

KURZ ZITIERT

»Auch Piloten sehen aus dem Cockpit nicht alles. Die Stewardessen liefern für den Fall einer Notlandung alle nötigen Informationen. Beim Großteil der Industriekapitäne ist dieses Verhalten noch nicht angekommen.«

Michael Hengl, CEO der Unternehmensberatung 1492//, empfiehlt Managern, auf ihre Mitarbeiter zu hören.

»Mich trennt ein wenig von den Kernschichten der SPÖ die unterschiedliche Ansicht, wie man öffentliche Unternehmen führt.«

Brigitte Ederer, Aufsichtsratsvorsitzende der ÖBB und Wien Holding, steht mit ihrer Partei zuweilen auf Kriegsfuß.

»Ich bin absolut ein Verfechter der freien Marktwirtschaft, aber was weitere neue Hotels in Wien betrifft, würde ich ein Regulierungskonzept der Stadt sehr begrüßen.«

Othmar Michaeler, Chef der Falkensteiner Michaeler Tourism Group, wünscht sich zumindest fallweise eine starke öffentliche Hand.

»Fehlchargen und Kundenreklamationen kosten auf jeden Fall mehr.«

Christian Führer, Marketingleiter der Murexin AG, relativiert die vermeintlich hohen Kosten einer Unternehmenszertifizierung.



COURAGIERTE KRITIKERIN. Frieda Nagl setzte ÖVP-Chef Mitterlehner beim Sommertalk derart vehement zu, bis er eingestand: »Gut, dass ich nicht Finanzminister geworden bin.«

Kopf des Monats

DIE ALPENREBELLIN

Frieda Nagl, pensionierte Wirtin aus Rauris, las Wirtschaftsminister und Vizekanzler Reinhold Mitterlehner im ORF-»Sommergespräch« die Leviten – und sprach damit vielen aus der Seele.

VON ANGELA HEISSENBERGER

»Als ihr Moderator Peter Resetarits am Ende der Sendezeit nur eine kurze Wortmeldung zugestand, hatte er die Rechnung ohne die resolute 75-Jährige gemacht: Sie benötigte eine ganze Stunde, um dem Vizekanzler ihre Anliegen darzulegen. Schon während der Diskussion hatte Frieda Nagl sich gedacht: »Du brauchst net so protzig tun, di krieg i a no.« Also fasste sie sich Mitterlehner nach der Sendung im Sondergasträum des ORF-Zentrums her und hielt ihm seine »leeren Versprechungen« als Wirtschaftsminister vor.

Frieda Nagl weiß, wovon sie spricht. 1939 als elftes von 16 Kindern einer Bergbauernfamilie geboren, musste sie von klein auf anpacken. Ihr Vater und ihr Ehemann verstarben früh. Sie zog die fünf Kinder allein auf, führte 47 Jahre den Gasthof

Alpenrose und engagierte sich zehn Jahre im Gemeinderat. Als Gründerin des Sozialausschusses rettete sie mit einer Spendenaktion einen von der Zwangsversteigerung bedrohten Hof.

Den Betrieb führt ihre Tochter Petra, Frieda Nagl hilft trotzdem nahezu täglich in der Küche, was ihr prompt eine Anzeige wegen Schwarzarbeit einbrachte. Den Kindern werde es unmöglich gemacht,

»FÜR SORGEN IMMER EIN OFFENES OHR.«

die Betriebe der Eltern weiterzuführen, meint die rüstige Wirtin und nimmt die Regierung in die Pflicht: »Seit Jahren reden sie von einer Steuerreform und nichts ist geschehen.«

Fotos: ORF, BrandTrust



ACHIM FEIGE, BRANDTRUST.
»Kunden zu Fans machen und für diese unverzichtbar werden.«

Schlechte Noten für Banken

Ein neuer Index bewertet erstmals die Widerstandsfähigkeit österreichischer Marken und zeigt Handlungsoptionen von Unternehmen auf.

»Unternehmen müssen sich zunehmend massiven wirtschaftlichen Veränderungen stellen – teilweise unvorhersehbar und binnen kürzester Zeit. Wenn es Unternehmen gelingt, sich in einem herausfordernden Umfeld mithilfe ihrer Marken neue Handlungsoptionen zu schaffen und mehr Widerstandskraft gegenüber Veränderungen zu entwickeln, so nennt

man das Markenresilienz«, erklärt Achim Feige, Partner der Managementberatung BrandTrust. Gemeinsam mit Harald Katzmair von FASResearch wurden in Interviews mit rund 100 Top-Entscheidern der wichtigsten Unternehmen Österreichs zehn Indikatoren und 26 Messkriterien ermittelt. Damit sind erstmals jene Stellhebel sichtbar, die Unternehmen mit ihren Marken in schwie-

rigem Umfeld dennoch profitabel wachsen lassen. Konzentration auf das zentrale Geschäftsfeld, langfristige strategische Führung und ein ganzheitliches Managementsystem kristallisierten sich als die wesentlichen Erfolgskriterien heraus. Österreichs Marken nutzen oft nur die Bekanntheit als Resilienztreiber, ihr schwächster Wert ist die Kundenloyalität.

Die höchste Resilienz weist die Biobranche auf, am schlechtesten schnitten Banken und Versicherungen ab. Im Ranking siegten KTM und Sonnentor, gefolgt von Atomic, RedBull und Ja! Natürlich. »Um sich für kommende Krisen zu rüsten und dem Billigwettbewerb zu entkommen, müssen Österreicher Marken noch bisher unterentwickelte Handlungsfelder nutzen«, meint Achim Feige. »Dies gilt vor allem in der Durchsetzung adäquater Preise für gute Qualität, wie man Kunden zu Fans macht und für diese unverzichtbar wird.«

DEFEREGGENTAL

HEILWASSER SORGT FÜR AUFBRUCHSTIMMUNG

Zehn Jahre ging man in St. Jakob im Defereggental über Höhen und viel mehr durch Tiefen. 2,2 Millionen Euro wurden in aufwendige Bohrungen investiert, die vermeintliche Thermalquelle war aber zu kühl und sprudelte auch nur spärlich. Aus der Osttiroler Wellnessoase wurde nichts, dafür wies eine Wasseranalyse einen besonders hohen Mineralstoffgehalt aus. Seit 2011 darf das angeblich zehn Millionen alte Wasser aus 2.000 Metern

Tiefe die Bezeichnung »Deferegger Thermalwasser« tragen. Ottokar Widemair, Arzt in St. Jakob, verweist auf nachhaltige Behandlungserfolge bei Bronchitis und chronischen Hautkrankheiten wie Schuppenflechte oder Neurodermitis. Abgefüllt in kleine Sprühdosen,



Bürgermeister Gerald Hauser, die Geschäftsführer Ernst Fleischhacker und Egon Kleinlecher sowie Künstler Michael Lang (v.l.) beim Spatenstich.

Halbliter- und Literflaschen soll das Heilwasser, von dem der Legende nach »ein Fingerhut so wertvoll ist wie Elfenwein und Himmelsbalsam«, den kleinen Ort so bekannt machen wie Lourdes. Der kommerziellen Nutzung steht mit dem Spatenstich für das neue Abfüllgebäude samt Tropsteinhöhle und Shop nichts mehr im Weg. Die Gesamtkosten betragen 500.000 Euro, 200.000 kommen über eine EU-Förderung. Der Künstler Michael Lang nimmt in der Gestaltung von Gebäude und Bohrplatz auf den Mythos der »Schnabelmenschen« Bezug – sie sollen einst die Wächter über das Defereggental gewesen sein.

PERSONALIA

JOHANN JÄGER NEU IM VORSTAND VON EARTO

Der Geschäftsführer der Austrian Cooperative Research (ACR), Johann Jäger, wurde in den Vorstand der European Association of Research and Technology Organisations (EARTO) in



Johann Jäger gehört seit Ende Juli dem Vorstand des europäischen Dachverbands für angewandte Forschungsinstitute an.

Brüssel gewählt. Er repräsentiert damit Österreich im europäischen Dachverband für angewandte Forschungsinstitute.

Die EARTO vertritt die Interessen der angewandten Forschung gegenüber den Institutionen der Europäischen Union. 350 europäische Forschungsinstitute sind Mitglieder der EARTO. Der EARTO-Vorstand setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern aus 19 europäischen Ländern zusammen. Jäger tritt die Nachfolge von Josef Affenzeller an, der als Vizepräsident der ACR von 2007 bis 2014 dem EARTO-Vorstand angehörte. Jäger studierte Technische Mathematik und Informationsverarbeitung an der TU Graz und war u.a. am CERN und an der Stanford University tätig.