

STUDIO!

#01
MÄRZ 2021

Das Magazin für Management & Kommunikation der FH Wien der WKW

Auf ein Café an die Côte d'Azur

Evelyn Priesch wollte
nur eine Auszeit
nehmen, eröffnete
dann aber ein Lokal.

Interview: Irene Fuhrmann

Warum die Trainerin
des Frauen-Fußball-
nationalteams keine
Eisverkäuferin ist.

Televisionen vom Wohnen

Ein Wiener
Immobilien-Start-up
trifft während Corona
den Nerv der Zeit.



Management by Fernbeziehung

Wie Führen aus
der Distanz
funktionieren kann.

Alles im grünen
Bereich? Aus der
Ferne lässt sich
das nicht so genau
erkennen.



Management by Fernbeziehung

Das Team taucht ins Homeoffice ab, und Führungskräfte geraten ins Schwimmen. Was beim Führen aus der Distanz zu beachten ist, damit es trotzdem funktioniert.

Text: Eva Woska-Nimmervoll

Ich war immer der Meinung: Führen muss man persönlich«, sagt Christina Schweiger. Sie leitet den Studienbereich Human Resources & Organization an der FHWien der WKW und führt ein fünfköpfiges Team. Ein wöchentliches Meeting im Büro für alle war für sie Standard. Dann kam Corona.

So wie Christina Schweiger geht es vielen Führungskräften. Meist waren Online-Meetings die zweite Wahl – und wurden nur dann eingesetzt, wenn es gar nicht anders ging. Doch warum eigentlich? Heinz Peter

Wallner, Führungskräftetrainer beim Hernstein Institut, sieht Führungskräfte immer mit Widersprüchen konfrontiert: Sie sollen Struktur geben, aber Freiräume schaffen und bewegen sich zwischen Vertrauen und Kontrolle. Im persönlichen Kontakt scheinen Führungskräfte traditionell besser mit diesen Spannungen zurechtzukommen. »Beim remote Führen schlagen all diese Widersprüche intensiver im Führungsalltag auf«, so Heinz Peter Wallner (siehe Interview auf S. 7).

Struktur vs. Loslassen

»Traditionell wird über Ziele und Steuerung, über Kontrolle und starre Strukturen geführt«, sagt Christina Schweiger. Heute sei jedoch Ambidextrie, also Beidhändigkeit, gefragt. Sprich: Klare Regeln und Strukturen bieten, andererseits Menschen tun lassen. Will man ein Team, das möglichst eigenständig arbeitet, gilt es, ▶



Dr. Christina Schweiger ist Leiterin des Studienbereichs Human Resources & Organization an der FHWien der WKW.

»Die Führungskraft wird zum Coach und führt über die gemeinsame Vision.«

Christina Schweiger



© Danny Nitsch

Dr. Walter Mayrhofer ist seit Oktober 2020 Forschungsleiter und Head of Research Center Digital Economy an der FHWien der WKW.

die Selbstorganisation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu stärken. »Dafür braucht man die Fähigkeit zu empowern«, wie Christina Schweiger meint, »die Führungskraft wird zum Coach und führt über die gemeinsame Vision.« Spätestens heute, wo die Mitglieder des Teams in alle Himmelsrichtungen verstreut sind, ist es höchste Zeit, loszulassen – gleichzeitig aber Bedingungen zu schaffen, unter denen Produktivität gedeiht. Ein guter Weg könnte ein agiler Führungsstil sein. Dieser baut auf direkte Kommunikation, weniger Kontrollen und schnelle Entscheidungen – so wird ein Unternehmen flexibel und wendig. Christina Schweiger schlägt »Daily Stand-ups« via Zoom vor, also kurze tägliche Teambesprechungen, damit alle auf dem aktuellen Stand sind. Und natürlich sollte eine Führungskraft mit gutem Beispiel vorangehen: »Ich muss Selbstorganisation vorleben«, erklärt Christina Schweiger. Dazu gehört auch, im Homeoffice

Ruhezeiten einzuhalten und offline zu gehen. »Nur so kann ich glaubwürdig eine Mitarbeiterin, die sich mit dem Abschalten schwertut, dazu bringen, nach 18 Uhr keine Mails mehr zu beantworten.«

Sicherheitslücke Zahnbürste

Für die tägliche Arbeit benötigt das Team auch daheim die entsprechende Hard- und Software und einen verlässlichen Internet-Anschluss. Dafür hat an sich das Unternehmen zu sorgen. »Private Netzwerke, Verschlüsselungen und praktikable Cloud-Lösungen – all das ist bisher von Führungskräften oft vernachlässigt worden«, meint Walter Mayrhofer, Head of Research Center Digital Economy an der FHWien der WKW. Dazu kommt, dass WLAN-Verbindungen zuhause generell weniger geschützt sind als im Büroumfeld: »Meine elektrische Zahnbürste, die sich mit dem WLAN verbinden kann, stellt eine potenzielle Pforte für Eindringlinge dar.« Mayrhofer plädiert

SICHER, SOUVERÄN, SATTELFEST

Christine Güttel leitet online eine Kooperation mit einer FH in Den Haag.



© Foto: Nitsch

Mag. Christine Güttel ist Academic Coordinator für Human Resources Management an der FHWien der WKW.

Austausch, Koordination und Unterricht laufen seit fünf Jahren online, ergänzt durch jährlich zwei Treffen – die nun coronabedingt ausfallen. Dass die handelnden Personen seit Jahren dieselben sind, erleichtert für Christine Güttel die Zusammenarbeit in reinen Online-Phasen. Sie findet es wichtig, mit den Tools dafür umgehen zu können: »Nur wer technisch sattelfest ist, strahlt beim Unterricht oder im Meeting Sicherheit und Souveränität aus.« Etwas, das auch für Führungskräfte

gilt. In der Kommunikation mit Studierenden der Partnerhochschule ist ihr aufgefallen: »Das Zwischenmenschliche ist online extrem heikel. Im virtuellen Raum Brüche zu kitten ist viel schwieriger.« Hier gelte es, beispielsweise mittels spielerischer Elemente, von Anfang an eine gute Verbindung zwischen allen Beteiligten herzustellen. »Erst wenn das Soziale stimmt, entsteht Commitment und ich kann Inhalte transportieren.« Ein Prinzip, das sich auch auf remote Führen in Unternehmen übertragen lässt.

»Meine elektrische Zahnbürste stellt eine potenzielle Pforte für Eindringlinge dar.«

Walter Mayrhofer

»IHR MACHT'S DAS SCHON!«

10 Sätze, die eine gute Führungskraft besser nicht ausspricht.

für den Ausbau eines technischen Supports, der auch im Homeoffice zur Verfügung steht. Apropos: Nicht alle Menschen haben daheim ein Büro. Heinz Peter Wallner erzählt: »Viele habe ich in ihren Küchen gesehen. Andere sitzen im Kinderzimmer, weil sie nur dort in Ruhe arbeiten können.« Körpergerechte Sitzgelegenheiten für stundenlange Computerarbeit findet man da wie dort eher selten. Eine mögliche Lösung: Die Bürostühle nach Hause liefern lassen.

Vertrauen vs. Verpflichtung

Ohne Vertrauen geht gar nichts, so alle Interviewten unisono. Doch fehlt der persönliche Kontakt, wird es schwierig. Führungskräften geht das »G'spür« dafür verloren, ob alle noch an einem Strang ziehen, also sich nach wie vor dem gemeinsamen Projekt oder Ziel verpflichtet fühlen. Und tatsächlich sieht Walter Mayrhofer darin das zentrale Problem des remote Führens. »Im Büro läuft mir der Mitarbeiter, der eine bestimmte Aufgabe zu erledigen hat, ständig über den Weg. Automatisch erinnern wir uns beide daran.« Zuhause gibt es keinen zufälligen Kontakt, auch nicht zu den Kolleginnen und Kollegen. Als Ersatz schlagen Mayrhofer und Schweiger Software wie Trello vor, die Projektbeteiligte mit Erinnerungsfunktionen unterstützt. Trotzdem braucht es die soziale Interaktion. Da sind sich alle einig. Wenn sie allerdings fehlt, »ist es ein Vorteil, dass Machtspiele und Klatsch größtenteils wegfallen«, so Schweiger.

Sie kann dem Online-Führen Positives abgewinnen: »Die technischen Tools habe ich jetzt alle im Griff. Und mein Vertrauen in mein Team ist gewachsen.« ■

1 *»Seid ihr alle da?«*
Weniger ist mehr: Besser ein »Daily Stand-up« statt Frühstückskontrolle, Mittags-Check und Kaffeepausen-Surveillance. Man will ja auch zum Arbeiten kommen.

2 *»Das erledigen Sie doch locker neben dem Homeschooling.«*
Alltagsuntaugliche Tipps fürs Selbstmanagement stoßen schnell auf Widerstand.

3 *»Ist da noch jemand?«*
Selbst wenn Sie gern rund um die Uhr arbeiten würden: Auch im Homeoffice gelten Wochenende, Nachtruhe, Urlaubstage, Bildschirm-pause. Für alle.

4 *»Check dir halt einen besseren Monitor.«*
Betriebliche Investitionen über Privatbudgets zu planen macht kein gutes Bild.

5 *»Ich bin ja nicht so der Technik-Typ.«*
Praktische neue Apps und Tools sind leicht erlernbar. Führungskräfte gehen mit gutem Beispiel voran.



6 *»Wie war schnell Ihr Name?«*
Ob andere bzw. keine Frisur, weniger Krawatte oder schlechtes Licht – Menschen wollen auch in Zoom wiedererkannt und korrekt angesprochen werden.

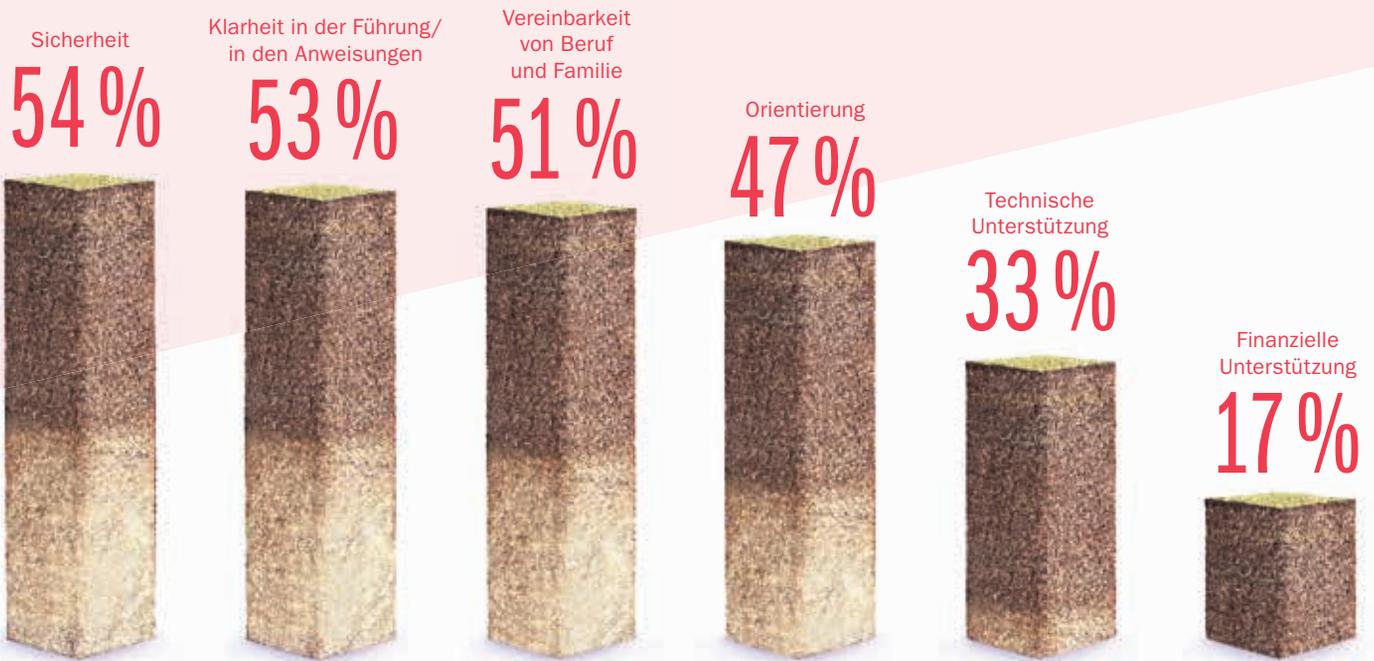
7 *»Wir hören uns dann nächstes Jahr wieder!«*
Contact-Tracing zur Führungskraft ist nicht Aufgabe der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Seien Sie erreichbar.

8 *»Ihr braucht's mich nicht, ihr macht's das schon.«*
Projektmanagement nicht völlig abgeben – sonst läuft womöglich auch in Zukunft alles ohne Sie besser.

9 *»Bei uns in Waikiki regnet es eh auch.«*
Ihr temporäres Homeoffice auf Hawaii interessiert das Team in Wien-Meidling nur bedingt.

10 *»Schaut mal, wie lieb, meine Katze ist jetzt auch im Team.«*
Abgesehen davon, dass Katzen keine Teamplayer sind: Zu intensive Einblicke ins Privatleben lenken vom Projekt ab.

Erwartungen an die Führungskräfte während der Corona-Krise



Erfahrungen der Führungskräfte mit Homeoffice

Wie Führungskräfte die Zukunft einschätzen

79 % Präsenz im Unternehmen wird auch zukünftig einen hohen Stellenwert einnehmen

62 % Reisetätigkeiten werden um ein Vielfaches reduziert

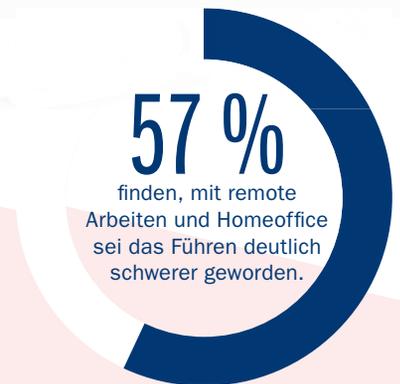
61 % Man wird gemischte Arbeitsformen (Präsenz- und Homeoffice-Arbeiten) anbieten

Veränderung des Führungsstils - worauf zukünftig geachtet wird

34 % meinen, der Führungsstil sei flexibler geworden

29 % werden den MitarbeiterInnen mehr eigenständige Entscheidungen zugestehen

21 % werden weniger Arbeitsschritte kontrollieren und MitarbeiterInnen mehr Freiräume gestatten



Führungsstil der Zukunft

47 % wollen ein deutliches Vorbild sein

47 % wollen locker und persönlich motivieren

45 % wollen ziel- bzw. ergebnisorientierter führen

44 % wollen zwischen Teammitgliedern moderieren und vermitteln

»Vieles geht online sogar besser«

Strategieberater und Hernstein-Trainer Heinz Peter Wallner über störende Führungskräfte, Kontrollsucht und Fake-Pendeln.

Dr. Heinz Peter Wallner, CMC studierte an der TU Graz Verfahrenstechnik und beschäftigte sich intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit. Heute ist er Führungskrafttrainer, Change- und Strategieberater, Buchautor und Vortragender.



© Dado Kress

Wie managen Führungskräfte Leadership auf Distanz?

Heinz Peter Wallner: Es gibt Führungskräfte, die das auch in räumlicher Distanz ausgezeichnet schaffen. Andere, die es nicht gewohnt sind und vor dem digitalen Raum zurückschrecken, vernachlässigen die Führungskommunikation, also ihre Mitarbeitergespräche oder Ziel- und Konfliktbesprechungen. Gute Führungskräfte machen all das auch online, und es funktioniert. Wenn ich wählen muss, ob digitale oder gar keine Treffen, ist die Antwort wohl klar. Vieles geht online sogar besser, anderes nicht – dafür findet man Ersatz. Im Remote-Alltag übernehmen in vielen Teams die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unbemerkt und informell einen Teil der Führungsfunktion. Beim Führen auf Distanz wird nämlich schnell sichtbar, wenn die Führungskraft nicht in ihrer Rolle ist. Führungskräfte spüren in jedem Fall, dass sie an direkter Einflussmöglichkeit verlieren – das macht viele unsicher. Manche werden kontrollsüchtig und rufen dauernd alle an. Ich frage dann: »Wer hat das Problem, das du durch deine Kontrolle lösen willst?« In den meisten Fällen lautet die Antwort: »Ich selbst.« Das ist eine Einladung zur Selbstreflexion.

Was können Führungskräfte tun, um remote gut zu führen?

Wallner: Als Führungskraft sollte ich eine transparente Arbeitsstruktur schaffen, die für mein Team passt.

Die Zusammenarbeit im Büro funktioniert ja sonst dank eingespielter Gewohnheiten: Man ruft sich schnell was zu, legt einen Zettel auf den Tisch, wirft kurz eine Frage in den Raum. Wenn du daheim schnell eine Entscheidung oder Antwort brauchst, fehlt all das. Es liegt an den Führungskräften, Ersatz dafür zu schaffen. Dafür müssen sie ihr Team gut einschätzen können: Selbstorganisation liegt nicht allen, viele brauchen ein soziales Umfeld, um gut zu arbeiten. Zu viel Kontrolle hingegen wirkt demotivierend. Es ist Aufgabe der Führungskraft, herauszufinden, was das Team braucht. Hier zeigen sich ihre Qualitäten: Ermöglicht sie gutes Arbeiten, indem sie die nötige Technik zur Verfügung stellt? Bietet sie klare Regeln und Strukturen an? Und setzt sie die nötigen Online-Tools ein? Das alles gehört zum professionellen digitalen Führen.

»Manche laufen zu Höchstleistungen auf, wenn die Führungskraft nicht stört.«

Heinz Peter Wallner

Und wie geht es den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Homeoffice?

Wallner: Manche laufen zu Höchstleistungen auf, wenn die Führungskraft nicht stört und sie konzentriert arbeiten können, andere fühlen sich verloren, weil plötzlich die Struktur fehlt. Wenn es keine klare Vereinbarung gibt, dass ich um 8 Uhr beginnen muss, sitze ich vielleicht um 9 Uhr noch im Pyjama da. Nicht alle schaffen es, sich selbst eine Struktur zu geben.

Was hilft, um im Homeoffice klare Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit zu ziehen?

Wallner: Ein bestimmtes Ritual einzuhalten, beispielsweise das Fake-Pendeln: Nach dem Frühstück anziehen und einmal um den Block, als würde man ins Büro gehen. Und nach der Arbeit wieder, in die andere Richtung.

Was hat sich für Sie als Trainer verändert?

Wallner: Bei den Online-Trainings sehe ich zwar Unterschiede zu Präsenz, aber sie funktionieren ebenso gut. Ich war überrascht, welche genialen Apps es gibt – manches geht online sogar besser als im Seminarraum. Durch die Vielfalt an Tools ist ein gemeinsames, kreatives und sehr dynamisches Arbeiten möglich, das auch Spaß macht. ■

Stellen Sie sich vor, Sie wären Kaiser



© Feedmag/Mattem

Michael Heritsch, CEO der
FHWien der WKW

Ihr Reich ist so groß, dass ein Reiter mehrere Wochen braucht, um es zu durchqueren. Man muss sogar Ozeane überwinden, um ferne Provinzen zu erreichen. Da bekommt »Führung aus der Distanz« gleich eine ganz andere Bedeutung. Und es ist wohl kein Zufall, dass viele Riesenreiche der Weltgeschichte genauso schnell zerfielen, wie sie gewachsen waren. Nur besonders geschickten RegentInnen gelang es, weitläufige Herrschaftsgebiete dauerhaft zusammenzuhalten.

Das »Upgrade« vom Einsatz berittener Boten auf digitale Kommunikationstools wie Zoom oder Microsoft Teams hätte wohl jeder Herrscher und jede Herrscherin von Kleopatra bis Franz Joseph I. gerne genützt. Aber auch für heutige Führungskräfte ist die Aufgabe nicht einfach, ihr im Homeoffice werkendes Team aus der Ferne zu steuern. Denn gerade auf der Beziehungsebene sind persönliche Kontakte nicht zu ersetzen. Das hätte Ihnen Kleopatra nach der Begegnung mit Cäsar sicher bestätigt.

Wie kann »Management per Fernbeziehung« also bestmöglich funktionieren? Dieser Frage widmen wir uns in unserer aktuellen Coverstrecke. Wir haben dazu mit ExpertInnen aus Theorie und Praxis gesprochen. Wie viel Kontrolle ist sinnvoll? Welche Ideen gibt es, um fehlende persönliche Kontakte zu kompensieren? Und wie führt man Clowns aus der Ferne? Die Antworten darauf finden Sie auf den Seiten 2 bis 13.

Ja, richtig: studio! gibt damit dem Schwerpunktthema mehr Raum als bisher. Aber das ist nicht die einzige Neuerung, die diese Ausgabe bringt. Vielleicht ist es Ihnen schon aufgefallen: Auch optisch haben wir unser Magazin einer sanften Verjüngungskur unterzogen. Und wenn Sie weiterblättern, werden Sie zwischen etablierten Formaten die eine oder andere neue Rubrik entdecken. Bei der Lektüre dürfen Sie dann wieder aus Ihrer kaiserlichen Rolle schlüpfen und können eine andere ausprobieren, zum Beispiel die eines Financial, Sales & Development Analyst oder jene der Fußball-Nationaltrainerin.

Starten Sie gut in den Frühling!

Ihr Michael Heritsch

Meine Vortragenden kommen aus

der Praxis

einer anderen
Galaxis

Jetzt
bewerben!

Die führende Fachhochschule für Management & Kommunikation

verbindet Wirtschaft und Wissenschaft auf einzigartige Weise.

Mit Lehrenden aus der Praxis bieten wir eine exzellente akademische Ausbildung, die optimal auf eine erfolgreiche Karriere vorbereitet. Bewerbungen für unsere Bachelor- und Master-Studiengänge sind bis zum 3. Mai 2021 möglich:

www.fh-wien.ac.at

**DIE PRAXIS
STUDIERN.**

Fachhochschule für
Management & Kommunikation



Baden gegangen?
Völlig okay, wenn
man dabei kein
Projekt in den
Sand setzt.

»Arbeiten die auch wirklich?«

Remote Führen als gelebte Praxis: Helge Klemm, Geschäftsführer von dydocon, und Michael Reissig, Abteilungsleiter der WILD Gruppe, verraten, was sich aus ihrer Sicht bewährt hat.

Text: Eva Woska-Nimmervoll

Wie führen Sie – analog oder digital?

Helge Klemm: Im Alltag digital. Wir haben ja keinen echten Bürostandort; die Teams arbeiten bei den Kundinnen und Kunden oder zuhause. Mir ist ein freundschaftlicher Umgang im Unternehmen wichtig, insofern ist der persönliche Kontakt, zumindest ein paar Mal im Jahr, nicht zu ersetzen. Und wir Geschäftsführer informieren jeden Monat in einem internen Blogbeitrag über die aktuellen Projekte.

Michael Reissig: Ich habe früher Projekte verantwortet, bei denen die Teammitglieder von Brasilien bis Japan über die ganze Welt verstreut waren. Jetzt leite ich eine Abteilung im Haus, also analog. Unser Unternehmen hat jedoch mehrere Standorte in Österreich

und in der Slowakei, daher gibt es immer wieder auch digitale Meetings. Der Kontakt zu den Kundinnen und Kunden hat immer schon teilweise digital stattgefunden.

Inwiefern hat Corona Ihren Führungsalltag verändert?

Klemm: Unsere Online-Tools nützen wir jetzt noch intensiver. Statt eines Anrufs gibt es öfter zwischendurch eine Videokonferenz. Das fühlt sich persönlicher an. Und ich möchte ja auch nicht vergessen, wie die Leute aussehen! Meetings organisieren sich unsere Teams nach wie vor selbst bei Bedarf. Als Ersatz für soziale Kontakte bieten wir seit dem ersten Lockdown einen Online-Spieleabend mit Egoshooter oder Strategiespielen an, also so eine Art »Kaffeekränzchen für Informatiker«.

Reissig: Wir teilen es uns so ein, dass wir nur bei Bedarf im Büro sind und sonst im Homeoffice. Für manche Arbeiten, zum Beispiel die Simulation von optischen Baugruppen, braucht man einen leistungsstarken Rechner, und dafür muss man nach wie vor ins Büro. Beim ersten Lockdown installierten wir eine WhatsApp-Gruppe und organisierten uns über MS Teams.

»Gerade beim remote Führen sollte man den Menschen ihre Eigenständigkeit und Freiheit lassen.«

Helge Klemm



Auch wir hatten den Vorteil, dass das Equipment für digitales Führen bereits vorhanden war. Doch dann tauchten Fragen auf: Arbeiten die Kollegen auch wirklich? Wie stelle ich sicher, dass wir unser Ziel erreichen? Da ist Vertrauen gefragt, und man braucht eine klare Struktur und Transparenz in der Kommunikation zu den Kollegen und zur Geschäftsführung. Unser tägliches halbstündiges Stand-up-Meeting um 9 Uhr läuft nun eben halb analog, halb digital. Im Büro steht ein großer Monitor. Wer auch immer gerade im Büro ist, wählt sich da ein, die anderen von daheim. Zusätzlich gibt es jeden Tag ein informelles Kaffeetreffen um 14 Uhr für all das, was man sonst zufällig und zwischendurch beim Kopierer oder in der Teeküche klärt.

»Wir laden Kundinnen und Kunden zur virtuellen Produktentwicklung ein.«

Michael Reissig

Wo fehlen Ihnen persönliche Kontakte am meisten?

Klemm: Normalerweise veranstalten wir jedes Jahr zwei große Events mit Präsentation, Teambuilding und Feiern. Im Sommer haben wir stattdessen einen Videochat gemacht und im Winter die Jahresabschluss-Präsentation online gehalten, nachher noch online geplauscht. Aber das ist einfach nicht dasselbe! Für gewöhnlich besuchen wir im Frühling und Herbst alle Kundinnen, Kunden und die Teams, die bei ihnen arbeiten. Nach Einzelgesprächen mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gehen wir gemeinsam essen, da redet es sich über manches leichter. Es ist für mich ein echtes Problem, wenn wir das nicht so durchführen können. Heikle Themen sind online viel schwieriger zu kommunizieren. Auch wenn Videokonferenzen an sich besser funktionieren, als ich das jemals gedacht hätte.

Welche Tipps haben Sie, Herr Klemm, fürs remote Führen?

Klemm: Hände weg vom Mikromanagement! Also bitte nicht kontrollieren, wie lang jemand vorm Computer sitzt, oder ständig nachfragen, ob alles erledigt ist. Gerade beim remote Führen sollte man den Menschen ihre Eigenständigkeit und Freiheit lassen. Wenn sie im Sommer den ganzen Tag im Bad liegen und in der Nacht arbeiten, ist das völlig okay, solange es die Kundin, den Kunden nicht stört. Trotzdem sollte man ein Team, selbst wenn es sich gut organisiert, jede Woche kurz kontaktieren. Und alle laufend über das Firmengeschehen informieren – so wie wir mit unserem Blog.

Was werden Sie, Herr Reissig, nach Corona auf jeden Fall beibehalten?

Reissig: Statt unseren Kundinnen und Kunden Fertigung und Montage persönlich zu zeigen, organisieren wir jetzt digitale Firmenführungen mit Live-Video. Das hat sogar den Vorteil, dass nicht nur die drei Leute, die uns besucht hätten, alles sehen, sondern sich 10 oder 20 Leute gleichzeitig ein Bild machen können. Wir haben zudem mehrere hochwertige Kameras im Labor und laden Kundinnen und Kunden zur virtuellen Produktentwicklung ein. Das ist eine tolle Lösung und fühlt sich fast real an. Ohne Covid wären wir darauf vielleicht gar nicht gekommen. ■



Helge Klemm ist Geschäftsführer der dydocon GmbH und führt gemeinsam mit seinem Partner Andreas Porstner ein Team von 26 IT-Beraterinnen und -Beratern. dydocon, kurz für dynamic document consulting, mit Sitz in Frankfurt am Main, Baar (Schweiz) und Pfaffstätten (NÖ) ist spezialisiert auf Software Consulting in Output-Management-Projekten.

© Paul Landt



Michael Reissig kommt aus Nordbayern und studierte Maschinenbau, Fachrichtung Produktentwicklung. Er leitet seit eineinhalb Jahren eine Entwicklungsabteilung der WILD Gruppe. Diese entwickelt optomechatronische Systeme in den Branchen Medizintechnik, optische Technologien und Industrietechnik. Die 451 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten an den Standorten in Völkermarkt, Wernberg (beides Kärnten), Trnava (Slowakei) und Wien.

© Foto Frigler

Von Weitem witzig

Wie arbeiten die Rote Nasen Clowndoctors im Lockdown? Und wie führt man Clowns aus der Ferne? Ein Blick hinter die Kulissen.

Text: Eva Woska-Nimmervoll

Wir haben eine starke Vision: Das Lachen zu den Menschen zu bringen, die es wirklich brauchen. Das eint uns sehr, und in schwierigen Zeiten können wir uns stark daran orientieren«, sagt Hannes Urdl, künstlerischer Leiter der Rote Nasen Clowndoctors in der Steiermark. Sein Team zählt 21 Clowns, die er seit dem ersten Lockdown auch online führt. »Es fällt mir schwer, den Blickkontakt bei Besprechungen via Bildschirm zu halten«, gibt Hannes Urdl zu. »Und wir sind alle schon etwas müde vom vielen Vor-dem-Computer-Sitzen.« Bei seinen Meetings verwendet er deshalb Tools (siehe Kasten), mit denen er die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zur Interaktion einlädt, und hält konsequent Pausen ein.

Begegnung auf dem Balkon

Rote Nasen treten derzeit kaum in Spitälern oder Pflegeheimen auf. Dabei können selbst gesunde Menschen in Zeiten der psychischen Belastung eine Aufmunterung gut brauchen. »Wir haben unsere Besuche sofort auf Online umgestellt«, erzählt Hannes Urdl. »Dafür gilt:

Verantwortung an jede Künstlerin und jeden Künstler abgeben und sie frei arbeiten lassen.« Leider ist für die »Begegnungskünstler« nicht alles, was eine klassische Clown-Performance ausmacht, übers Internet umsetzbar, »aber wir sind kreativ und finden Alternativen.« Man kann die Rote Nasen Clown Brass auch für ein Outdoor-Konzert buchen, wie eine Bürgermeisterin aus dem Grazer Umland, die sonst alle kulturellen Veranstaltungen absagen musste. »Unser clowneskes Bläserensemble ist dann zu den abgelegenen Häusern gefahren und hat für die Leute ein Gartenkonzert gespielt. So etwas kommt extrem gut an«, so Hannes Urdl. Auch auf Balkonen und sogar auf Hebebühnen treten sie auf. Eine Clownin macht Telefonanrufe, um Menschen in Seniorenheimen zum Lachen zu bringen – »eine ganz niederschwellige Form der Unterhaltung«, wie Hannes Urdl meint.

Selbstgebastelt online

Wenn nichts von alledem möglich ist, bleibt immer noch ein Online-Auftritt mit kleinen selbstgebastelten Vorhängen. Gratis-Livestreams und Videos entstehen bei den Clowns in



© Wolf Fendler



DIE ROTE NASEN CLOWNDOCTORS

wurden 1994 in Wien gegründet. Seither haben rund 400 Clowns 6,5 Millionen Menschen besucht – in Österreich und zehn Partnerländern (Deutschland, Ungarn, Polen, Tschechische Republik, Kroatien, Palästina, Slowenien, Litauen, Slowakei und Jordanien).



Das geht nahe: Rote Nasen finden immer Wege zu ihrem Publikum.

Heimarbeit: »Jede und jeder hat jetzt daheim eine kleine Clown-Ecke und ein Mini-Studio.« So loten sie vor den Kameras die Raumtiefe aus, treten beispielsweise ganz nahe an die Linse, sprechen die Menschen direkt an und bauen so eine Beziehung auf. Oder sie arbeiten mit virtuellen Hintergründen und verändern damit die Atmosphäre. Auch viele interne Weiterbildungen der Roten Nasen laufen nun online. Denn wichtig ist für die Organisation, dass gewachsenes Know-how selbst in Lockdown-Zeiten weitergegeben wird. Darum organisiert Hannes Urdl Workshops, in denen die Clowns sich gegenseitig ihr Wissen vermitteln: »Wer zehn, zwölf Jahre beherzt als Clown aktiv ist, hat viele kostbare Erfahrungen gesammelt. Die dürfen nicht verloren gehen.« ■



© Martina Urdl

Hannes Urdl tritt als künstlerischer Leiter der Roten Nasen auch selbst als Clowndoctor auf.

»Unser clowneskes Bläserensemble hat für die Leute ein Gartenkonzert gespielt.«

Hannes Urdl

KREATIV, PRAKTISCH, ENTSPANNT

Tipps von Hannes Urdl für freudvolle und fruchtbare Online-Zusammenarbeit

Padlet.com – Projekte oder Themen sind hier entweder in »Regalform« oder als vernetzte Kästchen übersichtlich angeordnet. Dabei können alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer etwas beitragen und bereits vorhandene Projektinfos einfach erweitern. Hannes Urdl: »Padlet ist ideal als Organigramm oder um Prozesse sichtbar zu machen.«

Edupad.ch – Hier dürfen alle durcheinander ihre Notizen in ein gemeinsames Dokument tippen. Alles, was benötigt wird, ist ein Link zum Pad. »Edupad ist perfekt geeignet für Brainstormings und Ideensammlungen«, so Hannes Urdl.

Wortwolken.com – Hannes Urdl ist begeistert: »Wortwolken ist eine tolle Spielerei für kreativ gestaltete Wortsammlungen.« Das Team der Roten Nasen verwendete das Tool für die Verabschiedung einer Kollegin und druckte das Ergebnis aus – ein schönes Geschenk, das die Kollegin rührte.

Uhrzeit123.de – Sehen, wie die Zeit vergeht: Die Seite zeigt die aktuelle Uhrzeit, zusätzlich können Timer und Countdown aktiviert werden. »Ein super Eyecandy für zwischendurch«, wie Hannes Urdl meint, »damit alle wissen, dass die Pause bald um ist.«

Prezi.com – Der Klassiker unter den Powerpoint-Alternativen ist für Hannes Urdl optimal: »Alle Themenfelder können in einer einzigen Präsentation übersichtlich und verknüpft dargestellt werden.«

Lina Hirt absolvierte für ihr Bachelor-Studium Personalmanagement ein tolles Auslandssemester an der Haaga-Helia University of Applied Sciences in Helsinki.

POST AUS ...



Jetzt neu: Urban Tourism studieren

Das neue Master-Studium »Urban Tourism & Visitor Economy Management« startet im Herbst 2021 und rückt nachhaltigen Städtetourismus in den Fokus. »Das Ziel ist ein Städtetourismus, der die Bedürfnisse von Gästen, Einheimischen und der lokalen Wirtschaft in Einklang bringt«, erklärt Florian Aubke, Leiter des Studienbereichs Tourism & Hospitality Management der FHWien der WKW. Der berufsbegleitende Master-Studiengang mit Unterrichtssprache Englisch ist die erste Ausbildung dieser Art überhaupt. Bis 3. Mai 2021 können sich Interessierte um einen der 35 Studienplätze bewerben. ■

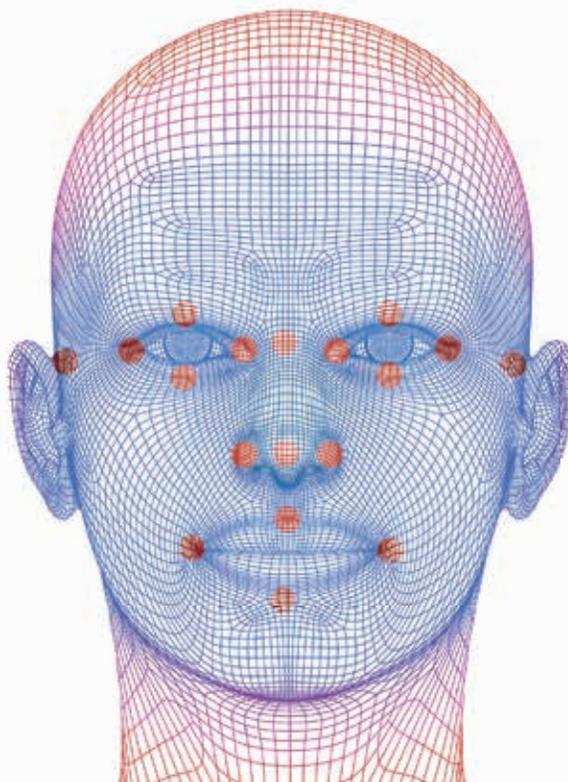


© Flo Hattaschek/FHWien der WKW

Florian Aubke freut sich über ein neues Master-Studium.

... Finnland

»Finnland ist zum Verlieben – wegen des Eisschwimmens nach dem Besuch einer dampfenden Sauna, der beeindruckenden Natur, der tollen Kaffee-Kultur oder wegen der unendlich vielen Seen! Ein Highlight war, mit Huskys in Lappland durch die Natur zu streifen und die vielen Rentiere in der verschneiten Winterlandschaft zu beobachten. Ich bin sehr dankbar, dass ich meinen Horizont fachlich wie kulturell erweitern konnte und mich auch persönlich weiterentwickelt habe.«



Hightech im Marketing-Labor

Pünktlich zum Semesterstart wurde das Web Analytics Lab der FHWien der WKW mit zusätzlichen Geräten aufgerüstet. Das Hightech-Equipment macht Blickverlaufsanalysen, Hautwiderstandsmessungen sowie die Identifikation von Emotionen auf Basis der Mimik möglich. Das ist die Basis für Lehrinhalte wie biometrisches Sales-Coaching, wo während eines simulierten Verkaufsgesprächs biometrische Daten des Verkäufers bzw. der Verkäuferin erhoben werden, um daraus zu lernen. ■

© Gettyimages/Alfred Pasika/Science Photo Library

Das ganze Studium in einer App

Seit dem Wintersemester stellt die FHWien der WKW ihren Studierenden die Pro-Version der Studo App kostenlos zur Verfügung. Mit der Vollversion holt man sich alle Informationen rund ums Studium auf das Android- oder iOS-Smartphone: Kursübersicht, Kalender, E-Mails, Moodle, Newsfeed und auch einen Chat zum Austausch mit Studien-

kollegInnen. »Es ist uns ein Anliegen, unseren Studierenden die Organisation ihres Hochschulalltags so einfach wie möglich zu machen«, erklärt Michael Heritsch, CEO der FHWien der WKW. Möglich wurde das Angebot durch eine Kooperation zwischen der Fachhochschule und dem Grazer Educational-Technology-Unternehmen Studo. ■



Die FHWien der WKW spendiert ihren Studierenden die Pro-Version der Studo App.

Studie: Nachhaltigkeit braucht mehr Kooperation

Das Institute for Business Ethics and Sustainable Strategy (IBES) der FHWien der WKW veröffentlichte Ende Jänner eine neue Studie zum Thema »Unternehmerische Verantwortung durch Kooperation: Beweggründe und Erfolgsfaktoren von Unternehmenspartnerschaften mit sozialen oder ökologischen Zielen«. Die Conclusio: Kooperationen bieten Unternehmen vielfältige Chancen, Österreichs Betriebe nützen diese aber noch unzureichend. IBES-Leiter FH-Prof. Dr. Markus Scholz, MSc und seine KollegInnen erarbeiteten auch konkrete Handlungsempfehlungen: »Die Studie möchte österreichische Unternehmen dazu

anregen, sich für die Übernahme unternehmerischer Verantwortung in Kooperationen zu engagieren und die genannten Empfehlungen zu nutzen, um Kooperationen erfolgreich durchzuführen.« ■



© feedmag/Markus

Markus Scholz leitete aus den Studienergebnissen konkrete Empfehlungen ab.

TERMINE

RADIO RADIESCHEN: DEIN UNTERNEHMEN GEHÖRT DIR NICHT

Auf der Frequenz 91.3 empfängt man in Wien Radio Radieschen, das auch als Ausbildungssender der FHWien der WKW dient. Zu den Fixpunkten des Programms gehört das wöchentlich erscheinende Gründermagazin »Start Me Up«. Wer es verpasst, kann die Sendungen online nachhören. Unser Tipp: Die Folge »Dein Unternehmen gehört dir nicht« handelt von UnternehmerInnen, die sich selbst enteignen, um sich damit vor Profitgier zu schützen.

Datum: »Start Me Up« jeweils montags, 10:00 Uhr oder jederzeit online

Ort: UKW-Frequenz 91.3 im Raum Wien bzw. radio-radieschen.at

ONLINE-VORTRAG: SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Mit der öffentlichen Vorlesungsreihe »Responsible Management Lectures« möchte das Institute for Business Ethics and Sustainable Strategy (IBES) der FHWien der WKW einen interdisziplinären Diskurs über die Zukunft unseres Wirtschaftssystems anstoßen. Beim nächsten Termin ist Prof. Dr. Johanna Mair zu Gast, Professor of Organization, Strategy and Leadership an der Berliner Hertie School. Sie teilt ihr Wissen über die Vielfalt und die Chancen, die Social Enterprises bieten, und stützt sich dabei auf ein Forschungsprojekt mit 1.045 Sozialunternehmen in neun Ländern.

Datum: 18.03.2021, 18:30 – 20:00 Uhr

Ort: Online via Zoom
Infos und Anmeldung unter ibes.fh-wien.ac.at



Dank Evelyn Priesch gibt es in Antibes nun nicht nur Specialty Coffee, sondern hin und wieder auch Apfelstrudel.



Auf ein Café an die Côte d'Azur

Sie wollte nur eine Auszeit nehmen, als sie nach Antibes reiste. Doch dann fand sie den perfekten Platz für ein eigenes Café. Und wenige Monate später war Evelyn Priesch als »die, die schöne Herzen in den Kaffee malt«, bekannt.

Text: Ulrike Moser

Eine malerische Altstadt aus dem 16. Jahrhundert, direkt am azurblauen Mittelmeer gelegen, dahinter erheben sich majestätisch die Ausläufer der Alpen – der internationale Jetset liebt Antibes, die knapp über 70.000 Einwohner zählende Stadt zwischen Nizza und Cannes. Egal, was der verwöhnte Gaumen von Reich und Schön begehrt: Hier bekommt er es. Und dank Evelyn Priesch nun auch endlich guten Kaffee. In ihrem Lokal Nomads Specialty Coffee versorgt die Wienerin mitten in der Altstadt Einheimische, UrlauberInnen und die vielen Expats, die die Stadt bevölkern, mit Kaffeespezialitäten, die man an der Côte d'Azur sonst nicht findet. Klar: Einen Café au Lait bekommt man zum Frühstück an jeder Ecke serviert. Der Espresso nach dem Essen gehört ebenfalls dazu, doch der taugt allenfalls als Koffeinkick und weniger zum Genuss. Denn die Bohnen werden häufig so stark geröstet, dass der Kaffee bitter und verbrannt schmeckt. Priesch hingegen legt Wert darauf, die Röstung genau auf die jeweilige Sorte abzustimmen, sodass sich deren Aroma optimal entfalten kann. Es versteht sich von selbst, dass die Bohnen für Espresso, America-

no, Flat White, Handbrew V60 und Co. auch aus nachhaltigem Anbau und von Plantagen stammen, die sie persönlich kennt.

Bauchentscheidung

Den Franzosen guten Kaffee näherzubringen war so allerdings gar nicht geplant, schließlich führte die Absolventin des Master-Studiengangs Leadership im Tourismus an der FH Wien der WKW bereits seit mehreren Jahren gemeinsam mit Werner Savernik das mehrfach ausgezeichnete Wiener Lokal Coffee Pirates mit hauseigener Rösterei. Als die Beziehung in die Brüche ging, nahm sich Priesch eine dreimonatige Auszeit in Frankreich. »Ich wollte den Kopf frei bekommen und überlegen, wie es beruflich weitergehen sollte. Klar war nur, es muss etwas mit Kaffee in Wien sein«, erzählt sie. Doch als sie in der Altstadt von Antibes in unmittelbarer Nähe zum Hafen auf ein kleines, leerstehendes Geschäftslokal stieß, war es um Evelyn Priesch geschehen. »Es war der ideale Ort für ein Café. Ich habe das Lokal besichtigt und einen Monat später den Mietvertrag unterschrieben. Das hätte ich nie gedacht, aber es hat sich einfach richtig angefühlt«, schmunzelt Priesch über ihre eigene Courage. Innerhalb von zwei Monaten baute sie im Sommer 2019 Nomads Specialty

Coffee auf – und das, ohne vor Ort auch nur irgendjemanden zu kennen.

Geholfen hat der ausgebildeten Barista ihr Kaffee- und Businesswissen. Herausfordernd war es dennoch, den Umzug in ein anderes Land zu meistern und gleichzeitig Gewerbliches und die Umbauarbeiten im Laden unter einen Hut zu bekommen. »Ich habe meine ganze Energie in das Projekt gesteckt und war so fokussiert, dass es schließlich auch funktioniert hat. Dass ich das mache,

erarbeitete sie sich umso rascher die Akzeptanz der Bevölkerung: »Natürlich wird man anfangs kritisch beäugt, warum man als Ausländerin hier einfach so ein Café eröffnet. Aber ich habe schnell mit den Einheimischen Kontakt aufgenommen, viel lokal eingekauft, und so lernt man sich kennen.« Mittlerweile ist sie in Antibes als diejenige bekannt, die »schöne Herzen in den Kaffee malt«. Denn »Latte Art« gab es bislang noch nicht an der Côte d'Azur, auch nicht in den drei anderen Speciality-Coffee-Shops entlang der französischen Riviera.

»Nachdem ich das Café gefunden hatte, machte ich Nägel mit Köpfen.«

Evelyn Priesch

war alternativlos«, so Priesch. Und das, obwohl die bürokratischen Hürden für eine Lokaleröffnung in Frankreich ähnlich hoch sind wie in Österreich. Priesch sprach zwar Französisch, aber mit einem Steuerberater zu parlieren oder auch nur den Strom fürs Lokal telefonisch anzumelden, gestaltete sich anfangs dennoch schwierig. Dafür

Kaffee aus Wien

Wien bleibt Evelyn Priesch dennoch verbunden. Nach wie vor ist sie Teilhaberin an den Coffee Pirates und bezieht auch ihren Kaffee aus ihrer Rösterei. Das und ein paar einzelne Thonet-Sesseln, die sich unter die bunten Stühle im Nomads mischen, sind aber die einzigen Referenzen an ihre Heimatstadt, denn »Wien mag zwar für seine Kaffeehauskultur berühmt sein, doch der Kaffee schmeckt halt meistens nicht so gut. Schon das Coffee Pirates sollte da ein Gegenwurf sein. Aber manchmal gibt es bei mir einen Apfelstrudel«, lacht sie.

Ihr Hauptgeschäft macht Evelyn Priesch in den Sommermonaten, wenn Antibes vor UrlauberInnen nur so brummt. Besonders die jungen Crews der eindrucksvollen Yachten, die im größten Yachthafen Europas vor Anker liegen, schauen gerne bei ihr vorbei. Sie kommen aus allen Teilen der Welt und schätzen Specialty Coffee von zuhause. Nun haben sie auch an der Côte d'Azur einen Anlaufpunkt dafür gefunden. Dass Priesch aber von Anfang an nicht nur auf TouristInnen gesetzt hat, sondern sich auch um die Einheimischen bemüht, macht sich gerade in der Covid-Pandemie bezahlt. Sie halten ihr auch jetzt die Treue. Denn was gibt es Verlockenderes als einen warmen Apfelstrudel mit gutem Kaffee? ■

Fotos: Nomads Coffee



Gekommen, um zu bleiben. Die Wienerin Evelyn Priesch verwöhnt Antibes mit Specialty Coffee und Latte Art.

»Greenwashing machen wir nicht«

Kosima Kovar wurde unter die »30 under 30« von Forbes gewählt – ein Ritterschlag der Geschäftswelt für erfolgreiche und innovative JungunternehmerInnen im DACH-Raum. Warum sie mit 23 eine Agentur für nachhaltiges Marketing gründete, obwohl sie ursprünglich nie selbstständig sein wollte, erklärt sie im Gespräch mit studio!

Text: Maya McKechney

Ich wollte in einer Agentur arbeiten, die werteorientiert denkt und Strukturen hinterfragt«, erzählt Kosima Kovar, als sie sich im Videointerview an ihre Situation vor vier Jahren erinnert. Damals koordinierte die heute 25-Jährige unter anderem Social-Media-Kampagnen, McDonald's gehörte zu ihren ersten KundInnen. Doch sie wollte sich neu orientieren. Was ihr vorschwebte, war eine Agentur, die nur mit KundInnen arbeiten sollte, die wirklich nachhaltig produzieren, wirtschaften, werben.

Und weil Kovar ein solches Unternehmen in Österreich nicht fand, gründete sie am 1. Mai 2018 selbst eines: Sgreening – Die Green Marketing Agentur. »Eigentlich wollte ich nie

selbstständig sein, das war mir zu riskant«, sagt sie rückblickend. »Aber dann dachte ich mir: Mit 23 habe ich nicht viel zu verlieren. Wenn's nicht funktioniert, geh ich halt wieder zurück in die Anstellung.« Ganz am Anfang bestand die Agentur nur aus Kovar, ihrem Laptop und vielen guten Kontakten. Größere Investitionen mussten warten: So schaffte es Kovar, gleich im ersten Monat schwarze Zahlen zu schreiben.

Netzwerk von ExpertInnen

Kovars Agentur ging mit einem großen Netzwerk von »Freien« an den Start, die wichtige Bereiche wie Videodreh, Texten, Grafik oder Social Media abdeckten: »Die Arbeit mit den Selbstständigen funktioniert super. Wir haben in jedem Bereich ExpertInnen an der Hand. In der einen Woche machen wir einen Website-Relaunch, dann bauen wir eine Brand aus dem Nichts auf, dann koordinieren wir eine Videoproduktion.«

Zuerst kommt der Wertecheck

Das Konzept ging auf, die ersten NeukundInnen empfahlen Sgreening weiter: »Ich habe anfangs sogar Leuten absagen müssen, weil sie nicht in mein Werteschema gepasst haben. Dabei habe ich gemerkt, dass sich viele aufrichtig transformieren wollten.

Auch, weil die Konsumentinnen und Konsumenten heute mehr Transparenz fordern!«

Aus diesem Grund holte Kovar 2020 Viktoria Pichler als Geschäftspartnerin an Bord. Die Expertin für Umweltmanagement unterstützt nun Unternehmen aktiv dabei, ihre Prozesse nachhaltiger zu gestalten. Diese Phase geht dem eigentlichen Marketing durch die Agentur voraus.

17 Nachhaltigkeitsziele als Wegweiser

Aber wie merkt man, ob ein Unternehmen einen »positiven Impact« hat, wie Kovar es formuliert? Sgreening arbeitet dazu mit den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen, auch SDGs, Sustainable Development Goals, genannt. In diesen SDGs werden unter anderem menschenwür-

HÖR-TIPP

In ihrem Podcast <https://sgreening.io/podcast> plaudern Kosima Kovar und Geschäftspartnerin Viktoria Pichler mit ExpertInnen über nachhaltiges Wirtschaften.



Der »positive Impact« der Firmen ist Kosima Kovar wichtig – und positiv ist auch die Ausstrahlung der jungen Wiener Unternehmerin (hier während des Videointerviews).

dige Arbeitsbedingungen gefordert, die Gleichstellung der Geschlechter, die gerechte Verteilung von Reichtum und natürlich eine Vielzahl von Maßnahmen, die dem Klimawandel entgegenwirken. Setzt ein Unternehmen auf eine medienwirksame Einzelmaßnahme, aber pfeift gleichzeitig auf das große Ganze, gibt es keine Zusammenarbeit mit Sgreening, denn: »Greenwashing machen wir nicht.«

Bio-Siegel-Schwemme: »Wer soll sich da noch auskennen?«

Im Laufe ihrer Arbeit wurde Kovar übrigens bewusst, dass viele Führungskräfte selbst nicht zwischen Greenwashing und wirklich nachhaltiger Veränderung unterscheiden können. Aufklärungsarbeit brauche es also auf allen Seiten, sagt Kovar. Die KundInnen wiederum seien verwirrt von der Schwemme an Bio-Siegeln. »Auf dem Markt bringen gerade alle ihr eigenes Zertifizierungssystem heraus. Wer soll sich da noch auskennen? Wir arbeiten nur mit wirklich soliden Siegeln.«

Werben bedeutet für Kovar immer auch »aufklären«: »Wir haben einmal für Alpengummi, zwei Herstellerinnen natürlicher Kaugummis, eine Strategie entwickelt. Dabei ist uns klar geworden, dass die meisten Menschen sich noch nie überlegt haben, dass ein konventioneller Kaugummi aus Erdöl besteht. Sie wissen nicht, dass er nach dem Ausspucken länger auf der Welt bleibt als sie selbst.«

Abbaubarer Kaugummi und hautfreundliches Papier

Eine Infokampagne brauchte es auch für einen Hersteller nachhaltiger Drucksorten: »Normales, gebleichtes Papier schadet unserer Haut und ist nicht zu 100 Prozent recycelbar.« Aber nachhaltig zu konsumieren bedeutet oft auch regional zu kaufen. Kovar wünscht sich, dass KundInnen überlegen, »ob es wirklich das importierte, billige Klumpert sein muss oder es nicht auch etwas sein darf, das mit Liebe im Inland gemacht wurde. So spart

man CO₂ und unterstützt zugleich die heimische Wirtschaft.«

Klingt ein bisschen nach den Forderungen der »Fridays for Future«-Bewegung. Deren Köpfe sind nur wenige Jahre jünger als Kovar. War sie eigentlich bei den Demos dabei? »Ein paar Mal sicher«, sagt Kosima Kovar. »Aber als Aktivistin habe ich mich nie gesehen.« Sie tut lieber, was sie gelernt hat, und transformiert den Markt von innen. ■

»Die meisten Menschen haben sich noch nie überlegt, dass ein konventioneller Kaugummi aus Erdöl besteht.«

Kosima Kovar



Kosima Kovar studierte berufsbegleitend an der FHWien der WKW, ihre Masterarbeit schrieb sie 2017 über »Werteorientiertes Marketing«.

Patrick Batka hat sowohl sein Bachelor- als auch sein Master-Studium im Studienbereich Management & Entrepreneurship an der FHWien der WKW absolviert. Seine beruflichen Erfahrungen gibt er heute als Lektor an die Studierenden weiter.



© Uwe Strasser

... ein Financial Sales & Development Analyst?

Patrick Batka von der FITINN Sportstudio Group erklärt, welche konkreten Aufgaben sich für ihn hinter diesem Jobtitel verbergen.

Text: Florian Streb

» Wo immer Analytik gefragt ist, bin ich der Sparringpartner für das Management.

Von der Gruppenebene – FITINN ist aktuell in fünf Ländern vertreten – bis zum einzelnen Studio. Ich analysiere, wie unsere Märkte performen und wo Potenziale bestehen. Ebenso sehe ich mir an, wie viele Proteinriegel wir über den Automaten in unserem Studio im U4 Center beispielsweise verkaufen.

Inhaltlich sind Financial, Sales und Development drei Aufgabenbereiche.

Im Organigramm bin ich in der Finanzabteilung direkt dem CFO – dem Chief Financial Officer – unterstellt. Praktisch ist es eine Hybridfunktion – ich bilde die Schnittstelle zwischen Controlling, IT, Sales und Marketing, zum Beispiel wenn es um Absatzplanung und Budgetierung geht. Mit dem linken Fuß stehe ich in der Finanzabteilung und mit dem rechten im Vertrieb. Dazu kommt noch der Aspekt Development: Meine

Aufgabe ist, dem Bereich Expansion mittels fundierter Investitionsrechnung eine Entscheidungsgrundlage zu liefern, wo wir Studios eröffnen und weiterentwickeln können. Mit der IT arbeite ich in einem größeren Projekt gemeinsam daran, wie wir Big Data und Predictive Analysis in unser Reporting einfließen lassen können. Dass ich in allen Abteilungen unterwegs bin, finde ich besonders reizvoll.

Die wichtigste Kompetenz ist ein interdisziplinäres und abteilungsübergreifendes Verständnis.

Man muss die Bedürfnisse einer Finanzabteilung bzw. eines CFOs kennen und die Brücke zu den Anforderungen von Vertrieb und Marketing schlagen. Dazu braucht man Eigenschaften wie Kommunikationsfähigkeit, Diplomatie, Besonnenheit und Innovationsgeist. Das Studium hat mich bestens vorbereitet; als Absolvent direkt in solch eine Position einzusteigen,

stelle ich mir allerdings schwierig vor. Wie spricht man mit dem Finanzdirektor einer Landesniederlassung, was kommuniziert du wann? Da ist schon einiges an Erfahrung gefordert. Ich habe im Sales Controlling bei McDonald's begonnen und viel über Marketing gelernt, was mir heute zugutekommt. Danach war ich im internationalen Group Controlling bei Wienerberger unter anderem für die zwei größten europäischen Märkte zuständig.« ■

VERWANDTE JOBS

- › Business Development Analyst
- › Financial Analyst
- › Sales Analyst
- › Sales Development Analyst
- › Sales Financial Analyst

David Hofmann
und Nikolai Hauser
machten sich mit
»Kono« selbstständig.



© foto

Erste Agentur für Brand Experience

Eine auf den Marketingansatz Brand Experience spezialisierte Agentur: So etwas gab es in Österreich bis vor Kurzem nicht. David Hofmann, Absolvent des BA Kommunikationswirtschaft an der FHWien der WKW, und sein Geschäftspartner Nikolai Hauser schlossen nun diese Lücke. Die beiden waren bei VMLY&R Vienna für

Brand Experience zuständig, bis sie sich entschlossen, ihre eigene Agentur Kono zu gründen. Mit dieser wollen sie vor allem kleine und mittelgroße Unternehmen ansprechen. Zum Start bietet Kono für von der Corona-Krise getroffene KMU durch eine öffentliche Förderung kostenfreie Brand-Experience-Workshops an. ■

Doppelt preisgekrönt

Gleich zwei Absolventinnen der FHWien der WKW konnten bei der Verleihung des renommierten Staatspreises Public Relations jubeln: Jasmin Duregger (BA Corporate Communication) durfte die Auszeichnung für Greenpeace in der Kategorie Spezialprojekte & Innovation für das Projekt »Klimaklage« entgegennehmen. Greenpeace hatte dabei in einer multimedialen Kampagne Tausende UnterstützerInnen für einen Individualantrag beim Verfassungsgerichtshof mobilisiert. Daniela Gissing (BA Marketing & Sales) wurde gemeinsam mit einer Kollegin bei der ikp GmbH, Teresa Melissa Pichler, mit dem Austrian Young PR Award prämiert. Ihre Kampagne »Was wäre, wenn ...?« für die NGO AmberMed machte auf die Situation von Menschen ohne Krankenversicherung aufmerksam. ■



© Katharina Gossw

Martin Staudinger und Soraya Pechtl, das Team des FALTER.morgen, mit FALTER-Chefredakteur Florian Klenk.

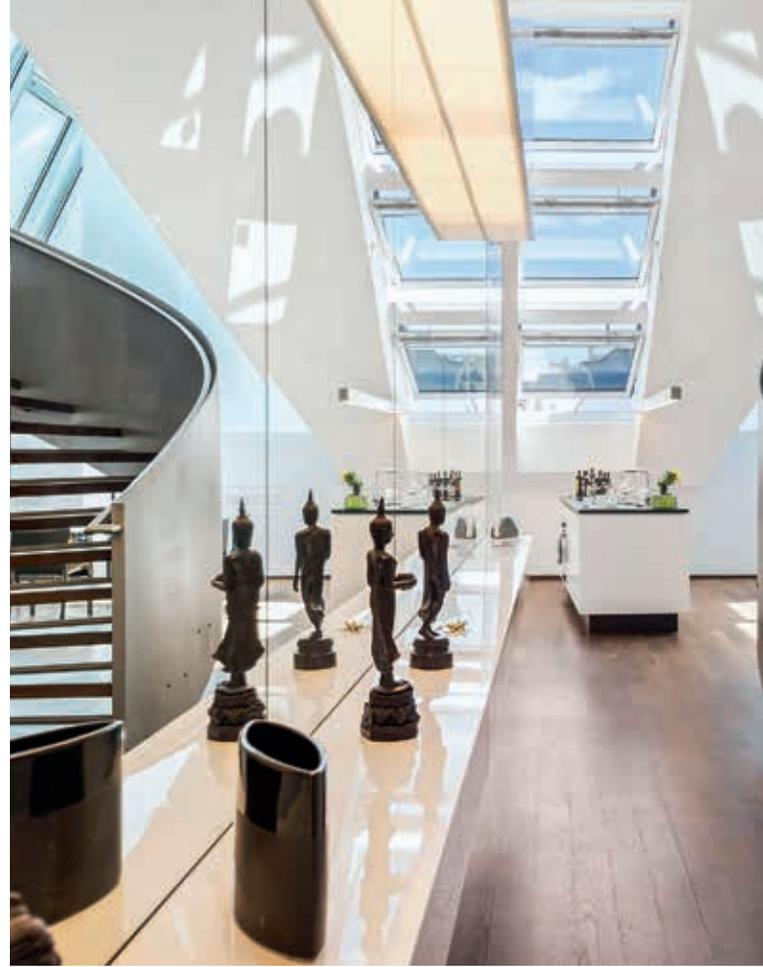
Soraya Pechtl leitet FALTER.morgen

Die Wochenzeitung FALTER launchte im Februar ein neues Tagesmedium: den kostenfreien Newsletter FALTER.morgen, der von Montag bis Freitag Reportagen, Analysen, Geschichten und Tipps bietet. In führender Rolle mit dabei ist Soraya Pechtl, die 2020 das Master-Studium in Journalismus & Neue Medien an der FHWien der WKW abschloss. Die ehemalige Puls24-Redakteurin leitet das Projekt redaktionell gemeinsam mit Martin Staudinger. »Mit dem neuen Wien-Newsletter wollen wir Wienerinnen und Wiener in der Früh mit Qualitätsjournalismus, aber auch mit Event-Tipps, urbanen Trends, Humor und Stadtgeschichten versorgen«, sagt FALTER-Chefredakteur Florian Klenk, der auch an der FHWien der WKW unterrichtet. ■



© APN/Internamanager

Jasmin Duregger (Greenpeace), Daniela Gissing und Teresa Melissa Pichler (ikp GmbH) jubelten bei der Verleihung des Staatspreises PR.



Televisionen vom Wohnen

Eine Immobilie einfach von zuhause aus besichtigen? Nikolai Krinner macht es mit seinem Unternehmen PicMyPlace möglich und trifft damit in Zeiten der Pandemie einen Nerv.

Text: Ulrike Moser

Wer auf Wohnungssuche ist, will seine künftige Bleibe möglichst genau unter die Lupe nehmen, bevor der Miet- oder Kaufvertrag unterschrieben wird. Ein oder mehrere Besichtigungstermine sind daher eine Selbstverständlichkeit. Bis zum ersten Lockdown vergangenen März, wo von heute auf morgen keinerlei Besichtigungen mehr möglich waren.

Digitalisierungsturbo

Gut, dass es findige Unternehmer wie Nikolai Krinner gibt, der mit seinem Start-up PicMyPlace schon lange eine passende Lösung in petto hatte: virtuelle Besichtigungen, die Kunden bequem von zuhause aus einen Rundum-Eindruck der Immobilie vermitteln. »Wir bieten diesen Service bereits seit unserer Gründung an, aber seit vergangenem März gehen die Aufträge durch die Decke«, freut

sich Krinner. Kein Wunder, denn die Corona-Pandemie erweist sich auch in der Immobilienbranche als Digitalisierungsturbo.

Das Prinzip ist denkbar einfach: Ohne dass der Makler anwesend sein muss, wird die Immobilie von Profis aus allen erdenklichen Blickwinkeln fotografiert. Auf Wunsch bearbeitet PicMyPlace die Bilder nach, etwa indem eine leere Wohnung virtuell möbliert wird. Am Computer entsteht dann Bild für Bild eine 360-Grad-Ansicht der Immobilie. 48 Stunden später ist der Rundgang via Link abrufbar: auf der Website, auf Plattformen oder Social-Media-Kanälen und Messenger-Diensten. Interessierte können bei einem Live-Call vom Makler virtuell durch die Immobilie geführt werden. Für Sandra Bauernfeind, geschäftsführende Gesellschafterin des Immobilienvermittlers EHL Wohnen, ein echtes Asset: »Dieses Tool hat uns im

ersten Lockdown die Arbeit ungeheuer erleichtert. Auch wenn nun wieder Besichtigungen möglich sind, kann man darauf nicht mehr verzichten.« Nicht nur für MaklerInnen, auch für InteressentInnen bedeutet die virtuelle Besichtigung eine enorme Zeit- und Ressourcenersparnis. Um die Branche von der Anwendung zu überzeugen, brauchte es aber erst eine Pandemie.

Vom Mentee zum Gründer

Sein Unternehmen gründete Krinner, Absolvent des berufsbegleitenden Bachelor- und Masterstudiengangs Immobilienwirtschaft an der FH Wien der WKW, bereits Ende 2016, als er im Rahmen des Mentoring-Programms seiner Studienrichtung auf den Immobilienexperten Roland Schmid traf. Der CEO der RS Group hatte sich als führender Anbieter von Online-Lösungen im Immobilienbereich einen Namen gemacht und war



Nikolai Krinner verbindet mit PicMyPlace sein Immobilien-Know-how mit seinem Sinn für Ästhetik.



»Online-Immobilienbesichtigungen sparen Interessenten und Maklern Zeit und Nerven.«

Nikolai Krinner



PicMyPlace sorgt dafür, dass sich Interessierte ein Bild von ihrer potenziellen Bleibe machen können.

gerade dabei, ein Tool für virtuelle Besichtigungen zu entwickeln. Krinner sprach den Mangel an professionellen Fotos und Visualisierungen in der Branche an, zwei Monate später machten die beiden Nägel mit Köpfen und gründeten unter dem Dach der RS Group PicMyPlace. Neben virtuellen Besichtigungen bietet man alles, was Makler bei der Darstellung einer Immobilie unterstützt: fotorealistische Visualisierungen von im Bau befindlichen oder Bestandsobjekten, virtuelles Homestaging, damit Kunden Raumproportionen dank Möblierung besser beurteilen können, Planzeichnungen und natürlich gelungene Fotos von Immobilien – bislang das am häufigsten nachgefragte Produkt.

Die Optik zählt

Schließlich belegen auch zahlreiche Studien, dass sich eine gelungene visuelle Darstellung von Immobilien durchaus im Vermittlungserfolg widerspiegelt: Inserate mit professionellen Bildern werden doppelt so oft angeklickt wie die Variante mit Amateurbildern und von InteressentInnen wesentlich häufiger angefragt. Das Potenzial erkennen mittlerweile immer mehr Immobilienanbieter. »Gerade bei schwierigen Grundrissen kann man

Kunden Gestaltungsmöglichkeiten aufzeigen. Generell vermitteln die Darstellungen, was man aus einer Immobilie machen kann«, sagt Richard Aigner, Academic Coordinator des Studienbereichs Real Estate Management an der FH Wien der WKW. Er geht davon aus, dass Visualisierungen in den kommenden Jahren noch eine weitaus größere Rolle in der Immobilienverwertung spielen werden. Nikolai Krinner's Überzeugung nach lässt sich mit gutem visuellen Marketing auch ein durchschnittliches Projekt verkaufen, doch »das beste Projekt ist ein Ladenhüter, wenn man damit kein Interesse weckt.« ■

SO BLEIBT IHRE IMMOBILIE EIN LADENHÜTER

Drei Tipps, wenn Sie die Wohnung eigentlich lieber selbst behalten wollen.

- › Großzügig und lichtdurchflutet? Fotografieren Sie Ihre Immobilie am besten in den Abendstunden und mit Blitz. So erhalten Ihre InteressentInnen gewiss keinen Eindruck von den Qualitäten des Objekts.
- › Kahle Räume machen sich doch gut in Architekturzeitschriften, daher sorgen Sie auf keinen Fall für Möblierung. Ein einladendes Sofa oder ein paar Pflanzen lenken nur vom Wesentlichen ab.
- › Details des Alltagslebens wie der Wäscheständer im Schlafzimmer, ein Handtuchknäuel am Badezimmerboden und die künstlerischen Meisterwerke des Nachwuchses an der Wand sorgen für eine besonders realitätsnahe Darstellung.

»Wenn man es jedem recht machen will, muss man Eisverkäufer werden«

Reden Frauen beim Fußballspielen zu viel? Sind Trainerinnen immer beste Freundinnen? Welche Klischees einen wahren Kern haben und wie man ein Team erfolgreich führt, verrät Irene Fuhrmann, die Trainerin des Frauen-Fußballnationalteams.

Text: Renate Süß

Wie ist oder wird man ein guter Coach?

Irene Fuhrmann: Wenn man den extrovertierten, emotionalen Jürgen Klopp mit dem ruhigen Carlo Ancelotti vergleicht: Das sind zwei konträre Typen, aber großartige Trainer. Es gibt also nicht DIE Eigenschaften, die ein Trainer braucht. Das Wichtigste ist, zu zeigen: Ich bin ich und ich bin, wie ich bin. Und ich werde auf keinen Fall versuchen, jemanden zu kopieren. Ich glaube, dass mich eine gewisse emotionale Intelligenz, eine gewisse Empathie auszeichnet. Ganz wichtig ist mir außerdem, klar zu kommunizieren, damit auch jeder und jede klare Erwartungen hat. Das gilt in Richtung der Spielerinnen genauso wie für den Betreuerstab. Dann braucht es

eine klare Kompetenzverteilung und natürlich Offenheit für Feedback.

Was ist die größte Herausforderung als Führungskraft für Sie?

Fuhrmann: Als der Betreuerstab größer wurde, musste ich lernen, zu delegieren und loszulassen. Aber dadurch, dass ich großes Vertrauen in meine Mitarbeiter habe, ist mir das sehr schnell gelungen.

Sie haben lange mit Dominik Thalhammer zusammengearbeitet.

Da nimmt man schon auch etwas mit, oder?

Fuhrmann: Natürlich! Die strategische Herangehensweise, die Detailarbeit: Da hat er mich extrem geprägt. Von Dominik Thalhammer habe ich

gelernt, wie wichtig eine fundierte Gegneranalyse ist. Ich mag es nicht, unvorbereitet zu sein. Das Betreuer-team schaut sich dazu meistens die letzten fünf Spiele eines Gegners auf Video an, bei schwierigen Spielen auch mehr. Für die Spielerinnen erstellen wir Matchpläne und machen 20-minütige Besprechungen. Da zeigen wir anhand von Schlüsselszenen, was der Gegner besonders gut macht, und bieten Lösungen an, wie wir dagegenhalten könnten.

Machen Sie Vorgaben, die zwingend umzusetzen sind?

Fuhrmann: Defensiv sind die Spielerinnen gefordert, sich eins zu eins an unsere Vorgaben zu halten, sonst funktioniert das System des Teams nicht. ▶



Offensiv gibt es mehr Freiräume, da geben wir ihnen Optionen und Werkzeuge an die Hand. Wir wollen, dass die Spielerinnen verstehen, was sie bewirken, wenn sie verschiedene Räume anlaufen, aber während des Spiels sollten sie im besten Fall darüber nicht mehr nachdenken müssen.

Wie gehen die Spielerinnen mit strategischen Neuerungen um?

Fuhrmann: Total offen, wenn man sie gut begründet. Und sie verlangen auch nach taktischen Vorgaben, sie wollen aber verstehen, warum wir was machen. Man darf vor lauter Taktik aber natürlich die Intuition nicht vergessen. Ich glaube, wir Frauen tendieren dazu, zu viel nachzudenken. Männer sind da oft intuitiver.

Sind Frauenmannschaften anders als Männerteams?

Fuhrmann: Da ich bislang nur Frauenteams trainiert habe, fehlt mir der Vergleich. Einer unserer Trainer, der bisher im Männerfußball gearbeitet hat, sagt immer, dass wir aufpassen müssen, nicht zu viel zu reden. Dass sich die Spielerinnen am Platz besprechen, kannte er vorher nicht. Die Männer, sagt er, wollen oftmals einfach nur spielen. Was ihn beeindruckt, ist, dass die Spielerinnen immer Vollgas geben. Beim Aufwärmen möchte er sie manchmal sogar bremsen.

Wie ist Ihre Faszination für den Fußball entstanden?

Fuhrmann: Mein älterer Bruder Peter hat mich immer in den Park mitgenommen. Wir haben im Käfig gekickt. Das war eine unbeschwertere Zeit, keiner hat gesagt, wie wir es machen müssen. Ich weiß nicht, ob ich genauso viel Spaß gehabt hätte, wenn ich als Kind oder Jugendliche in einem Verein gewesen wäre.

Sind Sie deshalb erst mit 19 einem Fußballverein beigetreten?

Fuhrmann: Ich bin einfach nicht auf die Idee gekommen, wir haben ja sowieso ständig gespielt. Schon in der Volksschule habe ich mit den Burschen auf den Ausflügen gekickt. Beim Turnunterricht sind die Burschen oft zu uns Mädchen rübergekommen und haben gefragt: Darf die Irene mit uns Fußball spielen? In der Schülerliga durfte ich als Mädchen damals allerdings nicht spielen. Die Burschen haben gesagt: Schneid dir die Haare ab, setz dir ein Kapperl auf, dann kriegt keiner mit, dass du ein Mädchen bist! Aber das wollte ich nicht.

Wie sind Sie letztlich zu einem Verein gekommen?

Fuhrmann: Die Fußball-Professorin im Sport-Studium auf der Schmelz hat nicht glauben können, dass ich bei keinem Verein spiele. Sie hat mir gesagt,

»Jede Entscheidung bringt mich weiter, auch eine falsche.«

Irene Fuhrmann

dass der USC Landhaus um die Meisterschaft mitspielt. Und da habe ich mir gedacht: Dann schaue ich dorthin. Dass ich das gemacht habe, war der erste Schlüsselpunkt meiner Karriere. Denn nur über den Verein konnte ich ins Nationalteam kommen – und über meinen Nationaltrainer, Ernst Weber, der mich 2008 gefragt hat, ob ich als Assistenz-Trainerin mitarbeiten will, hatte ich plötzlich einen Fuß im ÖFB. Dass ich meine Leidenschaft zum Beruf machen konnte, war also auch Zufall.

Ist es Ihnen schwergefallen, sich als Spielerin in eine Mannschaft zu integrieren?

Fuhrmann: Nein, diese acht Jahre waren eine extrem gute Zeit für mich. Zuerst hat man mich in den Sturm gesteckt. Ich hatte ja von Mannschaftsfußball

Presstermine sind Teil ihres Jobs, aber am liebsten arbeitet Fuhrmann mit den Spielerinnen auf dem Feld.



keine Ahnung. Aber ich war gut am Ball, also haben sie gesagt: Bring ihn nach vorn – und wenn du ihn verlierst, hast du zehn andere hinter dir. Kurz darauf wechselte ich ins zentrale Mittelfeld. Aber dazu musste ich lernen, was meine Aufgaben sind. Im Park gibt es keine Struktur, da rennst du einfach und spielst.

Sie sagen, Sie durften ins zentrale Mittelfeld. Ist es nicht normalerweise der Traum jeder Fußballerin, Stürmerin zu sein?

Fuhrmann: Weil ich immer auf sehr kleinem Feld gespielt hab, war mein Abschluss nicht so gut, dafür aber meine Technik. Wenn du auf engem Raum und ohne viele Regeln spielst, lernst du intuitiv, wie du Bälle verteidigst und Gegner überspielst. Du bekommst ein gutes Spielverständnis. Das waren meine Stärken, so habe ich es geschafft, ins Nationalteam zu kommen.

Wie integrieren Sie junge Talente in die Mannschaft?

Fuhrmann: Da ist die Truppe selbst extrem toll. Wir haben nicht den Star, der sich etwas herausnimmt. Die Spielerinnen schauen drauf, dass ihr Ich im Wir Platz hat. Dieses Gemeinschaftsgefühl ist einer der Gründe, warum ich den Job unbedingt machen wollte. Die Älteren holen die Jungen ins Boot. Wenn sehr junge Spielerinnen neu zum Team stoßen, muss man nämlich aufpassen, dass sie nicht vor Ehrfurcht erstarren, weil sie mit ihrem Vorbild trainieren dürfen. Und trotzdem soll die Leistung im Vordergrund stehen und sollen sich die Spielerinnen gegenseitig fordern und dadurch fördern.

Sie müssen auch enttäuschen – wenn beispielsweise eine Stammspielerin auf der Bank sitzt, weil sie nicht in Form ist ...

Fuhrmann: Das ist nicht leicht, das sind Persönlichkeiten, die sich einen Status erspielt haben. Da braucht es Einzelgespräche, um die Erwartungshaltung der Spielerinnen mit meinen Vorstellungen abzugleichen. Dann wissen die Spielerinnen, woran sie sind. Offene Kommunikation nimmt

viel an Konfliktpotenzial. Diesen Gesprächen muss ich mich stellen, das gehört zum Führen dazu. Wenn man es jedem recht machen will, muss man Eisverkäufer werden.

Sind Sie eher die freundschaftliche Führungskraft oder eher distanziert?

Fuhrmann: Ich bin zugänglich, wenn man mit mir sprechen möchte, aber ich schätze professionelle Distanz. Es ist ein Klischee, dass weibliche Trainer immer die besten Freundinnen der Spielerinnen sein wollen.

Sind Sie per Du oder per Sie mit den Spielerinnen?

Fuhrmann: Das ist unterschiedlich, aber mir nicht besonders wichtig. Ich nenne die Spielerinnen ja auch beim Vornamen – und das sind genauso erwachsene Frauen wie ich. Es geht darum, dass wir respektvoll miteinander umgehen.

Wie treffen Sie Ihre Entscheidungen?

Fuhrmann: Ich analysiere, habe meinen Betreuerstab, bei dem ich Meinungen einhole. Und ich höre auch auf mein Bauchgefühl. Aus all dem treffe ich eine Entscheidung. Und wenn man sie getroffen hat, muss man auch dazu stehen. Die Letztverantwortung zu haben, ist mein Job. Jede Entscheidung bringt mich weiter, auch eine falsche.

Wie viel ist Emotion, wie viel Analyse?

Fuhrmann: Klar ist Fußball mit starken Emotionen verbunden, und die erste subjektive Wahrnehmung während oder nach einem Spiel ist damit aufgeladen, aber dann geht es an die Analyse. Ich weiß gar nicht, wie man das früher ohne Video gemacht hat. Denn der erste Eindruck stimmt oft nicht. Ich gehe aus Spielen mit einem super Gefühl raus, in der Analyse relativiert sich das aber oftmals – und umgekehrt.

Wie gehen Sie mit Niederlagen um?

Fuhrmann: Das Schöne am Fußball ist, dass der Zufall immer mitspielt. Man muss ein Spiel auch einfach mal abhaken können. Wenn man bei der Analyse Schlechtes findet, muss

man dran arbeiten, aber man muss auch aufpassen, dass man sich nicht runterziehen lässt. Und man darf sich Dinge nicht schlechtreden lassen.

Wohin soll die Reise mit dem österreichischen Frauenfußball gehen?

Fuhrmann: Da gibt es noch viel zu tun. In der Liga haben wir noch keine hauptberuflichen Trainer, weil die Vereine die finanziellen Mittel dafür nicht haben. Wir müssen die Liga Step by Step professionalisieren. Dass wir jetzt einen Ligasponsor haben, hilft uns da natürlich enorm. Weiters ist es ganz wichtig, viel mehr Mädchen zum Fußball zu bringen.

Was sagen Sie jungen Mädchen: Warum ist Fußball ein großartiger Sport?

Fuhrmann: Man lernt, sich individuell durchzusetzen und ist doch Teil einer Mannschaft, spürt das Wir-Gefühl, das Miteinander. Das ist nicht nur extrem cool, man kann das auch ins Leben mitnehmen! ■

IRENE FUHRMANN

Die 40-Jährige ist seit Juli 2020 Teamchefin der Österreichischen Fußballnationalmannschaft der Frauen und die erste Frau in dieser Position. Nach ihrer Karriere als Spielerin (bis 2008) arbeitete sie als Co- und Nachwuchstrainerin beim ÖFB.





Skandinavischer Sundowner in der Aurora Rooftop Bar im 16. Stock.



Die Lobby ist der Arbeitsplatz von Elena Griebaum.

Schweben über dem Belvedere

Vor zwei Jahren eröffnete im hippen Wiener Sonnendviertel das Hotel Andaz: Zum Team des auf Stelzen ruhenden, topmodernen Hauses gehören auch einige AbsolventInnen der FHWien der WKW.

Text: Maya McKechney

Der Name »Andaz« ist Hindi und bedeutet »persönlicher Stil«: Das gleichnamige Hotel Andaz Vienna am Belvedere hinter dem neuen Wiener Hauptbahnhof wünscht sich genau diesen persönlichen Stil, den die Gäste, aber auch die MitarbeiterInnen ins Haus tragen sollen. Zu diesen MitarbeiterInnen zählt auch eine Handvoll AbsolventInnen der FHWien der WKW. So wie Elena Griebaum, die als Frontoffice Team Leader Ankommende in der weitläufigen Lobby begrüßt, oder Daniel



Daniel Rau, Chef de Partie im Andaz, hat nach einer Ausbildung zum Koch ein berufsbegleitendes Studium an der FHWien der WKW absolviert.

Rau, der als Chef de Partie im Hotelrestaurant Eugen 21 für das Wohl der Gäste sorgt.

Skandinavische Drinks im 16. Stock

Durch den gläsernen Eingangsbereich strömen die Gäste Richtung Aufzug, um im 16. Stockwerk skandinavisch inspirierte Drinks zu schlürfen und den Panoramablick in der Rooftop-Bar »Aurora« zu genießen. Von der Terrasse sieht man nicht nur das gegenüberliegende Museum der Moderne, das Belvedere 21, sondern auch



Architekt Renzo Piano ließ den Baukörper des Hotels schweben.

ein Meer von Baukränen dort, wo das hippe Sonnwendviertel entsteht, und auf der anderen Seite die Umrisse von Schloss Belvedere.

Elena Griebaum stieg gleich nach dem Studienabschluss an der FH Wien der WKW mit Schwerpunkt Internationales Hotelmanagement im Andaz ein. Das Hotel hatte damals, im April 2019, gerade erst eröffnet. Die »freundliche, familiäre Atmosphäre« gefiel ihr von Anfang an: »In der gehobenen Hotellerie ist es oft schwierig, aus alten oder »altmodischen« Gepflogenheiten auszubrechen«, sagt sie, hier aber war es gewünscht, den Gästen »mit ungezwungener Herzlichkeit« zu begegnen. Für ihren Kollegen Daniel Rau lag der Reiz dieses Arbeitsplatzes zudem darin, »einen Hotelbetrieb von Anfang an mitzuerleben« und dabei zu sein, wenn Strukturen und Organisation aufgebaut werden.

Leichtfüßige Architektur von Renzo Piano

Die Außenfassade des 303-Zimmer-Hotels, das zur Hyatt-Gruppe gehört, wurde übrigens vom italienischen Star-Architekten Renzo Piano ent-

worfen. Der schaffte es, das Gebäude auf einer Reihe filigraner Stahlstreben schweben zu lassen. Ein Pfahlbau des 21. Jahrhunderts, der wohlthuend aus der gleichförmigen Büroarchitektur der umliegenden Bauten heraussticht. Das Andaz ist eben anders, und sein Team freut sich, wenn nach Ende der Pandemie wieder viele Gäste durch die Lobby strömen. ■



Im Restaurant Eugen Corner arbeitet Daniel Rau als Koch.



Von einigen Zimmern blickt man direkt Richtung Belvedere.



Elena Griebaum stieg gleich nach ihrem Studiengang Tourismusmanagement mit Schwerpunkt International Hotel Management im Andaz ein.

Boni als Teil des Gehalts?

Im Management sind sie längst etabliert, aber immer häufiger trifft man sie auch bei »normalen« Angestellten: Sind variable Gehaltsbestandteile für einfache MitarbeiterInnen eine gute Sache oder nicht?

»Boni drücken Wertschätzung aus«

PRO. »Menschen reagieren stark auf Anreize. Das macht die Anreizentlohnung zu einem wirkungsvollen und, nicht überraschend, bereits etablierten Instrument der Unternehmenssteuerung. Die individuellen Ziele von MitarbeiterInnen weichen oftmals von denen der Unternehmensleitung ab. Die effektive Angleichung dieser Ziele stellt den wesentlichen Wert der Anreizentlohnung aus Sicht der Unternehmensleitung dar.

Über geeignete Boni wird ein an den Unternehmenszielen ausgerichtetes Verhalten erreicht und das Auftreten unerwünschter Verhaltensweisen verhindert, im Idealfall ohne extensive Überwachung. Boni können spezifisch auf die Gegebenheiten und Bedürfnisse des Unternehmens und der MitarbeiterInnen abgestimmt werden. Es ist möglich, individuelle oder Teamanreize zu setzen, aber auch die Koordination unterschiedlicher Unternehmensbereiche sicherzustellen. Das fördert die Motivation, Kooperation und verhindert Silodenken.

Auch aus Sicht der MitarbeiterInnen bringen Boni Vorteile. Sie artikulieren die Erwartungshaltung der Geschäftsleitung und bieten Orientierung zu den Prioritäten innerhalb des jeweiligen Tätigkeitsbereichs. Boni drücken auch Wertschätzung aus. Sie vermitteln, dass Leistung honoriert und nicht als selbstverständlich angesehen wird.« ■



Dr. Clemens Löffler ist Senior Researcher am Institute for Business Ethics and Sustainable Strategy (IBES) der FHWien der WKW. Einer seiner Forschungsschwerpunkte liegt im Bereich Anreizgestaltung.



Dr. Conrad Pramböck ist Gehaltsexperte und Geschäftsführer bei Upstyle Consulting. An der FHWien der WKW ist er als Lektor im Studienbereich Human Resources & Organization aktiv.

»Geld motiviert nur wenige«

CONTRA. »Außer im Vertrieb macht es keinen Sinn, Mitarbeiter mit einem finanziellen Bonus zu vergüten. In den meisten Fällen fällt es den Vorgesetzten schwer zu definieren, was die besondere Leistung sein soll, für die eine Extrazahlung gewährt wird. Im Vertrieb gibt es Umsätze und Deckungsbeiträge. Doch was ist die besondere Mehrleistung einer Controllerin, eines Buchhalters oder einer Recruiterin? Meinen Sie ernsthaft, eine Buchhalterin würde weniger Fehler machen, wenn sie dafür einen Bonus erhielte?

Lassen Sie uns gemeinsam den Irrglauben überwinden, dass die Mitarbeiterinnen zu faul wären, um vollen Einsatz zu zeigen, und dass man sie erst mit einem Bonus extra motivieren müsse. Im Gegenteil, die meisten Mitarbeiter wollen gar nicht im Rampenlicht stehen, haben keine Lust auf unnötigen Wettbewerb und sind einfach zufrieden, jeden Tag in der Arbeit ihre solide Leistung erbringen zu können.

Wer für jede Tätigkeit einen Bonus vergibt, verliert das Bewusstsein dafür, dass es andere Faktoren sind, die die Mitarbeiterinnen motivieren. Wahre Motivation entsteht nicht durch mehr Geld, sondern durch eine gute Dynamik im Team, durch ein »Danke« der Chefin oder einfach durch ein freundliches Lächeln des Geschäftsführers, wenn er einen »Guten Morgen« wünscht.« ■



Jetzt
reinhören!

Frisch. Knackig. Neu.

Der Ausbildungssender der FH Wien der WKW.

Hier finden Sie Radio Radieschen:

Frequenz 91.3. (Wien) | DAB+ (Wien, NÖ, Burgenland) | Podcast-Apps | radio-radieschen.at





24



12

INHALT

im fokus

Management by Fernbeziehung

Was beim Führen aus der Distanz zu beachten ist, damit es funktioniert. SEITE 2-7

geradeheraus SEITE 8

»Arbeiten die auch wirklich?«

Remote Führen als gelebte Praxis:
Zwei Führungskräfte geben Tipps. SEITE 10-11

Von Weitem witzig

Wie arbeiten die Rote Nasen Clowndoctors im Lockdown? Ein Blick hinter die Kulissen. SEITE 12-13

jenseits von währing

Auf ein Café an die Côte d'Azur

Evelyn Priesch wollte nur eine Auszeit nehmen, eröffnete dann aber ein Lokal. SEITE 16-17

erfolgsgeschichte

»Greenwashing machen wir nicht«

Kosima Kovar gründete mit 23 Jahren eine Agentur für nachhaltiges Marketing. SEITE 18-19

was macht eigentlich ...

... ein Financial Sales & Development Analyst?

Patrick Batka verrät, welche Aufgaben sich hinter diesem Jobtitel verbergen. SEITE 20

visionen

Televisionen vom Wohnen

Ein Wiener Immobilien-Start-up trifft in Zeiten der Pandemie einen Nerv. SEITE 22-23

dialog

»Wenn man es jedem recht machen will, muss man Eisverkäufer werden«

Irene Fuhrmann, die Trainerin des Frauen-Fußballnationalteams, im großen Interview. SEITE 24-27

wien & wir

Schweben über dem Belvedere

Das hippe Hotel Andaz und sein Team: gehoben, aber ungesteltzt. SEITE 28-29

pro & contra

Boni als Teil des Gehalts?

Zwei Meinungen zu variablen Gehaltsbestandteilen für einfache MitarbeiterInnen. SEITE 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, Tel.: 01/476 77-5731

Projektleitung: Martin Paul

Redaktion: Maya McKechney, Ulrike Moser, Eva Woska-Nimmervoll, Florian Streb, Renate Süß

Corporate Publishing: Egger & Lerch Corporate Publishing, velcom GmbH, www.egger-lerch.at; Gestaltung und Produktion: Elisabeth Ockermüller; Bildbearbeitung: Matthias Dorninger, Reinhard Lang

Coverfoto: Gettyimages/Miguel Navarro

Druck: Walstead Leykam Druck GmbH & Co KG, 7201 Neudörfel

