

# ERFOLGS FORMAT

**02**  
**2020**

DAS BUSINESSMAGAZIN DER JUNGEN WIRTSCHAFT KÄRNTEN

**+**  
Survival-  
Erfolgs-  
geschichten



# WE WILL SURVIVE!

Wie man den Blick  
nach vorn richtet

inklusive der besten  
Survivalstrategien

## KANÄLE UND TOOLS

**Digitalisierung  
im Vertrieb**

## BETRIEBSANLAGE

**Hürdenlauf mit  
Behörden meistern**

## NACHHALTIGKEIT

**Gemeinsam die  
Welt verändern**

## MEETINGS

**Treffen  
neu denken**

# PRIMUS: Ein starker #Partner für die Junge Wirtschaft

Viele kennen den PRIMUS als erfolgreiches Wirtschaftsmagazin, doch die Submarke der Kleinen Zeitung ist viel mehr als das: „Der PRIMUS ist ein Netzwerk für Unternehmer und Entscheider, für Führungskräfte und Start-ups, für Studenten und für an Wirtschaft interessierte Kärntnerinnen und Kärntner“, so Pierre Bechler, Werbemarktleiter der Kleinen Zeitung Kärnten.

Neben dem mehrfach jährlich erscheinenden Magazin, in dem für die Community entscheidene Themen behandelt werden, soll es im kommenden Jahr auch regelmäßige Branchentalks in den Regionen geben, um Stakeholder und Wirtschaftsinteressierte an einen Tisch zu holen. „Darüber hinaus veranstalten wir als Kleine Zeitung das PRIMUS Wissensforum, das nach einem

sehr erfolgreichen Start im letzten Jahr in Graz 2021 auch in Kärnten geplant ist“, so Pierre Bechler. Bei der PRIMUS Gala, dem Wirtschaftspreis der Kleinen Zeitung, werden des Weiteren Betriebe ausgezeichnet, die durch zukunftsweisendes Handeln überzeugen. „Gemeinsam mehr erreichen‘ ist ein Leitsatz unseres PRIMUS-Netzwerks. Wir sind Partner für kreative Ideen, Berichterstattung und Events. Lassen Sie uns gemeinsam Geschichte(n) schreiben. Ich freue mich auf einen spannenden Austausch!“

**Informationen:**  
[kleinezeitung.at/primus](http://kleinezeitung.at/primus)



“  
PRIMUS ist viel mehr als ein Wirtschaftsmagazin. PRIMUS ist ein erfolgreiches Netzwerk.

**Pierre Bechler,  
Werbemarktleiter  
Kleine Zeitung Kärnten**

”

**KLEINE  
ZEITUNG**

**PRIMUS**



# Vorwort



## Gemeinsam durch die Krise

**W**er von uns hätte bei der letzten Ausgabe von Erfolgsformat im Februar gedacht, dass sich innerhalb so kurzer Zeit die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen dermaßen verändern? Wir erlebten erstmals einen Lockdown, und welche enormen Schwierigkeiten es bereitet, die Wirtschaft mit ihrem hochkomplexen, fein verzahnten Mechanismus wieder in Gang zu setzen, merken wir täglich. Aber: Optimismus ist für uns Unternehmer eine genetische Grundvoraussetzung.

Um in dieser Krise stark zu bleiben, braucht man Mut, Willenskraft und Innovationsgeist. Deshalb hat die Erfolgsformat-Redaktion spannende Themen aufgegriffen. So erklärt etwa Survivalcoach Manuel Sluga ab Seite 8, was das Überleben in der Wildnis mit dem geschäftlichen Überleben gemeinsam hat. Außerdem lernen wir ab Seite 31 Erfolgstypen kennen, die während der Krise durchgestartet sind. Besonderes Augenmerk sollte auf die Förderinstrumente auf den Seiten 14 und 15 gelegt werden. Denn: Investitionen werden derzeit so gut gefördert wie noch nie! Ich rate allen Unternehmern, sich keine Möglichkeit entgehen zu lassen, sich für die Zukunft zu rüsten. Apropos Zukunft: Ab Seite 44 findet man nachhaltige Businesslösungen, die umsetzbar und wirtschaftlich sind. Und auf Seite 28 stellt sich der neue JW-Vorsitzende Paul Haas vor, dem ich an dieser Stelle noch einmal herzlich zur neuen Funktion gratuliere!

Ich wünsche dir viel Freude beim Schmökern in der zweiten Ausgabe 2020 von Erfolgsformat!

**Jürgen Mandl, MBA**  
**Präsident der Wirtschaftskammer Kärnten und**  
**Unternehmer wie du**

»Optimismus ist für uns  
Unternehmer eine genetische  
Grundvoraussetzung.«



## Superkräfte schlummern in jedem!

**R**eden wir Klartext. Das Coronavirus ist ein verdammt ausgefuchster Schurke. Bereits das ganze Jahr über stellt es die Wirtschaft auf den Kopf. Das nervt. Das stresst. Und das katapultiert uns zurück in die Zeit der Säbelzahniger. Richtig gelesen. Jetzt geht's wieder ums Überleben – und zwar das unternehmerische. Die einen erstarren vor Schreck, die anderen stecken den Sand in den Kopf, werden immer leiser oder ergreifen schlichtweg die Flucht. Für uns ist das alles keine Option. Wir stellen uns lieber den Herausforderungen und beweisen gemeinsam Stärke. Also bleibt nur eine Strategie über: Kämpfen! Laut und energisch.

Gemeinsam mit allen Gründern und Jungunternehmern im Land kämpfen wir als Junge Wirtschaft für gute Geschäftsideen, nachhaltige Herzensprojekte und regionale Wertschöpfung. Deshalb ist diese Ausgabe des JW-Magazins eine Art Survivalkit mit vielen hilfreichen Impulsen, Mut machenden Erfolgsgeschichten und konkreten Tipps, die du sofort umsetzen kannst. Du erfährst auf

»Wir haben zwar kein  
Batmobil, aber dafür ein  
starkes Netzwerk und  
jede Menge Know-how.«

den folgenden Seiten, worauf es in den nächsten Monaten ankommt und wie du über dich selbst hinauswachsen kannst. Schritt für Schritt zeigen wir Perspektiven auf und verraten dir, wo du schnell Hilfe bekommst, wenn du sie brauchst.

Eigene Visionen leben, Veränderungen meistern, neue Kunden gewinnen, digitalen Service ausbauen, Genehmigung für Betriebsanlagen einholen und das unternehmerische Feuer am Brennen halten – als Junge Wirtschaft unterstützen wir dich. Du bist nicht allein. Wir haben zwar weder ein fliegendes Batmobil noch eine unzerstörbare Rüstung, aber durchaus Superkräfte in unserem Netzwerk. Mit Ausdauer, Esprit und leidenschaftlichem Unternehmergeist stellen wir uns jedem Schurken entgegen. Seit November sogar mit einem neu aufgestellten Team und Paul Haas an der Spitze. Miteinander übernehmen wir Verantwortung – für eine nachhaltige Welt, in der Regionalität großgeschrieben wird. Mach mit und sei ein Teil davon.

**Christina, Paul und das Team der Jungen Wirtschaft**

PS: Hast du Fragen? Melde dich bei uns. Wir sind für alle Jungunternehmer und all ihre Anliegen da. Egal ob groß oder klein. Klick dich rein auf [www.netzwerkzumerfolg.at](http://www.netzwerkzumerfolg.at).

# Inhalt



+ Praxisbeispiele:  
Handwerker,  
Berater,  
Gastronom



## ERFOLGSKONZEPT

Mentoringprogramm: Jetzt durchSTARTen // 6

### COVERSTORY

Corona: Wir bleiben stark // 8

Survivaltraining fürs Geschäftsleben:  
#howtosurvive // 10

**Corona-Survival:**  
Step-by-step-Tools

14



Veränderungen annehmen und Krisen meistern // 16

## ERFOLGSREZEPT

Buchtipps: Nachhaltig // 17

### DIGITALISIERUNG IM VERTRIEB

Mehr Aufmerksamkeit und Aufträge // 18

Betriebsanlagen:  
Hürdenlauf mit Behörden meistern // 23



## IMPRESSUM

**Medieninhaber und Verleger**  
Wirtschaftskammer Kärnten  
Junge Wirtschaft Kärnten | Gründerservice  
Kärnten  
Europaplatz 1, 9021 Klagenfurt  
Tel. +43 5 90904-333745  
jungewirtschaft@wkk.or.at  
gruenderservice@wkk.or.at

**Für den Inhalt verantwortlich**  
Christina Tscharre  
**Projektkoordination**  
Lena Trampitsch, Barbara Macek  
**Anzeigenberatung**  
Christina Tscharre

**Autoren dieser Ausgabe**  
Anita Arneitz (aa); Barbara Macek (bm);  
Manuela Mark (mm)  
**Gestaltung und Produktion**  
www.designation.at  
**Art Direction**  
Jürgen Eixelsberger

**Lektorat**  
Mag. Sigrid Strauß  
**Druck**  
Druckbotschafter/  
Satz- & Druckteam, Klagenfurt  
**Credit Coverfoto**  
billiondigital/depositphotos

**Druckauflage dieser Ausgabe**  
5.000 Stück  
Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter! Das Magazin und alle enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Druck- und Satzfehler sowie alle Rechte vorbehalten. Alle Angaben Stand September 2020.



28



31



34



36



39



48

## ERFOLGREICH

### DIE JUNGE WIRTSCHAFT

- Neuer Bezirksvorsitz in der JW Klagenfurt // 26
- Junge Wirtschaft Kärnten neu aufgestellt // 27
- Hello, Paul Haas! // 28
- Bye-bye, Marc Gfrerer! // 29
- Eventreich/virtuell // 30

## ERFOLGSTYPEN

### ERFOLGREICH IN DER CORONA-KRISE

- COVID-Comeback // 31

### ERFOLGSGESCHICHTEN

- Vom Schock zum Patent // 33
- Unternehmerin mit Turbo // 34
- Show me what you got! // 36

## ERFOLGSFAKTOR

- Exklusive Angebote für JW-Mitglieder // 38

### GRATISMARKETING

- Kostenlose Wege zu neuen Kunden // 39
- Marketingideen // 40

## ERFOLGSSTIL

- ... es weihnachtet sehr! // 42

**Nachhaltigkeit:**  
Gemeinsam die Welt  
verändern

44

### BUSINESS-MEETINGS

- Vorbildliches Verhalten bei Treffen // 48
- FAQ // 50

# ERFOLGS KONZEPT

→ Themen, die junge Unternehmer bewegen und absolut nicht kaltlassen



**DAS MENTORINGPROGRAMM FÜR GRÜNDER UND JUNGUNTERNEHMER**

## Jetzt durchSTARTen

Hier wachsen Träumen Flügel. Das DurchSTARTer-Programm des Gründerservice der Wirtschaftskammer Kärnten wurde für Jungunternehmer und Gründer konzipiert, die hoch hinauswollen und bereit sind, dafür auch viel zu leisten. Nur die besten Ideen und die stärksten Ansätze werden durch Coachings, Mentoring und Workshops auf das nächste Level gehoben.

Zweimal im Jahr, im Februar und September, startet das dreimonatige DurchSTARTer Programm. Leicht ist es nicht, einen der limitierten Teilnehmerplätze zu ergattern. Maximal 20 Geschäftsideen werden beim DurchSTARTer-Programm fit für den Markt gemacht.

„Den Teilnehmern wird sehr, sehr viel geboten. Das Programm besteht aus drei Bausteinen: einer Workshopreihe, intensiven Hands-on-Coachings und einem zwölfmonatigen Mentoring. Der Gesamtwert der gebotenen Leistungen liegt bei 5.000 Euro. Entsprechend wichtig ist es für uns, nur die stärksten Ideen und motiviertesten Jungunternehmer auszuwählen“, erklärt die Leiterin des Gründerservice und DurchSTARTer-Coach Christina Tscharre.

Wer teilnehmen möchte, muss zuerst einige Hürden meistern. Bei einem Orientierungsgespräch beim Gründerservice wird abgeklöpft, ob die Idee stark genug für das DurchSTARTer-Programm ist. Ist ausreichend Erfolgspotenzial vorhanden, kann sich der Interessent online oder via Video bewerben. Eine Jury vergibt die heißbegehrten Plätze.

### **DAS STARKE PROGRAMM FÜR STARKE IDEEN**

Wer es hineinschafft, erhält die geballte Unterstützung des DurchSTARTer-Teams. „Zum Unternehmerleben gehören Mut, Willenskraft und Innovationsgeist, gepaart mit betriebswirtschaftlichem Know-how und einer Portion Finanzwissen. Da man das alles nicht einfach so aus dem Ärmel schütteln kann, braucht man Unterstützung von Experten. Genau das passiert bei unserem DurchSTARTer-Programm“, erklärt Jürgen Mandl.

Praxisnahe Workshops von erfahrenen Unternehmern vermitteln die Basics für eine erfolgreiche Realisierung der Geschäftsidee. Von der Geschäftsmodellentwicklung über die Umfeldanalyse und Finanzierung bis hin zum Pitchtraining. So wird die Geschäftsidee auf Herz und Nieren geprüft, laufend adaptiert und optimiert. Ein persönlicher Mentor steht jedem Teilnehmer sogar für 12 Monate mit Rat und Tat zur Seite.

Support gibt es auch nach dem Programm zu Management- und Personalfragen oder auch zur Internationalisierung. Der Zugang zu bestehenden nationalen und internationalen Netzwerken rundet das Programm ab.

Alle Infos unter [www.netzwerkzumerfolg.at/durchstarter/](http://www.netzwerkzumerfolg.at/durchstarter/)

### **DurchSTARTer-Programm auf einen Blick**

- ✓ Dauer 3 Monate (Start 2 x jährlich: Feb./Sept.)
- ✓ zahlreiche praxisnahe Workshops
- ✓ 12 Monate Mentoring
- ✓ Intensives Hands-on-Coaching
- ✓ Support von A bis Z
- ✓ ... und dann erfolgreich durchstarten!

**Kostenlos**

**Gesamtwert  
€ 5.000,-**

**Streng limitierte  
Teilnehmerzahl**

# Geheimtipps

Die eigene Stadt neu Kennenlernen und coole Locations entdecken: Jungunternehmer verraten ihre Lieblingsgeschäfte und -plätze.

**K**lagenfurt ist ein Juwel. Nicht nur der Wörthersee, sondern auch die Innenstadt hat viel zu bieten. Die Stadt aus dem Blickwinkel eines Touristen zu erfahren, ist der Kerngedanke der Kampagne „Do kumm i her, do geh i hin“ der JW Klagenfurt. Klagenfurt hat viele Gesichter und auch Einheimische kennen oft nicht alle. Um die Vielfältigkeit und den Facettenreichtum aufzuzeigen, auf Neues aufmerksam zu machen und um Vergessenes wieder ins Gedächtnis zu rufen, verraten Jungunternehmer ihre persönlichen Vorlieben. Welche Locations sind gerade angesagt? Wo kann man gut shoppen? Wohin lohnt sich ein Ausflug? Zusammengefasst in Steckbriefen werden diese Tipps über die **Social-Media-Kanäle der JW** veröffentlicht.

„Wir richten die Aufmerksamkeit auf die Vorzüge unserer Stadt und tragen so zur Belebung der Innenstadt bei. Regional einkaufen und konsumieren bringt uns allen etwas“, erklärt Verena Kulterer, Bezirksvorsitzende der Jungen Wirtschaft Klagenfurt.

Du willst auch mitmachen? Dann schicke uns deine Tipps an [jungewirtschaft@wkk.or.at](mailto:jungewirtschaft@wkk.or.at)



**Raiffeisen Meine Bank** 

**MEINE GELDANLAGE  
MACHT DEN UNTERSCHIED.  
FÜR EINE LEBENSWERTE ZUKUNFT:  
NACHHALTIG VERANLAGEN MIT RAIFFEISEN.**

[www.raiffeisen.at/ktn](http://www.raiffeisen.at/ktn)

**GRATIS  
VIGNETTE BZW.  
VIGNETTEN-  
GELD  
SICHERN!**

CORONA-SURVIVAL

# Wir bleiben STARK



ERFOLGSFORMAT 02/2020

8

Die Corona-Krise stellt uns seit Monaten vor eine nie dagewesene Herausforderung. Es liegt auf der Hand, dass COVID-19 nicht nur finanziell für Probleme sorgt. Wir aber richten den Blick nach vorn und sagen: WE WILL SURVIVE!

**M**ehr als ein halbes Jahr nach Beginn der Corona-Krise und des Lockdowns wurden erstmals erste Studienergebnisse zu den psychischen Auswirkungen der Corona-Krise veröffentlicht. Es wird deutlich: Die Folgen sind massiv. Die Angst um die eigene Existenz, die Ungewissheit und natürlich auch die Sorge um die Gesundheit lösen enormen Druck aus. Umso bemerkenswerter das Durchhaltevermögen unserer Jungunternehmer: Den Kopf in den Sand stecken? Wohl eher das Gesicht in den Wind halten! In Zeiten der Ungewissheit ist es wichtig, kreativ zu sein und einen kühlen Kopf zu bewahren – wir haben uns auf die Suche nach Survivalstrategien gemacht.

### 1. STRATEGIE: REALTALK!

Angst ist ein Thema, das sich besonders in den ersten Wochen unter allen breitmachte. Jungunternehmer und Gründer mussten besonders um ihre Existenz fürchten. In einer solchen Zeit ist es wichtig, klare und wahre Worte zu finden, sich auszutauschen, über Gefühle zu sprechen. Ja, wir haben Angst. So kompliziert und aufregend das Unternehmertum mancher Tage sein mag, so banal werden die Fragen des Alltags in Krisenzeiten: Betreffen die Regelungen mein Unternehmen? Wo bekomme ich Geld und Unterstützung her? Was passiert, wenn ich nicht durch die Krise komme? Wo bekomme ich Antworten? Das Institut für Sozialästhetik und psychische Gesundheit der Sigmund Freud Privatuniversität Wien gibt an, dass 25 Prozent der Befragten die Corona-Krise vor allem als psychische Belastung sehen, 24 Prozent sehen sie auch als wirtschaftlich-finanzielles Problem. Damit dem positiv entgegengewirkt wird, sollte sich nicht noch zusätzliche Angst ausbreiten, offen und ehrlich über die eigenen Sorgen zu sprechen. Denn: Gemeinsam können wir weitergehen und weiterwachsen.



#### Zur Person:

Claudia Felder-Fallmann ist Arbeits- und Organisationspsychologin, Klinische und Gesundheitspsychologin, Unternehmensberaterin, Wirtschaftstrainerin und Businesscoach.



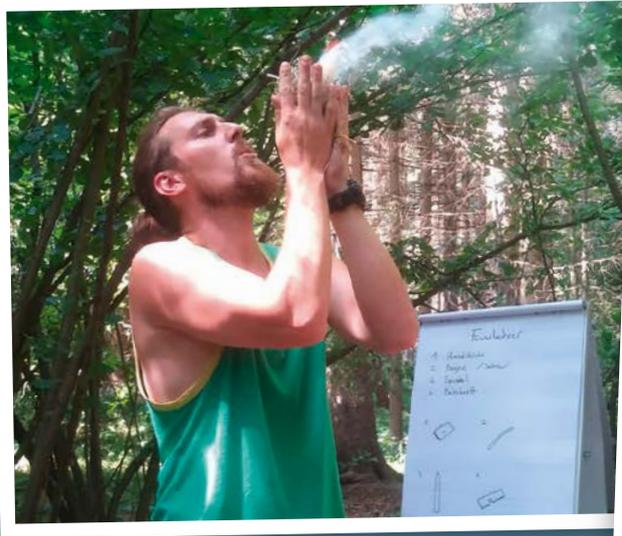
Österreich stand durch Corona plötzlich vor völlig neuen Herausforderungen, z. B. ob man ausreichend Kloppapier zu Hause hat

### 2. STRATEGIE: FOKUS FINDEN

Wenn plötzlich kein Stein mehr auf den anderen passt, ist es wichtig zu fokussieren und sich in mentaler Stärke zu üben. „Den Fokus verlieren wir, wenn wir Angst haben und unsere Handlungsfähigkeit dadurch eingeschränkt wird oder wenn wir uns durch andere oder die Situation bestimmt fühlen. Daher ist es wichtig zu sich und den eigenen Wünschen (zurück)zufinden, damit man den Fokus aufnehmen kann“, erklärt Felder-Fallmann. →

»Es ist ein Zeichen von Stärke und Größe, zu wissen, wo die eigenen Grenzen liegen, und Hilfe zu erfragen, wenn sie notwendig ist.« **Claudia Felder-Fallmann**





Manuel Sluga sieht viele Gemeinsamkeiten zwischen „Survival“ in der Wildnis und im Geschäftsleben



# #HOWTOSURVIVE

Manuel Sluga leitet die Spirit Survivalschule in Arnoldstein. Er erzählt uns, was das Überleben in der Wildnis mit dem Überleben im Geschäftsleben zu tun hat.

**B**ei einem „Survivaltraining“ lernt man zwar die Absicherung der vier Grundbedürfnisse und die Herstellung von Gebrauchsgegenständen, mindestens genauso wichtig ist aber der kontrollierte Umgang mit Notsituationen. Das kann im Ernstfall nicht nur Leben retten, sondern lässt einen auch bewusster und entspannter durch den Alltag gehen. Manuel Sluga weiß: Man lernt nicht nur hilfreiche Fertigkeiten, sondern auch sich selbst ein bisschen besser kennen.

## Welche Gemeinsamkeiten haben ein „Survival“ in der Wildnis und im Geschäftsleben?

**Manuel Sluga:** „Egal ob es das Leben in der Wildnis betrifft oder den Alltag: Die vier Grundbedürfnisse – Unterkunft, Wasser, Wärme und Nahrung – müssen gestillt werden. In unserer Gesellschaft muss man eben erst sein Geld verdienen, um diese Bedürfnisse zu erfüllen; in der Natur braucht man Wissen und Fertigkeiten.“

## Was bringt ein solches Training – vor allem mental?

„In einer Notsituation ist es wichtig, Ruhe zu bewahren. Wenn man sich schon im Vorhinein Fertigkeiten aneignet, kann man diese zu jeder Zeit abrufen und so schnell wie möglich handeln. Dadurch geht man automatisch entspannter mit gewissen Situationen um.“

## Kann ein Survivalwochenende in Krisenzeiten hilfreich sein?

„An einem Basiskurswochenende lernen wir nicht nur, Grundbedürfnisse zu stillen. Die physische Ebene ist nur ein kleiner Teil davon – vielmehr geht es darum, die geistige Ebene zu schulen! Egal was kommt: Mit einem klaren Verstand und hilfreichen Techniken ist man schon einen Schritt weiter.“

## Welchen Tipp hast du für unsere Unternehmer?

„Unsere innere Flamme darf niemals erlöschen. Das Feuer, für das wir brennen, wird immer wieder auf die Probe gestellt und wir werden uns ständig neuen Gegebenheiten anpassen müssen. In der Natur und im Leben gilt: Niemals stillstehen! Wir müssen immer in Bewegung bleiben!“

»Es ist wichtig, dass unsere innere Flamme niemals erlischt.«



Manuel Sluga, [www.spirit-survival-schule.at](http://www.spirit-survival-schule.at)

Folgende Fragen können helfen, in Zeiten der Krise einen kühlen Kopf zu bewahren:

- Erlaube ich mir Zeiten, die „nur mir“ gehören? In denen ich auf mich achte und das tue, was ich brauche?
- Nehme ich mir immer wieder ein paar Minuten meiner Zeit, um zu überprüfen, ob ich noch auf dem Weg bin, den ich gehen will? Verfolge ich noch mein Ziel oder lasse ich mich treiben?
- Wie kann ich mich entspannen? Was tut mir gut und führt zu Ruhe in mir?
- Welche Vorstellung von der (nahen) Zukunft ist für mich hilfreich? Wie hilfreich ist Worst-Case-Szenario und wie hilfreich ist Best-Case-Szenario?
- Was würde ... [mein großes Vorbild] in dieser Situation sagen/denken/tun?
- Wozu mache ich das?
- Wen würde ich jetzt am liebsten mit ins Boot holen? Was hindert mich daran?
- Welchen (kleinen) Schritt kann ich jetzt machen?
- Wenn das nicht geht, was geht dann? Was kann ich im Moment verändern?

### 3. STRATEGIE: DEN INNEREN ANTRIEB NUTZEN

Körper und Psyche reagieren instinktiv auf einen sogenannten Alarmzustand. „Dieser Alarmzustand ist eng mit Stresserleben verwandt und hat schon unseren Vorfahren geholfen, auf Bedrohungen aus unserer Umwelt entsprechend zu reagieren und dabei unser Überleben zu sichern. Dabei wird unser gesamter Organismus automatisch →



»Die Krise hat gezeigt, wie wichtig Unterstützung aus dem Familien- und Freundeskreis ist.«



Der aus dem Englischen stammende Begriff **Survival** (Überleben) fasst Kenntnisse und Fertigkeiten über Behelfsmaßnahmen zusammen, die ein vorübergehendes Überleben in einer Notsituation in der Wildnis sowie in lebensbedrohlichen Situationen nach Naturkatastrophen ohne oder mit geringen Hilfsmitteln ermöglichen sollen.

Diese beinhalten vor allem **richtiges Verhalten vor und in einer Notsituation**. Anwendung finden dabei Techniken und Hilfsmittel, mit denen die Befriedigung der menschlichen Grundbedürfnisse nach Wasser, Nahrung, Schutz und Wärme, Orientierung und Rettung gewährleistet wird.

»Bedingt durch die Pandemie habe ich mein Unternehmen neu erfunden und schnell erkannt, dass sich unsere Branche durch Corona **radikal verändern wird**.

Ich habe mich im Lockdown online intensiv weitergebildet und spezialisiert auf Livestreams, WebEx-Events, Hybridevents u. v. m. Binnen kürzester Zeit habe ich Aufträge für Videokonferenzen, Jahreshauptversammlungen, Ärztekongresse und Pressekonferenzen erhalten und ein **dreitägiges Musikfestival online** durchgeführt, für das ich den AI Innovationsaward verliehen bekommen habe. Durch die Pandemie ist alles im Wandel und es ist wichtig, sich als Unternehmer **anzupassen** und mit der Zeit zu gehen und nicht darauf zu warten, dass es wieder wird, wie es einmal war.« **Markus Virgolini, Stereo Media**





»Die Nachfrage nach unseren Leistungen stieg nach ein paar Wochen Schockstarre wieder an. Das Homeoffice war auch für uns eine neue Erfahrung, da wir es einfach nicht gewohnt waren, von zu Hause aus zu arbeiten. **Neue Werkzeuge** mussten gefunden und neue Prozesse aufgesetzt werden.

Ich selbst habe mich intensiv mit dem Thema beschäftigt und mit Learning by Doing die für uns passenden Tools gefunden. Nach wie vor arbeiten wir im **Hybridmodus**. Ich bin froh, dass wir es auch ohne Kurzarbeit bis heute geschafft haben.

Mittlerweile konnten wir sogar **wieder wachsen**.«

Marc Gfrerer, LOGMEDIA GmbH

und schnell aktiviert. Auf psychischer Ebene zeigt sich das durch erhöhte Konzentration und Aufmerksamkeit, auf körperlicher Ebene durch Aktivierung unseres Herz-Kreislauf-Systems und eine damit verbundene Ausschüttung von Hormonen und eine Anreicherung unseres Blutes mit Zucker und Sauerstoff, Erhöhung der Muskelspannung, Veränderung der Atmung, verstärkte Schweißbildung und eine verstärkte Durchblutung wichtiger Muskeln und Organe“, erklärt uns Felder-Fallmann. Auch das kann positiv genutzt werden: Viele Jungunternehmer haben aus der Krise eine Chance gemacht, neue Ideen verwirklicht, lang geplante Projekte umgesetzt und ihrer Kreativität freien Lauf gelassen. Sei es durch neue Onlinetools, Zustellservices oder Social-Media-Strategien: Alte Muster wurden durchbrochen, neue Wege eingeschlagen – Mut macht sich bezahlt!

#### 4. STRATEGIE: UNTERSTÜTZUNG SUCHEN

Sowohl finanzielle als auch mentale Unterstützung hat in Zeiten wie diesen oberste Priorität. Es ist keine Schande, sich Sorgen um die Existenz zu machen oder sich ein offenes Ohr zu wünschen. An Unterstützungsmöglichkeiten aufgrund von

## Mentales Survival in fordernden Zeiten

### 7 Schritte für einen klaren Kopf

**W**ie geht man mit einer Krisensituation um? Claudia Felder-Fallmann von Mental Health Solutions setzt auf die Säulen der Resilienz: Der Begriff der Resilienz kommt ursprünglich aus der Physik. „resilient“ wird im englischen synonym verwendet zu „elastisch“. Resilienz beschreibt dementsprechend die Fähigkeit, trotz Verformungen und widriger Umstände die eigene Stabilität aufrechtzuerhalten und in die ursprüngliche Form zurückzukehren.

#### 1. Säule: Akzeptanz

Grundvoraussetzung dafür etwas zu tun, ist wahrzunehmen, dass und wo der Schuh drückt. Negative Gedanken und Gefühle dürfen sein. Angst, Trauer und Wut sind Begleiter von Veränderungen. Geben Sie diesen Emotionen einen Platz. Nehmen Sie sich Zeit für die Auseinandersetzung mit dem Geschehenen.

#### 2. Säule: Realistischer Optimismus

Das, was jeder Einzelne von uns als Wirklichkeit erlebt, ist nicht das passive Abbild der Realität, sondern das Ergebnis einer aktiven Erkenntnisleistung. Gerade in Zeiten, in denen wir uns sehr stark ausgeliefert fühlen, kann man in manchen Momenten nichts ändern als die eigene Sicht auf die Dinge.

#### 3. Säule: Lösungsorientierung

Es ist wichtig, sich mit kritischen Dingen auseinanderzusetzen und nicht die Augen vor Schwierigkeiten zu verschließen. Außerhalb des Rahmens zu denken, neue Dinge auszuprobieren und kreativ Probleme anzupacken hat zu großen Errungenschaften unserer Zeit geführt.

#### 4. Säule: Netzwerkorientierung

Wenn Sie anderen die Möglichkeit geben, Ihnen zu helfen, können Sie ihnen dadurch näherkommen. Sind Sie selbst jemand, der andere viel unterstützt, freuen sich Men-

schen, die Ihnen nahestehen, wenn sie auch für Sie da sein können.

#### 5. Säule: Opferrolle verlassen

Es ist wichtig, davon überzeugt zu sein, selbst etwas beitragen zu können, um die aktuelle Situation zu verändern.

#### 6. Säule: Verantwortung übernehmen

Wichtig ist, für sich zu entscheiden, was man möchte und was nicht – wo also die eigenen Grenzen liegen. Wenn Sie sich nicht entscheiden, übernehmen andere die Regie.

#### 7. Säule: Zukunftsplanung

Um die eigenen Visionen zu erkennen, ist es wichtig innezuhalten, sich selbst kennenzulernen und sich mit den eigenen Wünschen und Bedürfnissen auseinanderzusetzen. Je besser man sich selbst kennt, umso konkreter können die eigenen Lebensziele formuliert werden. Das gibt Kraft, damit man auch schwierige Situationen übersteht.

»In einer Krise ist es wichtig, achtsam mit sich selbst umzugehen. Nur wenn wir als Unternehmer alle Kräfte und Nerven beisammenhaben, können wir auch stark durch die Krise gehen. Dazu gehört auch ein bewusster Überblick über **private und betriebliche Kosten**. Ich kann besser schlafen, wenn ich weiß, wie lange ich mit meinen finanziellen Ersparnissen auskomme – Sicherheit führt zu Entspannung«



**Christiane Holzinger,**  
Bundesvorsitzende JW Österreich

Corona-bedingten Ausfällen kommen auf Bundesebene der Härtefall-Fonds, der Fixkostenzuschuss, der Familienhärtefonds, die ÖHT- und aws-Garantien für Überbrückungsfinanzierungen und die Corona Kurzarbeit in Frage. Auf Landesebene bietet der KWF ein Stabilisierungskapital-Darlehen, einen Stabilisierungskapital-Bonus und eine geförderte COVID-Beratung. Auch psychologische Hilfe kann ratsam sein. „Wenn man merkt, man kann allein nicht mehr aus seinen negativen Gedanken herausfinden und sie häufen sich, dann holt man sich Unterstützung. Es ist ein Zeichen von Stärke und Größe, zu wissen, wo die eigenen Grenzen liegen, und Hilfe zu erfragen, wenn sie notwendig ist. Oft hilft schon ein Gespräch mit einem Freund dabei sich selbst wieder am Schopf aus seinem eigenen Sumpf herauszuziehen. Aber es gibt auch tolle Hilfsangebote, die teilweise kostenfrei und anonym für jeden zugänglich sind“, weiß Claudia Felder-Fallmann. →

## Erste-Hilfe-Koffer für Unternehmen

### Wichtige Links:

- Härtefall-Fonds: [www.wko.at/service/haertefall-fonds-phase-2.html](http://www.wko.at/service/haertefall-fonds-phase-2.html)
- Fixkostenzuschuss: [www.fixkostenzuschuss.at](http://www.fixkostenzuschuss.at)
- Familienhärtefonds: [www.bmafj.gv.at](http://www.bmafj.gv.at)
- ÖHT und aws: [www.aws.at](http://www.aws.at), [www.oeht.at](http://www.oeht.at)
- Kurzarbeit: [www.ams.at](http://www.ams.at)
- Stabilisierungskapital: [www.kwf.at](http://www.kwf.at)

### Das Angebot der Wirtschaftskammer Kärnten im Überblick:

- Tagesaktuelles Informationsportal zum Thema Coronavirus: [www.wko.at/corona](http://www.wko.at/corona)
- Branchenübergreifender Sondernewsletter zum Thema Corona
- Plattform „regional einkaufen“ zur Unterstützung heimischer Unternehmen: [www.wko.at/service/eintragen-plattform-regional-einkaufen.html](http://www.wko.at/service/eintragen-plattform-regional-einkaufen.html)
- Corona-Hotline: 05 90904-808
- Spezialservice und Webinare:
  - Beratungen zum Fixkostenzuschuss
  - Beratungen zum Härtefall-Fonds
  - Beratungen zur Kurzarbeit
  - Beratungen zur Aufrechterhaltung der Liquidität



## WIFI-Kursbuch 2020/21

Gleich kostenlos online bestellen unter:  
[www.wifikaernten.at/kursbuchbestellung](http://www.wifikaernten.at/kursbuchbestellung)

# CORONA-SURVIVAL

## STEP-BY-STEP-TOOLS



### Mitarbeiterin/Mitarbeiter



### Unternehmerin/Unternehmer

Maßnahme	Corona-Kurzarbeit	Neustartbonus	Härtefall-Fonds	Corona-Familienhärtefonds
<b>Zweck</b>	temporäre Förderung der <b>Personalkosten</b> , um Beschäftigte zu halten	Unterstützung von weiterhin von der Corona-Krise betroffenen Branchen und <b>Steigerung der Beschäftigung</b>	Unterstützung bei den persönlichen <b>Lebenserhaltungskosten</b> <i>nicht zur Deckung der betrieblichen Fixkosten gedacht &gt; Fixkostenzuschuss</i>	Abmilderung der finanziellen Einbußen in <b>Familien</b> durch die Corona-Krise
<b>Art der Unterstützung</b>	nicht rückzahlbarer Zuschuss zu den Personalkosten; Ersatz der tatsächlichen Ausfallstunden	Kombilohnbeihilfe [für den Arbeitnehmer]	nicht rückzahlbarer Zuschuss zu den persönlichen Lebenserhaltungskosten	nicht rückzahlbarer Zuschuss für Familien
<b>besondere Voraussetzungen</b>	Abschluss einer Sozialpartnervereinbarung über Kurzarbeit mit Betriebsrat/ Mitarbeitern	Neue vollversicherungs-pflichtige Arbeitsverhältnisse, die zw. dem 15.06. 2020 und dem 30. 06. 2021 beginnen, mit mind. 20 Wochenstd. Die Stelle muss beim AMS als offen gemeldet gewesen sein.	Anspruch auf die Unterstützung haben EPU, Kleinunternehmen mit bis zu 9 MA, neue Selbstständige, freie Dienstnehmer, freie Berufe und erwerbstätige Gesellschafter.	Förderzusage der WKO für den Härtefall-Fonds
<b>Ansprechpartner</b>	<b>AMS</b> <i>Antrag und Abrechnung über das eAMS-Konto</i>	<b>AMS</b> <i>vom Arbeitnehmer über das eAMSKonto zu beantragen; www.ams.at</i>	<b>WKO</b>	<b>BMAFJ</b> <a href="http://www.bmafj.gv.at">www.bmafj.gv.at</a>
<b>abwickelnde Stelle</b>	AMS	AMS	WKO	BMAFJ
<b>Fristen</b>	Abrechnung mit dem AMS muss monatlich erfolgen und ist jeweils bis spätestens zum 28. des Folgemonats durchzuführen.	Neuanstellungen Zwischen 15. Juni 2020 bis 30. Juni 2021	bis 31. Jänner 2021; wird verlängert	laufend
<b>maximale Höhe</b>	tatsächliche Ausfallstunden; die Förderbasis ist mit der Höchstbeitragsgrundlage begrenzt	Maximal 950 Euro/Monat [vom AMS direkt an den Arbeitnehmer]	Es kann für 6 aus 9 Betrachtungszeiträumen Unterstützung beantragt werden. Die maximale Höhe beträgt insgesamt 15.000 Euro.	maximal 3.600 Euro
<b>Detailinfos</b>	<a href="http://www.tinyurl.com/erfolg18">www.tinyurl.com/erfolg18</a>	<a href="http://www.tinyurl.com/erfolg19">www.tinyurl.com/erfolg19</a>	<a href="http://www.tinyurl.com/erfolg20">www.tinyurl.com/erfolg20</a>	<a href="http://www.tinyurl.com/erfolg21">www.tinyurl.com/erfolg21</a>



# Ausgewählte Förderinstrumente für Unternehmen während der Corona-Krise

## Unternehmen

### Überbrückungs- garantien für Kredite (Corona-Hilfsfonds)

rasche **Bereitstellung von finanziellen Mitteln** für Unternehmen mit schwerwiegenden Liquiditätsengpässen wegen Corona

Überbrückungsgarantie des Bundes für Kredite

Liquiditätsbedarf

Hausbank

aws, ÖHT oder OeKB  
COFAG (BMF) vergibt dann Überbrückungsgarantie.

je nach Produkt unterschiedliche Fristen

zwischen 80 und 100 % Garantie; Kredithöhe orientiert sich am tatsächlichen Liquiditätsbedarf, Kreditkonditionen je nach Produkt unterschiedlich

[www.tinyurl.com/erfolg22](http://www.tinyurl.com/erfolg22)

### Fixkosten- zuschuss (Corona- Hilfsfonds)

Zur Erhaltung der **Zahlungsfähigkeit** und Überbrückung von Liquiditätsschwierigkeiten sollen betriebliche Fixkosten durch einen Zuschuss anteilig gedeckt werden.

nicht rückzahlbarer Zuschuss zu den betrieblichen Fixkosten

Umsatzverlust von zumindest 40 % (während Corona-Krise ab 16.03.2020 bis zum Ende der Corona-Krisenmaßnahmen, längstens jedoch bis 15.09.2020); Verlängerung in Vorbereitung

BMF

COFAG (BMF)

bis 31.08.2021

zwischen 25 und 75 % Ersatzleistung, je nach Ausfallshöhe; pro Unternehmen und Konzern maximal 90 Mio.

[www.tinyurl.com/erfolg23](http://www.tinyurl.com/erfolg23)

### Stundungen/ Ratenvereinbarun- gen (BMF)

Zur Erhaltung der **Zahlungsfähigkeit** und Überbrückung von Liquiditätsschwierigkeiten können Selbstständige ihre Zahlungsverpflichtungen gegenüber dem BMF, der SVS bzw. der ÖGK stunden lassen und/oder Ratenzahlung vereinbaren.

Stundung/Ratenvereinbarung

Steuerpflichtige müssen glaubhaft machen, dass sie von einem Liquiditätsengpass betroffen sind, der konkret auf die Corona-Krise zurückzuführen ist.

BMF

COFAG (BMF)

-

-

FinanzOnline bzw. corona@bmf.gv.at

### Stundungen/ Ratenvereinbarun- gen (SVS)

Direkte oder indirekte Betroffenheit von der Corona-Krise und dadurch Zahlungsschwierigkeiten

SVS

SVS

-

-

[www.svs.at/cdscontent/?contentid=10007.857676](http://www.svs.at/cdscontent/?contentid=10007.857676)

### Stundungen/ Ratenvereinbarun- gen (ÖGK)

Liquiditätsprobleme durch die Corona-Krise

ÖGK

ÖGK

ÖGK-Beiträge bis Dez. 2020 können bis zu drei Monate gestundet und dann bis Dez. 2021 in Raten bezahlt werden.

-

[www.gesundheitskasse.at/cdscontent/?contentid=10007.860574](http://www.gesundheitskasse.at/cdscontent/?contentid=10007.860574)

## 5. STRATEGIE: WEITER MACHEN

COVID-19 hat uns sicherlich mehr als einmal dazu gezwungen, unsere Komfortzone zu verlassen. Dass uns das Virus auf ewig in Erinnerung bleiben wird, ist absehbar. Aber: Die Krise zeigt auch, wie stark Unternehmer sein können, wie wichtig ein gutes Netzwerk und Unterstützung aus dem Familien- und Freundeskreis sind. Wir haben mehr als einmal gesehen, wie kreativ und innovativ unsere Unternehmer sind. Es wird – ehrlicherweise – auch Geschichten des Scheiterns geben. Es wird Geschichten geben, die man nicht hören möchte. Aber hinter all diesen Geschichten und Gesichtern stecken so viel Kampfgeist und Mut, so viele Unterstützer. Es sind Geschichten, die es wert sind, erzählt und gehört zu werden. Wir haben gelernt, dass Zusammenhalt stark macht, dass Rücksicht eine Menge bewirken kann und dass alles, was morgen ist, von uns heute beeinflusst wird. Gegenseitiges Verständnis, sich Zeit nehmen, um



Das Jahr 2020 ist geprägt vom Kampfgeist vieler Jungunternehmer und dem Entschluss weiterzumachen.

zu fokussieren und neue Ideen zu schmieden – es ist eine Zeit der Krise und Angst, aber auch der großen Chancen und großartigen Veränderungen! Denn trotz allem können wir heute sagen: Wir glauben an uns und wir glauben an die Zukunft. Wir stehen auf und wir machen weiter. *[mm]* ■

# Veränderungen annehmen und Krisen meistern

Rudolf Juvan ist Unternehmensberater mit Leib und Seele. Im Interview spricht er über Turbulenzen im Unternehmertum und die eigenen Stärken und darüber, wie ein Neustart gelingt.

## Wie hast du die Corona-Krise erlebt?

Ich war überrascht, mit welcher Wucht die Corona-Krise die Wirtschaft erschütterte. Über Nacht brachen Umsätze meiner Klienten ein. Besonders stark traf es die Freizeitwirtschaft, Tourismus und Dienstleistungsbetriebe. Auch ich hatte ein Kontaktverbot zu meinen Klienten und somit einen Umsatzverlust.

## Wann ist eine Unternehmenssanierung sinnvoll?

Im engeren Sinn sind Sanierungsmaßnahmen zu ergreifen, wenn wesentliche Erfolgsziele, wie Umsatz, Gewinn oder Rentabilität, nachhaltig unterschritten werden. Diese negativen Ergebnisse zehren über kurz oder lang am Eigenkapital und führen zu einer Überschuldung des Unternehmens. Spätestens in diesem Stadium sollte man Sanierungsschritte einleiten.

## Wie hilfst du deinen Kunden?

Die Corona-Zeit ist geprägt von massiven Umsatzeinbrüchen. Um den Jahresverlust zu verringern, unterstützte ich meine Klienten in der Aufdeckung von nicht notwendigen Kosten und deren Eliminierung. Des Weiteren werden Anträge für die staatlichen Unterstützungsmaßnahmen erstellt. Bei massiven

Liquiditätsproblemen unterstütze ich die Unternehmer bei Gesprächen mit den Banken, um Liquiditätsprobleme zu beseitigen. Im Regelfall ermöglicht eine Sanierung einen erfolgreichen Neustart.

## Welchen Tipp hast du für unsere Jungunternehmer?

Sich nochmals auf die eigenen Stärken zu besinnen. Da ist es oft sinnvoll, die eigenen Wünsche und Ziele zu hinterfragen. Decken sich die persönlichen Ziele nach wie vor mit der unternehmerischen Tätigkeit? Im Regelfall geht man nach einer kritischen Selbstreflexion gestärkt aus einer Krisensituation wieder ins Unternehmen. Unternehmer ist man, weil man Unternehmer sein will!

## Was ist ratsam, damit man in Zukunft besser vorbereitet ist?

Es bedarf keiner Pandemie, dass unternehmerische Turbulenzen ausgelöst werden. Im Laufe eines Unternehmertums ist man mit vielerlei Krisen konfrontiert. Das wesentlichste Kriterium für die Überwindung all dieser Krisen ist das Eigenkapital. Ich kann jedem Unternehmer nur anraten, in guten Zeiten Rücklagen zu schaffen, damit er in Krisenzeiten schnell wieder wirtschaftliche Stabilität erlangen kann.

»Das wesentliche Kriterium für die Überwindung von Krisen ist Eigenkapital.«

Rudolf Juvan, Unternehmensberater



# ERFOLGS REZEPT

→ Antworten auf Fragen aus dem täglichen Arbeitsleben bis zur gezielten Weiterbildung

Mehr  
zum Thema  
Nachhaltigkeit  
ab Seite 44

## BUCHTIPPS

# Nachhaltig

Nachhaltigkeit ist längst keine Modeerscheinung mehr und auch kein kurzlebiger Trend. Für gelebte Nachhaltigkeit im Business sind Lösungen gefragt, die umsetzbar sind und auch wirtschaftlichen Erfolg versprechen.

### Regionalität wirkt!

Viele ökologische und soziale Herausforderungen, vor denen wir heute stehen, scheinen unlösbar. Ein allgemeingültiges Rezept für die Wiederbelebung und Umsetzung von Regionalität gibt es nicht. Doch es gibt Beispiele, die Mut machen. Eines dieser Beispiele greift Isabella Maria Weiss auf: das Netzwerk UNSER LAND, das seit 1994 Landwirte, verarbeitende Betriebe, Verkäufer und Kunden aus einer Region direkt verbindet. Dieses Buch nimmt mit auf eine schmackhafte Erlebnisreise in die Geschichte des Netzwerks, zu seinen Akteuren und zu einem klassischen regionalen Wertschöpfungskreislauf: vom Korn zum Brot!

Isabella Maria Weiss: **Nähe, Mut und Vielfalt. Regionalität wirkt!** ISBN 978-3962382018, oekom Verlag



Und was ist nun nachhaltiger: **Bücher digital oder gedruckt zu lesen?** Das Öko-Institut aus Deutschland hat dies untersucht. Leider ohne eindeutiges Ergebnis, da es doch sehr stark von individuellen Faktoren abhängt. siehe [www.tinyurl.com/erfolg25](http://www.tinyurl.com/erfolg25)

### Der Weg in eine lebenswerte Zukunft

Ulrich Holzbaaur geht in diesem Buch der zentralen Frage nach, wie wir zukünftigen Generationen ein lebenswertes Leben ermöglichen. Er beschreibt die wichtigsten Aspekte dieses Themenkomplexes. Begriffsklärung, Entwicklung und Grundlagen des Konzepts der Nachhaltigen Entwicklung münden in eine Betrachtung der drei wesentlichen Bereiche Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft. Immer steht der Mensch im Zentrum der Überlegungen. Der Autor zeigt auf, was wir alle im privaten, ehrenamtlichen und beruflichen Bereich für die Zukunftsfähigkeit tun und wie wir die Gesellschaft der Zukunft vorbereiten können. Nicht zuletzt will der Autor damit den Lesern auch die Angst vor der Zukunft nehmen.

Ulrich Holzbaaur: **Nachhaltige Entwicklung. Der Weg in eine lebenswerte Zukunft.** ISBN 978-3658299903, Springer Verlag

### Nachhaltig erfolgreich

Die Klimakrise schreitet voran, der Planet erwärmt sich, Wachstum und Konsum verbrauchen unsere Ressourcen im Übermaß – ein Umdenken ist gerade in der Wirtschaft längst überfällig. Oliver Specht und Axel Nauert beschreiben, wie man ein solches Geschäftsmodell, das klimaneutral und zugleich ökonomisch erfolgreich ist, für nahezu jedes Unternehmen entwickeln kann. Sie erläutern anhand konkreter Beispiele, wie man eine langfristige Changestrategie entwirft, systematisch eine entsprechende neue Führungs- und Innovationskultur einführt und mit gezieltem Empowerment die Herausforderungen der Zukunft meistert.

Oliver Specht, Axel Nauert: **Planetproofed. Wie Ihr Unternehmen Schritt für Schritt nachhaltig und zukunftsfähig wird.** ISBN 978-3868818147, Redline Verlag



# Mehr Aufmerksamkeit und Aufträge

Effizienter und schneller zu Kunden. Wer digitale Kanäle und Tools nützt, kann Marketing und Vertrieb auf ein neues Level heben. Praktische Tipps speziell für kleine Dienstleister, Handwerker und Produzenten.

»Trotz Digitalisierung und Automatisierung steht die persönliche Kundenbeziehung immer noch im Vordergrund. Digitale Tools sind nur ein Hilfsmittel, um die Wunschkunden zu finden.«

Florian Semmler, Video- und Social-Media-Experte, mediapool



**A**llein vom Aufstehen bis zum Beginn der Arbeit werden Menschen heutzutage mit Millionen Informationen bombardiert. Text. Bilder. Videos. Werbung. News. Gründer und Jungunternehmer müssen sich mehr denn je ins Zeug legen, um mit ihrem Angebot aus der Masse herauszustechen und die Aufmerksamkeit von potenziellen Kunden zu erlangen. Damit das gelingt, braucht es nicht nur Mehrwert für die Kunden, sondern auch einen Plan, wann und wo welche Dienstleistungen oder Produkte platziert werden, sowie Zeit für die Umsetzung. Aber im Alltag geht meistens beides irgendwo zwischen den tausend Aufgaben des Unternehmers verloren. Wer jedoch digitale Kanäle und automatisierte Werkzeuge für den Vertrieb nützt, kann sich selbst entlasten – gerade als kleiner Betrieb oder Ein-Personen-Unternehmen.

#### STÄRKEN DAS DIGITALEN VERTRIEBS

Während es bei Marketing in erster Linie um das Bekanntmachen und Erzeugen von Nachfrage geht, dreht sich im Vertrieb alles um das aktive Verkaufen. Allerdings wird der klassische Vertrieb immer aufwendiger und die Streuverluste größer. „Die Märkte haben sich geändert und das ist seit Corona noch einmal verstärkt worden. Man muss seinen Kunden kennen und Lösungen verkaufen“, weiß Florian Semmler von mediapool, der für die Junge Wirtschaft eine Webinarreihe zu Digitalisierung im Vertrieb gestaltete. Digitaler Vertrieb bedeutet für ihn, mittels digitaler Kanäle wie Social-Media-Plattformen oder Newsletter sogenannte Leads zu generieren. Leads sind Personen, die Interesse für die Dienstleistung oder das Produkt zeigen. Diese Leads, also Interessenten, können mithilfe von automatisierten Customer-Relationship-Management-Programmen, kurz CRM, in Kunden umgewandelt werden. →



## 7 Alltagstipps für Social-Media-Kanäle

- + Teile Beiträge mit Information, Mehrwert oder Unterhaltung
- + Positioniere dich als Experte und baue Bekanntheit sowie Image auf
- + Komme kurz und knackig auf den Punkt
- + Halte Social-Media-Profil aktuell
- + Weniger ist oft mehr – keine inhaltsleeren Floskeln
- + Konstant und regelmäßig aktiv bleiben
- + Für B2B-Kunden: unbedingt ein LinkedIn-Profil anlegen und pflegen



#### PRAXISBEISPIEL

## Als Handwerker digital durchstarten

Du möchtest als Handwerker Privatkunden ansprechen? Dann solltest du dir einen Social-Media-Auftritt anlegen, zum Beispiel Facebook und Instagram. Auf diesen Plattformen kannst du potenziellen Kunden einen Blick hinter die Kulissen gewähren und mit coolen Fotos oder Videos zeigen, was du bereits alles gemacht hast und was du alles kannst. Sei ruhig mutig und spiele mit Materialien, ungewöhnlichen Fotos und Videos.

Du darfst kreativ sein und mit Dingen herausstechen, die man so noch bei keinem Handwerker gesehen hat. Schaffe Mehrwert, indem du Tipps und Informationen zu Materialien oder Produkten gibst. Jedes Posting sollte mit einem Link zu deiner Webseite versehen sein, um Interessierte abzuholen.

Du möchtest Firmenkunden ansprechen? Identifiziere im ersten Schritt deine Wunschkunden, dann nimm persönlich vor Ort oder per Telefon Kontakt auf. Recherchiere, wann gewisse Firmen etwas ausschreiben, und notiere Geschäftschancen. Mit digitalen Tools behältst du den Überblick und rufst dich rechtzeitig in Erinnerung. Außerdem kannst du mithilfe von Programmen den Verkaufsprozess auswerten und sehen, warum eine Entscheidung für oder gegen einen Auftrag gefällt wurde – um für die Zukunft daraus etwas zu lernen.



»Es gibt kein Match online vs. offline. Alle sind heutzutage online unterwegs und es ist nur natürlich, alle Kommunikations- und Interaktionswege zu nutzen.«

Hannes Kirchbaumer, Digital Consultant



Auch Florian Semmler selbst verwendet das für sein Unternehmen. Er hat den gesamten Vertriebsprozess strukturiert, digitalisiert und automatisiert. In der Praxis sieht das so aus: Auf Facebook und Instagram erzeugt er Image und Branding für seinen Betrieb und gibt Einblicke hinter die Kulissen. Auf LinkedIn sucht er gezielt nach Neukunden und in seinem CRM-System werden alle Kunden gesammelt. Dadurch hat er den Überblick über alle potenziellen, aktuellen und bisherigen Kunden, die mit verschiedenen Strategien bearbeitet werden. „Zusätzlich sparen wir uns viel Zeit in der Administration, da alle Mitarbeiter alle Kunden- und Produktionsprozesse im Blick haben. Wir klassifizieren und qualifizieren unsere Kunden nach verschiedenen Faktoren wie Unternehmensgröße, Potenzial, Region und Rentabilität. Intern werden automatisch Punkte vergeben“, erzählt Semmler.

#### **AUTOMATISIERTE ABLÄUFE**

So ein System aufzubauen kostet zwar etwas Zeit und Denkanstrengung, auf lange Sicht rechnet sich aber eine ausgeklügelte Vertriebslösung. Das bestätigt Digital Consultant Hannes Kirchbaumer: „Es ist die schnellste und direkteste Möglichkeit, das Potenzial im Verkauf zu nutzen.“ Allerdings sollten Gründer und Jungunternehmer es nicht ausschließlich als digitales Thema sehen. „Meist ist es so, dass es über Offline- und Onlinekanäle mehrere Kontakte, sogenannte Touchpoints, gibt. Hier ist es ebenso wichtig, alles digital zu dokumentieren, damit man nichts übersieht und immer auf dem letzten Stand ist“, rät Kirchbaumer.

Sein Tipp für einen sanften Einstieg in den digitalen Vertrieb: Zuerst einmal mit dem Aufbau einer Kontaktliste mit Firmeninfos und Personendaten und der Dokumentation aller Aktivitäten im Vertrieb beginnen. Oft bringe allein das schon erste Erkenntnisse und Ideen zur Verbesserung. Das kann selbst gemacht in Form einer Excel-Liste oder eines Google-Sheets erfolgen oder man greift auf bestehende Software zurück. Dazu gehören zum Beispiel Pipedrive, Salesforce oder HubSpot.

Am Budget scheitert es nicht. Sowohl die Tabellenlösung als auch das CRM-Programm von HubSpot sind kostenlos verfügbar. „Aber gerade Ein-Personen-Unternehmen sehen häufig nicht die Notwendigkeit digitaler Hilfen, weil sie eh alles im Kopf haben“, sagt Kirchbaumer. Ein großer Irrtum. Vor allem, wenn Unternehmen zu wachsen beginnen. „Die Interaktionen sind mit digitalen Werkzeugen einfach darstellbar, eine Vertretung, ein Mitarbeiter oder ein Partner kann Dinge übernehmen, weil die ganze Nacherzählung nicht nötig ist und alles Struktur hat“, sagt Kirchbaumer.



#### **PRAXISBEISPIEL**

## **Als Berater den digitalen Vertrieb ankurzeln**

Wer als Berater oder Dienstleister erfolgreich sein will, sollte sich als Experte positionieren und digital mit seinen potenziellen Kunden Tipps und Tutorials teilen. So kannst du als Steuerberater regelmäßig Informationen und Tipps über neue Förderungen geben. Suche dir dafür digitale Kanäle, auf denen sich auch deine Kunden bewegen. Versuche beim Posten klar rüberzubringen, was dich von den anderen unterscheidet, und hebe dein Alleinstellungsmerkmal hervor.

Achtung: Facebook- und Instagram-Nutzer sind privat unterwegs. Private Nutzer wollen keine Geschäftssachen, schon gar nicht in ihrer Freizeit. Hast du B2B-Inhalte, solltest du eher LinkedIn oder XING auswählen.

Du könntest auch ein Whitepaper, ein E-Book oder eine Umfrage ausarbeiten, die Interessierte gegen Angabe ihrer Kontaktdaten kostenlos zur Verfügung gestellt bekommen. Damit bekommen Interessenten gleich einen Mehrwert und können weiter automatisiert bearbeitet werden.

Tipp: Weise auch immer wieder auf deinen Social-Media-Kanälen auf solche Unterlagen mit Mehrwert hin und nutze die Möglichkeiten von YouTube als zweitgrößter Suchmaschine.

# 10 Tipps für die Automatisierung deines Vertriebes

- + Abläufe dokumentieren und immer wieder durchdenken
- + Anrufe und Termine dokumentieren
- + Digitale Kommunikation dokumentieren  
*(für Punkt 1-3 empfiehlt sich ein CRM-System, mit dem man Kundenbeziehungen strategisch bearbeiten kann)*
- + Prozesse von verschiedenen Seiten beäugen
- + Wunschkunden definieren und mit Eigenschaften und Werten sowie Stimmungen versehen
- + Muster in den Abläufen erkennen und versuchen, aus Kundensicht zu sehen
- + Wichtigste Punkte im Prozess identifizieren und überlegen, welche Info an welchen Kunden zu welchem Zeitpunkt ideal wäre
- + Verschiedene Texte, Überschriften, Betreffzeilen testen
- + Keykunden identifizieren und persönlich befragen
- + Schritt für Schritt vorgehen, nicht gleich von 0 auf 100 starten – das überfordert Mitarbeiter und Kunden

## BEI NULL ANFANGEN

Egal ob automatisierter Vertrieb oder Social-Media-Kanäle, bevor etwas ausprobiert wird, braucht es eine klare Strategie. Die Antworten auf folgende Fragen bilden hierfür die Basis:

- Wer ist meine Zielgruppe?
- Welche Probleme haben meine Kunden?
- Wie kann mein Produkt oder meine Dienstleistung diese Probleme lösen?
- Wo und wie erreiche ich meine Kunden?
- Wie spreche ich sie an?
- Welche Inhalte zeige ich meinen Kunden?
- Welche Werkzeuge und Tools kann ich dafür nutzen?
- Wie kann ich Interesse, also Leads, erzeugen?

Im Wesentlichen geht es bei dieser allerersten Denkarbeit darum, sich in den Kunden hineinzusetzen und den Weg des Kunden nachzuzeichnen. Daraus ergeben sich Kontakt- bzw. Berührungspunkte (Touchpoints). Erst danach empfehlen die Experten, konkrete Pläne, zum Beispiel für Social-Media-Plattformen, zu erstellen.

## ERFOLGREICH AUF SOCIAL MEDIA

Grundsätzlich können Social-Media-Kanäle für verschiedene Phasen der Bewerbung genützt werden. Gründer und Jungunternehmer können über Social-Media-Kanäle Personen mit dem Problem finden, zu dem sie eine Lösung anbieten. Oder es wird Bekanntheit aufgebaut und Aufmerksamkeit geschaffen. Es kann aber auch herausgefunden werden, wer an der Dienstleistung oder dem Produkt interessiert ist und konkreten Bedarf hat. Die Königsdisziplin ist dann das Umwandeln der Interessierten in Kunden. „Idealerweise laufen diese Phasen automatisiert. Die Social Media können aufgrund von Userdaten hochrechnen, welcher potenzielle Kunde welche Handlung durchführen wird“, erklärt Semmler.

Junge Unternehmen sollten nicht den Fehler machen, alle Social-Media-Kanäle auf einmal bespielen zu wollen. Besser ist es, die Kanäle strategisch nach der Zielgruppe auszuwählen. Jeder Social-Media-Kanal hat seine Eigenheiten und seine Zielgruppe. „Reine Werbung funktioniert nicht, man muss Nutzen schaffen und geduldig sein. Es geht nicht alles von heute auf morgen“, sagt Semmler. Das gilt übrigens generell für den digitalen Vertrieb.

## VIDEO UND NEWSLETTER

Digitalisierung ist wichtig, aber keine Speedwunderwaffe. Auch in der digitalen Welt brauchen Dinge Zeit, um zu wirken. Deshalb sind Social-Media-Kanäle nur ein Teil der →



Videos auf der eigenen Webseite sorgen für eine siebenmal höhere Verweildauer, ein gutes Google-Ranking und einen starken Erinnerungswert

»Videomarketing wird von den meisten Unternehmen noch unterschätzt.«



# »Ständige Veränderung ist zu einer Konstanten im digitalen Vertrieb geworden. Märkte und Produkte sind laufend im Wandel.«

Vertriebsstrategie. Es gibt noch viele weitere Möglichkeiten, den Vertrieb mit digitalen Werkzeugen zu unterstützen. Videomarketing, zum Beispiel auf YouTube, wird von den meisten Unternehmen noch unterschätzt. Dabei handelt es sich bereits um die zweitgrößte Suchmaschine.

Videos auf der eigenen Webseite sorgen für eine siebenmal höhere Verweildauer, ein gutes Google-Ranking und einen starken Erinnerungswert. E-Mail-Marketing ist ebenfalls ein wertvolles Vertriebswerkzeug, das zum großen Teil automatisiert ablaufen kann. Neue Produkte, neue Blogbeiträge, Veranstaltungen, Veränderungen in der Firma, Neuigkeiten in der Branche, Umfragen, Saisonales oder Feierlichkeiten – es gibt viele Anlässe, einen Newsletter zu verschicken. Wenn dieser einen Mehrwert für Interessenten und Kunden bietet, wird er geöffnet und gelesen.

## AUCH VERTRIEB VERÄNDERT SICH

Ständige Veränderung ist zu einer Konstanten im digitalen Vertrieb geworden. Märkte und Produkte sind laufend im Wandel. Social-Media-Kanäle kommen und gehen. Das ist wohl eine der größten Herausforderungen im Verkauf – sich immer wieder auf neue Situationen einzustellen. „Umso wichtiger ist es, seinen Kunden zu kennen und eine Lösung für sein Problem zu verkaufen, nicht nur sein Produkt oder seine Dienstleistung“, weiß Semmler. Sowohl online als auch offline – der Bedarf müsse absolut klar sein, sonst rede man aneinander vorbei. **[aa]** ■

## Kostenlose Webinare

+ AdWords, Leads und Hashtags sind für dich unbekannte Wesen? Keine Sorge. Die Webinarreihe „Digitalisierung im Vertrieb“ macht dich fit für die Onlinewelt und zeigt dir, welche digitalen Werkzeuge du für dein Business nutzen kannst. Social Media Basics und Werbestrategien, LinkedIn und B2B im Vertrieb, CRM-Vertriebs- und Marketingautomatisierung und Google Ads werden umfassend und einfach verständlich erklärt. Alle vier Webinare findest du kostenlos auf dem YouTube-Kanal und der Webseite der Jungen Wirtschaft Kärnten: [www.tinyurl.com/erfolg28](http://www.tinyurl.com/erfolg28)



+ Aber mit den Videos lassen wir dich nicht allein. Ergänzend zu den Webinaren gibt es auch Livetalks, bei denen Fragen beantwortet werden, und verschiedene Services der Wirtschaftskammer Kärnten zur Digitalisierung. Weitere Informationen und Anmeldung: [www.netzwerkzumerfolg.at/jw-webinar-digitalisierung-im-vertrieb/](http://www.netzwerkzumerfolg.at/jw-webinar-digitalisierung-im-vertrieb/)



## PRAXISBEISPIEL

### Als Gastronom mit digitalen Tools zu mehr Geschäft

Digitale Tools gibt es auch bereits in der Gastronomie, zum Beispiel die virtuelle Tischreservierung. Aber ist diese Funktion auch mit anderen Vertriebsaktionen verbunden?

Du kannst zum Beispiel deinen Gast beim Reservierungsprozess direkt abholen, indem du ihn auch gleich um sein Einverständnis bittest, per E-Mail auf dem Laufenden gehalten zu werden. Am Tag nach seinem Besuch könntest du automatisiert ein personalisiertes E-Mail ausschicken, in dem du ihn um eine Bewertung bittest. Wenn er dich positiv bewertet, erhält er noch einmal ein Dankesmail mit Link zu Google oder Tripadvisor, damit er dich auch dort positiv bewertet. Drei Wochen nach seinem Besuch könntest du einen Gutschein oder ein bestimmtes Angebot aussenden, um ihn wieder in dein Lokal zu bekommen. Das alles kann vollkommen automatisiert ablaufen.

So hast du Zeit freigeschaufelt, um deine Social-Media-Kanäle zu bespielen. Hierbei ist es wichtig, Essen und Getränke richtig gut mit emotionalen Bildern und Videos zu inszenieren. Halte deine Öffnungszeiten aktuell, nütze Gewinnspiele für mehr Reichweite, poste regelmäßig Wochenmenüs oder Neuigkeiten und gib Tipps für die Zubereitung von einfachen Rezepten. Stelle klar heraus, was dich von anderen Gastronomen unterscheidet, kommuniziere den Fokus des Restaurants ganz klar und bewirb deinen Liefer- oder Abholservice, wenn du einen anbietest.



## BETRIEBSANLAGE

# Hürdenlauf mit Behörden meistern

Alles ist startbereit, aber etwas fehlt noch: die Betriebsanlagengenehmigung. Damit es zu keinen Verzögerungen beim Verfahren kommt, sollten sich Gründer, Übernehmer und Jungunternehmer rechtzeitig informieren. Denn je besser die Qualität der eingereichten Unterlagen ist, desto schneller ist die Abwicklung.

**C**afé, Fitnesscenter, Werkstatt. Das alles sind Betriebsanlagen. Diese müssen in der Regel von der Behörde genehmigt werden – und zwar bevor der Traum der Selbstständigkeit gestartet wird. Selbst wenn zum Beispiel Räume gemietet oder gepachtet werden oder auf einem Standort eine Firma bereits jahrzehntelang tätig war, heißt das noch lange nicht, dass in Sachen Betriebsanlagengenehmigung alles im grünen Bereich ist. Die Behörde beurteilt immer nach dem aktuellen Stand der Technik. Werden Mängel festgestellt, müssen diese vom Unternehmen behoben werden. „Da

eine Betriebsanlagengenehmigung gesetzlich erforderlich ist, kann einem niemand ein Verfahren abnehmen oder ersparen. Aber wir können beraten und unterstützen, damit Gründer und Jungunternehmer schnell und kostengünstig an ihr Ziel kommen“, sagt Christina Tscharre, Leitung Gründerservice der Wirtschaftskammer Kärnten.

Je früher sich angehende Unternehmen über die Details informieren, desto weniger Probleme treten auf. „Bei manchen Fällen empfiehlt sich vor der Einreichung auch ein Gespräch mit den Behörden, damit die Einreichunterlagen entsprechend in guter Qualität vorbereitet →

werden können“, empfiehlt die Betriebsanlagenexpertin. Neben den kostenlosen Services der Wirtschaftskammer und Behörden werden auch immer wieder externe Berater und Planer benötigt, zum Beispiel für Lärmschutzgutachten oder Planungsarbeiten. Informationen zu den technischen Daten der Anlagen und Geräte, Sicherheitsdatenblätter für Arbeitsstoffe, Kostenvoranschläge oder Pläne – das Heranschaffen aller betriebsinternen Fakten oder die Kommunikation oder der Umgang mit den Behörden sind für Gründer und Jungunternehmer häufig Neuland.

#### ERFAHRUNGEN AUS DER PRAXIS

Florian Böker von der Villa Bulfon in Velden hatte sich den Weg zur Betriebsanlagengenehmigung leichter vorgestellt. „Der Betrieb war länger geschlossen und damit die Genehmigung veraltet. Das Herausfinden des aktuellen Zustandes war eine der größeren Hürden. Allein hätten wir das nicht geschafft, deshalb haben wir einen Berater genommen“, erzählt der Gastronom und Hotelier. Bei ihm geht es um zwei Restaurants, ein Hotel und einen Badebetrieb an einem Standort. Hierfür gilt es, verschiedene Dinge zu berücksichtigen. „Ohne Unterstützung hätte ich das alles

»Gut vorbereitete Projekte sparen viel Zeit und Geld.«

Christina Tscharre, Leitung Gründerservice, Wirtschaftskammer Kärnten



neben meiner normalen Arbeit gar nicht machen können, das wären Stunden ohne Ende gewesen“, berichtet Böker.

Auch der erfahrene Unternehmer KR Bernhard Radauer vom Autohaus Radauer aus St. Veit an der Glan griff bei seinem zweiten Betriebsanlagengenehmigungsverfahren auf externe Hilfe zurück. „Beim ersten Mal gab es eine Vorbesprechung und innerhalb kürzester Zeit war die Betriebsgenehmigung erledigt“, erzählt der Unternehmer. Doch bei der zweiten Betriebsgenehmigung für den Bau des Reifenhofhotels fühlte er sich von der Bezirkshauptmannschaft im Stich gelassen und schikaniert. Es kam zu Prüfungen, Begehungen, Strafverfahren und sogar einem Baustopp. „Ich war fast am Verzweifeln. Engagierte Nachfolger oder Jungunternehmer hätten in so einer Situation längst

## Konkrete Hilfe rund um die Betriebsanlagengenehmigung

### Schritte zur Betriebsanlagengenehmigung – kostenlose Angebote des Gründerservices

1. Sich bereits von zu Hause aus einen **ersten Überblick online** über die gewerbliche Betriebsanlage verschaffen und kostenlos auf Merkblätter, Formulare sowie nützliche Links zugreifen: [gus.wkk.or.at/betriebsanlagen/allgemeine-informationen/](https://gus.wkk.or.at/betriebsanlagen/allgemeine-informationen/)
2. Termin im Gründerservice der Wirtschaftskammer Kärnten für eine **kostenlose Erstberatung – persönlich oder per Videokonferenz** – vereinbaren. Dabei werden grundsätzliche Fragen geklärt: ob überhaupt eine Betriebsanlagengenehmigung notwendig ist und wenn ja, wie das Verfahren abläuft und was dafür notwendig ist. Beraten werden auch Gründer und Nachfolger, die einen bestehenden Betrieb übernehmen und Änderungen vornehmen wollen. So können neue Maschinen eine Änderungsgenehmigung erfordern.
3. Manchmal sind für eine Betriebsanlagengenehmigung mehrere Bewilligungsverfahren, zum Beispiel nach dem Wasser-, Forst- oder Naturschutzrecht, notwendig. Bei der **Einzelfallberatung** geht es um diese Details, die Gründer und Nachfolger vor dem Einreichen wissen sollten. Ferner können in der Beratung Fragen zur wiederkehrenden Selbstprüfung geklärt werden. Zusätzlich gibt es Tipps rund um weitere nützliche Services der Wirtschaftskammer – von Normen bis zum Recht.
4. Treten fachliche Spezialfragen auf, können diese über die Wirtschaftskammer mit einem **externen Experten** besprochen werden.
5. Beim **finalen Check** werden gemeinsam die Anträge, Formulare sowie Unterlagen für das Einreichprojekt überprüft und alles wird für das Gespräch bei der Bezirksverwaltungsbehörde vorbereitet.
6. Jetzt wird der **Antrag eingereicht** und von der Behörde geprüft. Gibt es im Anschluss rechtliche Fragen zu den ausgestellten Bescheiden, unterstützt das Gründerservice mit seinen Experten.

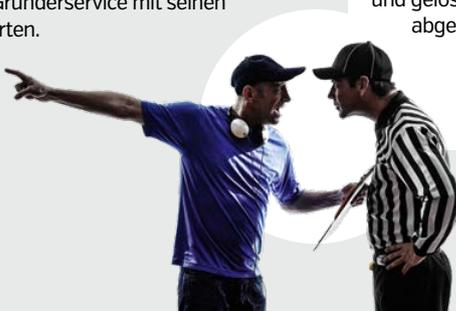
## Wirtschaftsombudsstelle

### Unterstützung bei Problemen oder Verzögerungen

Die Wirtschaftsombudsstelle in Kärnten ist die erste Einrichtung ihresgleichen in Österreich. Je ein Vertreter der Wirtschaftskammer, Industriellenvereinigung und Arbeiterkammer sowie Spitzenbeamten der öffentlichen Verwaltung bilden die Wirtschaftsombudsstelle. Als **Wirtschaftsombudsmann** fungiert der ehemalige WK-Präsident KR Franz Pacher. In mehrmals im Jahr stattfindenden Sitzungen werden Unternehmensanfragen sowie mögliche Lösungswege besprochen, Vorschläge zur Änderung von Gesetzen, Initiativen sowie Maßnahmen erarbeitet und der Landesregierung vorgeschlagen.

Die Wirtschaftsombudsstelle unterstützt Unternehmen bei der **Lösungsfindung zwischen Behörden und Antragstellern**. Dabei nimmt die Ombudsstelle eine neutrale Position ein. Das hat sich insbesondere bei größeren Projekten als auch bei komplexen Problemstellungen als vorteilhaft erwiesen. Treten in einem konkreten Verfahren Verzögerungen oder Unklarheiten in der Kommunikation mit der Behörde auf, sollte so frühzeitig wie möglich Kontakt aufgenommen werden. Je schneller Probleme erkannt und gelöst werden, umso rascher können Verfahren abgewickelt werden.

Mehr Informationen unter Telefon 050 536 17128 oder per E-Mail an [wirtschaftsombudsstelle@ktn.gv.at](mailto:wirtschaftsombudsstelle@ktn.gv.at).



aufgegeben. Das ist ein Alarmzeichen", sagt Radauer. Aber selbst bei schwierigen Fällen steht das Gründerservice Unternehmen zur Seite. Auch Radauer konnte auf diese Hilfe setzen. Inzwischen ist das Verfahren abgeschlossen. Radauer verzichtete auf weitere Investitionen in St. Veit – geplant wäre oberhalb des Reifenhotels auch ein Fitnesscenter mit Kosmetiksalon, Versicherungsräumlichkeiten und Café gewesen. Aktuell baut er in Spielberg den dritten Standort. „Gemeinde und BH arbeiteten in Spielberg Hand in Hand, alle Ansuchen erfolgten ruckzuck ohne Probleme“, berichtet Radauer. Sein



Resümee: „Es gibt tolle Beamte, die ihr Bestes geben und auch Wege finden, Dinge zu ermöglichen, wenn sie wollen. Aber es kommt immer auf die einzelne Person in der Funktion an.“

#### VERZÖGERUNGEN VERMEIDEN

Die Gründe für Verzögerungen bei den Genehmigungen sind unterschiedlich. Zu den häufigsten Ursachen zählen aber mangelhafte Projektunterlagen. Deshalb lohnt es sich, Schritt für Schritt vorzugehen und sich genau zu informieren, welche Unterlagen für das konkrete Genehmigungsverfahren notwendig sind. „Gut vorbereitete Projekte sparen viel Zeit und Geld“, weiß Christina Tscharre vom Gründerservice. Betriebsanlagengenehmigungen sind komplex. Aber davon dürfen sich Gründer und Jungunternehmer nicht abschrecken lassen. Die Expertin dazu: „Wir stehen mit Rat und Tat zur Seite.“ **[aa] ■**

## Gut zu wissen

- + Betriebsanlagen, von denen keine Gefahren oder Belästigungen ausgehen können, sind nicht genehmigungspflichtig. Dazu gehören zum Beispiel Bürobetriebe, Kosmetik- und Fotostudios oder Änderungsschneidereien.
- + Wer sich nicht sicher ist, ob er eine Betriebsanlagengenehmigung braucht oder nicht, wendet sich am besten an das Gründerservice der Wirtschaftskammer oder an die zuständige Gewerbebehörde bei der Bezirkshauptmannschaft bzw. beim Magistrat. Im Zweifelsfall entscheidet die Behörde mittels Feststellungsbescheid darüber, ob ein Genehmigungsverfahren notwendig ist.

## #glaubandich Startup Academy Fit für den Handel?

Am 25. und 26. Februar 2021 findet die „#glaubandich Startup Academy – Fit für den Handel?“ von der Erste Bank und Sparkassen statt. Ganz bequem von Zuhause aus – weil diesmal digital – haben Junggründerinnen und Junggründer zwei Tage lang die Chance, von bekannten Größen aus der Handels-Branche zu lernen.

### #WAS

Bei der #glaubandich STARTUP ACADEMY erwarten dich keine Vorträge und keine gutmeintenden Ratschläge. Hier erwarten dich Speed up Sessions, bei denen du persönlich von den Top-ExpertInnen aus dem Handel gecoacht wirst und die dein Produkt im geschützten Rahmen auf USP, Inhalt, Verpackung, Preis, Vertrieb, Logistik, Vermarktung und viele weitere Faktoren untersuchen.

### #WARUM

Bei der #glaubandich STARTUP ACADEMY erhältst du in kürzester Zeit wichtige Insights für deinen Go-to-Market, knüpfst erste Kontakte zu den Größen im Handel und erfährst Schritt für Schritt, wie du deine Ziele erreichen kannst.

**Bewirb dich jetzt für die #glaubandich STARTUP ACADEMY, wenn ...**

- du eine einzigartige Idee für den Handel entwickelt hast – im Bereich Lebensmittel, Getränke, Drogerie, OTC oder Fashion & Design.
- bereits ein Prototyp deines Produktes gefertigt wurde.
- du von den Erfahrungen der Mentorinnen und Mentoren lernen und von ihrem Know-how profitieren möchtest.
- du Fragen zum Bereich Retail hast, die dir schon lange auf der Zunge brennen.

Um allen Teilnehmenden ein optimales Coaching und eine einmalige Experience zu ermöglichen, werden nur 40 Team-Tickets vergeben! Die Tickets sind kostenlos, denn wir glauben an euch!

Die Anmeldung/Bewerbung erfolgt über [www.sparkasse.at/startupacademy](http://www.sparkasse.at/startupacademy)

Kärntner  
**SPARKASSE** 

# ERFOLG REICH



→ Die Junge Wirtschaft von innen und außen betrachtet

## Neuer Bezirksvorsitz in der JW Klagenfurt

Ende Juli wurde Martina Karulle von Verena Kulterer als Bezirksvorsitzende der Jungen Wirtschaft Klagenfurt abgelöst. Martina Karulle, bekannt als „die Fashionista“ aus der Klagenfurter Hafenstadt, bleibt auch weiterhin im Team, Katzencafé-Inhaberin Verena Kulterer freut sich auf ihre neue Aufgabe: „Ich freue mich darauf, mit einem super engagierten Team durchzustarten und unsere Jungunternehmer in allen Belangen zu unterstützen und ihnen interessenpolitisch zur Seite zu stehen. Von meiner Vorgängerin Martina Karulle konnte ich in kurzer Zeit alles Wichtige über die JW lernen und ich nehme ihr Wissen, ihren Elan und ihren unermüdlichen Einsatz für unsere Mitglieder mit in meine Amtszeit!“ Martina Karulle erinnert sich an unzählige Stunden voll spannender Brainstormings, Netzwerktreffen, Seminare, Teambuildings und Diskussionsrunden: „Das möchte ich auf keinen Fall missen. Es sind so viele tolle Projekte entstanden – besonders gerne denke ich an das Picknick in der Stadt. Ich möchte mich bei meinem Team und allen, die von der ersten Stunde an mitgeholfen haben, bedanken!“

Auch der „Geisterstadt“-Aktionismus wird aus ihrer Amtszeit wohl jedem in Erinnerung bleiben. „Ich werde mich weiterhin gerne an allen geplanten Projekten beteiligen und aus der zweiten Reihe meine Ideen und Erfahrungen einbringen! Mit Verena nimmt eine engagierte Unternehmerin auf dem Chefsessel der JW Klagenfurt Platz. Da haben wir noch viel vor!“, erklärt Martina Karulle begeistert.

»Es ist wichtig, dass die Vorsitzenden in der Jungen Wirtschaft regelmäßig wechseln. So kommt immer frischer Wind ins Team und neue Projekte werden aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet. Es ist eine Interessengemeinschaft – diese Interessen sollen vertreten werden. Das ist nur möglich, wenn auch das Team breit aufgestellt ist!«

Martina Karulle



»Ich freue mich darauf, das Thema Betriebsnachfolge weiter in der JW voranzutreiben und erster Ansprechpartner für Jungunternehmer zu werden.«

Christine Hübner



»Ich freue mich, Teil der JW zu sein und im Landesvorstand mitarbeiten zu dürfen.

Meine persönlichen Themen-Schwerpunkte möchte ich auf die Bereiche Attraktivität der Lehrlingsausbildung und Vertriebsprozesse legen.«

Florian Semmler



»Ich möchte die Junge  
Wirtschaft bestmöglich über  
die Unterstützungspakete der  
Bundesregierung informieren,  
damit diese auch  
gut genützt  
werden können.«

Otto Partl



»Nach meiner Amtszeit soll man sagen können,  
dass etwas weitergegangen ist! Auch wenn  
es schwierige Zeiten sind, man muss sich an  
die aktuelle Situation anpassen und darauf  
schauen, was junge Unternehmer brauchen  
und darauf in Echtzeit reagieren.«

Paul Haas



»Ich will für andere Unternehmer  
da sein. Mein großes Ziel ist es, so  
viele Partner und Kollegen  
wie möglich zu vernetzen.«

Nika Basic



# Junge Wirtschaft Kärnten neu aufgestellt

Am 17. September wurde innerhalb der Jungen Wirtschaft gewählt: Gastronom Paul Haas übernimmt den Landesvorsitz und folgt damit dem IT-Experten Marc Gfrerer nach.

Einige bekannte Gesichter findet man im neuen Team der Jungen Wirtschaft wieder: Otto Partl (Feinkost-Catering Partl), Nika Basic (UNIKAT Events), Christine Hübner (Farben Hübner), Martin Figge (Werbeagentur Figge) und Lukas Bürger (Bergaffe) stellen ab nun den stellvertretenden Landesvorsitz. Als kooptierte Mitglieder wurden JW-Bundesvorsitzende Christiane Holzinger, stellvertretende AMS-Landesgeschäftsführerin Melanie Jann und Florian Semmler von mediapool bestimmt.

»Ich freue mich, dass wir mit so einem  
starken Team in eine weitere Periode  
starten. Die Krise bietet sehr viele  
Chancen, die man nutzen muss.

Ich bin gespannt, was uns  
alles erwartet.«

Lukas Bürger



»Ich bin dankbar dafür, auch  
weiterhin im Landesvorstandsteam  
dabei zu sein. Ich glaube, dass die  
interessenpolitische Arbeit und  
ein starkes Miteinander, um  
Themen voranzubringen,  
heute wichtiger denn je sind.«

Melanie Jann



»Ein großes Anliegen ist mir die  
stärkere Vernetzung der Bezirke  
untereinander. Ich freue mich auf die neue  
Aufgabe und hoffe, noch mehr Jungunter-  
nehmer für die JW zu gewinnen.«

Martin Figge



# Hello, Paul Haas!

Als Nachfolger von Marc Gfrerer übernimmt ein bekanntes Gesicht aus der Kärntner Gastroszene die Agenden des JW-Landesvorsitzenden: Paul Haas, der ehemalige stellvertretende Landesvorsitzende, wurde Mitte September einstimmig gewählt.



## Wie fühlst du dich in deiner neuen Position als Landesvorsitzender?

Paul Haas: Ich freue mich auf die Herausforderung! Es sind spannende Zeiten, in denen ich meine neue Position antrete. Es ist sicherlich nicht so, wie es die letzten Jahre war. Aufgrund der aktuellen, neuen Gegebenheiten gibt es natürlich einige Anpassungen – ich werde meine neuen Aufgaben mit vollem Elan annehmen.

## Nimmst du etwas von deinem Vorgänger Marc Gfrerer mit?

Ich habe Marc immer für sein extremes Engagement bewundert. Er hat in seiner Amtszeit sehr viel für die Junge Wirtschaft erreicht. Er hat ein tolles Pensum vorgelegt und alle seine Aufgaben stets mit viel Herzblut gemeistert. Wenn ich wenigstens die Hälfte davon schaffe, bin ich schon äußerst zufrieden!

## Welche Themen beschäftigen dich aktuell besonders?

Derzeit ist es für uns alle eine sehr schwierige Situation, da sich laufend etwas ändert. Wir werden zu gegebener Zeit wichtige Themen aufgreifen und bearbeiten, auch wenn es nicht einfach wird – was ein heute wichtiges Thema ist, kann morgen schon wieder vom Tisch sein. Man muss sich auf jeden Fall an die aktuelle Situation anpassen und darauf achten, was junge Unternehmer brauchen und wollen, und darauf in Echtzeit reagieren.

»Die Zufriedenheit unserer Jungunternehmer liegt mir sehr am Herzen – jeder soll sich gut vertreten fühlen.«

Paul Haas

## Welche Schwerpunkte hast du dir vorgenommen?

Die Schwerpunkte wurden noch nicht genau festgelegt. Wir sind dabei, die Themen im Detail zu besprechen – auch mit der Jungen Wirtschaft Österreich.

## Hast du dir persönliche Ziele gesetzt?

Alles in allem möchte ich einfach einen guten Job machen. Nach meiner Amtszeit soll man sagen, dass etwas weitergegangen ist! Die Zufriedenheit unserer Jungunternehmer liegt mir sehr am Herzen – jeder soll sich gut vertreten fühlen. Wichtig ist es mir auch, die Überparteilichkeit zu wahren.

## Wie schaffst du den Spagat zwischen JW und Unternehmertum?

Das wird wahrscheinlich die Zeit zeigen. Die Corona-Krise ist natürlich auch für mich als Unternehmer eine sehr fordernde Zeit. Außerdem möchte ich mit meinem Lokal

»Wir haben es geschafft, dass die Wirtschaft in der neuen Kärntner Landesverfassung vorkommt! Dazu kommt das wichtige Thema Breitbandausbau, das wir in den letzten Jahren nachhaltig stärken konnten.«

Marc Gfrerer, JW-Landesvorsitzender 2017–2020



# Bye bye, Marc Gfrerer!

Die letzten drei Jahre war Marc Gfrerer als Landesvorsitzender der Jungen Wirtschaft Kärnten im Amt. Als engagierter Unternehmer und liebevoller Familienvater hatte er von 2017 bis 2020 stets ein offenes Ohr für die Anliegen der Jungunternehmer – auch in Zukunft möchte er sich ehrenamtlich engagieren.

expandieren – das Augustin soll es ab nächstem Jahr auch in Villach geben. Es wird sicherlich eine intensive Zeit, aber ich baue da auf das gut aufgestellte Team, gegenseitige Unterstützung und eine dementsprechende Verteilung der Aufgaben.

## Ein paar Worte zum neuen Team?

Das Team ist grundsätzlich gleich geblieben, nur Martin Figge ist neu im Vorstand. Ich sehe das ganz getreu dem Motto „never change a running system“ – wir haben bereits in der Vergangenheit sehr erfolgreich zusammengearbeitet und ich gehe davon aus, dass das auch weiterhin so bleibt. *[mm]* ■

Eine Übergabe unter Freunden: Paul Haas (links) war bisher schon Mitglied im Team von Marc Gfrerer



## Wie blickst du auf deine Zeit als JW-Landesvorsitzender zurück?

Marc Gfrerer: Mit einem lachenden und einem weinenden Auge. Lachend, weil ich so viele tolle Momente erleben durfte. Weinend, weil jeder Abschied schmerzt und ich mir eigentlich für 2020 sehr viel vorgenommen hatte, was leider der Corona-Krise zum Opfer gefallen ist.

## An welche Meilensteine erinnerst du dich besonders gut?

Wir haben es geschafft, dass die Wirtschaft in der neuen Kärntner Landesverfassung vorkommt! Außerdem das wichtige Thema Breitbandausbau, das wir in den letzten Jahren nachhaltig stärken konnten. Unsere Funktionäre haben dafür fast alle Kärntner Bürgermeister besucht und die Erstellung von Breitband-Masterplänen beworben. Dadurch konnte der Grundstein für zukünftige Ausbauten gelegt werden. Wir hatten auch gefordert, dass das Land Kärnten mindestens 15 Millionen Euro jährlich Steuergeld in den Breitbandausbau stecken soll – herausgekommen ist eine eigenständige GmbH mit einem dreijährigen Budget von 60 Millionen Euro. Da bekomme ich jedes Mal Gänsehaut! Auch auf Bundesebene gab es zahlreiche Themen, die wir vorantreiben durften.

## Übernimmst du weiterhin Agenden der Jungen Wirtschaft?

Ich bleibe natürlich in beratender Funktion erhalten. Aber aufgrund meines „reifen“ Alters von über 40 sind meine aktiven Zeiten in der JW gezählt – ich freue mich sehr, dass es so tolle und motivierte Funktionäre gibt, die den Weg weiter gehen werden. Generell finde ich es richtig, dass man eine Funktion nicht ein Leben lang ausüben kann. Man wird sonst betriebsblind!

## Welchen Tipp hast du für deinen Nachfolger Paul Haas?

Ratschläge sind immer auch Schläge! Ich hüte mich davor, meinen Nachfolger zu beeinflussen. Sowohl die Zusammensetzung des Teams als auch die Umsetzung zukünftiger Themen liegen nun in seiner Hand – natürlich werde ich ihm aber gerne bei Bedarf zur Seite stehen! Paul vereint viele Eigenschaften, die die Junge Wirtschaft repräsentieren – er blickt über den Tellerrand hinaus, ist ein leidenschaftlicher Netzwerker und erfolgreicher Unternehmer und er weiß, dass die Junge Wirtschaft etwas bewegen und man Spaß haben kann.

## Was sind deine Pläne für die Zukunft?

Ich bin nach wie vor leidenschaftlicher Unternehmer und engagiere mich weiterhin ehrenamtlich für Unternehmer in meiner Fachgruppe UBIT. Als Präsident des SIC (Software Internet Cluster) habe ich auch noch einiges vor. Unternehmerisch werde ich vermehrt außerhalb Kärntens sein, da ich seit letztem Jahr in Wien einen eigenen Betriebsstandort habe. Der nachhaltige Aufbau des Unternehmens und die agile Führung sind laufende Ziele. Ich bin immer wieder stolz auf mein Team, wenn während meines Urlaubes alles weiterläuft und ich mich zu 100 Prozent entspannen und Energie tanken kann.

# Mit voller Power in Richtung Unternehmertum

Virtuell, mit genügend Abstand und vor allem gesund trafen sich am 2. Oktober Kärntens Jungunternehmer am ersten „Online Gründer- und Jungunternehmertag“.

Alles was Gründer- und Jungunternehmer für einen erfolgreichen Start ins Unternehmertum benötigen, stand im Fokus dieser Veranstaltung. Hochkarätige Workshops für jede Gründungsphase, viel nützliches Know-how und digitales Expertenwissen erwartete die Jungunternehmer. So wurde heuer zum ersten Mal eine digitale Infoarea für die Teilnehmer eingerichtet. Hier konnten sie mit nur einem Klick wichtige Informationen rund ums Thema Selbstständigkeit erfragen und im Onlinegespräch vom umfangreichen Know-how der Experten profitieren. All ihre Fragen wurden im Livegespräch oder via Chat beantwortet.

„Gründen steht auch während dieser Pandemie für viele im Vordergrund. Das merken wir ganz stark

bei uns im Gründerservice. Deshalb ist es uns auch sehr wichtig, Unternehmensgründer bestmöglich zu unterstützen, auch wenn es nicht wie gewohnt persönlich, von Angesicht zu Angesicht, sein kann. Durch unseren Online Gründer- und Jungunternehmertag 2020 konnten wir vielen Teilnehmern den Weg in Richtung Selbstständigkeit ein wenig erleichtern, ohne ihre Gesundheit dabei zu gefährden. Natürlich hoffen wir, dass sich die Lage bis zum nächsten Jahr verbessern wird, sollte es aber nicht der Fall sein, werden wir bestimmt wieder eine Möglichkeit finden, Gründern und Jungunternehmern aus Kärnten das Thema Selbstständigkeit näherzubringen und sie dabei zu unterstützen“, so Christina Tscharre, Leiterin des Gründerservice Kärnten.



Mehr dazu unter [www.tinyurl.com/erfolg27](http://www.tinyurl.com/erfolg27)



# EventREICH

virtuell



## MITEINAND SICHER AUS DER KRISE

# JW Summit 2020

Begeisternde Talks vor leeren Rängen, dafür rekordverdächtige 2.000 Jungunternehmer vor den Computern. Der virtuelle JW Summit 2020 hatte einiges zu bieten.

Von 25. bis 26. September fand in der Arena Nova in Wiener Neustadt der JW Summit mit dem Motto „Miteinander sicher aus der Krise“ statt. Fast 2.000 junge Unternehmer – so viele wie nie zuvor in der Geschichte der JW – nahmen teil. Und trotzdem waren die Hallen der Arena Nova fast menschenleer. Denn aufgrund der Corona-Pandemie fand der gesamte Event virtuell statt. Das tat jedoch weder der Stimmung vor Ort noch der hohen Qualität der Speaker auf dem Podium einen Abbruch. Alle Keynotes, Talks, Interviews, das Gewinnspiel ... – das volle Informations- und Impulsprogramm des JW Summit – wurden live gestreamt.

„Wir haben schwierige Zeiten hinter uns und manche stecken noch ganz tief in der Krise“, sagte Christiane Holzinger, die Bundesvorsitzende der JW, bei ihrer Keynote. Aber die heimischen Jungunternehmer seien die Mutmacher und die Zugpferde für andere, für ganz Österreich: „Unser Platz ist nicht an der Klagemauer, sondern auf dem Spielfeld“, erklärte die JW-Bundesvorsitzende.

Videos, Fotos und Berichte findest du unter [blog.jungewirtschaft.at](http://blog.jungewirtschaft.at)

# ERFOLGS TYPEN

→ Hier können sich Hidden Champions nicht mehr verstecken



BÄCKEREI

## Gemeinsam Lösungen finden

„Die Corona-Krise hat sich in unserer Branche sehr unterschiedlich ausgewirkt. Bäcker mit Schwerpunkt in der Gastronomie waren stärker betroffen als klassische Landbäcker. Bei Produzenten für den Lebensmittelhandel haben sich die Beeinträchtigungen in Grenzen gehalten. Nach den anfänglichen Hamsterkäufen im April und Mai war aber doch ein deutliches Minus bemerkbar, ab Mitte Juni hatte sich die Lage wieder normalisiert. Ich war mir von Anfang an sicher, dass wir gut durch die Krise kommen werden. Die Bäckereibranche gehört zur Grundversorgung und war auch in der Vergangenheit wenig von globalen Krisen betroffen – allerdings waren die letzten Monate eine Herausforderung, die mir und meinem Team sowohl in der Firma als auch bei der JW vieles abverlangt hat. Vor allem als Unternehmer wurde mir bewusst, dass es unvorhergesehene Krisen jederzeit geben kann, aber dass durch das Einbinden aller gemeinsam Lösungen gefunden werden können.“

**Peter Storfer,**  
Knusperstube  
Bäckerei und Be-  
zirksvorsitzender  
der JW Wolfsberg



**ERFOLGREICH IN DER CORONA-KRISE**

# COVID- Comeback

Weil Not erfinderisch und eine Krise kreativ macht:

Die Corona-Krise zeigt ihre Auswirkungen auf allen Ebenen.

Unsere Jungunternehmer haben es derzeit nicht leicht –  
mitunter ein Grund, sich mit noch mehr Mut und

Innovationsgeist zu rüsten.

## Weckruf für Onlinestrategien

„Speziell bei uns im Onlinemarketing war COVID-19 ein Treiber in Richtung Digitalisierung. Besonders für Betriebe, die noch nicht onlinefit waren, war Corona sicherlich ein Weckruf. Auf JW-Bezirksebene haben wir die ersten Wochen des Lockdowns genutzt, um heimische Onlineshops auf unseren Social-Media-Kanälen vorzustellen – dafür haben wir ein Drittel unseres JW-Bezirksbudgets investiert. Es gab keine Zeit, Trübsal zu blasen. Sowohl in meinem Beruf, als auch als Bezirksvorsitzender habe ich registriert, dass viele Unternehmer ihr Geschäftsmodell verändern. Hier fordern wir von der JW auf Landesebene, dass Beratungen zur Geschäftsmodellveränderung gefördert werden. Als Unternehmensberater sowie E-Commerce- und Social-Media-Consultant rate ich jedem Unternehmer, sich spätestens jetzt Gedanken über seinen digitalen Auftritt und mögliche digitale Vertriebsprozesse zu machen. Und, besonders wichtig in Zeiten der Krise: Geteiltes Leid ist halbes Leid!“

**Martin Figge**, Werbeagentur Figge, Stv. Landesvorsitzender der JW Kärnten und Bezirksvorsitzender der JW St. Veit



### EVENT UND SOCIAL MEDIA

## Zeit für Weiterbildung

„Ich habe mich während des Lockdowns auf eine Weiterbildung rund um das Thema Filmen und Schneiden fokussiert. Auch im Gespräch mit langjährigen Partnern konnte ich mir so eine tolle Expertise aneignen. Die neue Herausforderung bereitet mir Spaß und ich kann mein Gespür für Details und meine Kreativität ausleben. Ich bin seit letztem Jahr im Eventmanagement selbstständig und habe nun auch das freie Gewerbe der Filmerei angemeldet. Schnell habe ich erkannt, wie wichtig kurze, eindrucksvolle Clips für Verkaufsstrategien im Social-Media-Bereich sind – was ich auch schon für Kunden wie Brautgeflüster in Villach oder das Bierhaus zum Augustin umsetzen durfte. Für mich sicherlich keine leichte, aber durchwegs produktive Zeit!“

**Christian Gössler**, dashmedia



## Tipp: Corona-Infopoint der WK Kärnten

Laufende Updates und umfassende Serviceangebote für von COVID-19 betroffene Betriebe findet ihr unter [www.wko.at/corona](http://www.wko.at/corona).

## »Die Krise hat gezeigt, wie wichtig Flexibilität ist!«

Christine Hübner

### FARBENHANDEL

## Auf Flexibilität setzen

„Unsere Branche hat von der Krise profitiert! Die Menschen waren zu Hause und hatten Zeit zum Ausmalen und Renovieren. Auch die Tatsache, dass viele ihren Urlaub zu Hause verbracht haben, hat dafür gesorgt, dass die Leute ihre eigenen vier Wände verschönern wollten. Die Nachfrage blieb während des Lockdowns also Gott sei Dank gleich – im B2B Versand haben wir schnellstmöglich auf Postversand und Zustellung bzw. Abholung mit dem firmeneigenen LKW umgerüstet. Die Kunden konnten per Facebook, WhatsApp, E-Mail und Telefon sowie im Onlineshop bestellen. In den ersten Tagen hat uns die Umstellung sehr gefordert, wir haben uns aber darauf eingelassen und nach knapp einer Woche funktionierte alles reibungslos. Die Krise hat gezeigt, wie wichtig Flexibilität ist! Deshalb wollen wir in Zukunft den Onlinevertrieb stärker ausbauen und auf Social Media dauerhaft präsent sein.“

**Christine Hübner**, Farben Hübner



## ERFOLGSGESCHICHTE

# Vom Schock zum Patent

Der Lockdown war für den Klagenfurter Wolfgang Repitsch und sein Team ein harter Schlag. Schließlich zählen Gastronomie und Hotellerie zu seinen Kunden. Doch dann führte der Zufall direkt zu einer Weltneuheit: antivirale Servietten und Einwegtischwäsche. Diese schützen vor COVID-19, indem sie bei Kontakt Viren, Bakterien und Keime vernichten.

**W**ie geht es jetzt weiter? Was mache ich mit den Mitarbeitern? Diese Fragen beschäftigten im März und April viele Selbstständige. Auch der Klagenfurter Wolfgang Repitsch gehört dazu. „Aber aufgegeben wird nur ein Brief“, erzählt der Unternehmer. Selbst in schlechten Zeiten steht er zu seinen Mitarbeitern. „Natürlich waren wir alle geschockt und es war hart. Jeder muss das Beste aus einer Situation machen, was anderes gibt es nicht“, sagt Repitsch. Bei einem gemeinsamen Meeting kam dann die Idee zu antiviralen Einwegprodukten. Es folgte ein Anruf beim Patentanwalt und nach zwei Tagen die Erkenntnis: So etwas gibt es noch nicht auf dem Markt.

### SCHUTZSCHILD GEGEN VIREN

Von der Serviette über Tischläufer bis hin zu Untersetzer – mit einem speziellen Verfahren wird auf die Produkte ein antivirales und antibakterielles Schutzschild aufgetragen, das lange bestehen bleibt. Bei Kontakt, also wenn zum Beispiel die Serviette in die Hände genommen wird, werden Viren, Bakterien und Keime vernichtet. Optik und Haptik bleiben unverändert. Genauso wie die Umweltverträglichkeit. Die Einwegprodukte bestehen aus Zellstoff oder anderen Naturfasern und können kompostiert oder dem Wertstoffkreislauf wieder zugeführt werden. „Wir haben alles patentlich schützen lassen und sind frohen Mutes und für die Zukunft gerüstet“, freut sich Repitsch.



## Fakten Wolfgang Repitsch

### PERSON

Wolfgang Repitsch, Ironman-Finisher und Stadtrichter zu Klagenfurt, ist seit 2003 Geschäftsführer der Hantermann GmbH Österreich mit acht Mitarbeitern und Geschäftsführer der MBG Premium Brands Austria GmbH in Klagenfurt.

### GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Hantermann produziert Einwegtischwäsche wie Servietten oder Mitteldecken, Speisekarten mit eigenem Werbedruck sowie Handelsware für Gastronomie und Hotellerie. Den Familienbetrieb gibt es seit 65 Jahren, produziert wird in Deutschland. [www.hantermann.eu](http://www.hantermann.eu)

MBG International Premium Brands Austria umfasst den Getränkehandel mit Wein, Mineralwasser, Prosecco und Spirituosen für Gastronomie und Handel. [www.mbgglobal.net](http://www.mbgglobal.net)

### ERLEICHTERUNG UND UNGEWISSHEIT

Im Sommer blühten Gastronomie und Hotellerie in Kärnten wieder auf. „Das war unsere Zeit. Wir haben Tag und Nacht gearbeitet, damit wir die Betriebe beliefern können mit bedruckten Servietten. Kunden, die sonst nur einmal im Jahr bestellen, haben zwei- oder dreimal nachbestellt. Das hat uns gerettet“, erklärt Repitsch.

Wie die Wintermonate aussehen werden, weiß niemand. Umso wichtiger ist es, direkten Kontakt mit Kunden zu halten. „Wir bekommen direkt aus Gastronomie und Hotellerie wertvolle Informationen“, erzählt Repitsch. Ob gestandener Unternehmer oder Gründer, selbstständig bedeutet für ihn selbst und ständig. „Man muss wirklich immer umtriebig sein, aufmerksam den Markt beobachten und das Ohr offen haben. Dadurch erfährt man viel und kommt auf neue Ideen.“ **(aa)** ■



„Wir sitzen alle im gleichen Boot. Jeder muss das Beste daraus machen, immer aufmerksam den Markt beobachten und durchhalten, auch wenn es schwierig ist.“ **Wolfgang Repitsch**

# Unternehmerin mit Turbo

Mit ihrer Eventagentur UNIKAT Events hat sich Nika Basic in den letzten Jahren einen Namen gemacht. Seit der Gründung ist sie Unternehmerin mit Leib und Seele – auch wenn ihr COVID-Regelungen für die Veranstaltungsbranche mehr als einmal Steine in den Weg gelegt haben. Die junge Unternehmerin glänzte aber auch nach dem Lockdown vor allem durch eines: unermüdlichen Kampfgeist.



„COVID-19 hat meine Branche zum kompletten Stillstand gebracht“, erzählt uns Nika Basic. Generell spricht die Jungunternehmerin von zahlreichen offenen Fragen, Rat- und Ahnungslosigkeit in der Eventbranche. „Es weiß niemand genau, wie es langfristig weitergehen soll. Wir mussten kreativ werden.“ Auch wenn die letzten Monate hart waren, so gehört Nika Basic sicherlich nicht zu denjenigen, die den Kopf in den Sand stecken. Mehr als einmal hat sie anderen Jungunternehmern mit ihren ehrlichen Worten aus der Seele gesprochen und sie animiert und motiviert weiterzumachen. „Ehrlich gesagt: Es ist nicht immer leicht. Mein Partner und ich haben die Zeit genutzt, um uns im Onlinebereich weiterzubilden – dadurch hatten wir täglichen neuen Input und konnten neue Ideen kreieren. Die meisten davon haben wir gleich selbst ausprobiert und umgesetzt“, erzählt Basic.

#### LIVESHOPPING UND ONLINEVERTRIEB

Langweilig wurde es rund um die Agenturinhaberin und ihr Team auch während des Lockdowns nie. Stets aktiv auf Social-Media-Kanälen, mit Witz und Ehrlichkeit, brachte Nika Basic ihre Ideen an den Mann: „Ich versuche, den Handel bzw. den Vertrieb meiner Kunden voranzutreiben. Viele haben keinen oder einen unzureichenden Onlineauftritt oder Onlineshop. Für diese Kunden haben wir das Konzept Liveshopping entwickelt: Ich moderiere direkt im Laden und die Endkunden können im Livechat mitbestimmen, was gezeigt wird, direkt Kaufanfragen schicken. Hier setzen wir stark auf Interaktion und das kommt wirklich gut an. Dann gibt es noch unsere Onlinefashionshows – statt langweiliger Produktfotos produzieren wir Kurzclips, in denen die Models meiner Agentur die Mode oder Ware des jeweiligen Ausstatters in Szene setze.“

Zusätzlich wurde zum beliebten Liveshopping ein Onlineshop installiert, das soll künftig mehr Klarheit über den Erfolg des Livestreams geben. Im Vorfeld wird im UNIKAT-Onlineshop eine gewisse Anzahl von Produkten freigeschaltet und die Zuschauer des Liveshoppings können währenddessen oder im Anschluss direkt die gesehenen Produkte kaufen. „Immer mehr Firmen melden sich für langfristige Kooperationen. In den letzten Monaten wurde besonders deutlich, wie wichtig Social Media sind und welche Reichweite durch sie generiert werden kann – ich denke, das wird auch für das Weihnachtsgeschäft sehr interessant sein. Viele Kunden werden den Weihnachtstrubel meiden wollen und auf volle Geschäfte verzichten“, erklärt die Unternehmerin zuversichtlich. Außerdem möchte sie das beliebte Liveshopping für



Beim Konzept Liveshop moderiert Nika Basic direkt im Laden und die Endkunden können im Livechat mitbestimmen, was gezeigt wird

Großkunden im deutschsprachigen Raum anbieten und ausbauen. Mit Onlineproduktpräsentationen sieht sie sich definitiv am Puls der Zeit: „Der Handel kann in Zukunft nur durch individuelle, innovative und stets neue Ideen neben Zalando und anderen großen Onlineshops bestehen. Wichtig dabei ist eine gute Mischung aus persönlicher Betreuung und professioneller Präsenz im Onlinebereich.“

#### „NIE VOR VERÄNDERUNG ZURÜCKSCHRECKEN“

„Vor allem mein Partner hat sich in den technischen Bereich eingearbeitet, dadurch konnten wir unsere Ideen optimal umsetzen“, sagt Basic. Vor allem hat sie auf ihr großes Netzwerk gesetzt, das ihr mit Rat und Austausch zur Seite stand. Aus der Krise und ihren Folgen zieht sie jedenfalls Schlüsse für die Zukunft: „Man darf nie vor Veränderung zurückschrecken. Vieles scheitert an einem selbst, weil man sich nicht traut. Mehr Mut ist gefragt – offen sein für Neues und manchmal muss man dafür eben ein bisschen Geld und Zeit in die Hand nehmen.“

Unbändig der Mut, unendlich die Ideen – Nika Basic zeigt, dass sich Weitermachen auch in Krisenzeiten lohnt. Offensein für Neues und schnelles Umdenken werden sicherlich auch in den nächsten Monaten gefragt sein. Auch wenn der Weg unklar ist: Sich das Ziel vor Augen zu halten, ist wohl das A und O. (mm) ■

»In den letzten Monaten wurde besonders deutlich, wie wichtig Social Media sind und welche Reichweite durch sie generiert werden kann.«

Nika Basic



## Fakten

### UNIKAT Events

#### GEGRÜNDET

2014

#### GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

UNIKAT Events kümmert sich um die Organisation von Veranstaltungen und Personal, Promotioneinsätzen, Messebetreuungen, Fashionshows und Fotoshootings. Außerdem hat Nika Basic ein großes Netzwerk an Serviceaushilfen für die Gastronomie.

#### WEITERE INFOS

Seit heuer bietet die Agentur auch Personal für Contact-Tracing und COVID-19-Maßnahmen an. [unikat-events.at](http://unikat-events.at)

# Show me what you got!

Sich sichtbar machen: Gerade im aktuellen Medientrübels ist Werbung wohl wichtiger denn je, um nicht völlig unterzugehen. Auf der Plattform „diesichtbarmacher.at“ findet man spezialisierte Agenturen oder individuell konfigurierte Werbetaams für alle Bedürfnisse.

**W**erbeagenturen, Grafiker, Illustratoren, Filmer und Webdesigner und viele mehr aus dem Oberkärntner Raum haben sich hier zusammengeschlossen, um Kunden auf dem Markt wieder sichtbar zu positionieren. Die Plattform liefert einen raschen Überblick über Leistungsangebote und Vielfältigkeit – so kommt man mit nur wenigen Klicks zum passenden Kreativpartner oder dem gewünschten Werbetaam. Warum? Die Werbeszene in Oberkärnten wird leider unter ihrem Wert gehandelt. Deshalb haben sich Werbefachleute aus dem Gebiet zusammengefunden, um gemeinsam auf das regionale Kreativangebot aufmerksam zu machen und die Abwanderung von Werbeaufträgen einzudämmen. Die Plattform „diesichtbarmacher.at“ bietet Unternehmen eine schnelle und breite Übersicht über das kreative Potenzial professioneller Werbepartner vor Ort. Für spezielle Projekte besteht auch die Möglichkeit von Kooperationen der Sichtbarmacher untereinander. Nach dem Corona-Shutdown und der derzeit schwierigen wirtschaftlichen Situation wollen „Die Sichtbarmacher“ ein Zeichen setzen und Unternehmen unterstützen. So ist die Idee des „Corona-Ratenhonorars“ entstanden, durch das die jetzt dringend benötigte Werbung auch finanziell ermöglicht wird. Die Sichtbarmacher helfen den Unternehmen, „gesehen“ zu werden, und sichern deren Bestehen in der Region.

»Während des Lockdowns wurde umso mehr bewusst: Nur gemeinsam sind wir stark!«

Michael Neuwirth

## WEGE IN DIE ZUKUNFT

„Nach den ersten drei Wochen des Lockdowns hat sich ein mulmiges Gefühl der Unsicherheit eingeschlichen, auch mit dem Homeoffice stößt man irgendwann an seine Grenzen – der zwischenmenschliche Kontakt fehlt“, erzählt Corinna Hackl, Designerin und Mitgründerin der Plattform. „Im April haben wir unsere erste Videokonferenz mit den Branchenkollegen aus dem Bezirk organisiert. Wir wollten jedem die Möglichkeit bieten, sich mit anderen über die Situation auszutauschen.“ Nach vorangegangenen Netzwerktreffen hat sich in der Zeit des Lockdowns herauskristallisiert, dass aus dem Netzwerk noch mehr entstehen soll: Die Resonanz war groß, die Idee geboren. „Da es für mich unbedingt weitergehen sollte, nutzte ich die

Auf der Plattform „diesichtbarmacher.at“ findet man spezialisierte Agenturen oder individuell konfigurierte Werbetaams für alle Bedürfnisse





Die Kreativen aus Oberkärnten wollen sich nicht nur gemeinsam präsentieren, sondern auch regelmäßige Treffen und Ideen initiieren

Zeit zum Austausch mit meinen Geschäftspartnern, die teilweise ebenso wie ich betroffen waren. Allen wurde umso mehr bewusst: Nur gemeinsam sind wir stark!“, erzählt Michael Neuwirth, Fotograf und Mitglied der „Sichtbarmacher“. Die neue Plattform bringt allen großen Nutzen: der Kreativwirtschaft in Oberkärnten, den ansässigen Unternehmen und somit in Folge der gesamten Region als Wirtschafts- und Lebensraum. „Wir sind ein großer Bezirk mit vielen genialen Köpfen, die es verstehen, Dinge und Menschen sichtbar zu machen“, erklärt Corinna Hackl.

#### STARKE IDEEN AUS KÄRNTEN

„Bei einem Onlinemeeting der Kreativen aus Oberkärnten stellten wir fest, wie wichtig es wäre, kreative Oberkärntner Unternehmen auf einer Plattform sichtbar zu machen. Damit möchten wir zeigen, dass man für Aufträge im Kreativbereich nicht nach Unternehmen in einem anderen Bundesland suchen muss“, erzählt Neuwirth. „Man muss auf Netzwerke setzen, Neues entwickeln und große Projekte gemeinsam umsetzen.“

»Aller Anfang ist schwer, aber man darf die Zusammenarbeit mit seinen Branchenkollegen und dem Mitbewerb nicht scheuen.«

Corinna Hackl



Die Plattform ist immer auf der Suche nach neuen Mitgliedern. „Wir sind bemüht, die Grundidee der Sichtbarmacher an alle bestehenden Mitglieder weiterzutragen, noch mehr Gemeinsames auf die Beine zu stellen – zum Beispiel regelmäßige Treffen mit interessanten Branchenthemen und gemeinsame Ideen- und Projektentwicklung für die Region“, sagt Corinna Hackl, positiv in die Zukunft blickend. „Aller Anfang ist schwer, aber man darf die Zusammenarbeit mit seinen Branchenkollegen und dem Mitbewerb nicht scheuen. Es ergeben sich daraus neue Synergien und irrsinnig viele kreative Projekte, die man allein vielleicht gar nicht umsetzen kann.“ (mm) ■



Fakten  
**diesichtbar-**  
**macher.at**

#### GEGRÜNDET

2020

#### GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Werbeagenturen, Grafiker, Illustratoren, Filmer und Webdesigner und viele mehr aus dem Oberkärntner Raum haben sich hier zusammengeschlossen, um Kunden auf dem Markt wieder sichtbar zu positionieren.

#### MITGLIEDER

20

#### WEITERE INFOS

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

# ERFOLGSFAKTOR

→ Marketing und Sales, ein bisschen quer- und längsgedacht

## EXKLUSIVE ANGEBOTE FÜR JW-MITGLIEDER

# Vorteilhaft

Neben einer starken Interessenvertretung, einem kompetenten Service und einem attraktiven Netzwerk bietet die Junge Wirtschaft Kärnten auch exklusive Partnerangebote für ihre Mitglieder.



Die Junge Wirtschaft Kärnten hat viel zu bieten. Die kostenlose Mitgliedschaft öffnet ihren Mitgliedern die Türen zu interessanten und neuen Kontakten über regionale, nationale und internationale Netzwerke. Sie vertritt die unternehmerischen Interessen und macht sich stark für ein junges, erfolgreiches Wirtschaften mit Zukunft. Mit einem umfangreichen Serviceangebot steht das Team der Jungen Wirtschaft ihren Mitgliedern immer mit Rat und Tat zur Seite.

Bei allen Bemühungen geht es immer darum, die bestmöglichen Rahmenbedingungen für Jungunternehmer zu schaffen. So wie bei den exklusiven Mitgliederangeboten. Die Junge Wirtschaft erarbeitete mit ihren Kooperationspartnern attraktive Angebote für die JW-Mitglieder, die genau auf die Bedürfnisse von jungen Wirtschaftstreibenden zugeschnitten sind.

### Exklusiv für JW-Mitglieder

Detaillierte Informationen zu den Partnerangeboten gibt es unter:

[www.netzwerkzumerfolg.at/angebote-fuer-mitglieder/](http://www.netzwerkzumerfolg.at/angebote-fuer-mitglieder/)

Reinschauen lohnt sich!

### Kärntner Sparkasse

Die Kärntner Sparkasse ist der verlässliche Partner bei allen Themen rund um die finanzielle Seite der Selbstständigkeit. Geboten wird eine umfassende Unterstützung bei Fragen zu Businessplan, Finanzierung, Förderung und Co. Neben vielen attraktiven Angeboten gibt es zum Beispiel auch das s Gründerkonto im ersten Jahr um 10 Euro pro Monat.

### KSV1870

Die Leistungen des KSV1870 sind darauf ausgelegt, Unternehmen vor Risiken und finanziellen Verlusten zu schützen. Gerade bei jungen Unternehmen, die sich noch in der Aufbauphase befinden, ist es unerlässlich zu wissen, ob ein neuer Geschäftspartner auch zahlungsfähig ist. Auch rasches Handeln bei Zahlungsverzug ist essenziell, damit der Cashflow des jungen Unternehmens nicht gefährdet ist. Deshalb bietet der KSV1870 Jungunternehmen eine Gratismitgliedschaft über 3 Jahre an!

### mediapool

Videos zählen zu den effektivsten Werbemaßnahmen – sie bleiben in Erinnerung, schaffen Aufmerksamkeit und vermitteln Emotionen. mediapool ist der Ansprechpartner, wenn es um die Umsetzung von Videos geht. Speziell für Jungunternehmer ist es wichtig, sich effektiv bei ihrer Zielgruppe zu präsentieren und dafür nicht zu tief in den Geldbeutel greifen zu müssen. Deshalb bietet mediapool allen JW-Mitgliedern 30 % Nachlass auf eine Videoproduktion für ihr Unternehmensvideo.

# Kostenlose Wege zu neuen Kunden



Gratis ist nicht umsonst. Schon gar nicht im **Marketing**. Es gibt viele Möglichkeiten, wie sich Gründer und Jungunternehmer ohne großen Aufwand und dicke Brieftasche sichtbar machen können. Ein Best-of-Fahrplan an bewährten Maßnahmen.

**M**it richtig viel Geld in der Tasche ist Marketing einfach: ein TV-Spot da, ein Inserat dort. Die Kampagne ausgelagert an die Profis. Schon dreht sich die Werbetrommel auf verschiedenen Kanälen. Doch die meisten Gründer und Jungunternehmer können sich das nicht leisten. Gerade zu Beginn ist das Marketingbudget schmal. Jeder Euro muss zweimal umgedreht werden, bis die ersten rentablen Kunden an Land gezogen sind. Umso wichtiger ist es, in dieser Phase strategisch vorzugehen, sich nicht zu übernehmen und kostenlose Marketingmöglichkeiten für sich zu nutzen. Online und offline. Denn wer mit Marketing richtig erfolgreich sein will, braucht heute einen ausgewogenen Marketingmix.

»Jetzt ist der ideale Zeitpunkt, sich Gedanken über die nächsten Marketingschritte für das neue Jahr zu machen.«

Je besser die verschiedenen Maßnahmen miteinander verknüpft sind, desto positiver fällt das gesamte Ergebnis aus. Was man dazu braucht? Eine Stunde Zeit, um für sich selbst einen Plan zu machen. Welche Schwerpunkte gilt es, im nächsten Monat, im nächsten Quartal, im nächsten Jahr im Marketing zu setzen? Welche der kostenlosen Marketingmöglichkeiten soll als Erstes umgesetzt oder noch ein Stückchen verbessert werden? Punkt für Punkt wird dann abgearbeitet. Einmal in der Woche zu einem fixen Zeitpunkt. Immer mit Fokus auf die eigene Zielgruppe.

Marketingtrends kommen und gehen. Nichtsagende Werbefloskeln gehören der Vergangenheit an, genauso wie leere Versprechen. Was immer zählt, sind Authentizität, Persönlichkeit und der Mut, Dinge anders zu machen als andere. Mehr denn je werden im Marketing Lösungen und Mehrwert für den Kunden in den Mittelpunkt gestellt. Wer sich dabei selbst treu bleibt und sein Angebot klar kommuniziert, hat einen Startvorteil. →

# Marketingideen

... die etwas bringen, ohne viel zu kosten



## Offline

## Online

### UM EMPFEHLUNGEN BITTEN

Wenn Kunden eine Empfehlung für dich aussprechen, ist das toll. Aber auch andere Menschen können dich weiterempfehlen. Wer in deinem Netzwerk hat einen Draht zu deiner Zielgruppe? Stell dieser Person deine Gründungsidee vor und bitte ihn um eine Empfehlung. Empfehlungen von Kunden kannst du als vertrauensbildende Referenz in deinen Folder oder deine Verkaufsunterlagen einbauen.



### DAS AUTO ALS WERBEFLÄCHE

Schon mal überlegt, das eigene Auto als Werbefläche zu nutzen? Wenn die Autobeklebung gut gemacht ist, fällst du positiv auf – in der Stadt und auf dem Land. Vor allem mobile Dienstleister haben damit bereits gute Erfahrungen gemacht. Kein Auto? Macht nichts. Auch ein Fahrrad kann wunderbar als Marketingassistent funktionieren – oder eine große Tasche mit Botschaft in öffentlichen Verkehrsmitteln.



### MESSEN UND EVENTS

Klar, situationsbedingt gibt es aktuell nicht so viele große Veranstaltungen. Aber fühle doch schon jetzt mal vor, ob du nicht im nächsten Jahr bei einem deiner Netzwerk- oder Kooperationspartner den Messestand mitbenützen kannst. Sind Events geplant, bei denen sich deine Zielgruppe vernetzt? Vielleicht kannst du dort einen Vortrag halten oder dich als Sponsor sichtbar machen. Beim Sponsoring geht's nicht nur um Geld als Gegenleistung, sondern auch um Sach- oder Dienstleistungen.

### GIVE-AWAYS MIT WERBEBOTSCHAFT

Überlege dir kleine kreative und nützliche Give-aways, die mit deiner Geschäftsidee zu tun haben und die du gemeinsam mit deiner Visitenkarte beim Erstgespräch beim Kunden lassen kannst oder als Dankeschön für den Auftrag oder eine Empfehlung überreichst. Eine Motivationskarte als Coach, Blumensamen als Gärtner, einen Holzschlüsselanhänger als Tischler ...

### SOCIAL-MEDIA-KANÄLE

Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Snapchat. Es gibt längst nicht mehr nur einen Social-Media-Kanal. Welchen Kanal benutzt deine Zielgruppe? Sei auch dort aktiv und überlege dir eine Postingstrategie. Tipp: Das Vorplanen von Beiträgen ist bei vielen Plattformen kostenlos. Das erspart Zeit und nimmt den Druck beim Posten.

### RICHTIGE KEYWORDS FINDEN

Die schönste Webseite bringt dir nichts, wenn sie im Web nicht gefunden wird. Daher ist eine gute Suchmaschinenoptimierung das Um und Auf. Und damit diese auf einer soliden Basis steht, solltest du herausfinden, wie deine Kunden nach deinem Angebot suchen. Was geben sie in die Suchmaschine ein? Nach welchen Fragen suchen sie Antworten?



### E-MAIL-MARKETING

Fange so früh wie möglich an, einen Newsletter aufzubauen und regelmäßig Kontakt zu potenziellen Kunden zu halten. Dafür kannst du zum Beispiel kostenlose Newsletterprogramme verwenden, die dir helfen, Kundendaten ordnungsgemäß zu verwalten.

### FIRMENVORSTELLUNG AUF VERZEICHNISSEN

Hast du schon deinen Eintrag im Firmen A-Z der Wirtschaftskammer aktualisiert und ergänzt? Hier kannst du kostenlos mehr Informationen über dein Unternehmen preisgeben, einen Link zu deiner Webseite setzen und dein Logo einfügen. Weitere Informationen: [www.wko.at/service/WKO.at\\_Firmen-A-Z.html](http://www.wko.at/service/WKO.at_Firmen-A-Z.html) Tipp: Auch viele andere Plattformen wie zum Beispiel [www.daspackma.at](http://www.daspackma.at) bieten Unternehmen die Möglichkeit einer kostenlosen Vorstellung und Verlinkung.



### ONLINE GUT VERNETZT

Kontakte aufbauen und pflegen funktioniert auch virtuell, zum Beispiel über die B2B-Plattformen XING und LinkedIn. Mach dich sichtbar, kommentiere und like Beiträge, teile interessante News, bringe dein Expertenwissen in Gruppen ein und halte andere am Laufenden.



### DAS ELEVATOR-PITCH-VIDEO AUF DER WEBSEITE

Stelle dich und dein Unternehmen in einer Minute vor. Sooft sich die Gelegenheit bietet. Bei Workshops, Seminaren und Netzwerkveranstaltungen. Mit jedem Mal wirst du deine Geschäftsidee besser auf den Punkt bringen und die Zuhörer neugierig auf dein Angebot machen. Deinen Elevator-Pitch kannst du auch als Video mit deinem Smartphone aufnehmen und auf deine Webseite stellen.

### EINTRAG AUF GOOGLE MAPS

Mache es deinen Kunden so einfach wie möglich, den Weg zu dir zu finden. Café, Praxis, Hotel, Werkstatt oder Geschäft – ein korrekter Eintrag auf Google Maps kostet nichts und bringt Kunden ohne Umwege zu dir. Tipp: Und wenn du schon dabei bist, nütze auch die kostenlosen Möglichkeiten, die Google Business bietet – angefangen von Öffnungszeiten bis hin zur Verlinkung auf deine Webseite.

## Marketingworkshop für Gründer und Jungunternehmer

Du hast Fragen zu Zielgruppen, Positionierung, Marketingmix, Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit? Dann melde dich zum **kostenlosen dreistündigen Marketingworkshop** im Gründerservice der Wirtschaftskammer Kärnten an. In einer Kleingruppe beantwortet einmal im Monat ein Marketingexperte aus der Praxis Fragen und gibt dir Tipps für den Start in die Selbstständigkeit. Der Marketingworkshop ist eines der vielen genialen Serviceangebote der Wirtschaftskammer Kärnten.

Hier geht's zur Anmeldung und den nächsten Terminen: [www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/kaernten/Marketing,-Werbung.html](http://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/kaernten/Marketing,-Werbung.html)

Seit über 150 Jahren informiert der KSV über die Finanzen Ihrer Geschäftspartner und unterstützt, wenn Kunden nicht zahlen. Jetzt kostenlose Mitgliedschaft bis Jahresende 2023 sichern. Infos unter: [ksv.at/jungunternehmen](http://ksv.at/jungunternehmen)

**KSV ist immer für Sie da.**

**3 JAHRE GRATIS-  
MITGLIEDSCHAFT  
FÜR JUNG-  
UNTERNEHMEN**

**150** JAHRE **KSV1870**

**Unser Kunde hat noch immer nicht bezahlt.**

**Da hilft uns der KSV.**



# ERFOLGS STIL

Jeden Tag ein neues **Dufterlebnis** verspricht der Adventkalender von Primavera. Neben den zu 100% naturreinen Pflegeölen ist eine Minibroschüre mit 24 duftenden Tipps und Wissenswerten zu den ätherischen Ölen im Lieferumfang enthalten. Erhältlich bei: [www.aroma-aura.at](http://www.aroma-aura.at)



→ Weil Stil im Berufsleben den Erfolg beeinflusst

**VON DRAUSS' VOM WALDE KOMM  
ICH HER; ICH MUSS EUCH SAGEN ...**



## ... es weihnachtet sehr!

**W**eihnachten wird dieses Jahr sicherlich etwas Besonderes. Nach den Herausforderungen, die 2020 an uns alle gestellt hat, ist die Sehnsucht nach der besinnlichsten Jahreszeit groß. Aber auch der Wunsch, DANKE zu sagen, bewegt. Danke zu sagen für den Zusammenhalt, den Einsatz, das Durchhaltevermögen, die Unterstützung. Sich bei Mitarbeitern, Kunden, Partnern, Dienstleistern und Co zu bedanken. Es gibt viele Wege dies zu tun, ein klassischer Weg – das Weihnachtsgeschenk.



**Handgestrickt** und jedes Stück ein Unikat. Bei Wolle Wohlgemuth in Maria Saal dreht sich alles um die Wolle. Die Auswahl an Wolle und Garnen und dem passenden Zubehör ist riesig. Für alle, die keine handwerkliche Ader besitzen, oder für Firmenkunden wird ein besonderes Service geboten. Ganz auf den Kundenwunsch abgestimmt werden Hauben, Schals und Co gestrickt und können auch mit dem Firmenlogo versehen werden. [wolle-wohlgemuth.at](http://wolle-wohlgemuth.at)



**Natur pur** packt Alexandra Regenfelder in Seifenform. Von Hand mit ausgesuchten Inhaltsstoffen hergestellt sind die Seifen auch optisch ein Hingucker. Für Unternehmen werden Sonderanfertigungen angeboten: Farbe, Duft, Form sind frei wählbar und die Seifen können auch mit dem Firmenlogo versehen werden. [www.seifen-werkstatt.at](http://www.seifen-werkstatt.at)



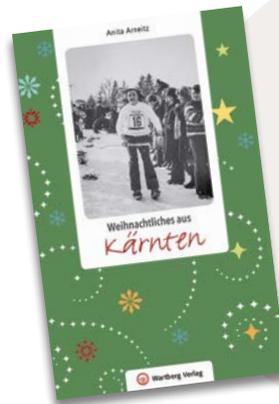
Ein außergewöhnliches Accessoire und ein extravagantes Geschenk.

Die **Fliegen aus Holz** von Holzbua stehen für Regionalität, Individualität und Qualität. Sie werden aus heimischen Holzarten handgefertigt und können auch mit einem Logo gebrandet werden. [www.holzbua.at](http://www.holzbua.at) [www.instagram.com/holzbua](http://www.instagram.com/holzbua)





Heartwork ist ein junges Kärntner Label. Von federleichtem Schmuck über Home-Decor und Decor für Veranstaltungen bis hin zu individuellen Anfertigungen für Unternehmen verwirklicht die Künstlerin Verena Meleschnig wahre **Träume aus Kunstharz**. Jedes Stück ein Unikat und handgefertigt.  
[www.heart-work.at](http://www.heart-work.at)



Anita Arneitz erzählt in ihrem Buch **„Weihnachtliches aus Kärnten“** von den alten Weihnachts- und Winterbräuchen in den Alpen und dem Zauber der Adventzeit. Stimmungsvoller Lesegenuss.  
 ISBN-13: 978-3831327294  
[www.anitaaufreisen.at/shop/buecher/](http://www.anitaaufreisen.at/shop/buecher/)

Wer durch die Rose Danke sagen oder Frohe Weihnachten wünschen will, ist bei **Box of Flowers Carinthia** richtig aufgehoben. Die Rosen in den stylischen Boxen sind nicht nur für jeden Schreibtisch eine wunderschöne Dekoration. Erhältlich mit frischen Rosen oder auch als Infinity-Variante, mit einer Haltedauer von 1 bis 3 Jahren.  
[www.boxofflowers.at](http://www.boxofflowers.at)



Die **Kräutermanufaktur Modali** bietet für Unternehmen ein kleines, aber sehr feines Geschenkset der pflegenden Art an: Ein Jutesäckchen, gefüllt mit einer Hanfö-Zitronen-Handcreme und einer Reiskeimöl-Duschseife. Der Aufkleber kann bei Bedarf auch mit Firmenlogo und Weihnachtsgrüßen gebrandet werden.  
[www.modali.at](http://www.modali.at)



Fotos: Hersteller.



Egal, wie lang der Tag im Büro ist oder wie hart die Verhandlungen sind, das Kartenset **„Zauberhafte Seelenstreichler“** zaubert immer ein Lächeln ins Gesicht. Die 40 verschiedenen „Ich bin Glücksgedanken für jeden Tag“ wurden von der Klagenfurterin Melanie Riemer illustriert und sind im Schirner Verlag erschienen.  
[www.melanie-riemer.at](http://www.melanie-riemer.at)





## Globale Entwicklungsziele

Wer sein eigenes Unternehmen Schritt für Schritt nachhaltiger gestalten möchte, kann sich an den **17 Entwicklungszielen der Vereinten Nationen** (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) orientieren. Die Ziele sollen zum Nachdenken im eigenen Umfeld anregen. Denn jeder kann mit bewusst gesetzten Maßnahmen etwas zum großen Ganzen beitragen.

**1 Keine Armut**  
Menschen in Not unterstützen, zum Beispiel durch Sachspenden für Obdachlose. Gerade in den Wintermonaten werden warme Jacken, Schlafsäcke, Hygieneartikel und Decken immer gebraucht. Spenden können zum Beispiel bei den Together Points und im Eggerheim Klagenfurt abgegeben werden.

**2 Kein Hunger**  
Großeinkauf oder abgesagte Firmenfeier – Lebensmittel nicht wegwerfen, sondern lieber spenden! Aus „Küchenabfällen“ lassen sich tolle Gerichte zaubern. Bestes Beispiel: Elke Schleder-Oberhauser von Best of the Rest. Oder einen „Coffee to help“ spenden. Einige Gastronomiebetriebe bieten das „Café der Nächstenliebe“ bereits an.

### NACHHALTIGKEIT

# Gemeinsam die Welt verändern



Kleine Maßnahmen, große Wirkung. Nachhaltigkeit hat nichts mit der Unternehmensgröße zu tun. Jeder Selbstständige trägt unternehmerische Verantwortung und gestaltet mit, wie Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft in naher Zukunft aussehen werden.



### 3 Gesundheit und Wohlergehen

Gesund ernähren, regelmäßig bewegen und auf die eigene Gesundheit achten. Auch für jeden Gründer und Jungunternehmer ein Muss. Darüber hinaus kann zum Beispiel Blut gespendet werden.



### 4 Hochwertige Bildung

Vom Praktikum bis hin zum Lehrling: Nicht über den Fachkräftemangel jammern, sondern selbst den Nachwuchs ausbilden.



### 5 Geschlechtergleichstellung

Immer wieder seine eigenen Rollenbilder hinterfragen und auf Diskriminierungen im eigenen Umfeld achten.



### 6 Sauberes Wasser und Sanitärversorgung

Die Wasserqualität in Kärnten ist ein wertvoller Schatz. Daher sollte mit Trinkwasser sorgsam umgegangen werden. Idee: Regenwasser für Toilettenspülung sammeln, lieber Wasser in der Glaskaraffe als in Plastikflaschen, Medikamente und Chemikalien richtig entsorgen.



### 7 Bezahlbare und saubere Energie

Homeoffice, Büro oder Werkstatt – wer auf regionalen Ökostrom achtet, spart Geld und schont die Umwelt. Oder wie wäre es mit einer Fotovoltaik- oder Solaranlage auf dem Dach? Erneuerbare Energien helfen Ressourcen sparen und tun der Brieftasche gut.



**K**limawandel. Corona-Pandemie. Digitalisierung. Globalisierung. Alles ist im Wandel. Und langsam wird allen bewusst, es braucht ein Umdenken. Für Selbstständige ist das durchaus eine Herausforderung, aber gleichzeitig auch eine riesige Chance. Denn jeder kann in seinem eigenen Wirkungsbereich die Welt und die Wirtschaft ein Stückchen verändern. Getrieben vom Megatrend Nachhaltigkeit. „Auch das Thema Nachhaltigkeit vollzieht derzeit einen Wandel“, sagt Jutta Steinkellner, Leiterin Servicezentrum Wirtschaftskammer Kärnten. Wurden früher einzelne losgelöste Projekte in Unternehmen aufgesetzt und vermarktet, so geht es jetzt um Nachhaltigkeit im täglichen Kerngeschäft. „Die Frage lautet nicht, ob, sondern wie wir in Zukunft nachhaltig wirtschaften“, sagt Steinkellner. Gute Produkte oder Dienstleistungen anzubieten, sei zu wenig. Unternehmen müssen auch Verantwortung für die Folgen ihrer Geschäftstätigkeit übernehmen. Dabei baut Nachhaltigkeit auf drei Säulen auf: Wirtschaft, Umwelt und Soziales. Schon bei der Gründung sollte der Einklang zwischen diesen drei Bereichen mitbedacht werden. Betriebe sollen wirtschaftlich leben können, ohne sich selbst, Mitarbeiter oder Umwelt auszubeuten.

#### GANZHEITLICH DENKEN UND HANDELN

Die Wirtschaft ist das Fundament. Dazu gehören die Werte und Ziele eines Gründers oder Jungunternehmers genauso wie seine Produkte, Transparenz und der Markt. Umwelt umfasst Klimaschutz, Ressourcen, Energie, Verpackung, Transport, Wertschöpfung, Region und das eigene Umfeld. Das Soziale vereint in sich zum Beispiel Arbeitsplatz und Arbeitsformen, aber auch, ob etwas für die Gesellschaft getan wird. Das könnte zum Beispiel über persönliches Engagement für eine Sache oder Spenden erfolgen.

Beim Aufbau und der Planung von nachhaltigen Unternehmen helfen die 17 globalen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen. Sie geben Ideen, wie Nachhaltigkeit im eigenen Tun in verschiedenen Bereichen verankert werden kann. Dabei geht es aber nicht um Aktivitäten, die möglichst viel Aufmerksamkeit erzeugen, sondern vielmehr um die kleinen Dinge im Alltag, die Schritt für Schritt zur Selbstverständlichkeit werden. Und dafür braucht es weder Politik noch Gesetze.

## Beratung, Förderungen und Wettbewerb

- + Die Wirtschaftskammer Kärnten unterstützt gemeinsam mit **CSR-Beratern** die Umsetzung nachhaltiger Themen in Unternehmen. Weitere Infos im Sofortservice der Wirtschaftskammer Kärnten unter Telefon 05 90904-777 oder per E-Mail an [wirtschaftskammer@wkk.or.at](mailto:wirtschaftskammer@wkk.or.at)
- + Beratungsförderung durch das Land Kärnten: **ökofit** ist ein Regionalförderprogramm für die Kärntner Wirtschaft. Unternehmen, die Aktivitäten in Umwelt, Energie oder Nachhaltigkeit planen, können dafür über [www.oekofit.at](http://www.oekofit.at) eine Förderung beantragen.
- + Auf der Webseite [www.sdgcompass.org](http://www.sdgcompass.org) gibt es detaillierte Infos darüber, wie man die eigene **Unternehmensstrategie** nachhaltiger ausrichtet.
- + Jedes Jahr werden in Kärnten beim **TRIGOS** Betriebe für ihr Engagement ausgezeichnet. Mitmachen lohnt sich. [www.trigos.at](http://www.trigos.at)

Jeder kann anhand der Ziele sein eigenes Handeln reflektieren und überlegen, wie er einen Beitrag leisten kann.

Die Maßnahmen und Lösungen sind dabei genauso bunt und vielfältig wie die Wirtschaft selbst. Das macht Nachhaltigkeit gerade für Gründer und Jungunternehmer so spannend. Denn wer sich mit Nachhaltigkeit beschäftigt, erkennt zukünftige Geschäftschancen viel früher und wird vom tief- ➔

## Best Practice: Designmöbel aus recyceltem Plastik

Die Pandemie schreckt Arno Trinkl und Wolfgang Rauter aus Villach nicht von der Unternehmensgründung ab. „Die Corona-Krise hat uns gezeigt, wie abhängig wir von Lieferketten sind und wie wichtig regionale Verarbeitung ist. Dies bestätigt uns in unserer Philosophie, auf unsere Heimat Kärnten zu setzen“, sagt das Gründerteam. Für sie bedeutet Nachhaltigkeit, dass Mensch und Umwelt gleichermaßen von ihren Produkten profitieren. „Klimaneutral zu produzieren oder als Ausgleich ein Projekt zu unterstützen, reicht für uns nicht – wir wollen mehr als das. Wichtig ist es, Akzente zu setzen und andere zu inspirieren.“ Nachhaltig wirtschaften und dabei einen Beitrag für die Umwelt leisten seien die wesentlichen Herausforderungen der heutigen Zeit. [www.tr1.at](http://www.tr1.at)





## 8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

Regionalen Produkten den Vorzug geben – auch im Unternehmen. Vom Büromaterial bis hin zu den Kaffeebohnen, so gut wie alles lässt sich von regionalen Produzenten abdecken. Das stärkt die Wirtschaft und sichert Arbeitsplätze.



## 9 Industrie, Innovation und Infrastruktur

Auch kleine Betriebe haben innovative Ideen. Die Umsetzung kann zum Beispiel in Kooperation mit einem größeren Unternehmen erfolgen. Netzwerkveranstaltungen und Mentoringprogramme können Türen öffnen.



## 10 Weniger Ungleichheiten

Im eigenen Unternehmen für faire Arbeitsbedingungen sorgen.



## 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden

Alternativen zum Auto nutzen – vom Rad bis hin zu öffentlichen Verkehrsmitteln. Selbst Ideen in der eigenen Gemeinde einbringen oder sich bei Initiativen engagieren.



## 12 Verantwortungs- und Produktionsmuster

Das eigene Konsumverhalten hinterfragen und verstärkt auf heimische Waren achten. Warum nicht einmal etwas Gebrautes kaufen oder etwas reparieren lassen, anstatt es wegzuworfen?

greifenden Wandel nicht überrascht. Darüber hinaus profitieren nachhaltigere Betriebe auch durch eine stärkere Bindung an Kunden, Mitarbeiter und Netzwerkpartner. Grundsätzlich stehen nachhaltige Geschäftskonzepte auf stabileren Beinen und das geht langfristig auch mit wirtschaftlichem Erfolg einher.

### ERSTE SCHRITTE

Wer unternehmerische Verantwortung im Sinne von Nachhaltigkeit übernehmen will, beschäftigt sich im ersten Schritt mit den globalen Entwicklungszielen und überlegt sich, welche Schwerpunkte selbst gesetzt werden können. Nicht alle Ziele sind für alle Unternehmen gleichermaßen relevant. Deshalb sollten sich Gründer und Jungunternehmer der Nachhaltigkeit

»Es geht längst nicht mehr um die Frage, ob, sondern wie wir in Zukunft nachhaltig wirtschaften.«



Jutta Steinkellner, Leiterin Servicezentrum Wirtschaftskammer Kärnten

strategisch nähern und sich die Frage stellen: Welche positiven Auswirkungen können verstärkt und welche negativen Auswirkungen reduziert oder vermieden werden? Regionale Wertschöpfungsketten, der Umgang mit Mitarbeitern, Ausbildung des Nachwuchses oder verantwortungsvolle Produktion – in Kärnten gibt es inzwischen viele Best-Practice-Beispiele, die zeigen, wie das funktionieren kann.

Die eigenen Schwerpunkte sind festgelegt. Aber was nun? Ideen und Möglichkeiten für die Umsetzung werden zum Beispiel bei einer Beratung aufgezeigt, die vom Land Kärnten über das Programm ökofit gefördert wird. Einzelunternehmen haben manchmal das Gefühl, zu klein zu sein, um Nachhaltigkeitsthemen effektiv zu bearbeiten. Doch das ist ein Trugschluss. Nicht alles muss man als Einzelkämpfer allein bewältigen. Wer gemeinsame Ziele mit Partnern umsetzt und Netzwerke wie jenes der Jungen Wirtschaft nützt, kann seinen eigenen Wirkungsgrad um ein Vielfaches vergrößern – unabhängig von der Branche oder Unternehmensgröße.

## 9x Regional ein- und verkaufen: selbst zum Vorbild und Vorreiter werden

Diese Initiativen und Plattformen in Kärnten sollten sich Gründer und Jungunternehmer näher ansehen – und mitmachen. Denn zum verantwortungsvollen Wirtschaften gehört auch gelebte Regionalität.

- + Das packmã – Plattform für regionale Produzenten und Händler von Land Kärnten, Wirtschaftskammer Kärnten und Landwirtschaftskammer: [www.daspackma.at](http://www.daspackma.at)
- + Regional einkaufen in St. Veit an der Glan: [www.regionaleinkaufen.online](http://www.regionaleinkaufen.online)
- + Kauf regional: [www.kaufregional.at](http://www.kaufregional.at)
- + Regional kaufen der Kleinen Zeitung: [regionalkaufen.kleinezeitung.at](http://regionalkaufen.kleinezeitung.at)
- + Kauf daheim: [www.kaufdaheim.at](http://www.kaufdaheim.at)
- + Slow-Food-Produzenten, Hofläden und kostenloser Guide: [www.slowfood-kaernten.at](http://www.slowfood-kaernten.at)
- + Gutes vom Bauernhof: [www.gutesvombauernhof.at/kaernten.html](http://www.gutesvombauernhof.at/kaernten.html)
- + Kistale: [www.kistale.at](http://www.kistale.at)
- + Lavanttaler Box: [www.farmfreshfood.at](http://www.farmfreshfood.at)

## Best Practice: Stick, Druck und Lasergravur – einfach nachhaltig

Für einen Kleinbetrieb wie Fian Stick, Druck und Laser aus St. Veit an der Glan ist es ganz normal, nachhaltig zu arbeiten – vom Einkauf der Rohprodukte über das Sparen von Energieressourcen bis hin zum Umgang mit den Mitarbeitern und sozialem



Engagement beim Netzwerk „Verantwortung zeigen!“. In den vergangenen zwei Jahren spürt Geschäftsführerin Claudia Daniel, dass das Bewusstsein der Kunden für Nachhaltigkeit und Einkauf vor Ort steigt. „Das ist ein großer Motivationsfaktor, die Richtung stimmt“, berichtet Daniel. Ihr Tipp für Gründer: „Nachhaltigkeit ist kein kurzlebiges Geschäft, das dauert und es gehört viel Kommunikation und Aufklärungsarbeit dazu. Man muss an sich glauben, aus Fehlern lernen, über den Tellerrand schauen und sich nicht aus der Bahn werfen lassen. Auch die nervigsten Umwege erweitern den Horizont.“ [www.fian-veredelung.at](http://www.fian-veredelung.at)



### 13 Maßnahmen zum Klimaschutz

Lange Lieferwege vermeiden. Auf umweltfreundliches Verpackungsmaterial achten. Für mehr Grün in der eigenen Umgebung sorgen – Bäume auf dem Parkplatz, Hochbeete für Mitarbeiter, kleiner Naschgarten für den Snack im Homeoffice.



### 14 Leben unter Wasser

Auf Plastik und Kunststoffverpackungen verzichten. Lieber regionalen Fisch aus dem See kaufen als Fische aus Gebieten mit Überfischung und langen Transportwegen.



### 15 Leben am Land

Im Winter statt Streusalz Splitt verwenden. Im Garten für Vielfalt sorgen – zum Beispiel Vogel- und Insektenhäuschen aufstellen. Lieber Zoom-Konferenz als stundenlange Autofahrt für ein halbstündiges Meeting.



### 16 Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

Das eigene Wahlrecht wahrnehmen.



### 17 Partnerschaften

Über Netzwerke wie die „Junge Wirtschaft“ oder „Verantwortung zeigen!“ können Kooperationspartner gefunden werden. Aber auch die Zusammenarbeit mit regionalen Dienstleistern, Lieferanten und Produzenten ist ein wichtiger Punkt.



#### REGIONALITÄT LEBEN

Die Kooperation mit anderen regionalen Unternehmen bringt frischen Schwung ins eigene Business und öffnet Türen. Gerade in den vergangenen Monaten sind viele Initiativen rund um die Stärkung der Regionalität entstanden. Nicht nur für Produkte, sondern auch für Dienstleistungen. Das Bewusstsein für regionale Wirtschaft ist gestiegen und Menschen kaufen bewusster ein. Schnell und einfach lassen sich über die Plattformen Anbieter aus der Nähe finden, gleichzeitig kann das eigene Angebot kostenlos präsentiert werden, wodurch neue Kunden angesprochen werden können. Gelebte Regionalität ist somit eine Win-win-Situation für alle und ein wichtiger Teil einer nachhaltigen Unternehmensstrategie. (aa) ■

### Best Practice: Tischlerhandwerk mit sozialem Auftrag

Bereits seit zehn Jahren ist die Bau- und Möbeltischlerei von Thomas Eicher im Metnitztal eine Kooperationswerkstätte von autArK. In der Werkstätte erlernen Menschen mit Benachteiligungen und/oder Behinderungen handwerkliche Fähigkeiten in verschiedenen holzverarbeiteten Bereichen. „Wir legen Augenmerk auf Stärken und Können und fördern Menschen ihren Talenten entsprechend“, sagt Thomas Eicher. Jugendliche erhalten so die Chance, in die Arbeitswelt eingebunden zu werden. „Wir profitieren menschlich voneinander, das hätten wir so nicht gedacht. Unsere Kommunikation ist intensiver geworden, auch das ist positiv. Jeder lernt von jedem, es ist ein Geben und Nehmen.“ Der Betrieb habe an Herzlichkeit und guter Stimmung gewonnen.



**Formel für effektive Kommunikation:**

**( Video x Qualität ) = [www.mediapool.video](http://www.mediapool.video)**

**Fairer Preis**

# Vorbildliches Verhalten bei Treffen

Maske rauf oder runter? Hand geben oder nicht? Geschäftsessen mit Abstand? COVID-19 verändert Unternehmenskultur und Businessmeetings. Stil- und Etikettetrainerin Maria Th. Radinger erklärt, worauf es jetzt wirklich ankommt.

**D**ie einen nehmen die Corona-Maßnahmen ganz locker, die anderen halten sich strikt daran. Diese unterschiedlichen Verhaltensweisen verunsichern die Menschen und keiner weiß mehr so recht, wie er sich richtig bei Businessmeetings und Geschäftsessen verhalten soll. Die Kärntner Stil- und Etikettetrainerin Maria Th. Radinger spricht Tacheles und gibt klare Empfehlungen für den Alltag. „Wir müssen uns an eine neue Begegnungskultur gewöhnen. Unsere gelernten Formen von Vertrauen und Wertschätzung sind aktuell einfach nicht möglich. Wir müssen Begegnungen und Beziehungen in der Wirtschaft neu denken und lernen“, sagt die Expertin.

Und das bedeutet: Es muss mehr geredet und erklärt werden. Das Gegenüber muss verbal darüber informiert werden, warum etwas getan, anders getan oder gar nicht mehr getan wird. Bei Businessmeetings und Geschäftsessen übernehmen die Gastgeber diese Aufgabe und informieren ihre Gäste professionell im Vorhinein über geänderte Abläufe und Hygienemaßnahmen im eigenen Betrieb. →

»Wir müssen uns an eine neue Begegnungskultur gewöhnen. Unsere gelernten Formen von Vertrauen und Wertschätzung sind aktuell einfach nicht möglich.«

Stil- und Etikettetrainerin Maria Th. Radinger



# Richtiges Verhalten im Alltag



## Maske tragen

In Österreich werden im Business Face-Shields, transparente Mund-Nasen-Bedeckung, chirurgische und textile Masken getragen. Die transparenten Mund-Nasen-Bedeckungen haben bei ersten Begegnungen den Vorteil, dass man Gesicht und Mimik sieht.



## Gesicht berühren

Bevor mit Händen oder Fingern das eigene Gesicht, insbesondere Mund, Nase und Augen, berührt wird, immer desinfizieren oder die Hände waschen. Das schützt vor Ansteckung. Auf das Essen mit den Fingern verzichten.



## Hände waschen

Regelmäßig 20 Sekunden Hände mit lauwarmem Wasser und Seife waschen. Im Büro auf Einmalhandtücher und Flüssigseifenspender achten.



## Abstand halten

Handschlag, Umarmung, Küsschen rechts und links – auf das sollte im Business tunlichst verzichtet werden. Stattdessen lieber ein eigenes Begrüßungsritual mit Abstand überlegen.



## Auf Reisen verzichten

Nur Reisen antreten, die unbedingt notwendig sind. Vieles lässt sich heute auch problemlos in einer Videokonferenz besprechen. Wird doch gereist, immer vorab aktuelle Reisebeschränkungen prüfen und sich über die Schutzmaßnahmen im jeweiligen Land informieren.

„Kunden sollten beim Empfang abgeholt, auf Desinfektions-spray hingewiesen, mit Mund-Nasen-Schutz versorgt und mit Abstand zum Lift oder Besprechungsraum begleitet werden“, sagt Radinger. Die Gäste nehmen den Lift, Mitarbeiter und Gastgeber die Stiege. Der Besprechungsraum sollte vorab vorbereitet werden, damit Abstand und Sitzordnung eingehalten werden. Klare Botschaften geben Sicherheit.

„Die Gastgeber übernehmen von der Begrüßung bis zu Verabschiedung die Führung und leben eindeutige Richtlinien vor“, sagt Radinger. Wenn nicht klar kommuniziert wird und wenn sich Kunden oder Gäste nicht sicher oder wohlfühlen, kann das ein Treffen negativ beeinflussen. [aa] ■



**Persönliche Kundentermine sind weiterhin möglich, jedoch sollte der Besprechungsraum vorbereitet werden, damit Abstand und Sitzordnung klar sind**

# FAQ

## Als Vorbild vorangehen

### **Wie begrüße ich meine Kunden korrekt?**

Handschlag auf alle Fälle vermeiden. Als Alternative eignet sich die Begrüßung mit dem Ellenbogen oder der Faust. Auf manche wirkt das aber eher kumpelhaft. Deshalb kann man auch die Hand auf das Herz legen oder sich ganz leicht mit einem Lächeln und Gruß verbeugen.

### **Was tun, wenn mir der Kunde die Hand entgegenstreckt?**

Wer es rechtzeitig sieht, kann noch schnell seine Hand aufs Herz legen und eventuell eine kleine Verbeugung machen. Ist es dafür bereits zu spät und man kommt nicht darum herum, die Hand anzunehmen, danach gleich freundlich zum Desinfektionsmittel greifen und dieses auch als Ritual dem Kunden anbieten.

### **Kann ich meine Kunden noch bewirten?**

Kaffee oder Brötchen, die Bewirtung sollte so hygienisch wie möglich sein. Das heißt: keine Karaffen, sondern verschließbare Flaschen oder kleine Fläschchen für jeden Gast. Werden Kuchen oder Brötchen eingestellt, sollten diese immer abgedeckt sein. Einweghandschuhe und Besteck bereitstellen. Wenn es gewünscht wird, dass sich Kunden oder Gäste beim Essenholen die Maske aufsetzen, muss das vom Gastgeber angesprochen oder vorgemacht werden.

### **Stifte oder Computermaus im Seminarraum teilen – ein No-Go?**

Lieber eigene Stifte für Kunden und Gäste vorbereiten und auf dem Tisch Desinfektionsmittel bzw. -tücher bereitstellen, damit jeder Computermaus, Mikrofon, Tastatur etc. entweder selbst desinfizieren kann oder es von Mitarbeitern gemacht wird.

### **Sollte auf gemeinsame Mittagessen, zum Beispiel im Büro, im Coworking-Space oder mit Kunden, lieber verzichtet werden?**

Wenn sich alle Beteiligten an die Abstandsregeln und die Hygienestandards halten, spricht nichts gegen ein gemeinsames Arbeiten und Essen. Die Achtsamkeit im Umgang mit Menschen, persönlichen und öffentlichen Gegenständen sowie Selbstverantwortung und Respekt anderen gegenüber sind jedoch Voraussetzung.

### **Warum fällt es uns so schwer, eine Maske zu tragen?**

Uns fehlt die Mimik und damit müssen wir lernen, über den Blickkontakt und die Sprache der Augen zu erfassen, wer das ist und wie wir mit der Person ins Gespräch kommen können. Außerdem erkennen wir erst jetzt, wie viel wir auch über die Lippen und die Mimik mitlesen. Mund und Nase haben viele Bewegungen, die wir bei der Interpretation und Einschätzung berücksichtigen und benötigen.

### **Was sollte bei der Videokonferenz beachtet werden?**

Auf Sitzplatz und Ausleuchtung achten, Headset verwenden, um Umgebungsgeräusche zu eliminieren, vorab Kameratest machen und Ablenkungen im Hintergrund entfernen, beim eigenen Outfit an Farben denken, diese sollten einen Kontrast zum Hintergrund, Tisch und Stuhl darstellen, Redezeit im Vorfeld klären, Spielregeln festlegen und jemanden bestimmen, der die Besprechung leitet. Smartphone lautlos schalten, wenn es losgeht.

### **Hilfe, ein Corona-Fall im eigenen Unternehmen! Unabhängig von den gesetzlichen Bestimmungen, was sollte bei der Businessetikette berücksichtigt werden?**

Wichtig ist, dass alle Personen informiert werden. Vermutlich müssen auch die Hygienestandards noch einmal angehoben werden. Vielleicht wird man zur allgemeinen Sicherheit weitere vertrauensbildende Maßnahmen anbieten, wie zum Beispiel tägliches Temperaturmessen.

# JUCON.

## UNTERNEHMENSBERATUNG AUF AUGENHÖHE

Zunehmende Komplexität und Dynamik am Markt erfordern Bestehendes stetig zu hinterfragen. Die Antworten? Finden Sie bei uns.

Profitieren Sie von unseren Kompetenzen, Qualifikationen und Erfahrungen und handeln Sie mit uns zielsicher und entschlossen, um neue Maßstäbe für Ihr Unternehmen zu setzen.

Unsere Leistungen beinhalten:

- Sanierungsberatung
- Sanierungsbegleitung
- Bankverhandlungen
- Unternehmensplanung
- Management auf Zeit

office@jucon.at

www.jucon.at



**WKO**  
WIRTSCHAFTSKAMMER KÄRNTEN

**UBIT**

Unternehmensberatung  
Buchhaltung  
IT-Dienstleistung

**Unsere  
Beratung  
IST IHR  
VORSPRUNG**

**Durchstarten  
und Gas geben.  
Wir begleiten Sie in  
Rechnungswesen, IT und  
mit bester Beratung.  
Für hohe Ziele und neue Zeiten.**

Gewinnbringende Adressen auf [ubit-kaernten.at](http://ubit-kaernten.at)

UBIT NIMMT WISSEN IN BETRIEB. 

Anmeldung unter:  
[www.sparkasse.at/  
startupacademy](http://www.sparkasse.at/startupacademy)

Fit für  
den  
Handel?

Erfolgreicher  
zum  
Go-to-Market

Termin:  
25. und 26.  
Februar  
2021

#glaubandich

# STARTUP ACADEMY