

# studio!

DAS MAGAZIN FÜR MANAGEMENT & KOMMUNIKATION DER FHWIEN DER WKW 04 | DEZEMBER 2020



Berufliche Orientierung im Spannungsfeld von Anspruch und Wirklichkeit: Was es mit dem Traumjob auf sich hat und warum wir arbeiten.

## WÜNSCH DIR WAS

### Wischen, klicken, matchen

Im Dating-Dschungel auf der Suche nach der Traumpartnerschaft.

### Der Geschichtenerzähler

Schokoladen-Innovator und Querdenker Josef Zotter über seinen Weg zum Erfolg.



Wunschbilder sind nicht in Stein gemeißelt. Welche Art beruflicher Tätigkeit erstrebenswert erscheint, verändert sich oft mit der konkreten Lebenssituation.



# JUKEBOX JOB: WÜNSCH DIR WAS!

Die Berufswelt ist vielfältig und ganz ähnlich verhält es sich mit den individuellen Ansprüchen an die Arbeit. Doch manchmal driften Wunsch und Wirklichkeit auseinander. studio! analysiert, was es mit Traumjobs auf sich hat und warum wir überhaupt arbeiten.

VON MASCHA K. HORNGACHER UND MICHAEL ROBAUSCH

**G**anz okay sollte der Job schon sein, immerhin verbringen wir einen Großteil unserer Lebenszeit damit. Ganz okay? Oder darf es doch ein bisschen mehr sein als reine Erwerbstätigkeit? Vor allem für jüngere Menschen hat sich der Zweck der Arbeit gewandelt: von sozialer Absicherung und dem Verdienen des Lebensunterhalts hin

zu Selbstverwirklichung und Identitätsstiftung. »Das Ideal der Selbstverwirklichung durch Erwerbsarbeit ist eine ziemlich neue Idee«, erklärt die Soziologin und Publizistin Laura Wiesböck. Sie forscht an der Universität Wien und erzählt: Vor ein oder zwei Generationen hielten die meisten Menschen den Zugang, ein Job müsse »Spaß machen« und eine Passion zum

Ausdruck bringen, für einen egoistischen Anspruch, den nur Privilegierte haben können. »Und es ist nicht ganz abzustreiten, dass das bis heute gilt. Denn wer hat schon die Freiheit und genießt den Luxus, die eigene Leidenschaft zum Beruf zu machen?«

Bemerkenswert in diesem Zusammenhang ist die heuer veröffentlichte OECD-Studie »Dream Jobs:



Illustratorin und FHWien-Alumna Martina Schachenhuber arbeitet an ihrem zweiten Buch.

Teenager's career aspirations and the future of work«. Daraus geht hervor, dass sich Jugendliche nach wie vor stark an traditionellen Berufsbildern orientieren. Etwa die Hälfte der befragten 15-Jährigen aus OECD-Ländern – 47 Prozent der Burschen und 53 Prozent der Mädchen – nannte auf die Frage nach dem Wunschberuf einen von nur zehn besonders bekannten Berufen. Damit hat sich die Fokussierung auf wenige Berufe seit einer ähnlichen Befragung aus dem Jahr 2000 sogar noch zugespitzt. Auch in Österreich lässt sich dieser Trend beobachten. Die Vielfalt der Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt bildet sich in der Vorstellungswelt junger Menschen nicht ab.

Eine weitere Erkenntnis: Nach wie vor differieren die Berufsvorstellungen zwischen den Geschlechtern deutlich. So interessierten sich männliche Jugendliche weit häufiger für einen Beruf im Bereich Naturwissenschaften oder Ingenieurwesen. Die weiblichen Teenager dagegen visierten häufiger eine berufliche Zukunft im Gesundheitswesen an, auch wenn sie in Mathematik und naturwissenschaftlichen Fächern ebenso gut abschnitten wie die Burschen.

Viele der genannten Berufe könnten außerdem schon bald nicht mehr zeitgemäß sein. Die OECD geht davon aus, dass 39 Prozent davon innerhalb der nächsten 15 Jahre durch Automatisierung wegzufallen drohen. Es wird also darauf ankommen, Schülerinnen und Schülern möglichst frühzeitig ein Bild vom Wandel auf dem Arbeitsmarkt, aber auch von dessen Diversität zu vermitteln.

#### Tun, was man liebt

Doch warum arbeiten Menschen überhaupt? »Ich wirke, also bin ich.« In dieser Aussage steckt das tief in uns verwurzelte Streben, in der Außenwelt etwas bewegen zu wollen. Das Tätigsein, das Hinarbeiten auf ein Ziel eröffnet einen Weg zur Selbstverwirklichung (siehe auch



Martina Schachenhuber fand den Weg aus der Logistikbranche zurück zu kreativer Arbeit.

**» MIT DEN KINDERN HAT SICH MEIN BLICK VERÄNDERT, ANDERE WERTIGKEITEN UND PRIORITÄTEN HABEN SICH ERGEBEN. «**

MARTINA SCHACHENHUBER

den Expertenkommentar von Rudolf Karazman auf Seite 6).

Martina Schachenhuber ist ein gutes Beispiel für diese Sichtweise. Bevor sie an der FHWien der WKW den Bachelor-Studiengang Marketing & Sales absolvierte, verbrachte Schachenhuber ein Jahr an der Wiener Kunstschule, um ihrer kreativen Neigung nachzugehen. Sie entschied sich dann jedoch für eine Ausbildung mit etwas mehr »Hand und Fuß«, wie sie schildert, bekam einen Studienplatz an der FHWien der WKW und wechselte nach ihrem Abschluss mit Erfolg in die Logistikbranche. Nach der Geburt ihres zweiten Kindes wurde ihr klar, dass sie den Job bei Henkel, der ständige Verfügbarkeit erforderte, nicht in Teilzeit bewerkstelligen konnte.

Ihre Idee, sich als Illustratorin selbstständig zu machen, war zu diesem Zeitpunkt bereits gereift. »Mit meinen Kindern kam ich wieder zur kreativen Arbeit zurück. Ich hatte so einen Spaß dabei und das, was ich mache, lässt sich auch herzeigen.« Zwei Jahre hatte sich Schachenhuber Zeit gegeben, um mit Kinderbuchprojekten ein Teilzeiteinkommen zu erwirtschaften. Dieses Ziel hat sie erreicht: Das erste Buch ist publiziert, das

zweite ist in Arbeit und dazwischen hat sie auch noch ihr drittes Kind bekommen.

Beim Stichwort Traumjob spricht die Alumna von Berufung, aber auch von Flexibilität: »Bei Henkel hatte ich auch einen Traumjob. Aber mit den Kindern hat sich mein Blick verändert, andere Wertigkeiten und Prioritäten haben sich ergeben.« Dass sie erst abends, wenn die Kinder im Bett sind, zeichnet, ist für sie kein Problem – sie fühlt sich dabei erfüllt.

### Die Gesetzmäßigkeiten bei Mensch und Arbeit

Was gute Arbeit ausmacht, lässt sich mit dem von Rudolf Karazman entwickelten humanökologischen Modell der Arbeit beschreiben. Es orientiert sich an den dort postulierten Gesetzmäßigkeiten bei Menschen und ihrer Arbeit: Hierbei handelt es sich um soziale, personale, psychische wie auch biologische Prinzipien. Wesentlich sind die drei Zielqualitäten Sinnfindung, soziale (Ein-)Beziehung und psychobiologische Verausgabung. Die beiden ersten Qualitäten sollten maximal ausgeprägt sein. Letztere, die psychobiologische Verausgabung, sollte im Optimum liegen. Das bedeutet, dass berufliche Anforderung und Arbeitsfähigkeit übereinstimmen.

Wer also Sinn in der Arbeit findet, ein klares Ziel hat und die Freiheit, den Weg selbst zu wählen, hat die besten Voraussetzungen dafür, seinen Job zu mögen. Soziologin Laura Wiesböck formuliert es so: »Do what you do and turn it into a passion if you can.«

### Das Gute am Scheitern

An Projekten zu arbeiten, die sinnvoll sind und Mehrwert für KonsumentInnen schaffen, das ist auch für den Alumnus der FHWien der WKW Constantin Simon wichtig. Nach seinem Abschluss des Bachelor-Studiengangs Unternehmensführung – Entrepreneurship absolvierte er ein internationales postgraduales Studium im Finanz- und Investmentbereich, danach mischte er in der Start-up-Szene mit und erfüllte sich damit seinen Wunsch nach beruflicher

Selbstständigkeit. Drei Start-ups in zehn Jahren hat er aufgebaut und durch alle Höhen und Tiefen geführt: Scarosso, ein exklusiver Online-Schuhhandel, NIXE Bier, eine Low-Carb-Biermarke, sowie ein Getränke-Lieferservice namens Die Lieferei. Aktuell ist Simon mit seiner Expertise bei Unit3 der IP Österreich gelandet, dem crossmedialen Vermarkter der Mediengruppe RTL. Hier unterstützt er Start-ups und KMUs, die erstmals den Massenmarkt adressieren, mittels TV-Kampagnen.

Aus seinen Erfahrungen weiß der Serial Entrepreneur, wie wichtig es ist, so schnell wie möglich aus Misserfolgen zu lernen und etwas besser zu

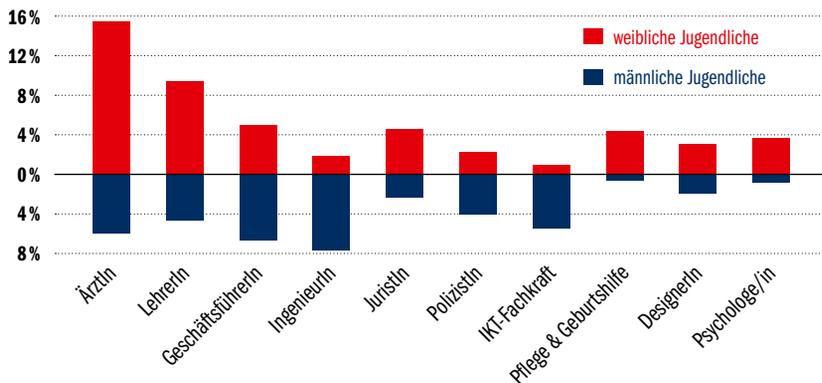


Plädiert für eine neue Kultur des Scheiterns: Gründer Constantin Simon.

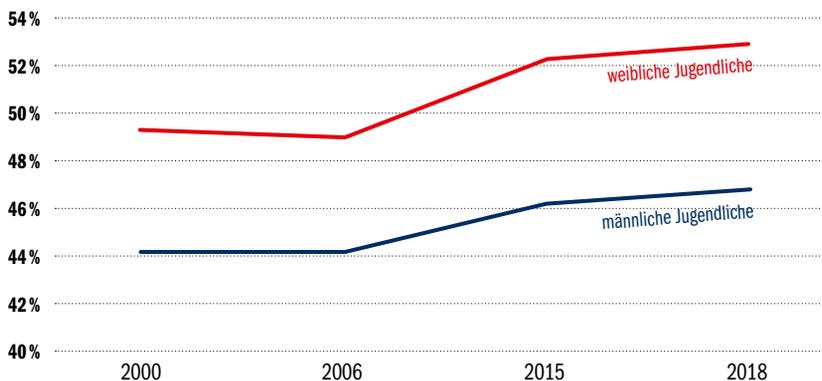
machen: »In Österreich ist berufliches Scheitern noch ein großes Problem, es gibt kaum eine Kultur des Scheiterns. Tatsache ist, es gibt Faktoren, die habe ich in der Hand. Andere liegen außerhalb meines Einflussbereichs, was im Start-up-Bereich sogar eher die Regel ist.« Er hat das Unverständnis dafür am eigenen Leib erfahren und ist überzeugt, dass Änderungen im Mindset und angepasste staatliche Strukturen zu mehr Innovationen führen würden. Denn statistisch gesehen haben UnternehmerInnen, die ein Risiko eingehen, etwas ausprobieren und scheitern, bei jedem weiteren Versuch eine höhere Erfolgswahrscheinlichkeit.

## WO JUGENDLICHE IHRE ZUKUNFT SEHEN

Am meisten verbreitete Berufsbilder unter 15-Jährigen



Anteil der 10 beliebtesten Berufe an allen genannten Berufen



Quelle: OECD/PISA

## DER SINN DES LEBENS ODER: WARUM ARBEITEN WIR?

Von Rudolf Karazman

»Arbeit... ist die erste Grundbedingung allen menschlichen Lebens, und zwar in einem solchen Grade, dass wir in gewissem Sinn sagen müssen: Sie hat den Menschen selbst geschaffen. Arbeit ist der Grund der Menschwerdung des Affen«, schreibt Friedrich Engels im Jahr 1876. Arbeit als Katalysator menschlicher Entwicklung: Damit entfaltet Engels auch den Reichtum der Darwinschen Evolutionstheorie. Es geht dabei nicht nur um die Selbstwerdung des Individuums, sondern der menschlichen Gesellschaft insgesamt. Denn:

Darwins »Struggle for Life« meint »Arbeiten um zu über-/leben«. Betrachten wir die zweite uns gut bekannte Aussage Darwins: »Survival of the Fittest«. Das bedeutet nicht »Überleben der Stärksten«, wie es oft verstanden wird. Denn »to fit« heißt vielmehr »gut zu irgendetwas passen/gut zusammenpassen«.

»Survival of the Fittest« bedeutet also »Überleben durch bestmögliches Zusammenpassen«. Evolution war immer Ko-Evolution im gemeinsamen »Struggle for Life«. Arbeit ist Zusammen-Arbeit, dass wir zusammenfinden und uns finden. Wenn wir arbeiten, arbeiten wir auch an uns selber – wir erarbeiten uns.

Produktivität leitet sich von *pro-ducere* ab und beschreibt Arbeit als ein Hin-Bringen eines inneren Potentials an eine Aufgabe. Durch das Wirken verWIRKlichen wir uns, indem wir bei der Arbeit Erfahrung, Kompetenz, Fähigkeit, Persönlichkeit entwickeln. Arbeit lässt uns Menschen die eigene Potentialität entwickeln und uns wachsen. Das ist der Sinn des Lebens: Mit-Mensch sein in und durch Zusammen-Arbeit.

Warum wir arbeiten, beantworten uns Kinder von klein auf: sie laufen, krabbeln, tun, greifen. Sie sind aktiv, um sich zu entwickeln durch das Be-greifen der Welt. Dazwischen ruhen sie. Kinder zeigen uns in ihrer ureigenen Art, wie sie in menschengerechter Arbeit mit Eltern und anderen er-Wachsen werden: Sie finden Sinn in Interessantem, Einbeziehung in Beziehungen und unternehmen Anstrengungen zum Aufbau von Körper und Psyche.

**Zur Person:** Der Psychotherapeut und Arbeitsmediziner Dr. Rudolf Karazman ist Gründer des IBG – Innovatives Betriebliches Gesundheitsmanagement, ein Beratungsunternehmen, das eine gesunde und nachhaltige Unternehmens- und Personalentwicklung fördert. Der Fokus gilt den Wechselwirkungen zwischen betrieblichem und persönlichem Wachstum. Das Ziel ist eine humane und wirtschaftliche Arbeitswelt.



### Nicht zu persönlich nehmen

Menschen, die ihre Leidenschaft zum Beruf gemacht haben, laufen Gefahr, Scheitern als persönliches Versagen zu sehen und nicht auch im System zu verorten, meint Laura Wiesböck. »Wird das Selbst im Job verwirklicht, dann fällt Kritik oder Ablehnung oft unmittelbar auf die eigene Person zurück.« Hinzu kommt die scheinbar unendliche Palette an Möglichkeiten, die zu Überforderung führen kann –

»WENN MAN ETWAS GERN MACHT, DANN SOLLTE MAN NIE DEN EINGESCHLAGENEN WEG VERLASSEN.« EVA-MARIA HELLER

die andere Seite der Medaille eines an Optionen reichen Arbeitsmarktes. »Die Menschen«, so Wiesböck weiter, »leiden heute an den Defiziten ihrer eigenen Persönlichkeit, während vor hundert Jahren eher die unterdrückten Zustände in der Gesellschaft für Leid verantwortlich waren.« Diese Erkenntnis könnte in manch schwieriger beruflicher Situation relativierend wirken, denn auch heute agieren wir in einem System, an dem wir scheitern können.

### Wunsch versus Wirklichkeit

Als klassischen Jobhopper bezeichnet sich Eva-Maria Heller. Doch betrachtet man ihren beruflichen Werdegang, begegnen zwei Bereiche immer wieder: die Hotellerie und Schmuck. Diese führen auch zu ihren Wurzeln: Die Familie führte über Generationen ein Traditionsgasthaus mitten in Klagenfurt und der Vater war Uhrmacher und Juwelier. Bereits als Kind wusste Heller, dass sie sich selbstständig machen möchte, in einer Nische, die ihr Spaß macht. Das MODUL, die Tourismusschule der Wirtschaftskammer Wien, war eine gute Basis, auch wenn sie nach ihrem Abschluss nicht direkt in der Gastronomie tätig war. Stattdessen folgten Jobs in den Bereichen Produktmanagement, Werbung und Marketing.

2009 wurde sie während der Nachwehen der Wirtschaftskrise gekündigt.

In Eva-Maria Hellers Gold- und Silberschmiede wird Altes repariert und Neues kreiert.



Sie erzählt von einer schwierigen Zeit, da sie den Job sehr geliebt hatte. Es ging zurück in die Hotellerie, danach in den Außendienst, dann bekam Heller zwei Söhne und landete als Mutter und Hausfrau in Bad Blumau. Auf der Suche nach etwas Abwechslung wurde sie auf der Nachfolgebörse der Wirtschaftskammer fündig und stieß auf einen Gold- und Silberschmiedebetrieb in Graz. Im Oktober 2015 entschloss sie sich zur Übernahme. »Mein Wunsch war, ein Unternehmen mit bestehendem Kundenstock weiterzuführen und das Niveau von Service und Beratung hoch zu halten – und das mit meinen Kids vereinbaren zu können.«

Die ersten Jahre, erzählt Eva-Maria Heller, waren keine Ernte-, sondern Lehrjahre. Neben dem bestehenden Sortiment an Gold- und Silberschmuck sowie Silberaccessoires entwickelte sie gemeinsam mit ihrem Goldschmied auch neue Schmuckstücke. Silbergegenstände werden von Hand repariert oder restauriert. Sie hat ihre Nische gefunden, die ihr Spaß macht. »Wenn man etwas gern macht, dann sollte man nie den eingeschlagenen Weg verlassen«, rät Heller, der Erfolg werde sich einstellen.

#### Der Traum, von zu Hause aus zu arbeiten

Wie Wunsch und Wirklichkeit im Job auseinanderdriften können, hat sich in diesem Jahr beim Thema Homeoffice gezeigt. In der Corona-Pandemie haben viele Menschen erstmals die Erfahrung gemacht, von zu Hause aus zu arbeiten. Zum einen stellte das den Sinn von klassischer Präsenzarbeit in Frage, da dank der Digitalisierung Homeoffice in vielen Bereichen gut möglich ist. Zum anderen zeigten sich aber Schattenseiten dieser Arbeitsform. Schwierigkeiten sieht der Soziologieprofessor Jörg Flecker von der Universität Wien in einem Interview mit dem »Standard« in mehrfacher Hinsicht: sei es die zu kleine Wohnung, mangelnde technische Infrastruktur, Defizite hinsichtlich digitaler Fertigkeiten oder Überforderung, was die Fähigkeit zur Selbstorganisation betrifft.

Dass nicht jeder fürs Homeoffice geschaffen ist, weiß auch Nancy P. Rothbard, Managementprofessorin an der University of Pennsylvania. Sie spricht in diesem Zusammenhang von zwei Typen von Menschen: Integrierer und Segmentierer. Erstere tendieren dazu, die Grenzen zwischen Arbeit und Familie zu verwischen, Letztere



Eva-Maria Heller hat es geschafft, Familie und berufliche Erfüllung unter einen Hut zu bekommen.

wiederum wollen die Trennung dieser Bereiche aufrechterhalten. Um produktiv im Homeoffice arbeiten zu können, brauchen beide Typen unterschiedliche Strategien. Ausschlaggebend sind dabei die Dimensionen Zeit und Raum: Wie wird die Zeit geplant und wie der zur Verfügung stehende Raum genutzt?

Individuelle Lösungen sollen laut Rothbard zum Wohlfühl beitragen und die Konzentrationsfähigkeit fördern. Routinen können helfen, die beste Leistung zu erbringen.

Wir leben im und mit dem Wandel und manchmal verändert sich etwas schneller als gewünscht. Veränderungen eröffnen Chancen, sowohl von außen angestoßene als auch solche, die im Inneren gereift sind. Menschen, die solche Chancen ergreifen, finden mitunter ihren Traumjob – oder schaffen es zumindest besser als früher, Wunsch und Wirklichkeit beim Thema Arbeit zu vereinbaren. ■



**Michael Heritsch**  
CEO der FHWien  
der WKW

## VON GROSSEN UND KLEINEN WÜNSCHEN

Eine entspannte Kaffeepause mit den KollegInnen. Außer Haus gehen, ohne an den Mund-Nasen-Schutz denken zu müssen. Einen lieben Menschen umarmen. Klingt fast utopisch, oder? 2020 hat neue Maßstäbe gesetzt für das, was wir normal finden, und für das, was wir uns wünschen und herbeisehnen. Unter dieser Prämisse haben wir das aktuelle studio! geplant und gestaltet.

Zum Beispiel Homeoffice: Das galt für ArbeitnehmerInnen lange Zeit als Benefit. Bis zum Lockdown im Frühjahr, der viele Organisationen dazu zwang, ihre diesbezüglichen Regelungen auf den Kopf zu stellen. Nun, mit einem Dreivierteljahr Corona-Pandemie in den Knochen, stellt sich die Frage: Wie attraktiv ist Homeoffice noch, wie groß ist die Sehnsucht nach der Büro-Normalität? Und, grundsätzlicher betrachtet: Was macht einen Traumjob aus und wie wichtig ist es überhaupt für uns, einer bezahlten Arbeit nachzugehen? Diesen und ähnlichen Fragen widmet sich die Coverstory des aktuellen studio! (Seite 2 – 7).

Josef Zotter hat seinen Traumjob fraglos gefunden. Der bekannte steirische Chocolatier gibt im großen Interview (Seite 16 – 19) Auskunft darüber, was ihn antreibt, was wir aus der coronabedingten Wirtschaftskrise lernen können und warum es in Österreich lange Zeit kaum gute Schokolade gab. Sein Rat an alle, die auf beruflicher Sinnsuche sind: »Vergesst alles und denkt es neu!«

Zum Glück geht es im Leben aber nicht immer nur um berufliche Wünsche. Die Art und Weise, wie Menschen ihre PartnerInnen finden, hat sich in den vergangenen Jahren radikal gewandelt. Das Internet ist die klare Nummer eins unter den »Orten«, an denen Liebessuchende fündig werden. studio! gibt Orientierung im Dschungel der verschiedenen Plattformen – und hat außerdem eine Frau getroffen, die hauptberuflich »Kupplerin« ist. Ganz und gar offline (Seite 10 – 13).

Zum Schluss noch etwas Praktisches: Sie möchten zu Weihnachten besondere Wünsche erfüllen, wissen aber nicht wie? Die studio!-Redaktion hat auf den Seiten 26 und 27 Tipps für Geschenke materieller und immaterieller Natur gesammelt.

Bleibt mir noch zu wünschen, dass Sie gesund durch die Feiertage kommen – und möge Ihnen 2021 alles bringen, was Sie sich ersehnen!

**Ihr Michael Heritsch**

# Praktisch ist auch theoretisch am besten.



## 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. Mehr zu unseren Bachelor- und Master-Studiengängen sowie zu unseren Weiterbildungs-Studien finden Sie hier: [www.fh-wien.ac.at](http://www.fh-wien.ac.at)

## DIE PRAXIS STUDIERN.



Fachhochschule für  
Management & Kommunikation



# DER (NEUE) WEG ZUM LIEBESGLÜCK

Wischen, klicken, matchen: Wie erfüllt sich heutzutage der Wunsch nach der großen Liebe/einer Partnerschaft? Die Möglichkeiten sind schier unbegrenzt – und gerade deshalb ist die Suche oft nicht einfach. studio! hat einen Blick in den Dating-Dschungel geworfen – von Tinder über diverse Bezahl-Onlineplattformen bis hin zum professionellen Offline-Matchmaking.

VON KRISTINA SCHUBERT-ZSILAVECZ

**R**und ein Drittel der ÖsterreicherInnen ist Single. Von den 1,7 Millionen Menschen ohne festen Partner geben laut einer Erhebung der Online-Partneragentur ElitePartner acht von zehn Personen an, einer neuen Liebe nicht abgeneigt zu sein. Doch wie findet man im Jahr 2020 den Traummann oder die Traumfrau?

Das Internet ist bereits seit Jahren die klare Nummer eins, wenn es ums Kennenlernen geht. Haben sich 2001 erst ein Prozent der ÖsterreicherInnen online verliebt, waren es 15 Jahre später bereits 25 Prozent – damit haben Online-Datingplattformen inzwischen die klassischen Kennenlern-Aktivitäten und -Orte wie Fortgehen, Treffen mit FreundInnen oder den Arbeitsplatz abgelöst. »Als Parship 2002 nach Österreich gekommen ist, war das etwas ganz Exotisches, man hat teilweise nur hinter vorgehaltener Hand verraten, dass man online auf Partnersuche ist«, erzählt Caroline Erb, Psychologin bei der Online-Partnervermittlung Parship. Online-Dating galt quasi als letzte Chance

für die »Unvermittelbaren«. Heute kennt jeder in seinem Freundes- und Bekanntenkreis mindestens ein Paar, das sich online kennengelernt hat. Die virtuelle Partnersuche ist also in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Egal ob männlich oder weiblich, Stadt- oder LandbewohnerIn, jung oder alt: Die meisten Singles finden sich früher oder später auf einer Online-Datingplattform wieder – und sei es nur zum Ausprobieren.

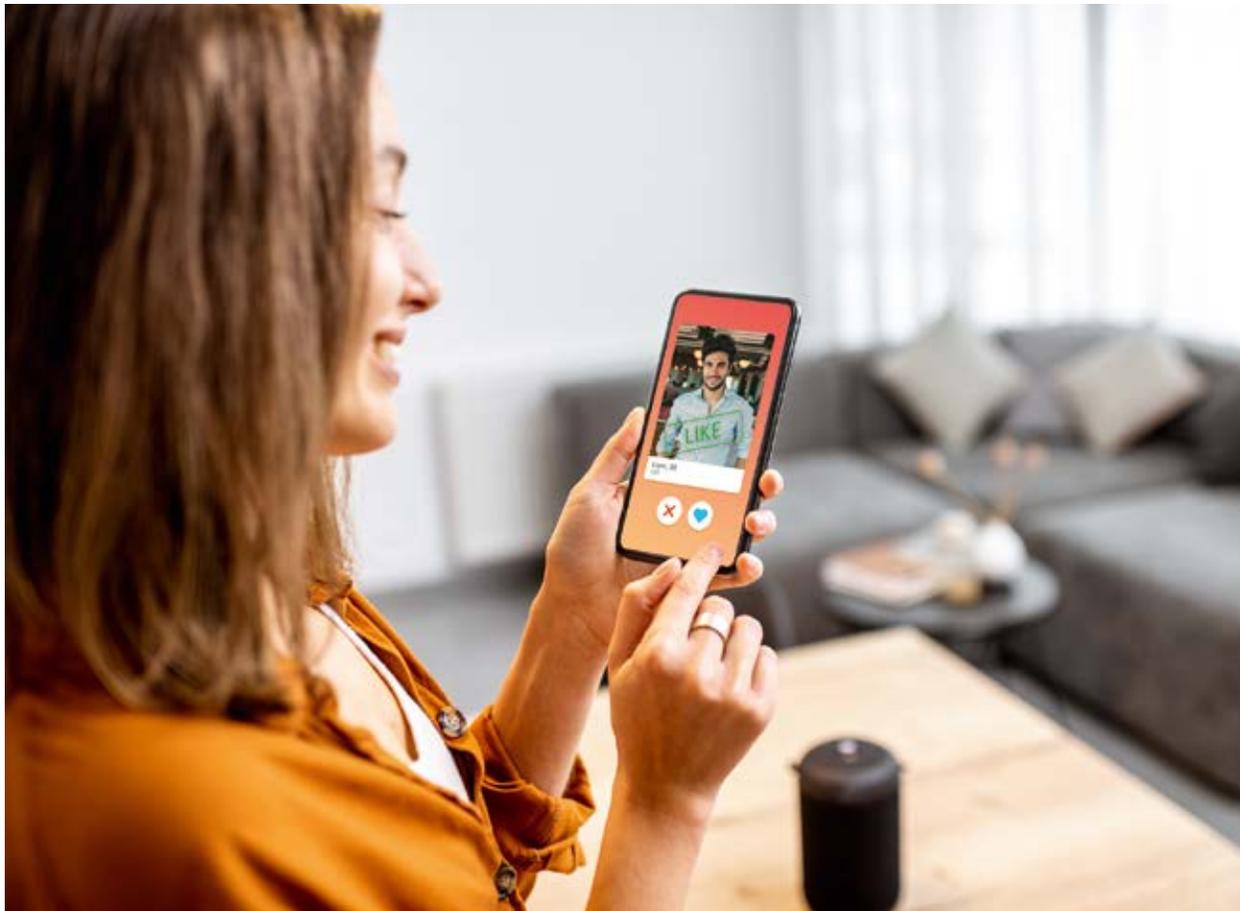
#### **Apps und Portale für alle Bedürfnisse**

Mit der Entscheidung für die virtuelle Suche nach dem/der TraumpartnerIn beginnt aber schon die Qual der

**» DIE VIRTUELLE PARTNERSUCHE IST IN DER MITTE DER GESELLSCHAFT ANGEKOMMEN. «** CAROLINE ERB

Wahl: Welche App, welcher Anbieter soll es sein? Will man kostenpflichtige oder kostenlose Dienste nützen? Und was ist eigentlich seriös? In Österreich ist Parship der Platzhirsch unter den Online-Partnerportalen. »Den Erfolg von Parship macht aus, dass man effizient und zielgerichtet jemand Passenden für eine langfristige Partnerschaft finden kann«, fasst Psychologin Erb zusammen. Gerade die Hauptzielgruppe im Alter von 28 bis 55 Jahren sei oft sehr ausgelastet mit Job, Kindern oder anderen Verpflichtungen – da bleibe wenig Zeit für Ausgehen und Leute-Kennenlernen. Ein weiterer Vorteil der Online-Suche sei, dass man auf Gleichgesinnte trifft, also auf Leute, die ebenfalls auf der Suche sind.

Zu Beginn werden bei Parship mittels eines psychologischen Tests Eigenschaften, Wertvorstellungen und Verhaltensmerkmale, die eine Partnerschaft begünstigen oder erschweren können, erfasst. Anhand des Ergebnisses bekommt der zahlende Kunde bzw. die zahlende Kundin dann passende Partnervorschläge, mit denen man per



Bereits jede und jeder vierte Single in Österreich lernt seine bzw. ihre neue Beziehung online kennen.

Chat oder Video ins Gespräch kommen kann. »Die Registrierung und der Test sind der erste Schritt. Dann liegt es an einem selbst, dass man aktiv Leute anschreibt und Leute trifft«, so Erb. »Verlieben muss man sich schon selbst.« Die Erfolgsquote liegt laut Eigenaussage des Unternehmens immerhin bei 38 Prozent.

#### Ein Wischen zum Traumprinzen

Wer sich lieber unverbindlich und kostenlos online kennenlernen will, kann aus einer Vielzahl an Apps wählen. Die bei weitem beliebteste Dating-App ist Tinder: Sie ist in 190 Ländern und mehr als 40 Sprachen verfügbar und wurde weltweit bereits über 340 Millionen Mal installiert. In Österreich ist sie vor allem bei den 18- bis 34-Jährigen populär. Tinder basiert darauf, dass NutzerInnen Personen in ihrer Nähe präsentiert werden, die laut einem Algorithmus zu ihnen passen. Bei Nichtgefallen »swipt« man nach links. Wer die Person kennenlernen will, wischt nach rechts. Machen das beide NutzerInnen, ergibt es ein Match, und man kann miteinander

chatten und sich kennenlernen. Ob Partner fürs Leben, schneller Sex oder Kurzzeitbeziehung – auf Flirt-Portalen wie Tinder, OkCupid, Lovoo oder Badoo gilt: alles kann, nichts muss.

#### Wirtschaftsfaktor Online-Dating

Online-Dating ist zum Wirtschaftsfaktor geworden: Die US-amerikanische Match Group, zu der neben Tinder auch andere Dating-Dienste gehören, machte 2018 einen Umsatz von 1,7 Milliarden US-Dollar. Das deutsche Unternehmen Parship weist laut letzten verfügbaren Zahlen einen Umsatz von 117 Millionen Euro aus. In Österreich sind laut dem Internet-Portal singleboersen-vergleich.at 1.150.000 Menschen bei zumindest einer Online-Partnerbörse registriert. Im Jahr 2018 haben sie der heimischen Online-Dating-Industrie einen Umsatz von 18,4 Millionen Euro für Mitgliedschaften und Premium-Versionen beschert. Die Einnahmen anderer Unternehmen sind da noch nicht eingerechnet. So profitiert die Gastronomie von Getränke- und Essenseinladungen bei den Dates.



Parship-Psychologin Caroline Erb rät dazu, sich an einem bestimmten Punkt zu einer Person zu bekennen und nicht ständig weiter zu zappen.

#### Um die Ecke wartet noch was Besseres

Doch was macht das Wischen und Wählen nach Katalog mit den Suchenden selbst? Die Anzahl an potenziellen PartnerInnen ist im Netz schier endlos, ein Wischen und das nächste Profil erscheint am Screen. Die dänische Sexologin und TV-Moderatorin Ann-Marlene Henning spricht in diesem Zusammenhang bereits von einer Wegwerfmentalität beim Thema Beziehungen: »Viele Singles denken: Es gibt bestimmt noch was Besseres – und kommen nie wirklich an.« Henning geht sogar so weit, Apps wie Tinder nur Menschen mit gutem Selbstwertgefühl zu empfehlen: »Im Netz gibt es immer Nachschub, deshalb ist die Wahrscheinlichkeit, abgelehnt zu werden, extrem hoch. Damit muss man klarkommen.«

Auch Psychologin Caroline Erb weiß um die Fallen des Online-Datings: »Manche zappen immer weiter nach dem vermeintlichen Optimum. Aber es ist wichtig, sich an einem Punkt auch mal zu bekennen und die Suche zu beenden. Wir spüren eine große Sehnsucht der Menschen nach

langfristigem Glück, aber man muss es halt auch wagen, sich auf jemanden einzulassen.«

Im Umgang mit Ablehnung oder Niederlagen rät die Parship-Expertin: »Im Zweifelsfall lieber mal eine Pause machen. Man darf sich selbst psychisch nicht übernehmen, der Austausch mit anderen ist wichtig.«

**Handverlesenes Matchmaking**

Eine ganz andere Art des Kennenlernens verspricht die Agentur von Eva Kinauer-Bechter. Die gebürtige

Vorarlbergerin betreibt seit mehr als 20 Jahren eine Partnervermittlungsgesellschaft in Wien – Zielgruppe ist »die Elite unseres Landes«. Zu ihr kommen Singles aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft – österreichische und aus den deutschsprachigen Nachbarländern.

Im Gegensatz zu Online-Partnerbörsen vermittelt Kinauer-Bechter persönlich: Dadurch gäbe es keine falschen Angaben zur eigenen Person oder uralte Fotos, sondern nur echte, überprüfte Informationen. »Anhand

eines drei- bis vierstündigen Interviews erstelle ich ein Persönlichkeitsprofil des Suchenden sowie ein Anforderungsprofil an den Partner. Ich garantiere mit meinem Namen, dass die Person genau so ist, wie das Profil ist – das stimmt eins zu eins überein«, beschreibt Kinauer-Bechter den Vermittlungsprozess. »Danach finde ich heraus, welcher Partner am besten passt, und lasse beiden die anonymisierten Partnervorschläge zukommen. Wenn beide einverstanden sind, koordiniere ich das erste Kennenlernen, bei dem ich dabei bin.« Die Partnervermittlerin stellt die beiden einander vor und lässt sie nach einem gemeinsamen Aperitif bei einem Abendessen allein. Am nächsten Tag geben sie getrennt voneinander telefonisches Feedback und dann, nach ein paar Treffen, folgt die finale Antwort, ob es geklappt hat. Oft schaffe sie bereits beim ersten Mal, dass die Schmetterlinge fliegen, sagt die professionelle Kupplerin. Erfolg bedeutet für sie, wenn daraus glückliche und stabile Partnerschaften entstehen. Die Erfolgsquote von Kinauer-Bechter liegt nach eigenen Angaben bei weit über 50 Prozent.

## WELCHE EIGENSCHAFTEN SOLL DER/DIE TRAUMPARTNERIN HABEN?

423 österreichische Singles, 18-69 Jahre, Dezember 2017

Humor, eine positive Lebenseinstellung und Bildung finden die heimischen Singles bei potenziellen PartnerInnen besonders ansprechend. Männer wünschen sich zudem Zärtlichkeit, Frauen legen großen Wert auf selbstständige Männer, die Halt und Sicherheit geben.



» WENN ICH SELBST NICHT MEGHAN MARKLE BIN, WERDE ICH AUCH KEINEN PRINZ HARRY TREFFEN. « EVA KINAUER-BECHTER

**Wunsch versus Realität**

Die Suche nach dem Lebenspartner scheitert oft an unrealistischen Ansprüchen, weiß die Partnervermittlerin: »Wenn ich selbst nicht Meghan Markle bin, werde ich auch keinen Prinz Harry treffen.« Und sie hinterfragt auch Mythen: »Ich bin nicht der Meinung, dass sich unendlich viele Gegensätze anziehen, das verbraucht viel Energie im Alltag, um auf gleich zu kommen. Gewisse Dinge sollten auf Augenhöhe und in Übereinstimmung sein, das erleichtert dir das Leben massiv.«

Psychologin Caroline Erb rät dazu, den Kopf nicht zu sehr einzuschalten, sondern sich auf den Moment einzulassen. Auf die Frage, ob Männer

Quelle: Parship Studie 2018

FOTOS: PRIVAT, GETTY IMAGES

Das persönliche Treffen ist immer noch ausschlaggebend – egal, ob die Kontaktabahnung online oder offline erfolgte.

oder Frauen anspruchsvoller in der Partnerwahl seien, antwortet sie: »Aus Studien wissen wir, dass Frauen sich als anspruchsvoller bezeichnen. Sie achten mehr auf Manieren, Rechtschreibung, Grammatik. Wenn einer beim Schreiben nur auf Copy und Paste drückt, überzeugt das nicht, Frauen wollen exklusiv angesprochen werden.«

Männer würden sich nach Ende einer Beziehung wesentlich schneller wieder binden und eher Kompromisse eingehen als Frauen. Frauen hingegen kommen als Singles besser klar: Studien zeigen, dass alleinstehende Frauen mehr unternehmen und mehr FreundInnen haben als Frauen mit Partner. Bei Männern ist es genau umgekehrt – Männer ohne Partnerin unternehmen wesentlich weniger.

Laut ElitePartner sind Männer bei der Partnersuche deutlich aktiver als Frauen. Ausschau halten Erstere klassisch beim Ausgehen in einer Bar oder einem Club (60 Prozent) beziehungsweise im Internet (50 Prozent). Frauen wollen hingegen »ganz einfach vom Traummann gefunden werden«. 40 Prozent der Befragten hoffen auf eine zufällige Begegnung mit dem Zukünftigen, wenn sie gerade unterwegs sind. Mehr als jede dritte Singlefrau erwartet demnach, dass der nächste Partner im Museum (37 Prozent), Supermarkt (36 Prozent) oder beim Kochkurs (32 Prozent) auftaucht.

#### Liebe in Zeiten von Corona

Die Corona-Pandemie habe den Wunsch nach einer Partnerschaft übrigens verstärkt, beobachtet Liebes-Expertin Kinauer-Bechter: »Das eigene Zuhause und glückliche Partnerschaften haben einen neuen Stellenwert bekommen. Für Singles ist das jetzt ein Riesenthema.«

Einschränkungen bei Urlaub, Ausgehen und Arbeiten im Büro haben



Eva Kinauer-Bechter setzt seit vielen Jahren auf handverlesenes Matchmaking – und das mit Erfolg.

dazu geführt, dass die Zahlen der Online-Datingplattformen ab März 2020 rapide nach oben gingen: Tinder, Bumble und auch Parship verzeichnen seit Beginn der Ausgangsbeschränkungen deutlich mehr Nutzeraktivitäten als zuvor: Die täglichen Tinder-Unterhaltungen sind weltweit um 20 Prozent gestiegen, rund ein Fünftel der Parship-NutzerInnen verbringt mehr Zeit auf der Plattform, und Bumble verzeichnete Ende März einen 77-prozentigen Anstieg der Videoanrufe.

Paar- und Sexualtherapeutin Henning hat angesichts der Herausforderungen, die Corona für Liebe und Beziehungen bringen kann, sogar einen eigenen Podcast ins Leben gerufen: »Corona und die Liebe« ist ein mehrteiliger Podcast mit vielen heiteren und ernsthaften Gesprächen rund um Partnerschaft, Zusammenleben, Einsamkeit und Sexualität. Sie macht deutlich: Corona ist eine Herausforderung für alle – egal, ob Single, in Beziehung oder Therapeutin. Und die Liebe sowieso. ■

## DIE DIGITALE FUNDGRUBE

Für jeden Topf der passende Deckel – im Netz gibt es Singlebörsen für alle Wünsche, Vorlieben und Orientierungen. Das Spektrum reicht von Plattformen für religiöse Singles über Spezialisten für die internationale Partnersuche bis hin zu Communities für besondere erotische Vorlieben. Die wichtigsten Themen bei den Nischen-Anbietern sind:

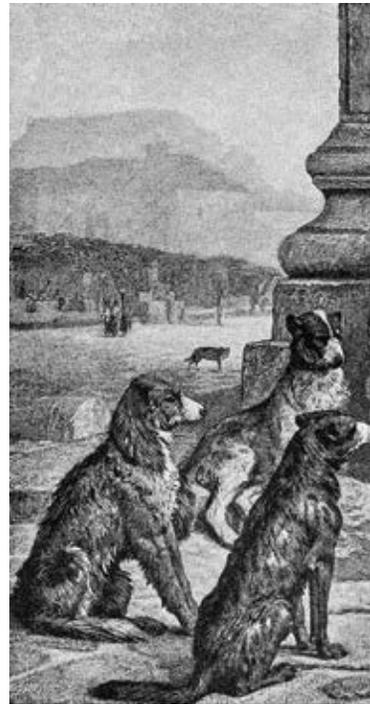
- Generation 50plus
- Sexuelle Orientierung (schwul/lesbisch, Swinger, BDSM, Fetisch ...)
- Internationale Partnersuche (Osteuropa, Asien ...)
- Alternative, religiöse oder spirituelle Ausrichtung
- Altersunterschied (Cougar-Dating, Sugardaddy/Sugarbabe)

Der höchste Umsatz wird beim Gay-Dating und im Bereich der Osteuropa-Partnersuche erzielt. (Quelle: singleboersen-vergleich.at)

# WO DIE WÜNSCHE WOHNEN

Von der amerikanischen Psychologie des 20. Jahrhunderts über die zeitgenössische australische Ratgeberliteratur bis zu den alten Griechen: studio! unternimmt eine Reise durch das vielfältige Land der Wünsche.

VON ANDREA HEIGL



**H**ätten Wünsche ein Zuhause, es hätte möglicherweise die Form einer Pyramide. Das Modell des amerikanischen Psychologen Abraham Maslow ist die wohl bekannteste und vor allem in den Wirtschaftswissenschaften am häufigsten verwendete Veranschaulichung unserer Bedürfnisse. Maslow ging davon aus, dass diese nicht bloß koexistieren, sondern aufeinander aufbauen: Ganz unten liegen demnach die existenziellen Bedürfnisse wie Atmung, Schlaf und Nahrung. Sind diese

befriedigt, folgt als nächste Ebene die Sicherheit – körperlich, seelisch, aber auch die Absicherung der Existenz. Darauf wiederum setzt das Bedürfnis nach sozialen Beziehungen auf.

Wir nähern uns der Spitze der Pyramide: Hier sind die Individualbedürfnisse wie Erfolg, Wertschätzung und Freiheit angesiedelt. Und wer auch das abhaken kann, gelangt ganz nach oben: zur Selbstverwirklichung. Die Erkenntnisse aus der Maslowschen Theorie nutzen nicht zuletzt PersonalentwicklerInnen für ihre Arbeit. »Für eine zielorientierte Verhaltenssteuerung der Mitarbeiter ist die Erkenntnis über individuelle Zielvorstellungen von zentraler Bedeutung«, hält dazu etwa das Gabler Wirtschaftslexikon fest. Anerkennung und Wertschätzung sind die wichtigsten Instrumente, um Menschen beim Erklimmen der Pyramide zu fördern.

Die Realität ist freilich vielschichtiger als das Maslowsche Modell. Was wir uns wünschen, wonach wir streben, darauf finden wir – jenseits

der existenziellen Bedürfnisse – selbst nicht immer eine eindeutige Antwort. Da kann es helfen, Menschen zuzuhören, die auf ihr Leben zurückblicken. Die australische Palliativpflegerin Bronnie Ware hat das getan und ihre Erfahrungen in dem Buch »Top Five Regrets of the Dying« aufgeschrieben.

## So simpel wie aufrüttelnd ...

Die Erkenntnisse der Sterbenden sind so simpel wie aufrüttelnd: Ich wünschte, ich hätte mir erlaubt, glücklicher zu sein. Ich wünschte, ich wäre mit meinen FreundInnen in Kontakt geblieben. Ich wünschte, ich hätte den Mut gehabt, meine Gefühle zu zeigen. Ich wünschte, ich hätte nicht so viel gearbeitet. Ich wünschte, ich hätte den Mut aufgebracht, mein eigenes Leben zu führen. Die Autorin hat mit ihrer Liste offenbar einen Nerv getroffen: Der 2011 erschienene Titel wurde mittlerweile in 27 Sprachen übersetzt.

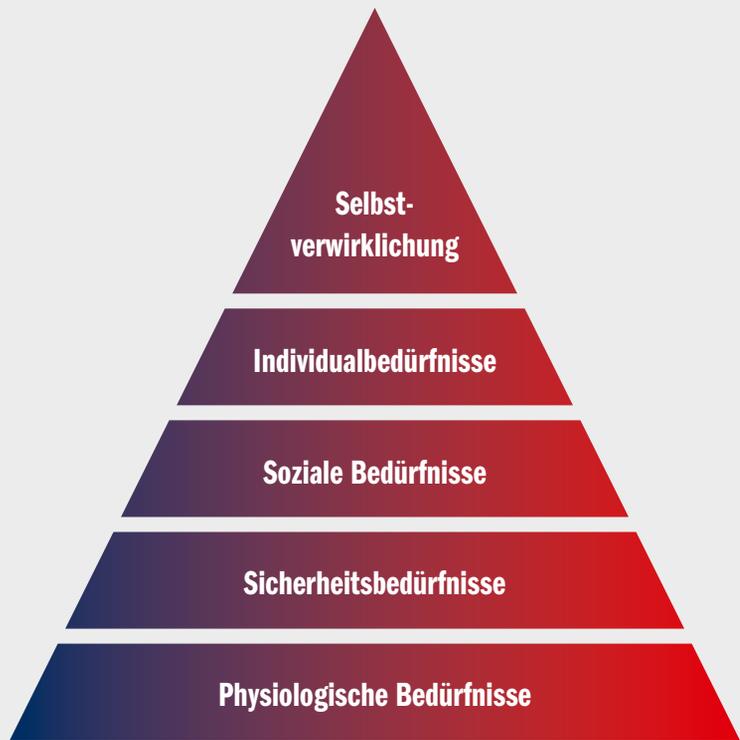
Bronnie Wares Buch ist also schon so etwas wie ein Klassiker der Ratgeberliteratur. Der

»SIEHST DU ABER NUR DAS ALS DEIN AN, WAS WIRKLICH DEIN IST, SO WIRD DICH NIEMALS JEMAND ZWINGEN, NIEMAND DICH HINDERN.« NACH EPIKET

Philosoph Diogenes (unten) hauste in der Tonne und realisierte so seine Vorstellung von einem einfachen Leben; bei Maslow hingegen geht es um das Erklimmen einer Pyramide, um sich selbst zu verwirklichen.



## MASLOWSCHE BEDÜRFNISHIERARCHIE



Quelle: BWL-Lexikon.de

Amazon-Algorithmus kennt – ausgehend von ihren Werken – aber noch unzählige andere Bücher, die uns dazu bringen sollen, unsere Wünsche nicht nur besser zu verstehen, sondern auch zu verwirklichen. Diese Bücher tragen dann so vielversprechende Namen wie »Deine Wünsche erfüllen sich, wenn du nur fest daran glaubst« oder »Das Universum liefert immer zweimal – Manifestieren mit Energie nach dem Gesetz der Anziehung: Ein Kurs im Wunder machen & glücklich sein«. Im Segment der Ratgeberliteratur nimmt die Sparte »Lebenshilfe« – laut Kennzahlen für den deutschen Buchhandel – den zweiten Platz unter den verkauften Titeln ein, nur Kochbücher sind noch gefragter.

### ... oder ganz gelassen

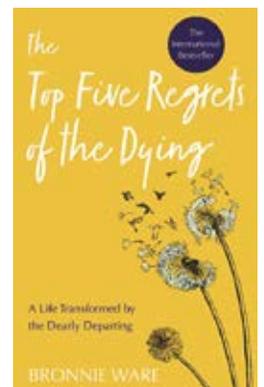
Vielleicht aber ist das Streben nach Wunscherfüllung auch gar nicht der Weisheit letzter Schluss. Was, wenn wir gar keine Wünsche hätten, sondern das Leben einfach ganz gelassen so hinnehmen könnten, wie es ist?

Wer sich davon sein Lebensglück verspricht, der ist gut beraten, bei den griechischen Stoikern nachzulesen, genauer gesagt bei Epiktet. Überliefert ist von seiner Lehre die strikte Trennung zwischen dem Äußeren und dem Inneren, sprich: Was kann ich selbst beeinflussen, was steht in meiner Macht? Und was liegt außerhalb meines Einflussbereiches?

Um Letzteres, folgert der griechische Philosoph, müsse man sich eigentlich gar keine Gedanken machen. Oder wie es in einem philosophischen »Handbüchlein« nach Epiktet heißt: »Siehst du aber nur das als dein an, was wirklich dein ist [...], so wird dich niemals jemand zwingen, niemand dich hindern; du wirst niemanden schelten und dich über niemanden beklagen; nichts wirst du wider deinen Willen tun, niemand wird dir schaden, keinen Feind wirst du haben; denn es kann dir nichts widerfahren, was dir schadet.«

Auch wie man wunschlos glücklich wird, erproben schon die alten

Griechen. Diogenes ging als »Tonnenphilosoph« in die Geschichte ein, weil er öffentlich in einem antiken Vorratsgefäß hauste, sich von Wasser und rohem Gemüse ernährte und sich ansonsten sämtlicher weiterer Bedürfnisse entledigte. Radikale Selbstgenügsamkeit stand im Zentrum seines Denkens und Handelns. Das Erklimmen der Maslowschen Pyramide hätte ihn also wohl kaum gereizt. ■



Die Australierin Bronnie Ware hat in ihrem Buch die Erkenntnisse Sterbender aufgeschrieben.

# »VERGESST ALLES UND DENKT ES NEU«

Josef Zotter hat mehrere Berufe erlernt, der des Chocolatiers ist nicht darunter. Trotzdem – oder vielleicht gerade deshalb – ist der Steirer heute Österreichs bekanntester und erfolgreichster Produzent hochwertiger Schokolade.

VON MICHAEL ROBAUSCH

*Warum wollten Sie eigentlich Tafelschokolade herstellen?*

**Zotter:** Ich komme aus der Kocherei und der Patisserie, da ist Schokolade halt ein Segment. Das habe ich mir damals ein bissl genauer angeschaut und bin draufgekommen, dass das eigentlich sehr beschissen geschmeckt hat. Es hat nur Milkschokolade ohne oder mit Nüssen gegeben. Es geht darum, einen neuen Markt zu finden. Ich hätte mich auch für Bettwäsche entscheiden können ... Und wenn ich mir das jetzt so vorstelle, wäre das vielleicht noch lässiger gewesen. Aber klar, du musst Schokolade schon mögen – sonst machst du es nicht. Ich habe die Fantasie entwickelt, dass bei Schokolade viel mehr möglich sein muss.

Südamerika liegt. Das Wichtigste ist nämlich der Kakaobauer. Wir haben das Pferd ganz normal aufgezäumt: mit Verbesserungen beim Produzenten anfangen, fairer Handel, dann Einstieg in die Bio-Landwirtschaft. Wenn etwas genial verlaufen ist in unserer Unternehmensgeschichte, dann war das die Analyse der Zusammenhänge. Meine Vision war nicht, in den fairen Handel zu gehen, damit wir netter sind. Mein Kalkül war zu sagen: Wenn wir auf Augenhöhe mit dem Kakaobauer kommen, der seine Arbeit gern macht, zur richtigen Zeit erntet und gut fermentiert – dann ist die Rechnung für mich schon aufgegangen. Dann habe ich guten Kakao und kann mit meiner Technologie geile Schokolade machen. Fair allein genügt nämlich nicht, das Produkt muss auch innovativ sein und gut schmecken.

*Hatten Sie Vorwissen aus Ihren früheren Jobs?*

**Zotter:** Manchmal ist es besser, nicht zu viel zu wissen. Ich sage immer: Bildet euch, ja, aber wenn der Tag kommt, wo es ins Berufsleben geht: Vergesst alles und denkt es neu. Ich habe vier Berufe gelernt, den des Chocolatiers

aber nicht. Für Innovationen ist es wichtig, von der Seite zu kommen und nicht von vorne. Nehmen wir als Beispiel Brot: Wenn du bei einem Meister lernst und den Meister vergötterst, dann wirst du Brot nicht weiterentwickeln. Wenn du kein Bäcker bist, aber gerne Brot isst, dann könnte es sein, dass du geniale Brotsorten machst. Oder in meinem Fall halt Schokolade. Wenn du als Unternehmer glaubst, du musst alles wissen, dann wirst du gar kein Unternehmen gründen. Weil du dann Angst hast. Die, die wirklich Erfolg haben, sind die, die querdenken.

*Warum kaufen Leute Ihre Schokolade?*

**Zotter:** Das hat damit zu tun, dass wir Geschichten erzählen. Da kann man fragen, was ist eine Geschichte? Ist die von einer Marketing-Agentur erfunden? Oder sind es wahre Geschichten? Darum gibt es ja das Schoko-Laden-Theater und den essbaren Tiergarten. Beides ist die Übersetzung der Idee des fairen Handels, den sieht man ja nicht. Aber den Tiergarten, den kann ich mir anschauen und der ist kein Schmäh. Wir müssen beweisen, was wir behaupten. An diesem Punkt entscheidet sich,

»WENN DU ALS UNTERNEHMER GLAUBST, DU MUSST ALLES WISSEN, DANN WIRST DU GAR KEIN UNTERNEHMEN GRÜNDEN.«

*Inwiefern?*

**Zotter:** Mir ist schnell bewusst geworden, dass die Ursache, warum wir schlechte Schokolade essen müssen, in



SCHOKOLADE

Josef Zotter



ob dein Produkt bleibt oder nicht. Wenn der Kunde am Regal steht und die Bilder gehen auf, dann wird er zur Zotter-Schokolade greifen, auch wenn sie teurer ist.

*Sie sehen den Zustand der Wirtschaft sehr kritisch. Wo stehen wir heute?*

**Zotter:** Es muss manchmal, es hilft nichts, ein altes Haus zerstört werden, um ein neues, modernes Haus bauen zu können. Man kann an ein Gebäude lange etwas anbauen – aber das wird dann nichts Neues sein. Wir hätten jetzt die Chance, den Green Deal zu machen, der von der EU ja vorgegeben wird. Und wir trauen uns nicht. Ich mache es, aber die Masse fehlt mir. Mir fehlt das Bekenntnis, das jetzt umzusetzen. Der Green Deal wird ein bisschen schmerzen, aber er wird nicht so schmerzvoll sein, wie es wird, wenn wir nichts tun.

*Es geht also zu langsam?*

**Zotter:** Als ich damals, als ich begonnen habe, in Nicaragua aus dem Flieger gestiegen und dann durch Managua gefahren bin, habe ich Folgendes gesehen: Auf der einen Seite der Straße nur Villen und Golfplätze, auf der anderen pure Armut. Der Kontrast, die Ungerechtigkeit – da läuft es mir heute noch kalt den Rücken hinunter. Das betreiben wir immer noch im großen Stil. Es scheint, als ob sich in den 30 Jahren nichts verändert hat. Die Bauern spritzen immer noch ohne Schutzkleidung Glyphosat und wissen gar nicht, was sie da tun. Diese Missstände haben mich damals dazu getrieben, in ein Business zu gehen und etwas zu verändern.

*Was bedeutet es für Sie, nachhaltig zu produzieren?*

**Zotter:** Ein richtiges Öko-Unternehmen erkennt man daran, dass es zu 100 Prozent öko ist. Dass es nicht nur eine Öko-Schiene neben der konventionellen gibt, wie es 95 Prozent der Unternehmen machen. Bei uns ist das gesamte Unternehmen zertifiziert. Zertifizierung ist wichtig, damit du weißt, wo du stehst. Das hilft uns irrsinnig. Mir geht es um das Ganzheitliche. Das empfehle ich. Dann ist es einfacher, Geschichten zu erzählen. Es ist ganz

**»WIR HABEN SO EINEN VERTRAUENS-VORSCHUSS, DASS WIR VON DER KRISE NICHTS BEMERKEN.«**

simpel: Du musst ehrlich sein, dann wirst du erfolgreich. Das Level dafür ist dort, wo du selber spürst, dass dein Handeln nicht mehr stimmig ist. Marketing braucht man nicht zu studieren, da gibt es nur einen Satz, der wichtig ist: Mach deine Marke nie schöner als sie ist, aber auch nicht hässlicher.

Die nächste Generation: Julia Zotter gilt als Allround-Talent, konzentriert sich aber in erster Linie auf die Produktentwicklung.

*Wie geht es Zotter unter den aktuellen Umständen?*

**Zotter:** Mir ist diese Krise egal, denn sie ist nicht da. Wir haben keinen Umsatzeinbruch, wir haben uns nur ein bisschen verändern müssen. Wir haben offenbar so einen Vertrauensvorschuss, dass wir von der Krise nichts bemerken. Wir sind ein zu 100 Prozent eigenfinanziertes Unternehmen. Darauf bin ich stolz. Das hat länger gedauert und dazwischen bin ich auch einmal pleitegegangen, weil ich keine Kompromisse eingegangen bin. Damals habe ich mir gesagt: Wenn es für ein Lebensmittel, das ich für richtig halte, keine Kunden gibt, dann muss es mich nicht geben. Das war ein schwerer Moment, aber darauf fußt der Erfolg von heute.

*Beim Herstellen hochwertiger Schokolade kommt es auch viel auf Gefühl an. Ist es ein Herantasten?*

**Zotter:** Ich habe erkannt, dass ich für Geschmack Talent habe. Produktentwicklung ist so eine Sache. Es ist wichtig, immer ein Risiko einzugehen. Man muss in einem Unternehmen auch zulassen, dass etwas entsteht.



Irgendwann habe ich begonnen, Rezepte aufzuschreiben und nichts mehr daran zu verändern. Denn das Wichtigste an einem Produkt ist immer die Idee. Geschmacksrichtungen wie die »Bergl statt Ibiza«-Schokolade\* waren in drei Sekunden überlegt, innerhalb von zwei Wochen waren wir auf dem Markt und hatten riesigen Erfolg. Und diese Schokolade ist nie probiert worden. Ich bringe jedes Jahr 60, 80 neue Sorten heraus, davon sind zwei bis fünf wirklich genial. Die bleiben dann.

*Sind Sie mit der Zeit besser geworden?*

**Zotter:** Das Dumme am Älterwerden ist, dass du viel Erfahrung hast. Aber es ist auch super, weil du weißt, was funktioniert. Gewisse Fehler macht man kein zweites Mal. Darunter leidet aber die Innovation. Wir haben heuer das konservativste Sortiment aller Zeiten gemacht: keine Insektenschokolade, keine Kombinationen mit Blut. Nichts. Ich habe gewusst, jetzt brauche ich die Leute nicht schrecken. Die sind ohnehin verschreckt genug. Jetzt kann man sagen, der Zotter, das ist ein Raffinierter! Aber ist er besser

geworden? Eigentlich hat er sich nur ein bisschen dem Markt angeglichen. Zum Glück gibt es meine Kinder im Hintergrund, die sagen: »Geh Papa, jetzt probieren wir etwas!« Darum ist Jugend so wichtig. Ich kann jetzt für die Sicherheit sorgen, ich habe lange genug riskiert.

*Wie lange wollen Sie noch weitermachen?*

**Zotter:** Ich bin jetzt bald 60. Ursprünglich habe ich geglaubt, aus dem Unternehmen hinauszugehen, wie man durch eine Tür hinausgeht. Dann sollen die Kinder weitermachen. Jetzt denke ich mir schon, dass man sich als Älterer mit seinem Wissen und seiner Erfahrung noch gut einbringen kann. Und wenn es nur für ein paar Stunden die Woche ist. ■

\*Diese Sorte brachte Zotter im Sommer 2019 heraus. Sie besteht aus einer Schicht Hanfnougat und Zwetschkenschnaps sowie einer weiteren, blauen, mit Johannisbeeren und Chili. Die Kuvertüre ist aus weißer Schokolade.

## KRITISCHER GEIST MIT TALENT FÜR GESCHMACK

Josef Zotter wurde 1961 im steirischen Feldbach geboren. Der gelernte Koch, Kellner und Konditormeister war zunächst über längere Zeit als Küchenchef in verschiedenen Hotels der Luxusklasse tätig. 1987 gründet Zotter sein Familienunternehmen und eröffnet mehrere Konditoreien in Graz. Dort beginnt er 1992 in kleinem Rahmen die Herstellung von Schokolade und erfindet dabei die handgeschöpfte Schokolade.

1999 entschließt sich Zotter, sich ganz auf Schokolade zu konzentrieren, und eröffnet seine Manufaktur. 2004 wird das gesamte Sortiment auf fairen Handel umgestellt. Zotter setzt auf kleinbäuerliche Strukturen, Qualität, direkten Kontakt mit den Bauern und eine partnerschaftliche Beziehung.

Die jährliche Produktionsmenge beträgt aktuell 646 Tonnen Schokolade, in den über 500 unterschiedlichen Sorten werden etwa 400 verschiedene Bio-Zutaten verarbeitet. Zotters Schoko-Laden-Theater verzeichnet jährlich 200.000 BesucherInnen.

Josef Zotter setzt sich kritisch mit unserer Wirtschaftsweise und deren Auswirkungen auf Gesellschaft und Natur auseinander. Gemeinsam mit Johannes Gutmann (Gründer von Sonnentor) und Robert Rogner (Vorstand des Institutes für Beziehungsethik) veröffentlichte er heuer das Buch »Eine neue Wirtschaft – Zurück zum Sinn« (edition a). Gefordert wird darin nichts weniger als eine spirituelle Revolution in der Wirtschaft.

[www.edition-a.at/index.php/buecher-neu](http://www.edition-a.at/index.php/buecher-neu)

Zotters jüngste Veröffentlichung will ein Manifest für eine neue Wirtschaft sein.



# EIN MENSCH FÜR ALLE FÄLLE

Der Beruf des Butlers hat in den letzten Jahren ein Revival erlebt. studio! hat sich die Realitäten eines Daseins angesehen, in dem es darum geht, für andere da zu sein.

VON MICHAEL ROBAUSCH



**B**utler zu sein, ist ein heiliges Amt«, meinte einst Angus Hudson. Leidenschaftlich verschrieb er sich der Aufgabe, das Funktionieren des Haushalts der Familie Bellamy auf höchstem Niveau sicherzustellen. Zu verfolgen war das in den 1970er Jahren in der BBC-Fernsehserie »Das Haus am Eaton Place«. Steif, pedantisch und etwas rechthaberisch war Hudson seiner Herrschaft in unbedingter Loyalität

verbunden. Den übrigen DienstbotInnen war er eine Art Vaterfigur, die ihren Schutzbefohlenen tadelnd den rechten Weg wies.

Im Vergleich zur Welt der Butler im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts, die in der Serie porträtiert wurde, hat sich viel verändert. Doch es gibt auch Kontinuitäten. Denn der Butler ist immer noch der Problemlöser im Hintergrund, derjenige, der dafür sorgt, dass alles läuft – familiäre und geschäftliche Angelegenheiten inklusive. Wie er das genau macht, ist zweitrangig. »Ein Butler ist Manager, Personal Assistent, Concierge, Koch, Housekeeper, Fahrer – er muss alles können und kennen«, bestätigt Mohamed Shamandi. Der Österreicher arbeitet für einen arabischen Prinzen und dessen Familie: drei Söhne, eine Tochter, zwei Frauen. »Ich bin der Esel für alles. Wird es schwierig, werde ich gerufen. Und ich bin immer schuld, auch wenn der Fehler woanders gelegen ist«, sagt Shamandi.

Wie viele seiner KollegInnen hat er seine Karriere in der Hotellerie begonnen, eine Hauswirtschafts- und Hotelfachschule besucht. Eigentlich war Shamandis Berufswunsch Koch oder Kellner, doch als er sich unterfordert fühlte, orientierte er sich neu. Glanz, Flair und Luxus hatten es ihm schon immer angetan. Österreicher und Deutsche sind in der Branche aufgrund ihrer guten Ausbildung durchaus begehrt und werden entsprechend gut bezahlt. Will man einen Profi-Butler, kostet das Geld, erspart andererseits aber auch eine vielköpfige Angestelltenschar.

Wer als professioneller Wunsch-Erfüller an die Spitze kommen will, brauche Organisationstalent, Diskretion und Selbstdisziplin, so Hani El Sharkawi, bis vor kurzem Leiter der Sacher School of Excellence. Vor allem aber sollte er gern mit Menschen arbeiten. »Wer kein Menschenfreund ist, wird sich schwertun.« Es gehe um die Freude, anderen etwas Gutes zu tun.

» ICH BIN DER ESEL FÜR ALLES. WIRD ES SCHWIERIG, WERDE ICH GERUFEN. «

MOHAMED SHAMANDI



### Von der Freude des Ermöglichens

Ein Butler muss seine KlientInnen, deren Vorlieben und Wünsche genau kennen (welche er am besten bereits errät, noch bevor sie geäußert werden müssen). Dabei ist das sogenannte Butler-Buch unverzichtbar, ein Notizbuch, in dem jedes Detail dazu festgehalten wird. Schließlich hat jede Person des Haushalts Eigenheiten, auf die keinesfalls vergessen werden darf – und sei es die wunschgemäße Positionierung des Tabasco-Fläschchens auf der Dinner-Tafel. Aus erfolgreichem Antizipieren schöpft der Butler seine Genugtuung: »Gastgeber sein, es den Leuten recht zu machen, macht mich eher glücklich, als mich selbst in den Vordergrund zu stellen«, erklärt Shamandi.

Die Herausforderung sei es, das Unmögliche möglich zu machen, etwa Tickets für ein eigentlich längst ausverkauftes Event aufzutreiben. Dabei hilft, dass es hinsichtlich der finanziellen Möglichkeiten kein Limit

gibt. Mit der entsprechenden Summe Geld ist am Ende eben doch (fast) alles machbar. Trotzdem können Netzwerke und die richtigen Kontakte den entscheidenden Unterschied ausmachen. Diese aufzubauen und zu pflegen ist für einen erfolgreichen Butler essenziell.

### Parallelwelten

Typische Arbeitstage gibt es nicht, dafür immer etwas zu tun. Etwa Geschäfte nach Ladenschluss aufsperrern oder während der Öffnungszeiten

Für einen Butler, der auf sich hält, ist Perfektion bis ins kleinste Detail das Um und Auf. Mohamed Shamandi ist ein solcher.

schließen lassen, um der Herrschaft ein ungestörtes Shopping-Erlebnis zu ermöglichen. Eine planbare Struktur im Tagesablauf erleichtert dem Butler das Leben, spontane Einfälle wie ein Wochenend-Ausflug nach Las Vegas im Privatjet lassen seinen Stresslevel dagegen ansteigen. Sind die jungen Prinzen abends unterwegs, mutiert der Butler zum Bodyguard bzw. Babysitter. Es gilt, etwaige Belästigungen abzuwehren und unangemessene Situationen zu verhindern. Fotos von angetrunkenem Adel auf Social Media



Gerade im arabischen Raum besteht auch Bedarf an weiblichen Butlern: Sie umsorgen die Frauen des Hauses.

sind rasch gepostet und definitiv ein No-Go. Shamandi: »Ich schlafe nie. Mein Telefon ist immer an.«

Überhaupt gehört Troubleshooting zum Kerngeschäft des Butlers. Mohamed Shamandi erzählt von einem legendären Trip: Vier Stunden express mit dem Auto von Seefeld nach Mailand, zwei Stunden Koffer packen, vier Stunden wieder retour. Der Prinz hatte ihn angefordert, da er den Bediensteten vor Ort seine Garderobe nicht anvertrauen wollte. Als Butler sei man eben immer verfügbar, immer auf dem Sprung. »Ich bin mehr mit meinem Beruf als mit meiner Frau verheiratet«, lacht Shamandi. Jedes Kleidungsstück seines Chefs, der allein 450 Paar Schuhe besitzt, ist im Übrigen nummeriert. Ohne solche Buchführung wäre Chaos die Folge, fehlende Teile werden schon einmal aus Saudi-Arabien eingeflogen.

Einen Butler engagiert, wer seine private Zeit möglichst uneingeschränkt durch alltägliche Pflichten nutzen und genießen möchte. In Österreich dürften etwa 100 im Einsatz



Hani El Sharkawi kennt das Geschäft mit der Gastfreundschaft aus der internationalen Luxus-Hotellerie.

sein. Doch ein Markt ist hierzulande, zumindest für die erste Butler-Liga, nicht wirklich vorhanden. Oft scheitert es bereits an den Wohnverhältnissen, denn ohne entsprechendes Anwesen kommen die Fähigkeiten eines Butlers erst gar nicht zur Geltung. Sein hohes Gehalt wäre in diesem Fall hinausgeworfenes Geld. Der Beruf ist keine männliche Domäne mehr, die Butleress ist besonders im arabischen Raum gefragt, wenn die zu betreuende Person weiblich ist.

#### Der Vorteil der Distanz

Zu den renommiertesten Ausbildungsstätten zählt die »International Butler Academy« in den Niederlanden. Die

**»WER AN DIE SPITZE KOMMEN WILL, BRAUCHT ORGANISATIONSTALENT, DISKRETIION UND SELBSTDISZIPLIN.«**

HANI EL SHARKAWI

Kosten für das zehn Wochen dauernde Trainingsprogramm betragen 14.500 Euro. Es dürfte sich dabei um eine Art Butler-Bootcamp handeln: »Man wird angeschrien, du schläfst wenig und arbeitest sehr viel. Der Stoff wird dir eingetrichtert«, erinnert sich Absolvent Shamandi. Die Eleven sollen so auf den rauen Umgangston so manches Arbeitgebers vorbereitet werden. Shamandi formuliert es eleganter: »Man kann nicht immer einen guten Tag haben.« Es ist jeden Morgen ein Glücksspiel, wie Chef oder Chefin nach dem Aufwachen gelaunt sind. Innerhalb von Minuten kann die Stimmungslage außerdem von einem Extrem ins andere kippen. »Yin und Yang«, nennt das Shamandi. Anerkennung gibt es nur manchmal, respektlose Behandlung sollte keinesfalls persönlich genommen werden.

Ein distanzierteres Verhältnis zum Chef ist auch keineswegs von Nachteil, birgt doch Informalität die Gefahr der Grenzüberschreitung. Überschreitet der Butler eine rote Linie, kann ganz schnell auch Entlassung die Folge sein. Anfängerfehler werden in der Regel nicht toleriert. Shamandi achtet selbst strikt darauf, Distanz zu halten, platziert sich bei Essenseinladungen stets am Nebentisch. Freundschaften (etwa mit den jüngeren Familienmitgliedern) lässt er gar nicht erst aufkommen. »Man muss immer die Professionalität wahren und dem Kunden jene Privatsphäre lassen, die er braucht und verdient.« ■

# NICOLA FILZMOSER IST »ALUMNA DES JAHRES 2020«

Vom Studium in Wien zur Gesundheitsunternehmerin in Großbritannien – für diesen Karriereweg wurde die Absolventin der FHWien der WKW mit dem Alumni Award der Fachhochschule ausgezeichnet.

VON MICHAEL ROBAUSCH

**N**icola Filzmoser, Absolventin des Bachelor-Studiengangs Kommunikationswirtschaft, wurde von den Alumni der FHWien der WKW zur »Alumna des Jahres 2020« gewählt. Da die Publikumswahl während der Alumni-Nacht wegen Corona entfallen musste, wurde online abgestimmt. Auch die Preisverleihung fand virtuell statt.

Mit ihrem Unternehmen Happy Health hat Filzmoser in Großbritannien den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt, um Kindern mit chronischen Migräneschmerzen mit einer App zu helfen. »Mit 23 Jahren ein Unternehmen zu gründen, ist definitiv eine Herausforderung. Aber es ist auch eine unglaubliche Chance zu wachsen«, blickt sie auf ihre ersten Schritte als Unternehmerin zurück. »Meine eigene Vergangenheit mit Migräne seit der Kindheit motiviert mich dabei sehr«, so die frischgebackene Alumna des Jahres über ihr berufliches Engagement.

## **FH-Studium bei Unternehmensgründung hilfreich**

»An der FHWien der WKW habe ich gelernt, wie man Kunden und Investoren von einem neuen Produkt überzeugt. Das hat mir bei Start-up-Wettbewerben und beim Crowdfunding geholfen«, erklärt die Preisträgerin den Nutzen, den ihr das Studium bei der Unternehmensgründung gebracht hat. »Mit einem FH-Praktikum bei einem Start-up bin ich in diesen Bereich hineingerutscht.«

Für viele der mehr als 11.800 AbsolventInnen, die die FHWien der WKW in den 26 Jahren ihres Bestehens bereits hervorgebracht hat, legte das Studium den Grundstein für Karrieren im In- und Ausland. »Dass viele unserer AbsolventInnen beruflich so erfolgreich sind, macht uns sehr stolz«, freut sich Michael Heritsch, CEO der FHWien der WKW. Als Erfolgsrezept bezeichnet er den hohen Praxisbezug der Ausbildung: »Zwei Drittel unserer Lehrenden kommen direkt aus der Wirtschaft. Die Betriebe schätzen die praxisnahe akademische Ausbildung, die unsere Studierenden erhalten«, so Heritsch weiter.

## **Drei erfolgreiche AbsolventInnen im Finale**

Ins Finale der Wahl zum Alumnus/ zur Alumna des Jahres hatten es neben Nicola Filzmoser noch zwei weitere erfolgreiche AbsolventInnen der FHWien der WKW geschafft: Patrick Batka und Günter Stöffelbauer.

Batka schloss einen Bachelor- sowie einen Master-Studiengang im Bereich Management & Entrepreneurship ab und schlug eine Karriere in Controlling und Finance ein. Diese führte ihn bereits zu Unternehmen wie McDonald's, Wienerberger und FITINN. Außerdem ist er als Lehrender an der FHWien der WKW tätig.

Stöffelbauer ist Absolvent des Studienbereichs Communication Management. Der frühere Marketing Manager bei L'Oréal Deutschland



Schöpfte bei der Entwicklung ihrer Geschäftsidee auch aus der eigenen Erfahrung: Alumna des Jahres Nicola Filzmoser.

beschäftigt sich nun als Gründer und Geschäftsführer der Nikolaihof GmbH mit der Entwicklung und internationalen Vermarktung einer Bio-Traubenkosmetiklinie. ■

Wir bedanken uns bei unseren Partnern:



Ein erfindungsreiches  
Team: Raina Rumler  
(rechts) und ihre Mutter.



# WAS MACHT EIGENTLICH

Ihren Weg entschlossen verfolgen, das verbindet Raina Rumler und Stefan Lenglinger. In ganz unterschiedlichen Metiers tätig, können die beiden AbsolventInnen der FHWien der WKW bereits in jungen Jahren auf beachtliche berufliche Erfolge verweisen.

VON HEIKE GUGGI

## WENN STOFFE AUF REISEN GEHEN ...

» ... dann ist das mehr als nur eine schöne Idee. »Geschenkstoff« ist eine nachhaltige und umweltfreundliche Alternative zu Geschenkpapier. Entwickelt hat ihn die 27-jährige Raina Rumler, studierte Betriebswirtin und seit Juni 2020 Alumna des Master-Studiengangs Leadership im Tourismus an der FHWien der WKW.

Die Geschäftsidee entstand gemeinsam mit ihrer Mutter während des Corona-Lockdowns. »Auftragsnot macht erfinderisch. Ich musste mein kleines Fitnessstudio vorübergehend schließen und weil es keine Veranstaltungen gab, hatte auch meine Mutter als Moderatorin keine Aufträge«, erzählt Rumler. Untätig sein war keine Option und so setzte das Mutter-Tochter-Team eine lang gehegte Idee in nur fünf Monaten in die Tat um.

»Geschenkstoff« ist ein nachhaltiges Produkt, das perfekt in die Kreislaufwirtschaft passt. Alle Stoffe sind zu 100 Prozent aus Naturmaterialien wie Baumwolle oder Leinen, werden in der EU gekauft und sind biozertifiziert. Die Endfertigung erfolgt in Wien und Umgebung. Weil der Stoff gut faltbar ist, werden zum Einpacken weder Klebestreifen noch Schere benötigt. Weiters kann er problemlos gewaschen und gebügelt werden. »Statt auf dem Müll zu landen, kann Geschenkstoff unbegrenzt wiederverwendet werden«, so Raina Rumler.

Die Beschenkten können und sollen den Stoff weiterverschenken – so das explizite Unternehmensziel. »Die Verpackung wird zum Teil des Geschenks«, betont Rumler. Um das System in Gang zu bringen, arbeitet sie bereits an einem besonderen

## BEREIT SEIN, DIE »EXTRA-MEILE« ZU GEHEN ...

» ... ist zwar kein Garant für beruflichen Erfolg, aber eine gute Basis. Wie bei Stefan Lenglinger. Der Alumnus des Bachelor-Studiengangs Journalismus & Medienmanagement (Jahrgang 2015) hat mit seinen 27 Jahren bereits eine beachtliche Karriere hingelegt. Seit 2015 ist Lenglinger fester Mitarbeiter beim ORF, seit Februar 2020 präsentiert er die »ZIB«-Sendungen in ORF 1.

Doch zurück zum Anfang: Für das Studium an der FHWien der WKW hat er sich nicht nur aus Interesse am Thema entschieden, sondern auch wegen der Praxisnähe. »Ich habe alles von der Pike auf gelernt, Texte schreiben, Beiträge drehen und schneiden, Moderation und Interviewführung. Und das von Vollprofis, die jahrzehntelange Erfahrung in der Branche haben und auch bereit sind, ihr Wissen und ihre Erfahrung weiterzugeben«, erzählt Lenglinger. Eine der für ihn persönlich spannendsten Lehrveranstaltungen war jene von »ZIB2«-Anchorwoman und Journalistin Lou Lorenz-Dittlbacher, wo er Interviewführung mit führenden PolitikerInnen trainieren durfte.

Zum ORF kam Lenglinger dann über eine Initiativbewerbung. »Ich hatte die Chance, ein viermonatiges Praktikum bei der ORF-Sendung »Bürgeranwalt« zu absolvieren«, berichtet er. »Mein damaliger Chef, Peter Resetarits, hat mir sehr viel Vertrauen geschenkt und mir die Möglichkeit gegeben, eigene Sachen zu machen und mich auszuprobieren.« Lenglingers Engagement und seine journalistischen Fähigkeiten

hinterließen Eindruck. Seinen Beruf sieht Lenglinger als Privileg, aber auch mit einer großen Verantwortung verbunden, weil er früher Zugang zu bestimmten Informationen hat als der Rest der Bevölkerung.

Dass er als fixer Mitarbeiter in der ZIB Fuß fassen konnte, ist für Lenglinger ein Meilenstein, gerade weil im Journalismus für EinsteigerInnen oft sehr prekäre Jobverhältnisse herrschen. »Man darf sich nicht entmutigen lassen, muss motiviert und souverän bleiben. Und wenn man dann eine Chance bekommt, muss man auch bereit sein, die Extra-Meile zu gehen«, sagt er. Seine Souveränität bewies Lenglinger auch bei seinem ZIB 20-Debüt. Die rassistischen Kommentare in den Sozialen Medien parierte er mit einem »Freue mich über das inhaltlich konstruktive Feedback!«



Vom Praktikanten in die erste Reihe der ORF-Präsentatoren: Stefan Lenglinger.

Incentive: In einer Art »Reisepass« können sich alle eintragen, die den Geschenkstoff weiterschicken. So geht der Stoff auf Reisen und man kann alle seine Stationen nachlesen.

Die Motivation, ihr eigenes Ding zu machen, erhielt die Jungunternehmerin letztlich durch das Studium an der FHWien der WKW: »Ich durfte sehr viele erfolgreiche UnternehmerInnen kennen lernen und spannende Projekte machen; etwa mit dem Café Landtmann oder mit »Mochi«-Geschäftsführer Tobias Müller. Diese ExpertInnen haben ihre Lust am Unternehmertum hautnah vermittelt und das hat mich total inspiriert!«

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

# GESCHENKTIPPS AUS DER STUDIO!-REDAKTION



## ABENTEUER IM KOPF

von Kristina Schubert-Zsilavec

In Zeiten eingeschränkter Reisefreiheit brauchen wir sie mehr denn je, die Abenteuer im Kopf. Ein gutes Buch ist immer das perfekte Geschenk – ob Krimi, Sachbuch oder Roman, es gibt für jede und jeden die passende Lektüre. Gekauft am besten im Buchgeschäft des Vertrauens – ganz nach dem Motto »support your local christkind«.

[www.buecher.at/buylocal](http://www.buecher.at/buylocal)

## LERNE DEINE STADT KENNEN!

von Andrea Heigl

Schon mal Urlaub in Wien gemacht? Eine Reise in die eigene Stadt eröffnet nicht nur neue Perspektiven und schont das Klima, sie unterstützt auch die krisengebeutelte Stadthotellerie. Auf [www.erlebe-deine-hauptstadt.wien](http://www.erlebe-deine-hauptstadt.wien) kann man Unterkünfte und Erlebnisse zu rabattierten Preisen buchen – vom Luxus- bis zum Boutiquehotel, von der Fiakerfahrt bis zum Skydiving.



## MENSCHENWÜRDE SCHENKEN

von Margit Dechat

Die Wiener Sozialorganisation neunerhaus unterstützt obdach- und wohnungslose Menschen – nicht nur mit einem Dach über dem Kopf, sondern auch mit medizinischer Hilfe und sozialarbeiterischer Beratung. In der aktuellen Aktion »Spenden statt Schenken« können Sie Geld, das heuer für Weihnachtsfeiern oder -geschenke vorgesehen gewesen wäre, alternativ an das Projekt spenden. Ein nachhaltiges und schnell wirksames Geschenk!

[www.neunerhaus.at/spenden/spenden-statt-schenken](http://www.neunerhaus.at/spenden/spenden-statt-schenken)



## ASIEN ZUM ANZIEHEN

von Michael Robausch

Es ist das Leuchten. Intensiv, vielfarbig und eigentlich ganz unbeschreiblich strahlen die Stoffe im Schaufenster des Geschäfts in der Wiener Josefstadt. Hier, bei talking textiles, taucht man ein in die wunderbare Welt asiatischer Textilien. Die Schals, Stolen und Wandbehänge sind hauptsächlich Unikate und von einer Qualität, die hierzulande schwerlich anderswo zu finden ist. Sie sind Geschenke mit Mehrwert. Denn zur Schönheit der Stücke kommt immer auch eine Geschichte: Sie erzählt vom Leben der Menschen und ihren Traditionen, die ihnen ihre einzigartige Form gaben.

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

## EIN ARMBAND FÜR GESUNDE OZEANE

von Mascha Hornbacher

In allen Ozeanen treiben verlorene oder absichtlich versenkte Fischernetze und tun dort, was sie am besten können: immer weiter fischen. So verenden jedes Jahr Millionen von Meerestieren. Das Hamburger Unternehmen Bracenet holt die »Geisternetze« aus den Meeren, reinigt sie und verarbeitet sie zu Armbändern. Jedes Stück ist aus echtem Fischernetz. Save the seas, wear a net.

[www.bracenet.net](http://www.bracenet.net)



## WEISSES GOLD AUS DEN ALPEN

von Markus Zahradnik-Tömpe

In einer kleinen Manufaktur in Hall in Tirol wird eine alte Handwerkstradition wiederbelebt: Naturreines Salz wird in Pfannen händisch gesiedet und schonend weiterverarbeitet. Die wunderschönen Keramikgefäße können – wenn das Salz verbraucht ist – weiterverwendet werden. Erhältlich einzeln als Alpensalz, Zirbensalz, Fleur de Sel oder in der 3er-Geschenkspeckung.

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

## AUSZEIT FÜR JUNGE ELTERN

von Emily Walton

Kein Geschenk ist für Eltern kleiner Kinder so wertvoll wie ein freier Abend oder ein paar Stunden zusätzlicher Schlaf. Wer also Jung-Mütter oder -Väter in seinem Freundes- oder Familienkreis beschenken möchte, schenkt Babysitting-Gutscheine – rechtzeitiges Einlösen nicht vergessen.



Aufgrund der Situation um COVID-19 wurden am 10. März 2020 alle Präsenz-Lehrveranstaltungen an der FHWien der WKW ein- und auf Distance Learning umgestellt – ein herausfordernder Prozess für alle Beteiligten.



# UMFRAGE: BELASTUNG CORONA

**W**ie haben Studierende und Lehrende die veränderten Bedingungen erlebt und bewertet? Um Antworten auf diese Fragen zu erhalten, wurde Mitte April eine Umfrage unter 2.834 Studierenden an der FHWien der WKW durchgeführt. Ende Mai folgte eine Befragung der haupt- und nebenberuflich Lehrenden der FHWien der WKW.

»durch den Einsatz von 100 Prozent Distance Learning setze ich mich mit den Inhalten intensiver auseinander« nur 8,2 Prozent der Studierenden »voll und ganz zu«, weitere 14,1 Prozent stimmten »eher zu«. Überhaupt keine Zustimmung fand die Aussage bei 17,3 Prozent und immerhin weitere 31,4 Prozent der Befragten antworteten mit »stimme eher nicht zu«.

### **Auch Lehrende bei Distance Learning zurückhaltend**

Auch auf Seiten der Lehrenden ist die Beanspruchung durch die Pandemie augenfällig. Bei den hauptberuflich Lehrenden ergab sich bei der Frage nach der persönlichen Belastung auf einer Skala von 1 (nicht belastend) bis 11 (sehr belastend) ein Mittelwert von 7,37. Ähnlich skeptisch wie die Studierenden zeigten sich die Lehrenden beim Thema Distance Learning. Der Aussage »Ich wünsche mir, dass in Zukunft verstärkt die klassischen Präsenztermine durch Distance Learning ersetzt werden« stimmten lediglich 11,3 Prozent »voll und ganz« und weitere 18,4 Prozent »eher zu«. 24 Prozent stimmten »eher nicht«, 21,3 Prozent »überhaupt nicht« zu. Als Herausforderung empfanden die Lehrenden zudem die klare und verständliche Formulierung digitaler Lehrinhalte,

bei Online-Prüfungen wurde für deren Korrektur ein deutlich erhöhter Aufwand wahrgenommen.

Als besonders hilfreich für die Fernlehre empfanden die Lehrenden die regelmäßige Kommunikation von Empfehlungen und Maßnahmen durch die FHWien der WKW (62 Prozent) sowie die Unterstützung durch das Competence Center for E-Learning der Fachhochschule (47 Prozent).

### **Wertvolle Erkenntnisse**

Bei allen Herausforderungen eröffnete die Pandemie auch eine Chance: Erstmals war es möglich, über Wochen reine Distanzlehre zu erleben – und auch zu bewerten. Dabei zeigte sich einerseits die technische Machbarkeit von 100 Prozent Online-Lehre. Tools wie Zoom oder Moodle erwiesen sich als äußerst hilfreich.

Andererseits wurde deutlich, dass der persönliche Kontakt und Austausch zwischen Studierenden und Lehrenden unabdingbar für eine lebendige und praxisnahe Lehre sind. Was bleibt, sind die in der Krise erweiterten digitalen Fähigkeiten und neue Hilfsmittel, die auch in Zukunft zusätzlich zu zwischenmenschlicher Kommunikation und Präsenzunterricht die Lehre bereichern werden. ■

## PERSÖNLICHER KONTAKT ZWISCHEN STUDIERENDEN UND LEHRENDEN BLEIBT UNABDINGBAR.

Bei der Durchsicht der Befragungsergebnisse fällt zunächst auf, dass nicht weniger als 71,1 Prozent der Studierenden die COVID-19-Krise als belastend bis sehr belastend in Bezug auf ihr Studium wahrnehmen. Dabei wünscht sich nur ein Drittel (32,5 Prozent), die klassische Präsenzlehre zukünftig verstärkt durch Online-Lehre zu ersetzen. 62,1 Prozent der Befragten stimmten der Aussage zu, sie hätten mehr gelernt, wenn die in Distance Learning bearbeiteten Themen und Aufgaben in Präsenzterminen behandelt worden wären. Dagegen stimmten der Aussage

Katja Sauer (Leiterin der Bibliothek der FHWien der WKW) und Thomas Kaufmann-Lerchl (Studienbereichsleiter Financial Management) vor der Bücherspende.



## AUSGEZEICHNET

Der Journalismus Nachwuchspreis der FHWien der WKW wurde zum zweiten Mal vergeben.

Mit dem Journalismus Nachwuchspreis unterstützt die FHWien der WKW Studierende und AbsolventInnen bei ihrem Berufseinstieg und bietet ihnen eine Plattform, um sich der Branche sowie einem größeren Publikum zu präsentieren. Der Journalismus Nachwuchspreis wurde dieses Jahr zum zweiten Mal vom Studienbereich Journalism & Media Management der Fachhochschule ausgerichtet. Ende September erfolgte die Auszeichnung der zehn PreisträgerInnen im Rahmen einer Online-Preisverleihung.

Prämiert werden beim Journalismus Nachwuchspreis die besten journalistischen Praxisarbeiten, die im Laufe des vergangenen Studienjahres im Rahmen von Lehrveranstaltungen oder als Abschlussarbeiten erstellt wurden. Die eingereichten

Arbeiten in den Kategorien Radio & Audio, TV & Video, Text, Multimedia sowie beste Abschlussarbeit werden von einer aus renommierten JournalistInnen zusammengesetzten Jury bewertet. Geplant ist, den Journalismus Nachwuchspreis künftig auch für JungjournalistInnen anderer Einrichtungen zu öffnen.

Die PreisträgerInnen und JurorInnen des Journalismus Nachwuchspreises.



## KOOPERATION IM FOKUS

Das erste Josef Ressel Zentrum an der FHWien der WKW ist gestartet, die Spitzenforschung im Bereich der unternehmerischen Verantwortung und Nachhaltigkeit wird damit weiter ausgebaut.

Wie können Unternehmen große und komplexe Herausforderungen meistern? Die COVID-19-Krise zeigt, dass kollektives Handeln unterschiedlicher Akteure hier essenziell ist. Doch welche Faktoren unterstützen Unternehmen dabei? Wie muss Zusammenarbeit gestaltet, wie kann der Erfolg von kollektiven Projekten gemessen werden?

Antworten auf diese Fragen sind auch zur Bewältigung anderer Aufgaben relevant, so in den Bereichen Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Das Josef Ressel Zentrum für Collective Action und Responsible Partnerships (CARE) widmet sich dank der vom Ministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort getragenen Christian Doppler Forschungsgesellschaft sowie der Partnerunternehmen Josef Manner & Comp AG, Kapsch TrafficCom und Simacek Facility Management Group diesen Themen.

Die Forschungsergebnisse kommen direkt den Unternehmenspartnern zugute. Dieser Wissenstransfer sei zentral für die Forschungsstrategie der FHWien der WKW, so Michael Heritsch, CEO der Fachhochschule.

## DIE FHWIEN DER WKW DANKT

Rolf Eschenbach hat die FHWien der WKW im Frühjahr mit einem großzügigen Geschenk überrascht: Der langjährige Professor für Unternehmensführung an der WU Wien hatte entschieden, seine persönliche Arbeitsbibliothek aufgrund der Auflösung seines Büros abzugeben und dabei an unsere Fachhochschule gedacht. Die Übernahme wurde in der Folge sorgfältig geplant und für den Sommer avisiert. Der FHWien wurde ermöglicht, die Räumlichkeiten an der WU und den Buchbestand vorab zu begutachten, Rolf Eschenbach unterstützte dabei auf sehr zuvorkommende Art und Weise.

Mit dem Einsetzen der COVID-19-Pandemie war zwischenzeitlich nicht sicher, ob die Bücherübernahme wie geplant stattfinden kann, doch Ende Juli war es soweit: mehr als 600 Fachbücher wurden vom Bibliotheksteam an die FHWien der WKW transportiert. Ein Teil der Werke zum Themenfeld »Controlling« wurde von den KollegInnen des Studienbereichs Financial Management mit großer Freude übernommen.

Wir möchten uns bei Rolf Eschenbach für die Weitergabe seiner Bücher sehr herzlich bedanken und wünschen ihm alles Gute für die Zukunft!

## 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](mailto:studio@fh-wien.ac.at) senden und Sie erhalten Ihr persönliches Exemplar bequem nach Hause geschickt.

» MIT BEDACHT  
AUSWÄHLEN «



» BRIEF ANS  
CHRISTKIND «



# GUTSCHEINE SCHENKEN?

**PRO.** »Gutscheine sind unpersönlich« – der wohl häufigste Vorwurf, wenn es um Geschenkgutscheine geht. Als seit Jahren passionierte Gutscheine-Verschenkerin und -Empfängerin empfinde ich das natürlich nicht so. Wie bei allen Geschenken kommt es auch bei Gutscheinen auf die Hintergründe an, warum man diese schenkt oder geschenkt bekommt. Fast romantisch erinnere ich mich beispielsweise ans Einlösen eines Gutscheins für ein Wiener Delikatessengeschäft (wer jemals Pistaziencreme gegessen hat, weiß warum). Auch der Gutschein vom Buchladen – ein Klassiker unterm Christbaum – ist jedes Mal beglückend, weil ein gutes Buch geht immer.

Mein letzter Gutschein zum Geburtstag kam von einer guten alten Schulfreundin. Sie hat mir einen Gutschein für ein italienisches Schuhgeschäft auf der Josefstädter Straße geschenkt und nun habe ich wunderschöne Lederschuhe, die ich mir ohne Gutschein nie geleistet hätte. Wichtig bei Geschenkgutscheinen: nicht irgendeinen Gutschein besorgen, sondern mit Bedacht auswählen. Die Schulfreundin gab mir den Gutschein übrigens mit den Worten: »Wir waren spazieren und du hast damals in der Auslage Schuhe gesehen, die dir gefallen haben.« Ich habe mich riesig gefreut, vor allem über diesen lieben Gedanken. Da sag noch einmal einer, dass Gutscheine unpersönlich sind.

## Gisela Reiter

Teaching & Research Associate  
Studienbereich Journalismus & Medienmanagement

**CONTRA.** 2019 legten 38 % der ÖsterreicherInnen ihren Liebsten einen Gutschein unter den Weihnachtsbaum und bescherten ihm dadurch den 2. Platz auf der weihnachtlichen Geschenke-Hitliste.

Aber trifft der Gutschein wirklich den emotionalen Nerv der Beschenkten oder hilft er lediglich Verzweifeln aus der Patsche? Die Wünsche, Sehnsüchte und Träume unserer Liebsten können heutzutage unterschiedlicher nicht sein. Von »Ich brauche nichts!« bis hin zu »Ich will zum Mond fliegen!« prallen sie mit voller Wucht gegen die Tatsache »Zeit ist Geld und beides ist knapp!«

Hier greift das Marketing den Hilflosen unter die gestressten Arme – mit Produkten und Dienstleistungen in Form von weihnachtlich ummantelten Gutscheinen.

Unter uns: Bevor ich riskiere, mich mit einer Schachtel voll Luft oder einer selbstgebastelten Rakete ins weihnachtliche Aus zu manövrieren, ziehe ich es vor, mich mit einem gedownloadeten Gutschein, angereichert durch einen großzügig aufgerundeten Betrag, aus der weihnachtlichen Affäre zu ziehen.

Für meine Allerliebsten aber gönne ich mir die Zeit, über ihre geheimen Wünsche nachzudenken, schreibe einen gepflegten Brief ans Christkind und beschenke mich selbst, indem ich ihnen dabei zusehe, wie sie mit funkelnden Augen voll freudiger Erwartung am Weihnachtsabend ihre Päckchen öffnen.

## Thomas Schmidt

Head of Bachelor's Program Marketing & Sales Management  
Head of Program MSc Marketing and Sales Management



New  
Master's program  
in English

# Urban Tourism & Visitor Economy Management

## Rethinking Tourism. Driving Change.

Discover the potential for sustainable urban tourism and shape the future of international city destinations. Our Master's program in Urban Tourism & Visitor Economy Management prepares you for careers where you can balance the needs of visitors, locals and the visitor economy.

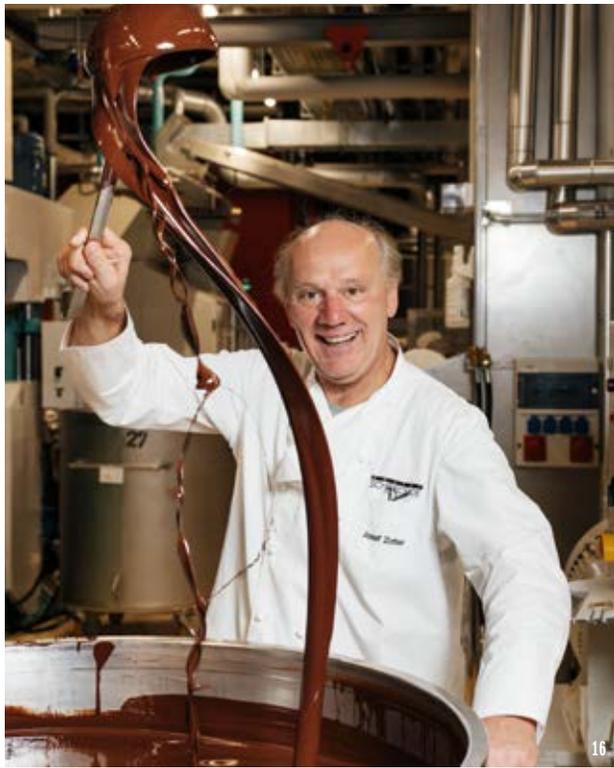
[www.fh-wien.ac.at/tourismmaster](http://www.fh-wien.ac.at/tourismmaster)

**STUDY REAL  
BUSINESS.**



University of Applied Sciences for  
Management & Communication





# INHALT

## im fokus

### TRAUMJOBS ZWISCHEN WUNSCH UND WIRKLICHKEIT

Die Berufswelt ist so vielfältig wie die individuellen Ansprüche an die Arbeit. Doch manchmal driften Wunsch und Wirklichkeit auseinander. Eine Bestandsaufnahme zum Streben nach sinnstiftender Arbeit und zu Widersprüchen auf dem Weg dorthin. SEITE 2 – 7

## visionen

### DER (NEUE) WEG ZUM LIEBESGLÜCK

Der Wunsch nach Partnerschaft zwischen Apps, Dating-Plattformen und klassischem Matchmaking: Wie läuft die Suche nach Traumfrau oder Traummann im Jahr 2020 – und was ist den Menschen dabei wichtig? SEITE 10 – 13

## dialog

### »VERGESST ALLES UND DENKT ES NEU«

Josef Zotter ist der visionäre König der Schokolade. Im studio!-Gespräch erzählt der Steirer über Wege zum Erfolg, die Meriten des Quereinsteigens und warum es so wichtig ist, als Unternehmen eine schlüssige Geschichte zu erzählen. SEITE 16 – 19

## wien erleben

### AUS DEM LEBEN EINES PROFESSIONELLEN WÜNSCHE-ERFÜLLERS

Der Beruf des Butlers hat in den letzten Jahren ein Revival erlebt. studio! erhielt Einblicke in die Realitäten eines Daseins, das sich darum dreht, für andere da zu sein. SEITE 20 – 22

## alumni & career services

### VON EINER, DIE AUSZOG, UM ZU HELFEN

Das Unternehmen von Nicola Filzmoser entwickelt eine App, um Kinder im Umgang mit Migräneschmerzen zu unterstützen. Dafür wurde die Absolventin der FHWien der WKW als »Alumna des Jahres 2020« ausgezeichnet. SEITE 23

## visionen

### VON ABENTEUERN IM KOPF BIS ZUM WEISSEN GOLD AUS DEN ALPEN

Anderen eine Freude zu machen, ist heuer wichtiger denn je. Anregungen dafür liefern Geschenktipps aus der studio!-Redaktion. SEITE 26 – 27

## 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:** Margit Dechat, Heike Guggi, Andrea Heigl, Mascha K. Horngacher, Michael Robausch, Kristina Schubert-Zsilavec, Emily Walton, Markus Zahradnik-Tömpe

**Corporate Publishing:** bettertogether Kommunikations-agentur, 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

