

Business Event

Ran an den Speck

Radatz eröffnete die Grillsaison und machte Gusto auf die EM: An diesem Abend ging es um die Wurst. Und um Fußball.

Nicht „I wer narrisch!“, sondern „I wer kulinarrisch!“, war das Motto bei der Grillerei der Firma Radatz.

Mehr als 50 Kunden, Geschäftspartner und Freunde der Fleischerei folgten der Einladung von Familie Radatz, die Grill-Saison 2008 zu eröffnen und um sich zugleich auf die EURO 08 einzustimmen.

Für Fußballstimmung und -euphorie sorgte vor allem Ehrengast und Cordoba-Legende **Willi Kreuz**. Er forderte die Gäste, darunter auch **Robert Nagele** (Billa Feinkost Direktor), **Walter Ringhofer** (Fleisch-Einkaufsleiter Merkur), **Hans Regner** (Einkaufsleiter Penny), **Wolfgang Nagele** (Geschäftsführer Merkur Delicatering), **Jürgen Hirschall** (Einkauf Metro), **Ur-**



Fleisch-Fans: Geschäftsführer Franz Radatz läutete mit Wolfgang und Robert Nagele die Grillsaison ein

sula Vonkilch (Einkauf Penny), **Johann Taubinger** (Einkauf Billa Feinkost) sowie Bezirksvorsteher **Erwin Wurm** und Bezirksvorsteher-Stv. **Gerald Bischof** bei einem Wutzeltourier heraus. Insgesamt 18 Teams traten bei der Radatz-Wutzlerei

an: Geschäftsführer **Franz Radatz** und sein Team belegten den dritten Platz, **Willi Kreuz** und seine Mannschaft wurden zweiter hinter dem Penny-Team von **Hans Regner**. Für die Sieger gab es – passend zur Grillerei – einen Ku-

gelgrill im Fußball-Design. Aber auch Gäste, die dem Fußball nichts abgewinnen konnten waren an diesem Grill-Abend bestens bedient: Die Cordoba-Platte, der Vorunden-Mix und die Speise Ländermatch schmeckten allen.

► Business Event

Hoher Besuch aus Oxford am MCI

Während sich mancher Manager mit Firmenbilanzen begnügt, versuchen andere, weiter in die Zukunft zu blicken. Eine gute Gelegenheit dazu gab es jüngst am Management Center Innsbruck (MCI): **Ian Goldin** – früherer Präsident der Weltbank, und aktueller Direktor der St. James Martin 21st Century School an der Oxford University – sprach über die Herausforderungen, die das 21. Jahrhundert bringt: Die Wissenschaft wird unser Leben komplett verändern und Möglichkeiten – etwa in den Bereichen Nano- und Biotechnologie – erschließen, die



Hochkarätig Der Ex-Weltbankchef Ian Goldin referierte am MCI viel Nutzen bringen. Gleichzeitig werden die Errungenschaften aber Bedrohungsszenarien heraufbeschwören; etwa den Terrorismus.

► Business Event

Networking in „Vision Club“

Ganz im „Stile Italiano“ beging die Wiener Kommunikationsagentur C&C Agency ihren „Vision Club“: Sowohl Liebhaber der Oper als auch von mediterranen Schmanckerln kamen bei dem Networkingevent in der Wiener Nobelherberge Savoyen auf ihren Geschmack. Gastgeberin **Cornelia Janisch** (C&C Agency) konnte rund 140 Gäste begrüßen, etwa **Sabina Belloffa** (Konica Minolta Austria), **Franziska Aba** (Alca-



Den Operndarbietungen lauschten H. Pfanzer, C. Janisch, W. Sagerschnig (v.li.) tel-Lucent), **Wolfgang Müller** (Diebold), **Ronald Österreicher** (Manpower), **Carola Bendl-Tschiedl** (Raiffeisen International) oder **Johannes Mauthe** (Savoyen). **Heilwig Pfanzer** moderierte durch den Abend.

BESPRECHUNG

Die ersten Tage sind entscheidend

Wie man sich bettet, so schläft man – genau das gilt auch für neue Führungskräfte: Die Weichenstellungen der ersten Wochen entscheiden, ob man in seiner Position freie Fahrt hat. Worauf man dabei achten muss, erklärt Susanne Steinbach, Geschäftsführerin von KarriereSprung Beratung und Training, im KURIER-Interview.

KURIER: Frau Steinbach, wie stellt eine neue Führungskraft am Anfang die Weichen, um später erfolgreich zu sein?

Susanne Steinbach: Die ersten Tage sind entscheidend, um sich als Führungskraft zu positionieren. Man muss in vielen Bereichen für Orientierung sorgen. Auf der menschlichen Ebene muss man das sofort, auch, weil einem manchmal der Ruf bereits vorausseilt. Auch auf der fachlichen Ebene ist man auf dem Prüfstand. Hier wird aber leichter verziehen, wenn am ersten Tag noch nicht alle Details perfekt sitzen.

„Neue Chefs scheitern meist daran, das sie keine Ziele definieren.“

Susanne Steinbach
GF KarriereSprung

scheitern daran, dass sie keine Ziele definieren. Sie freuen sich über die neue Position, können die Führung aber nicht annehmen. Führen heißt aber, selbst zu bestimmen wohin es geht, Projekte zu initiieren und nicht darauf zu warten, bis man etwas zugeteilt bekommt. Das bedeutet aber auch, dass man nicht mehr Fachkraft ist, sondern Arbeit an andere delegieren muss. Vor allem Frauen tun sich hier schwer, weil Führen auch Wettbewerb bedeutet. Mädchen werden aber zum Harmonisieren sozialisiert. Viele Neue verlieren sich an Anfang auch in Details, im Organigramm, den technischen Prozessen oder den Finanzen, statt klare Linien zu kommunizieren.

Und wie sorgt man als Neuer für diese Klarheit?

Man muss zuerst selbst Informationen sammeln. Dann kann man klar kommunizieren, was man will. Es ist wichtig, das gleich zu Beginn zu tun, sonst entstehen Gerüchte. Dann muss man seine Mitarbeiter kennen lernen, am besten führt man in den ersten Tagen Einzelgespräche anhand eines Fragen-Schemas. Dadurch kann man die Antworten nachher vergleichen. Kommen Mitarbeiter mit Anliegen, darf man sie nicht wegschicken, auch wenn man ihre Fragen vielleicht noch nicht beantworten kann – sonst kommen sie vielleicht nie wieder. Es ist auch nie zu früh, sich auf Krisen vorzubereiten; hier ist aktives Zuhören unerlässlich, um herauszufinden, wie die Mitarbeiter ticken. Jeder Chef muss einen authentischen Führungsstil finden, den er konsequent lebt. Orientierung ist das Wichtigste!

– Iga Niznik

Wie positioniert sich eine Führungskraft in der Firma richtig?

Indem sie durch ihr Auftreten für Orientierung sorgt, das ist das Wichtigste. Die meisten neuen Führungskräfte



KARRIERESPRUNG

ETATS & KAMPAGNEN

„Schönes Gemüse“ von Publicis

Das Gemüse-Image soll aufgewertet werden, verantwortlich dafür ist die Agentur Publicis: Sie werben für LGV-Frischgemüse.

Vertrauen versichert: Makler-Kampagne

Oft ist es eben doch besser, einem Experten zu vertrauen! Drafftcb Kobza macht sich für das Image der Versicherungsmakler stark (Bild).

Sex sells: Auch bei Schoko-Bananen

Die Agentur dasuno freut sich über den Casali-Etat und zieht im neuen Spot die Schoko-Bananen aus.

Sattler & Eichinger bindet Kunden

American Express Austria beauftragt die Agentur Sattler & Eichinger mit den Aktivitäten zur Kundenbindung.

Technikaffin: Reichl und Partner für DiTech

Der Computerfachmarkt DiTech vertraut bei künftigen Werbeagenden auf die Agentur Reichl und Partner.

Back to the roots: CCP, Heye und Quester

Die Agentur CCP, Heye gewinnt einen ihrer ersten Kunden zurück: Quester entschied sich im Wettbe-



Imagekampagne: Drafftcb Kobza wirbt für Versicherungsmakler

werb für ihre ursprüngliche Agentur. Sechs Jahre lang haben die Firmen in den Neunzigern zusammengearbeitet.

Rottenschlager.com versorgt Prescan

Prescan, ein Koordinationszentrum für medizinische Vorsorgeuntersuchungen, wird künftig von der Wiener Agentur rottenschlager.com betreut.

Sesshaft: ELK-Haus mit gantnerundenzi

„Aus diesem Haus will keiner raus“, ist das Motto im neuen Spot für Elk-Fertighäuser von der Agentur gantnerundenzi.

Bob mit Demner, Merlicek & Bergmann

„Nie mehr an der Nase herumführen lassen“ ist das neue Credo des Mobilfunkunternehmens bob in der Kampagne von DMB.



◀ Irene Sagmeister
Drafftcb Kobza

Drafftcb Kobza hat ihre Geschäftsführung erweitert: Irene Sagmeister (39) wird das Kundenservice verantworten. Sie bringt 16 Jahre Erfahrung in der Werbebranche mit, etwa von Young & Rubicam.

▼ Ingmar Goetzloff
BEKO

Ingmar Goetzloff (42) übernimmt ab nun die Leitung der Business Development Smart Home Solutions bei der BEKO Engineering & Informatik AG. Zuvor war er Consultant, etwa bei APA IT.



▶ Nora Deinhammer
mobilkom austria

Nora Deinhammer (40) ist neue Leiterin der Abteilung Business Service Management. Sie ist seit 2003 bei mobilkom austria tätig. Gemeinsam mit ihrem 70-köpfigen Team serviziert sie künftig Firmenkunden.



▲ Bangseob Choi
Samsung Electronics Austria

Der neue Präsident bei Samsung Electronics Austria GmbH heißt Bangseob Choi (45). Er war zuvor Managing Director von Samsung Griechenland und wir ab nun die Marktexpansion verantworten.



MOBILKOM AUSTRIA

MENSCHEN & POSITIONEN