

Der Mann, der Chefs auf Touren bringt

Selbstbewusst. Michael Sicher sitzt im Rollstuhl, ist fast ständig auf Hilfe angewiesen und hat es trotzdem geschafft, mit seinem Projekt „CEOs On Wheels“ in die Chefetagen großer Firmen vorzudringen.

GERALD STOIBER

WIEN (SN). Der 39-jährige Michael Sicher ist auf den Rollstuhl angewiesen, seit er ein Kleinkind ist. „Die genaue Ursache ist heute noch unklar“, sagt der Wiener. Ob es die Folge einer Impfung war oder eine Muskelerkrankung – das ändert nichts daran, dass Sicher fast rund um die Uhr auf Betreuung angewiesen ist. Dennoch hat er Wirtschaftsinformatik studiert und seit 2005 ist er selbstständiger Coach. „Mit Bewerbungen habe ich keinen einzigen Job bekommen“, sagt Sicher. Aus dieser Erfahrung heraus entstand die Idee, bei einem Patenschaftsprogramm einmal die Fähigkeiten von Körperbehinderten oder Rollstuhlfahrern in den Mittelpunkt zu stellen anstatt die Hindernisse, mit denen sie alltäglich zu kämpfen haben.

CEOs schaffen Chancen

Selbstbewusst ging Michael Sicher nach dem Motto „CEOs können Chancen schaffen“ auf die Chefetagen großer Unternehmen zu. Die Resonanz war gut. Von der Bank Austria über Herold, Uni-lever, die Raiffeisen Versicherung

bis zu Hewlett Packard und der Wien Holding gewann Michael Sicher Führungskräfte, sich als Mentoren zur Verfügung zu stellen. Noch bis September begleiten sie ihre jeweiligen Schützlinge – fünf Männer und sechs Frauen – bei monatlichen Treffen. Dabei geht es nicht in erster Linie um Jobmöglichkeiten. Ziel der Patenschaften seien „Begegnungen und möglichst viele Kontakte“, sagt Sicher. Zudem hat er Workshops veranstaltet, bei dem zum Beispiel Personalchefs versuchen, einmal im Rollstuhl ein paar Stationen U-Bahn zu fahren und sich beim Bäcker eine Jause zu holen – ein Rollenwechsel mit verblüffenden Erkenntnissen. Sichers Zwischenbilanz fällt kurz und bündig aus: „Es läuft sehr gut.“

Das bestätigte sich bei einem SN-Rundruf. „Ich habe am Anfang relativ wenig damit anfangen können, aber nach zwei Minuten war ich total begeistert“, sagt Bettina Glatz-Kremsner, Vorstands-

direktorin der Österreichischen Lotterien. Ihr Mentee Astrid Lantscha komme stets wohl vorbereitet und stelle Fragen, etwa über Mitarbeitergespräche. Sie habe eine sehr positive Lebenseinstellung. „Da gibt es kein Jammern und keine Schwierigkeit.“ Die Treffen der Vorstandslady und der Rollstuhlfahrerin sind unterschiedlichen Themen gewidmet. Einmal sei es auf Wunsch Lantschas ins Casino gegangen, einmal habe die junge Frau sie einen Arbeitstag lang begleitet. Glatz-Kremsner betont, das Projekt habe dazu beigetragen, dass die Lotterien bei den WinWin-Standorten das Engagement in Sachen Behindertenfreundlichkeit und Jobs für Behinderte verstärken wollen. Glatz-Kremsner: „Wir wollen da einiges tun.“

Sehr angetan sowohl vom Projekt als auch von ihrem Schützling Werner Rosenberger zeigt sich auch Ursula Riegler, die Sprecherin von McDonald's Österreich. „Er ist echt ein zackiger Kerl.“ Rosenberger (38) stammt aus einer Weinbaufamilie in Rohrendorf bei Krems, ist zweifacher Familienvater und seit einem Fahrradsturz im Rollstuhl. Im Reha-Zentrum sei ihm gera-

ten worden, in Pension zu gehen. „Das wollte ich mir nie gefallen lassen“, erklärt Rosenberger. An dem Projekt gefällt ihm besonders, dass er „Wissen aus der Praxis und nicht von der Uni“ bekommt. Mit Riegler nahm er zum Beispiel an Besprechungen in der PR-Agentur teil und auch an einem Branchentreff. Sie wolle Rosenberger, der sich als Selbstständiger auf PR und Marketing im Weinbereich spezialisiert habe,



URSULA RIEGLER



WERNER ROSENBERGER



Michael Sicher
Bild: SNIG. STOIBER



„Man kommt von Barrieren im Kopf weg.“
B. Glatz-Kremsner, Vorstand Lotterien

möglichst viele Kontakte bieten. Rosenberger haben von Anfang an US-Firmen wie HP, IBM oder McDonald's interessiert, „weil Mentoring dort mehr gelebt wird“. Laut Riegler beschäftigt McDonald's derzeit in Österreich 85 Menschen mit Beeinträchtigungen. In den nächsten Jahren sollen es bis zu 350 Jobs (von rund 8500 in ganz Österreich) werden. Riegler nennt ein Beispiel: „Bei einem McDrive-Schalter in Linz ist es überhaupt kein Manko, wenn jemand im Rollstuhl sitzt.“

Digitales Marketing als Umsatztreiber

Mit einem Workshop am 7. Mai im SN-Saal führen Regina Mehler und Reinhard Janning in die Welt des digitalen Marketings.

Mit dem provokanten Titel „Marketing is the new Finance“ wagt Regina Mehler die These, dass man im Zeitalter des digitalen Marketings endlich in der Lage ist, als Marketingverantwortlicher mit deutlich messbaren Ergebnissen das Unternehmensergebnis zu beeinflussen. Jeder eingesetzte Marketing-Euro wird messbar und versetzt das Marketing in die Lage, den mittelbaren sowie unmittelbaren Einfluss auf den Geschäftserfolg maßgeblich mitzugestalten und zu belegen.

Praxisbeispiele

Durch Praxisbeispiele veranschaulicht sie, wie sich diese Innovation in Unternehmen jeder Größenordnung anpassen lässt, immer in engem Schulterschluss mit Vertrieb und Partnermanagement. Mit Leidenschaft für das Thema bringt sie motiviert und praxisorientiert den Zuhörern Projekte näher und regt an zu mehr Mut im Marketing durch Querdenken und Neue-Wege-Beschreiten.



Digitales Marketing steht am 7. Mai bei dem Workshop im Mittelpunkt.

Bild: WALDHÄUSL.COM

Namhafte Expertin

Mehler weiß, wovon sie spricht, verfügt sie doch über mehr als 20 Jahre Marketing-Know-how. International wurde Mehlers Karriere mit der Position als Director Marketing Central/Eastern Europe, Russia & CIS bei Siebel Systems, wo sie für 15 Länder verantwortlich war. Von 2006 bis 2008 leitete sie als Vice President Corporate Marketing Strategy den Bereich Marketing

bei der Software AG in Darmstadt.

Im März 2008 übernahm Mehler den Bereich Marketing bei Adobe Systems.

Lead Management

Reinhard Janning referiert über das Lead Management, das heißt über die Generierung und Qualifizierung von neuen Interessenten. Das ist eine der wichtigsten Aufgaben der Marketingabteilung in Unternehmen. Darauf wird im zweiten Teil des

Workshops genauer eingegangen. Konkrete Punkte:

- Die wichtigsten Online-marketing-Kanäle für die Generierung von Leads
 - Lead Scoring & Lead Nurturing zur Qualifizierung der Leads
 - Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb
- Praxisnahe Übungen vermitteln einen Überblick über die wichtigsten Methoden und Techniken zur schnellen Gewinnung neuer Kunden.



Regina Mehler hält am 7. Mai einen Vortrag und einen Workshop zum Thema Digitales Marketing. Bild: SANDRA ECKHART



Reinhard Janning verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in Vertriebs- und Marketing-Positionen von internationalen Unternehmen.

Workshop

Digitales Marketing als Umsatztreiber

Bei dem Workshop von Regina Mehler und Reinhard Janning wird vermittelt, in welchem Wandel sich das Marketing und der Vertrieb durch den Einsatz neuer Technologien gerade befinden. Es wird Mut gemacht, im klassischen Marketing neue Ideen zu wagen und diese mithilfe von digitalem Marketing nicht nur der Zielgruppe zu präsentieren, sondern damit messbar bessere Resultate zu erzielen. Außerdem wird das Thema Lead Nurturing behandelt.

Zielgruppe: Vorstände, Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter aus Unternehmen, die erklärungsbedürftige Produkte vermarkten.

Workshop: Montag, 7. Mai, 9.30 bis 16.30 Uhr, SN-Saal, Karolingerstraße 40, 5021 Salzburg
Kursgebühr: 490 Euro exkl. Mwst., inkl. Mittagessen

Informationen: mail@regina-mehler.de
Anmeldung bis 23. 4.: ines.schmid@salzburg.com
Begrenzte Teilnehmerzahl