FORBES

SUPERWOMAN

#9 „Nicht für die Frauen, sondern mit den Frauen!“ **#10** Tarnen, Täuschen, Einnehmen **#12** Die Kapitänin geht von Bord **#18** Die Wirtin vom Pogusch **#26** Die Unerschütterlich im Angesicht des Chaos **#33** Sonne, Mond und Sterne **#41** Die Spira und die Frauen

Liebe Leserinnen und Leser,

ob Maria-Theresien-Straße, Johanna-Dohnal-Platz, Marietta-Blau-Gasse oder Burjanplatz: Die Namen starker Frauen zieren Wiens Verkehrsflächen und sind über die ganze Stadt verteilt. Herrscherinnen, Schriftstellerinnen, Politikerinnen, Künstlerinnen und Unternehmerinnen prägten und prägen Wien – viele waren und sind weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt, damals wie heute. In diesem Forbes Daily wollen wir einige dieser vielen spannenden Frauen aus bzw. in Wien vorstellen und ihre Geschichten erzählen – um auch nicht zu vergessen, dass Frauen in Österreich in vielen Bereichen weiterhin stark unterrepräsentiert sind.

Zum Beispiel an der Wiener Börse: Gerade einmal zwei Prozent der WBI-notierten Unternehmen werden von Frauen geführt. Eine davon ist Elisabeth Stadler (S. 12) – seit 2016 ist sie Vorstandsvorsitzende der Vienna Insurance Group, nun legt sie den Chefposten nieder und wird als Aufsichtsrätin fungieren. Zum Abschied haben wir sie getroffen.

Eine Frau, die den Großteil ihrer Karriere in so einer Position verbracht hat, ist Viktoria Kickinger (S. 26) – die 70-Jährige saß unter anderem in den Aufsichtsräten der Wiener Staatsoper, des Burgtheaters sowie des Technologiekonzerns S&T. Raus aus Wien führte uns Birgit Reitbauer (S. 18), die mit ihrem Mann Österreichs bestes Restaurant leitet, das Steirereck. Wir haben sie am neu eröffneten Standort am Pogusch in der Steiermark besucht.

Nicht nur in der Wirtschaft, sondern auch in der Kunstszene Wiens finden sich viele spannende Frauen. Die Konzeptkünstlerin Deborah Sengl (S. 10), die das Cover für diese Ausgabe gestaltet hat, spricht im Interview über ihr Selbstverständnis und ihre Vorbilder. Im neuen Film „Sonne“ von Kurdwin Ayub, Shootingstar der österreichischen Filmbranche, die in ihrem Werk die Identitätssuche einer jungen Muslima behandelt, geht es um Klischees und das Aufbrechen derselben (S. 33). Neben etablierten Namen und Newcomern haben wir aber auch einen Blick in die Vergangenheit geworfen und jene Frauen porträtiert, die wichtige Wegbereiterinnen waren – politische Vorkämpferinnen, journalistische Amazonen. So halten Sie, werte Leserinnen und Leser, eine bunte Sammlung von „Superwomen“ in den Händen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Heidi Aichinger
Herausgeberin

FORBES
DEUTSCHSPRACHIGE AUSGABE

Verleger, Herausgeber, Medieninhaber und Hersteller:
FEB29 Medien- und Verlags GmbH

Verlags- und Herstellungsort: 1060 Wien
Sitz des Herausgebers: Liniengasse 2b/14, 1060 Wien
Geschäftsführung: Heidi Aichinger, Klaus Fiala
Herausgeberin: Heidi Aichinger (heidi.aichinger@forbes.at)
Chefredakteur: Klaus Fiala (klaus.fiala@forbes.at)
Leitende Redakteurin: Sophie Ströbitzer (sophie.ströbitzer@forbes.at)
Redaktion: Naila Baldwin (naila.baldwin@forbes.at), Lea Czimeg (lea.czimeg@forbes.at), Ekin Deniz Dere (ekin.deniz.dere@forbes.at), Erik Fleischmann (erik.fleischmann@forbes.at), Reinhard Keck (reinhard.keck@forbes.at) Sophie Schimansky (sophie.schimansky@forbes.at), Lela Thun (lela.thun@forbes.at)
Cover: Deborah Sengl
Fotografen: David Višnjić, Katharina Gossow, Lisi Specht, Gianmaria Gava, Peter Rigaud, Mirza Dzudzic
Brand Movement / Digital Strategies: Coco Vitasek (Leitung, coco.vitasek@forbes.at), Ryan Urro, Lena Pernthaler
Grafikdesign: Evelyn Falkner, Sonja Stoppe, Kimberly Javier
Infografik und Produktion: Valentin Berger
Lektorat: Bernhard Paratschek, Coralie Riedler
Sales: Patrick Jamöck (Leitung, patrick.jamoeck@forbes.at), Patrick Bieder, Rebecca Haid González, Jan Kienbichl, Julia Müller, Karina Panasyuk, Eric Eiselin, Lara Hayderi

Abo-Service: abo@forbes.at, Tel.: +43 (1) 361 70 70-690
Druck: Styria Media Design GmbH & Co KG
Hasnerstraße 2, 9020 Klagenfurt

FORBES USA

Editor-in-Chief: Steve Forbes
Chief Content Officer: Randall Lane
Art & Design: Robert Mansfield
Editorial Director (International Editions): Katya Soldak
Forbes Media President & CEO: Michael Federle
Forbes Vice President, Global Media Ventures: Matthew Muszala

Founded in 1917:
B.C. Forbes, Editor-in-Chief (1917–54)
Malcolm S. Forbes, Editor-in-Chief (1954–90)
James W. Michaels, Editor (1961–99)
William Baldwin, Editor (1999–2010)

Copyright @ 2021 Forbes LLC. All rights reserved.
Title is protected through a trademark registered with the U.S. Patent & Trademark Office.

@FORBES_DA
@FORBES_DA_
@FORBES DA
FORBES.AT
FEB29.MEDIA
#FORBESDA

4 WIENER WUNDERWEIBER
6 INFOGRAFIK: FRAUENRECHTE
7 ADVOICE: RAIFFEISEN VORSORGE WOHNUNG
9 „NICHT FÜR DIE FRAUEN, MIT DEN FRAUEN!“
10 TARNEN, TÄUSCHEN, EINNEHMEN
12 DIE KAPITÄNIN GEHT VON BORD
15 ADVOICE: ALEXANDRA SCHWARZ
16 ADVOICE: ALFIES
17 INFOGRAFIK: FRAUEN AN DER BÖRSE
18 DIE WIRTIN VOM POGUSCH
22 ADVOICE: HUMANIC
24 INFOGRAFIK: FRAUEN IM FUSSBALL
25 ADVOICE: SCHÖNSTIL
26 DIE UNERSCHÜTTERLICH IM ANGESICHT DES CHAOS
29 FORBES WOMEN’S SUMMIT
33 SONNE, MOND UND STERNE
36 „ICH WOLLTE KEINEN TRENDS FOLGEN, ICH WOLLTE TRENDS SCHAFFEN“
41 DIE SPIRA UND DIE FRAUEN
42 „DIE PANDEMIE WAR EINE DER BESTEN ZEITEN FÜR AIRBNB“
46 STREAMING BUSINESS FAIR GEMACHT

Ihre LEBENSQUALITÄT ist unsere Aufgabe.

Kultur, Immobilien, Logistik und Medien:
Die Wien Holding schafft Lebensqualität für unsere Stadt. 365 Tage im Jahr zu jeder Zeit an jedem Ort. Für alle Wienerinnen und Wiener.

www.wienholding.at

mehr wien zum leben.
wienholding

Ein Unternehmen der Stadt Wien

WIENER WUNDERWEIBER

Starke Frauen in und aus Wien prägen Österreichs Hauptstadt und ihre Geschichte mindestens genauso wie Fiaker und Sachertorte. Maria Theresia etwa haben wir Schloss Schönbrunn in seiner heutigen Form zu verdanken, die machtbewusste Kaiserin bewies zeit ihres Lebens viel diplomatisches Geschick – und auch heute sind große Unternehmen, politische Bewegungen, bewegende Kunst und kluge Erfindungen in den Händen von Frauen. Sie formten das Gestern, gestalten das Heute und planen das Morgen.

Fotos: Katharina Gossow, Lisi Specht, Mirza Dzudzic, David Višnjić

Kurdwin Ayub

Deborah Sengl

Viktoria Kickinger

Birgit Reitbauer

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVOICE

SORGLOSE WERTSTEIGERUNG

Die Raiffeisen Vorsorge Wohnung GmbH entwickelt und vermarktet seit 2006 als hundertprozentige Tochter der Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien Vorsorgewohnungen. Sie zeichnet sich dadurch aus, dass sie ihren Kunden nachhaltige, stabile Partnerschaften anbietet. Ein Gespräch mit Marion Weinberger-Fritz, Gründerin und Geschäftsführerin der RVW.

Text: Ekin Deniz Dere
Fotos: Architekten Maurer & Partner, Florence Stoiber/RVW

Was bieten Sie als Raiffeisen Vorsorge Wohnung GmbH an?

Marion Weinberger-Fritz (MWF): Wir als Raiffeisen Vorsorge Wohnung, RVW, sind eine spezielle Einheit im Raiffeisensektor Niederösterreich-Wien und eine 100-%-Tochter der Raiffeisenlandesbank. Wir entwickeln seit 2006 Vorsorgewohnungen und vermarkten diese auch für unsere Kunden. Eine Vorsorgewohnung ist eine Eigentumswohnung, die Sie erwerben, um sie in weiterer Folge zu vermieten und daraus zukünftige Erträge zu erzielen. Wir bieten auch ein sogenanntes Rund-um-sorglos-Paket an – das heißt, wir kümmern uns von Beginn an um alles, was mit der Immobilie zu tun hat. Der Kunde kommt zu uns und kauft in der Regel vom Plan weg eine Wohnung, die im Bau befindlich ist oder kurz vor Baubeginn steht, und wir kümmern uns um die gesamte Vertragsgestaltung und die begleitende Kontrolle des Baus sowie um alle steuerlichen Themen, die mit dem Kauf eines Gebäudes verbunden sind. Und wenn die Wohnungen fertig sind, übernehmen wir sie und vermieten in weiterer Folge die Wohnungen, wenn das gewünscht ist.

Wie ist die RVW ins Leben gerufen worden und wie sehen die wirtschaftlichen Indikatoren aus?

(MWF): Ich bin seit 2011 die Geschäftsführerin der RVW GmbH, habe das Unternehmen aber schon im Jahr 2006 für die Raiffeisen-Gruppe NÖ-Wien gegründet. Die Idee dahinter war, für Bankkunden, aber nicht ausschließlich für Raiffeisen-Bankkunden, ein Produkt zu schaffen, in das man investieren kann, bei dem man aber kein Spezialist für Immobilien sein muss, weil das Know-how von uns zur Verfügung gestellt wird. Das war die Idee, mit der wir 2006 gestartet sind. Bis jetzt haben wir über 1.200 Wohnungen verkauft, das entspricht einem Volumen von circa 20 Millionen € pro Jahr. Circa 700 Wohnungen davon bewirtschaften wir für unsere Kunden über eine Laufzeit von 20 Jahren.

Warum ist die Immobilie eine gute Investition?

(MWF): Immobilien zu kaufen ist immer mit dem Wunsch nach Sicherheit und Stabilität verbunden. Man erwirbt einen realen Wert, ist im Grundbuch eingetragen; diese Sicherheit hat man bei keinem anderen Investment. Die Nachfrage war in den letzten Jahren enorm, das hat zu steigenden Preisen geführt. Die Nachfrage ist da, das Bedürfnis ist da, aber Grund und Boden ist ein endliches Gut – dieser ist nicht vermehrbar.

Wie managen Sie Risiken?

(MWF): Wir versuchen, vorausdenkend, auch aus der langjährigen Erfahrung, Projekte auszusuchen, von denen wir überzeugt sind, dass sie auch in Zukunft eine Werthaltigkeit haben werden. Wir arbeiten mit erfahrenen Partnern zusammen; wir sind nämlich selbst nicht Bauträger, sondern arbeiten mit Bauträgern zusammen, die Projekte errichten. Gerade jetzt, in Zeiten der hohen Energiekosten und auch der Probleme mit den Lieferketten, haben wir bei Projekten immer wieder Verzögerungen zu verzeichnen. Hier ist es gut, dass es in Österreich das Bauträgervertragsgesetz gibt, kurz BTVG; es sichert die Käufer einer Eigentumswohnung für den Fall ab, dass der Bauträger ins Straucheln kommt. Das Geld wird auf ein Treuhandkonto eingezahlt und nur nach Baufortschritt ausgezahlt. Diesen Baufortschritt muss ein externer Ziviltechniker bestätigen. Wir haben bei jedem Projekt, das wir mit einem Bauträger gemeinsam verfolgen, auch einen externen Ziviltechniker beauftragt, der das Projekt vom Anfang bis zum Ende verfolgt und darauf schaut, dass Qualität und Termine eingehalten werden. Nichtsdestotrotz muss man ehrlich sagen: Es kann zu Verzögerungen kommen, davor sind auch wir nicht gefeit. Wir hatten schon das Problem, dass gewisse Materialien einfach nicht geliefert wurden, trotz Zusage. Uns ist besonders wichtig, dass die Kunden gut abgesichert sind.

Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal?

(MWF): Unser USP ist sicherlich das Rundum-sorglos-Paket, das in dieser Form sonst von niemandem angeboten wird. Es umfasst neben der Projektauswahl die begleitende technische Kontrolle, die Erstellung von Planzeichnungen für steuerliche Zwecke und die Bewirtschaftung der Wohnung. Wir kümmern uns auch um die vertragliche Abwicklung und – wenn gewünscht – die Finanzierung. Ich glaube, das, was uns wirklich auszeichnet, ist, dass wir ein sehr kleines Team sind, mit nur sechs Mitarbeitern. Das heißt, wir betreuen unsere Kunden sehr persönlich. Es ist uns sehr wichtig, dass jeder Kunde binnen 24 Stunden eine Rückmeldung bekommt, egal zu welchem Thema und egal, welche Anfragen oder Bedürfnisse er auch immer hat.

Wie wird sich die Raiffeisen Vorsorge Wohnung GmbH in näherer Zukunft verändern?

(MWF): Wir verstehen uns als nachhaltiger, stabiler Partner für unsere Kunden und Investoren – das heißt, dass sich das Geschäftsmodell grundsätzlich nicht dramatisch verändern wird, es wird sich mehr projektbezogen verändern. Wir werden in der gewohnten Qualität weiterarbeiten, um unseren Kunden auch in Zukunft ein stabiler Partner zu sein.

Marion Weinberger-Fritz, Gründerin und Geschäftsführerin.

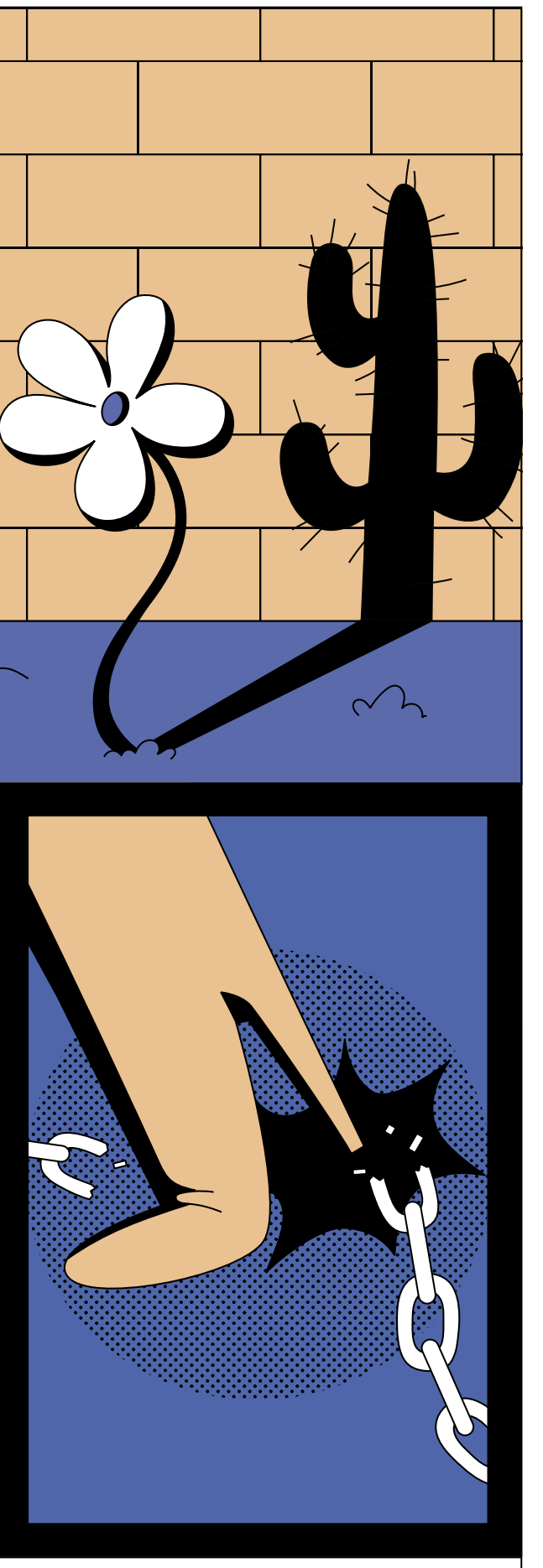
„Wir verstehen uns als nachhaltiger, stabiler Partner für unsere Kunden und Investoren.“

Marion Weinberger-Fritz

© Architekten Maurer & Partner HWB 25,4 kWh/m²a
Die Blütezeit zum investieren. Das jüngste Projekt der RVW: Arakawastraße 3/Tokiostraße 5A, 1220 Wien.

RAIFFEISEN VORSORGE WOHNUNG

ZEIT FÜR FRAUENRECHTE



Von den ersten Frauenvereinen bis hin zur ersten Präsidentin des Nationalrats – die Geschichte der österreichischen Frauenrechte ist eine lange und spannende. Ein Überblick über die wichtigsten Ereignisse in über 150 Jahren Frauenrechte.

QUELLE: Sozialministerium

1848

In diesem Jahr wird der erste Frauenverein Österreichs gegründet, dessen Aufgaben nicht karitativer, sondern politischer Natur sind: der Erste Wiener Demokratische Frauenverein. Mit der Niederschlagung der Revolution wird dieser allerdings aufgelöst und Karoline von Perin, die Präsidentin des Vereins, verhaftet.

1897

Die Philosophische Fakultät der Universität Wien ist die erste Fakultät in Österreich, die Frauen zu einem Universitätsstudium zulässt.

1902

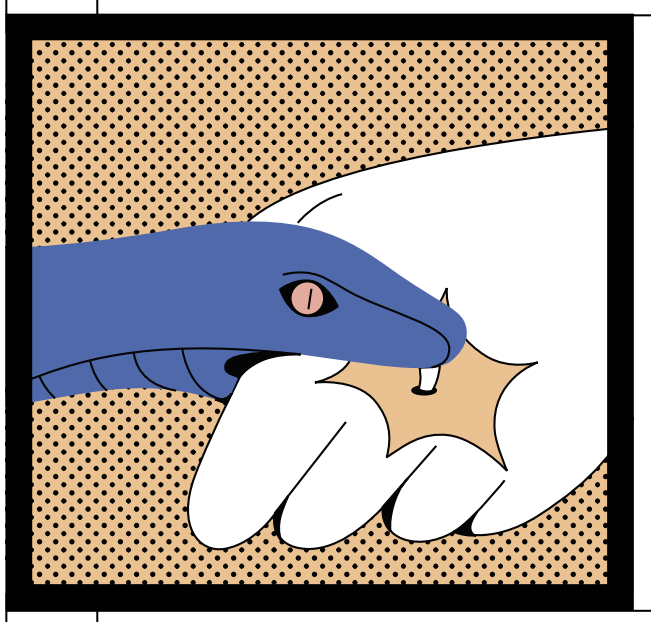
Ende des Verbots für Frauenvereine – alle Frauenvereine werden zum Bund Österreichischer Frauenvereine zusammengefasst.

1911

Der erste Frauentag in Wien findet statt. Die 20.000 demonstrierenden Frauen und Männer fordern das Frauenwahlrecht, gleichen Lohn für gleiche Arbeit und die Abschaffung des § 144, der Schwangerschaftsabbruch (Abtreibung) unter Gefängnisstrafe stellt.

1918

Das allgemeine und gleiche Wahlrecht für alle Frauen und Männer in Österreich wird eingeführt.



1919

Die erste Wahl, seit das Frauenwahlrecht eingeführt wurde, findet statt – von 170 Abgeordneten ziehen acht Frauen in den Nationalrat ein; 22 der 165 Mandate des Wiener Gemeinderats werden mit Frauen besetzt.

1957

Einführung des Mutterschutzgesetzes, das die Beschäftigung von Frauen sechs Wochen vor und nach der Geburt verbietet.

1975

Mädchen und Buben werden das erste Mal gemeinsam unterrichtet; das Ehe- bzw. Familienrecht wird reformiert. Unter anderem besagt dieses nun nicht länger, dass der Ehemann das „Haupt der Familie“ ist. Er kann seiner Frau daher nicht mehr verbieten, berufstätig zu sein, außerdem muss die Frau bei der Eheschließung nicht länger den Nachnamen des Mannes annehmen.

1989

Unverheiratete Mütter werden verheirateten gleichgestellt. Vergewaltigungen in der Ehe sind nun ebenfalls strafbar.

1990

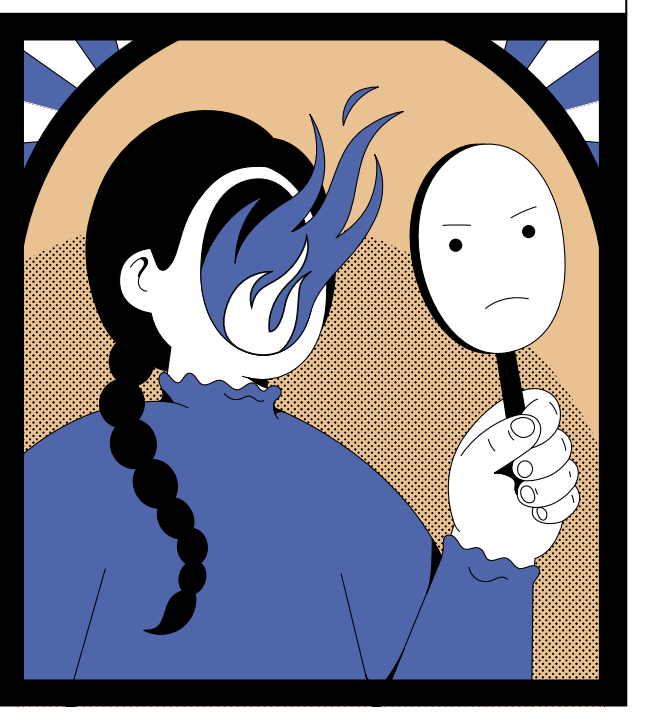
Johanna Dohnal wird die erste Frauenministerin.

2002

Die Karenzgeldregelung wird durch das Kinderbetreuungsgeld abgelöst. Der Bezug von Kinderbetreuungsgeld ist für Mütter ebenso wie für Väter möglich und nicht auf Arbeitnehmer beschränkt.

2006

Barbara Prammer wird als erste Frau Präsidentin des Nationalrats.



BEZAHLTE ANZEIGE

ALLES, WAS RECHT IST

2019 gründete Alexandra Schwarz ihre erste eigene Kanzlei in der Wiener Innenstadt – mit einer „Exklave“ in der Steiermark. Heute gehört die Anwaltskanzlei Schwarz zu den Top-Kanzleien des Landes im Bereich Familien- und Mietrecht. Alexandra Schwarz verrät, was eine gute Anwältin ausmacht.

Text: Lela Thun
Fotos: Gianmaria Gava

Unser Gespräch hätte auch an Alexandra Schwarz' zweitem Standort in Kapfenberg, in der Nähe ihres Heimatorts Bruck an der Mur, stattfinden können – ergeben hat sich das Treffen aber in ihrem Wiener Büro in der Annagasse im ersten Bezirk. Das Büro im herrschaftlichen Altbau ist groß, das Besprechungszimmer modern eingerichtet. Der Weg bis hierher war, so Schwarz, nicht immer einfach – in ihrer Karriere gab es aber auch einige Highlights.

Können Sie uns von Ihren Anfängen als Unternehmerin und vom Start Ihrer Kanzlei im Jahr 2019 erzählen? Wie verlief die Gründung?

Alexandra Schwarz (AS): Grundsätzlich gut! Nachdem die Entscheidung getroffen und sozusagen der Sprung ins kalte Wasser geschafft war, stellte sich der Erfolg bald ein; auch, weil ich auf vielen Jahren Erfahrung als Rechtsanwältin aufbauen konnte. Ich hatte Glück, dass ich noch vor der Coronapandemie gegründet habe und in der Mandantenakquise zu Beginn nicht eingeschränkt war. Im Zusammenhang mit der Kanzleigründung hatte ich die Idee, einen zusätzlichen Standort in der Steiermark zu eröffnen, um auch auf meine dortigen Ressourcen zurückgreifen zu können.

Worauf haben Sie sich als Anwältin spezialisiert?

(AS): Ich habe mich auf das Prozessrecht spezialisiert, also auf die strategische Begleitung und Vertretung meiner Klienten und Klientinnen in Gerichtsverfahren, vor allem im privatrechtlichen Bereich. Ein großer Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Immobilienrecht, insbesondere in meinem Spezialgebiet, dem Mietrecht. Aber auch im Familienrecht habe ich in den letzten Jahren Klienten vertreten, etwa in Scheidungsverfahren. Obwohl ich meine Leidenschaft im streitigen Verfahren sehe, werde ich immer öfter für die Errichtung und Durchführung von Kaufverträgen konsultiert; ein Fachgebiet, das mir zunehmend Freude bereitet.

Wie ist es, eine eigene Kanzlei zu führen, wo Sie doch vorher immer in anderen Kanzleien gearbeitet haben?

(AS): Fachlich gibt es keinen Unterschied zu meiner Arbeit in Wirtschaftskanzleien, wenngleich ich meine Tätigkeit jetzt als abwechslungsreicher empfinde. In Wirtschaftskanzleien arbeitet man oft in großen Teams zusammen, das heißt aber nicht zwingend, dass man als selbstständige Rechtsanwältin Einzelkämpferin sein muss. Ich kann auch jetzt mein eigenes Team aus Experten und Expertinnen zusammenstellen, mit denen ich mich fachlich austausche. Darüber hinaus sehe ich mich auch als Unternehmerin: Einerseits ist es ein Vorteil, die eigene Chefin zu sein, andererseits trage ich dadurch auch die volle wirtschaftliche Verantwortung für die Kanzlei.

Können Sie mit uns einen Fall teilen, der für Sie wegweisend war; einen, an den Sie sich besonders gerne erinnern?

(AS): Für mich sind alle Fälle spannend und wegweisend, weil die Akteure immer wieder andere sind und daher grundsätzlich jeder einzelne Fall auf seine Art einzigartig ist. Spannend fand ich die Rechtsberatung im Mietrecht im Zuge der Coronapandemie, weil es solche Umstände bis dahin nicht gegeben hatte. Daher war es schon besonders interessant, wie die Gerichte, allen voran der OGH, der Oberste Gerichtshof, in einzelnen Fällen entschieden haben.

In einem konkreten Fall, in dem es um einen zu zahlenden Mietzins ging, entschied das Erstgericht, bevor es die erste einschlägige Entscheidung des OGH dazu gab, dass die Coronapandemie als außerordentlicher Zufall anzusehen ist und daher der Mieter im Lockdown keinen Mietzins zahlen muss. Das Urteil wurde schnell rechtskräftig, weil die Gegenseite auf eine Berufung verzichtete. Dieser Fall war insofern wegweisend, weil ich als eine der ersten Rechtsanwältinnen zu dieser offenen Rechtsfrage ein positives rechtskräftiges Urteil erwirken konnte.

Was hebt Ihre Kanzlei und Ihre Arbeit als Rechtsanwältin von anderen in der Branche ab?

(AS): Ich betreue alle Klienten und Klientinnen persönlich, und zwar vom Erstgespräch über die Prozessvorbereitung bis hin zum abgeschlossenen und im besten Fall gewonnenen Gerichtsverfahren. Viele Klienten befinden sich in einer außerordentlichen und emotionalen Situation, weil sie teilweise unfreiwillig in ein Gerichtsverfahren hineingezogen werden. Ich greife auf jahrelange Prozesserfahrung zurück und kann die Aussichten realistisch einschätzen. Es gibt Verfahren, die durch einen vernünftigen Vergleich kosten- und nervenschonender beendet werden können.

Was macht eine gute Anwältin aus?

(AS): Neben der fachlichen Kompetenz als Grundvoraussetzung ist ein hohes Maß an sozialer Kompetenz und auch Empathie erforderlich, um die Interessen jedes Mandanten bestmöglich vertreten zu können. Darüber hinaus muss eine gute Rechtsanwältin präzise, gut vorbereitet und durchsetzungsfähig sein. Und sie sollte selbstverständlich auch zuhören können.

Was würden Sie jungen Frauen raten, die ebenfalls Jus studieren und in Ihre Fußstapfen treten wollen?

(AS): Ich rate jungen Kolleginnen, sich bereits während des Studiums ein diverses Netzwerk aufzubauen und, wenn möglich, Auslandserfahrung zu sammeln, so wie ich durch mein Erasmus-Semster in Italien.

Wo wird Sie die Zukunft hinführen? Was erhoffen und erwarten Sie?

(AS): Ich hoffe auf weitere spannende und wegweisende Fälle und Gerichtsverfahren. Wenn sich Klienten so gut betreut fühlen, dass sie nach einem beendeten Verfahren wieder mit einem Fall auf mich zukommen, empfinde ich das als beruflichen und persönlichen Erfolg. Der Kreis an langjährigen Mandanten wächst, das sehe ich auch als Auszeichnung meiner Tätigkeit. In Zukunft möchte ich außerdem meine Standorte in Wien und in der Steiermark noch weiter ausbauen.

„Für mich sind alle Fälle spannend und wegweisend, weil die Akteure immer wieder andere sind und daher grundsätzlich jeder einzelne Fall auf seine Art einzigartig ist.“

Alexandra Schwarz

Alexandra Schwarz' Kanzlei liegt im ersten Wiener Gemeindebezirk.

Alexandra Schwarz kommt aus der Steiermark, wo sie in Graz Jus studierte und dort ihre Gerichtspraxis ausübte. Im Zuge ihres Studiums war sie unter anderem via Erasmus in Siena, Italien. Nach der Gerichtspraxis übersiedelte sie nach Wien und konnte in renommierten Wirtschaftskanzleien wertvolle Erfahrung sammeln – seit 2010 ist Schwarz eingetragene Rechtsanwältin.

Familie & Beruf – mehr von beidem!

Mit dem Gütezeichen für Familienfreundlichkeit

Familienfreundliche Arbeitsbedingungen sind ausschlaggebend dafür, Familie und Beruf besser miteinander zu vereinbaren. Unternehmen und Institutionen, die auf eine familienfreundliche Personalpolitik setzen, werden mit dem **staatlichen Gütezeichen berufundfamilie** von der Familienministerin ausgezeichnet. Mehr als **660 Unternehmen, Institutionen und Gesundheitseinrichtungen** haben bereits die Zertifizierung berufundfamilie absolviert. Über 500.000 Beschäftigte wurden damit erreicht.

Es lohnt sich – doppelt! Mit familienfreundlichen Maßnahmen unterstützen Unternehmen die Mitarbeitenden dabei, Beruf, Familie und Freizeit bestmöglich „unter einen Hut" zu bringen. Die Wertschätzung für die individuellen Lebenssituationen fördert wiederum die **Motivation und Zufriedenheit** der Beschäftigten – und in weiterer Folge die **Mitarbeiterbindung und Produktivität**. Unternehmen aller Art können durch eine familienfreundliche Personalpolitik ihre **Arbeitgebermarke** stärken, sich gegenüber Wettbewerberinnen und Wettbewerbern differenzieren und behaupten. Arbeitgeber signalisieren den aktuellen wie zukünftigen Beschäftigten anhand einer authentischen Arbeitgeberpositionierung wofür ein Unternehmen als Arbeitgeber steht.

Achten Sie auf das Gütezeichen!
Für ein familienfreundliches Österreich.

FAMILIE & BERUF
MANAGEMENT GMBH

Mehr unter **www.familieundberuf.at** oder **@familieundberufat**

Geht's a bissl familienfreundlicher? Na klar!

Der Podcast rund um Famlienfreundlichkeit.

Familie & Beruf tauscht sich im Gespräch mit Expertinnen und Experten zu aktuellen Themen und Fragestellungen aus und bietet Einblicke in Erfahrungsberichte und Best Practices von zertifiziert familienfreundlichen Partnern aus Wirtschaft und Gemeinden.

Alle Interessierten sind eingeladen, mehr über Vereinbarkeitsideen sowie familienfreundliche Ansätze zu erfahren und diese weiterzutragen.

Jetzt reinhören!

„NICHT FÜR DIE FRAUEN, MIT DEN FRAUEN!“

„Zweifeln Sie nie daran, dass eine kleine Gruppe aufmerksamer, engagierter Bürger die Welt verändern kann“, sagte Margaret Mead, US-amerikanische Anthropologin. In der österreichischen Frauenbewegung gab es viele solcher Bürgerinnen. Eine von ihnen, die mittlerweile verstorbene Johanna Dohnal, war nicht nur in der Politik gegen Ungerechtigkeiten aktiv, sondern auch abseits davon.

Text: Ekin Deniz Dere
Foto: First Look / picturedesk.com

„Die Frauen haben immer nur das erreicht, was sie sich selbst erkämpft haben“, so Johanna Dohnal (geborene Dietz), die oft als „Wiener Jeanne d’Arc“ oder „Kreiskys Jeanne d’Arc“ bezeichnet wird. Die Ikone im Kampf um die Rechte der Frauen und erste Frauenministerin Österreichs wurde 1939 in Wien geboren und 1945 eingeschult. Auch wenn sie nach dem Krieg nicht mehr mit ihrer Großmutter in den Keller rennen musste, weil kein Volksempfänger mehr „Kuckuckswarnungen“ ausstieß, waren die Zeiten alles andere als einfach, erinnerte sie sich einst zurück: Finanzielle Mittel, Bücher, Wärme, Sitzgelegenheiten – alles war knapp bemessen. Laut Dohnal-Biografin Susanne Feigl musste die kleine Dohnal mit einer Holzkiste und einem Stück Braunkohle zur Schule gehen, um einen Sitzplatz zu haben und in der Schule nicht zu frieren. Die Schule soll ein wichtiger Faktor für ihr Ideal gewesen sein, bei sozialer Ungerechtigkeit nicht untätig zu bleiben.

Ihre ersten Schritte in der SPÖ machte Johanna Dohnal im Alter von 17 Jahren – gemeinsam mit ihrem späteren Ehemann Franz Dohnal. In der Ehe lief jedoch nicht alles glatt: Es gab grundlegende Differenzen über die Rolle der Frau in der Familie. Für Franz war es ganz klar, dass die Frau sich um den Haushalt kümmert – für Johanna, die mit anderen Rollenbildern konfrontiert gewesen war, war dies keineswegs selbstverständlich. 1976 ließen sich die Eheleute scheiden; in den folgenden Jahren lernte Johanna Dohnal Annemarie Aufreiter kennen. Anfang 2010, kurz nachdem dies in Österreich möglich wurde, ließen sie eine eingetragene Partnerschaft begründen.

1969 kandidierte Dohnal zum ersten Mal bei den Wiener Gemeinderatswahlen und wurde noch im selben Jahr Bezirksrätin in Penzing. Mit Bruno Kreisky als Bundeskanzler gelang Dohnal der parteiinterne Aufstieg – eine Zeit, die oft als die Blütezeit der österreichischen Sozialdemokratie bezeichnet wird. Als sie 1972 ihren ersten bezahlten Job in der politischen Arbeit (als Wiener Frauensekretärin in der SPÖ-Parteizentrale) antrat, lag der Frauenanteil in den sozialen, öffentlichen, persönlichen und hauswirtschaftlichen Diensten (laut Frauenbericht des Bundeskanzleramts 1975) bei 22,6 %. Johanna Dohnals Engagement in der (Frauen-)Politik war damals in vollem Gange: insbesondere als stellvertretende Bundesparteivorsitzende der SPÖ in den 1980er-Jahren und Bundesministerin für Frauenfragen Anfang der 1990er Jahre.

Mitte der 1990er-Jahre setzte jedoch eine konservative Wende in Österreich ein, Dohnals Wirken galt als immer umstrittener. 1995 wurde sie von Franz Vranitzky als Frauenministerin aus der Regierung entlassen.

Die engagierte Frauenrechtlerin Dohnal setzte sich für den Ausbau der sozialen Dienste und die Förderung der Sexualerziehung in den Schulen ein, entwickelte ein Frauenförderungsprogramm für den Bundesdienst und ergriff nachhaltige Initiativen im Familien-, Sexualstraf- und Sozialrecht. Das bleibt als Vermächtnis für künftige Generationen. Bis zu ihrem Tod am 20. Februar 2010 setzte sie sich unermüdlich öffentlich für Frauenfragen, Menschenrechte und soziale Belange ein. „Aus taktischen Gründen leise zu treten hat sich noch immer als Fehler erwiesen“, sagte sie einst.

„Ich denke, es ist Zeit, daran zu erinnern: Die Vision des Feminismus ist nicht eine ‚weibliche Zukunft‘, sie ist eine menschliche Zukunft. Ohne Rollenzwänge, ohne Macht- und Gewaltverhältnisse, ohne Männerbündelei und Weiblichkeitswahn.“

Johanna Dohnal

TARNEN, TÄUSCHEN, EINNEHMEN

Die Wiener Konzeptkünstlerin Deborah Sengl zeichnet für den Auftritt des diesjährigen Women's Summit verantwortlich. Über ihre Arbeit, ihr Selbstverständnis, ihre Vorbilder und ihren produktiven Zorn sprach sie mit Heidi Aichinger, Begründerin der Women@Forbes-Initiative für den deutschsprachigen Raum. Die beiden verbindet eine 40-jährige Freundschaft.

Text: Heidi Aichinger
Foto: David Višnjić

Ich habe in einem deiner Interviews gelesen, dass du deinen Feminismus erst spät entdeckt hast. Was heißt denn das?

Deborah Sengl (DB): Ich konnte allein schon mit dem Begriff nichts anfangen, weil feministisch zu sein für mich eigentlich eine Selbstverständlichkeit war. Du kennst ja meine Mutter ... eine sehr starke, sehr selbstbewusste Frau, die mir mitgegeben hat, dass ich mich durchsetzen muss, wenn mir was nicht passt, und dass ich für meine Position kämpfen soll – ganz unabhängig von meinem Geschlecht. Ungleichbehandlung – so, wie sie diskutiert wird – ist mir im Beruflichen tatsächlich nie widerfahren.

Möglicherweise liegt es bei dir auch daran, dass du als Künstlerin nur für dich selbst und alleine stehst ...

(DB): Ich sage immer: Wenn das mit der Kunst nicht läuft, dann kriegst du mich in keinen Betrieb rein – außer als Chefin. Ich kann mich überhaupt nicht unterordnen und bin darüber hinaus komplett beratungsresistent, ich kann nicht Auto fahren und für meine perfektionistischen Ansprüche zu schlecht Englisch. Ich bin unvermittelbar. (*lacht*)

Du hast die Gestaltung für unseren diesjährigen Women's Summit übernommen. Passt eine Konferenz rund um die Welten der Frauen – von Kunst bis Finanzen – zu deinem Arbeitsthema des „Jägers, der sich die begehrte Beute ‚ertarnt'" ...?

(DB): Finde ich schon. Wir spielen permanent Rollen, privat wie beruflich. Wir sind immer mehrere, je nachdem, was wir gerade bezwecken wollen – wir haben auch verschiedene Bedürfnisse im Leben –, und um diese unterschiedlichen Rollen ist es mir immer gegangen. Auch in dem Sinn, als wir alle ebenso Opfer wie Täter sind. Wir tragen eben mehrere Seiten in uns.

Bei keinen anderen Veranstaltungen außer jenen, die Frauen im Fokus haben, geht es um die Sichtbarmachung von Role Models. Siehst du dich als Vorbild?

(DB): Eigentlich nicht. Aber wenn ich ein Vorbild für junge Mädels sein kann, die sich durchsetzen und wehren wollen, dann bin ich das gerne.

Hattest oder hast du Vorbilder?

(DB): Nie. Es gibt aber viele Menschen, die ich spannend finde. Als Kind habe ich auch niemanden angebetet – außer vielleicht Robert Smith von The Cure.

Ich selbst fand das Vorbild-/Rollenthema immer eher schwierig ...

(DB): Ja, weil dir alle sagen, was du sein sollst. Ich war einmal bei einer Veranstaltung zum Thema Depressionen, wo sehr unterschiedliche Beiträge zu hören waren. Einen sehr persönlichen Text, von Barbara Kaufmann, fand ich besonders stark; da wurden nach der Reihe Ratschläge, was man tun soll, wenn man Depressionen hat, vorgelesen: Du solltest mehr Sport machen, du solltest weniger Sport machen, du solltest länger schlafen, du solltest weniger schlafen ... Dieser Text hat mich so unglaublich berührt – und du kannst ihn auf jedes Thema ummünzen. Das hörst du ja auch als Frau bis heute noch: Du solltest das oder jenes tun oder nicht tun ... Und mit jedem dieser Ratschläge wird es doch immer noch schwieriger, in deine eigene Rolle zu finden und dich verstanden zu fühlen.

Ist das für dich als Künstlerin ähnlich? Du hast dich von der Grafik bis zum Objekt und der Malerei in vielem ausprobiert ...

(DB): Ich sehe mich als Konzeptkünstlerin, die verschiedene Themen in verschiedenen Techniken bearbeitet. Das geht von der Zeichnung über die Malerei und die Skulptur bis hin zur Gestaltung ganzer Räume, wie bei den Escape Rooms, die ich gestaltet habe. Die Technik ist bei mir immer nur ein Mittel zum Zweck.

Auf welche deiner Arbeiten bist du am stolzesten?

(DB): Immer auf die letzte, die ich gemacht habe – wirklich wahr.

„Wir haben verschiedene Bedürfnisse und unterschiedliche Rollen. Wir sind ebenso Opfer wie Täter. Wir tragen eben beide Seiten in uns."

Deborah Sengl

Deborah Sengl (*1974) studierte an der Universität für angewandte Kunst. Sie lebt und arbeitet in Wien. www.deborahsengl.com

DOROTHEUM

SEIT 1707

Hermann Nitsch, Schüttbild mit Malhemd und pastoser Malerei, 1995, 200 x 300 cm, € 80.000 – 140.000, ***Auktion 30. November***

Auktionswoche 29. November – 2. Dezember

ZEITGENÖSSISCHE KUNST
MODERNE, JUWELEN, UHREN

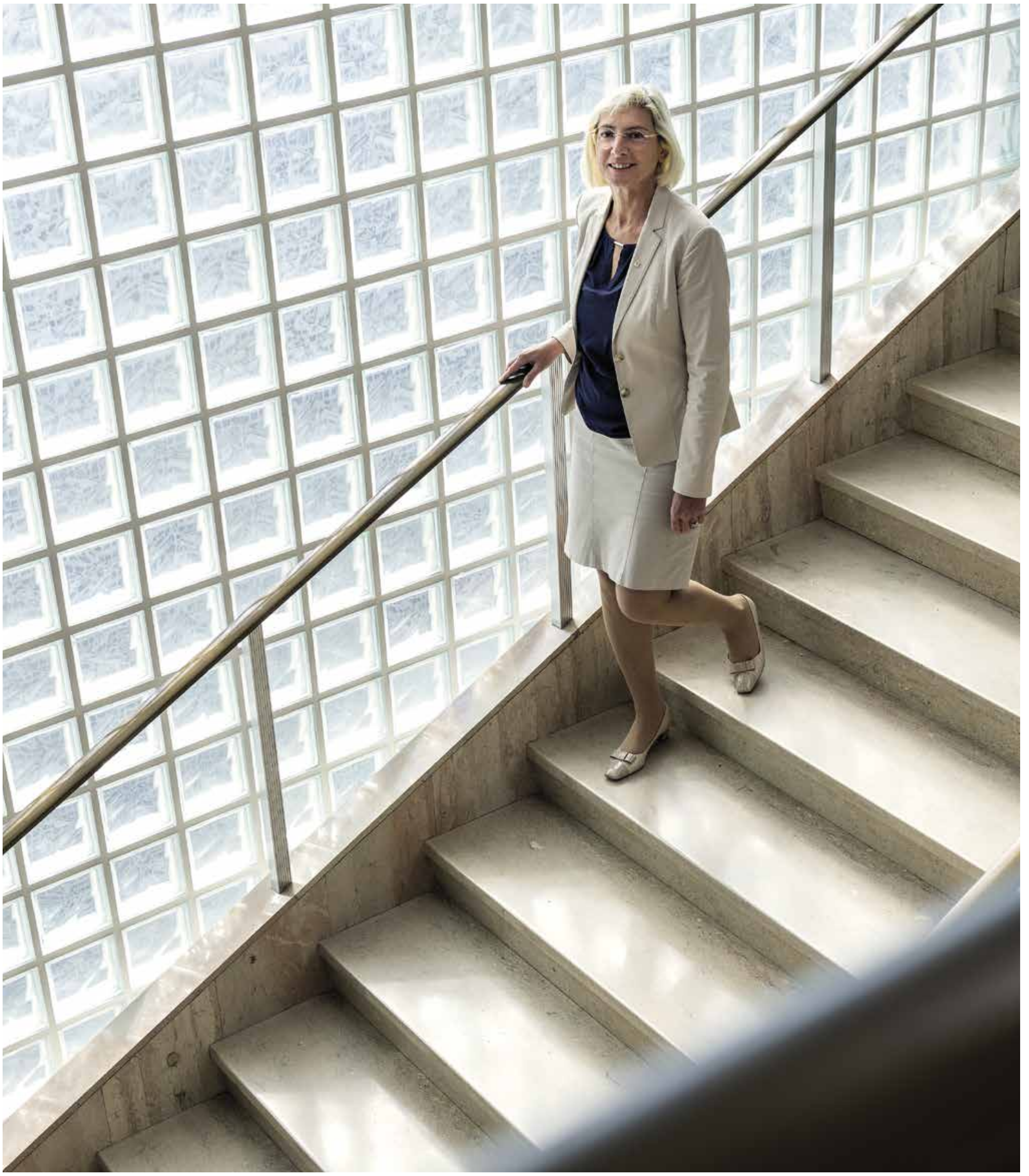
Palais Dorotheum, Wien
Tel. +43-1-515 60-570
client.services@dorotheum.at

www.dorotheum.com

DIE KAPITÄNIN GEHT VON BORD

Nach fast acht Jahren an der Spitze der Vienna Insurance Group nimmt Elisabeth Stadler im Sommer 2023 Abschied. Unter ihrer Führung festigte das Unternehmen seine Stellung als größter Versicherer in Zentral- und Osteuropa. Mit Stadler geht auch die einzige Frau an der Spitze eines ATX-Unternehmens – doch wie sieht die Niederösterreicherin ihren Abschied? Und welche Fragen beschäftigen sie bis zu ihrem Ausscheiden nächstes Jahr am meisten?

Text: Klaus Fiala
Fotos: Katharina Gossow



ELISABETH STADLER

Wenn Elisabeth Stadler im Sommer 2023 offiziell von ihrem Posten als CEO der Vienna Insurance Group (VIG) abtritt, darf sie auf eine stolze Vita zurückblicken: 40 Jahre im Versicherungsgeschäft, davon 20 Jahre in Vorstandsfunktionen und zwölf Jahre als CEO. „Versichern heißt, Menschen vor täglichen Gefahren zu schützen – und das ist eine schöne Aufgabe“, so Stadler, als wir sie im Wiener Ringturm zum vorgezogenen „Abschiedsinterview“ treffen.

Als Karrierehöhepunkt bezeichnet Stadler „ohne Frage“ den CEO-Posten bei der VIG. Das ist nicht weiter überraschend, ist die VIG doch die größte Versicherungsgruppe in Zentral- und Osteuropa. Die 25.000 Mitarbeiter des börsennotierten Unternehmens erwirtschafteten 2021 einen Umsatz (also verrechnete Versicherungsprämien) in der Höhe von elf Mrd. € sowie ein Ergebnis vor Steuern von 511,3 Mio. €. Zwar bewegte sich der Aktienkurs seit Stadlers Antritt am 1. Jänner 2016 weitgehend seitwärts bzw. sogar leicht nach unten – von 24,04 € auf zuletzt 21,5 € –, doch ihre Ziele habe sie stets erreicht, wie Stadler betont.

„Wir haben es immer geschafft, unsere Ziele zu erfüllen, außer im Jahr 2020, wo wir wegen der Covid-Pandemie keine Steigerung zum Vorjahr erreichen konnten. Aber auch da haben wir ein deutlich positives Ergebnis erzielt“, sagt Stadler. Und tatsächlich hat sie die Ziele der „Agenda 2020“, eines von ihr bereits 2016 ins Leben gerufenen Arbeitsprogramms für die VIG, relativ punktgenau erreicht – wenn auch mit einem Jahr Verspätung.

Doch nach dem Ziel ist vor dem Ziel, und so arbeitet Stadler bis zu ihrem Ausscheiden mit ihren Kollegen bereits am Programm „VIG 25“. Die VIG will sich damit noch stärker auf ihre Kernmärkte fokussieren – und dort die Marktführerschaft ausbauen. Damit das gelingt, will der Versicherungsriese in allen Kernmärkten unter den Top-Drei-Versicherern sein (Ausnahme: Slowenien). Zudem soll „nachhaltiger Wert“ geschaffen werden, womit eine Solvenzquote von 150 bis 200 % gemeint ist, sowie eine Combined Ratio, die bis 2025 unter 94 % geht (die Combined Ratio stellt die Kosten für Schadensfälle sowie deren Verwaltung in Relation zu den eingenommenen Prämien und ist somit eine Kennzahl der Profitabilität von Versicherungsunternehmen). Und: Die VIG will mehr Nähe zu ihren Kunden sowie einen noch stärkeren Fokus auf die ESG-Ziele.

Wie schwierig es aktuell ist, Ziele festzulegen, fällt auch beim Vergleich der beiden Arbeitsprogramme auf: Während die Agenda 2020 über ganz konkrete quantitative Ziele kommuniziert wurde, werden beim Programm VIG 25 qualitative Messgrößen in den Vordergrund gerückt. „Das stimmt“, sagt Stadler – und sei vor allem der unsicheren Gesamtlage geschuldet. „Im Moment ist es etwas schwierig, Zahlen zu kommunizieren. Wir haben so viele Faktoren zu berücksichtigen, dass wir momentan vorrangig qualitativ kommunizieren.“

Diese Zahlen wurden zuletzt vom Vorstand auch wieder einer Prüfung unterzogen – und trotz Energiekrise, enormer Inflation und Wertschöpfungsketten, die unter Druck stehen, hat die VIG entschieden, an ihren Zielen festzuhalten. Eine Ausnahme gibt es jedoch: Die Wachstumsprognose in der Ukraine wurde deutlich nach unten geschraubt. Mit 1.400 Mitarbeitern und rund 100 Mio. € Prämienvolumen ist die Ukraine zwar bei Weitem nicht der größte Markt der VIG, doch das Land hätte einer der Wachstumstreiber im Portfolio werden sollen. Der Angriffskrieg durch Russland macht das jedoch unmöglich. „Diesen Markt hatten wir mit überproportionalem Wachstum definiert. Aktuell ist es uns aber wichtiger, dass es unseren Kollegen dort gut geht“, so Stadler. Abschreiben will sie die Ukraine aber nicht: „Das wäre das falsche Signal.“

Aber nicht nur die Ukraine, sondern die gesamte politische Situation in Europa bereitet Stadler Sorgen. „Ich bin durchaus beunruhigt. Seit ich auf der Welt bin, hatten wir noch nie so kritische Zeiten wie jetzt“, sagt sie. Denn instabile politische Verhältnisse bedeuten für das Unternehmen auch, dass sich Ansprechpartner in Regierungen regelmäßig ändern, was die Zusammenarbeit nicht gerade vereinfacht. Märkte wie die Ukraine, aber auch Polen, Italien oder der Spezialmarkt Türkei erleben politisch und wirtschaftlich stürmische Zeiten.

Die Versicherungsdichte sei in vielen Märkten zwar bei Weitem nicht so hoch wie in Österreich, sagt Stadler; manche liegen nur bei einem Zehntel von Österreich. Doch eine höhere Versicherungsdichte benötigt zumeist steigenden Wohlstand, und der braucht wiederum günstige politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Trotz der unsicheren Zeiten setzte die VIG zuletzt aber auf Wachstum: 2020 schloss der Versicherer – quasi aus dem Homeoffice – den zweitgrößten Zukauf der Unternehmensgeschichte ab. Die VIG kaufte das Zentral- und Osteuropageschäft des niederländischen Versicherers Aegon. Der Kaufpreis von 830 Mio. € umfasste das Versicherungsgeschäft von Aegon in den Märkten Ungarn, Polen, Rumänien und Türkei.

Insbesondere in Ungarn präsentierte sich der Deal aber als kompliziert: Nach positiven Signalen aus dem Finanzministerium blockierte das ungarische Innenministerium den Deal vorübergehend, bis Ende 2021 schließlich eine Einigung erzielt wurde. Nun sind 45 % der Versicherungsgesellschaft im Besitz der ungarischen Regierung, die VIG übernimmt mit 55 % die Mehrheit und die operative Kontrolle des Unternehmens.

Doch gerade Ungarn wird auf EU-Ebene aktuell heftiger diskutiert als jeder andere Mitgliedsstaat, denn dem Land könnten aufgrund von Verletzungen der Grundrechte sowie Rechtsunsicherheiten 7,5 Mrd. € an EU-Subventionen gekürzt werden. Ist Stadler dadurch beunruhigt? „Natürlich schauen wir auf Ungarn ganz besonders, da wir dort gerade einen großen Zukauf getan haben. Gemeinsam mit der Regierung wird es uns aber gelingen, den ungarischen Versicherungsmarkt zu beleben. Gerade Lebensversicherungen sind in Ungarn noch eher unterentwickelt, da können wir extrem viel Know-how mitbringen; ebenso im Bereich Krankenversicherung.“

Für Stadler wäre selbst ein EU-Austritt eines von der VIG besetzten Marktes – etwa Ungarns – keine rote Linie: „Wir sind auch in Märkten aktiv, die nicht in der EU sind. Wir müssen unserer Verpflichtung nachkommen, den Menschen Versicherungslösungen anzubieten. Ich denke, es wäre das falsche Signal, wenn wir damit einfach aufhören würden.“

Aus Russland hatte sich die Gesellschaft bereits 2014, nach der Annexion der Krim, zurückgezogen. Hier findet Stadler klarere Worte, auch wenn sie wiederum auf die Spezialrolle von Versicherungen hinweist: „Ich halte die Sanktionen (gegen Russland, Anm.) für richtig – aber man darf nicht auf die Bevölkerung vor Ort vergessen.“

„Versichern heißt, Menschen vor täglichen Gefahren zu schützen – und das ist eine schöne Aufgabe.“

Elisabeth Stadler

Gerade angesichts dieser Herausforderungen fühlt sich Stadler aber mit der Strategie der VIG wohl. Denn statt mit nur einer Marke in allen Ländern aktiv zu sein, setzt die VIG auf eine Mehrmarkenstrategie. Der „Vorname“, wie Stadler es beschreibt, ist jener der lokalen Versicherungsgesellschaft; der „Nachname“ ist Vienna Insurance Group. „Das zeigt, dass die Unternehmen eine finanzkräftige Mutter haben, die im Fall der Fälle einspringen kann. Gleichzeitig firmieren sie aber als lokale Gesellschaften“, so Stadler. Die Unternehmen und lokalen Manager würden ihren Markt kennen. Stadlers Maxime: So viel Freiheit wie möglich, so wenig Kontrolle wie nötig. Doch wenn jemand vom Kurs abkommt, werden die Zügel auch mal angezogen, so die CEO: „So lange die Gesellschaften ihre Ziele erfüllen, ist alles okay. Wenn nicht, dann spüren mich die Kollegen aber sehr intensiv.“

Die Größe der VIG bringe durchaus Vorteile mit sich, sagt Stadler, auch hinsichtlich der Profitabilität. Denn da hinkt die VIG noch ein wenig hinter vergleichbaren Unternehmen hinterher. Während die Uniqa 2021 eine Combined Ratio von 93,7 % erreichte, hatte die deutsche Allianz einen Wert von 93,8 %. Die VIG lag zuletzt bei 95 %. „Der erste Hebel ist immer die Größe. Je größer man ist, desto eher kann man Scaling-Effekte ausnutzen.“ Hinzu komme laut Stadler die Optimierung, etwa in der IT oder Administration, und die Erweiterung des Versicherungsgeschäfts, etwa durch Assistenzleistungen wie das Abschleppen defekter Autos.

Überhaupt seien die Zahlen aber aktuell mit Vorsicht zu genießen. Denn die Einführung des neuen Bilanzierungssystems IFRS 17 würde auch zu Änderungen in der Berechnung führen. Auch die Combined Ratio, eine der wichtigsten Kennzahlen in der Versicherungsbranche, wird dann anders definiert.

Das wird Stadler jedoch nicht mehr mitverantworten – zumindest nicht als CEO. Denn ihr Nachfolger steht quasi in den Startlöchern: Vize-Konzernchef Hartwig Löger, der vor seinem Eintritt in die VIG Finanzminister und für kurze Zeit auch Bundeskanzler war, soll von Stadler übernehmen. Die Bestellung ist nur noch Formsache.

Stadler selbst wird der VIG ab 1. Juli 2023 aber weiterhin zur Verfügung stehen, denn sie bleibt in Aufsichtsratsfunktionen in der VIG. Ansonsten wolle sie sich aber auch ihrem Garten sowie mehr Kultur und Sport widmen, wie sie sagt.

Bereuen würde sie nichts, sagt Stadler. Würde sie etwas anders machen, wenn sie noch einmal die Chance bekäme? „Eigentlich nein. Wenn man zufrieden ist und einem nichts leidtut, muss man auch nichts anders machen.“ Und auch ein anderes Thema, das Stadler nie aktiv vorangetrieben hat, das für sie aber dennoch unausweichlich war, wird bei ihrem Abschied mitschwingen: Denn Stadler war die längste Zeit der einzige weibliche CEO in einem Leitindex-Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Heute führt die Spanierin Belén Garijo den DAX-Konzern Merck, aber sonst ist in dieser Hinsicht nur Leere zu sehen. Wir fragen Stadler zum Ende des Interviews, ob ihr das Thema schon zum Hals heraushängt. Sie überlegt kurz, bevor sie sagt: „Natürlich wird es immer wieder thematisiert. Ich glaube aber, dass das auch notwendig ist. Wenn man sich die letzten Jahre ansieht, hat sich schon etwas bewegt, es geht halt nur sehr langsam. Ich versuche, voranzugehen, engagierte Damen zu motivieren, damit sie über den Tellerrand blicken, aufzeigen und sich etwas zutrauen.“

Elisabeth Stadler (Jahrgang 1961) studierte Versicherungsmathematik an der TU Wien. Von 2014 bis 2016 war sie Generaldirektorin der Donau Versicherung, seit 2016 steht sie an der Spitze der VIG Holding. Ab 2023 wird sie ebendort in den Aufsichtsrat wechseln.

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVOICE

ALFIES

FORBES.AT

„WIR SIND JEDEN TAG BIS MITTERNACHT IM LAGER GESTANDEN“

Seit 2015 beliefert Alfies die Wiener (und seit einem Jahr auch die Grazer) mit Lebensmitteln. Das von Thomas Ecker sowie Gerald und Gunther Michl gegründete Unternehmen musste zu Beginn viel Ideenreichtum beweisen, um das fehlende Kapital wettzumachen – doch seit der Covid-Pandemie, in der Alfies seinen Umsatz um das 20-Fache steigerte, läuft das Geschäft. Die nächsten Ziele des Gründertrios: Marktführerschaft in der relevanten Zielgruppe und die Internationalisierung.

Text: Klaus Fiala
Foto: Alfies

Der Markt für Essenslieferdienste ist hart umkämpft. Was macht Alfies besser als die Konkurrenz?

Der Hauptunterschied findet sich in unserer Entwicklungsgeschichte. Wir sind seit unserem Start 2015 bis 2020 ohne Investorenkapital ausgekommen – das unterscheidet uns von allen anderen Marktteilnehmern. So waren wir nämlich gezwungen, unsere Prozesse möglichst effizient zu gestalten und operativ sehr viel selbst zu machen. Wir sind dadurch im Vergleich eher langsam und stetig gewachsen und haben alle Prozesse wie Auslieferung, Kommissionieren et cetera selbst durchgeführt. Zudem waren alle drei Gründer (Thomas Ecker, Gerald und Gunther Michl, Anm.) branchenfremd. Das hat den Vorteil, dass man einen frischen Blick auf die Dinge hat, wodurch Einzigartiges entstehen kann.

Diese Kombination führte dazu, dass wir – mithilfe der TU Wien – ein einzigartiges Logistiksystem entwickelt haben. Es ist perfekt für die schnelle Lieferung von größeren Warenkörben. Wichtig ist dabei zu verstehen, dass sich unser System der Nachfrage anpasst und nicht umgekehrt. Dabei ist es egal, ob es um eine Lieferung in 30, 60, 120 oder 150 Minuten geht. Auf den Kunden umgelegt bedeutet das, dass man sich darauf verlassen kann, dass eine schnelle Lieferung zur Verfügung steht. Anders als bei anderen Online-Supermärkten muss man also nicht hoffen, dass die gewünschte Lieferzeit überhaupt zur Verfügung steht.

Sie starteten 2015 als einer der ersten solcher Dienste in Wien. Wie kam es dazu?

Wir haben alle drei unsere gut bezahlten Jobs an den Nagel gehängt, da wir unternehmerisch tätig werden wollten. Wir waren relativ blauäugig und entwickelten ursprünglich eine Postempfangsverrichtung. Dieses Projekt ist letztendlich jedoch gescheitert, da es sich von einer B2C- zu einer B2B-Lösung entwickelte. Wir wollten dann aber im Bereich der Last-Mile-Logistik bleiben – und sind bei der Recherche über ein Unternehmen namens Mr. Night gestolpert. Die Servicequalität war überschaubar, die Preise waren hoch, das Sortiment eingeschränkt – trotzdem machte das Unternehmen gute Umsätze. Das hat uns interessiert; also haben wir Alfies gegründet.

Wir wollten aber von Beginn an Preise auf Supermarktniveau anbieten und das Sortiment schrittweise erweitern. Die Anfangsphase war geprägt von sehr viel Schweiß und wenig Kapital. Zu Beginn hatten wir einen VW Transporter mit allen Produkten, mit dem wir zu den Kunden gefahren sind. Irgendwann haben wir dann gemerkt, dass wir ein Lager benötigen, um unser Sortiment ausdehnen zu können, dann war nach einiger Zeit ein Punkt erreicht, wo wir einen Investor brauchten. Der kam im Februar 2020 an Bord – ein Monat später folgte Covid.

Die Covid-Pandemie führte zu einem rasanten Wachstum. Wie herausfordernd war diese Zeit für Sie als Unternehmer?

Vor der Covid-Pandemie waren wir ein sehr kleines Unternehmen. Seither haben wir den Umsatz jedoch um das 20-Fache gesteigert. Beim ersten Lockdown im Frühjahr 2020 verdoppelte sich die Nachfrage über Nacht. Mit großem persönlichem Einsatz schafften wir es aber trotzdem, die Kapazitäten so zu erhöhen, dass wir die Nachfrage bewältigen konnten. Wir Gründer sind zu dieser Zeit jeden Tag bis mindestens Mitternacht im Lager gestanden, um gemeinsam mit unseren Mitarbeitern die Nachfrage zu stemmen. Das war eine sehr herausfordernde, aber auch sehr spannende Zeit.

Wer genau bestellt bei Alfies? Sind Ihre Kunden eher alt oder jung, und wo wohnen sie?

Die größte Kundengruppe ist zwischen 30 und 40 Jahre alt. Das Geschlechterverhältnis ist in etwa ausgewogen, allerdings gibt es eine klare Tendenz dazu, dass Frauen die Männer beim Anteil überholen werden. Außerdem wächst die Altersgruppe 40 plus deutlich schneller als jene der 18- bis 29-Jährigen. Was die Geografie betrifft, sind wir in urbanen Regionen mit gehobenem Einkommen am stärksten. Ob das daran liegt, dass wir dort schon länger vertreten und somit auch bekannter sind oder ob der Service in solchen Regionen einfach attraktiver ist, wird sich noch zeigen.

Ist es für Sie denkbar, mit Alfies in Zukunft auch fertige Speisen zuzustellen?

Wir haben heute schon ein Angebot an fertigen Speisen, die aufgewärmt werden können, dieses werden wir weiter ausbauen. Wofür unsere Logistik jedoch nicht ausgelegt ist, ist die Auslieferung von fertigen warmen Mahlzeiten, etwa Pizza.

Viele Unternehmen in der Branche, selbst Riesen wie Delivery Hero, haben Schwierigkeiten, schwarze Zahlen zu schreiben. Wie sehen Umsatz und Gewinn bei Ihnen aus?

Gerald Michl, Gunther Michl und Thomas Ecker (v. li.) gründeten Alfies 2015. In der Covid-Pandemie konnten sie den Umsatz um das 20-Fache steigern.

Wir waren die längste Zeit über profitabel. Seit wir Investorengelder aufgenommen haben, investieren wir stark in das Wachstum von Alfies. Dennoch ist jede Bestellung im Durchschnitt profitabel. Grundsätzlich denke ich, dass die Profitabilität in der Branche kein Problem sein wird, solange der durchschnittliche Warenkorb entsprechend hoch ist. Genau dies ist bei Delivery Hero – im Gegensatz zu Alfies – nicht der Fall.

2021 expandierte Alfies nach Graz. Wie läuft das dortige Geschäft? Werden weitere Städte in Österreich oder im Ausland folgen?

Das Geschäft in Graz ist sehr gut angelaufen. Interessanterweise haben wir es dort innerhalb eines Jahres geschafft, eine ähnliche Bekanntheit wie in Wien aufzubauen. Das Wachstum wird dort vor allem durch einen Mangel an qualifiziertem Personal gebremst. In Wien ist das beispielsweise weniger stark der Fall. Eine Expansion in weitere österreichische Städte sowie ins Ausland ist definitiv geplant – wann genau das passieren wird, will ich aber noch nicht verraten.

Warum sollten Menschen bei Alfies bestellen?

Aufgrund von Umfragen wissen wir, dass Kunden vor allem aus zwei Motiven online bestellen: Zeit- und Energieersparnis. Zufälligerweise – möglicherweise hat uns auch die Nachfrage dorthin getrieben – ist unser Fulfillment-System genau darauf ausgerichtet, diese zwei Probleme bestmöglich zu lösen. Unsere Kunden können sich darauf verlassen, dass die 60- beziehungsweise die 120-Minuten-Lieferung immer verfügbar ist. So ermöglichen wir es unseren Kunden, immer dann einzukaufen, wenn für sie der richtige Zeitpunkt ist – ohne Mengenrestriktionen. Außerdem verfügen wir mittlerweile über ein großes Sortiment, bestehend aus vielen Produkten mit höchster Qualität, welche im stationären Supermarkt üblicherweise nicht zu finden sind.

Zum Abschluss: Gehen Sie selbst noch in Supermärkte?

Für mich persönlich ist der stationäre Supermarkt zum reinen Convenience Store mutiert. Ich gehe dort nur hin, wenn ich schnell eine Kleinigkeit benötige.

Gunther Michl, Thomas Ecker und Gerald Michl gründeten Alfies 2015 in Wien. 2021 expandierte der Online-Lieferdienst nach Graz; weitere Städte in Österreich sowie im Ausland sollen folgen. Gründer Gunther Michl war mit uns im Gespräch.

APRON
Producing FOOD PORN
since 2018
Apron Restaurant
Am Heumarkt 35 - 1030 - Wien

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVERTORIAL

IMMOFINANZ

FORBES.AT

MYHIVE URBAN GARDEN: IN BALANCE ARBEITEN UND GENIESSEN AM WIENERBERG

Balance ist ein Kerngedanke unserer Zeit: Zwischen Arbeit und Freizeit, zwischen Erfolg und Erholung, zwischen wirtschaftlicher Ambition und nachhaltiger Verantwortung. Die Office Oase „my**hive** Urban Garden“ am Wienerberg schafft ab Sommer 2023 diesen Ausgleich ganz selbstverständlich: Die Wünsche und Bedürfnisse von Menschen stehen im Mittelpunkt, mit maximaler Effizienz und viel Liebe zum Detail.

Fotos: Immofinanz

Wie wäre das, wenn Sie Ihr persönliches Arbeitsumfeld als Erholungslandschaft genießen könnten? Wenn Sie mit Effizienz Energie sparen, ohne daran denken zu müssen? Und wenn Sie im Büro einfach rundum versorgt werden wie in einem Ferien-Resort: Mit vielfältiger Kulinarik, bequemen Services und einem Ambiente, das man am liebsten jeden Tag wieder auf Instagram posten würde? Wenn also Life und Work wirklich in Balance kommen?

Die Office Basis für nachhaltige Höhenflüge

Die Office-Landschaft my**hive** Urban Garden am Wienerberg versteht sich als ein solches „Arbeitsalltag-Detox-Programm“, das gezielt Stressfaktoren für Menschen, Unternehmen und Umwelt entfernt. Ansprechendes und userfreundliches Design, flexible Grundrisse und durchdachte Allgemeinbereiche für die individuelle Nutzung und die Zusammenarbeit, hochwertige Materialien und eine Vielzahl an Services fördern die Kreativität und das Miteinander für die eingemieteten Teams.

my**hive** Urban Garden ist zudem eine Oase im Business-Alltag: Denn die Büros sind eingebettet in eine begrünte Terrassen-Landschaft. Jede Mietfläche bietet einen eigenen Balkon mit Blick ins Grüne direkt am Naherholungsgebiet Wienerberg. Das klingt nachhaltig und ist es auch: my**hive** Urban Garden wird nach Fertigstellung zum exklusiven Kreis von Bürogebäuden weltweit zählen, die im Rahmen der renommierten BREEAM-Zertifizierung das Prädikat „outstanding“ tragen. Die ökologischen Stärken von Urban Garden sind also international „herausragend“.

„Menschen ist es mittlerweile ein starkes Bedürfnis für Unternehmen tätig zu sein, die sich nicht nur um das unmittelbare Wohlergehen der Mitarbeiter kümmern, sondern auch das Thema ESG verantwortungsvoll in allen möglichen Bereichen umsetzen. Wir freuen uns, unseren Mietern Büroflächen in Gebäuden anbieten zu können, die ressourcenschonend und im Einklang mit den höchsten Nachhaltigkeitsstandards betrieben werden. In unserem my**hive** Urban Garden werden diese Standards umgesetzt, von der Zertifizierung bis hin zu grünen Mietverträgen, bei denen die gemeinsame Verantwortung zu einem nachhaltigen Betrieb der Mietflächen sowie zur Schonung der Umwelt großgeschrieben wird.“

Handfeste Vorteile fürs tägliche Büroleben

Und was heißt all das konkret für die einzelnen Menschen, die hier künftig Tag für Tag ein- und ausgehen?

- 100% Ökostrom für maximalen Komfort und nachhaltige Einsparung.
- Optimierung des Mikroklimas durch Grünfassaden und begrünte Außenflächen
- Durchgehend LED-Beleuchtung

„Menschen ist es mittlerweile ein starkes Bedürfnis für Unternehmen tätig zu sein, die sich nicht nur um das unmittelbare Wohlergehen der Mitarbeiter kümmern, sondern auch das Thema ESG verantwortungsvoll in allen möglichen Bereichen umsetzen. Wir freuen uns, unseren Mietern Büroflächen in Gebäuden anbieten zu können, die ressourcenschonend und im Einklang mit den höchsten Nachhaltigkeitsstandards betrieben werden. In unserem myhive Urban Garden werden diese Standards umgesetzt, von der Zertifizierung bis hin zu grünen Mietverträgen, bei denen die gemeinsame Verantwortung zu einem nachhaltigen Betrieb der Mietflächen sowie zur Schonung der Umwelt großgeschrieben wird.“
Mag. Katrin Gögele-Celeda
Country Manager Austria & Adriatic Country Management

Büros eingebettet in eine begrünte Terrassen-Landschaft.

- Car Sharing mit einem eigens für den Standort entwickelten Sharing-Programm. Das gibt es natürlich auch für E-Bikes – und somit für alle, die ökologisch und besonders gesund „anreisen“ wollen; Ladestationen und Reparaturservice sind selbstverständlich auch vorhanden.
- öffentliche Ladestationen für E-Autos in den Garagen
- Aber auch die Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist umfangreich: Buslinien aus allen Richtungen, Gratis-Shuttle in die City, Schnellbahn und U-Bahn sind in wenigen Minuten erreichbar. Das bedeutet etwa Fahrzeiten von nur 18 Minuten in die City, 19 Minuten nach Hütteldorf oder selbst nach Baden nur 29 Minuten. Und internationale Gäste sind vom Flughafen in weniger als 25 Minuten abgeholt. In den drei Parkgaragen finden übrigens 2.000 Autos Platz.

Doch Urban Garden kann noch mehr: Denn das Gebäude ist Teil des Bürostandorts my**hive** am Wienerberg und bietet damit den Zugang zu einer breiten Palette an Ressourcen. Dazu gehören ein Konferenzzentrum mit zwölf Hightech-Räumen, eine Eventlocation im 35. Stockwerk mit 360°-Blick über Wien und Niederösterreich, ein Gourmetrestaurant im 22. Stock und für den Alltag ein vielseitiger Food Court, Fahrradgarage mit Garderobe und Duschen, eine Shopping Mall für alle Lebenslagen, Kindergarten sowie ein 4-Sterne-Hotel. Alle Mitarbeiter der eingemieteten Unternehmen sind außerdem in eine sehr aktive Online-Community eingebunden, die sich gerne auch persönlich trifft: Zu Events und Freizeitaktivitäten – und zum Knüpfen neuer Kontakte.

Übergabe ab Sommer 2023

Bald geht’s los: Die Büros werden ab Sommer 2023 übergeben. Jetzt ist also der ideale Zeitpunkt für individuelle Beratung und Einfluss auf die Gestaltung der künftigen Arbeitswelten. All das in perfekter Balance von kreativem Arbeiten, umfangreichen Services und grüner Wohlfühl-Oase. Urban Garden ist schließlich für alles die ideale Basis.

myhive URBAN GARDEN

www.myhive-offices.com

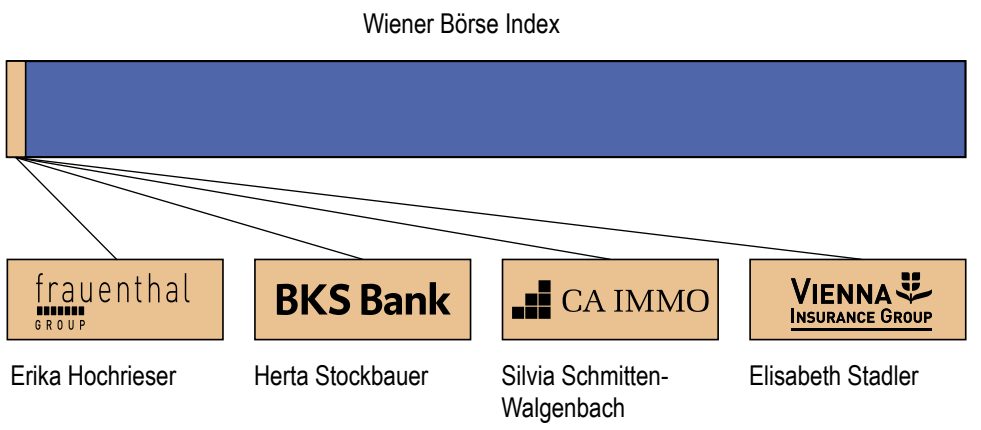
FRAUEN AN DER WIENER BÖRSE

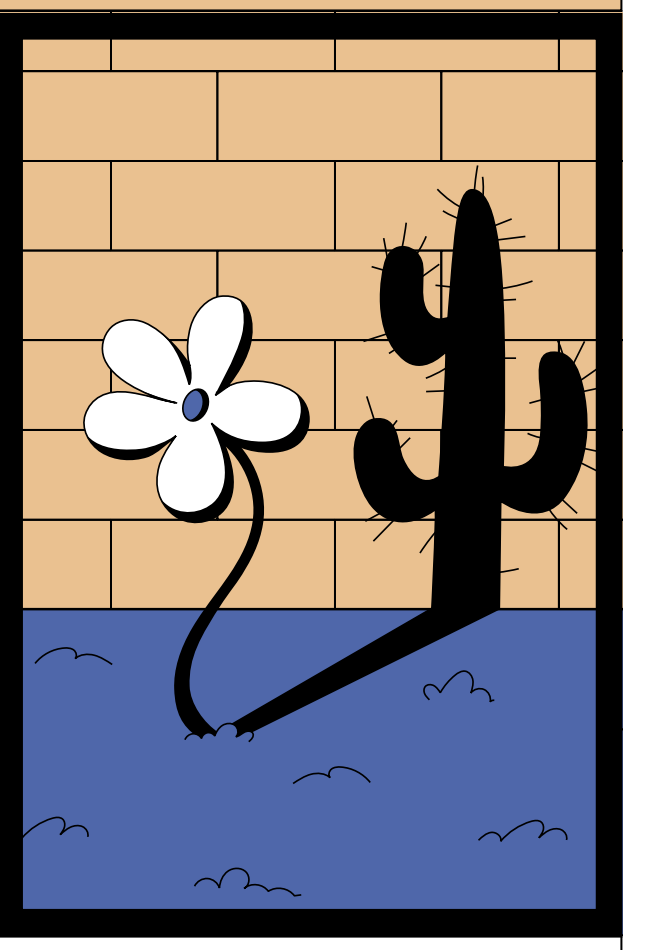
Der Wiener Börse Index (WBI) enthält alle Aktien, die im Amtlichen Handel der Wiener Börse notieren, und spiegelt die Entwicklung des österreichischen Aktienmarkts wider. Frauen in Spitzenpositionen gibt es zwar immer mehr, sie sind aber immer noch stark unterrepräsentiert.

QUELLEN: Mixed Leadership Barometer von EY, meinbezirk.at

NUR WENIGE FRAUEN IN FÜHRUNGSPOSITIONEN

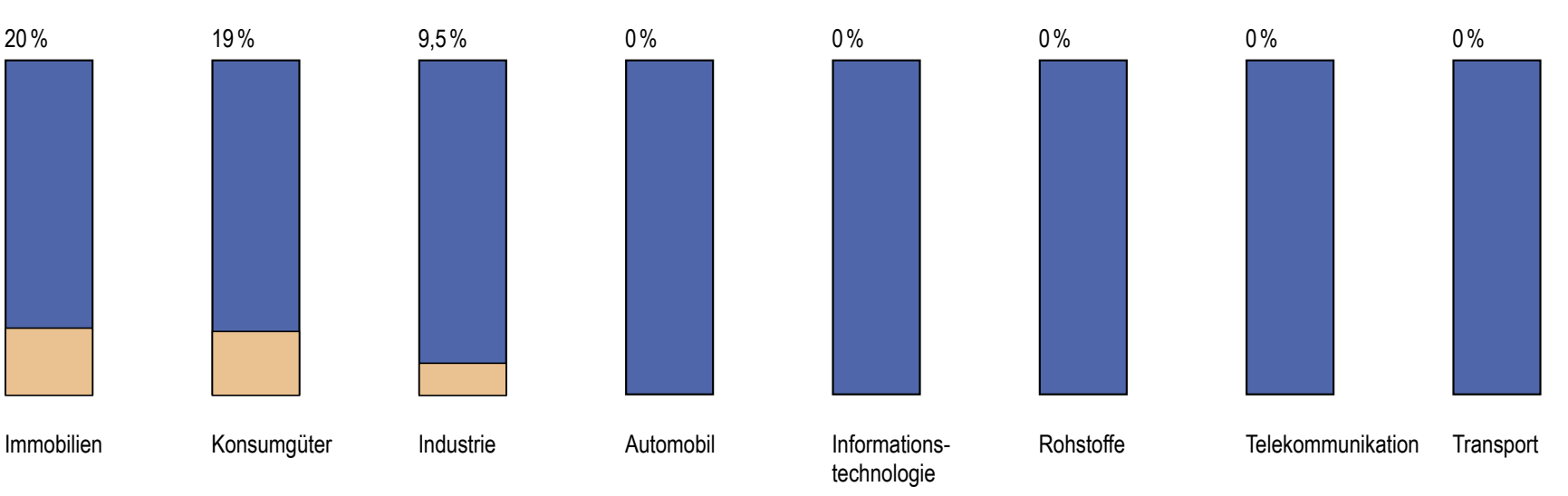
Unter den 59 im WBI vertretenen Unternehmen werden nur vier von Frauen geführt, das entspricht 2 %. Oft legen Frauen eine beeindruckende Karriere hin, nur um kurz vor der Spitze aufzuhören – das muss sich ändern, wenn die Businesswelt für Frauen genauso zugänglich sein soll wie für Männer.

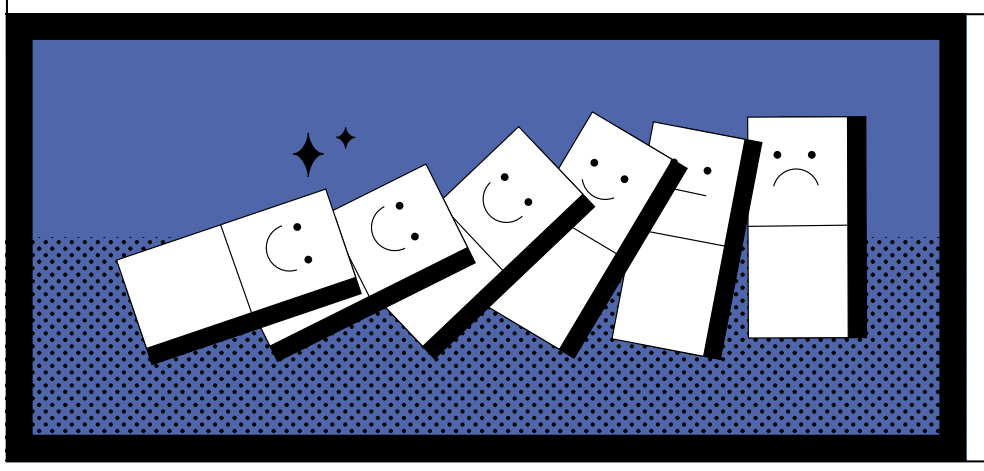




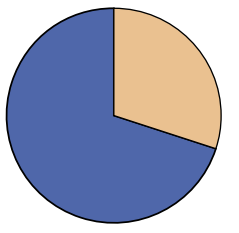
DIE MEISTEN FRAUEN IM VORSTAND GIBT ES IN DER IMMOBILIENBRANCHE

17 von insgesamt 189 oder rund 9 % der Vorstandsmitglieder in WBI-Unternehmen sind Frauen. Letztes Jahr waren es mit 7,1 % noch weniger, die Richtung stimmt also. Trotzdem ist es noch ein weiter Weg, bis Frauen in der Geschäftswelt gleich stark repräsentiert sind wie Männer.





HOFFNUNG IN DEN AUFSICHTSRÄTEN



163 von 539 Aufsichtsratsmitgliedern (30,2 %) sind Frauen.

2021 waren es 28,4 % – auch hier geht der Trend also in die richtige Richtung.

DIE WIRTIN VOM POGUSCH

Das Wirtshaus Steirereck am Pogusch in der Steiermark wird in der zweiten Generation von Familie Reitbauer geführt. Nach sieben Jahren Planung und Umbau eröffnete es im Mai 2021 in neuem Glanz – inklusive Kreislaufwirtschaft und ausgefallenen Übernachtungsmöglichkeiten.

Text: Sophie Ströbitzer
Fotos: Lisi Specht

Birgit Reitbauer trägt ein dunkelblaues, hochgeschlossenes Kleid, als sie uns hereinbittet. Stets an ihrer Seite: Dackelwelpe Ferdinand. Neben dem Parkplatz grasen Ziegen vor ihrem Stall, drinnen trägt das von außen unveränderte traditionelle Wirtshaus ein neues Antlitz: Während die Gaststube eher klassisch gehalten ist, befindet sich inmitten des Raums eine moderne offene Küche. Die Materialien Glas und Holz dominieren. An diesem Mittwochmorgen ist es ruhig in der Gaststube, denn das Restaurant öffnet erst donnerstags, das Hotel hat allerdings die ganze Woche geöffnet. Die Gastronomin ist aber immer gefragt: Während Reitbauer uns durch ihr Reich führt, klingelt alle paar Minuten das Handy. Links wird der Kühlschrank repariert, rechts brutzelt ein Spiegelei – jeder braucht etwas von der Chefin.

Der Umzug, zurück auf den Pogusch nach dem Umbau des Wirtshauses, war für die Reitbauers eigentlich eine Heimkehr – das Paar führte das Haus, welches ursprünglich von Heinz Reitbauers Eltern eröffnet worden war, bereits Ende der 90er-Jahre, bevor es für die beiden nach Wien ging. Vor sieben Jahren begann bereits die Planung für den Umbau und die Vision für das heutige Wirtshaus, das ursprünglich für Bauern aus der Umgebung eröffnet worden war: „Für uns war immer klar, der Pogusch ist ein magischer Ort. Mit unserer Vorstellung für den Umbau wollten wir dem Standort die notwendige Nachhaltigkeit geben, die er verdient“, holt Birgit Reitbauer aus. Was genau bedeutet das? Gemeinsam mit dem Architekturbüro PPAG, das u. a. das Haus 10 des Otto-Wagner-Spitals in Wien neu gestaltete, erstellten die Reitbauers ein Kreislaufwirtschaftskonzept für das Wirtshaus, renovierten die Innenräume und entwickelten ausgefallene Übernachtungsmöglichkeiten für Gäste. So kann man beispielsweise im neuen hauseigenen Glashaus eine Kabane im Luxus-Hostel-Stil buchen und so zwischen Minze und Mangold zu Bett gehen. Wenn man es etwas ruhiger mag, bieten sich die Jagdhütte, eine kleine zweistöckige Holzhütte in der Nähe des Wirtshauses, oder die etwas weiter weg gelegenen Baumhäuser an, die mit einer wirklich einzigartigen Optik eine Luxusübernachtung mitten im Wald bieten. Auch im alten Ziegenstall lässt es sich nächtigen. Insgesamt verfügt der Betrieb über 15 Zimmer und zehn Kabanen.

Das Haus ist heute energieautark – so werden durch die Abwärme der Kühlbereiche beispielsweise die Gehwege im Außenbereich geheizt. „Es ist sehr viel Know-how in den Umbau geflossen, um das Unternehmen nicht nur nicht nur gastronomisch zu modernisieren, sondern auch eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft zu schaffen.“, so Reitbauer. Die Energiekrise war zu Beginn des Umbaus im März 2020 noch weit weg, betont die gelernte Gastronomin. Heute empfängt „der Pogusch“ auf 1.100 Höhenmetern und 80 Hektar Fläche gemeinsam mit 50 Mitarbeitern zahlreiche Gäste aus aller Welt. Auf dem hauseigenen Hubschrauberlandeplatz, der ursprünglich als Rodelwiese diente, landen regelmäßig Vertreter der High Society – zum Unmut der Nachbarn. Reitbauer lässt sich davon allerdings nicht beirren. Jedes Wochenende landen ungefähr fünf Helikopter im beschaulichen St. Lorenz im Mürztal. Es wäre nicht das Steirereck, wenn nicht auch im naturbelassenen und nachhaltig konzipierten Wirtshaus zumindest ein wenig Extravaganz stecken würde.

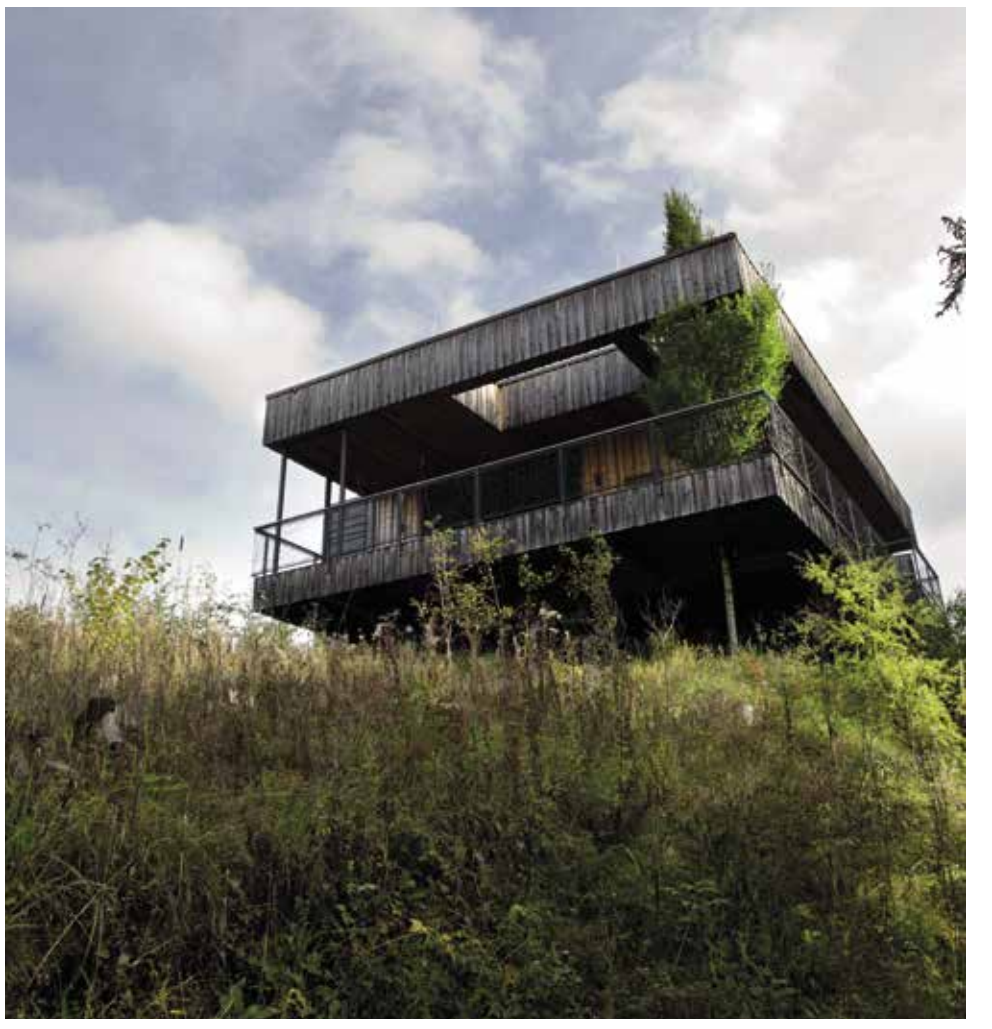
Und Extravaganz kann man sich mit dem Ruf des Gastronomenpaars auch leisten. Nicht umsonst ist der Name Steirereck so ziemlich jedem Österreicher ein Begriff. Meist lockt einen der Name allerdings in den Wiener Stadtpark, wo die Reitbauers seit 2005 das beste Restaurant Österreichs (das auch schon auf Rang neun der weltbesten Gastrobetriebe war) führen.

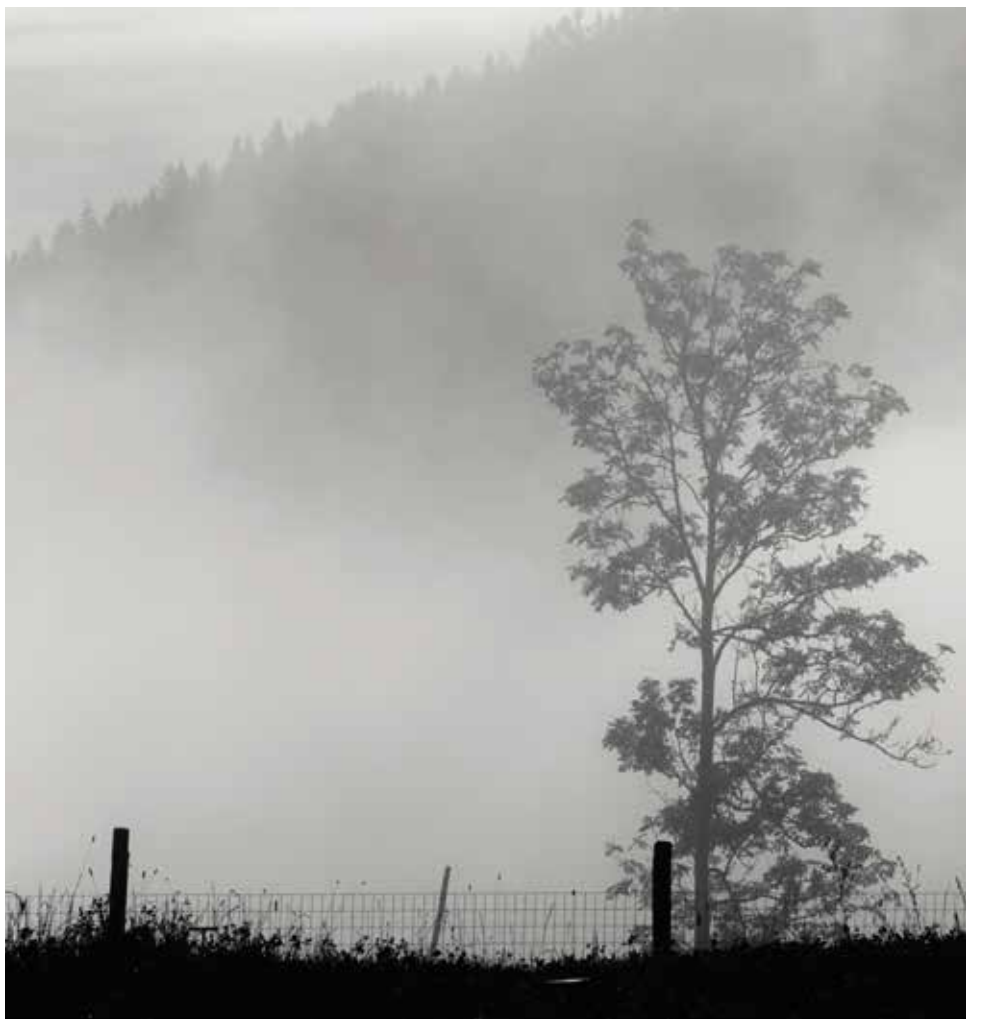
Der Weg an die Spitze begann für Birgit Reitbauer in Langenzersdorf an der Stadtgrenze Wiens, wo die Gastronomin aufwuchs. Von dort ging es schnell Richtung Hauptstadt an die Tourismusschule und anschließend an die Universität. Nebenbei sammelte sie laufend gastronomische Erfahrung. Nach Abstechern zum Südafrikanischen Fremdenverkehrsamt und einer Stelle als Standortleiterin der Kurkonditorei Oberlaa am Neuen Markt ging es ab ins Steirereck. Dort lernte sie ihren Mann, den Geschäftsführer und Chefkoch Heinz Reitbauer, kennen. „Mein Mann wusste dass er jemanden and der Front braucht, der ihm den Rücken freihält“, sagt Reitbauer. Bis heute leiten die beiden mit der Meierei insgesamt drei Standorte und erziehen drei gemeinsame Kinder – ein Familienunternehmen durch und durch.

Der Ursprung des international renommierten Namens für Haubenküche geht auf die Familie von Heinz Reitbauer und das Jahr 1970 zurück. Damals eröffnen seine Eltern Heinz sen. und Margarethe ihr erstes Lokal im dritten Wiener Gemeindebezirk an der Ecke Rasumofskygasse/Weißgerberlände: das Steirereck. Der Laden läuft, die Kassen füllen sich. Nach zahlreichen Entdeckungsreisen, die Heinz sen. und Margarethe Reitbauer durch die besten Häuser Europas führen, werden die beiden von Ehrgeiz und Inspiration gepackt und schrauben die Ansprüche an ihren Betrieb und an sich selbst immer höher. 1983 erhalten sie die erste Haube, 1986 folgt die zweite.

Im Jahr 1992 gelingt ein weiterer Coup: Das Steirereck erhält erstmals vier Gault-Millau-Hauben und gilt nun als bestes Restaurant Österreichs. 1996 eröffnen die aufsteigendenGastronomen mit dem Pogusch ihren zweiten Standort; 2002 zieht das Wiener Lokal in den Stadtpark, ein paar Jahre später folgt der fliegende Wechsel der Reitbauers: Heinz sen. und Margarethe, die das Restaurant an die Spitze der österreichischen Gastronomie gebracht haben, kümmern sich von nun an um den Pogusch. Für Heinz jun. und seine Frau geht es nun nach Wien. Dort wird der junge Küchenchef, der seine Lehre in seinem Elternhaus begann und in Werfen bei Karl und Rudi Obauer abschloss, nun an einem geschichtsträchtigen Ort kochen – der Meierei im Stadtpark.

Diese wurde 1903 von Friedrich Ohmann als „Milchtrinkhalle“ der Stadt Wien eröffnet. Gemeinsam mit dem gesamten Stadtpark steht auch sie





„Für uns war immer klar, der Pogusch ist ein magischer Ort.“

Birgit Reitbauer

unter Denkmalschutz. Nachdem das Gebäude während des Zweiten Weltkriegs schwer beschädigt wurde, besitzt es nun aber nur noch wenige Teile der alten Bausubstanz. Als die Stadt Wien in den 90ern nach einer neuen Verwendung für die Milchbar, die früher vor allem den Eislaufplatz des Parks bewirtschaftete, suchte, waren die Reitbauers bei Weitem nicht die einzigen Anwärter. Nach einer Einigung mit der Stadt pachtete die Familie die Meierei schließlich via Baurechtsvertrag auf 99 Jahre samt einer Kaufoption um eine jährliche Miete von 72.600 €, so berichtete die *Wiener Zeitung* zu der Zeit. Die Kosten des Umbaus wurden damals auf fünf Mio. € geschätzt.

Und so war aller Anfang schwer: „Nach der Übersiedlung in den Stadtpark waren wir einige Jahre nicht so stark. Wir sind am neuen Standort abgewertet worden und haben eine Haube und einen Stern verloren“, so Reitbauer. Wie sehr wirkt sich das auf die Kundschaft aus? „Bei uns eigentlich gar nicht. Wir hatten das Glück, dass uns unsere Stammgäste während dieser Zeit die Treue gehalten haben.”, so die 47-Jährige, die während des Gesprächs immer wieder abwechselnd entweder ihren jungen Dackel Ferdinand in die Schranken weist oder Mitarbeitern in einem klaren, bestimmten Ton Anweisungen gibt – dabei fasst sie sich kurz. Ihr Kopf und ihre Augen sind überall, das ist schnell klar. So rasch sie die Probleme ihrer Mannschaft auf möglichst effiziente Art löst, so schnell ist die Unternehmerin wieder zurück im Gespräch und reißt charmante Schmähs.

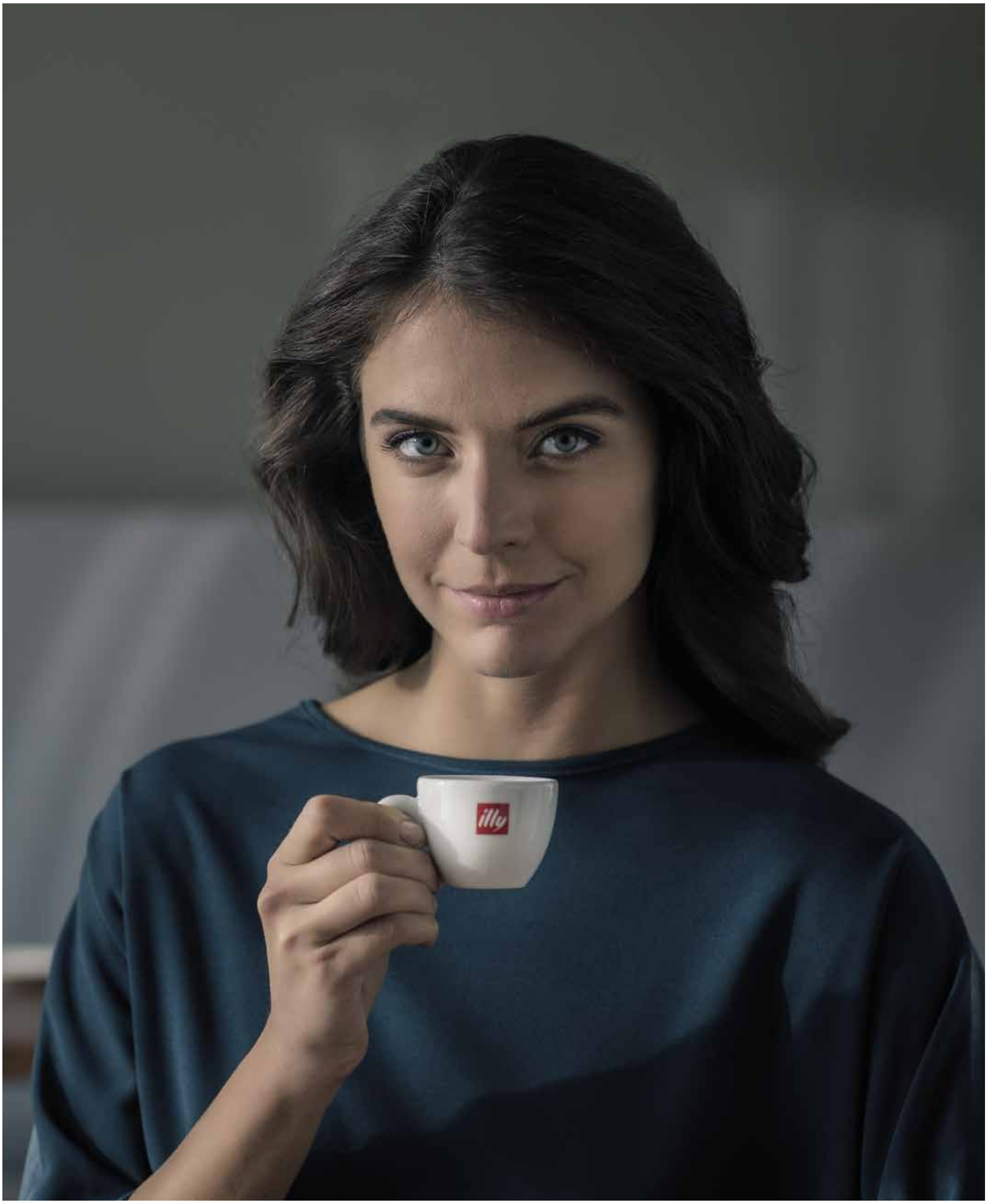
Wie könne man in der Spitzengastronomie profitabel arbeiten, wollen wir wissen. „Man braucht eine gewisse wirtschaftliche Größe, damit sich die Kosten rechnen. Ich brauche das gleiche Personal bei 30 oder 50 Gästen – der Umsatz ist aber ein anderer. Voraussetzung ist natürlich dass die Qualität stimmt.”, so die gelernte Betriebswirtin. Mit diesem Erfolgsrezept ging es auch schnell wieder zurück an die Spitze: 2009 schaffte es das Steirereck auf den neunten Rang der San-Pellegrino-Liste der 50 besten Restaurants der Welt und ist zu diesem Zeitpunkt somit das beste Restaurant im deutschsprachigen Raum. Der Ruf des Steirerecks hallt international und zieht somit auch immer wieder spannende Gäste aus aller Welt an. Trotzdem macht die Stammkundschaft das Tagesgeschäft aus. „Die Leute glauben von außen meistens, dass bei uns nur die Reichen und Schönen speisen. Im Gegenteil, da sitzen 99 % ganz normale Menschen, denen es etwas wert ist, sich etwas Besonderes zu gönnen“, so die Unternehmerin über ihre Gäste. Und genau diese würden Restaurants wie dem ihren dann auch durch schwere Zeiten helfen, erzählt sie weiter.

Schwere Zeiten gab es für die Gastronomie in den vergangenen drei Jahren zur Genüge: Die Coronapandemie traf die Branche hart, Reitbauers Betriebe mussten teilweise zur Gänze geschlossen werden. Am Pogusch wurde die Zeit allerdings optimal genutzt: Die Baustelle für den Umbau des Areals startete genau am Tag des ersten Lockdowns. In Wien musste man erfinderisch werden: Als 100-Mitarbeiter-Betrieb, der Platz für 90 Gäste bietet, hatte das Unternehmen einen sehr hohen Warenstock an frischen Produkten im Haus, als die Mitteilung kam, dass Lokale nun erst einmal zusperren müssen. Sofort wurde zu kochen begonnen, und für die kommenden Monate belieferte das Steirereck systemrelevante Betriebe, die weiterlaufen mussten: Krankenhäuser, Polizei, Feuerwehr sowie die Caritas erhielten frische Speisen aus dem Hause Reitbauer. So schaffte es das Spitzenlokal, keine Mitarbeiter gehen lassen zu müssen. „Jeder weiß, wie schwer es ist, gute Mitarbeiter zu finden, und für uns war es überhaupt keine Option, jemanden gehen zu lassen“, so Reitbauer.

Dass der Beruf ein 24-Stunden-Job ist, lässt sich beim Besuch am Pogusch schnell erkennen. Heute Abend geht es für die Gastronomin noch zurück nach Wien, für die Abendschicht im Stadtpark. Einer der beiden Eheleute ist immer am Pogusch, der andere kümmert sich um die Wiener Niederlassung. Geöffnet ist das ganze Jahr bis auf ein paar Wochen im Jänner. Wer hier keine Passion für sein Unternehmen, aber auch die gesamte Branche hat, geht schnell unter. Muss ein Gastronomiebetrieb, der die Größe und Qualität des Steirerecks halten will, ein Familienunternehmen sein? „Natürlich ist es in der heutigen Situation der Personalknappheit schon von Vorteil, wenn du auf deine Familie zählen kannst – die ist natürlich eher da, um einen zu unterstützen”, sagt Reitbauer. „Der Nachteil ist natürlich immer, dass eine gewisse Distanz zum Unternehmen fehlt. Es kommt ja immer wieder vor, dass supererfolgreiche Familienunternehmen gelegentlich Fehler machen, weil einfach mehr emotionale Bindung dabei ist, als wenn man ein Unternehmen managt, zu dem man keine persönliche Verbindung hat“, so die Wirtin.

Auch im eigenen Unternehmen musste man die Schwiegereltern erst einmal von der Notwendigkeit und Vision des Umbaus am Pogusch überredet werden, denn diese waren nicht von Beginn an überzeugt. „Am Ende sollte man bei einer Generationenübergabe aber den Jüngeren die Chance geben und Innovation zulassen.“ Und auch in der Umgebung stieß man mit der Idee nicht gerade auf große Freude, erzählt Reitbauer, doch von ihrem Weg abbringen lässt sie sich nicht. Man müsse sich einfach ein dickes Fell wachsen lassen, betont sie, denn wenn man gefällig sei, habe man es immer leichter, als wenn man kontrovers sei, so ihre Devise. „Eine Veränderung ruft, egal, ob bei Jung oder Alt, immer wieder Unmut hervor“, meint die Unternehmerin. Das sei aber ein persönliches Problem. „Natürlich provoziert man mit moderner Architektur, und das ist auch in Ordnung. Ich denke mir aber immer, worum geht es eigentlich? Am Ende des Tages geht es um gutes Essen und Trinken – da soll nichts Schlimmeres passieren“, so die Gastronomin schmunzelnd. Ob trotz oder wegen Provokation – der Laden läuft. Und trotz anfänglicher Kritik kommen mittlerweile auch aus der Umgebung viele Gäste, um im Wirtshaus zu speisen, erzählt die Wirtin.

Birgit Reitbauer (Jahrgang 1974) wuchs im niederösterreichischen Langenzersdorf auf, nach dem Gymnasium besuchts sie die Tourismusschule die in Wien. Gemeinsam mit ihrem Mann Heinz Reitbauer managt Birgit Reitbauer das Restaurant Steirereck in Wien und das Wirtshaus Steirereck am Pogusch. Gemeinsam mit ihrem Team versorgten die Reitbauers während der ersten Phase der Coronapandemie Rettungskräfte und den Krisenstab der Bundesregierung kostenlos mit Essen. Die Mutter dreier Kinder wurde mehrfach für ihre Arbeit ausgezeichnet – zuletzt 2020 als Entrepreneur des Jahres in „Handel und Dienstleistung“.



WENN KAFFEE EIN ZEITLOSES AROMATISCHES ERLEBNIS IST

Was auch immer Ihre bevorzugte Art des Kaffeetrinkens ist, probieren Sie die perfekte Balance unserer einzigartigen Mischung und ihres unverwechselbaren Aromas.

Entdecken Sie die frisch gerösteten Kaffeebohnen von illy auf illy.com

LIVE HAPPILLY

Zertifizierte B Corporation

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVOICE

LOVESTORY

Für viele ist die Vorstellung, im Handel zu arbeiten, ein Horror: Lange Arbeitszeiten, schlecht gelaunte Kundschaft und gestresste Kollegen sind eine unattraktive Kombination. Doch es gibt auch jene, die als Verkäufer geboren werden und ihren Beruf lieben. Fluturime Redzepi ist eine von ihnen.

Text: Erik Fleischmann
Fotos: Katharina Gossow

HUMANIC

BEZAHLTE ANZEIGE

Die österreichische Schuhproduktion hat eine lange Tradition – so auch die Leder & Schuh AG (zu der heute die Marken Humanic und SHOE4YOU gehören), die 1872 als D. H. Pollak & Co in Graz gegründet wurde und heute international tätig ist, und zwar erfolgreich: Im vergangenen Jahr erwirtschaftete das Unternehmen 161 Mio. € Umsatz. Im Vergleich: Die globale Schuhindustrie ist 385,46 Mrd. US-$ schwer. Weltweit werden fast 90 % der Schuhe in Asien produziert, die meisten davon in China.

Doch daran, was sich auf den globalen Märkten abspielt, denkt wohl kaum einer, wenn er auf der Suche nach einem neuen Paar Schuhe ist. Im Geschäft möchte man lediglich gut beraten werden – etwa von Fluturime Redzepi, Filialleiterin eines Humanic-Stores auf der Mariahilfer Straße in Wien. „Klar, ich gehöre zu den 99 % der Frauen, die Schuhe lieben, doch meine wahre Leidenschaft gilt dem Verkauf und der Beratung der Kunden“, erzählt sie im Interview. Die meisten würden Redzepis Geschichte als Erfolgsstory bezeichnen; sie spricht lieber von einer Liebesgeschichte. „Es ist die Humanic-Lovestory“, lacht sie.

2006, im Alter von 15 Jahren, wurde ihr ein Flyer für eine Lehre bei Humanic in die Hand gedrückt. Ihre Eltern erwarteten zwar eine Karriere als Ärztin, doch bereits während eines Praktikums in einer Apotheke wusste die junge Redzepi, dass sie nicht für die Welt im Umfeld der Medizin geschaffen ist. Deshalb bewarb sie sich bei Humanic und wurde als Lehrling im Flagship-Store auf der Mariahilfer Straße eingestellt. „Als ich am ersten Tag in den Store gekommen bin, dachte ich sofort: ‚Wow, hier kann ich mich wirklich ausleben!‘“, erinnert sie sich heute zurück. Es war Liebe auf den ersten Blick.

2009 schloss Redzepi ihre Lehre ab – um nur ein Jahr später zur stellvertretenden Filialleiterin befördert zu werden. „Ich habe wirklich nie mit dem Gedanken gespielt, in die Führungsebene zu kommen, aber mein Enthusiasmus für Schuhe ist bei den Kunden angekommen. Ich hatte in der Megafiliale auf der Mariahilfer Straße viele Stammkunden, was in einem Geschäft mit so viel Laufkundschaft extrem ungewöhnlich ist. Das wurde wohl auch in der Management-Etage bemerkt“, erzählt die gebürtige Nordmazedonierin.

2012 übernahm Redzepi die Leitung des Flagship-Stores und führte im jungen Alter von 22 Jahren mehr als 40 Mitarbeiter. Seit 2015 ist Redzepi Filialleiterin einer anderen Humanic-Filiale auf der Mariahilfer Straße.

Die Umstellung von der Mitarbeiterin zur Führungskraft war für Redzepi eine Herausforderung: „Es war schwierig, meine Erfahrungen aus dem Verkauf in der Führungsebene einzubringen. Aber irgendwann ist in mir dieses unternehmerische Denken erwacht; ich habe dadurch eine völlig neue Leidenschaft entdeckt.“ Trotzdem ist auch heute noch der Sales Floor ihr Lieblingsort, wo Redzepi nicht nur eine Vorgesetzte, sondern auch ein Vorbild für ihre Mitarbeiter sein möchte. Ihre These: Die besten Mitarbeiter wollen immer wie ihr Chef werden.

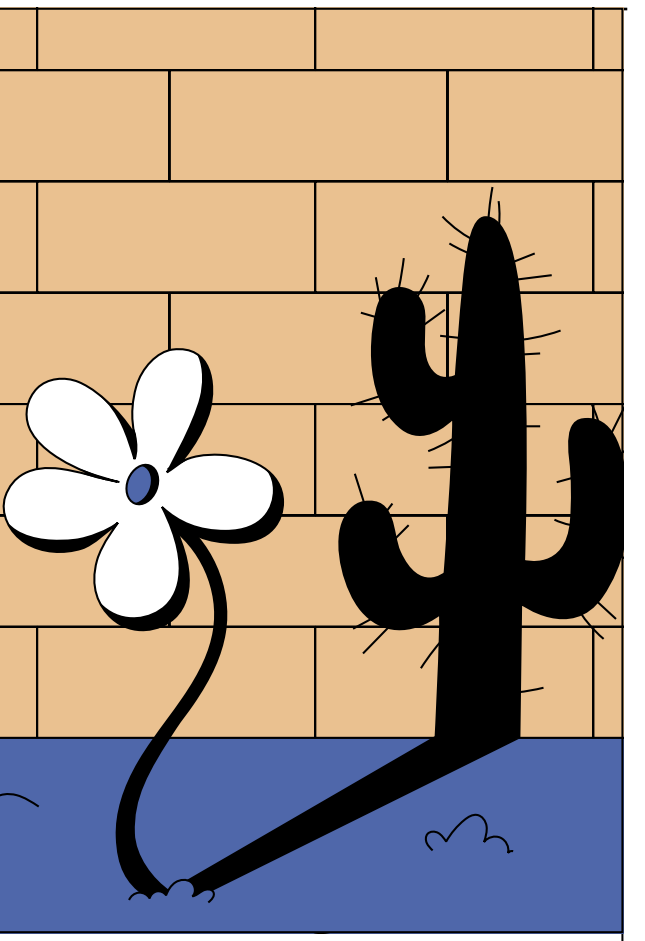
Doch der Handel hat auch anstrengende Seiten: Lange Arbeitszeiten, schlecht gelaunte Kunden und nicht zuletzt die Coronakrise machen vielen Verkäufern zu schaffen. Für Redzepi ist das jedoch Teil des Alltags, den sie seit 16 Jahren lebt und liebt. Unfreundliche Kunden dürfe man als Verkäufer nicht zu ernst nehmen, meint sie – gleichzeitig sollten auch sie mit einem Lächeln und netten Worten bedient werden. Die Filialleiterin formuliert es so: „Ich kann mich gar nicht erinnern, wann ich den letzten schwierigen Kunden hatte, weil ich mit dem Grundsatz arbeite, dass jeder mal einen schlechten Tag haben kann und man Unfreundlichkeit nicht immer persönlich nehmen darf – speziell im Verkauf. Mit dieser Einstellung kommt mehr Leichtigkeit in meinen Job.“

Ob Redzepi schon mal überlegt habe, für andere Schuhgeschäfte zu arbeiten? „Nein, auf gar keinen Fall. Ich habe zwar bereits einige Angebote bekommen, will aber auf jeden Fall bei Humanic bleiben. Qualität, Mode, Vielfalt, ohne die Funktionalität aus den Augen zu verlieren – diese Philosophie entspricht auch meinen Werten. Und die sehe ich bei keinem unserer Mitbewerber so stark wie bei uns. Deshalb liebe ich es hier so sehr.“

„Ich kann mich gar nicht mehr daran erinnern, wann ich den letzten schwierigen Kunden hatte. Mein Grundsatz, dass jeder mal einen schlechten Tag haben darf, bringt mehr Leichtigkeit in meinen Job.“

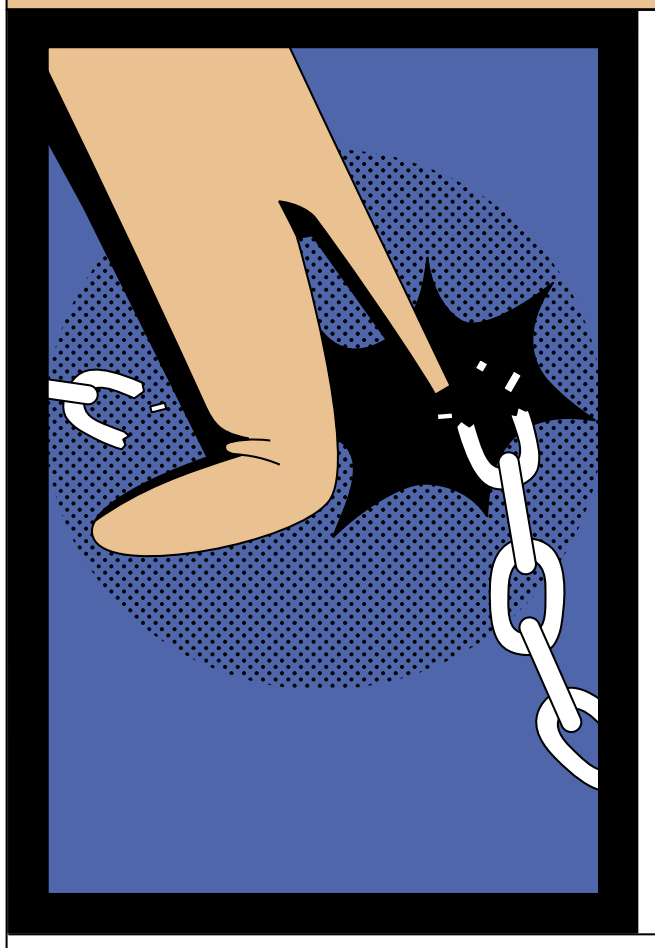
Fluturime Redzepi

FRAUEN IM SPORT – FUSSBALL



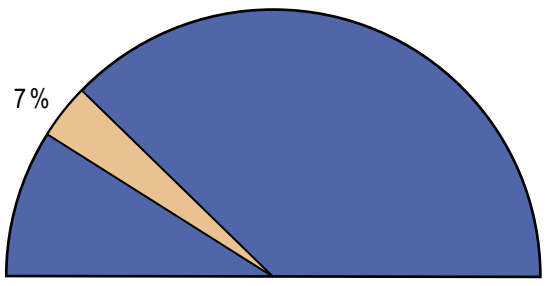
Frauen verdienen bekanntlich häufig weniger als ihre männlichen Kollegen. Diese Ungleichheit macht sich in vielen Branchen bemerkbar – auch im Sport ist es nicht anders. Wie groß die Unterschiede im Fußball zwischen Spielern und Spielerinnen sind, wird in dieser Infografik deutlich.

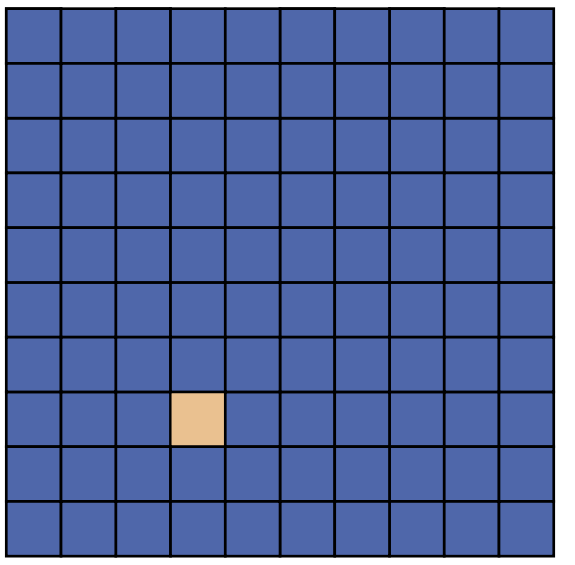
QUELLEN: kontrast.at, mexxoo.at, oefb.at, sport.sky.de, derstandard.at



ÖSTERREICHS FUSSBALLER UND FUSSBALLERINNEN

Von den ca. 300.000 registrierten Fußballspielern in Österreich sind nur 7 % Frauen – es gibt hierzulande 19.153 registrierte Fußballerinnen, aber 271.000 registrierte Fußballer.

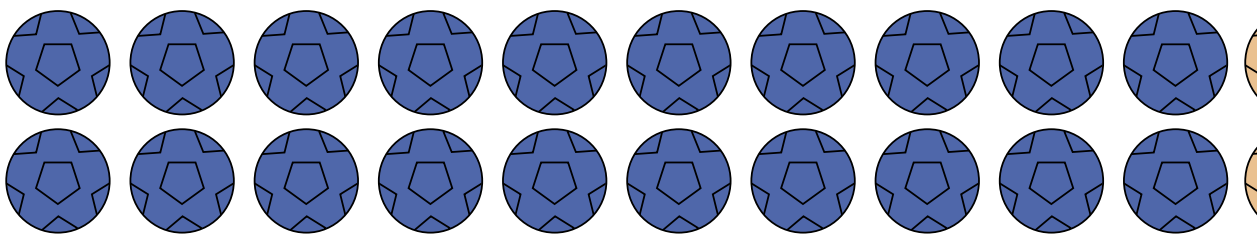




Männliche Fußballspieler verdienen bis zu 100 Mal mehr als Fußballspielerinnen in derselben Ligastufe.

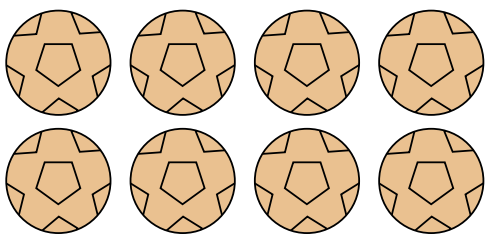
ZUSCHAUER BEI DER EUROPAMEISTERSCHAFT

Fußball-EM 2021



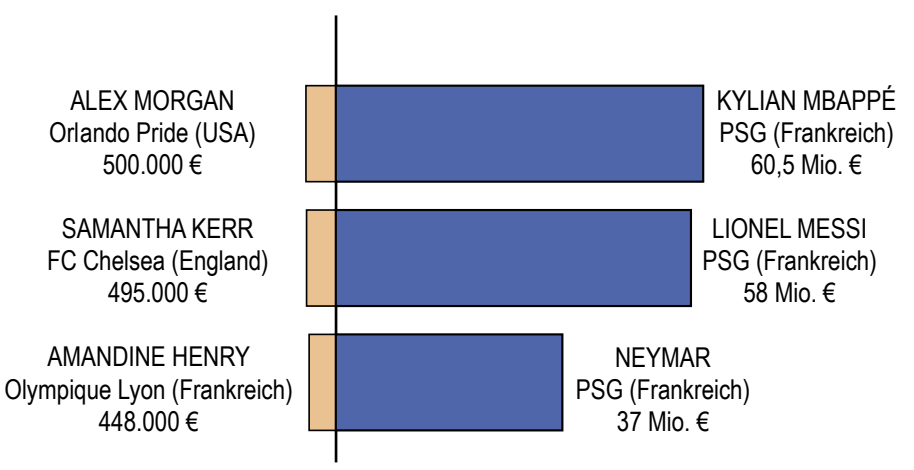
Italien gegen Österreich: 2 Mio. Zuseher

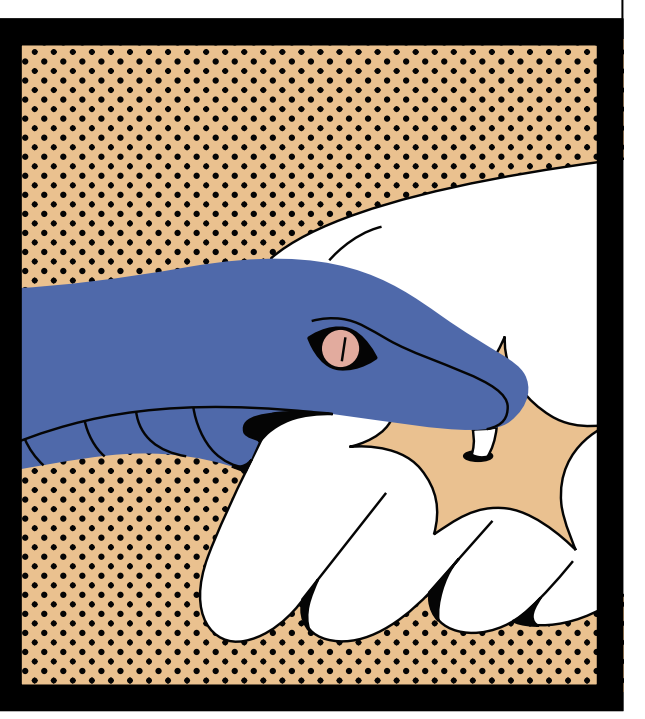
Frauen-Fußball-EM 2022



Österreich gegen Norwegen: 839.000 Zuseher

JAHRESGEHÄLTER DER DREI WELTWEIT BESTVERDIENENDEN FUSSBALLER UND FUSSBALLERINNEN IM VERGLEICH:





BEZAHLTE ANZEIGE

ADVERTORIAL

WAS GENAU MACHT EIN „DATING-COACH“?

Stefan Haslehner ist der „Date-Doktor“ der Wiener. Doch was heißt das eigentlich genau? Forbes Daily gibt erstmals spannende Einblicke.

Fotos: Stefan Haslehner

Herzlich willkommen lieber Stefan. Du hilfst also Männern dabei, eine Freundin zu finden. Stimmt das?

Stefan Haslehner (SH): So kann man das sagen, ja.

Ok. Also betreibst du so eine Art Partnervermittlung?

(SH): Nein, ganz und gar nicht. Partnervermittlungen oder auch online Plattformen wie Parship, Tinder und Co funktioniert für die meisten ja auch nicht. Und das, obwohl die Nutzerzahlen immer größer werden.

Also das nenne ich mal eine harte Ansage. Wie kommst du dazu?

(SH): Naja, erstens mal wissen viele nicht wie diese Plattformen wirklich funktionieren, und wie man sie richtig nutzt. Und zweitens wollen einige ihren Partner am Ende dann doch lieber „im echten Leben“ kennenlernen. Was es letzten Endes auch ist, jeder weiß, dass das Dating-Leben heutzutage viel komplexer ist als früher. Da gibt es einfach viele verschiedene Herausforderungen.

Interessant. Was wären das für Herausforderungen?

(SH): Na zum Beispiel, wie man bei den online Plattformen überhaupt mal mehr Anfragen und Matches bekommt. Welche Fotos man auswählen soll. Wie man vom Schreiben zum Date kommt. Oder auch, wo finde ich im echten Leben jemanden, der zu mir passt? Wie spreche ich dann am besten jemanden an, der mir gefällt? Was sind die besten Gesprächsthemen fürs Date? Wie bin ich weniger nervös? Wer zahlt am Ende vom Date? Da gibt es vieles.

(lacht) Okay, ja, da habe ich mich selbst auch in ein paar Punkten wiedererkannt. Jetzt bin ich neugierig, was bekommst du sonst noch so für Fragen von deinen Kunden?

(SH): Naja, viele Fragen mich auch, wie wichtig das Aussehen ist. Man sollte natürlich schon gepflegt sein und sich kleiden können. Aber man muss jetzt nicht 1,80m groß und muskelbepackt sein. Man muss auch kein „Arschloch“ sein, oder sich irgendwie für die Frau verstellen. Auch wieviel Geld man hat, ist nicht sonderlich relevant, solange man sich ein normales Leben leisten kann. Andere Kunden interessiert es wiederum, warum so viele Frauen dann doch nur an einer Freundschaft interessiert sind, oder sich auf einmal gar nicht mehr melden. Einige haben auch das Problem, dass sie einfach niemanden finden, der ihren Ansprüchen gerecht wird. Wieder andere kommen frisch aus einer Trennung, und kommen schwer über die Ex hinweg.

Ich sehe schon, viele Themen also. Und bringst du den Leuten dann eher bei wie man sich „jemanden aufreißt“ oder geht‘s da schon mehr um ernsthafte Beziehungen?

(SH): Also die meisten wollen erstmal ein wenig Erfahrung sammeln, und dann mit der Richtigen in eine ernsthafte Beziehung kommen. Ich meine, fast jeder will doch letzten Endes einen Lebenspartner an der Seite haben, oder nicht?

Ja, da hast du schon recht. Und welche Leute kommen da so zu dir? Sind das alles schüchterne „Nerds“, oder wie kann ich mir das vorstellen?

(SH): Nein, garnicht. Bei den meisten würde man auch gar nicht vermuten, dass sie bei mir im Programm sind. Die meisten haben einen recht guten Beruf, einige sind sogar Selbstständig oder Unternehmer mit mehreren Mitarbeitern. Die haben dann halt oft um ihren 30er herum beschlossen, dass sie die Partnersuche nicht mehr dem Zufall überlassen wollen. Aber insgesamt war vom Studenten Anfang 20 bis zum Anwalt Mitte 40 schon alles dabei. Was in meinem Berufsfeld extrem wichtig ist, ist absolute Diskretion. Viele wollen nicht, dass Freunde oder Bekannte mitbekommen, dass sie bei mir sind, was natürlich auch gewährleistet wird.

Spannend, damit hätte ich jetzt nicht gerechnet. Und sie melden sich dann bei dir?

(SH): Ja, genau. Viele sehen wie ihre Freunde alle nach und nach in einer Beziehung sind, sie selbst aber leer ausgehen. Da fragt man sich dann, ob mit einem irgendetwas falsch ist. Ist es aber nicht. Oder ob man seine Ansprüche runterschrauben muss. Muss man aber nicht. Man hat halt einfach noch nicht gelernt wie es richtig funktioniert. Das Ganze ist wesentlich einfacher, als man denkt. Wenn man weiß, wie man das ganze richtig angeht natürlich.

„Die meisten verstehen die Spielregeln im Online Dating nicht und machen viele Fehler.“

Stefan Haslehner

Da erlebst du dann auch sicher einige lustige Geschichten mit, oder?

(SH): (lacht) Na klar! Ich meine, in den 3 Jahren, in denen ich das jetzt hauptberuflich mache, habe ich ja auch schon knapp 200 Menschen geholfen. Da erlebt man schon Einiges! Am schönsten ist es für mich aber, wenn ich nach ein paar Wochen Zusammenarbeit das erste glückliche Pärchen-Foto von meinen Kunden zugeschickt bekomme. Wie erst letztens vom Lukas (Name geändert), der mit seinen 29 Jahren davor knapp 5 Jahre lang Single war.

Ja, das klingt sehr schön... Und du arbeitest nur mit Männern, oder?

(SH): Hauptsächlich. Es gibt aber auch immer wieder mal Anfragen von Frauen oder von Leuten, die ihre Beziehung reparieren wollen. In Einzelfällen helfe ich da auch weiter, ist aber eher die Ausnahme. Gibt auch dort schon ein paar sehr schöne Erfolgsgeschichten...

Das glaube ich dir. Aber jetzt erzähl mal, wie läuft das eigentlich ab, wenn man mit dir zusammenarbeiten möchte?

(SH): Also ich schaue mir immer als erstes die konkrete Situation jedes Einzelnen an. Ich muss ja wissen, wo die Person steht, und wo sie hinwill. Sprich, was die momentanen Herausforderungen im Datingleben sind, und was man konkret erreichen möchte. Dann gebe ich im kostenlosen Erstgespräch einen Schritt-für-Schritt Plan mit, damit man genau weiß wie man von A nach B kommt. Den setzt man dann entweder alleine um - oder mit meiner Hilfe.

Ich verstehe. Und wo findet man dich?

(SH): Also diejenigen, die heuer schon gerne mit ihrem Schatz vorm Christbaum sitzen wollen, die besuchen mich am besten auf meiner Homepage www.stefanhaslehner.com . Dort kann man auch direkt ein kostenloses Erstgespräch mit mir anfragen. Den schüchternen empfehle ich, sich mal einen Eindruck auf meinem YouTube-Kanal zu machen, oder mir auf Instagram zu folgen. Dort kann man mir auch gerne einzelne konkrete Fragen stellen, oder sich Dating-Tipps holen. Bin prinzipiell auf allen gängigen Plattformen vertreten. Einfach nach „Stefan Haslehner“ suchen, dann findet man mich.

Also ich finde das ja sehr spannend was du machst. Vielen Dank für das Gespräch!

(SH): Gerne. Vielen Dank für die Einladung!

STEFAN HASLEHNER
Die Partnerin fürs Leben finden
www.stefanhaslehner.com

DIE UNERSCHÜTTERLICHE IM ANGESICHT DES CHAOS

„Ein Aufsichtsrat gibt Rat und hält Aufsicht über ein Unternehmen“, vereinfacht Viktoria Kickinger. Als Aufsichtsrätin hat sie genau das jahrelang in großen Unternehmen gemacht, quer durch sämtliche Branchen: Sie hat hauptberuflich Probleme und Krisen gelöst, denn es seien keine „Sonnenschein-Mandate“ gewesen, sagt sie. Anstatt sich danach zur Ruhe zu setzen, gründete Kickinger 2016 die Directors Academy, das Aufsichtsratsportal für die Aus- und Fortbildung von Aufsichtsräten in Deutschland.

Text: Sophie Schimansky
Fotos: Gianmaria Gava

VIKTORIA KICKINGER

Viktoria Kickinger löscht Feuer. Im übertragenen Sinn. Sie erinnert sich an einen besonders schweren Brand: Es war ein Montag in den Wehen der Finanzkrise, noch vor acht Uhr morgens, da bekam sie den Anruf des CFOs des Unternehmens, in dem sie den Aufsichtsratsvorsitz innehatte: „Es ist so weit, die Frist zur Anmeldung der Insolvenz beginnt heute.“ Die Insolvenz muss in Österreich „ohne schuldhaftes Zögern“, spätestens aber binnen 60 Tagen nach Eintritt der Voraussetzungen beantragt werden. Dieser Anruf hatte sich also abgezeichnet. Aber Kickinger erinnert sich bis heute an diesen Montagmorgen: „Als der Anruf dann kam, war es dennoch ein schwerer Schlag.“ Das Unternehmen war, ausgelöst durch die Lehman-Krise, in eine bedrohliche Schieflage geraten. „Es war der Moment, in dem mir klar war, dass der Aufsichtsrat alles, wirklich alles geben muss, um das Ruder herumzureißen.“ Es sei der Start des Überlebenskampfs für das Unternehmen gewesen, sagt sie heute – „eines Kampfes, den wir tatsächlich gewonnen haben.“

Wenn andere ins Schwitzen geraten, bleibt Viktoria Kickinger ruhig. Sie gibt selbst zu: Wenn sie ein Problem sehe, sei es im Privaten oder in einem ihrer Aufsichtsratsposten, dann sei sie „angefixt“. Dann wisse sie, dass sie hier richtig sei. „Meine Spezialität sind brachliegende Strukturen, ich baue sie wieder auf, bis sie funktionieren.“ Und wenn dann das Feuer gelöscht ist, gibt sie wieder ab. Es scheint, als brauche die ausgeglichen wirkende 70-Jährige das Chaos und die Probleme. „Aus jedem Chaos – und das ist das, was mich so interessiert – entsteht eine neue Ordnung.“ Sie habe immer gern Dinge übernommen, die brachgelegen sind, oder auch neue Dinge erfunden, wenn alte nicht mehr funktionierten. „Ich habe sie aufgebaut und abgegeben, wenn sie fertig waren; wenn es darum ging, es dann nicht mehr zu gestalten, sondern zu verwalten.“ Denn sie sei eine Gestalterin, eine Kreative, sagt sie selbst über sich.

Kickingers Fähigkeiten wurden oft auf die Probe gestellt: „Das waren nie Sonnenschein-Mandate, wo man viermal im Jahr hingeht und sagt: ‚Ja, alles in Ordnung.‘ Das Schicksal hat mir immer sehr schwierige Mandate beschert.“ Aber sie habe es gern gemacht und es sei auch immer alles gut ausgegangen. Und da „die Mandate sehr zeitintensiv waren“, sei sie dann „eigentlich durch Zufall“ in eine hauptberufliche Aufsichtsratstätigkeit geraten.

Ab 2005 übernahm Kickinger Aufsichtsratsmandate mit einem breiten Branchenspektrum – von Automotive und IT bis zu Wissenschaft und Kultur. Sie saß im Aufsichtsrat der Volksoper Wien, des Burgtheaters und der Wiener Staatsoper und ist bis heute Aufsichtsrätin des österreichischen Automobilzulieferers und Kunststoffverarbeiters Polytech.

Ihre gesammelte Erfahrung gibt sie weiter. 2013 startete Kickinger einen Online-Fernsehsender für Aufsichtsräte, den Directors Channel in Hamburg, dessen Geschäftsführung sie bis heute innehat; 2016 gründete sie die Directors Academy, das Aufsichtsrats-

portal für die Aus- und Fortbildung von Aufsichtsräten in Deutschland. Auch dort ist sie Geschäftsführerin.

Aber wie wird man eigentlich Aufsichtsrat? „Im Prinzip wird jemand Aufsichtsrat, der bereits eine berufliche Karriere hinter sich hat, in der er viele Erfahrungen mit Geld und Personal gesammelt hat, beides womöglich in großer Menge; dann aber auch schon gelernt hat, Entscheidungen zu treffen und zu seinen Entscheidungen zu stehen.“ Aktiengesellschaften müssen neben dem Vorstand einen Aufsichtsrat bestellen. Dieser Aufsichtsrat handelt auf Wunsch der Eigentümer. Auf der einen Seite beaufsichtigt der Aufsichtsrat die Geschäftsgebarung, auf der anderen Seite bringt er sich in diffizilen Situationen mit Rat und Tat ein.

Der Aufsichtsrat hat selbst auch einige Pflichten. Er bestellt etwa die Geschäftsführung. Hier sei er natürlich besonders gefordert, sagt Kickinger. Denn: „Ist die Geschäftsführung gut gewählt, dann geht es dem Unternehmen gut.“ Der Aufsichtsrat beschließt auch den Jahresabschluss; das heißt, er prüft das Zahlenwerk des Vorstands. Und dann geht es an die Hauptversammlung. Die können hitzig werden, weil Investoren hier das Recht haben, Fragen zu stellen und Kritik zu üben. Wichtig sei hier auch, dass die Aufsichtsräte ihr Netzwerk nutzten, wenn es ums Lobbyieren oder darum gehe, ein Problem mit einem anderen Unternehmen zu lösen, sagt Kickinger. „Es entsteht eine Beziehung zwischen den Aufsichtsräten untereinander und dem Unternehmen.“

Einen guten Aufsichtsrat, sagt Kickinger, mache aus, dass er sich wirklich ausschließlich am Wohl des Unternehmens orientiere. „‚Aufsichtsrat‘ steht nicht auf der Visitenkarte – ein Aufsichtsrat macht diesen Job, weil er etwas weiterzugeben hat aus seinem Erfahrungsschatz. Und er hat ausreichend Zeit, sich um dieses Unternehmen tatsächlich ernsthaft zu kümmern.“

Wichtig sei, dass man ganz klar eine Meinung habe und zu seiner Meinung stehe. Der Aufsichtsrat nimmt an jeder Aufsichtsratssitzung teil, und immer auch an der Hauptversammlung. „Der gute Aufsichtsrat kümmert sich aber auch zwischendurch um das Unternehmen“, so Kickinger. Das heißt, er überprüft monatlich die Berichte, also die Zahlen, und stimmt sich laufend ab, sodass er ständig auf dem Laufenden ist. Und der gute Aufsichtsrat bringe auch Input ein, stelle Fragen, so Kickinger – zum Beispiel die, ob es nicht an der Zeit sei, eine Frau in den Rat zu bestellen.

Denn die Aufsichtsräte im DACH-Raum sind noch immer größtenteils männlich. Von den derzeit 529 Aufsichtsratsmitgliedern der im Wiener Börsenindex notierten österreichischen Unternehmen waren im März nur 157 Frauen. Und damit ist die Zahl bereits gewachsen; gegenüber August 2021 von 28,7 % auf 29,7 %. Kickinger war vor allem in Deutschland tätig. Dort sitzen 180 Frauen in Aufsichtsräten. Damit ging der Frauenanteil im Ranking der mächtigsten Aufsichtsräte 2021 von 20 % auf 10 % zurück. Unter den Top 30 sind es 2021 dann nur insgesamt fünf Frauen.

Das Problem, sagt Kickinger, sei mangelnde Unterstützung am Anfang der Karriere. „Ich finde, dass die Diskussion um Frauen in Aufsichtsräten am falschen Ende beginnt – denn wenn eine Frau im Aufsichtsrat ist, dann hat sie ihre Karriere eigentlich schon hinter sich.“ Sie habe sich ja alles bereits erboxt und erarbeitet. Die jüngeren Frauen aber, die können laut Kickinger noch Neues beitragen.

Und dann schwenkt sie hin zu einer privaten Anekdote: „Die Familie meines Sohnes lebt in Schweden, ich bin sehr oft dort. Und dort erlebe ich, wie es eine Volkswirtschaft und die Gesellschaft beeinflusst, wenn man überhaupt nicht zwischen Mann und Frau unterscheidet.“ Das heißt konkret: Beide gehen in Karenz, beide kümmern sich um den Haushalt, beide gehen die Kinder aus Schule und Kindergarten holen. Kickinger: „Beide haben alle Möglichkeiten.“

Es gebe aber im deutschsprachigen Raum immer noch das Problem in der Gesellschaft, dass eine Frau schief angeschaut wird, wenn sie sich für die Karriere entscheidet. „Eine Frau sagt sich dann vielleicht: ‚Ich schaue mal, wie weit ich komme im Berufsleben.‘“ Man könne ja nicht planen, Generaldirektorin zu werden, aber wichtig sei, dass eine Frau entscheiden könne, sie will den Weg gehen und kann den Mann so weit einbinden, dass sie gleich stark für die Kindererziehung verantwortlich sind. „Aber die Rahmenbedingungen in Deutschland sind nicht so glücklich, dass man sich auch wirklich auf Kindergärten und Sonstiges verlassen kann“, so Kickinger. Genau deswegen spiele der richtige Partner eine Rolle.

„Die Männer, die wir heiraten, die sind ja nicht mit dem Zufallsgenerator auf uns niedergegangen, sondern wir haben uns hier einen Mann ausgesucht. Und wir haben uns sicher, wenn wir Karriere im Hinterkopf haben, einen ausgesucht, bei dem wir wissen, der hilft im Haushalt, der hat Verständnis, der ist stolz auf seine Frau. Die Wahl des Mannes spielt also schon eine große Rolle. Und das Mindset“, fügt sie hinzu.

„Mich rufen immer nur Frauen an und sagen, sie haben Aufsichtsratsmandate angeboten bekommen; und sie sind sich nicht sicher, ob sie es annehmen sollen, ob sie das können. Und dann sage ich: ‚In der Sekunde, in der Sie sich entschlossen haben, zu zögern, haben Sie schon alles verspielt! Denn Männer sind nicht so zögerlich.‘“

Verlässt Kickinger auch mal der Mut? „Nein, nein, der Mut verlässt mich tatsächlich nie. Auch in den schwierigsten Situationen habe ich immer noch Mut und Zuversicht“, sagt die promovierte Philosophin. Sie ist unerschütterlich im Angesicht von Schwierigkeiten.

Das Unerschütterliche ist Teil einer bekannten philosophischen Schule: Die Stoiker glauben an das Schicksal. Weisheit besteht ihrer Ansicht nach darin, den Platz zu akzeptieren, der einem im Universum zugewiesen ist. Noch in der heutigen Sprache gibt es mit „Ertrage und enthalte dich“ (lateinisch: „sustine et abstine“) und „Gerate durch nichts aus der Fassung“ („nihil mirari“) Formulierungen, die diese Weisheit zusammenfassen und den Geist der Stoiker erhalten. Kickinger scheint eine anpackende Stoikerin zu sein: „Der eine wartet, bis die Welt sich wandelt, der andere packt sie kräftig an und handelt“, sagt sie. In diesem Anpacken steckt der Wille, zu gestalten, aber auch eine große Ruhe.

Regelmäßiges Durchatmen ist jedenfalls eines der Geheimnisse für Viktoria Kickingers Erfolge. „Ich brauche Sauerstoff im Blut. Angst ist oft ein großes Hindernis auf dem Weg zur Lösung. Aber nicht bei mir. Ich bin da weitestgehend angstfrei, weil ich so eine Freude auf dem Weg dorthin habe“, so die 70-Jährige.

„Der eine wartet, bis die Welt sich wandelt, der andere packt sie kräftig an und handelt“

Viktoria Kickinger

Viktoria Kickinger ist Gründerin und Geschäftsführerin der Directors Academy. Sie ist eine erfahrene Aufsichtsrätin und Expertin für digitale Aus- und Weiterbildung von Aufsichtsräten in Deutschland. Die promovierte Philosophin war während ihrer Managementkarriere für große Staatskonzerne tätig. Zuletzt leitete sie das Generalsekretariat der Österreichischen Post, wo sie für die Konzernentwicklung und -strategie zuständig und wesentlich am Börsengang beteiligt war. Seit 2005 übernimmt Kickinger Aufsichtsratsmandate mit einem breiten Branchenspektrum – von Automotive und IT bis zu Wissenschaft und Kultur.

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVERTORIAL

EINFACH MAL DEN FILTER WEGLASSEN

Denn wahre Schönheit ist die eigene Individualität – und entsteht nicht durch Instagram Filter. Der plastische Chirurg Dr. Benjamin Gehl sieht besonders einen Trend mit kritischen Augen: Immer mehr junge Frauen wenden sich mit spezifischen Schönheitsidealen, die sie im Netz vorgelebt bekommen, der plastischen Chirurgie zu.

Text: Dr. Benjamin Gehl, Mag. Julia Hauptner
Fotos: Dr. Benjamin Gehl

Es ist nichts Neues, dass uns der Medienkonsum beeinflusst – so haben etwa Social Media Einfluss auf das Kaufverhalten von Userinnen und Usern. Besonders kritisch ist dies aber zu betrachten, wenn sich junge Frauen mit dem Wunsch „Ich möchte so aussehen wie mit diesem Filter!“ unters Messer legen. Dies hat Dr. Benjamin Gehl, Facharzt für plastische, ästhetische und rekonstruktive Chirurgie, schon öfters erlebt, wie er im Gespräch verrät.

Wenn die eigene Individualität verloren geht

„Angefangen hat es vor Jahren mit der Idealvorstellung von großen Brüsten und sehr fülligen Lippen“, so Dr. Gehl. Es kam nicht selten vor, dass er Patientinnen aufgrund unrealistischer Schönheitsideale abweisen musste. Er etablierte daher im deutschsprachigen Raum die sogenannte Lip-Flip-Technik, um „Schlauchbootlippen“ ein Ende zu setzen. Gehl: „Dieser Trend unnatürlicher Schönheitsideale scheint sich zum Glück in die andere Richtung zu wenden, hin zu natürlichen Ergebnissen.“ Die Zahl der jährlich durchgeführten minimalinvasiven Behandlungen mit Filler und Botulinumtoxin nimmt dennoch stetig zu, denn: „Jetzt wollen die Patientinnen noch schnellere Ergebnisse, die am besten aber niemand bemerken soll.“ Der Wunsch ist dabei oft, so auszusehen wie auf dem mitgebrachten Selfie mit Filter: Natürlich volle Lippen, eine gerade Nase und makellose Haut, völlig frei von Falten und Poren, wie mit dem Weichzeichner, sind das Ziel unter dem Deckmantel von „natürlicher Schönheit“. Was dabei völlig verloren geht, ist die eigene Individualität.

Dr. Gehls Konzept beruht auf der individuellen Abstimmung verschiedenster Behandlungen, um natürliche und lang anhaltende Ergebnisse zu erzielen. Es gibt also keine Behandlung nach Schema F und somit auch keine Ergebnisse, die alle gleich aussehen.

Individuelle Behandlungskonzepte sorgen für individuelle Ergebnisse

Dr. Gehl verbindet in seiner Ordination das Wissen aus der ästhetischen Medizin mit Gerätemedizin, Lasermedizin und kosmetischen Behandlungen. Die Basis bildet hier eine eingehende Analyse, bei der die Wünsche der Patientinnen beachtet und in Abstimmung mit realistisch erzielbaren Ergebnissen gebracht werden. Gemeinsam wird ein individuelles Behandlungskonzept erstellt, bei dem auf ein breit aufgestelltes Spektrum an Behandlungsmöglichkeiten zurückgegriffen werden kann. Botulinumtoxin- und Fillerbehandlungen können dabei einiges erreichen, stehen aber nicht mehr so stark im Fokus. Für ein natürliches und frisches Aussehen sorgt vor allem ein ebenmäßiges Hautbild. So wird das ganzheitliche Konzept durch Kombinationen aus Kosmetik- und Laserbehandlungen abgerundet.

Lang anhaltende Ergebnisse durch medizinische Oberflächenbehandlungen

In der Ordination werden auch medizinische Kosmetikbehandlungen durchgeführt, die mit bis zu 3 mm besonders tief in die Haut eindringen und somit noch bessere Ergebnisse erzielen können. Als Beispiel sind hier das medizinische Hautpeeling, das einen hohen Säuregehalt aufweist, oder das medizinische Microneedling, bei dem die Injektionen bis zu 2 mm in die Haut eindringen dürfen, zu nennen.

Laser ist die Zukunft

„Unser Laser Stellar M22 ist aus der Ordination nicht mehr wegzudenken. Damit können wir unzählige Indikationen der Haut behandeln, etwa Poren, Pigmentflecken, tiefe Narben, Aknenarben und auch tiefe Falten in der Haut. Wir können die komplette Hautoberfläche und auch die Struktur der Haut mit den verschiedensten Laseraufsätzen behandeln und sie lang anhaltend verbessern“, so Dr. Gehl. Besonders vielversprechend sind Kombinationsbehandlungen, die Laser und Kosmetik vereinen und ganz neue Behandlungsergebnisse ermöglichen.

In Geräte und Forschung investieren

Dr. Gehl forscht schon seit Jahren an verschiedensten Laser- und Kombinationsbehandlungen, um für jede Indikation das optimale Behandlungskonzept mit lang anhaltenden Ergebnissen anbieten zu können. Erst kürzlich schaffte er sich daher einen weiteren Laser an, der zwar zu längeren Ausfallzeiten führt, aber eine Hautverjüngung auch ganz ohne Skalpell und die Behandlung von unerwünschten Hautschäden ermöglichen kann. Dr. Gehl: „Mit unserem neuen CO_2-Laser bleiben nun wirklich keine Wünsche mehr unerfüllt.“ Ganz neu in der Ordination ist auch die sogenannte Mesogun, welche mittels Needling individuell auf die Haut abgestimmte Wirkstoffcocktails gleichmäßig in die Haut injizieren kann und damit die Hautoberfläche stark durchfeuchtet und aufpolstert.

Nach einem Besuch in der Ordination von Dr. Gehl ist klar, dass mit dem großen Behandlungsangebot und der perfekten Abstimmung der einzelnen Behandlungen aufeinander individuell auf jeden Wunsch der Patientinnen eingegangen werden kann. Wichtig ist dabei oft, Geduld mitzubringen – denn wer schöne und lang anhaltende Ergebnisse wünscht, muss sich manchmal auf einen längeren Behandlungszeitraum einlassen. (Bei Laserbehandlungen der Haut werden meist 3–5 Sitzungen im Abstand von 4–6 Wochen benötigt.) Dr. Gehl: „Mein Tipp an alle Frauen und auch Männer: Weniger Social Media nutzen, Filter weglassen, weniger in den Spiegel schauen und mehr das Leben genießen! Denn jede(r) ist auf seine eigene Art und Weise schön!“

„Mein Ziel ist es, die eigene, individuelle Schönheit jeder meiner Patientinnen hervorzuheben, die vor allem durch die Hautoberfläche entsteht.“

Dr. Benjamin Gehl

Dr. Gehl kommt aus Deutschland und hat sich in Wien etabliert und auf Brustrekonstruktionen, Brustvergrößerung, Oberlidstraffung und minimalinvasive Eingriffe spezialisiert. Sein starkes junges Team besteht aus vier Frauen – gemeinsam vergrößern sie die Behandlungsangebote der Ordination stetig. Zusätzlich leitet er sein Herzensprojekt Courage Club, einen wohltätigen Verein für plastisch-chirurgische Hilfsprojekte in Entwicklungsländern. Haben Sie weitere Fragen? Senden Sie uns eine E-Mail an office@drgehl.at zu Händen Julia Filipitsch.

WOMEN'S SUMMIT 2022

SPEAKERS

Lena Gercke is a German model, TV host, designer and entrepreneur. With only 17 years, she won the first season of "Germany's Next Topmodel", before starting an international modelling career. In 2017 she started her own fashion brand named "LeGer" in collaboration with the German online retailer About You. Within a very short time, LeGer was named the most successful personal fashion brand in Germany which led to the foundation of the LeGer company in February 2019.

LENA GERCKE
Model, TV host, designer and entrepreneur

LENA GERCKE

NOGA EREZ

Noga Erez is an Israeli singer, songwriter and producer. Erez grew up in Caesarea, Israel, and studied composition at the Jerusalem Academy of Music and Dance. She was part of various groups and ensembles as a singer, keyboardist and percussionist. Since the release of her debut album "Off The Radar" in 2017 via City Slang, the world has changed significantly for her and her music and life partner Ori Rousso. Tel Aviv-based musician and producer Erez earned critical acclaim for her first LP, so the hype for her sophomore album was understandably high. Together, Erez and Rousso took time to finalize the track list for her second album, and finally „Kids" was released in 2021.

NOGA EREZ
Singer, songwriter and producer

20 OCTOBER 2022

With 35 years of experience in the international automotive industry, Barbara Frenkel is the first woman on the Executive Board of Porsche AG. With a background in chemistry, Frenkel's responsibilities are broad: modern and sustainable procurement, quality management, and digitalization topics in sales, to name just a few. Frenkel joined Porsche in 2001 as head of quality methods and systems. She has been a member of the Executive Board since 2021.

BARBARA FRENKEL
Member of the Executive Board,
Procurement, Porsche AG, Head of Marketing DACH

BARBARA FRENKEL

snipes · PORSCHE · vitra. · DORDA · PARTNER BANK · BUWOG · SCHRAMM · UN GLOBAL COMPACT TARGET GENDER EQUALITY · HubSpot · TU WIEN · START GLOBAL · WU EXECUTIVE ACADEMY · TUW.MEDIA

MORE ON FORBES.AT

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVOICE

RAUM FÜR SCHÖNES

Yvonne Meindl-Cavar hat sich mit ihrem Interior-Design-Studio Schönstil einen Jugendtraum erfüllt. Das selbstständige Tun sei ihr in die Wiege gelegt worden, sagt die 34-Jährige. Das Porträt einer begabten Jungunternehmerin mit Visionen für sich und ihre Kunden.

Text: Heidi Aichinger
Fotos: Katharina Gossow

Mit dem Interior Design für die IT-Abteilung der Zurich Versicherung in Wien hat die junge Innenarchitektin Yvonne Meindl-Cavar ihren ersten großen Auftrag an Land gezogen. „Ich kann mich daran erinnern", lächelt sie, „dass die Auftraggeber damals sagten, dass ich zwar als Einzelunternehmerin ein Risiko darstelle, sie mir aber trotzdem diese Chance geben wollen." Ein Jahr später begleitete die junge Innenarchitektin auch den Standortwechsel des Versicherers und gestaltete zusätzliche 6.000 m² Bürofläche. Nach Beendigung dieses Auftrags, erinnert sich die heute 34-Jährige zurück, konnte sie ein eigenes Büro eröffnen und Mitarbeiter einstellen. Diese waren dringend notwendig: Das Zurich-Projekt hatte sich herumgesprochen, das Siemens-Headquarter klopfte als zweiter großer Kunde schon an die Tür ihres Interior-Design-Studios Schönstil. Das Unternehmen, das 2009 gegründet wurde, wickelt heute im Schnitt 15 Projekte jährlich ab und zählt im Moment fünf Mitarbeiter.

Noch bevor Meindl-Cavar überhaupt von der Profession der Innenarchitektur wusste, träumte sie vom Einrichten von Räumen. „Architektur, Hochbau oder die Kubatur eines Hauses an sich waren für mich uninteressant; Räumlichkeiten aber, die haben mich immer schon fasziniert", so die Schönstil-Geschäftsführerin. Mit 14 Jahren habe sie bereits gewusst, was sie später beruflich machen wolle, sagt die 34-Jährige. Dass sie nach ihrer HAK-Matura vier Jahre lang als Bankkauffrau im Feld der Immobilienfinanzierung gearbeitet hat, war ein Zugeständnis an ihre Familie, die sich einen sicheren Job für die junge Frau wünschte.

Möglicherweise, sagt sie heute, lag das auch daran, dass ihr Vater und ihr Großvater Unternehmer waren – zuletzt leider nicht mehr erfolgreich. Die Erinnerungen daran, wie das Geschäft insolvent wurde, prägten Meindl-Cavar nachhaltig, so die Unternehmerin. Sie sei wohlbehütet aufgewachsen und es habe ihr an nichts gefehlt; dann habe sie aber den unternehmerischen Abstieg miterlebt: „Ich weiß, wie sich das anfühlt, und auch, was das mit der Familie gemacht hat. Damals habe ich mir geschworen, dass ich das nie mehr in meinem Leben haben will."

Bis heute, sagt sie, sei sie in ihrem unternehmerischen Tun immer Schritt für Schritt gegangen. Meindl-Cavar hat sich dafür gut vorbereitet: Sie studierte – neben dem Bankenjob – berufsbegleitend Unternehmensführung an der FH Wien, verlor aber die ganze Zeit über nie den Blick auf ihren Traumjob.

Zur Abschlussfeier verkündete die junge Frau ihrer Familie dann, ihren Bankenjob aufzugeben und sich der Innenarchitektur zuzuwenden – und zwar als Unternehmerin. Zunächst aber besuchte sie das Kolleg für Innenarchitektur in Mödling und heuerte in unterschiedlichen Innenarchitekturbüros an, um Einblick in die Rahmenbedingungen des Jobs zu bekommen. „Ich musste mir erst ein eigenes Netzwerk aufbauen und auch schauen, wie der Job überhaupt funktioniert", holt Meindl-Cavar aus. „Ich hatte diese Idealvorstellung, aber keine Ahnung, was es bedeutet, diesen Job tatsächlich auszuüben." Es war, erinnert sich die junge Unternehmerin zurück, der Sprung ins kalte Wasser: Vom kaufmännischen Part über das Projektmanagement und die technische Umsetzung der Designs bis hin zur Arbeit auf der Baustelle; das Erfahrungsspektrum erweiterte sie sukzessive. Später sammelte Meindl-Cavar dann auch praktische Erfahrung im Kreativen, im Feld des Designs; in Hotellerie und Gastronomie ebenso wie im High-End-Privatbereich.

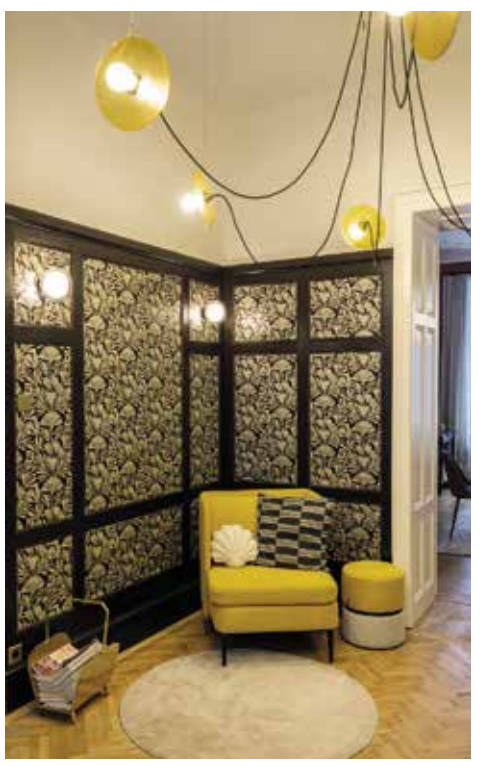
In ihrem Studio Schönstil in der Wiener Lindengasse fügen sich alte Kostbarkeiten (wie eine Handkassa aus dem väterlichen Unternehmen) harmonisch an vom Tischler gefertigte Ablagesysteme, moderne Lampen und exotische Tapeten in warmen Farben schaffen ein Ambiente, das zum Verweilen und Arbeiten einlädt. Einen Teil der Fläche bespielt Meindl-Cavars Mann Klaus Cavar mit seinem Anwaltsbüro. Die Betreuung von Sohn Paul, er ist drei Monate alt, teilen sich die Eltern 50-50, also gerecht untereinander auf.

Yvonne Meindl-Cavar in ihrem Studio in der Wiener Lindengasse.

Yvonne Meindl-Cavar ist gerne vorbereitet, sagt sie – das gilt für sämtliche Lebensbereiche. Nicht im Sinne einer permanenten Kontrolle, die nicht möglich sei, grinst sie, aber im Sinne eines Zukunftsbildes, das sie für sich visualisiere und auf das sie hinarbeite. Und auf dem Weg dorthin habe sie sich immer schon Unterstützung gesucht und geholt – Business-Coaches und Sparringpartner seien wichtig, sagt sie. „Mein Vater ist leider verstorben – den kann ich nicht mehr fragen. Bei vielen Herausforderungen, die es als Unternehmer zu meistern gilt, braucht man aber die Erfahrungswerte und Unterstützung von Kollegen oder Experten."

Meindl-Cavars Führungsstil ist dementsprechend von Kollegialität geprägt – sie sei schließlich zum ersten Mal Chefin, sagt sie. „Da bin ich auch meinen Mitarbeitern gegenüber offen. Wenn ich oder wir Fehler machen oder andere es besser machen, verändern wir unsere Prozesse. Nur so wird man besser und kann wachsen." Sie sei gerne Chefin, lacht sie. Diese auch eigenverantwortliche Haltung sei ihr enorm wichtig, sagt Meindl-Cavar; es werde nämlich keiner kommen, „der uns die ganze Zeit über bei der Hand nimmt". Das gelte im Übrigen auch für die unternehmerische wie die private Finanz- und Vorsorgeplanung: Sie lege in Aktien an, manage über eine Vorsorgewohnung ein zusätzliches, passives Einkommen und lege sich über ETFs etwas „für später" zur Seite, sagt sie. Leider sei die Altersvorsorge in ihrer Generation noch zu wenig Thema, so die Unternehmerin.

Nach einem ihrer liebsten Zukunftsbilder befragt antwortet die Schönstil-Chefin: „Ich träume davon, irgendwann einmal ins Ranking der 100 kreativsten Köpfe im *AD Magazin* aufgenommen zu werden. Genau da will ich nämlich hin."



Bei Schönstil fügen sich klassische Elemente an moderne Designteile.

Yvonne Meindl-Cavar (34) studierte an der FH Wien und besuchte das Kolleg für Innenarchitektur in Mödling. Schönstil betreut private Kunden ebenso wie Unternehmen aus Hotellerie und Gastronomie, Büro und Gewerbe. www.schoenstil.at

SCHÖNSTIL

Know How to Succeed

WU EXECUTIVE ACADEMY

KEEP CALM AND START YOUR MBA

plan_w

Infos unter:
executiveacademy.at

EQUIS ACCREDITED · AACSB ACCREDITED · ASSOCIATION OF MBAS ACCREDITED

SONNE, MOND UND STERNE

Kurdwin Ayub ist der neue Shootingstar der österreichischen Filmbranche. Die irakisch-österreichische Filmemacherin, Drehbuchautorin und studierte Malerin möchte mit ihren Filmen Klischees aufbrechen, provozieren und überraschen. In ihrem neuesten Film „Sonne“ geht es um die Identitätssuche einer jungen Muslima in Zeiten von Social Media und Political Correctness.

Text: Naila Baldwin
Fotos: Mirza Dzudzic

Dass sie aufgrund ihrer Herkunft, ihrer Jugend in Simmering und ihrer Religion eine politische Figur ist, findet Kurdwin Ayub nachvollziehbar. Aber immer nur „die Ausländerkünstlerin“ zu sein hat sie satt. Ihr preisgekrönter Film „Sonne“ ist ihr erster (langer) Spielfilm und ein Herzensprojekt der 32-Jährigen, bei dem sie die „typische Migrationsgeschichte“ anders erzählen möchte: drei Teenager, die im Hidschab ein Video zu „Losing My Religion“ drehen und damit einen Hit im Internet landen, so die knappe Zusammenfassung. „Selten hat man so einen ungefilterten Einblick in ein Milieu bekommen“, schreiben Medien wie die *Kleine Zeitung* – und meinen das der Filmemacherin selbst.

Kann Filmemachen heilend sein? Nutzen Filmemacher ihre Arbeit zur Eigentherapie?

Kurdwin Ayub (KA): Ich kann nicht sagen, ob ich mich selbst damit heilen kann, aber ich kann Beziehungen heilen, die ich mit jemandem habe. Beispielsweise habe ich eine ganz schwierige Beziehung zu meinem Vater gehabt, als ich ein Teenager war. Wir sind 1991 aus dem Irak geflohen, hatten eine unsichere Vergangenheit hier, waren finanziell instabil und mein Vater war noch in seiner alten Mentalität gefangen. Ich musste als junge Frau ausbrechen. Ich wollte Kunst und verrücktes Zeug machen und herausfinden, wer ich bin. Als junge Frau hatte ich wenig Selbstbewusstsein, deshalb musste ich umso provokanter damit umgehen. Ich habe meinen Vater neu kennengelernt, als ich den Dokumentarfilm „Paradies! Paradies!“ gedreht habe, weil der Film von ihm handelte und ich dafür immer wieder mit ihm in den Irak fliegen musste. Zu dem Zeitpunkt herrschte Krieg mit dem IS. Ich bin dann draufgekommen, dass er in seiner Familie so ist wie ich in meiner – ein Rebell. So sind wir Freunde geworden.

Ist das Filmemachen Ihre Berufung?

(KA): Ja. Ich glaube, ich hätte nichts anderes machen können. Allerdings wäre ich auch gern Physikerin geworden. Ich interessiere mich auch für Wissenschaft. Fakt ist aber, dass ich das Filmemachen richtig gut kann. Wenn man irgendwie checkt, dass man etwas gut macht, dann erübrigt sich die Frage.

Ihr neuester Film „Sonne“ wechselt zwischen Tragik und Komik. Welches Genre ist Ihr bevorzugtes?

(KA): Ich glaube, es gibt kein Genre, wo ich so richtig reinpasse. Ich mag Horror, aber ich glaube nicht, dass ich echte Horrorfilme machen möchte. Ich mache eher realistische Filme. Meistens sind sie oberflächlich sehr lustig, aber haben dann doch eine gewisse Tiefe. Viele fragen mich, ob ich eine politische Intention habe. Lustigerweise passiert es unbewusst, dass meine Filme politisch sind, auch weil ich eine politische Figur bin – durch meine Flucht, meine Jugend in Simmering et cetera. Das sind nun mal die Themen, die mich unbewusst beschäftigen.

In der Medienberichterstattung spielt Ihre Herkunft oftmals eine zentrale Rolle. Ist das in dieser Form gerechtfertigt?

(KA): Ja. Ich spiele bei meinen Filmen ja auch mit Herkunft. Andererseits, wenn ich dazu befragt werde, geht es dann meistens eher darum als um meine filmischen Talente. Aber das habe ich mir auch unbewusst so ausgesucht. Ich könnte ja auch Filme machen, die nicht von meiner Herkunft oder der Herkunft anderer Menschen handeln.

Was bedeutet Identität für Sie?

(KA): Als ich ein Teenager war, habe ich immer geglaubt, dass ich so bin wie meine österreichischen Freundinnen, ich habe nicht wirklich darüber nachgedacht. Ich hatte dieselben Probleme wie meine Freunde, ich war verknallt, ich habe mich als Loser gefühlt. Und dann bin ich mit 18 – als ich einen Freund hatte – draufgekommen, dass mich die anderen Leute anders sehen, dass sie mich mit anderen Augen betrachten. Das war eine interessante Erkenntnis. Daraufhin habe ich mich damit beschäftigt, woher ich eigentlich komme. Jahre später habe ich erkannt, dass es sehr wichtig ist, herauszufinden, wer man ist. Aber im Grunde kann man sagen: Im Nachhinein ist es gar nicht so wichtig, weil wir ja alle gleich in unseren Bedürfnissen sind.

Wie viel Persönliches steckt in „Sonne“? Es spielen ja auch Ihre Eltern mit …

(KA): Ich würde sagen, nicht viel. Natürlich gibt es so Szenen, die meiner Jugend ähnlich sind, zum Beispiel eine der letzten Szenen, wo die Hauptdarstellerin Yesmin von ihren Eltern abgeholt wird und aus dem Auto erbricht. Das ist wirklich so passiert, was absurd ist, weil der Film von einer Kurdin handelt, die herausfinden will, wer sie ist und wer nicht, und das einzig Biografische ist die blödeste Szene. Ansonsten würde ich sagen, dass das Gefühl, das sie hat, die Emotion, die rübergebracht wird, biografisch ist, aber sonst ist die Geschichte fiktional. Meine Eltern spielen gar nicht sich selbst; nur die Szene, wo meine Mutter über ihre Kriegsvergangenheit und ihr Fluchttrauma redet, das ist schon sie.

Worauf sind Sie bei Ihrem Film besonders stolz? Gibt es Szenen, die Sie heute anders angehen würden?

(KA): Man hat immer ein Drehbuch und ich habe versucht, das Beste aus diesem Buch herauszuholen –

logisch, dramaturgisch und so weiter. Wir haben alle unser Bestes versucht. Ich glaube nicht, dass wir es besser hätten machen können. Alles andere wäre eine andere Geschichte gewesen. Es ist alles ziemlich gut gelaufen, sogar die Corona-Unterbrechung – wir mussten Anfang März 2020 nach zehn Drehtagen abbrechen – haben wir genutzt, um herauszufinden, was wir besser machen können.

Wann entstand die Idee zu „Sonne“?

(KA): Die Idee kam mir vor fünf, sechs Jahren. Mit dem Dreh haben wir Anfang 2020 begonnen und dann im September 2020 weitergedreht. Ich habe chronologisch gedreht, was im Film sehr selten vorkommt. Ich hatte nicht so viele Drehtage, das liegt vielleicht daran, dass ich die Darsteller improvisieren lasse. Es gibt keine Dialoge, sondern Aufgaben und Szenen, die sie erfüllen müssen. Ich caste die Menschen auch so, dass sie das können. Schon bei Castings bekommen sie Aufgaben, die sie erfüllen müssen. Da sehe ich, ob sie vor der Kamera schlagfertig sind. Außerdem kenne ich die Menschen, mit denen ich arbeite, meistens schon. Ich arbeite mit ihnen über Jahre hinweg, damit ein gegenseitiges Vertrauen entsteht.

In „Sonne“ spielt neben Themen wie Ideologisierung, den sozialen Medien, Identität und Herkunft auch die Religion eine Rolle. Sind Sie religiös?

(KA): Genauso wie ganz viele mit Kirche und Taufe aufgewachsen sind, bin ich mit dem Islam aufgewachsen, deshalb ist das auch mein Hintergrund. Das bedeutet nicht, dass meine Eltern streng religiös sind, vielmehr komme ich aus einer großen Familie, die streng religiös ist. Religionen generell haben mich immer sehr fasziniert – zu verstehen, wie man glaubt. Ich wünsche mir sogar manchmal, ich würde noch glauben, weil die Angst vor dem Leben dann vielleicht geringer wäre. Den Glauben kann man sich nicht zurückholen, wenn er einmal weg ist, das ist interessant. Man kann Dinge neu kaufen, man kann arbeiten für etwas, aber den Glauben kann man sich nicht zurückholen, wenn er einmal verloren ist.

Wie ist die Resonanz zum Film – generell, aber auch speziell in Ihrer Familie und in der kurdischen Community?

(KA): Bevor ich den Film fertiggestellt habe, habe ich ihn vielen Frauen gezeigt, die denselben Background haben wie ich. Und die sagten, er sei genau so, wie sie aufgewachsen sind, und das ist das schönste Kompliment. Auch im Nachhinein, als ich Kinoscreenings hatte, kamen junge Frauen auf mich zu, die viel jünger waren als ich, die das genauso sahen. Das Lustigste sind die älteren Hipster im Kino, die im Anschluss alle immer so erstaunt sind. Das ist faszinierend, weil sie diese Menschen und dieses Milieu nicht kennen, obwohl sie alle so linksliberal sind. Richtig negatives Feedback habe ich aber nicht bekommen. Natürlich gibt es Leute, die den Trailer gesehen haben und dann schon schreiben: „Schämt euch, ihr beleidigt den Islam!“ Dann denke ich mir: Hättet ihr den Film gesehen, würdet ihr wissen, dass das Gegenteil der Fall ist.

„Sonne“ ist Ihr erster Streifen in Spielfilmlänge. Davor haben Sie vor allem Dokus gedreht. Wechseln Sie das Genre endgültig?

(KA): Das weiß ich noch nicht. Ich bin am Anfang, ich will jetzt noch mehr Spielfilme drehen, aber ob ich jetzt nie wieder eine Doku drehen werde, kann ich heute nicht sagen.

„Man kann Dinge neu kaufen, man kann arbeiten für etwas – aber den Glauben kann man sich nicht zurückholen, wenn er einmal verloren ist.“

Kurdwin Ayub

Was steht als Nächstes an?

(KA): Das nächste Projekt ist „Mond“: Die Geschichte handelt von einer österreichischen Kampfsportlerin, die Personal Trainer für eine reiche arabische Familie wird. Wir sind in Jordanien und casten schon die Schauspieler; das ist ziemlich cool, ich mag Jordanien sehr gern. „Mond“ wird wieder sehr realistisch, aber diesmal gibt es Horror- und Action-Elemente. Wenn alles gut geht, drehen wir nächstes Jahr im Frühling und erscheinen dann vielleicht im Sommer 2024.

Woher kommt diese Sonne-Mond-Geschichte?

(KA): Die Sonne ist ja auf der kurdischen Flagge drauf und ich wollte in Wahrheit eine Filmtrilogie schaffen: Sonne, Mond und Sterne. Die Trilogie soll Themen wie Hassliebe, Klischees und Vorurteile behandeln. Das soll alles einmal vorkommen – in dieser Reihenfolge.

Wie gehen Sie ökonomisch an die Marke Kurdwin Ayub heran?

(KA): Für die Marke Kurdwin Ayub gibt es keine großen ökonomischen Ziele. Ich habe schon so einen Kalender, wo festgehalten ist, was dieses, nächstes und übernächstes Jahr ansteht; man muss schon sehr strukturiert und organisiert sein, dass das alles gut geht. Nach dem Erfolg von „Sonne“ bin ich draufgekommen, dass es einfacher geworden ist, mir Dinge auszusuchen. Auch der Preis für den besten Erstlingsfilm der Berlinale gibt mir einen Vorsprung für den nächsten Film und die Finanzierung. Und er hat mir sehr viel Öffentlichkeit gegeben: Leute kommen auf mich zu, sie wollen, dass ich Projekte mit ihnen mache, was dazu geführt hat, dass ich finanziell jetzt wirklich vom Filmemachen leben kann.

Man handelt Sie als Shootingstar der österreichischen Filmindustrie. Sind Sie mit 32 dort, wo Sie hinwollten?

(KA): Ich würde sagen, es ist so, wie ich es mir erhofft hatte, aber ich habe auch viel dafür gemacht. Es ist jetzt nicht überraschend. Sehr überraschend war, als ich damals mit 21 von Hans Hurch, dem damaligen Direktor der Viennale, für einen meiner Kurzfilme für die Viennale ausgewählt wurde. Da habe ich zum ersten Mal gemerkt, dass ich mit meinen Sachen auffalle. Seitdem habe ich mich mehr ins Zeug gelegt. Davor habe ich mich nur als Kunststudentin gefühlt, die sich ausprobieren und experimentieren muss. Als mein erster Film dann auf der Viennale lief, gab mir das aber richtig Antrieb.

Kurdwin Ayub wurde 1990 im Irak geboren. Sie lebt und arbeitet als Regisseurin und Drehbuchautorin in Wien. Von 2008 bis 2013 studierte sie Malerei und experimentellen Animationsfilm an der Universität für angewandte Kunst, parallel dazu performative Kunst an der Akademie der bildenden Künste in Wien.

BEZAHLTE ANZEIGE

FRAUEN VERDIENEN ES, SICHTBAR ZU SEIN

Warum Frauen aufhören müssen sich zu verstecken und wieso ein gutes Portrait so viel mehr ist als nur ein Foto, erzählt Frauenfotografin Karin Ahamer.

Interview: Maren Zimmermann
Fotos: Karin Ahamer

Frau Ahamer, was ist Ihr Ziel als Portrait-Fotografin?

Karin Ahamer (KA): Jede Frau ist einzigartig und ich halte genau diese Einzigartigkeit fest, um sie in all ihrer Stärke und Schönheit sichtbar zu machen. Ich möchte mit meinen Bildern etwas bewirken und Frauen Selbstvertrauen in Form von ausdrucksstarken, lebendigen und natürlichen Fotos mitgeben. Sie unterstützen, ihr eigenes Business oder ihre Karriere aufs nächste Level zu bringen oder ihnen einfach nur so schöne Fotos von sich selbst zu schenken.

Zu Beginn Ihrer eigenen Karriere hatten Sie selbst ein unschönes Fotoshooting-Erlebnis. Was ist damals passiert?

(KA): Es begann eigentlich gut, das Fotostudio und die Location waren in einem schönen Altbau und ich wurde freundlich empfangen, bevor mich die Stylistin schminkte. Ich wusste, das MakeUp würde intensiver sein, als ich es gewohnt war. Bei einem Fotoshooting wird tendenziell ein bisschen stärker geschminkt, da Kamera und vor allem Studiolicht viel Farbe „schlucken". Aber im Endeffekt erkannte ich mich nicht wieder und fühlte mich unwohl. Als ich die Stylistin bat, es zu ändern, meinte sie selbstbestimmt, dass es großartig aussähe, und damit wurde ich dem Fotografen übergeben. Als ich später die Fotos sah, war ich entsetzt. Ich hatte einen riesigen Kopf, sah aus, als ob ich schwanger wäre, meine Haare wie aus den 80er Jahren. Ich hatte mich noch nie so hässlich gefunden! Ich brauchte eine Weile, bis ich darüber hinwegkam. Meine Lieblingsoutfits, die ich extra für das Shooting ausgesucht hatte, habe ich nie wieder getragen.

Was haben Sie aus diesem Erlebnis gelernt?

(KA): Aus persönlicher Sicht war es definitiv, nicht nur auf den Preis zu schauen und sicherzustellen, dass mir die Fotografin und Stylistin sympathisch sind und mir ihre Arbeit gefällt. Als Fotografin hat es mir gezeigt, was ich selbst meinen Kundinnen bieten möchte: eine vertrauensvolle Umgebung, Empathie, Zuhören und Individualität. Diese Erfahrung ist auch einer der Gründe, warum ich nur mit Visagistinnen meines Vertrauens arbeite, bei denen ich mir sicher bin, dass sie meine Kundinnen nach deren Wünschen schminken und stylen. Bei meinen Shootings kann das Styling dann auch ein normales Tages- bzw. Abend-MakeUp sein, da ich zu 90% mit Tageslicht fotografiere. Alles in allem hat mich diese Erfahrung zu einer noch besseren Fotografin gemacht.

Warum Fotoshootings speziell für Frauen?

(KA): Ich kann nachvollziehen, wie es sich anfühlt, als Frau vor der Kamera zu stehen, schließlich bin ich selbst eine. Ich verstehe die Nervosität, die Freude, die Unsicherheit, die Hoffnung endlich schöne Fotos von sich zu bekommen. Viele Frauen fühlen sich unwohl, wenn sie fotografiert werden und halten sich für unfotogen. Genau hier setze ich an, indem ich Frauen mit Verständnis, Einfühlungsvermögen und Vertrauen ein entspanntes und freudvolles Fotoshooting ermögliche, um sie so sichtbar(er) zu machen. Sichtbar für sich selbst, für ihre KundInnen, für ihre Karriere, ihre Familie und die Welt.

Warum ist es Ihrer Meinung nach so wichtig Frauen in die Sichtbarkeit zu bringen?

(KA): Der Dalai Lama sagte schon: "The world will be saved by the western woman." Dass unsere Welt sich in einem Unruhezustand befindet, ich denke darüber brauchen wir nicht zu sprechen. Doch wie sollen wir Frauen dazu beitragen die Welt zu einem besseren Ort zu machen, wenn wir uns verstecken und nicht sichtbar sind? Denn nach wie vor machen wir Frauen uns kleiner als wir sind. Das beginnt mit Fotos von uns selbst. Wir wollen uns nicht zeigen. Oder wollen es, haben aber aus verschiedensten Gründen Angst oder Unsicherheiten oder „Makel" die wir nicht festgehalten haben wollen. Häufig leben wir unser Potential (noch) nicht vollständig aus. Mein Ziel ist es, Frauen zu bestärken und in die Sichtbarkeit zu bringen. Dabei spielt Vertrauen und eine Wohlfühl-Atmosphäre eine große Rolle, egal ob es sich um ein Business, Personal Branding oder privates Fotoshooting handelt.

„In uns Frauen steckt so viel Kraft und Stärke, wir müssen uns nur noch sichtbarer machen und uns selbst auch zeigen."

Karin Ahamer

Fotografieren Sie eigentlich auch Männer?

(KA): Der Großteil meiner Kundinnen sind Frauen, da ich mich auf diese, auch was das Posing etc. betrifft, spezialisiert habe. Aber es kommen auch Männer vor meine Kamera. Meistens im Zuge eines Business-Fotoshootings oder im Anschluss an einen VIP-Wohlfühltag für Familienfotos.

Wie läuft ein Fotoshooting bei Ihnen ab?

(KA): Zu Beginn gibt es ein lockeres Gespräch zum gegenseitigen Kennenlernen und Besprechen des Wie, Was, Wann und Wo. Eine freundschaftliche, vertrauensvolle Beziehung zu meinen Kundinnen ist für mich essenziell. Zusätzlich versende ich vorab mein Fotoshooting-Magazin als Leitfaden für ein entspanntes Fotoshooting mit Tipps und Inspirationen zur Vorbereitung auf das gesamte Erlebnis. Am Tag selbst starten wir in der Regel mit typgerechtem MakeUp & Styling und der finalen Auswahl der Outfits. Beim Fotoshooting bekommen meine Kundinnen genaue Posing-Anleitungen. Im Anschluss wählt die Kundin ihre Lieblingsbilder aus, entweder über eine Online-Galerie oder gemeinsam mit mir vor Ort. Diese Fotos werden von mir noch bearbeitet. Authentizität und Natürlichkeit stehen dabei im Vordergrund.

Was ist der beste Fototipp, den Sie Frauen mitgeben können?

(KA): Eigentlich simpel, lächeln! Das hört sich jetzt vielleicht fast zu einfach an, aber die Mimik beeinflusst die Qualität eines Fotos sehr. Ein echtes Lächeln entspannt die Muskeln und bringt die Augen und dadurch das ganze Foto zum Strahlen.

Die Fotografin hat sich darauf spezialisiert, die wahre Essenz ihrer Kundinnen auf natürliche Art einzufangen und dadurch ihre Schönheit und Einzigartigkeit sichtbar zu machen.

Karin Ahamer arbeitet seit 2013 in ihrem Fotostudio in Wien und fotografiert on Location österreichweit. Mehr über ihre Wohlfühl-Fotoshootings für Frauen finden Sie auf ihrer Website: www.karinahamer.com

„ICH WOLLTE KEINEN TRENDS FOLGEN, ICH WOLLTE TRENDS SCHAFFEN“

Kozva Rigaud ist CEO und Gründerin der Künstleragentur Shotview, die Bildgestalter verschiedener Disziplinen repräsentiert: von der Fotografie über Filmregie bis hin zu Styling, Make-up und Hair sowie Casting. Mit Büros in Berlin, Paris und Wien bietet die Agentur eigenständigen Kreativen ein wertvolles Netzwerk.

Text: Ekin Deniz Dere
Fotos: Peter Rigaud

Frau Rigaud, wie kamen Sie auf die Idee, Shotview zu gründen?

Kozva Rigaud (KR): Ich bin in Lima, Peru, aufgewachsen, dort fand ich schon als Teenager Kontakte zur aktuellen Modern-Dance-Szene; nach Abschluss der Schule habe ich eine klassische Ausbildung am Mozarteum in Salzburg gemacht und bin dann nach New York gegangen. Nach meiner Ausbildung habe ich mir die Frage „Ist das alles?“ gestellt. Ich liebte das Tanzen, wollte aber mehr. Gerade als ich in New York begann, für Kompanien zu tanzen, wurde mir sehr schnell klar, wie hart das Leben als Tänzerin oder Choreografin ist. In New York ist es ohne zig Nebenjobs extrem hart, als Kreativer seinen Lebensunterhalt zu verdienen. Die meisten haben zwei oder drei Jobs und kommen kaum über die Runden. Daher beschloss ich, mich im Bereich Kunstmanagement weiterzubilden; mein Traum war es, Kreative zu unterstützen. Es machte für mich einfach keinen Sinn, dass Künstler weniger verdienen als alle anderen. Warum? Was machen wir anders? Was können wir besser machen? Weil ich mich für Künstlermanagement interessierte, schrieb ich mich für ein Marketingstudium ein und beschäftigte mich intensiv mit der Frage, wie ich Kreativität und Management für mich sinnvoll verbinden kann. Von da an vertiefte ich mich mehr und mehr in die Idee, dass es Menschen gibt, die nicht nur kreativ sind, sondern gleichzeitig auch diese Kluft zwischen dem Kreativen und dem Geschäftlichen überbrücken wollen. Als ich nach Österreich zurückkam, hatte ich einiges an Erfahrung und war bereit, meine Ideen und Träume zu verwirklichen. Ich war immer sehr stark mit Fotografie und Film verbunden, aber auch mit Kunst und Kommunikation; meine besondere Passion lag schon damals in der Modeindustrie. Ich habe einige Zeit sehr erfolgreich bei Getty Images (eine der weltweit größten Bilddatenbanken bzw. Produzent von Bildern, Anm.) gearbeitet – dies ermöglichte es mir, einen fundierten Einblick in die Prozesse des Foto-Business zu erlangen. Das waren extrem spannende und lehrreiche Jahre. Danach habe ich am Beginn des Internetzeitalters einige Zeit im Bereich Marketing und Verkauf gearbeitet; dies war für mich eine wunderbare und wertvolle Erfahrung. Sie half mir, Selbstsicherheit zu gewinnen und meine Vision meiner Selbstständigkeit zu verwirklichen. Mit Fotografie, Kunst und Ausstellungen habe ich mich schon immer beschäftigt, und so habe ich schließlich meine Agentur gegründet. Für mich war ganz klar, dass visuelle Bildsprache in Zukunft mehr und mehr an Relevanz gewinnt, also mussten wir Platz für kreative Menschen schaffen, und das wollte ich aktiv gestalten. Ich wollte eine Brücke zwischen Fotografen und der Editorial-, Werbe- und Modewelt aufbauen. Ich sehe mich als Vermittlerin zwischen Künstlern und Kunden sowohl in der analogen wie auch der digitalen visuellen Welt.

Was sind die besonderen Herausforderungen und Freuden, die mit Ihrer Arbeit verbunden sind?

(KR): Wir vertreten Kreative aus den verschiedenen Gebieten der Fotografie, Filmemacher, Stylisten, Haar- und Make-up-Teams und auch Castingagenten. Wir bauen eine Beziehung zwischen Kreativen und Kunden auf. Hier ist es wichtig, dass jeder Künstler seine eigene visuelle Sprache entwickelt und ausbaut. Dabei helfen wir den Künstlern von Anfang an, eine für sie richtige und stimmige visuelle Spra-

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVERTORIAL

WETTBEWERBSFÄHIG MIT PV-STROM

Wettbewerbsfähig zu bleiben ist aktuell eine große Herausforderung, sieht man sich die explodierenden Energiepreise an. Die eigene Photovoltaikanlage im Unternehmen ist ein rentabler Weg aus der Krise, Sonnenstrom senkt Stromkosten dauerhaft und macht unabhängiger von zukünftigen Marktentwicklungen.

Fotos: Selina PV

Photovoltaik spielt für die aktuelle und zukünftige Energieversorgung eine wichtige Rolle. Stichworte sind die Unabhängigkeit von Energieimporten aus dem Ausland und die notwendige Etablierung von nachhaltigen Erzeugungsstrategien. Gerade für energieintensive Unternehmen ist es existenziell, solche Preisexplosionen abfedern zu können und wettbewerbsfähig zu bleiben. „Industriebetriebe, aber auch viele Gewerbebetriebe können ihren hohen Verbrauch mit PV-Strom zum Teil selbst abdecken. Wenn die Voraussetzungen passen, es also ausreichend nutzbare Dachflächen gibt, und die PV-Anlage optimal auf den individuellen Bedarf abgestimmt ist, sprechen wir von bis zu 40 Prozent“, weiß Mag. Egmont Fröhlich, Geschäftsführer der Selina Photovoltaic GmbH, die auf die Realisierung von PV-Großanlagen für Unternehmen spezialisiert ist. Das in Wien gegründete Unternehmen unter der Leitung der erfahrenen PV-Experten Mag. Egmont Fröhlich, Dipl. Ing. Josef Huber und Mag. Martin Benger, ist österreichischer PV-Pionier und aktiver Vorantreiber klimafreundlicher Energieversorgung in Österreich. Kernkompetenzen sind die Planung, Errichtung und der Betrieb von PV-Anlagen, als Serviceleistungen aus einer Hand.

Es geht um Wirtschaftlichkeit und Kostenrentabilität – ob bei Eigeninvestition oder Finanzierung mit Contracting. Eine PV-Anlage ist eine Investition in die Wirtschaftlichkeit. Unternehmen profitieren während der gesamten Nutzungsdauer einer PV-Anlage nicht nur von abgesicherten Energiekosten, sondern verbessern auch ihre Ökobilanz. „Bei den aktuellen Strompreisen amortisiert sich eine Photovoltaikanlage in 3 bis 4 Jahren. Sieht man sich die mittel- und längerfristigen Entwicklungen an, so spart das Unternehmen nicht nur Kosten aufgrund des selbst erzeugten Sonnenstroms, sondern profitiert auch von einer attraktiven Eigenkapitalrendite über die technische Lebenszeit einer PV-Anlage, das sind über 30 Jahre“, erläutert Fröhlich. Hinsichtlich der Finanzierung bietet Selina PV mit ihrem Partner SOL PV Capital GmbH interessante Contractingmodelle an, die einen Anlagenbau ohne Eigeninvestment ermöglichen. Dabei stellen Unternehmen ihre Dach- oder Freiflächen zur Verfügung, ohne ein Kosten- und Betriebsrisiko tragen zu müssen. Je nach Modell profitiert das Unternehmen von günstigem PV-Strom oder einer Umsatzbeteiligung. Die Finanzierung und den laufenden Betrieb der PV-Anlage übernehmen Selina PV und SOL PV.

Selina PV ist ISO 9001 und SCC(Safety Certificate Contractors) zertifiziert.** Seit vorigem Jahr ist die 2011 gegründete Selina Photovoltaic GmbH nach internationalen Standards ausgezeichnet. Zwischenzeitlich hat das bestens etablierte Unternehmen über 500 Großprojekte für Betriebe in ganz Österreich umgesetzt. Coca-Cola HBC, OMV, Palfinger AG, Berndorf AG, Csernohorszky, Austria Email AG, Tyrolit, Quehenberger Logistics, Laufen Austria AG oder Tiroler Rohre sind nur einige namhafte Unternehmen, die einen Teil ihres Eigenbedarfs durch Sonnenstrom aus Anlagen von Selina PV decken. „Die SCC** und ISO 9001 Zertifizierungen haben wir als erstes reines PV-Unternehmen in Österreich erhalten. Darauf sind wir vor allem deshalb besonders stolz, da sie unsere hohen unternehmensinternen Standards hinsichtlich Qualitäts-, Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltmanagement, die einen wesentlichen Teil unserer Unternehmenskultur ausmachen, bestätigen. Wir haben uns einem kontinuierlichen Weiterentwicklungsprozess verschrieben und bauen unsere Serviceleistungen laufend aus“, erklärt Mag. Martin Benger. Neben der Projektierung und dem Anlagenbau bietet Selina PV KundInnen ein All-Inclusive-Servicepaket für die Wartung, Versicherung und den laufenden Betrieb der PV-Anlage an.

Erneuerbare Energietechnologien im Fokus der Selina PV. „Neben Dachkraftwerken sind auch Freiflächenanlagen ab einer Größe von 10.000 m2 wirtschaftlich interessant. Je nach Beschaffenheit kommt es zu so gut wie keiner Bodenversiegelung und auf dem Gelände kann eine Doppelnutzung, beispielsweise Tierhaltung angedacht werden“, erläutert Dipl. Ing. Josef Huber. Auch hier bietet Selina PV dem Grundeigentümer lukrative Finanzierungsmodelle an. Eine echte Innovation für Gebäudedächer ist das „Snow-Management-System“. „Auch in Österreich sind wir aufgrund des Klimawandels extremen Wettersituationen, sprich ungewöhnlich starken Schneefällen in kürzester Zeit, ausgesetzt“, erklärt Huber. Hier geraten Gebäudedächer, die aufgrund der Schneelast nicht über ausreichend freie Dachlast verfügen, an ihr statisches Limit. In diesen Fällen ist es grundsätzlich nicht möglich, eine PV-Anlage zu installieren. Das Snow-Management-System, das Selina PV in Kooperation mit dem norwegischen PV-Unternehmen INNOS anbietet, löst dieses Problem durch integrierte Heizpanele mit Gewichtssensoren, die bei Bedarf die kritische Schneemenge schmelzen und so die Gebäudestruktur schützen. Manuelles Schneeräumen mit all seinen Risiken wird obsolet. Weitere spannende Projekte stellen PV-Carports für Unternehmensparkflächen, die wirtschaftliche Energiegewinnung mit nachhaltigen Raumnutzungskonzepten kombinieren und bereits versiegelte Flächen nutzen, dar.

Geschäftsleitung Selina Photovoltaic GmbH, v.l.n.r: Mag. Martin Benger, Mag. Egmont Fröhlich, MBA, Dipl. Ing. (FH) Josef Huber

„Aufgrund der Dekarbonisierung durch beispielsweise den Umstieg auf E-Autos und die Umstellung der Wärmekonzepte wird sich der Strombedarf bis 2040 verdoppeln. Das Ziel für Photovoltaik sind zusätzliche 27 Terawattstunden.“

Mag. Egmont Fröhlich, Selina PV-Geschäftsführer

Von Selina Photovoltaic GmbH geplant und errichtet: 2,86 Megawatt PV-Dachanlage für Coca-Cola HBC Österreich im Burgenland.

Selina Photovoltaic GmbH ist ausschließlich auf die Realisierung von PV-Großanlagen für Unternehmen spezialisiert. Selina hat Niederlassungen in Wien und Tirol und verfügt über Büros in ganz Österreich.

Walfischgasse 13/Top 2
1010 Wien
+43 1 890 56 70
Informationen und Referenzen:
info@selina-pv.com
www.selina-pv.com

che zu finden. Wie in jeder Beziehung müssen wir uns alle auch in der Arbeitsbeziehung immer und immer wieder hinterfragen, die Beziehung gegenseitig fordern und Ziele definieren und weiterentwickeln. Besagtes Finden einer eigenen Sprache jedes Kreativen ist mir dabei sehr wichtig. Aus diesem Grund ist es mir persönlich ein großes Anliegen, dass jeder Künstler seinen ganz persönlichen visuellen Arbeitsstil entwickelt. Ich versuche, Überschneidungen zu vermeiden und zu ermöglichen, eine Mentorin zu sein, sodass jeder seinen eigenen Weg findet. Die Herausforderung ist genau das: den eigenen Weg zu definieren und das gemeinsam zu tun. Wenn dies gelingt, ist die Zusammenarbeit eine große Freude. Ich halte meinen Künstlern den Rücken frei, sodass sich alle möglichst um die kreative Umsetzung kümmern können.

Kann man sagen, dass die Ermöglichung dieser absoluten Freiheit Ihr Alleinstellungsmerkmal als Agentur ist?

(KR): Für mich ist immer sehr wichtig, dass jedes Teammitglied seine eigene Stimme hat. So verstehe ich Kooperation in der Arbeitswelt – als absolute Freiheit in der individuellen Entwicklung. Ich selbst wollte keinen Trends folgen, ich wollte Trends schaffen. Ganz essenziell ist es, das beste Netzwerk an Kreativen aufzubauen, das ist meiner Meinung nach die allerwichtigste und auch eine sehr herausfordernde Aufgabe. Wir müssen gegenseitig wachsen und unsere Zusammenarbeit von Zeit zu Zeit hinterfragen, um auch wirklich Einzigartiges und Neues zu schaffen – und auf der anderen Seite auch die richtigen Aufträge für jeden einzelnen Künstler zu finden. Dieses Jahr durften wir die weltweite Kampagne von Balenciaga mit unserem Fotografen Daniel Roche fotografieren, dies war natürlich für uns alle eine große Freude und die Abwicklung war eine wunderschöne Erfahrung. Als wir dann für Kunden wie etwa Balenciaga, Louis Vuitton, Hermès sowie für Kunden aus der Wirtschaft wie die Deutsche Bank, Lufthansa oder Siemens gearbeitet haben, haben wir alle die Bedeutung der unterschiedlichen Stimmen stärker erkannt und sie auch zu schätzen gelernt. Ich möchte die Notwendigkeit hervorheben, das höchste Maß an Kreativität auf die richtige Art und Weise zu kanalisieren.

An dieser Stelle gibt es eine Verbindung zu anthroposophischen Werten.

(KR): Genau. Wir identifizieren uns mit anthroposophischen Werten, die sich mit der Weiterentwicklung von Mensch und Geist beschäftigen. Wir verstehen, dass wir uns selbst mit genau diesem Drang verändern müssen.

Was war entscheidend für den Erfolg von Shotview?

(KR): Ich habe ein fantastisches Team. Die Teammitglieder sehen, dass das Schöne an der visuellen Sprache und deren Vokabeln ist, dass sie universal verständlich ist beziehungsweise sind. Wie schon zuvor erwähnt: Es ist ganz wichtig, immer neue Stimmen in unseren Chor von Shotview aufzunehmen – dies ist ein permanentes Wachsen und Lernen.

Wie können Bilder dieses Ziel im Vergleich zum geschriebenen Wort erreichen?

(KR): Wir haben uns von Anfang an als visueller Storyteller verstanden, denn es war von Anfang an klar, dass die visuelle Welt beziehungsweise Sprache immer wichtiger wird und mehr und mehr zur vorherrschenden Art der Kommunikation wird. Das sieht man in allen Medien, nicht nur in den klassischen Medien wie Print-Zeitschriften und Filmen, sondern auch in neuen Kommunikationsformen wie Social Media; Tiktok, Instagram, Facebook. So sehen wir immer wieder eine neue Sprache, neue Wörter, neue Kommunikationswege, die diese Plattformen geschaffen haben.

„Empowerment und Diversität sind zu Modewörtern geworden, aber für mich war von der ersten Minute an klar, dass es keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt. Und ich habe mir nicht einmal die Frage gestellt, ob eine Frau etwas schaffen kann oder nicht."

Kozva Rigaud

Was ist für Sie Kunst?

(KR): Kunst ist für mich etwas, das aus dem Innersten eines Menschen heraus entsteht – von keinem Auftraggeber. Sie ist keine Auftragsarbeit, sondern etwas, das aus einem inneren Drang entsteht und uns als Betrachtern einen neuen Kosmos präsentiert und eröffnet. Um die Begrifflichkeiten gut und sauber getrennt zu halten: Für die Vermittlung von Künstlern zu Sammlern oder Museen gibt es Galeristen und Kunsthändler als Vermittler; wir als Shotview sehen uns als Vermittler von Kreativen im angewandten Kunstbereich – will heißen: Unsere Künstler erschaffen hochgradig kreative Arbeiten für die Auftraggeber. In Produktionen für Editorial-Arbeiten oder Zeitschriften, analog wie digital, ist die Freiheit für die Fotografen eine sehr große und wir als Agentur fördern und fordern dies sehr stark.

Wie haben sich die kreativen visuellen Medien in den vergangenen Jahren verändert?

(KR): Wir haben gesehen, dass die Digitalisierung in der Fotografie in vielerlei Hinsicht eine revolutionäre Entwicklung ist. Man kann heute gut erkennen, dass alle Medien in Bewegung geraten sind, durch Tiktok, Instagram, Facebook. Analoge Zeitschriften haben nicht mehr die Reichweite der vergangenen Jahre, wir nehmen diese Entwicklung mit großer Freude auf – das heißt, wir sind auch Teil des Aufbruchs und Umbruchs. Die Digitalisierung ist ein riesiges Thema und vor allem eine riesige Chance, und ich denke, dass die Kreativität durch diese Entwicklung stark profitiert. Eine starke Demokratisierung ist zu beobachten: Jeder kann Content entwickeln, die finanziellen Eintrittshürden sind nicht mehr so hoch wie noch vor einigen Jahren. Das sehe ich als riesige Chance und kreative Weiterentwicklung. Das Produzieren von Visual Content ist auf der einen Seite viel einfacher geworden – auf der anderen Seite hat sich die Distribution der Inhalte total auf den Kopf gestellt.

Was sind die besonderen Herausforderungen, die eine Frau in dieser Branche zu bewältigen hat – und was sind Ihre Tipps?

(KR): Dieses Thema ist mir sehr wichtig, und es ist die große Frage, die mich von der ersten Minute meiner Selbstständigkeit an immer wieder beschäftigt! In unserer Agentur arbeiten zu 90 % Frauen, in den letzten Jahren haben wir viel mehr Frauen als Fotografinnen und Filmemacherinnen und Stylistinnen unter Vertrag. Dies variiert, ist aber in den letzten Jahren immer stabil über 50 % Frauenanteil. Empowerment und Diversität sind zu Modewörtern geworden, aber für mich war von der ersten Minute an klar, dass es keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt. Und ich habe mir nicht einmal die Frage gestellt, ob eine Frau etwas schaffen kann oder nicht. Ich bin als Frau von meiner Familie so erzogen worden, dass ich immer alles schaffen kann – das ist ein großes Glück und ich versuche, diese Stärke weiterzugeben. Wir unterstützen in unserer Agentur Shotview die Female Artists noch stärker, indem wir einfach keine Unterschiede zwischen Männern und Frauen machen. Der Kunde bucht die Bildsprache, den Stil – nicht eine Frau oder einen Mann.

Kozva Rigaud ist die Gründerin und Geschäftsführerin von Shotview, einer Agentur, die Kreative aus den verschiedensten Bereichen unterstützt. Sie ist ehemalige Tänzerin, absolvierte eine klassische Ausbildung am Mozarteum in Salzburg und verbrachte dann einige Zeit in New York, bevor sie ihre Agentur gründete.

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVERTORIAL

ZEIT UM DURCHZUATMEN

Zürs am Arlberg ist eines der schönsten Wintersportgebiete Österreichs, Thurnher‘s Alpenhof eines der besten Hotels, um den Alltagsstress hinter sich zu lassen.

Fotos: Thurnher‘s Alpenhof

Starke Frauen im Betrieb
Das hervorragende Konzept stammt - wie könnte es anders sein – aus Frauenhand. Denn Thurnher‘s Alpenhof wird seit Generationen von Frauen geführt: Seniorchefin Elfi Thurnher, Chefin Beatrice Zarges und Juniorchefin Stephanie Zarges-Vogel haben Großes geschaffen – und auch die junge Coco schnuppert schon erste Hotellerieluft im Familienbetrieb. Ein Ort der Begegnung ist das Luxushotel im Schnee mehr denn je, aber auch einer der Ruhe – inmitten einer imposanten Bergwelt, mit höchsten Standards und herzlichem, persönlichem Service. Wer hier ein paar Tage oder gar Wochen verbringt, darf sich wie bei Freunden fühlen, denen das Wohlbefinden ihrer Gäste oberstes Gebot ist. Nicht umsonst erhielt Thurnher’s Alpenhof schon viele Male den begehrten „Five Star Diamond Award“ – einen Preis, der als „Oscar der Hotelindustrie“ gilt. Ebenfalls wurde das familiengeführte Traditionshotel von der österreichischen Wirtschaftskammer mit 5-Sterne-Superior ausgezeichnet, der höchstmöglichen Klassifizierung des Fachverbands Hotellerie. Als Saisonhotel hat Thurnher’s Alpenhof von Mitte Dezember bis Anfang April geöffnet. Die Alpine Chalet-Architektur des Hauses fügt sich dezent in die malerische Bergwelt von Zürs ein. Das gesamte Haus verrät eine besondere Liebe zum Detail. Kein Zimmer gleicht dem anderen, einige verfügen über Whirlpool, offenen Kamin und Balkon.

Thurnher‘s Residences
Die neuen Thurnher’s Residences wurden im Dezember 2016 eröffnet und bieten als erste und einzige Serviced Apartments in Zürs am Arlberg jeden nur erdenklichen Komfort und absolute Privatheit. Den Gästen von Thurnher’s Residences stehen darüber hinaus alle Bereiche und Serviceleistungen des Hotels zur Verfügung. Darunter selbstverständlich der 24h Concierge-Service und wer will, kann zudem an den kostenlosen Freizeitprogrammen des Hauses teilnehmen.

Vier Generationen geballte Frauenpower schwingen in Thurnher‘s Alpenhof das Zepter.

Service von Herzen
Von Ankunft bis zur Abreise wird jeder Wunsch erfüllt – sogar beim Ein- und Auspacken der Koffer. Weitere Annehmlichkeiten sind ein 24-Stunden-Room- und Concierge-Service, Wäsche- und Schuhputzservice, kostenloses WLAN, ein rund um die Uhr erreichbarer Hotelarzt und die Organisation von Skipässen, Skiverleih und Skilehrern. Dass Kinder in Thurnher’s Alpenhof herzlich willkommen sind, versteht sich von selbst: Das Hotel verfügt über einen großen Spielraum; während der Ferien erfolgt eine professionelle Kinderbetreuung mit einem speziell aufgelegten Kinderprogramm und es gibt ein täglich wechselndes Kindermenü. Auf Wunsch wird ein privater Babysitter-Service organisiert.

Die Seele baumeln lassen
Im Thurnher’s Spa können sich Hotelgäste von erfahrenen Händen mit verschiedensten Massagen verwöhnen lassen. Ein Team von professionellen Therapeuten bieten von der klassischen Sportmassage über Chakra-Massagen bis hin zur Fußreflexzonenmassage eine Reihe von Treatments an. Zum Wellness-Bereich gehören auch ein auf 30 Grad beheizter Indoor-Pool mit Gegenstromanlage, eine Finnische Sauna, Biosauna, Dampfbad sowie ein Tauchbecken, dessen Wasser aus hauseigener Quelle stammt.

Modern und unverfälscht
Modern und unverfälscht: Thurnher’s Alpenhof ist ein Ort unvergleichlicher Freundlichkeit und persönlichem Service. Ob allabendliches mehrgängiges Gourmetmenü oder à la carte Auswahl, der Küchenstil des jungen aufstrebenden Küchenchefs Martin Schmölzer ist unkompliziert, frisch und nachvollziehbar – einfach genießen ohne nachzudenken. Der gebürtige Kärtner kombiniert österreichische Küchentradition mit italienischen Einflüssen und bringt dabei nur die besten Produkte in einen raffinierten Einklang. Im Fokus steht dabei das perfekte Zusammenspiel aus verschiedenen Texturen, Temperaturen und Konsistenzen sowie eine harmonische Verschmelzung der Zutaten, um ein außergewöhnliches Geschmackserlebnis zu schaffen. Alles unter der Devise: ein Gericht lebt von einer perfekt abgestimmten Sauce. Ergänzt wird die Kulinarik durch erlesene Weine aus dem Weinkeller, sowie einem einzigartigen Blick auf die weißen Berghänge. Ein beliebter Treffpunkt für Gäste aus aller Welt ist der gemütliche Lounge- und Barbereich.

Am Nachmittag wird hier in gemütlichem Ambiente vor dem offenen Kamin Kaffee und erlesene Tee-Spezialitäten in bester Afternoon-Tea-Manier serviert. Zum Aperitif und nach dem Essen kredenzt das Barkeeper-Trio klassische sowie selbstkreierte Cocktailvariationen. Ein stimmungsvoller Ort für anregende Gespräche oder einfach nur zum Wohlfühlen und Relaxen bei inspirierender Musik.

THURNHER'S
ALPENHOF
★★★★★

THURNHER‘S ALPENHOF
Zürs am Arlberg / Österreich
+43 5583 2191
mail@thurnhers-alpenhof.com
www.thurnhers.com

Thurnher‘s Alpenhof – ein perfekter Ort für Ihr persönliches Wintermärchen.

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVERTORIAL

VORWERK

CLICK-START IN DIE ZUKUNFT

Vorwerk steht mit seinen Marken Thermomix® und Kobold nicht nur seit Jahrzehnten für höchste Qualität und Innovation im Home-Bereich, sondern bietet neben einer faszinierenden Produktneuheit auch beeindruckend attraktive Karrieremöglichkeiten.

Fotos: Vorwerk Österreich

Der Mut zu Neuerungen und der Anspruch an höchste Qualität hat Vorwerk zu einem international erfolgreichen Unternehmen mit langer Tradition gemacht: Über 90 Jahre Erfahrung im Bereich der Reinigung, technisches Know-How und Qualität zeichnen dabei vor allem die Marke Kobold weltweit aus. Anfang Oktober hat das renommierte Familienunternehmen mit dem Launch des neuen Kobold VK 7 Akku-Reinigungssystems nicht nur ein echtes Statement gesetzt, sondern auch weitere neue Jobchancen eröffnet. „Verstaubte Staubsaugervertreter" waren gestern – Kobold sorgt für Aufschwung im Job und Haushalt!

Kraft und Performance treffen auf Flexibilität und Komfort

Spontaner Besuch? Kein Problem! Das brandneue Kobold VK 7 Akku-Reinigungssystem verwandelt sich, dank handlichem und leistungsstarkem Hauptgerät, in einen verlässlichen Reinigungspartner und meistert mit unterschiedlichen und individuell einsetzbaren Aufsätzen mühelos bis zu 19 Reinigungsdisziplinen. Das sorgt nicht nur für mehr Flexibilität bei der Reinigung und weniger Gerätschaften zu Hause, sondern auch für ideale Voraussetzungen für schnelle Sauberkeit! Ob Saugen mit der EB7 Elektrobürste, Saugen und Wischen in einem Arbeitsschritt mit dem SP7 Saugwisch-Aufsatz, Staubwischen oder Polster- und Matratzenreinigung: Mit nur einem Click verwandelt sich der VK7 Akku-Staubsauger in ein neues Gerät und passt sich an die jeweiligen Bedürfnisse der eigenen vier Wände an. So schafft es die Click & Clean Innovation also den altbekannten Satz „Kannst du Knicken", spielend in „Saugen und wischen? Kannst du dir Clicken!" umzuwandeln. Da wünschten wir uns glatt, wir hätten diesen „Besserwischer" oder besser gesagt Performancekünstler schon früher kennengelernt!

Doch damit nicht genug: Abgerundet wird der neue Akku-Allrounder durch die – bisher am Markt einzigartige – Boost-Funktion, die mit noch mehr Saugkraft selbst den gröbsten Schmutz, wie Popcorn oder Blumenerde, mühelos beseitigt. Die geballte Extra-Power sorgt sowohl beim Saugen als auch beim Saugwischen für eine maßgebliche Erhöhung der Reinigungsleistung und bietet somit eine enorme Zeitersparnis und maximale Effizienz.

Apropos Effizienz und Effektivität – dank schwenkbarem 180°-Drehgriff ermöglicht der VK7 sowohl bei Reinigungsarbeiten über dem Boden als auch in engsten Räumen maximale Bewegungsfreiheit. Ob bei Möbel-, Polster-, Matratzen-, Textil- oder Autoreinigung – die Komfort-Funktion sorgt für einfaches und rückenschonendes Arbeiten.

„Staubsaugen und Bodenwischen gehören zu den häufigsten und für viele lästigsten Haushaltsaufgaben. Das Kobold VK7 Akku-Reinigungssystem soll, wie auch seine Vorgänger, den Alltag erleichtern und dabei das perfekte Reinigungsergebnis liefern. Ich denke, da haben wir uns mit dem neuen Modell übertroffen", freut sich Wiebke Friedrich, General Manager von Vorwerk Österreich über die Neuheit.

CLICK-Start für deine Karriere

Du sehnst dich nach Abwechslung in deinem Berufsleben und fühlst dich zwischen Arbeitsalltag und Familie hin- und hergerissen? Dein Job ist dir zu einseitig, du vermisst die Freude daran oder du wünscht dir einen Job der dir selbstständiges Arbeiten und freie Zeiteinteilung trotz tollem Einkommen ermöglicht? Vorwerk hat die Lösung. Als selbstständige Kobold Beraterin profitiert man von unzähligen Vorteilen: einem der sichersten und flexibelsten Jobs auf der Welt, einem abwechslungsreichen Arbeitsalltag mit Top Partnern an der Seite und High-End Produkten zum Kennen- und Lieben Lernen. Obendrauf gibt es neben attraktiven Karrieremöglichkeiten, außergewöhnliche Verdienstmöglichkeiten: Bei jedem Verkauf verdient man Geld. Somit gibt es für das Einkommen keine Grenzen nach oben und jeder hat dabei die gleichen Chancen – unabhängig von Alter, Geschlecht, Schulabschluss und Berufserfahrung.

Um den Einstieg zu erleichtern, gibt es dank der Aktion Kobold4U die Möglichkeit, unverbindlich in den Job hineinzuschnuppern und bei der Gelegenheit auch sein eigenes Wunsch-Set zu verdienen statt zu zahlen.

Kobold ganz persönlich

Rund 600 Kobold Beraterinnen und Berater beweisen österreichweit, dass die perfekte Reinigung der eigenen vier Wände auf keinen Fall dem Zufall überlassen werden sollte und echtes Expertenwissen benötigt! Hoch technologisierte Reinigungssysteme kombiniert mit dem besten Service – das ist das Erfolgsgeheimnis von Kobold.

Auf Einladung ihrer Gastgeber stehen die Beraterinnen und Berater so nicht nur für unverbindliche Erlebnisvorführungen der Produkte, sondern auch für Fragen aller Art zur Verfügung. Ihr Credo: Für jeden Wohnraum gibt es das perfekt zusammengestellte Reinigungssystem von Kobold. Von Wohnraum zum WohnTraum – wieso sie so für ihren Job brennt und was so besonders daran ist, haben wir Dreifach-Mama Aldiana Demo (30) aus Oberösterreich gefragt:

„Durch Social Media bin ich auf die sogenannten „Verdiener-Aktionen" von Vorwerk (Kobold4U & Thermomix4U) aufmerksam geworden und so habe mich im Februar 2021 dazu entschlossen, mir mein persönliches Kobold Wunsch-Set zu verdienen, ich bin aber dann gleich als Kobold Beraterin durchgestartet.

Der Schritt in die Selbstständigkeit war eine der besten Entscheidungen, die ich je getroffen habe. Mein Job als Beraterin ist wie mein eigenes, kleines Baby, das ich mir Tag für Tag aufbaue. Es ist mir wichtig eine Tätigkeit auszuüben, bei der ich mich wohlfühle, die mich erfüllt und an der ich einfach richtig Spaß habe. Mein Team hat mich von Beginn an herzlichst aufgenommen und motiviert mich tagtäglich.

Als Dreifach-Mama ist es mir besonders wichtig, meine Zeit selbst einteilen und flexibel arbeiten zu können und das funktioniert als Kobold Beraterin wirklich toll. Zudem ist es mir möglich, eine Tätigkeit auszuüben, die unglaublich viel Spaß macht und obendrauf noch gut belohnt wird."

„Der Schritt in die Selbstständigkeit war eine meiner besten Entscheidungen!", so die Dreifach-Mama Aldiana Demo aus Oberösterreich

Keine Grenzen gesetzt: Das brandneue Kobold VK7 Akku-Reinigungssystem erledigt unzählige Reinigungsdisziplinen.

Überzeuge dich jetzt selbst und gib deiner Karriere den nötigen CLICK! Nähere Informationen gibt es unter www.vorwerk.at oder bei Kobold Beraterinnen und Beratern.

NICHT ALLTÄGLICH

Der Name Elisabeth T. Spira ist untrennbar mit den „Alltagsgeschichten“ verwoben. Am Stammtisch oder am Wiener Nacktbadestrand entlockte sie den Menschen manch Wahres, manch Haarsträubendes – und fast nebenher dokumentierte die 2019 verstorbene Journalistin diverse Etappen der Frauenbewegung. Ein Blick auf die Darstellung der Frauen in ihren Reportagen.

Text: Lela Thun
Foto: ORF

Elisabeth T. Spira war zeitlebens eine kritische Beobachterin der österreichischen Gesellschaft.

In einer Gaststätte an einer österreichischen Bundesstraße sitzen mehrere Männer an einem runden Tisch, in der einen Hand ein Bier, in der anderen eine Zigarette. Die Stimmung ist entspannt. „Sind Sie verheiratet?“, fragt Elisabeth T. Spira mit ihrer rauchigen Stimme aus dem Off. „Ich war 20 Jahre lang verheiratet, aber bin jetzt seit 19 Jahren geschieden.“ Spira fragt nach: „Wollen Sie noch einmal heiraten?“ Schnell bekommt die Journalistin eine Antwort: „Na! Auf keinen Fall“, so der Mann im Wiener Dialekt und fügt hinzu: „Frauen heutzutage gehen nicht selbst auf den Mann zu. Warum eigentlich? Die Männer sind immer so Machos und wollen ihre Frauen immer erobern. Ich mag eine Frau, die mal sagt, was sie will, und zu mir kommt.“ Es ist ein geläufiges Bild in Spiras Reportagereihe „Alltagsgeschichten“.

20 Jahre lang ging Spira mit Kameramann und Mikrofon durch die Straßen, Lokale und Marktplätze Österreichs, um ihre Interviewpartner mit simplen Fragen aus der Reserve zu locken. Heute wirken ihre „Alltagsgeschichten“ wie eine Zeitkapsel der österreichischen Volkskultur. Mit ihrem schonungslosen Blick auf die Wirklichkeit und ihrer humorvollen Art hat Spira das geschafft, was vielen Reality-Fernsehformaten heute fehlt: auf respektvolle und einfühlsame Art und Weise ein Bild der Interviewpartner zu zeichnen. Die „Alltagsgeschichten“ lebten von der manchmal derben, aber stets lebensnahen Darstellung der österreichischen Gesellschaft. Dafür war Elisabeth T. Spira stets Aufmerksamkeit (positiv wie negativ) gewiss.

Während die einen behaupteten, dass mit den „Alltagsgeschichten“ Menschen aus bildungsfernen Schichten endlich einen Platz im Fernsehen bekämen, meinten die anderen, dass sich die Reportagen lediglich über sie lustig machen würden. Zu dieser Kritik äußerte sich Spira 2018 in der Tageszeitung *Der Standard*: „Wir filmen halt Leute so, wie sie sind. Bei den ‚Liebesg’schichten‘ gibt es Männer, die ganz grauslich sind, dann zeigen wir den Dreck in der Wohnung.“

Die Journalistin wurde 1942 in Glasgow geboren – dort war Familie Spira hingezogen, da der Vater in Österreich während des Nationalsozialismus als Jude und Kommunist nicht sicher war. Als Vierjährige kam Spira mit ihren Eltern und ihrer Schwester nach Wien zurück, wo sie nach ihrer Schulzeit Publizistik an der Universität Wien studierte. 1972 begann sie ihre journalistische Laufbahn beim Wochenmagazin *Profil* und ging später zum ORF, wo sie Teil des Redaktionsteams für die Dokureihe „Teleobjektiv“ wurde. 1985 startete Spira dann ihre eigene Reportagereihe „Alltagsgeschichten“. Ab 1998 wurde ihre nächste große Erfolgsserie „Liebesg’schichten und Heiratssachen“ ausgestrahlt.

Seit 1980 war Spira mit dem Schauspieler Hermann Schmid verheiratet, zusammen haben die beiden eine Adoptivtochter. Auch selbst hat die Journalistin viel Wert auf eine ausgeglichene Rollenverteilung im Haushalt gelegt – so sagte sie im Interview mit der Zeitschrift *Woman*: „Da wir gemeinsam immer gut verdient haben, hatten wir jemanden, der uns im Haushalt half. Ich bin ja dafür nicht geschaffen, mich hat das nie interessiert. Ich kann nicht stricken, nähen oder kochen. Mein Mann kocht dafür wunderbar!“ Geheiratet haben Schmid und Spira nur, um ihre Tochter zu adoptieren, ursprünglich war das nämlich nicht der Plan. So sagte Hermann Schmid: „Wir fanden das Heiraten spießig, aber wir haben uns zusammengerissen. Es war ja Voraussetzung, sonst hätten wir unsere Tochter nie bekommen.“

Spira verlor nie den kritischen Blick hinter die menschliche Fassade. So sagte sie einst in einem Interview mit der Tageszeitung *Kurier*: „Es ist immer lustig, eitle Männer zu interviewen. Denn wenn einer 60 Jahre alt ist und gerne eine 30-jährige Freundin möchte, ist das für mich eine Aufforderung, genauer nachzufragen: Was kann dieser Mann einer jungen Frau bieten? Oft ist das nicht viel.“

Vor allem in den „Alltagsgeschichten“ wurde vor der Kamera viel geschimpft, geflucht, verurteilt und gelästert. Vielfach ging es auch weit über die Political Correctness hinaus: In einer Episode schilderte ein Mann beispielsweise, dass er seine Ex-Frau geschlagen hat, es aber keine rechtlichen Konsequenzen gab, was die Tat für ihn legitimierte.

Aufgrund der langen Laufzeit der Dokureihe „Alltagsgeschichten“ ließen sich auch gesellschaftliche Veränderungen in Österreich gut beobachten. So spiegelten sich auch einige wichtige politische Ereignisse in Spiras Dokumentationsreihe wider: die Waldheim-Affäre (1986), die Jugoslawienkriege (1991–1999) und auch die schwarz-blaue Regierungsbildung (1999). All diese Ereignisse in der Geschichte veränderten die Art, zu reden, Ansichten und Aussagen der befragten Menschen.

Und: Es war gut zu beobachten, wie sich das Bild der Frau in Spiras Dokureihe mit der Zeit veränderte. Während zu Beginn noch die meisten Männer vor der Kamera über ihre Frauen schimpften und häusliche Gewalt verharmlosten, zeigten sich später immer mehr emanzipierte Frauen und feministische Männer. Trotz ihrer scheinbaren Objektivität vor der Kamera äußerte sich Spira viele Jahre nach „Alltagsgeschichten“ auch kritisch zu rechten politischen Parteien. So sagte sie in einem Interview mit der *Wienerin*: „Die wollen die Frau nur als Mutter. Am besten mit zehn Kindern – und vor allem österreichische Kinder.“

Obwohl sich das Bild der Frau und die Ansichten des Mannes mit der Zeit veränderten, merkte Spira den Männern auch in ihren neueren Interviews Zwiespalt und Verunsicherung an. „Ich glaube, dass die Männer im Prinzip viel unsicherer geworden sind, das sehe ich bei meinen Interviews. Sie sind schwer verunsichert. Vor 20 Jahren wollte man noch eine Frau haben, die die Küche macht und putzt und bügelt. Heute sagen alle: ‚Um Gottes willen, ich brauche niemanden, der mir putzt und bügelt!‘“ Und Spira fügte hinzu: „Das heißt, sie wissen, dass die Frauen das nicht gerne hören. Und wahrscheinlich auch, dass sie es nicht machen werden – auch wenn die Männer das insgeheim vielleicht ein bisschen hoffen.“

Elisabeth Toni Spira wurde 1942 in Glasgow in Schottland geboren, wohin ihre Eltern vor den Nazis geflohen waren. 1946 kehrte die Familie nach Wien zurück. Die promovierte Publizistin schrieb mit ihrer Dokumentarfilmreihe „Alltagsgeschichten“ Fernsehgeschichte – sie verstarb 2019 in Wien.

„DIE PANDEMIE WAR EINE DER BESTEN ZEITEN FÜR AIRBNB“

Kathrin Anselm, General Manager bei Airbnb für Zentral- und Osteuropa sowie Russland, über den Boom am Reisemarkt nach der Pandemie, die Urlaubstrends der Zukunft und darüber, warum Tiny Houses jetzt ganz groß rauskommen.

Text: Sophie Ströbitzer
Fotos: Airbnb

Frau Anselm, was war Ihre schönste Airbnb-Erfahrung?

Kathrin Anselm (KA): Da gibt es so unglaublich viele! Ich habe zwar keine Kinder, aber zwei Nichten, mit denen ich sehr eng bin. Mit ihnen habe ich im Sommer vor zwei Jahren in Südfrankreich eine kleine Villa angemietet.

Was hat diesen Aufenthalt so besonders gemacht?

(KA): Unsere Gastgeber haben auf dem Grundstück nebenan gewohnt. Der Großvater hat einen riesigen Gemüsegarten hinterlassen – Gäste dürfen sich dort an Tomaten, Kürbis, Zitronenmelisse und Feigen bedienen. Der Gastgeber erklärt auch, wie man die pflückt, ohne dass einen die Hornissen stechen.

Wie verreisen Sie beruflich?

(KA): Wenn ich in San Francisco bin, an unserem Hauptsitz, übernachte ich immer bei meinen Airbnb-Gastgebern Val und David – für die bin ich inzwischen wie das zweite Kind. Sonntags gibt es dort Schokocookies, die die 18-jährige Tochter bäckt. Die werden mir nachmittags ofenwarm auf den Küchentresen gestellt – das ist ein Ritual.

Klingt eher nach Airbnb-Romantik als nach Geschäftstrip.

(KA): Die Gastgeber haben ein gutes Gespür dafür, wann sie ansprechbar sein sollten und wann ich meine Ruhe brauche.

Zweieinhalb Jahre Coronapandemie liegen zumindest vorerst hinter uns. Wie haben Sie diese Zeit bei Airbnb erlebt?

(KA): Für mich persönlich waren es die zwei besten Jahre meiner beruflichen Karriere – das mag paradox klingen, weil die Zeit von einer der größten Wirtschaftskrisen der Nachkriegszeit geprägt war und von einer großen sozialen und zwischenmenschlichen Herausforderung durch die Lockdowns. Dennoch war es eine der besten Zeiten für Airbnb.

Trotzdem haben Sie zu Beginn der Pandemie jede vierte Stelle weltweit abgebaut, richtig?

(KA): Man muss sich das so vorstellen: Es ist Januar 2020, alle kommen aus der Belo Break – so heißt bei uns die Weihnachtspause. Alle Zeichen stehen auf Wachstum, und dann bricht über Nacht das Geschäft um 80 % ein. Eine Pandemiewelle rollt über die Länder. Wir mussten ein Viertel unseres Personals kündigen. In den ersten Wochen herrschte daher ein wahnsinniges Durcheinander.

Wie haben Sie den Überblick behalten?

(KA): Zuerst einmal musste man prüfen, was überhaupt noch ging. Nachdem die WHO dann eine globale Pandemie ausgerufen hatte, gab es ein bisschen Orientierung – auch, wie man das Geschehen in der Geschäftswelt begreifen kann. In dieser Zeit haben wir sehr viel gelernt. Nach schwierigen Wochen voller Verwirrung und Stornierungen haben wir gesehen: Die Leute fangen wieder an, zu verreisen – und zwar mitten in der Pandemie. Es gab eigentlich nur eine sehr kurze Zeit, in der die Menschen zu Hause geblieben sind.

Welche Reisetrends entstanden durch die Pandemie?

(KA): Es wurde deutlich lokaler, dementsprechend haben wir uns angepasst und Innovationen gelauncht. So wurde die Pandemie zu einer Chance. Das Thema Inlandsreisen ist stärker gewachsen, insbesondere in Deutschland. Deutsche reisten typischerweise zu 30 % im Inland und zu 70 % im Ausland – jetzt haben viele ihr Heimatland wiederentdeckt. Im ersten Quartal 2022 machten Inlandsreisen mehr als die Hälfte der gebuchten Übernachtungen für den Sommer aus. Während der Pandemie boomten ländliche Regionen, die Städte dafür weniger. Doch auch die haben sich nun wieder erholt. Aber die Erkundung kleinerer Orte ist ein Trend, der wohl bleibt.

Ihr Geschäft hat sich rasant erholt …

(KA): Das ging tatsächlich sehr schnell. Wir hatten 2021 das erfolgreichste Jahr unserer Geschichte. Die positive Entwicklung hat sich im ersten Quartal 2022 fortgesetzt. 2021 stieg unser Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 80 %, im Vergleich zu vor der Pandemie, 2019, um 25 %.

Wie ist das gelungen?

(KA): Wir waren sehr, sehr nah an den Gästen und den Gastgebern – wir haben die sich ändernden Bedürfnisse und Trends genau beobachtet und unsere Plattform sehr schnell angepasst. Dadurch haben wir die Pandemie sehr gut gemeistert. Im letzten Jahr alleine haben wir 150 Neuerungen sowohl in der App als auch auf der Website gelauncht. Diese vereinfachen Gästen das Reisen und kommen den neuen Bedürfnissen entgegen. Im Mai dieses Jahres haben wir außerdem eine völlig neu designte Suche auf der Plattform vorgestellt, die sich an Kategorien einzigartiger Unterkünfte auf Airbnb orientiert und die Reiserevolution widerspiegelt.

Gehört zur Reiserevolution auch die Lust auf lange Urlaube oder Mini-Sabbaticals?

(KA): Wenn wir auf die Buchungen schauen, ist etwa jede fünfte Nacht

Skiurlaub im Süden

KÄRNTEN
It's my life!

Emberger Alm, Kärnten

Volle Fahrt, der Sonne entgegen. Wir können gar nicht genug kriegen, einmal noch die Piste runter. Und dann den Skitag gemütlich ausklingen lassen. Für morgen ist wieder bestes Winterwetter angesagt, hier im Süden der Alpen. In Kärnten.

24 Skigebiete – schneesichere, breite Pisten
Winterurlaub voller Erlebnisse

kaernten.at

Airbnb-Gründer Brian Chesky hält das Büro, wie wir es kennen, für ein Relikt und prophezeit, das Homeoffice werde zum Standardarbeitsplatz. Diesen Zugang lebt der Gründer, der aktuell viel reist und von den verschiedensten Orten aus arbeitet, selbst vor.

Teil einer Langzeitbuchung – das ist definitiv ein weiterer Trend. Dieses Geschäft hat sich seit 2019 verdoppelt und ist durch die Pandemie wirklich enorm gewachsen. Aber auch internationale Reisen sind fast wieder auf dem Niveau von vor Corona; und Buchungen von Unterkünften im Landesinneren, weiter weg von den Küsten, haben um die 40 % zugelegt.

Das heißt, die Unterkunft an sich wird wichtiger, nicht so sehr ihre Lage?

(KA): Das ist ein Trend, der mir besonders gefällt, weil ich finde, dass Airbnb genau dafür steht, dass Gäste einzigartige Unterkünfte entdecken, beispielsweise Baumhäuser oder Tiny Houses. Allein Buchungen dieser Minihäuser in der Natur sind um 170 % gestiegen. Es gibt mittlerweile 56 Kategorien auf Airbnb, die mehr als vier Millionen einzigartige Unterkünfte umfassen. Auch Buchungen von Familien sind auf einem Allzeithoch – früher war Airbnb speziell bei Pärchen und Freundesgruppen beliebt.

Ihr Chef, Airbnb-Gründer Brian Chesky, arbeitet fast nur von unterwegs. Ist das auch ein Pandemietrend, der bleibt?

(KA): Langzeitaufenthalte von 28 Tagen oder länger sind absolut angesagt. Brian Chesky lebt das selbst. Es gibt aktuell eine massive Veränderung in der Art, wie wir arbeiten. Die Flexibilisierung hat praktisch über Nacht dazu geführt, dass sehr viele Menschen weltweit nicht mehr ortsgebunden arbeiten und längere Zeit auch mit der Familie an einem anderen Ort wohnen können.

Brian Chesky sagt auch, dass das Office, wie wir es kennen, ein Relikt vergangener Zeiten sei; Homeoffice werde die Norm.

(KA): Ich sehe weltweit einen Reset, einen Paradigmenwechsel, was das Thema Arbeitsort angeht. Das ist eine große gesellschaftliche Entwicklung – und eine Riesenchance. Auch wir im Management haben eine neue Lösung gefunden, um das Thema aufzugreifen. Wir versuchen, für unsere Mitarbeiter das Beste aus beiden Welten zu vereinen – Homeoffice und Büro.

Wie geht das genau vor sich?

(KA): Jedem Mitarbeiter steht frei, ob er ins Büro kommen möchte oder nicht. Es gibt keine Vorgabe. Die zweite Regelung ist: Man kann innerhalb eines Landes ohne Veränderungen des Gehalts umziehen. Das ist ein Riesenthema in den USA. Außerdem hat bei uns jeder Mitarbeiter die Flexibilität, an jedem Ort der Welt zu arbeiten. Das ist insbesondere im Tech-Bereich für alle Arbeitgeber eine Riesenchance, da wir unsere Talente so aus einem viel größeren Pool fischen, wenn man das so sagen kann.

Die Folge kann aber Vereinsamung sein – und der soziale Kitt, der ein Team zusammenhält, geht verloren, finden Sie nicht?

(KA): Wir glauben deshalb, dass es feste Events geben muss, zu denen sich alle Mitarbeiter an einem Standort treffen – entweder in dem jeweiligen Büro oder an einem anderen Ort, um persönlichen Kontakt zu halten. Und es braucht in dieser neuen Umgebung auch klare Regeln, die effizientes Arbeiten festlegen und garantieren.

Sie sind auch für den russischen Markt verantwortlich. Wie gehen Sie mit dem Angriffskrieg in der Ukraine um?

(KA): Dieser schreckliche Krieg hat für mich den größten Impact in 22 Jahren Arbeit. Für mich war immer wichtig, mit meiner Arbeit Kunden glücklich zu machen, aber vor allem, eine Veränderung zu bewirken. Die Krise ist eine Chance, etwas wirklich Positives zu bewirken und einen Beitrag zu leisten, der den Werten von Airbnb entspricht.

Was heißt das konkret?

(KA): Wir haben uns vorgenommen, 100.000 Menschen, die aus der Ukraine geflüchtet sind, für bis zu 30 Tage eine Unterkunft bei Gastgebern auf Airbnb zu ermöglichen. Dieses Modell haben wir bereits vor etwa acht Jahren das erste Mal angewendet, damals für zahlreiche Flüchtende aus Afghanistan – damals konnten wir 20.000 Menschen unterbringen. Im Zuge unseres Börsengangs haben wir das Projekt dann in eine eigene Schwestergesellschaft überführt, Airbnb.org, die als Non-Profit-Organisation fungiert. Finanziert werden die Unterbringungen von der Airbnb, Inc., den Spenden des Airbnb.org Refugee Fund und den beteiligten Gastgebern über Airbnb.org.

Wie viele Menschen, die aus der Ukraine flüchten mussten, haben Sie aktuell bei Gastgebern untergebracht?

(KA): Es verursacht mir Gänsehaut, dass wir es geschafft haben, bis zum heutigen Zeitpunkt 50.000 Menschen, die aus der Ukraine geflüchtet sind, bei Gastgebern unterzubringen. Das ist sehr, sehr erfreulich und nur dank der Großzügigkeit der Gastgeber möglich. Und damit ist es noch lange nicht getan; unser Engagement geht weiter, wir arbeiten dazu mit Non-Profit-Organisationen zusammen. Die Geflüchteten brauchen neben der Unterkunft psychologische Betreuung, Hygieneprodukte, Betreuung beim Registrieren vor Ort, beim Zugang zu Krankenversorgung. Dabei helfen diese Organisationen.

Auf der einen Seite geben Sie Bedürftigen also Wohnraum, auf der anderen steht Ihr Unternehmen immer wieder in der Kritik, wichtigen Wohnraum, vor allem in großen Städten, durch Kommerzialisierung zu nehmen.

(KA): Das Thema Schutz von Wohnraum nehmen wir sehr ernst, mir und allen anderen im Team liegt das am Herzen. Die Homesharing- und Gastgeberkultur, die wir ermöglichen, ist heute keine Nische mehr, sondern in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Dabei ist der Schutz von Wohnraum natürlich wichtig – und ein sehr integraler Bestandteil unserer Arbeit. Wir arbeiten mit Städten und Gemeinden in vielen Ländern zusammen, um Lösungen für mögliche auftretende Probleme zu finden. Wir wollen, dass Homesharing allen zugutekommt, auch den Städten.

Was heißt das genau?

(KA): In Österreich setzen wir uns zum Beispiel für die Einführung eines bundesweiten digitalen Registrierungssystems für Gastgeber ein. Wir sehen das bereits in anderen Ländern wie den Niederlanden, Frankreich, Portugal oder Spanien – dort wird das schon erfolgreich umgesetzt, in Hamburg ebenso. Und in Österreich würden wir das auch sehr begrüßen, denn es würde den Städten und Kommunen einen besseren Überblick geben, wer seine Wohnung gelegentlich vermietet. Gleichzeitig würde ein digitales System den bürokratischen Aufwand für Gastgeber und Behörden gering halten.

Was kann man aber akut gegen wegfallenden Wohnraum tun?

(KA): Ein schönes Beispiel für Wohnraumschutz ist Wien, eine Stadt, die mir besonders am Herzen liegt. Ich schätze die Stadt nicht nur, weil ich sie so schön finde, sondern weil sie auch tolle Gastgeber hat, von denen ich viele kennenlernen durfte. Es gibt in Wien mit dem Gemeindebau eine sehr gute Struktur. Diese ist in der gesamten Stadt integriert und einzigartig in Europa. Wir finden, dass kurzfristige Untervermietung im Gemeindebau auf Airbnb keinen Platz hat. Darin sind wir uns mit der Stadt Wien völlig einig, weswegen wir bereits im letzten Jahr freiwillig die Unterkünfte im Gemeindebau von der Plattform genommen haben.

Sie begannen Ihre Laufbahn vor langer Zeit als Unternehmensberaterin. Was haben Sie in dieser Zeit gelernt?

(KA): Ich muss sagen, das war wirklich eine besonders lehrreiche Zeit für mich und ein toller Start ins Berufsleben. Ich habe damals Werkzeuge kennengelernt, die nach 22 Jahren Berufserfahrung immer noch nützlich sind: Problemlösung, hypothesengetriebenes Denken und vor allem auch ergebnisorientiertes Denken. Sätze wie „Immer das Ende mitdenken, bevor man etwas startet" begleiten mich bis heute. Aber mir war nach einiger Zeit klar, dass ich ins Unternehmertum möchte und meine Ideen nicht nur in schönen Powerpoints präsentieren, sondern sie auch umsetzen will.

Sie waren unter anderem in der Medienbranche tätig und haben auch eine Dating-App gegründet, die Sie dann an Parship verkauft haben …

(KA): Genau! Die Begeisterung für das Unternehmertum aus der Beratungsperspektive hat mich dazu gebracht, einen ganz neuen Karriereschritt zu machen. Im Nachhinein war das eine der besten Entscheidungen in meiner Laufbahn: raus aus München, Möbel einlagern, Wohnung kündigen und ab nach Berlin. Mit Mitte 30 habe ich dann mein erstes Start-up gegründet. Nach dem Verkauf der App war ich als Geschäftsführerin bei mehreren Unternehmen tätig. Als meine Mutter ein Pflegefall wurde, habe ich 2017 meinen Job gekündigt, um mehr Zeit zu haben. Anschließend fand ich meine Berufung im Interimsmanagement bei diversen Firmen und war eigentlich sehr glücklich mit meinem Beruf. Bis eines Donnerstagabends ein Anruf von Airbnb kam …

Was hat Sie an der Position gereizt?

(KA): Airbnb war für mich eine ikonische Marke – ich selbst bin begeisterte Nutzerin der ersten Stunde. Ich dachte sofort: Was für eine Chance!

Kathrin Anselm ist bei Airbnb als Geschäftsführerin für die Regionen DACH, Zentral- und Osteuropa sowie Russland verantwortlich. Seit 2020 ist sie außerdem im Advisory Board bei Decathlon Deutschland. Ihre Karriere begann die Deutsche in der Unternehmensberatung, anschließend baute sie die Datingplattform One2Like mit auf, die der Marktführer Parship übernahm. Zu Anselms beruflichen Stationen vor Airbnb zählen Oliver Wyman, Pro Sieben Sat.1, Wimdu, Limango und der britische Lieferdienst Deliveroo. Seit 2017 ist sie außerdem Gastdozentin im MBA-Programm der TU München.

BEZAHLTE ANZEIGE

ADVERTORIAL

HOMECOACHING ANDREA SOVA

Unser Leben ist stets im Wandel – die einzige Konstante darin ist die Veränderung. Auf dem Weg zur Anpassung Ihrer Lebensumstände an Ihre Wohnumgebung stehe ich Ihnen unterstützend zur Seite.

Fotos: Wiener Wohnsinn

Nach vielen Jahren in der Werbung habe ich mich vor bald 10 Jahren entschlossen im Interior Bereich selbstständig zu machen. Bereits als Kind galt meine Liebe dem Einrichten. Schon immer hat mich mehr das Dekorieren und Umstellen der Möbel im Puppenhaus interessiert als das Spielen an sich.

Heute stehe ich meinen Kunden als erste Ansprechperson zur Verfügung, wenn es um Veränderungen geht. Und um Veränderung geht es meist, wenn ich hinzugerufen werde. Die erste gemeinsame Wohnung, die erste Wohnung, wenn man das Elternhaus verlässt oder auch die Wohnung für einen neuen Lebensabschnitt.

Neben Wohnungen von Privatpersonen durfte ich in den letzten Jahren auch vermehrt Airbnb Appartements sowie auch Zweitwohnsitze einrichten und gestalten.

Meine Kunden sind heute besser vorabinformiert als noch vor ein paar Jahren. Ob mit Hilfe von Online-Recherche oder auf Social-Media-Kanälen, viele haben schon Ideen gesammelt, was ihnen vom Look her gut gefällt. An der Ausführung scheitert es dann oft, und nach dem dritten erfolglosen Samstag im Möbelhaus werde ich dann kontaktiert.

Beim ersten Beratungsgespräch nehme ich mir viel Zeit, um meine Kunden besser kennenzulernen. Um Wohnraumkonzepte zu erarbeiten ist es zum Beispiel wichtig zu wissen, wie viele Personen im Haushalt leben, ob viel zu Hause gekocht wird, wo gegessen wird und ob ein Esszimmer Priorität hat. Auch das Thema Home-Office hat gerade in den letzten beiden Jahren einen hohen Stellenwert bekommen. Nicht jeder hat ein eigenes Arbeitszimmer. Hier stellt sich dann oft die Frage, wie man Wohnen und Arbeiten optisch trennen kann. Das Thema Licht spielt in meinen Konzepten eine wesentliche Rolle. Immer wieder kommt es vor, dass ich Räume betrete, wo nur eine zentrale Leuchte an der Decke hängt. Bei Tageslicht fällt es nicht so auf, aber abends dann, wenn es dunkel wird, ist eine Lichtquelle einfach zu wenig. Die tollsten Möbel wirken ungemütlich, wenn man wie in einem Ballsaal ausgeleuchtet sitzt. Leuchten sorgen für eine entspannte Atmosphäre, und sie helfen den Raum in verschiedene Zonen zu gliedern.

Meinen eigenen Stil würde ich als klassisch mit Neigung zu Brüchen und Überraschungen beschreiben. Ich habe es gerne zeitlos, wenn es um den Einsatz von Materialien geht. Eine große Leidenschaft von mir sind Wandfarben und Tapeten. In meinem Showroom in Wien haben meine Kunden die Möglichkeit die Wirkung von Farbe in den unterschiedlichsten Räumen auf sich wirken zu lassen. Auch kann man gerne Probesitzen kommen und sich von einer großen Auswahl an Stoffen und Farben inspirieren lassen.

Ich werde immer wieder gerne zu aktuellen Trends gefragt. Meine Pauschalantwort auf diese Frage ist: Trend ist, was gefällt. Natürlich gibt es jedes Jahr, wie auch in der Mode, neue Kollektionen und Strömungen. Ob runde Formen, Farben, Materialien, am Ende des Tages ist es doch das Wichtigste nach Hause zu kommen und sich zu Hause zu fühlen.

Showroom Wien

Mein Service
Je nach Budgetvorgabe liefere ich eine Liste mit Herstellern und Produkten.

Der Kunde behält das Konzept und kann auswählen, ob er selbst einkaufen oder mich mit der Umsetzung beauftragen möchte.

Unabhängig von der Tätigkeit als Einrichtungsberaterin haben meine Kunden die Möglichkeit ausgewählte Möbel und Accessoires direkt bei mir zu erwerben.

HOME Coaching

www.homecoaching.at
Instagram:
homecoaching_interiordesign

STREAMING BUSINESS FAIR GEMACHT

Nermina Mumic schiebt Unregelmäßigkeiten im Musikgeschäft einen Riegel vor: Mit ihrem Start-up Legitary und dessen patentierter Technologie analysiert sie innerhalb von wenigen Minuten Milliarden von Streams – und konnte so bereits 900 Mio. US-$ an entgangenen Einnahmen aufspüren.

Text: Naila Baldwin
Foto: Nermina Mumic

Schallplatten, CDs, Streams – die Geschichte der Musikbranche ist eine der Disruptionen. Die Gewinner dieser Entwicklung: Streaminganbieter wie Spotify, Apple Music oder Deezer. Laut dem Global Music Report der IFPI stiegen die Einnahmen im Streamingmarkt im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr weltweit um knapp 20 % auf 13,4 Mrd. US-$. Damit generieren Streamingdienste 62,1 % des Gesamtumsatzes in der Musikindustrie. Die Schattenseite: „Künstler werden basierend auf der Anzahl ihrer Streams bezahlt. Wenn eine der Plattformen berichtet, wie viele Streams erzielt wurden, kann das der Künstler jedoch nicht verifizieren. Sie sind damit konfrontiert, dass sie den Zahlen vertrauen müssen“, so Nermina Mumic.

Mit Legitary will die 29-Jährige Abhilfe schaffen: Mit der patentierten Technologie des Start-ups können Unregelmäßigkeiten in der Datenverarbeitung von Streamingdiensten aufgespürt werden, indem das Streamingverhalten unterschiedlicher Plattformen, bereits gesammelte Daten und Erfahrungswerte analysiert werden. Dafür erstellt Legitary für jeden Künstler und jedes Lied ein Modell zur Berechnung. „Dann können wir die berichteten Zahlen abgleichen und schauen: Passen sie quasi in das, was das Modell sagt – inklusive einer statistischen Schwankungsbreite –, oder liegen die berichteten Zahlen außerhalb?“, erklärt Mumic. Laut ihr schafft Legitary das, wozu herkömmliche Auditfirmen ohne Prozessautomatisierung 300 Stunden benötigen, in sechs Sekunden. Und weiter: Der Algorithmus soll im Vergleich zu herkömmlichen Methoden Anomalien um bis zu 275 % genauer erkennen.

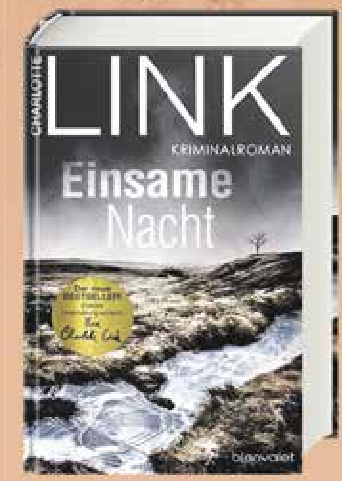
Der Ursprung von Legitary liegt in Las Vegas. Günter Loibl, Gründer des digitalen Musikvertriebs Rebeat, war 2015 seit knapp 30 Jahren im internationalen Musikgeschäft tätig und befasste sich mit der Technologisierung der Musikbranche. Bei Gesprächen mit Vertretern von Auditfirmen in den USA stellte er fest, dass großer Bedarf an automatisierten Betrugserkennungsangeboten in der Musikbranche bestand. Zurück in Österreich (dort hat Rebeat seinen Firmensitz) suchte Loibl an den Universitäten des Landes nach jemandem, der seine Idee umsetzen konnte. Schließlich stieß er an der TU Wien auf die damalige Statistik- und Mathematikstudentin Mumic. Sie interessierte sich für die Thematik – und nahm sich ihrer schließlich im Zuge ihrer Doktorarbeit an. 2019 wurde Legitary gegründet.

Mit mittlerweile sechs Mitarbeitern arbeitet Mumic am weiteren Ausbau des Unternehmens, dessen Fokus auf dem US-amerikanischen Markt liegt. „Wir arbeiten mit allen, die quasi in der Wertschöpfungskette hinter den Plattformen stehen – sprich: mit Musiklabels, mit digitalen Vertrieben, mit Künstlermanagements, mit Auditfirmen, aber auch mit Verwertungsgesellschaften“, so Mumic. Bisher erhielt Legitary eine Geldspritze in Höhe von einer Mio. €, unter anderem von der Förderbank Austria Wirtschaftsservice (AWS); eine weitere Finanzierungsrunde steht kurz bevor. Einnahmen generiert das Start-up über die analysierten Datenvolumina, Umsatzzahlen verrät Mumic jedoch keine. Nur so viel: Mittlerweile hat Legitary bereits 70 Milliarden Streams aus 180 Ländern analysiert. 7 % davon waren von den Streamingdiensten nicht ausgewiesen worden. Laut Mumic sind das für die Musiklabels und deren Künstler um die 900 Mio. US-$ an entgangenem Umsatz. Lösungsbedarf ist also gegeben. Mumic: „Wir wollen mit Legitary einen Beitrag zu mehr Fairness und Transparenz im ganzen Markt leisten.“

„Wir wollen mit Legitary einen Beitrag zu mehr Fairness und Transparenz im ganzen Markt leisten.“

Nermina Mumic

Nermina Mumic promovierte an der TU Wien in den Fächern Mathematik und Statistik. Zusammen mit Günter Loibl und dem TU-Professor Peter Filzmoser entwickelte sie Legitary. 2019 erfolgte die Gründung.

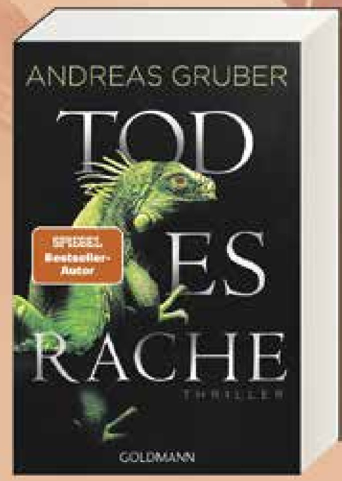


26,[90]

Charlotte Link
Einsame Nacht

Mitten in den einsamen North York Moors fährt eine junge Frau allein durch eine kalte Dezembernacht. Am nächsten Morgen findet man sie in ihrem Auto, das fast zugeschneit auf einem Feldweg steht, ermordet auf. Könnte ein unbekannter Beifahrer involviert sein?

eBook: € 21,99 | Digitales Hörbuch: € 16,95



13,–

Andreas Gruber
Todesrache

Ein neuer Fall für BKA-Profiler Maarten S. Sneijder. Unter Hochdruck muss er nun ein neues Team zusammenstellen, um die Verstrickungen eines hochkomplexen Falles zu lösen und Kollegin Sabine Nemez zu retten.

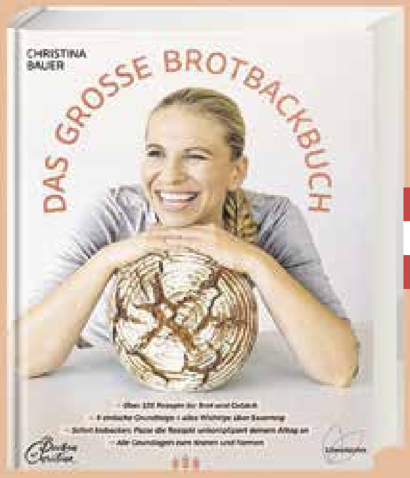
eBook: € 10,99 | Digitales Hörbuch: € 9,89

31,[90]

Rebecca Gablé
Drachenbanner

Die junge Hofdame Adela, verheiratet mit einem Ritter des Königs, verliebt sich unsterblich in einen leibeigenen Bauer des Königs. Als die Situation unerträglich wird, flieht er, nicht ahnend, dass Adela von ihm schwanger ist. Dann bricht Krieg aus!

eBook: € 20,90 | Digitales Hörbuch: € 24,99



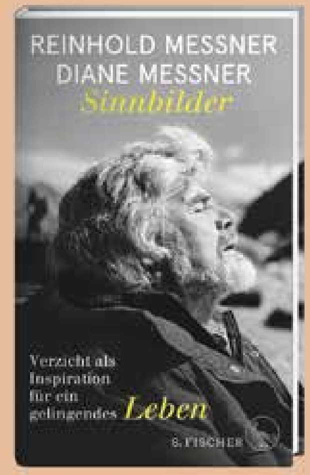
AUTORIN

40,[50]

Christina Bauer
Das große Brotbackbuch

Warmen Teig unter den Handflächen spüren, an knusperfrischem Brot schnuppern … wer das Brotbacken einmal erlebt hat, kann nicht mehr genug davon bekommen.

eBook: € 34,99



23,[50]

Diane & Reinhold Messner
Sinnbilder

Messner spricht offen von Krisen und Enttäuschungen, von Trennung und Neuanfang. Eine wichtige Rolle kommt dabei seiner Frau Diane zu, die ihren eigenen Blick auf ihren berühmten Mann hat.

eBook: € 18,99 | Digitales Hörbuch: € 12,–

23,[50]

Stefanie Stahl
Wer wir sind

Leichtfüßig und fundiert wird erklärt, warum Glücksgefühle unsere Lebensdroge sind, wie subjektiv die Wahrnehmung von der Welt ist und wie sich durch Erziehung und Erfahrungen das Selbstbild formt.

eBook: € 17,99 | Digitales Hörbuch: € 10,95

24/7 online einkaufen.
thalia.at | Thalia App

Thalia

Allianz

SICHERN SIE SICH JETZT DEN PRÄMIENVORTEIL
DURCH EINEN FRÜHZEITIGEN ABSCHLUSS – BEREITS AB 6,99 € IM MONAT

Die Private Krankenversicherung für Ihr Kind

Sonderklasse-Aktion bis 16. Dezember 2022*:
Profitieren Sie beim Neuabschluss eines Sonderklasse Extra Paketes vom Entfall des Selbstbehaltes für Kinder und Jugendliche bis zum Erwachsenenalter.

*Voraussetzungen für den Entfall des Selbstbehalts: Neuabschluss eines Sonderklasse Extra Paketes im Zeitraum 01.07.-16.12.2022 mit Versicherungsbeginn zwischen 01.07.2022 und 01.01.2023 und nur für versicherte Personen im Alter von 0-18 Jahren (Altersberechnung: Eintrittsjahr minus Geburtsjahr).
Die Aktion ist pro Vertrag einmalig einlösbar. Eine Barablöse ist nicht möglich. Tipp- und Druckfehler sind vorbehalten.
Anzeige der Allianz Elementar Versicherungs-Aktiengesellschaft, Sitz: 1130 Wien, Hietzinger Kai 101–105, www.allianz.at

Mehr Informationen zum Produkt finden Sie auf **allianz.at/sonderklasse**