Noten haben, sonst kriege ich die guten Jobs auf keinen Fall.

*Wie macht man denn aus Studierenden GründerInnen?*

**Wendelberger:** Indem man ihnen das schmackhaft macht und sagt, probiert es aus, und Scheitern ist okay. Das ist noch immer gegen die vorherrschende österreichische Business-Kultur. Aber man sieht schon, dass viele während der Ausarbeitung von Projekten auf den Geschmack der Selbstständigkeit kommen.

**Ejury:** Die vielen selbständigen ProfessorInnen sind natürlich eine Inspiration, da sind tolle Charaktere dabei. Das hilft sehr.

**Reinhard Zeilinger** studierte Technische Physik an der TU Wien und Unternehmensführung an der FHWien der WKW. Nach Stationen als Softwareentwickler, technischer Berater und Selbstständiger kam er vor zwei Jahren an die FH zurück und leitet nun den Master-Studiengang Unternehmensführung.

*Kann man eine Kultur des Scheiterns bei Studierenden implementieren?*

**Wendelberger:** Ich versuche das auf jeden Fall. Man kann natürlich scheitern, aber dann muss man daraus etwas lernen. In Österreich ist Scheitern mit einem Stigma verbunden. Darüber zu stehen, ist schwierig, da braucht man schon ein starkes Selbstbewusstsein. In den Medien gibt es heute immer mehr Fallstudien über das Scheitern von Unternehmern. Da

tut sich etwas, es wird mehr darüber geredet. Da denken die jungen Menschen heute sicher anders als jene, die vor 20 Jahren hier studiert haben.

**Zeilinger:** Ich unterrichte Krisen- und Sanierungsmanagement, und da bringe ich ganz klar rüber: Krisen sind ein ganz normaler Zustand eines Unternehmens, das kommt automatisch alle paar Jahre wieder. Es gibt keine Unternehmensgröße, wo man sagt, jetzt hab ich's geschafft, ►

## 2700 ABSOLVENTINNEN IN 20 JAHREN

Seit 1996 gibt es das Institut für Unternehmensführung an der FHWien der WKW, das vor 20 Jahren mit einem berufsbegleitenden Diplom-Studiengang begann. 2001 startete die erste Vollzeit-Gruppe ihr Studium, seit 2005 gibt es auch ein bilinguales Studium. 2006 bzw. 2010 wurde der Übergang auf Bachelor- und Master-Studium vollzogen. Derzeit arbeiten etwa 20 MitarbeiterInnen am Institut, das von Thomas Wala geleitet wird. In den 20 Jahren absolvierten 2.700 Menschen das Studium, die von etwa 200 LektorInnen unterrichtet wurden.



**Margit Wendelberger** arbeitete nach ihrem Studium an der WU Wien im internationalen Management bei Unilever, bevor sie sich 1992 mit Marcom Consulting selbstständig machte. Sie unterrichtet seit 1996 am Studiengang Unternehmensführung am Institut für Unternehmensführung.

jetzt kann nichts mehr passieren. Bei den Start-ups sehe ich wiederum die Gefahr, dass man zu viele Leute in diese Rolle hineindrängt. Nicht jeder ist dafür bereit. Ich werde nie den Tag vergessen, an dem ich zum ersten Mal aufgewacht bin und selbstständig war, dieses Wissen: Es gibt keinen Termin, zu dem ich im Büro sein muss. Alles, was ich jetzt mache, kommt von mir.

*Gibt es im Wirtschaftsleben heute weniger Kontinuität als früher?*

**Ejury:** Sofern sich der Konzern wandelt und interessant bleibt, könnte ich mir schon vorstellen, auch länger dort zu bleiben. Aber in Summe wechselt man sicher öfter den Job als früher.

Die längste Zeit für mich bei einem Unternehmen waren drei Jahre.

**Zeilinger:** Ich glaube nicht, dass man es auf lange Sicht durchhält, alle drei Jahre zu wechseln. Man braucht eine gewisse Zeit, um die Strukturen zu verstehen, bevor man sie ändern kann.

**Wendelberger:** Ich habe den Eindruck, die Studierenden schauen sehr, dass sie einen guten Job finden – und wenn es die nächstbessere Chance gibt, sind sie dort. Wenn man vor 20 Jahren so oft gewechselt hat, hieß es, jemand ist nicht stabil, nicht verlässlich und so weiter. Das ist heute nicht mehr so. Das hat sich sicher gewandelt.

**Ejury:** Ich habe das bei Bewerbungen auch immer als positiv erlebt.

»Denken Sie jetzt schon an eine Führungsposition?« - Studiengangsleiter Zeilinger nutzte den studio!-Interviewtermin gleich zur Recherche bei einer Studentin.

*Wie sieht es mit dem Thema Internationalisierung in der Karriere aus?*

**Zeilinger:** Wir vollziehen bei uns diesen wichtigen Trend und beginnen 2018 mit einem komplett englischsprachigen Masterstudium. Das ist eine enorme Herausforderung an die Organisation – andere LektorInnen, andere Inhalte, andere Prozesse.

**Wendelberger:** In den letzten Jahren wollen immer mehr Studierende internationale Erfahrung sammeln. Ich war vor 25 Jahren für Unilever ein Jahr in Japan. Damals haben mich viele gefragt, ob ich verrückt bin. Das hat niemand verstanden. Heute ist das selbstverständlich.

*Zum Abschluss haben Sie noch einen Wunsch frei. Wenn wir uns fiktiv in dieser Runde in 20 Jahren wieder treffen – was ist dann Ihr persönliches Karriere-Ziel?*

**Zeilinger:** Da tu' ich mir leicht, in 20 Jahren bin ich in Pension (lacht). Im

» ICH MÖCHTE DAS ALUMNI-NETZWERK AUSBAUEN UND EINEN STALLGERUCH BEI ABSOLVENTINNEN SCHAFFEN. « REINHARD ZEILINGER

Ernst – für mich sind das drei Ziele: Im Grunde haben alle meine Vorgänger, beginnend bei Günter Nevosad, etwas Beeindruckendes geschaffen. Das weiterzuentwickeln und durch die gesellschaftlichen Veränderungen zu führen, ist meine Mission. Einen weiteren wichtigen Schritt sehe ich im Ausbau des Alumni-Netzwerks, einen »Stallgeruch« bei AbsolventInnen zu schaffen. Das dritte Ziel ist es, Wirtschaft und Technik in den Köpfen der Studierenden zu verbinden. Als gelernter Techniker und damit Grenzgänger zwischen den Feldern wünsche ich mir, dass WirtschaftlerInnen und TechnikerInnen lernen, wenn schon nicht dieselbe Sprache zu sprechen, sich doch wenigstens zu verstehen.

**Wendelberger:** Ich möchte Start-ups unterstützen – fachlich, mit Kontakten, eventuell auch finanziell, wenn ich etwas interessant finde. Nicht groß institutionalisiert, sondern direkt, wenn es mir sympathisch ist. Es macht mir Spaß und hält mich jung, wenn ich mich immer wieder neuen Herausforderungen stelle.

**Ejury:** Ich habe da noch nicht ganz konkrete Vorstellungen. Ich möchte den Master hier an der Fachhochschule machen, aber ich weiß noch nicht, in welchem Studiengang. Wenn ich's mir aussuchen dürfte, würde ich gern Unternehmen wandeln, so dass sie immer erfolgreich sein können, egal was passiert. Aber wer weiß!

**Wendelberger:** Was man heute glaubt zu wissen, wird morgen ganz anders sein. Das Allerwichtigste ist Flexibilität und Offenheit und zu lernen, mit der Veränderung umzugehen. Das ist das einzige, das wir den Studierenden wirklich mitgeben können. ■

# DAS DUELL DER ELEFANTEN

Die ganze Welt blickt auf die Präsidentschaftswahlen in den USA. Mit Donald Trump und Hillary Clinton sind zwei Charaktere im Rennen, wie sie unterschiedlicher nicht sein könnten. Mit Kommunikationsexpertin Tatjana Lackner sprach studio! über die Tricks der Kandidaten.

VON LISA WIEDNER



Tatjana Lackner, Leiterin der »Schule des Sprechens«, analysiert für studio! und Radio NJOY 91.3 die amerikanischen Präsidentschaftswahlen.

**E**ines nimmt Tatjana Lackner gleich vorweg: Das Rennen um das Weiße Haus ist kein Duell von Sympathieträgern. Während die US-AmerikanerInnen zur früheren First Lady und Außenministerin Hillary Clinton über Jahre Emotionen aufgebaut haben, geschieht das bei Multimilliardär Donald Trump erst seit einigen Monaten im großen Stil. Clinton versuche, etwas gegen ihre schlechten Sympathiewerte zu unternehmen, was jedoch nicht einfach ist. »Wenn man in den Medien bereits 40 Jahre auf dem Buckel hat, in denen man die Oberlehrerin war, dann schafft man nicht von heute auf morgen einen Imagewandel«, so Tatjana Lackner, die in Wien die »Schule des Sprechens« leitet ([www.sprechen.com](http://www.sprechen.com)). Natürlich spielt da

auch ihr Mann, der frühere Präsident Bill Clinton, eine Rolle. »Hillary wird nicht bloß ihrer selbst willen gewählt, sondern nur um Trump zu verhindern, oder weil man sich an Bill gerne erinnert«, so Lackner.

## Aus dem Bauch heraus

Trump und seinem Team ist die Sympathiefrage hingegen relativ gleichgültig, was sich im Wahlkampf immer wieder durch schlechte Umfragewerte bemerkbar gemacht hat. Er agiert laut Lackner stark aus dem Bauch heraus, wodurch er wenig zu verlieren hat. Der Glaube daran, dass Trump für Sicherheit und mehr Arbeitsplätze steht, lässt seine WählerInnen zu treuen AnhängerInnen werden.

Ein großes Thema im amerikanischen Wahlkampf ist auch Negative Campaigning, also das Schüren negativer Emotionen gegenüber der Konkurrenz. Tatjana Lackner erklärt dieses Phänomen so: »Wenn ich die Emotionen einer bereits reizüberfluteten Gesellschaft nicht mehr erreiche, dann muss ich ins Negative Campaigning gehen.« Sie sieht das als Trumps einzige Möglichkeit zu punkten. Clinton einfach als Teufel zu bezeichnen, sei deshalb zu kurz gegriffen. Allerdings wäre in Europa solch eine Art des Negative Campaigning schon alleine aufgrund der gesetzlichen Lage nicht möglich. ■



Lautes Brüllen hilft mitunter im Tierreich – aber hilft es auch beim Duell um die US-amerikanische Präsidentschaft?



## DIE TRICKS DER POLITIKERINNEN

Die Sendung »Start me up« auf Radio NJOY 91.3 widmet sich am 17. Oktober ab 10 Uhr der amerikanischen Präsidentschaftswahl. Zu Gast: Kommunikationsexpertin Tatjana Lackner. Sie verrät, mit welchen kommunikativen Tricks Trump und Clinton bei den Wählern punkten.

Radio NJOY 91.3 ist der Ausbildungssender an der FH Wien der WKW. Hier erlernen Studierende das Radio-Handwerk. Im Format »Start me up« (jeden Montag, 10 Uhr) erzählen GründerInnen ihre Erfolgsstory.

[www.njoyradio.at](http://www.njoyradio.at)

Studierende bei der Abschlusspräsentation von »Zum Beispiel Eichgraben«



## DIE WELT IM DORF

Die Integration von Flüchtlingen ist eine Herausforderung, der sich viele Gemeinden in Österreich nicht gewachsen fühlen. Mit dem Projekt »Zum Beispiel Eichgraben« wollten Studierende der FHWien der WKW belegen, dass ein gelungenes Zusammenleben in einer kleinen Gemeinde kein utopisches Unterfangen ist.

VON NINA KLEINDL

Im Wienerwald, auf halber Strecke zwischen Wien und St. Pölten, liegt das kleine Eichgraben. Dort leben gerade einmal 4500 Personen auf circa neun Quadratkilometern. Obgleich dieser eher unbeträchtlichen Größe schafft der vermeintlich verschlafene Ort das, woran viele Gemeinden in Österreich scheitern: die erfolgreiche Integration von insgesamt

120 Flüchtlingen. Dies haben die Studierenden des Studiengangs Journalismus und Medienmanagement der FHWien der WKW zum Anlass genommen, um das Projekt »Zum Beispiel Eichgraben« ins Leben zu rufen.

### Feldforschung im Wienerwald

»Wir wollten den Ort von innen heraus erkunden«, sagt Projektleiter Florian Hörmann. Er und seine 37 Mitstudierenden haben sich im April 2016 auf den Weg nach Niederösterreich gemacht, um die gelungene Zusammenführung von 120 AsylwerberInnen und der Dorfgemeinschaft zu dokumentieren. »Nach einer Idee unseres Vortragenden, Falter-Chefredakteur Florian Klenk, sind wir nach Eichgraben gefahren, um Geschichten zu erzählen. Und die liegen dort quasi auf der Straße.« Nach vier Wochen Feldforschung kam dann die Präsentation des Materials – es wurde besprochen

und diskutiert, ausgesiebt oder gar gestrichen, manches verfeinert oder weiter gesponnen. Die Ergebnisse hat das Team in 35 Beiträge verpackt und in eine multimediale Webseite implementiert. Man findet dort Interviews und Reportagen, aber auch Videos und interaktive Elemente – die Studierenden haben sich dabei ganz auf ihre persönlichen Stärken konzentriert, erzählt Hörmann: »Wer gut fotografiert, hat fotografiert. Und wer gut schreibt, hat geschrieben. Mit dem Endprodukt wollten wir zeigen, dass die Integration von Flüchtlingen in Österreich sehr wohl funktionieren kann. Dafür muss man gar nicht weit fahren – gelebte Integration passiert sozusagen vor unserer Haustür. Wie zum Beispiel in Eichgraben.«

[www.zbeichgraben.at](http://www.zbeichgraben.at)

### SO ABONNIEREN SIE DAS STUDIO:

Wussten Sie, dass Sie das studio! der FHWien der WKW kostenlos abonnieren können?

Einfach Mail an [studio@fh-wien.ac.at](mailto:studio@fh-wien.ac.at) und Sie erhalten Ihr persönliches Exemplar bequem nach Hause geschickt.

# DIE FRISCHESTEN GASTRO-TRENDS

Auch heuer veranstaltet das Institut für Tourismus-Management wieder den beliebten Gastro-Gründertag. Bei spannenden Vorträgen erfahren Sie mehr über die wichtigsten Zutaten für die erfolgreiche Unternehmensgründung in dieser reizvollen Branche. WirtschaftsexpertInnen geben Einblicke in die frischesten Trends in Sachen Business Planning, Förderungen und Unternehmereigenschaften.

Bei einem anschließenden Buffet laden wir Sie zum Austausch und Networking ein.

Wann: 24. November 2016,  
16:30–19:00 Uhr

Wo: FHWien der WKW

Anmeldung: [www.fh-wien.ac.at/events](http://www.fh-wien.ac.at/events)



Beim Gastro-Gründertag an der FHWien der WKW geben ExpertInnen Einblick in die Branche.

# MULTIMEDIA-JOURNALISMUS IN DER PRAXIS

Welche Beispiele von Good Governance gibt es in Österreich und der Ukraine? Journalismus-Studierende der FHWien der WKW haben im Rahmen der International School of Multimedia Journalism Reportagen zu diesem Thema produziert.

Gemeinsam mit internationalen KollegInnen journalistisch arbeiten und dabei andere Kulturen und unterschiedliche journalistische Zugänge und Mediensysteme kennenlernen – diese Möglichkeit bot die

International School of Multimedia Journalism den Studierenden des Instituts für Journalismus & Medienmanagement bereits zum zweiten Mal. Junge JournalistInnen aus Österreich, der Ukraine, Georgien und Dänemark erarbeiteten in Wien und Lemberg im Tandem-Learning Multimedia-Reportagen, dieses Mal zum Thema Good Governance. Entstanden sind acht interkulturelle Storys, die Projekte, Initiativen und Menschen in den Vordergrund rückten und unterschiedliche Aspekte von Good Governance in der Gesellschaft beleuchteten.

[www.multimediajournalism.eu](http://www.multimediajournalism.eu)

Von der Theorie in die Praxis ging es bei der International School of Multimedia Journalism. Im Bild: Magdalena Schluckhuber vom Department of Journalism und Media Management.



# UPDATES AUS DER HR-BRANCHE

Das Stadt Wien Forschungs- und Lehrteam HR-Progress lädt zum zweiten Business Breakfast an der FHWien der WKW ein. Welche Kompetenzen benötigt der HR-Nachwuchs jetzt und in Zukunft? Wie schätzen PersonalistInnen ihre eigenen Fähigkeiten ein – und was erwarten Stakeholder aus dem Top- und Mittelmanagement von ihnen? Das Stadt Wien Forschungs- und Lehrteam HR-Progress, angesiedelt am Institut für Personal & Organisation der FHWien der WKW, ist diesen Fragen nachgegangen – und hat die Aufgaben und hierfür notwendigen Kompetenzen des Personalmanagements in Österreich sowie ausgewählten Ländern Mittel- und Osteuropas untersucht.

Das Business Breakfast findet am 25. November 2016 um 8.30 Uhr statt. Nach zwei Impulsvorträgen gibt es die Möglichkeit zum informellen Austausch.

# ZUKUNFTSWORKSHOP



Die FHWien der WKW führt vom 14. – 17. November 2016 mit Top-UnternehmerInnen sowie Stakeholdern und MitarbeiterInnen der FHWien der WKW einen Zukunftsworkshop

durch. Bei diesem wird als Methodik ein interdisziplinärer, nutzerorientierter Designansatz angewandt.

Mit dem Zukunftsworkshop, der gemeinsam mit dem Hernstein-Institut veranstaltet wird, soll gewährleistet werden, dass die Ausbildung an der FHWien der WKW weiterhin nahe an den Bedürfnissen der Wirtschaft ist. Während des Workshops gibt es einen Liveticker, Ergebnisse werden auf der Website ([www.fh-wien.ac.at](http://www.fh-wien.ac.at)) sowie auf Social Media-Kanälen laufend veröffentlicht.

Netzwerken und  
gemeinsames Feiern  
in stimmungsvoller  
Atmosphäre bei der  
Nacht der FHWien  
der WKW



## INTERNATIONALE TAGUNG ZU WIRTSCHAFTSETHIK

Die FHWien der WKW organisiert in Kooperation mit der Lauder Business School eine internationale Tagung zum Thema Wirtschaftsethik und Wettbewerbsfähigkeit im Kontext von Klein-, Mittel- und Familienunternehmen.

Das Center for Strategy and Competitiveness (CSC) der FHWien der WKW und die Lauder Business School haben 2016 den Europavorzitz des Microeconomics of Competitiveness Networks (EMoC) inne. Das internationale MoC-Netzwerk wird von der Harvard Business School unter der Leitung von Prof. Michael Porter koordiniert und umfasst über 100 weltweit führende Wirtschaftshochschulen.

Im Rahmen des Vorsitzes organisieren Markus Scholz und Christopher Kronenberg (FHWien der WKW) sowie Elisabeth Kübler (Lauder Business School) eine internationale Konferenz zum Thema »Business Ethics and Competitiveness in SMEs«. Die Veranstaltung findet vom 14. bis 16. November 2016 in Wien statt und bietet einen Rahmen, neueste akademische wie praktische Erkenntnisse aus den Bereichen Unternehmensethik und -strategie im Kontext von Klein-, Mittel- und Familienunternehmen zu präsentieren und zu diskutieren.

### Weitere Informationen finden Sie hier:

[www.ccgbe.at/emoc2016/](http://www.ccgbe.at/emoc2016/)

[www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Pages/default.aspx](http://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Pages/default.aspx)

## ALUMNI&CO PRÄSENTIERT: DIE NACHT DER FHWIEN DER WKW 2016

Was verbindet acht Lehrgänge, 17 Studiengänge, ein MBA-Programm, 8.439 AbsolventInnen, 2.636 Studierende und 995 Lehrende? Alumni&Co, das Netzwerk der FHWien der WKW.

Der Verein wurde 2006 ins Leben gerufen und bietet den Mitgliedern ein Netzwerk aus AbsolventInnen, Studierenden, Lehrenden, Wirtschaftspartnern und MitarbeiterInnen der FHWien der WKW sowie jedem Mitglied die individuelle Chance, das persönliche Potential auszubauen.

Ganz im Zeichen des Networkings stehen auch die Veranstaltungsfestpunkte, wie die monatlichen Alumni-Dienstage, das Sommerfest und die jährliche Nacht der FHWien der WKW.

Zum 10-jährigen Jubiläum blickt der Verein Alumni&Co auf eine erfolgreiche und höchst produktive Dekade mit über 1.000 Alumni-Veranstaltungen zurück und lädt zum gemeinsamen Feiern ein.

### Die Nacht der FHWien der WKW

Wann: 21. Oktober 2016, ab 18.30 Uhr

Wo: Novomatic Forum, Friedrichstraße 7, 1010 Wien

**Highlights des Abends:** Die Wahl zum/zur Alumnus/Alumna des Jahres 2016, coole Musik mit DJ Stuart Freeman (FM 4), Lounge-Area & more, Moderation: Nicola Löwenstein (Servus TV), Tombola mit vielen Preisen

**Anmeldung unter:** [www.fh-wien.ac.at/nacht2016](http://www.fh-wien.ac.at/nacht2016)

Eintrittspreis: 49 Euro, für Alumni&Co-Mitglieder ist der Eintritt kostenfrei

Wir freuen uns auf einen schönen Abend und hoffen, Sie sind mit dabei!

### Kontakt:

[alumni@fh-wien.ac.at](mailto:alumni@fh-wien.ac.at)

[www.fh-wien.ac.at/alumnico](http://www.fh-wien.ac.at/alumnico)



Raiffeisen  
Meine Bank



**Das erste**

**Studentenkonto mit Ziege.**

Gratis-Studentenkonto eröffnen und einer bedürftigen Familie in Afrika eine Ziege schenken. [www.raiffeisenbank.at/studentenkonto](http://www.raiffeisenbank.at/studentenkonto)

**Caritas  
&Du**



# INHALT

## im fokus

### ALLES AUF ANFANG

Österreichische UnternehmerInnen erzählen über die besondere Phase Neuanfang. SEITE 2-7

## alumni&co

### WAS MACHT EIGENTLICH ...?

Alumni der FHWien der WKW wagen berufliche Wege jenseits der Trampelpfade. SEITE 10-12

## jenseits von währing

### UNTERWEGS AUF DER BALKANROUTE

Ein Kollektiv rund um FH-Absolventin Franziska Tschinderle begleitete Flüchtlinge auf ihrem Weg. SEITE 13-15

## dialog

### »ES GIBT KEINE GARANTIE, DASS ALLES GUT GEHT«

Der ehemalige DiTech-Gründer Damian Izdebski über die Lehren und Tücken des Scheiterns. SEITE 16-19

## wienErleben

### »HARTLIEBS BÜCHER« - EINE ABENTUEURGESCHICHTE

Buchhändlerin über Nacht: Petra Hartlieb über ihren spontanen Neustart. SEITE 20-22

## visionen

### »KRISEN SIND EIN GANZ NORMALER ZUSTAND EINES UNTERNEHMENS«

20 Jahre Studiengang Unternehmensführung: Eine Diskussion über die Wirtschaftswelt im Wandel. SEITE 24-26

## blitzlichter

### DER HERBST WIRD BUNT

Die Nacht der FHWien der WKW sowie zahlreiche Business-Events stehen vor der Tür. SEITE 28-30

## 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](mailto:studio@fh-wien.ac.at), Tel.: 01/476 77-5731

**Projektleitung:** Christof Damböck

**Redaktion:** Heike Guggi, Andrea Heigl, Nina Kleindl, Kristina Schubert-Zsilavec, Emily Walton, Lisa Wiedner

**Corporate Publishing:** bettertogether Kommunikationsagentur, [www.bettertogether.at](http://www.bettertogether.at)

**Gestaltung:** Schrägstrich Kommunikationsdesign, [www.schraegstrich.com](http://www.schraegstrich.com)

**Coverfoto:** Screenshot Adobe Indesign

**Druck:** NP DRUCK, St. Pölten

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

