

studio!

DAS MAGAZIN FÜR MANAGEMENT & KOMMUNIKATION DER FHWIEN DER WKW 01 | MÄRZ 2019



FAMILY BUSINESS ...

Familienunternehmen wie jenes von Günter Fronius (Bild oben) prägen Österreichs Wirtschaft ganz enorm. studio! widmet sich den vielen Facetten von Family Business.

Verkocht

Hans Staud, Marmeladen-Produzent aus Ottakring, im studio!-Interview.

Verknallt

Paare erzählen, wie sie einander am Arbeitsplatz kennen und lieben gelernt haben.

im fokus

... ERFOLGREICH IN ZUKUNFT FÜHREN

Familienunternehmen spielen in der österreichischen Wirtschaft eine tragende Rolle – auch, weil Erfolg für sie oft eine ganz spezielle Bedeutung hat. Über Tradition, Werte und unternehmerische Verantwortung.

VON MASCHA K. HORNGACHER

DIE



Innerhalb weniger Jahrzehnte wurde aus der kleinen »Fach-Reparaturwerkstätte für Radio und Elektrotechnik« von Günter Fronius in Rankleiten bei Pettenbach (Oberösterreich) ein global agierender Konzern. Fronius bietet heute unter anderem individuelle Schweißlösungen an. Hier ist eine Mitarbeiterin am Dachstein im Einsatz.



Daniela Ortiz ist stv. Leiterin des Center for Corporate Governance & Business Ethics der FHWien der WKW.

Wie definiert man unternehmerischen Erfolg? Die naheliegendste Antwort ist wohl: über Umsatz und Gewinn. Julia Fandler hat für sich auch noch ein anderes Kriterium definiert: »Es nicht nur die nächsten paar Jahre krachen lassen, sondern ein solides Unternehmen führen, das ist motivierend.« Die Eigentümerin der Ölmühle Fandler GmbH führt in vierter Generation das Erbe der Ölproduktion im steirischen Pöllau fort. Dabei ist der Betrieb stetig gewachsen, nur der Standort ist seit der Gründung 1926 derselbe. Julia Fandler hat den Betrieb seit 2005 deutlich vergrößert, ist den zentralen Werten der Mühle aber treu geblieben: kompromisslose Produktqualität sowie der Mensch im Mittelpunkt.

Familienbetrieb: eine Frage der Definition

Die langfristige Ausrichtung des Betriebs über Generationen hinweg ist ein Markenzeichen von

Familienunternehmen. Dabei prägen Betriebe wie die Ölmühle Fandler Österreichs Unternehmenslandschaft deutlich: 51 Prozent (ohne Ein-Personen-Unternehmen) der Unternehmen sind hierzulande Familienunternehmen. Laut einer Studie der WKÖ vom Mai 2018 beschäftigen sie 1,8 Millionen Menschen – und damit einen Großteil der heimischen ArbeitnehmerInnen.

Die Bandbreite der Familienunternehmen reicht vom kleinen Handwerksbetrieb bis zum weltweit agierenden Großkonzern. Kennzeichnend ist dabei die Leitungs- und Eigentümerstruktur: Oft liegen Eigentümerschaft und Unternehmensführung in der Hand einer einzigen Person. Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal nennt Daniela Ortiz von der FHWien der WKW: die Definition von Erfolg. »Erfolg wird in vielen Familienunternehmen nicht nur an der Gewinnmaximierung gemessen, sondern es

werden auch nicht-finanzielle Indikatoren herangezogen, zum Beispiel die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Verankerung in der eigenen Region.«

Verantwortung für Mensch und Umwelt

Ortiz ist stellvertretende Leiterin des Center for Corporate Governance & Business Ethics der FHWien der WKW. Mit ihrem Team untersucht sie unter anderem Klein- und Mittelbetriebe, die im Bereich verantwortungsvolle Unternehmensführung eine Vorreiterrolle einnehmen. Soziale und umweltrelevante Aspekte prägen deren Geschäftsprozesse wesentlich. Im Rahmen eines von der Stadt Wien geförderten Forschungsprojekts arbeitet Daniela Ortiz auch mit Julia Fandler zusammen. Über die Ölmühle Fandler sagt Ortiz: »Sie ist ein gutes Beispiel dafür, dass die Unternehmensleitung nicht in Quartalen denkt, sondern in Generationen. Die Ölmühle ist Stakeholder-orientiert und arbeitet auch mit Ressourcen aus der Region.«

Familienunternehmen zeichnen sich oft durch ein Verantwortungsbewusstsein für Gesellschaft und Umwelt aus, das stark von der Unternehmensleitung vorgegeben und vorgelebt wird.

»ERFOLG WIRD IN VIELEN FAMILIENUNTERNEHMEN NICHT NUR AN DER GEWINNMAXIMIERUNG GEMESSEN.« DANIELA ORTIZ



»Es nicht nur die nächsten paar Jahre krachen lassen, sondern ein solides Unternehmen führen.« – So definiert Julia Fandler, Chefin der gleichnamigen Ölmühle in der Steiermark, für sich Erfolg.

»Unternehmerische Verantwortung wird zunehmend gesellschaftlich erwartet. Werteorientierte Unternehmen haben somit eine große Chance, sich dadurch am Markt zu positionieren«, sagt Ortiz. Verantwortungsvolles Wirtschaften ist hier Selbstverständlichkeit – und nicht reine Marketingstrategie. Ortiz' Empfehlung lautet daher: »Tue Gutes und rede darüber.«

Typisch für Familienunternehmen sei auch, dass sie nicht jedem Trend hinterherlaufen. Sie verstehen sich oft als Träger einer Tradition. Was jedoch nicht bedeute, dass Familienbetriebe nicht innovationsfreudig sein können, betont Ortiz. Wenn neue Wege eingeschlagen werden sollen, hat ein kleiner Familienbetrieb eindeutig einen Vorteil gegenüber anderen Unternehmensformen: Kürzere Wege ermöglichen eine schnelle Umstellung.

Verwandlung von »Deinem« zu »Meinem«

Für Julia Fandler hat sich bald nach ihrer Betriebsübernahme die Notwendigkeit eines Relaunches der Marke ergeben. Bio-Produkte wurden im Lebensmitteleinzelhandel immer wichtiger. Auch wenn Fandler-Öle bereits in Bio-Qualität erhältlich waren, war das am Etikett nicht ausreichend ►

Buch über unternehmerische Verantwortung

Ein neuer Sammelband der FHWien der WKW beschreibt, wie verantwortungsvolles Wirtschaften im österreichischen Mittelstand verstanden und implementiert wird.

Zahlreiche kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie Familienbetriebe übernehmen im Bereich verantwortungsvolle Unternehmensführung eine Vorreiterrolle: Soziale und umweltrelevante Aspekte sind als zentrale Faktoren in ihren Geschäftsprozessen und im Management integriert.

Mittelständische Unternehmen sind häufig besonders stark in der jeweiligen Region verankert und pflegen enge Beziehungen zu ihren internen und externen Stakeholdern. Die Verbundenheit mit den unterschiedlichen Anspruchsgruppen führt oft zu einer starken Adressierung gesellschaftlich relevanter Themen. Beispiele dafür sind u.a. die langfristige Ausrichtung des Unternehmens, eine hohe regionale Zugehörigkeit, familienfreundliche interne Strukturen und partnerschaftliche Beziehungen zu Zulieferbetrieben und Kundschaft. Gleichwohl wird die Berücksichtigung gesellschaftlicher und ökologischer Aspekte nicht ausschließlich als karitativ oder philanthropisch, sondern vielmehr als instrumentell für die Erreichung der langfristigen Unternehmensziele erachtet. Zu diesen Zielen zählen bspw. die Sicherung oder Steigerung der persönlichen und unternehmerischen Reputation sowie die Aufrechterhaltung einer gesunden Rentabilität.

In diesem Sammelband werden mithilfe von theoretischen Überlegungen und konkreten Praxisbeispielen die Hintergründe und Anwendungen von verantwortungsvoller Unternehmensführung beschrieben: Neben der unternehmerischen Perspektive werden auch die wissenschaftliche und die politische Sicht beleuchtet – im Sinne der Stärkung der notwendigen Rahmenbedingungen. Ziel dieses Buchprojekts ist es darzustellen, wie verantwortungsvolles Wirtschaften ausgehend von den konkreten Gegebenheiten im österreichischen Mittelstand verstanden wird, insbesondere wie entsprechende Maßnahmen vom Führungsverständnis der Unternehmensleitung geprägt sind und erfolgreich in der gesamten Organisation implementiert werden.

Bei den GastautorInnen handelt es sich in erster Linie um EigentümerInnen österreichischer Unternehmen sowie deren Führungskräfte. Des Weiteren berichten international führende WissenschaftlerInnen und VertreterInnen von Regierungsbehörden und Interessensvertretungen von ihren Erfahrungen.

LeserInnen finden in diesem Buch eine Fülle von Informationen, Erfahrungen und Anregungen sowie einen umfassenden Überblick über Prinzipien einer nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung.

Das Buchprojekt entstand im Rahmen des von der Stadt Wien geförderten »Kompetenzteams für nachhaltiges, strategisches und chancenorientiertes Management von KMU« am Competence Center for Corporate Governance & Business Ethics (CGBE) des Research Cluster SMEs & Family Businesses der FHWien der WKW.



Daniela Ortiz, Marie Czuray, Markus Scholz (Hrsg.):
Verantwortungsvolle Unternehmensführung im österreichischen Mittelstand – Vision und Praxis, Springer Gabler



Claudia Rosenberger berät (angehende) UnternehmerInnen in der Nachfolgebörse der WKW.

erkenntlich. Durch den Relaunch-Prozess wurde das geschafft und noch viel mehr: »Es war eine richtiggehende Metamorphose«, erinnert sich Fandler. »Der Betrieb meines Vaters wurde zunehmend zu meinem.«

Der Relaunch war eine sehr bewusste Entscheidung – dass sie ihrem Vater in der Unternehmensleitung nachgefolgt ist, jedoch nicht: »Das war kein Entschluss, ich bin reingewachsen.« Seit ihrem 20. Lebensjahr war sie im Betrieb tätig, lernte die Ölmühle von der Pike auf kennen und war, wie sie sagt, eine normale Mitarbeiterin in sämtlichen Unternehmensbereichen. Erst später hatte sie sich mit der Verwaltung einen eigenen Aufgabenbereich geschaffen. Sehr zur Freude ihres Vaters, der sich vermehrt

lernen.« Gelingen sei ihr das durch den Rückhalt in der Belegschaft sowie deren Anteilnahme am Schicksal der Familie Fandler.

Masterplan für die Zukunft

Ganz anders verlief die Nachfolge bei Elisabeth Engelbrechtsmüller-Strauß. Als Enkelin des Firmengründers leitet sie seit 2012 gemeinsam mit drei Nicht-Familienmitgliedern die Fronius International GmbH. Der oberösterreichische Industriebetrieb ist spezialisiert auf Schweißtechnik, Photovoltaik und Batterieladetechnik und hat weltweit über 4.500 MitarbeiterInnen. Eigentlich wollte sie beruflich ihren eigenen Weg gehen, doch 2001 folgte sie dem Angebot ihrer Mutter, den Finanzbereich von ihr zu übernehmen. »Dass ich heute an der Spitze des Unternehmens stehe, hat sich erst über die Jahre entwickelt«, schildert Engelbrechtsmüller-Strauß.

Ab ihrem Einstieg bei Fronius hat sich die Familie intensiv damit beschäftigt, wie die Übergabe an die nächste Generation gestaltet und geschafft werden kann. Dabei ist es nicht nur um die Geschäftsführung an sich gegangen, denn auch Engelbrechtsmüller-Strauß' Schwester Petra Strauß sowie ihr Cousin Peter Fronius arbeiten im Unternehmen. »Wir denken auch jetzt darüber nach, welche Regeln wir für die Zukunft und somit für die vierte Generation aufstellen

um den Außendienst kümmern konnte. Es blieb schließlich aber nicht viel Zeit für eine Übergabe: Julia Fanders Vater erkrankte und starb früh. Eine belastende, aber auch lehrreiche Phase für die Unternehmerin. »Ich musste aus einer homogenen Gruppe von Mitarbeitern als Führungskraft heraustreten, delegieren und Kritik geben

Der Verkaufsraum der Firma H*S*C in Döbling, die sich auf Verkauf und Service von Kaffeemaschinen spezialisiert hat.



»WIR DENKEN SCHON JETZT ÜBER DIE REGELN FÜR DIE ZUKUNFT NACH.«

ELISABETH ENGELBRECHTSMÜLLER-STAUSS

müssen. Es ist ein fortlaufender Prozess, der aus meiner Sicht nie aufhören wird«, so die Fronius-CEO.

Keine 08/15-Übergabe

Geht es nach Claudia Rosenberger von der Nachfolgebörse der Wirtschaftskammer Wien, ist das der ideale Prozess. Ein Jahr Planung sei zur Vorbereitung der Nachfolge das Minimum, zwei bis drei Jahre wären optimal. In manchen Fällen können aber auch fünf bis zehn Jahre sinnvoll sein, um die Nachfolge gut vorzubereiten. Es komme auf die Größe und Struktur eines Betriebs an, meint Rosenberger. »Eine Betriebsübergabe ist immer ein Einzelfall. Aus diesem Grund ist eine individuelle Beratung empfehlenswert.« Die Nachfolgebörse ist eine kostenfreie Serviceleistung der WKW und richtet sich an alle Unternehmen, die in den nächsten fünf Jahren eine/n NachfolgerIn suchen. Gleichzeitig werden über die Inserate auf der Online-Plattform InteressentInnen an einer Betriebsübernahme angesprochen.

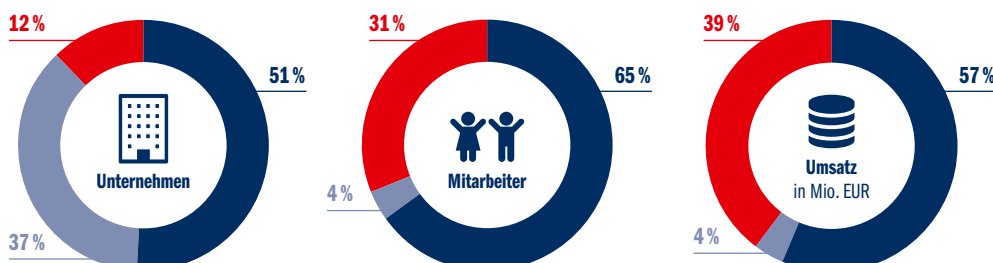
Aktuell sind österreichweit knapp 1.300 Betriebe auf der Plattform registriert – 455 davon allein in Wien. Abhängig von der Attraktivität der

Bedeutung der Familienunternehmen in Österreich

Quelle: KMU Forschung Austria 2107

Laut einer Erhebung der Wirtschaftskammer Österreich handelt es sich bei einem Großteil der österreichischen Unternehmen um Familienunternehmen. Die Bandbreite reicht dabei vom kleinen Handwerksbetrieb bis zum großen Industriekonzern.

■ Familienunternehmen ■ andere Unternehmen
■ Ein-Personen-Unternehmen





Fronius hat den Weg von der kleinen Werkstatt in Oberösterreich zum weltweiten Industriekonzern binnen drei Generationen zurückgelegt.



Branche, der Aktualität oder dem Preis kann die Vermittlung bei manchen Betrieben nur wenige Wochen dauern, bei anderen wiederum Jahre. Familienbetriebe regeln die Nachfolge zwar meist innerfamiliär, suchen aber dennoch die Beratung im Übergabeprozess durch die Wirtschaftskammer.

Anders als geplant

Wie zum Beispiel Barbara Vrba. Vor zwei Jahren übernahm sie das H*S*C – HaushaltsServiceCenter in Wien-Döbling von ihrer Mutter, im Betrieb tätig ist sie schon seit 2005. Gegründet wurde die Firma 2000 von ihrem Vater, der jedoch 2009 unerwartet verstarb. Die Mutter führte bis zu ihrer Pensionierung Ende 2016 den Betrieb weiter. »Die Nachfolge meines Vaters hatte ich mir anders vorgestellt«, schildert Vrba. Ein paralleles Arbeiten, Seite an Seite mit ihm, nicht nur in der Reparaturwerkstatt. Denn über betriebswirtschaftliche Themen hatte ihr Vater nie gesprochen. Dieses Wissen musste erst erarbeitet werden – mit Unterstützung von Vrbas Lebensgefährten, der damals BWL studierte. Heute führt sie mit ihm gemeinsam den Betrieb. »Bei der Übernahme waren viele Wege zu



Elisabeth Engelbrechtsmüller-Strauß, CEO von Fronius, ist die Enkelin von Unternehmensgründer Günter Fronius.

gehen und einiges zu beachten. Doch über die Nachfolgebörse habe ich erfahren, worauf ich aufpassen und in welcher Reihenfolge ich vorgehen muss, um dorthin zu kommen, wohin ich wollte.« Für diesen Input ist die heute 34-jährige sehr dankbar und erinnert sich: »Der Übernahmeprozess hat sich schwieriger angehört, als er schlussendlich war.«

Für Fronius-CEO Elisabeth Engelbrechtsmüller-Strauß ist klar: »Niemand soll sich verpflichtet fühlen, den Familienbetrieb zu übernehmen, sondern es nur machen, wenn er oder sie wirklich will. Es muss Spaß machen. Nur dann findet man auch seinen eigenen Weg.« Gewisse Regeln machen die Zusammenarbeit im Familienunternehmen dann ebenfalls einfacher: eine bewusste Unterscheidung zwischen Firma und Familie etwa sowie Rollenklarheit. »Ich bin

nicht nur Mutter, Tochter, Nichte, Schwester und Cousine, sondern auch Geschäftsführerin. In der Firma gelten andere Regeln als im System Familie. Dessen muss man sich bewusst sein. Außerdem soll berücksichtigt werden, dass Familienmitglieder, die nicht im Unternehmen tätig sind, sich nicht ausgeschlossen fühlen«, erklärt Engelbrechtsmüller-Strauß. Und man habe vereinbart, sich bei klassischen Familientreffen nicht über die Firma zu unterhalten: »Familie bleibt Familie und Firma bleibt Firma.«

Fest steht: Wer die Nachfolge eines Familienbetriebs übernimmt, beweist Mut. Werte erhalten und, wenn sinnvoll und notwendig, neue Wege zu gehen, das zeugt von unternehmerischer Verantwortung – ein guter Weg zur langfristigen Unternehmensentwicklung. ■



Michael Heritsch
CEO der FHWien
der WKW

FAMILY BUSINESS VON MARMELADE BIS BLASMUSIK

51 Prozent der Unternehmen in Österreich sind Familienunternehmen. Das ist eine Zahl, die man durchaus sickern lassen muss: Jedes zweite Unternehmen hierzulande wird maßgeblich durch Personen bestimmt, die verwandtschaftlich miteinander verbunden sind. Die Bandbreite reicht dabei vom kleinen Handwerksbetrieb bis zum Industriekonzern. Grund genug für studio!, einen genaueren Blick auf diese Betriebe zu werfen, zumal es an der FHWien der WKW einen großen Forschungsschwerpunkt zum Thema Familienunternehmen gibt. Entsprechend viele dieser Unternehmen sind mit uns als Fachhochschule verbunden, sei es als »Forschungsobjekt« (s. Cover-story Seiten 2 – 7) oder weil diejenigen Personen aus der Familie, die das Unternehmen prägen, an unserer FH studiert haben (S. 14 – 15).

Selbstverständlich haben wir auch über den Tellerrand geblickt – etwa von Währing nach Ottakring, wo wir eine beeindruckende Begegnung mit Hans Staud hatten. In unserem großen Interview mit dem legendären Delikatessen-Produzenten (S. 16 – 19) erfahren Sie, warum er als junger Mann heimlich Marmelade einkochen musste und wie er der Multikulturalität in seinem Wiener Traditionsunternehmen, das seit rund 150 Jahren in Ottakring beheimatet ist, Rechnung trägt. Es war übrigens eine in mehrerlei Hinsicht nachhaltige Begegnung: studio!-Redakteurin und -Fotograf gingen reich beschenkt mit Marmeladen, Essiggurkerln und Co heim.

Nicht nur in Familienunternehmen werden aus KollegInnen oft Personen, mit denen einen mehr verbindet als nur berufliche Projekte. Viele Firmen fördern gezielt den sozialen Zusammenhalt und setzen dabei auf Angebote, die vom Blasmusik- bis zum Sportverein reichen (S. 22 – 23). Manchmal entsteht Nähe aber ganz ungeplant, dann nämlich, wenn Amor seine Pfeile am Arbeitsplatz abschießt. Die Vor- und Nachteile dieser besonders engen Verbindung von Beruflichem und Privatem kennen jene Paare nur zu gut, die wir auf den Seiten 10 – 13 vorstellen.

Sie merken es schon: Sie halten ein prall gefülltes Heft in Händen. Viel Spaß beim Lesen!

Michael Heritsch

Open House:



Must see



Maybe

Infos & Anmeldung:
www.fh-wien.ac.at

22. März 2019
10-19 Uhr

Währinger Gürtel 97, 1180 Wien

- Bachelor- und Master-Studiengänge
- Infoveranstaltungen
- Campus(er)Leben
- offene Lehrveranstaltungen

**DIE PRAXIS
STUDIEREN.**

Fachhochschule für
Management & Kommunikation

www.fh-wien.ac.at



WENN AMORS PFEILE DURCHS BÜRO FLIEGEN

Immer wieder finden Liebende am Arbeitsplatz zueinander. Umfragen zufolge entsteht dort jede vierte bis fünfte Beziehung. Wenn die Gefühle Achterbahn fahren, ist das freilich nicht nur für die Paare selbst eine Herausforderung, sondern auch für deren ChefInnen und KollegInnen.

VON ANDREA HEIGL UND LISA WIEDNER

Wann werden aus einem Flirt echte, dauerhafte Gefühle? Was unterscheidet ein gelegentliches Gspusi von einer ernsthaften Beziehung? Höchstpersönliche Fragen, die keinen Chef und keine Chefin der Welt etwas angehen, sollte man meinen. Es sei denn, jene zwei Personen, die sich diese Fragen stellen, sind ArbeitskollegInnen. Die Komplexität des Themas Liebe am Arbeitsplatz beginnt schon bei dessen Definition. »Selten kommt ein Paar zur Unternehmensleitung und sagt: ›Wir sind ab jetzt zusammen, bitte das zu berücksichtigen‹«, sagt Manfred Schieber, Head of Management & Entrepreneurship Study Programs der FHWien der WKW. Und eines vorweg: Es gibt keine Patentlösung für Unternehmen, deren MitarbeiterInnen mehr als nur das Büro miteinander teilen. Die Lösungen sind vielmehr so individuell wie die Liebesgeschichten selbst.

So wie jene von Florian Rohrbeck und Clara Weber. Die beiden stammen aus demselben Dorf in

Niederösterreich. Aufgrund der 13 Jahre Altersunterschied zwischen ihnen hatten sie keinen gemeinsamen Freundeskreis, es waren vielmehr Claras Eltern, die Florian kennenlernten, als sie zusammen bei einem Flüchtlingsprojekt mithalfen. Für seine Firma floatwork_, die sich auf das Programmieren von Websites und Apps spezialisiert hat, suchte Florian eine/n MitarbeiterIn für diverse organisatorische und buchhalterische Aufgaben. Clara war zu dieser Zeit auf der Suche nach einem Teilzeitjob neben dem Studium, so wurden die beiden 2016 zu KollegInnen. »Dann haben wir uns ineinander verliebt«, erzählt Florian.

Zuerst auf Nummer sicher gehen

Das hängten die beiden zunächst jedoch nicht an die große Glocke. »Man sollte sich sicher sein, dass das, was im Entstehen ist, zu etwas Ernstem führt, bevor man es am Arbeitsplatz verkündet«, meinen die beiden. Als das Paar seine Beziehung publik machte, reagierten die KollegInnen sehr





Florian Rohrbeck und Clara Weber stammen zwar aus demselben Dorf, gefunkt hat es aber erst, als sie KollegInnen wurden.

unterschiedlich. »Viele offenbarten uns, dass sie es bereits geahnt hatten, andere waren sehr überrascht. Wieder andere dachten gar, wir machen nur einen Scherz.«

Florian und Clara verbringen sehr viel Zeit miteinander, zumal Clara auch im Büro für Prüfungen lernt. »Da sehen wir uns dann wirklich 24 Stunden, rund um die Uhr«, sagt sie. Dabei ist es dem Paar sehr wichtig, berufliche Themen nicht mit nach Hause zu nehmen. Das gelingt, räumen die beiden ein, mal besser, mal schlechter. Umgekehrt läuft man natürlich auch Gefahr, das Private in die Arbeit zu bringen, meint Florian: »Dadurch, dass wir so viel Zeit

miteinander verbringen, sind wir gezwungen, Probleme gleich zu klären und aus der Welt zu schaffen. Wir können uns nicht so leicht aus dem Weg gehen, aber vielleicht liegt genau darin auch ein Vorteil.«

Das familiäre Verhältnis zwischen allen KollegInnen bei floatwork_ bewirkt auch, dass Florian und Clara ihre Gefühlswelt nicht verstecken müssen: »Es hat jeder einmal einen schlechten Tag und das muss bei uns niemand verheimlichen, das ist auch nur menschlich.« Man sollte es aus ihrer Sicht aber als Paar am Arbeitsplatz nicht übertreiben. Besonders viel Nähe und Zuneigung hätten dort nichts verloren, finden sie.

» DADURCH, DASS WIR SO VIEL ZEIT MITEINANDER VERBRINGEN, SIND WIR GEZWUNGEN, PROBLEME GLEICH AUS DER WELT ZU SCHAFFEN. « FLORIAN ROHRBECK

Möglichst getrennte Aufgaben

Gleiche Regeln für alle – dafür plädiert auch Manfred Schieber, der Unternehmensführung nicht nur unterrichtet, sondern auch selbst viel Erfahrung als Chef hat: »Eine Partnerschaft in der Belegschaft mit Versetzung oder Kündigung sanktionieren und selbst für die Lebensgefährtin einen von Aufgaben befreiten Assistenz-Job einrichten – das geht natürlich gar nicht.« Ideal sei, wenn man die Aufgabengebiete möglichst trennen könne, besonders ungünstig (für Unternehmen und Beziehung) seien Abhängigkeitsverhältnisse. Zumal, wenn die Beziehung auseinandergeht: »Gerade in kleinen Unternehmen kann eine private Trennung schnell zu umfassenden Problemen führen. Der Kontakt mit den Kolleginnen und Kollegen ist dort meist enger und kann durchaus zur Spaltung in zwei Lager führen. Aus dem Rosenkrieg wird dann schnell eine Unternehmenskrise.« In größeren Firmen droht etwa Gefahr, dass insbesondere im ersten Ärger nach ►



dem Beziehungsende Informationen blockiert oder gar falsch weitergegeben werden. »Dienstliche Abhängigkeitsverhältnisse sind da definitiv ungünstig«, sagt der Experte.

Manfred Schieber selbst hat eine Zeit lang mit seiner früheren Partnerin zusammengearbeitet; mit der privaten Trennung erfolgte aber auch das berufliche Aus. »Uns war beiden klar, dass es keine gute Idee wäre, weiter zusammenzuarbeiten.« Er hat auch eine unliebsame Überraschung mit einem Paar im eigenen Unternehmen erlebt. »Einer meiner Mitarbeiter hat seine Ehefrau mit an Bord geholt. Da die Aufgabengebiete klar abgesteckt waren, hat es aber einige Jahre lang gut funktioniert. Erst

als beide dann gemeinsam das Unternehmen verlassen haben, stellte sich heraus, dass es Unregelmäßigkeiten bei Abrechnungen gab, die zwischen den beiden abgesprochen waren. Das hat dem Unternehmen schon einen – wenn auch überschaubaren – Schaden zugefügt.«

Im Gleichklang

Manchmal werden aus KollegInnen Liebende, manchmal läuft es aber auch umgekehrt. Wie bei Andrea Dusleag und Bernhard Krabatsch, die sich 2012 auf einem Studentenfest in Graz kennenlernten. Sie studierte Querflöte, er spielte Fagott an der Grazer Oper. Schon zu Beginn wurde die Beziehung auf eine räumliche

Probe gestellt. Bernhard bekam eine fixe Anstellung beim Bruckner Orchester Linz, Andrea nahm zu nächst einen Job in Graz an.

Vier Jahre Fernbeziehung folgten, in denen Andrea unter anderem in Graz, Wien und Stuttgart lebte und arbeitete. »Unsere Branche ist anders als die meisten. Hat man erst mal eine Anstellung in einem Orchester, gibt man die nicht mehr so schnell auf«, so Bernhard. Als im Bruckner Orchester eine Stelle frei war, bewarb sich Andrea – und setzte sich schließlich gegen mehrere hundert MitbewerberInnen durch.

Statt einer Fernbeziehung teilen die beiden nun Wohnung und Arbeitsplatz. Eine Umstellung, die ihnen leicht fiel. »Wir waren unglaublich froh, endlich in derselben Stadt leben und arbeiten zu können. Außerdem können wir uns jetzt die gemeinsamen Urlaube einteilen«, erzählt das Paar im studio!-Gespräch.

Rund um die Uhr zusammen sind die beiden dennoch nicht – und nach ihrer Meinung ist das auch gut so.

» ÜBT MAN KRITIK BEIM MUSIZIEREN, DANN MUSS MAN DIESE DEM PARTNER GEGENÜBER TATSÄCHLICH VORSICHTIGER FORMULIEREN. « BERNHARD KRABATSCH



Andrea Dusleag und Bernhard Krabatsch lebten lange in verschiedenen Städten, bis sich die Möglichkeit ergab, gemeinsam im Bruckner Orchester Linz zu spielen.

»Es gibt durchaus Wochen, in denen die Proben getrennt stattfinden, da haben wir dann schon verschiedene Tagesabläufe. Ansonsten sehen wir uns verhältnismäßig oft. Deshalb ist es uns beiden besonders wichtig, eigenen Hobbys nachzugehen und eigene Freundeskreise zu pflegen«, erklärt Andrea. Bei MusikerInnen sei die Grenze zwischen Beruflichem und Privatem fließend, meint sie: »Seit ich zehn Jahre alt bin, spiele und übe ich Flöte, das prägt mein Leben ohnehin stark. Zudem ist Musik etwas sehr Emotionales.«

Im großen Orchesterbetrieb bleibt ohnehin keine Zeit für persönliche Konflikte; heikler wird es schon bei der Kammermusik im kleineren Rahmen. »Übt man dabei Kritik, dann muss man diese dem Partner gegenüber tatsächlich vorsichtiger formulieren. Das nimmt man unter Partnern schnell persönlich.« Gleichzeitig erhöht das gemeinsame Musizieren durchaus ihre berufliche Zufriedenheit: »Wir genießen es sehr, unsere Leidenschaft teilen zu können, mit

dem Orchester gemeinsam auf Reisen zu gehen und zusammen auf der Bühne zu stehen«, sagen Andrea und Bernhard.

Fingerspitzengefühl ist gefragt

Auch Unternehmensführungs-Experte Manfred Schieber betont den positiven »Drive«, der sich entwickeln kann, wenn sich KollegInnen nicht nur durch die Arbeit verbunden fühlen. So oder so seien Unternehmen damit viel öfter konfrontiert als früher – »das ist ganz logisch, weil die Fluktuation ja sowohl in beruflichen als auch in privaten Beziehungen zugenommen hat«. Sein Rat für ChefInnen von (frisch) verliebten MitarbeiterInnen: »Man sollte das als Führungskraft mit einer Kombination aus Fingerspitzengefühl und transparenten Regeln angehen. Wie im Übrigen auch ganz viele andere Situationen im Berufsleben.« ■

LIEBE UND LUST IM BÜRO

Wo fangen Beziehungen an?

- 42 %** außerhalb der Arbeitszeit
- 20 %** im Büro
- 11 %** auf einer Firmenfeier



3 von 10 Männern haben ein Problem damit, Berufliches von Privatem zu trennen, wenn sie eine Beziehung mit einer Arbeitskollegin führen.

Die größten Herausforderungen

- Die Beziehung geheim zu halten **39 %**
- Berufliches & Privates voneinander zu trennen **35 %**
- Reaktionen & Tratsch der KollegInnen **32 %**

58 % Hatten schon einmal eine sexuelle Fantasie über einen Kollegen/eine Kollegin

Was wird aus Beziehungen am Arbeitsplatz?


5 von 10 Paaren
haben sich getrennt


1 von 10 Paaren
hat geheiratet

Quelle: Viking, n = 500

WAS MACHT EIGENTLICH ...?

Viele Studierende – insbesondere aus dem Bereich Tourismus und Gastronomie – zieht es nach ihrer Ausbildung an der FHWien der WKW zurück in den Familienbetrieb. studio! hat mit zwei von ihnen über Chancen und Tücken der Betriebsübernahme gesprochen.

VON SVENJA MOREL



Weinerzeugung als
Family Business:
Christoph Artner
(links) leitet das
gleichnamige Wein-
gut in Carnuntum.



FAMILIÄRE LEIDENSCHAFT FÜR DEN WEIN

» Zusammen mit seinen drei Geschwistern widmet sich Christoph Artner mit Leidenschaft dem von seinem Vater gegründeten Betrieb. Am Anfang war dieser eine Mischung aus Weingut und Landwirtschaft. Sein ältester Bruder Hannes übernahm damals den noch relativ kleinen Betrieb. Für Christoph Artner gab es zu dieser Zeit im Unternehmen noch keine passende Aufgabe. Für den Absolventen des Bachelor-Studiengangs Tourismus-Management der FHWien der WKW war aber, wie er heute sagt, eines immer klar: »Irgendwann möchte ich meine Ideen im Familienbetrieb einbringen.«

Nach einem Job in der Pharmabranche fand Christoph Artner schließlich im Familienunternehmen seinen Platz. Seit 2004 leitet



Bereits in zehnter Generation wird das »Hotel Gasthof Hirschen« im Bregenzerwald von der Familie Fetz geführt. Peter Fetz hat vor seiner Rückkehr nach Vorarlberg die Welt bereist.

er mit seinem Bruder Hannes und seinem Neffen Peter das Weingut in Carnuntum. Für alle drei war klar, dass sie das Familienunternehmen vergrößern möchten. Mittlerweile besteht es aus dem Weingut mit angeschlossenem Heurigen, zwei Restaurants sowie einem Café in Parndorf. Christoph Artners Schwester und sein zweiter Bruder führen die Gastronomiebetriebe.

Auf seiner Weltreise, die ihn unter anderem nach Australien, Neuseeland und Kalifornien führte, lernte Christoph Artner die internationale Weinszene kennen. Das gesammelte Wissen kann er nun gemeinsam mit seinen Geschwistern optimal einsetzen.

Die Schwierigkeit in einem Familienbetrieb sei, »das Familiäre

und den Betrieb zu trennen«, sagt der Unternehmer. Der Familienbetrieb funktioniert für ihn gut, »wenn jeder weiß, was er zu tun hat, damit man sich gegenseitig nicht auf die Nerven geht«. Von Vorteil für ihn und seinen Bruder sei, dass sie verschiedene Persönlichkeiten seien und sich somit optimal ergänzten. Am Ende zähle jedoch das Ziel des Familienbetriebes, »gemeinsam ein Konzept zu verfolgen« – und dafür schlummern in Christoph Artner schon einige neue Ideen.

HOTELIER IM HEIMATDORF

» 2017 übernahm Peter Fetz die Geschäftsführung des »Hotel Gasthof Hirschen« von seinem Vater. Der in Schwarzenberg im Bregenzerwald gelegene Betrieb wird damit in zehnter Generation von der Familie Fetz geführt. Sein Weg an die Unternehmensspitze führte Peter Fetz erst einmal nach Wien, wo er das Bachelor-Studium »Tourismus-Management« an der FHWien der WKW absolvierte. Geld verdiente er damals mit Aushilfsjobs in der Gastronomie. Neben seinem Master-Studium »Leadership im Tourismus«, ebenfalls an der FHWien der WKW, arbeitete der Vorarlberger bereits in der Gastronomie und Hotellerie. Die damals entfachte Leidenschaft für seine Arbeit er sich bis heute bewahrt.

Von Wien aus ging es für eine kulinarische Reise um die Welt – von Spanien über Ecuador bis nach Kopenhagen. Nach dieser siebenmonatigen Reise war Peter Fetz schließlich 2017 bereit für die Übernahme des Postens seines Vaters. Als 27-Jähriger wurde er Chef des seit 1755 bestehenden Traditionsbetriebs.

Wie man als Geschäftsleiter handelt und sich »am besten um das Geld kümmert«, hat Peter Fetz in seinen Nebenjobs und im Master-Studium gelernt. »Vor allem erinnere ich mich immer wieder an das systemische Denken, das ich aus dem Studium mitgenommen habe. Denn ein Hotel funktioniert schlussendlich in Systemen«, erklärt der Alumnus. Die gesammelten Fähigkeiten setzt er nun mit Freude im Hotel Gasthof Hirschen in Schwarzenberg ein und umsorgt mit seinem jungen Team Menschen aus aller Welt.

Die größte Herausforderung in einem Familienbetrieb ist für Peter Fetz, »offen miteinander zu sprechen«. Schon vor der Übernahme hat er mit seinem Vater seine Prioritäten abgeklärt. Bis heute halten sich beide an die Abmachungen. Was ihm als Hotelier wichtig ist? »Menschen zu inspirieren und den Blick in die Welt gerichtet zu haben.«

»ICH HABE NIE MARMELADEBROTE GEGESSEN«

Seine Marmeladen sind Wiener Tradition, sein Unternehmen ist seit rund 150 Jahren in Ottakring beheimatet: Der Delikatessen-Produzent Hans Staud erzählt im studio!-Interview, wie ihn die Schulzeit kulinarisch geprägt hat, was er sich von der Stadtpolitik wünscht und warum er Mozart hasst.

VON KRISTINA SCHUBERT-ZSILAVECZ

Sie haben das Unternehmen Staud 1971 von Ihrem Vater übernommen. Damals war es ein Großhandel für Obst und Gemüse. Wie kamen Sie darauf, Delikatessen zu erzeugen?

Staud: Die Idee dazu ist mir während meines Studiums an der Hochschule für Welthandel gekommen. Unsere Lehrer hatten uns ermuntert, Produkte nicht nur zu handeln, sondern auch zu veredeln. Und das habe ich wörtlich genommen.

»ICH MUSSTE MIR DIE HÖRNER ABSTOSSEN.
DAS IST, DENKE ICH, GANZ GESUND FÜR
EINEN JUNGEN MENSCHEN.«

Wie hat Ihre Familie diese Idee aufgenommen?

Staud: Mein Vater war sehr skeptisch. Er wollte, dass ich nach Deutschland gehe und dort Geld verdiene. Ich habe deshalb heimlich zwischen den Obstkisten im Lager Marillenkompott gekocht und Gurken eingelegt. Meine Mutter hat mich gedeckt. Die ganze Sache ist allerdings aufgefliegen, als wir Rechnungen für die verkauften Produkte schreiben mussten und mein Vater das Rechnungsbuch überprüft hat.

Hat Ihr Vater noch erlebt, wie erfolgreich Sie das Unternehmen weitergeführt haben?

Staud: Ja, kurz vor seinem Tod war er stolz auf mich. Davor nicht. Das war die gekränkte Eitelkeit, wie das halt oft so ist zwischen Vätern und Söhnen.

Wollten Sie nie irgendetwas anderes machen?

Staud: Wäre es nach dem Wunsch meines Musiklehrers gegangen, dann wäre

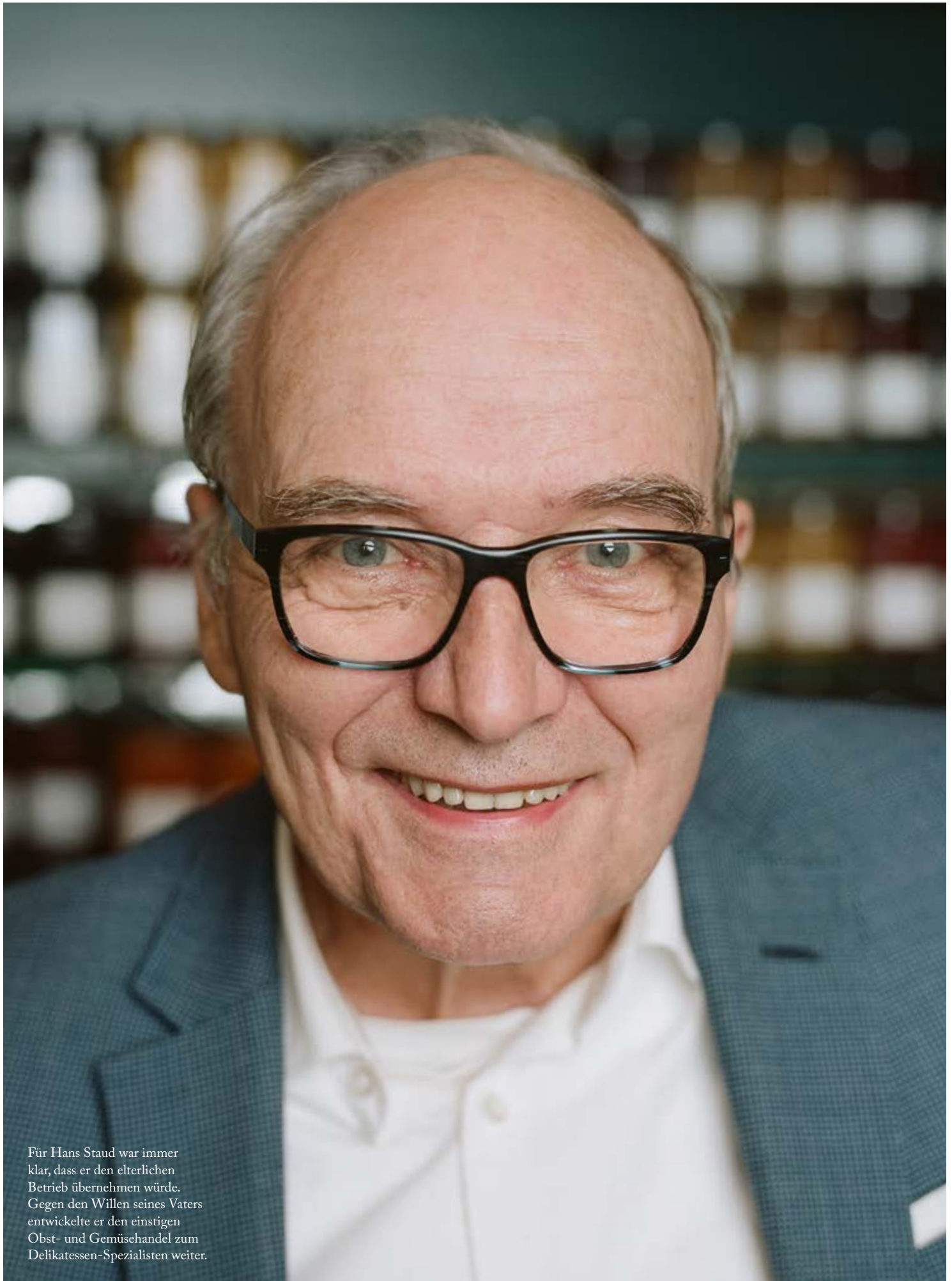
ich Cellist geworden. Aber ich habe Mozart, Händel und Bach gehasst, das ist keine Musik für einen 17-Jährigen. Ich wollte die Beatles und die Rolling Stones hören, die damals gerade groß geworden sind. In meiner Freizeit musiziere ich aber bis heute gerne, immer wieder auch samstags auf der Orgel hier im Pavillon.

Wie geht es mit dem Unternehmen weiter, an wen übergeben Sie?

Staud: Da ich keine eigenen Kinder habe, sind zwei meiner langjährigen Mitarbeiter mittlerweile Teil der Geschäftsführung und wollen das Unternehmen in meinem Sinne weiterführen. Das ist ein schönes Gefühl.

Was sind aus Ihrer Sicht die Besonderheiten – in positiver und negativer Hinsicht – eines Familienbetriebs?

Staud: Wesentlich war, dass ich alleine durch dick und dünn gehen und mir die Hörner abstoßen musste. Das ist, denke ich, ganz gesund für einen jungen Menschen. ►



Für Hans Staud war immer klar, dass er den elterlichen Betrieb übernehmen würde. Gegen den Willen seines Vaters entwickelte er den einstigen Obst- und Gemüsehandel zum Delikatessen-Spezialisten weiter.

Was braucht es, um dabei erfolgreich zu sein?

Staud: Am wichtigsten sind das konsequente Denken, die Disziplin und das Durchhaltevermögen. Es ist außerdem entscheidend, nicht gleich beim ersten Gegenwind aufzugeben. Denn natürlich gab es auch Schwierigkeiten, am meisten mit der Bürokratie, die mit den Jahren gekommen ist. Früher hat jeder quasi einfach drauflos gearbeitet. Das wäre heute nicht mehr möglich.

Inwiefern trägt das Label Familienbetrieb zu Ihrem Image bei?

Staud: Ich weiß nicht, ob es vordergründig wichtig ist. Natürlich, vom Aspekt des Gewohnten, des bereits Bekannten ist es wichtig, aber nicht ausschließlich. Ich finde, man sollte mehr in die Zukunft schauen und nicht in die Vergangenheit.

Wie viel »Familie« ist die Belegschaft von Staud? Was tun Sie als Arbeitgeber für Ihre Mitarbeiter?

Staud: Zur Zeit des Jugoslawien-Krieges hat es viele Streitereien innerhalb unserer internationalen Belegschaft gegeben. Ich habe dann gesagt, hier ist kein Krieg, hier ist Frieden. Wir sind in Wien. Und dann habe ich sie auf Serbisch geschimpft – so würde ich das heute nicht mehr sagen – und das hat etwas bewirkt. Ich habe Serbisch gelernt, damit ich mich mit den Mitarbeitern verständigen konnte bzw. ich sie verstehen konnte.

Wenn Sie heute noch mal 20 Jahre alt wären: Würden Sie wieder ein Unternehmen gründen und, wenn ja, welches?

Staud: Jein, heute gibt es schon alles. Damals konnte man machen, was man



wollte, es gab keine Konkurrenz, alles hatte Neuheitscharakter. Ich wusste nicht, was ich heute erfinden sollte. Das einzige, was ich hatte, waren mein guter Geschmackssinn und mein Sinn für Ästhetik. Das hatte ich von meinen Eltern. Dafür habe ich auch ständig eine auf den Deckel bekommen, weil ich so heikel war. Alle Dinge, die man in der Volksschule im Halbinternat essen musste, waren ekelhaft für mich.

Ihre Familie ist seit fast 150 Jahren in Ottakring zu Hause. Was schätzen Sie an Ihrem Heimatgrätzl?

Staud: Meine Eltern haben mich hier hineingesetzt und ich wollte nie weg, auch wenn wir immer wieder Platzprobleme haben. Die engen Straßen sind mühsam für LKW und Sattelschlepper. Aber wir haben keine Schwierigkeiten mit den Anrainern, im Gegenteil: Die reklamieren nur, dass es zu wenig riecht. Früher haben wir offen gekocht, jetzt, im Vakuum, da riecht man nichts mehr.

Sie setzen sich schon sehr lange aktiv für den Brunnenmarkt und seine Standler ein. Das ganze Viertel hat sich in den letzten Jahren sehr positiv entwickelt. Was würden Sie sich denn für den Markt noch wünschen?

Staud: Die Leute haben gesagt, du bist deppert, warum investierst du da und nicht am Naschmarkt? Aber ich gehöre hierher, das ist meine Heimat. Wenn alle wegziehen von hier, wäre es ein Ghetto. Und nach und nach haben wir den Yppenplatz zu dem gemacht,

» DAS EINZIGE, WAS ICH HATTE, WAREN MEIN GUTER GESCHMACKSSINN UND MEIN SINN FÜR ÄSTHETIK. «

was er heute ist. Es dauert halt alles seine Zeit, wie das so ist bei der Stadtentwicklung. Nicht mal mit viel Geld geht das schnell. Ich wünsche mir, dass der Markt so bleibt, wie er ist.



Der Staud-Pavillon, das Verkaufslokal des Unternehmens, ist seit vielen Jahrzehnten am Yppenplatz in Ottakring beheimatet – auch schon zu Zeiten, als dieses Viertel noch nicht hip und trendig war.

Sie haben immer wieder darüber nachgedacht, mit der Produktion aus Wien abzuwandern. Wie ist der aktuelle Stand der Dinge?

Staud: Die Politik ist gefordert, wir brauchen ein Angebot für einen neuen Standort. Wenn man Manufacturing in der Stadt halten will – und ich finde es wichtig, dass es einen ausgewogenen Mix an Unternehmen gibt und keine tote Stadt –, braucht es politisches Entgegenkommen.

Wie viel Ihrer Produkte verkaufen Sie im Inland und wie viel im Ausland?

Staud: Drei Viertel im Inland, den Rest im Ausland. Aber der Auslandsanteil ist steigend, das Inland ist gesättigt.

Wie biologisch sind Ihre Produkte?

Staud: Der Bioanteil steigt aufgrund der massenhaften Nachfrage stark. Für mich muss das Produkt zuerst gut schmecken und gut aussehen. Wenn es dann noch bio ist, umso besser. Ich kaufe alles, was ich bekommen kann,

in Österreich, den Rest primär im EU-Ausland.

Was ist Ihr Lieblingsprodukt aus Ihrem Sortiment?

Staud: Zwetschenröster und Marillenkonfitüre.

Das heißt, Sie essen jeden Tag zum Frühstück ein Marmeladebrot mit Ihrer eigenen Marmelade?

Staud: Nein, pfui, das habe ich nie gegessen (lacht). Marmelade schon, aber nur in Mehlspeisen wie in Palatschinken. Der Grund dafür ist die grausliche Marmelade in der Schule. Da wurde mir ins Mitteilungsheft geschrieben: Sohn isst Jause nicht. Mein Vater kam dann in die Schule, hat das Marmeladebrot gekostet und ausgespuckt und gesagt: Recht hat er. ■

FAMILIENDYNASTIE AUS OTTAKRING

1883 in der österreichisch-ungarischen Monarchie als Obst- und Gemüsegroßhandel gegründet, befindet sich der Familienbetrieb Johann Staud seit jeher am selben Standort: inmitten des traditionsreichen Wiener Brunnenmarkts.

Mit der Übernahme des väterlichen Betriebs durch Hans Staud (1948 in Wien geboren) im Jahr 1971 wurden der Sitz und die Produktion des inhabergeführten Unternehmens in die Hubergasse in Wien-Ottakring verlegt, um sich dort auf die Veredelung von Obst und Gemüse zu spezialisieren. Was mit Marillenkompott und Gurken begann, etablierte sich zu einer Erfolgsgeschichte mit mittlerweile über 200 Sorten an süßen und sauren Delikatessen.

Das Geschäft am Brunnenmarkt, das von »Mama« (Johanna) Staud knapp sechs Jahrzehnte lang mit Liebe geführt wurde, ist heute als »STAUD'S Pavillon« bei GenießerInnen aus dem In- und Ausland bekannt.

Staud beschäftigt (mit saisonalen Schwankungen) bis zu 70 MitarbeiterInnen an den beiden Wiener Produktionsstandorten. Für die vorbildliche Integration seiner MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund wurde Hans Staud wiederholt ausgezeichnet.

www.stauds.com

Der Star der UNO-Vollversammlung im vergangenen Herbst: Neve Te Aroha Ardern Gayford, Tochter der neuseeländischen Premierministerin Jacinda Ardern.



DIE POLIT-PROMINENZ VON

Während in Österreich die Familien von PolitikerInnen eher von der Öffentlichkeit ferngehalten werden, gehören sie in anderen Ländern ganz selbstverständlich zur politischen Inszenierung. Die zentrale Botschaft dabei lautet: Selbst der US-Präsident oder die neuseeländische Premierministerin sind ganz normale Eltern mit ganz normalen Problemen.

VON ANDREA HEIGL

Zwei müde, aber glückliche Eltern im Krankenhauszimmer, ein Baby mit weißem Strickhäubchen, das nach dem kleinen Finger seiner Mutter greift. Foto und Setting ähneln ungezählten Fotos von Neo-Eltern in den sozialen Medien. Ungewöhnlich ist die Familie, die gerade dieses Bild auf ihrem Instagram-Account gepostet hat, aber allemal. Immerhin ist die Mutter, Jacinda Ardern, Premierministerin von Neuseeland. Als sie im Juni 2018 ihre Tochter zur Welt bringt, ist sie erst die zweite Regierungschefin der Welt, die während ihrer Amtszeit Mutter wird; die erste war Benazir Bhutto, die als Premierministerin von Pakistan 1990 ebenfalls eine Tochter gebar. Lange, bevor die ganze Welt via Social Media daran teilhaben konnte.

Eine Regierungschefin als (werdende) Mutter ist also ein Novum, der »Einsatz« der Familie für die politische Agenda ist es schon weniger. Insbesondere in den USA gehört sie ganz selbstverständlich zur politischen Inszenierung. So sehr, dass ein

kinderloser Präsident – wie etwa der fiktive Staatschef Frank Underwood in »House of Cards« – in der Realität nahezu undenkbar ist.

Familie als »Weichzeichner«

Warum ist das so? Die Historikerin Christine Weiss, die zeitweise für die Ex-First-Lady und Präsidentschaftskandidatin Hillary Clinton gearbeitet hat, beschreibt in ihrem Buch »Der US-Präsident als Inszenierung: Ehe, Familie und Privates in der politischen Kommunikation« eine Reihe von verschiedenen Funktionen für die Familie des politischen Frontmannes. So fungiert sie etwa als »Weichzeichner« für den harten, toughen Staatsmann, aber auch als Ressource, nach dem Motto: Wer nach einem langen Tag voller schwerwiegender politischer Entscheidungen zu einer funktionierenden Familie heimkehrt, der ist insgesamt ausgeglichener und nicht versucht, beim nächsten besten Konflikt eine Atombombe zu zünden.

Gleichzeitig soll das familiäre Umfeld Authentizität vermitteln:

Aufwachsen im Licht der Öffentlichkeit: Malia und Sasha Obama waren zehn und sieben Jahre alt, als ihr Vater als US-Präsident vereidigt wurde.



NEBENAN

»Die Familie bietet den Wählern einen vermeintlich unverstellten, intimen Blick auf den »wahren Kandidaten«, schreibt Weiss; man erhoffe sich so »privilegierte Insider-Informationen über seine Persönlichkeit, seine Lebensgeschichte und seine Grundwerte«. Die Autorin untermauert das mit einem Zitat der ehemaligen First Lady Laura Bush: »I've seen things that nobody else has seen, because I'm the one with him upstairs.«

Liebe und Zuneigung innerhalb der Familie kann man nicht inszenieren – zumindest sollen das die WählerInnen glauben. Gleichzeitig ist natürlich jeder öffentliche Schritt einer »First Family« ganz und gar inszeniert, zumal in Zeiten, in denen jeder Schulkollege oder jede Schulkollegin, jeder Freund oder jede Freundin eines politischen Promi-Kindes jederzeit ein Handy-Foto durchs Internet jagen kann.

Wenn die Inszenierung schiefgeht

Dass diese Inszenierung auch nach hinten losgehen kann, davon erzählt

die frühere First Lady Michelle Obama in ihrer Autobiografie »Becoming«. Ihre Kinder Malia und Sasha waren gerade einmal zehn und sieben Jahre alt, als Barack Obama 2009 als US-Präsident vereidigt wurde. Unweigerlich durchlebten sie ihre Schulzeit und Pubertät im Licht der Öffentlichkeit. So wohnten sie auch Jahr für Jahr dem vielleicht eigenartigsten aller amerikanischen Polit-Rituale bei: der Begnadigung des Truthahns zu Thanksgiving. Fünf Jahre lang schafften sie es, über die Scherze ihres Vaters zu lachen, aber im sechsten Jahr, so beschreibt es ihre Mutter, »waren sie zu alt, um so zu tun, als ob es lustig wäre«. Innerhalb weniger Stunden gingen ihre versteinerten Gesichter um die Welt. »Malia and Sasha Obama are so done with their Dad's Turkey Pardon«, schrieb etwa USA Today – eine gute Zusammenfassung, wie Michelle Obama in ihrem Buch einräumt. Ab diesem Zeitpunkt war jegliche Teilnahme an Events im Weißen Haus ganz und gar den Kindern selbst überlassen.

Neve Te Aroha Ardern Gayford – so heißt die Tochter der neuseeländischen Premierministerin – kann sich noch nicht aussuchen, wann sie

» I'VE SEEN THINGS THAT NOBODY ELSE HAS SEEN, BECAUSE I'M THE ONE WITH HIM UPSTAIRS. « FIRST LADY LAURA BUSH

wo öffentlich auftauchen will. So hatte sie etwa im September 2018, als dreimonatiges Baby, einen großen Auftritt bei der UN-Vollversammlung. Ihr Vater twitterte nicht nur ein Foto von Neves Delegierten-Ausweis, er berichtete auch aus erster Hand aus dem reichlich unglamourösen Alltag des First Babys: »Ich wünschte, ich hätte den Gesichtsausdruck der japanischen Delegierten festgehalten, die in den Meetingraum gekommen sind, während ich die Windeln gewechselt habe.« ■

VON DER WERKBANK IN DEN PROBERAUM

KollegInnen, FreundInnen, Corporate Family: Mit gemeinsamen Aktivitäten soll das Zusammengehörigkeitsgefühl in Unternehmen gestärkt werden. studio! hat sich zwei völlig unterschiedliche Beispiele dafür angeschaut.

VON MAGDALENA DÖRLER



Mehr als 50 Freizeitgruppen gibt es bei den so genannten Willhabingern, den MitarbeiterInnen des österreichischen Online-Anzeigenportals willhaben. »Von Beachvolleyball über Bouldern bis zur Fußballgruppe ist viel Sportliches dabei. Es gibt aber auch Brettspiel-, Film-, Tischfußball-, Kulinarik- und Poker-Abende, Gin-Gruppen, klassisches After Work – bunt gemischt«, erzählt Mercedes

In der Werkskapelle der voestalpine Kindberg wird schon seit fast 100 Jahren gemeinsam musiziert.



Krutz, Head of HR und Marketing. Die genaue Zahl an Gruppen kann sie nicht nennen, da viel in Eigenregie organisiert wird. Ähnlich ist es beim Linzer Stahlkonzern voestalpine: Hier haben Werkskapellen Tradition, wie viele es genau gibt, weiß man nicht. Fix ist aber, dass manche schon lange Bestand haben, so wie beispielsweise die Werkskapelle voestalpine Tubulars aus dem steirischen Kindberg, die es seit 1923 gibt.

Wunsch nach sozialer Bindung

Die betriebliche Organisation von Freizeitgruppen hat zumeist zwei Gründe: Die ArbeitnehmerInnen sollen enger an das Unternehmen gebunden und der Zusammenhalt zwischen ArbeitskollegInnen soll gestärkt werden. Ausgangspunkt der Überlegungen ist dabei die Maslow'sche Bedürfnispyramide: Die Freizeitgruppen sind bei dem Bedürfnis nach sozialer Bindung angesiedelt. Der Wunsch nach Freundschaft, Gesellschaft und Gruppenzugehörigkeit soll auch am Arbeitsplatz befriedigt werden.

Durch das Stärken des Zusammenhalts zwischen KollegInnen wird die Identifikation mit dem Unternehmen erhöht und MitarbeiterInnen übernehmen bereitwilliger zusätzliche Arbeiten. Untersuchungen zeigen, dass in Unternehmen, in denen die KollegInnen regelmäßig miteinander Sport treiben, das Betriebsklima verbessert wird und die Krankenstandstage sinken. Auch Fälle von Mobbing treten weniger oft auf.

Bei willhaben sieht man nur Vorteile in den Freizeitgruppen: »Die gemeinsamen Aktivitäten wirken sich auf sehr vielen Ebenen aus – miteinander Erfolge zu teilen, Spaß zu haben, sich noch besser kennen zu lernen, Feedback zu geben – all das hat eine positive Wirkung auf das Arbeitsklima«, so Krutz.

Spontane Sportgruppen

Viele willhaben-Gruppen entstanden im Rahmen von Teambuilding-Events oder spontan in der Küche beim gemeinsamen Kochen. Ganz anders ist hingegen die Geschichte der



Zwei völlig unterschiedliche Freizeitgruppen, eine Idee: Bei der voestalpine Kindberg stärkt die Blasmusik das Gemeinschaftsgefühl, bei willhaben ist es der Teamsport.



»Miteinander Erfolge teilen und Spaß haben« – das hat laut Mercedes Krutz, Head of HR und Marketing bei willhaben.at, einen positiven Einfluss auf das Arbeitsklima.

Werkskapelle voestalpine Tubulars: Entstanden aus der Arbeiterbewegung, wurde der Verein 1934 aufgrund seines sozialistischen Hintergrundes vom Dollfuß-Regime aufgelöst. Um die Werkskapelle vor dem Untergang zu bewahren, übernahm 1936 das Werk Kindberg die Patronanz über den Musikverein – und hat sie heute noch. Mitspielen darf aber jede und jeder. Nur: »Besonders in den Anfangsjahrzehnten rekrutierten sich die Mitglieder zum größten Teil aus dem Werk, weil es der größte Arbeitgeber in der Region war«, erzählt Gerald Schöberl, Chronist der voestalpine Kindberg.

Auch die MitarbeiterInnen, die sich nicht in einer der Freizeitgruppen engagieren, haben etwas davon: So spielen die voestalpine Tubulars bei vielen Unternehmensfeiern wie am Tag der offenen Tür, bei Barbarafeiern, Jubiläen und Festivitäten. Bei den »Willhabingern« können auch die Unsportlicheren bei Fußballturnieren und Laufevents dabei sein: Sie sind die Anfeuerungsteams. Insgesamt

machen bei willhaben 60 Prozent aller MitarbeiterInnen bei einer Freizeitgruppe mit.

Unternehmen fördern Freizeitaktivitäten

Die Freizeitgruppen werden von den Betrieben meist finanziell oder organisatorisch unterstützt: »Uns hilft das Unternehmen zum Beispiel in räumlicher Hinsicht – unser Musikerheim steht auf dem Werksgelände der voestalpine – und auch regelmäßig finanziell bei Neuanschaffungen oder bei der Organisation von Probenwochenenden für unsere JungmusikerInnen sowie Konzertreisen«, erzählt Schöberl. willhaben unterstützt betriebliche Freizeitgruppen auf

vielfältige Weise – auch, wenn es ausnahmsweise einmal um die Arbeitszeit geht: »Manche Wettbewerbe oder Veranstaltungen finden während der Bürozeiten statt«, so Mercedes Krutz.

Erfolgsfaktor Miteinander

Das Miteinander wird in beiden Unternehmen großgeschrieben. Ob es nun das gemeinsame Frühlingskonzert oder Fußballturniere sind: »Sich im Team fair und aktiv einbringen zu können, egal ob im Meeting oder am Spielfeld, ist ein nicht zu unterschätzender Erfolgsfaktor«, bringt es Krutz auf den Punkt. ■

**FREIZEITGRUPPEN VON UNTERNEHMEN ERFÜLLEN
DAS BEDÜRFNIS NACH SOZIALER BINDUNG.**

ANDERE LÄNDER, ANDERE (ARBEITS-)SITTEN

Wie man mit KollegInnen und Vorgesetzten umgeht, wann man Kritik übt und wie viel Persönliches man preisgibt, hängt nicht nur von der Firma ab, sondern auch vom Kulturkreis. studio! hat sich dazu umgehört.

VON KRISTINA SCHUBERT-ZSILAVECZ

Gleich vorweg: Kaum ein Thema ist aus der Ferne so schwer zu fassen wie kulturelle Eigenschaften eines Landes oder einer Region. Die Grenzen zu Verallgemeinerung, Stereotypen und subjektivem Empfinden sind oft sehr schnell überschritten,

nichtsdestotrotz würde kaum jemand behaupten, dass die Arbeitswelt in allen Teilen der Erde gleich funktioniert – manchmal reicht der Blick ins Nachbarland, um zu sehen, wie unterschiedlich das Verständnis von korrektem Verhalten am Arbeitsplatz sein kann.

Nur die Königsfamilie wird gesiezt

Die richtige Anrede im Job ist wesentlich. Ob der Chef allerdings mit Vorname oder Dokortitel angesprochen wird, hängt stark davon ab, in welchem Land man sich befindet: Skandinavien etwa ist traditionell von sehr flachen Strukturen geprägt, entsprechend wird kein sprachlicher Unterschied zwischen PraktikantIn und CEO gemacht – alle sind per Du. Mit »Sie« spricht man im hohen Norden gerade mal die Königsfamilie an.

Ähnliches gilt auch für die iberische Halbinsel: In Spanien sieht man Jobtitel und Hierarchien wesentlich entspannter als hierzulande, wo der Magistertitel sogar noch im Wartezimmer von Hausarzt und Hausärztin erwähnt wird. Sogar Uni-ProfessorInnen werden in Spanien mit Vornamen angedredet. Undenkbar für den deutschsprachigen Raum, in dem die höfliche Sie-Anrede Standard ist, auch oft unter KollegInnen auf derselben Ebene. Das Du ist nur dann erlaubt, wenn dies zuvor besprochen wurde. In dieser Hinsicht ist Österreich übrigens nicht weit entfernt von Indien: Auch auf dem Subkontinent sprechen sich KollegInnen nur in seltenen Fällen mit dem Vornamen an, akademische Titel hingegen werden immer verwendet.

Die internationale Arbeitswelt im Überblick

Ob Kaffeepause, Hierarchie-Unterschiede oder Family first – die Weltkarte zeigt ein paar Beispiele dafür, wie sich einzelne Regionen und Länder in punkto Arbeitskultur unterscheiden.



Hierarchieverständnis in aller Welt

Wie sehr das Verständnis von Hierarchien allerdings von der eigenen Sozialisierung abhängt, das zeigt der Blick auf drei völlig unterschiedlichen Weltgegenden: Aus China oder Kamerun kommend etwa ist Österreich ein Musterbeispiel an flachen Hierarchien. Sowohl im Land der Mitte als auch in Zentralafrika ist eine strenge Rangordnung innerhalb eines Teams von großer Bedeutung: Was der Chef sagt, das gilt – die Meinung

DIPLOMATIE UND HARMONIE LAUTEN DIE SCHLÜSSELWÖRTER IN CHINA.

der MitarbeiterInnen zählt eher wenig, ihre Rolle ist es, Befehle von oben auszuführen. Auch Kritik an den Vorgesetzten wird dort weniger gern gesehen – im Gegensatz zu Spanien, wo es zum guten Ton gehört, Aufträge regelmäßig zu hinterfragen und sich vielleicht sogar zu weigern, Dinge zu tun, die man für wenig sinnvoll erachtet.

KollegInnen, FreundInnen und Familie

Wie hierarchisch das Arbeitsumfeld gestaltet ist, sagt allerdings nicht immer etwas darüber aus, wie eng und freundschaftlich das Verhältnis unter KollegInnen oder zu den Vorgesetzten ist: In China ist es nicht üblich, sich mit ArbeitskollegInnen anzufreunden. Auch Gefühle zu zeigen und die eigene Meinung zu sehr in den Vordergrund zu stellen, wird nicht gerne gesehen. Diplomatie und Harmonie lauten die zwei Schlüsselwörter für das ►



»Österreich ist bei Weitem das formellste Land«

Rico Ijssel de Schepper, Lektor an der FH Wien der WKW, hat 35 Jahre für Hilton Hotels gearbeitet. studio! hat mit ihm über kulturelle Vielfalt bei der internationalen Hotelkette gesprochen.

Wie würden Sie die Stimmung unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Hilton Hotels beschreiben?

de Schepper: Hilton hat klein anfangen, mittlerweile gibt es über 5.000 Hotels weltweit. Trotzdem hat man nach wie vor das Gefühl, für eine Familie zu arbeiten. In vielen Fällen war Hilton das erste internationale Hotel überhaupt im Land, etwa in Istanbul 1955, Kairo 1958, Abuja 1987. In der türkischen Hotellerie hat fast jeder, der jetzt eine Führungsposition hat, schon einmal bei Hilton gearbeitet.

Das Zusammengehörigkeitsgefühl ist also sehr stark?

de Schepper: Ja, wobei sich natürlich am Ende alles um den Gewinn dreht. Ich habe auch verschiedene Krisen miterlebt, etwa den Golfkrieg 1991 in Tel Aviv. Natürlich ist es hart, wenn man in solchen Fällen dann Menschen entlassen und mit einem kleinen Team weitermachen muss.

Wie geht man bei Hilton mit den unterschiedlichen Kulturen um?

de Schepper: Vor 25 Jahren hat man bei Hilton eingeführt, dass wir uns alle duzen, was in England, woher die Gruppe damals kam, leicht war. Es hat nicht in allen Ländern funktioniert, weil sich die Mitarbeiter unwohl dabei gefühlt haben, den Generaldirektor mit Vornamen anzusprechen. Das heißt, man kann schon Dinge weltweit entscheiden, muss sie aber an die lokalen Umstände anpassen, gemäß dem Motto: Think global, act local.

Können Sie uns ein Beispiel geben?

de Schepper: Österreich ist ein Land, in dem alles sehr formell ist. Hier ist

man noch immer Herr Generaldirektor oder Frau Magistra. Sogar meine Frau wurde mit Frau Generaldirektor angesprochen. Das ist in anderen Ländern viel weniger streng. Von allen Ländern, in denen ich gearbeitet habe, ist Österreich bei Weitem das formellste. Hier gibt es Leute, die kennen einander seit 30 Jahren und reden sich immer noch mit Titel an. In Holland hingegen wird fast immer geduzt.

Wie haben Sie sich persönlich auf die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Kulturen vorbereitet?

de Schepper: Ich habe in zehn Ländern gearbeitet, als Europäer ist man immer Gast dort und hat die lokalen Gebräuche zu respektieren. So wäre ich nie in Kairo während des Ramadans ins Hotel-Restaurant essen gegangen. Denn wie sieht das aus, wenn die Mitarbeiter den ganzen Tag fasten und der Generaldirektor ein riesiges Mittagessen einnimmt?

Wie sieht es mit der Trennung zwischen Beruflichem und Privatem in den unterschiedlichen Ländern aus?

de Schepper: Für mich war diese Trennung schwierig, weil ich quasi 24 Stunden am Tag gearbeitet und im Hotel gewohnt habe. Wenn ich am Sonntag frei gehabt habe, bin ich nicht in Jeans und unrasiert hinausgegangen, weil ich hätte ja auf Gäste treffen können. Auch das After-Work-Trinken ist vorbei, sobald man Generaldirektor ist. Da gilt es dann eine bestimmte Distanz einzuhalten, sonst wissen die Leute nicht, wie sie mit dir umgehen sollen – je höher oben, desto mehr Distanz braucht es.



Arbeitswelten unterscheiden sich von Kultur zu Kultur: Seinem Ärger laut Luft zu machen, wird nicht überall gerne gesehen. Gemeinsames Trinken und Essen mit KollegInnen ist dagegen fast überall üblich.

richtige Verhalten am Arbeitsplatz in China, persönliche Befindlichkeiten haben da wenig Platz. Im Gegensatz dazu spielt die Familie in Indien eine große Rolle im Berufsalltag: Fragen nach Familienstand und Kindern sind legitim und gerne gesehen, sogar eine berufliche Auszeit von mehreren Monaten, um sein Kind etwa bei der Matura zu unterstützen, ist nicht unüblich.

Auch im arabischen Raum gilt im Geschäftsleben: family and friends first! Das Arbeitsleben ist persönlich und daher gilt es, Beziehungen aufzubauen und diese zu pflegen. Die Frage, wie es der Familie geht, gehört zu einem höflichen Gesprächseinstieg, auch unter KollegInnen. Ähnliches ist in Kamerun wiederum kaum denkbar, dort hat das Privatleben am Arbeitsplatz wenig verloren und Vorgesetzte wissen in der Regel wenig Persönliches über ihre MitarbeiterInnen.

Gesichtsverlust als No-Go

Ein elementarer Punkt in der Arbeitswelt, in dem sich viele Kulturen unterscheiden, ist der richtige Ton bei Kritik und Beschwerden. Die typisch deutsche Art, Dinge direkt

und unverblümt anzusprechen, kommt in vielen Teilen der Welt nicht so gut an. In China und Japan beispielsweise empfindet man offene Kritik an einer Person als Gesichtsverlust – den gilt es zu vermeiden. Auch SüdamerikanerInnen fühlen sich in der Regel vor den

UM DEN RICHTIGEN TON BEI KRITIK ZU TREFFEN, BRAUCHT ES FINGERSPITZENGEFÜHL.

Kopf gestoßen, wenn sie explizit auf Fehler hingewiesen werden, oder auch, wenn im Gespräch zu schnell und ungeduldig vorgeprescht wird. Hier wird Kritik zwischen den Zeilen kommuniziert oder als Anekdote verkleidet erzählt – und man lässt sich Zeit, wenn es um wichtige Besprechungen oder Verhandlungen geht.

Trinken für das Zusammengehörigkeitsgefühl

Den sozialen Kitt unter ArbeitskollegInnen bildet in vielen (Firmen-) Kulturen das gemeinsame Trinken. Während es in Österreich und Mitteleuropa üblich ist, hin und wieder

mit dem Team nach Feierabend auf ein Bier zu gehen, ist das in Japan in vielen Firmen fast täglich der Fall: Die Tradition des O-Tsukiai oder Nomunication (Wortspiel zwischen »Communication« und »Nomu«, japanisch für Trinken), wonach es viele Jahrzehnte lang üblich war, jeden Tag nach der Arbeit mit seinen KollegInnen essen und vor allem trinken zu gehen, wird zwar mittlerweile nicht mehr überall und in dem Ausmaß praktiziert wie früher, lebt aber in vielen Unternehmen weiter. Sie bietet die Gelegenheit, offen zu sprechen und sich auf einer persönlichen Ebene zu treffen – etwas, das im streng geregelten japanischen Arbeitsalltag keine Chance hat. Dass gemeinsames Trinken nicht immer Alkohol sein muss, zeigt ein Blick nach Schweden: Dort ist der »Fika«, also die Kaffeepause, am Nachmittag mit KollegInnen in vielen Firmen geradezu heilig – bei Kaffee und Zimtschnecke wird täglich am guten Teamspirit gearbeitet. ■

studio! bedankt sich herzlich für inhaltlichen Input bei: Sara Gasparoni, Pablo García-López, Jennifer Huang, Jules Tabue und Nadine Zeiss.

LUST AUFS EIGENE LOKAL?

Beim 5. Gastro-Gründertag der FHWien der WKW gab es nicht nur spannende Einblicke von ExpertInnen und Best-Practice-Beispiele von GründerInnen, sondern auch die Möglichkeit, Trends in der Gastronomie hautnah zu erleben – von Insekten über Glücksdrinks bis hin zu Slow-Food-Suppen.

Rund 120 TeilnehmerInnen und viele angeregte Gespräche haben den 5. Gastro-Gründertag der FHWien der WKW am 24. Jänner 2019 zu einem vollen Erfolg gemacht. Die Veranstaltung versteht sich als Plattform zum Wissensaustausch und zur Diskussion von Themen rund um Gründungen in der Gastronomie.

Dass die Gastronomie oft zu Unrecht als die Branche mit den meisten Insolvenzen wahrgenommen wird, führte Hans-Georg Kantner vom KSV 1870 aus. Gemessen an den aktiven Betrieben zeige sich, dass es in der Gastronomie weniger Insolvenzen gibt als in vielen anderen Branchen und auch weniger Insolvenzen als im Schnitt aller Branchen.

Manfred Ronge von der Ronge und Partner GmbH präsentierte mehrere Gastronomiekonzepte von der Vision über die Umsetzung bis hin zum laufenden Betrieb. Auch das beste Konzept könne scheitern, wenn etwa nach anfänglichem Erfolg auf zu starkes Wachstum gesetzt werde. Familiäre Veränderungen könnten schnell zu Situationen führen, die GründerInnen vor existenzielle Herausforderungen stellen.

Marketing mit Null Euro

Dass auch mit Null Euro Marketingbudget ein Lokal bis auf den letzten Platz ausgelastet sein kann, schilderte Bora Höllermeier, Inhaberin des Restaurants »HAN am Stadtpark«, eindrucksvoll. Soziale Medien wie Instagram und Empfehlungsmarketing sind ihr zufolge zentrale Erfolgsfaktoren. Auch die These, dass Gastronomieunternehmen kaum von traditionellen Geldgebern wie Banken

finanziert werden, wurde in Frage gestellt. Rita Huber, Inhaberin von »Rita bringt's«, zeigte, dass es mit einem stimmigen Konzept einfach sein kann, die nötigen Mittel für eine Gründung zu akquirieren.

Luigi Barbaro jr. (»Trattoria Martinnelli«, »Pizzeria Regina Margherita«) berichtete schließlich, wie spannend es sein kann, einen gut gehenden Familienbetrieb zu übernehmen und welche Herausforderungen damit verbunden sind.

Ein Trendmarkt von Studierenden präsentierte hochinteressante Innovationen und rundete das Programm ab. Von Insekten über Glücksdrinks bis hin zu Slow-Food-Suppen gab es viel zu entdecken und zu verkosten. ■



120 TeilnehmerInnen nutzten die Möglichkeit, sich beim Gastro-Gründertag Inspiration und ExpertInnen-Wissen zu holen.





FH ON AIR: RADIO NJOY

Radio NJOY 91.3, der einzige Ausbildungssender mit einer terrestrischen Frequenz in Wien, berichtet im März über das neue Programm der Tagespresse namens »Schwarz/Blau unzensuriert« in der Sendung #Vienna. Außerdem wird jeden Dienstag von 10 bis 11 Uhr im »Wissenschaftsradio« Wissenschaft einfach erklärt.

Alle Infos zur Sendung, Livestream sowie der Podcast unter www.njoyradio.at

FHWIEN DER WKW LÄDT EIN: OPEN HOUSE UND CAREER DAY

Traditionellerweise öffnet die FHWien der WKW (Währinger Gürtel 97, 1180 Wien) an zwei Tagen im Frühjahr ihre Türen für alle Interessierten und insbesondere für künftige Studierende. Beim Open House am 22. März (10 bis 19 Uhr) gibt es Infos zu allen Studiengängen sowie zum Campusleben. Beim »Career Day« mit Master Lounge geht es am 5. April von 12 bis 19 Uhr um Karrierechancen, hochkarätige Unternehmen und Beratung zu Masterstudiengängen.

Infos und Anmeldung: www.fh-wien.ac.at



SO ABONNIEREN SIE STUDIO!

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

Einfach ein Mail an studio@fh-wien.ac.at senden und Sie erhalten Ihr persönliches Exemplar bequem nach Hause geschickt.



Die TeilnehmerInnen des Workshops: Marie Czury, Manfred Schieber, Anna Fedl, Karin Huber-Heim, Daniela Ortiz, Nina Jablonski, Katharina Kronsteiner, Thomas Mach, Michael Zipperer, Josef Spindler (v. l. n. r.).

AUSTAUSCH ZUM THEMA: GLOBAL GOALS ALS CHANCE FÜR KMU?

Wie können kleine und mittlere Unternehmen (KMU) Nachhaltigkeitsstrategien in die unternehmerische Praxis integrieren? Die Präsentation der Forschungsergebnisse des CR4SME-Projekts lieferte Impulse und bot Raum für Erfahrungs- und Wissensaustausch.

Am 23. Jänner 2019 wurde das von der Stadt Wien geförderte Projekt »Kompetenzteam für nachhaltiges, strategisches und chancenorientiertes Management von KMU« – kurz CR4SME – erfolgreich abgeschlossen. Nachmittags fand der Workshop zum Thema »Zukunftsthemen im Nachhaltigkeitsmanagement: Die Global Goals« für die Partnerunternehmen statt. Dabei wurde neben einer kurzen Reflexion des bisher Erreichten der Blick vor allem auf die künftigen Entwicklungsmöglichkeiten der Unternehmen gelegt.

World Café zum Projektabschluss

Anschließend an den Workshop fand die Veranstaltung zum Projektabschluss statt: Teamleiterin Daniela Ortiz präsentierte die Ergebnisse in den Bereichen Praxis, Lehre und Forschung des dreijährigen Projekts. Im Anschluss diskutierten die TeilnehmerInnen gemeinsam mit ExpertInnen aus den Bereichen verantwortungsvolle Unternehmensführung und nachhaltige Innovationen in drei moderierten World Cafés die Fragen: »Wie können wir die Global

Goals als Chance für KMU nutzen?«, »Inwiefern können KMU Innovationen mit gesellschaftlicher und ökologischer Relevanz vorantreiben?« und »Wie können Unternehmen damit beginnen? Wer bzw. was kann dabei unterstützen?«

Nachhaltigkeitsmanagement verankern

Aufgrund der Ergebnisse und Rückmeldungen zu diesem Projekt sowie der zunehmenden gesellschaftlichen Bedeutung des Themas war dieser Abschluss gleichzeitig auch ein Startschuss, um strategisches Nachhaltigkeitsmanagement und die Global Goals noch breiter und tiefer im Bewusstsein von Unternehmen, Politik, Lehre, Forschung und Öffentlichkeit zu verankern.

Weitere Infos zum CR4SME-Projekt: www.ccgbe.at



PUBLIC VALUE LECTURE: »MEDIA & DEMOCRACY«

Der demokratiepolitische Auftrag von öffentlich-rechtlichen Medien – auch im Hinblick auf die Digitalisierung – stand im Mittelpunkt einer Veranstaltung an der FHWien der WKW.

Im Rahmen der neuen Veranstaltungsreihe im Studienbereich Journalismus und Medienmanagement stellte Günter Ogris (SORA Institut) die Ergebnisse der Studie »Demokratiemonitor« vor.

Wie sollen öffentlich-rechtliche Medien ihren demokratiepolitischen Auftrag wahrnehmen? Wie können sie sich unter den Bedingungen der digitalen Medienwelt entwickeln? Diese und andere Fragen diskutierten im Anschluss an die Präsentation der Studie Konrad Mitschka, ORF Public Value, und Gisela Reiter, Teaching & Research Associate an der FHWien der WKW, auf Basis der Studienergebnisse gemeinsam mit Studierenden und Interessierten. Die Veranstaltung fand in Kooperation mit dem Public Value Kompetenzzentrum des ORF statt.

Am »Demokratiemonitor« haben sich insgesamt sechs WissenschaftlerInnen aus Österreich, Großbritannien und Deutschland beteiligt. Im Rahmen



Diskutierten über Public Value: Günter Ogris (SORA Institut), Gisela Reiter (FHWien der WKW) und Konrad Mitschka (ORF Public Value).

der ORF-Initiative »Public Value Lectures: Media & Democracy« wurden Beiträge von November 2018 bis Jänner 2019 in unterschiedlichen österreichischen Universitäten und Fachhochschulen vorgestellt und diskutiert. Auf Grund des regen Interesses sind weitere Veranstaltungen geplant.

VORTRAGSREIHE AN DER FHWIEN DER WKW

Das Center for Corporate Governance & Business Ethics (CGBE) lädt zu den folgenden drei Veranstaltungen:

CGBE Lecture: Philipp Schreck

Philipp Schreck (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg) spricht über »Cooperation and Collective Self-Commitment for the Greater Good«.

21. März 2019; 20:00–21:45 Uhr im Audimax der FHWien der WKW

CGBE Lecture: Christopher Wickert

Christopher Wickert (VU University Amsterdam) spricht über »Reflections on the Infamous Business Case for CSR: An Ethical and a Managerial problem«.

28. März 2018; 20:00–21:45 Uhr im Audimax der FHWien der WKW

CGBE meets POLITICS: Harald Mahrer

Vortrag zum Thema »Grenzen der Politik und die Verantwortung von Unternehmen im 21. Jahrhundert« von Wirtschaftskammer-Präsident Harald Mahrer mit anschließender Diskussionsrunde und Fragen aus dem Publikum.

5. Juni 2019; 17:00–18:30 Uhr im Audimax der FHWien der WKW

Weitere Informationen: www.ccgbe.at

5. INTERNATIONAL SCHOOL OF MULTIMEDIA JOURNALISM

Bereits zum fünften Mal fand im Februar die International School of Multimedia Journalism (ISMJ) in Kooperation mit der Ukrainisch Katholischen Universität Lemberg statt. 20 Studierende aus Dänemark, Georgien, der Ukraine und Österreich arbeiteten eine Woche lang an Multimediareportagen zum Thema »Social Responsibility«.

Die Studierenden setzten sich mit Fragen zu Müllvermeidung, Freiwilligen- und Jugendarbeit sowie den Herausforderungen für ein integratives Arbeitsumfeld auseinander. Bei der Recherche lernten die TeilnehmerInnen nicht nur interessante Geschichten, sondern auch kulturelle Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der journalistischen Arbeit kennen.

Die ISMJ wird vom Studienbereich Journalismus & Medienmanagement in Kooperation mit der Ukrainisch Katholischen Universität Lemberg durchgeführt. Seit 2016 nehmen auch die Danish School of Media and Journalism und das Georgian Institute of Public Affairs teil.

Das Projekt wird mit finanzieller Unterstützung des BMBWF, der OeAD-Kooperationsstelle Lemberg, der OeAD-GmbH Wien, der Stadt Wien und der Kultursektion des BMEIA sowie des Rotary Clubs Wien-Prinz Eugen durchgeführt.

Weitere Infos:
<http://multimedijournalism.eu>



» BLICK FÜR DAS
WESENTLICHE «



» WIR LEBEN IN
SEMESTERN «



BERUF UND PRIVATES TRENNEN?

PRO. Wer kennt sie nicht, die Bilder von hektischen Menschen? Ob in der U-Bahn, im Supermarkt oder im Auto, nahezu überall wird lautstark über Berufliches verhandelt, gejamert, geflucht und manchmal auch gescherzt.

Unweigerlich drängt sich mir in solchen Momenten die Sinnfrage auf. Ob es wirklich sein muss, immer und überall erreichbar zu sein. Familie und FreundInnen kommen womöglich zu kurz und müssen sich hinten anstellen. Der Beruf geht schließlich vor. Nein, das ist nicht meine Vorstellung von einer idealen »Work-Life-Balance«.

Gleichzeitig ist gerade eine Tätigkeit an einer Hochschule – wie viele andere auch – von Freiraum und kreativem Schaffen gekennzeichnet. Smart Working, Homeoffice und Tablet machen es möglich, jederzeit und flexibel auch außerhalb des Büros zu arbeiten. Und das ist auch gut so! Wenn der Beruf Spaß und Freude bereitet, ist es auch kein Problem, im privaten Umfeld über berufliche Fragestellungen zu reflektieren.

Allerdings sollte deshalb die von Arbeit freie Zeit nicht zu kurz kommen. Allzu schnell besteht sonst die Gefahr, den Blick für das Wesentliche und das eigene Wohlbefinden zu verlieren. Skurril wird es spätestens dann, wenn die »skypefähige« Taucherbrille im Sommerurlaub ausgepackt wird. Zum Glück gibt es sie (noch) nicht.

Klaus-Peter Fritz

Academic Coordinator
Research Skills & Methods Gastronomy Research

CONTRA. Wir denken in Semestern, wir leben in Semestern. Die Kinder in Schul-, mein Mann und ich in Hochschulsemestern. In heißen Phasen entspricht dies einem familiären Drahtseilakt, etwa im September oder im Juni. Dazwischen liegen Prüfungs- und Schularbeitsphasen. Vor dem Hintergrund meiner didaktischen Ausbildungen checke ich die Prüfungsangaben meiner Kinder. Ambitioniert, das didaktische Design der Geographie-Leistungsüberprüfung – hätte ich mich getraut, ein solches im ersten Semester des Bachelor-Studiums durchzuführen? Sehr zu schätzen weiß ich die ruhigeren Zeiten im Jahr, vor allem den Sommer, in dem ich mehr Zeit und Ruhe für meine Familie habe und meine didaktischen Konzepte überarbeiten kann.

Inhaltlich stehe ich für die Themen HR, Organisation und Leadership. Ich habe Gastvortragende, LektorInnen oder ExpertInnen aus meinem weitesten Netzwerk, etwa aus sportlichen oder kulturellen Aktivitäten oder dem Kindergartenumfeld meiner Kinder, gewinnen können. Ich erhalte über diesen Austausch vielfältige Perspektiven und Praxiseinblicke, die meine Tätigkeit natürlich beeinflussen und diese bunter, vielfältiger gestalten. Dem ist auch nicht zu entkommen: Kürzlich hat mich die Musiklehrerin meiner Tochter angesprochen. Ich hatte – unwissentlich – ihre Tochter geprüft. Es soll anspruchsvoll aber fair gewesen sein. Selbst Feedback erfolgt manchmal privat.

Christine Güttel

Academic Coordinator
Human Resources Management

Career Day mit Master Lounge



**05. April 2019
12-19 Uhr**

FHWien der WKW, Währinger Gürtel 97

- Karriere-Chancen und Jobs
- Hochkarätige Unternehmen
- Beratung zu Masterstudiengängen
- Top-Keynotes

Programmdetails und Anmeldung:
careerday.fh-wien.ac.at

**DIE PRAXIS
STUDIEREN.**

Fachhochschule für
Management & Kommunikation

www.fh-wien.ac.at

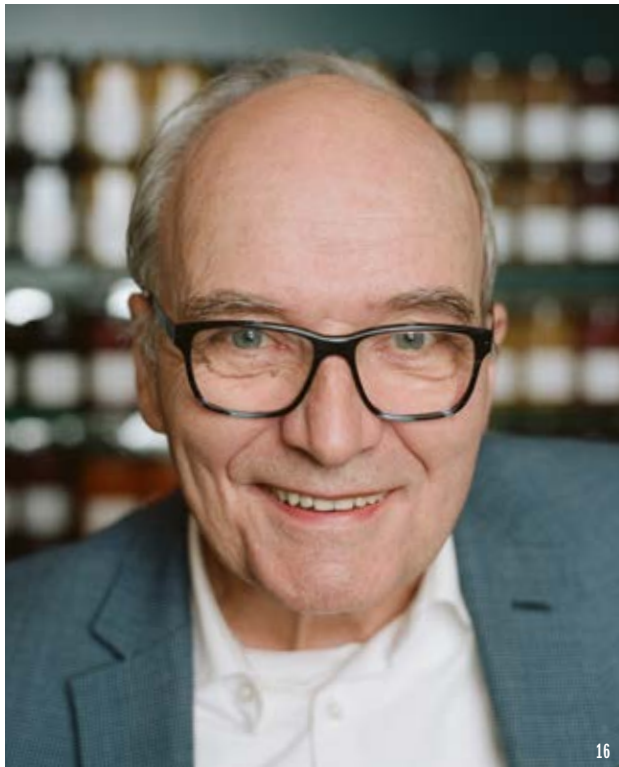


Unsere Premium-Partner:



HEROLD

Paysafe:



INHALT

im fokus

WARUM FAMILIENUNTERNEHMEN ANDERS SIND

Für Familienunternehmen hat Erfolg oft eine spezielle Bedeutung. Über Tradition, Werte und unternehmerische Verantwortung. SEITE 2 – 7

wienERleben

WENN AMORS PFEILE DURCHS BÜRO FLIEGEN

Jede vierte bis fünfte Beziehung entsteht am Arbeitsplatz. Wie gehen die Verliebten damit um, wie ihre ChefInnen? studio! hat zwei Paare an ihrem gemeinsamen Arbeitsplatz getroffen. SEITE 10 – 13

alumni

WAS MACHT EIGENTLICH ...?

Viele Alumni der FHWien der WKW, insbesondere aus dem Tourismusbereich, übernehmen nach dem Studium den Betrieb ihrer Familie. SEITE 14 – 15

dialog

»ICH HABE NIE MARMELADEBROTE GEGESSEN«

Seine Marmeladen sind Wiener Tradition, sein Unternehmen ist seit rund 150 Jahren in Ottakring beheimatet: Delikatessen-Produzent Hans Staud im studio!-Interview. SEITE 16 – 19

visionen

DIE POLIT-PROMINENZ VON NEBENAN

Ein »First Baby« bei der UNO-Vollversammlung, Präsidentenkinder, die über Papas Scherze lachen müssen: In vielen Ländern gehört die Familie ganz selbstverständlich zur politischen Inszenierung. SEITE 20 – 21

jenseits von währing

ANDERE LÄNDER, ANDERE (ARBEITS-)SITTEN

Wie man mit KollegInnen und Vorgesetzten umgeht, wann man Kritik übt und wie viel Persönliches man preisgibt, hängt nicht nur von der Firma ab, sondern auch vom Kulturkreis. SEITE 24 – 26

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: Martin Paul

Redaktion: Magdalena Dörler, Andrea Heigl, Mascha K. Horngacher, Svenja Morel, Kristina Schubert-Zsilavec, Lisa Wiedner

Corporate Publishing: bettertogether

Kommunikationsagentur, www.bettertogether.at

Gestaltung: Schrägstrich Kommunikationsdesign, www.schraegstrich.com

Coverfoto: Getty Images

Druck: NP DRUCK, St. Pölten

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

