

JOBHOPPER

Thomas Schöllkopf
Ergo Austria

Der Deutsche wird Vorstandsvorsitzender der Versicherung. In der Ergo International AG ist er für das Ost-europageschäft verantwortlich. Der 56-Jährige ist seit 30 Jahren in der Finanzdienstleistungsbranche tätig.

Eric Tveter
Liberty Global

Der 55-jährige US-Amerikaner wird CEO der neuen Regionalorganisation Österreich und Schweiz. Das Kabelunternehmen führt in dieser Organisation die Schwestergesellschaften UPC Austria und UPC Cablecom zusammen.

Sigrid Lumetsberger
Willheim Müller

Die 30-Jährige berät als Associate Klienten der Rechtsanwaltskanzlei. Sie ist auf die Bereiche Bau- und Immobilienrecht, Claim Management sowie Zivil- und Vertragsrecht spezialisiert. Die Anwältin spricht vier Sprachen.

Michael Lind
Wolf Theiss

Der M&A-Anwalt (35) steigt als Partner bei der Sozietät ein. Er berät regelmäßig englische und amerikanische Mandanten und war einige Zeit in England und den USA tätig.

Harald Koglbauer
Ruefa

Der 45-Jährige übernimmt die Regionalleitung Wien der Reisebüroketten. Der Hobby-pilot begann seine Karriere 1987 bei Ruefa, arbeitete später in der Luftfahrtbranche und kehrt nun zum Reiseanbieter zurück.

Alfred Berger
Kienbaum

Der Vergütungsspezialist (46) verstärkt die Managementberatung in Wien. Er verantwortet den Geschäftsbereich Compensation in Österreich.

NACHRICHTEN

Bundestagung der
Jungen Wirtschaft

Am 26. und 27. September findet die größte österreichweite Veranstaltung für Jungunternehmer im Messe Congress Center Wien statt. „Die Presse“ verlost zwei mal zwei Karten für die Tagung und das Abendevent. Einsendeschluss ist der 10. August. Senden Sie eine E-Mail mit Kontaktdaten und dem Betreff „JW“ an: karrierenews@diepresse.com

U:start geht in die
nächste Runde

Das Ausbildungsprogramm der Universität Wien unterstützt Akademiker beim Einstieg in die Selbstständigkeit und bei der Gründung eigener Unternehmen. Der nächste Durchgang startet im Oktober. www.alumni.ac.at/ustart

„Ich habe mir einfach alle meine
Kindheitsträume erfüllt“

Porträt. Franz Kolostori probierte viel aus, ehe er in die Selbstständigkeit wechselte. Als Berater rät er: möglichst nahe bei den Kunden zu sein.

VON MICHAEL KÖTTRITSCH

Diese Mischung wirkt auf den ersten Blick irritierend: HTL Elektrotechnik, Tischlerlehre (so wie viele in seiner Verwandtschaft), Musikstudium und schließlich Unternehmer. „Ich wollte das alles machen und habe mir einfach alle meine Kindheitsträume erfüllt“, sagt Franz Kolostori (48). Nicht immer nur zur Freude seiner Eltern in der Mondseer Heimat. Heute hat er gleich drei Standbeine: die Online-Marketing-Agentur Eyepin, die Weinhandels- und Beratungsfirma tanjaklein.com und das Kunstdruckunternehmen your-popart.com.

Der Wechsel von der Musik in die Selbstständigkeit sei gar nicht so einfach gewesen, erzählt Kolostori. Er erfolgte über Zwischenschritte in der Medien- und Internetbranche, weil viele mit seinem Lebenslauf nur wenig anfangen konnten.

Die Chance ergriffen

Ab Mitte der 1990er-Jahre haben Internet und Mail flächendeckend in der Wirtschaft Einzug gehalten. Das Online-Marketing aber startete bis in die 2000er-Jahre nicht richtig durch. Kolostori ergriff diese Chance und setzte auf E-Mail-Marketing. Newsletter hält er nur bedingt für das Flugblatt von heute. Eher für einen zusätzlichen Kanal, um mit Online-Dialog, Umfragen, SMS und Eventmarketing Kunden automatisiert und gezielt anzusprechen. Und es gebe noch viel zu tun: „Für unser Gefühl sind wir noch weit weg von qualitativem zielgerichtetem Marketing.“ Im Moment baue Eyepin an der Vernetzung mit führenden CRM-Systemen wie Microsoft Dynamics, Update oder Feratel. Weil im Beratungsgeschäft Kundennähe

ZUR PERSON

Franz Kolostori (48) wuchs in Mondsee auf, absolvierte die HTL für Elektrotechnik, lernte Tischler, ist geprüfter Einrichtungsberater und studierte in Wien an der Musikhochschule Posaune und Arrangement. Seit 1995 ist der Ausdauersportler in der Internet- und Medienbranche (Burda Verlag, ISP Netway Communications, Syscom, Report Verlag und Accellion) tätig. Seit 2003 ist er Geschäftsführer von Eyepin und seit 2011 auch vom Weinhandels- und Consultingunternehmen TanjaKlein.com.



Franz Kolostori will Kunden automatisiert und gezielt ansprechen.

[Clemens Fabry]

wichtig sei, hat sich Kolostori entschlossen, mit Eyepin jetzt auch in Berlin eine Firma aufzumachen. „Wir haben in Deutschland zwar viele Kunden. Die großen haben wir bislang nicht bekommen, weil wir nicht vor Ort sind.“ Vieles sei reine Kopfsache: In Deutschland frage man sich: „Ist ein österreichisches Unternehmen groß genug, um uns bedienen zu können? Was ist, wenn wir jemanden brauchen?“ Dabei, sagt Kolostori, sei er mit dem Flugzeug schneller bei einem Kunden in Berlin als irgendwo in Österreich.

Mitarbeiter als Unternehmer

Sucht er Mitarbeiter, hört der Ausdauersportler, der regelmäßig mit den Extremsportlern Wolfgang Fatsching und Christoph Strasser trainiert, auf sein Gefühl: „Die Qualifikation kann noch so gut sein“, menschlich müsse es passen. „Wir haben gute Leute gehabt, die das Team gestört haben.“ Ein halbes Jahr, hat Kolostori beobachtet, können man sich verstellen, „aber irgendwann ist es vorbei“.

Zuletzt habe sich sein durchaus junges Team („Das Alter ist kein Kriterium, es hat sich so ergeben“) jährlich verdoppelt. Wichtig ist ihm, dass seine Mitarbeiter Entscheidungen treffen, als wäre es ihr eigenes Unternehmen: „Das gibt Motivation, dann bewegt sich etwas.“ Dabei lässt er bei der Personalauswahl Experimente zu. „Wenn das Team sagt, der Mitarbeiter passt zu uns

und ich bin anderer Meinung, probieren wir es trotzdem. Leider habe ich sehr oft recht behalten.“ Geht es um andere Entscheidungen, ist Kolostori Realist. „Ich versuche mich nicht durch Emotionen leiten zu lassen und das gesamte Unternehmen als etwas Organisches zu sehen, an dem Menschen dranhängen, es aber auch um Zahlen geht.“ Einfach sei das nicht immer.

Leicht falle es ihm hingegen, sich jetzt auf seine aktuellen Aufgaben zu konzentrieren. „Etwas Neues kommt jetzt nicht mehr dazu“, sagt Kolostori. Seit 2011 führt er ja auch das Weinhandels- und Consultingunternehmen Tanja Klein. Für Wein hat er sich schon lange interessiert, im biervorliebenden Salzkammergut habe man in seiner Jugendzeit lediglich zwischen Rot und Weiß unterschieden und im Zweifel lieber G'spritze getrunken, sagt Kolostori. Mit seiner Frau, einer Sommelière, baute er die Firma auf, die für ihn eine Ergänzung zum trockenen Software-Geschäft ist. „Wo Wein produziert wird, ist es schön, es gibt Gutes zu essen und trinken.“

An Ideen mangelt es auch in diesem Bereich nicht. Derzeit arbeitet er an einem Value-Management-System für Weine, für das er Investoren sucht: Mit dem System wird für Weinsammler die Lagerung übernommen, sie erhalten einen genauen Überblick über ihre Bestände und vor allem über den Wert ihrer flüssigen Schätze.

Nur verhinderte
Fehler sind
gute Fehler

Ein japanisches Konzept hält Einzug in die Compliance.

Menschen sind fehlbar. Um ihre Fehlhandlungen und deren Folgekosten zu verhindern, gibt es zwei Wege: erstens, lückenlose Compliance-Regelwerke, die Fehler bestrafen und Whistleblower belohnen, oder zweitens, Fehlerquellen im Voraus auszuschalten. Die Kosten der Prävention unterschreiten in der Regel die der Schadensbeseitigung bei Weitem.

Ein einfaches Beispiel ist der Bankomat. Er gibt Banknoten erst frei, wenn der Besitzer seine Karte wieder abgezogen hat – die meisten Leute würden das Geld nehmen und die Karte stecken lassen. Der kleine technische Zusatzschritt (Check, ob Karte abgezogen) erspart der Bank die deutlich höheren Folgekosten durch Verlustanzeige und Missbrauch.

Der Japaner Shingo Shingo hatte dafür schon in den 1980er-Jahren einen Namen: Poka Yoke. Poka bedeutet Fehler, Yoke vermeiden. Weltweit wird sein Konzept im technischen Qualitätsmanagement verwendet: Mit billigsten Vorabsicherungen (Warnlampchen, Markierungen oder unterschiedlich großen Schraubblöchern, in die nur die einzig richtige Schraube passt) werden potenzielle Fehlerquellen ausgeschaltet, bevor ein Schaden entsteht.

Nun entdecken auch Sicherheits- und Compliance-Verantwortliche Poka Yoke. Der Ablauf ist vergleichbar: Zuerst durchleuchten sie die Prozesse nach Schwachstellen (meist nach den Kategorien „Vergessen einer Handlung“, „falsche Wahrnehmung und Interpretation“ und „Ausführungsfehler“, ergänzt um „vorsätzlich systemischschädigende Handlungen“). Anschließend schalten sie jeder Fehlerquelle eine passende Sicherung vor. Das lässt sich genauso auf das Selbstmanagement übertragen: Denn auch Erinnerungs-Post-its und Checklisten sind Poka Yoke. (al)



Jochen P. Sondermann:
„Poka Yoke“
Hanser Fachbuchverlag
128 Seiten
10,20 Euro

Perspektivenwechsel für Sinnfindung und Selbstverwirklichung, Neukurs auf Gastrosophie.

Das letzte Mal Karriere neu denken

ZUGMANN

Karriere neu denken



VON JOHANNA ZUGMANN

Mit dieser Kolumne darf ich mich herzlich von der geneigten „Karriere“-Leserschaft verabschieden. Und ein großes Dankeschön aussprechen: für Ihr großes Interesse; für viele spannende Diskussionen; für fantastische Unterstützung; für Zuspruch und Widerspruch; für neue Ein- und Aussichten. Und für das Einverständnis, dass das Thema Karriere wenig mit zeitgeistigen Trends, aber viel mit eigenverantwortlicher und sinnvoller Lebensgestaltung zu tun hat.

Mit der Einladung der „Presse“ im Jahr 2004, die „Karrierereisen“ dieser Zeitung als Ressortleiterin vollkom-

men neu zu gestalten, war und ist der Anspruch verbunden, Karriere nicht als ein-, sondern als vieldimensionales Lebensprojekt zu verstehen.

Karriere in diesem Sinn neu zu denken, wird auch in Zukunft wichtiger sein denn je. Mit einem Karrieristenkonzept, das den Kontostand zum Maß aller Dinge macht, lässt sich weder für Menschen noch für Unternehmen Zukunft bauen.

Die Renaissance der Sinnfrage bewegt letztlich alle, Personalisten wie Karrieremacher. Der berufliche und persönliche Erfolg stellt sich dort ein, wo wir für etwas „brennen“. Wo wir etwas bewegen wollen. Wo wir uns und anderen bei der Umsetzung von Zielen vertrauen.

Auch wenn diese Kolumne heute das letzte Mal erscheint (mein Vertrag als angestellte Redakteurin des Res-

„Love is in the Air“, wenn wir für etwas „brennen“.

sorts Management und Karrieren endete am 31. Juli), so gilt ihr Credo weiter: Karriere neu und anders zu denken, eröffnet neue Perspektiven für Sinnfindung und Selbstverwirklichung. In diesem Sinn: Denken Sie in Karrierefragen weiter mit der „Presse“!

PS: Im Sinn des Titels dieser Kolumne hat auch die Autorin ihre weitere berufliche Laufbahn neu- und vorgedacht und fokussiert nun nach ihrer Sponson zum Master in Gastrosophie im vergangenen Juni auf gastrosophische Fragestellungen, bei denen die Business-Tangente natürlich nicht fehlen darf. Nachzulesen auch in Genießerpublikationen, wie zum Beispiel in der aktuellen Ausgabe des Gourmetmagazins „Falstaff“ unter dem Titel „Love is in the Air“ auf Seite 133.

E-Mails an: johanna.zugmann@gmail.com