

Junge Wirtschaft startete durch

Die Junge Wirtschaft Salzburg feierte kürzlich mit dem Business Clubbing „Sinn & Tonic“ in der ARGE Salzburg den Neustart nach dem Höhepunkt der Corona-Pandemie. Das Thema Nachhaltigkeit stand dabei im Mittelpunkt des Abends.

16.09.2021, 9:36



Nach Sinn gab es Tonic und die Möglichkeit, sich zu vernetzen. Das nutzten auch WKS-Präsident Peter Buchmüller (2. v. r.) und WKS-Direktor Manfred Pammer (rechts), um mit den Jungunternehmern ins Gespräch zu kommen

„Es ist wichtig für uns, dass wir uns wieder einmal treffen können und zwar nicht online“, sagte der JW-Landesvorsitzende Martin Kaswurm bei seiner Begrüßung in der gut besuchten ARGE Salzburg. Zudem waren auch noch Zuschauer via Livestream dabei. Denn schließlich steht für die JW neben Interessenvertretung und Service der Netzwerkgedanke ganz oben auf der Agenda.

WKS-Präsident Peter Buchmüller verwies im Begrüßungstalk auf die Dynamik im Gründerbereich, denn schließlich sind die Neugründungen im Vergleich zum Vorjahr heuer in den zweistelligen Bereich gestiegen: „Die Salzburger trauen sich, Unternehmer zu werden. Das freut uns und wird von der Wirtschaftskammer mit kostenlosen Beratungsangeboten unterstützt, etwa mit dem neuen Gründer- und Jungunternehmer-Coaching.“



© JW/WURZER

Der JW-Landesvorsitzende Martin Kaswurm lud das Publikum ein, bei der JW-Aktion #unternehmensumwelt mitzumachen.

Keep up the engine

Das Motto des Abends „Keep up the engine“ – auf gut salzburgerisch „Schauen, dass das Werkl weiterläuft“ – passte dann auch gleich in zweifacher Hinsicht. Zum einen, weil der Wirtschaftsmotor wieder brummt, zum anderen weil die Zukunft der Mobilität im Mittelpunkt der Keynote von Julian Herget, Managing Partner bei der Designagentur Kiska, stand.

Er wies gleich zu Beginn auf einen scheinbaren Widerspruch zwischen einer Agentur, die eigentlich zum Konsumieren verführen will, und dem Thema Nachhaltigkeit hin. Ein Widerspruch, der sich aber bald auflöste, denn Herget gab den Besuchern Einblicke, nicht nur in die Arbeit und aktuellen Projekte der Designagentur, sondern auch in die Firmenphilosophie und die Werthaltung. „Wir sind der Überzeugung, dass eine starke Marke einen starken Kern benötigt. Das ist in der Regel das Produkt. Das sollte kein Wegwerf-, sondern ein langfristiges Produkt sein. Das sind die Produkte, die uns interessieren. An denen wir arbeiten. Wenn wir von der Nachhaltigkeit eines Produktes nicht überzeugt sind, machen wir es nicht“, betonte Herget.

Denn die Zukunft schreie nicht nur nach neuen Technologien, sondern nach Marken und Erlebnissen, deren Kern eben ein langfristiges Produkt sein müsse. Wobei die Sache mit der Nachhaltigkeit laut dem Designer nicht so einfach ist. Es müsse nämlich nicht sein, dass etwa ein Verbrennungsmotor schlechter abschneide als ein Elektromotor. „Wenn ich mir die Komponenten von manchen E-Bikes ansehe, die nicht besonders langlebig angelegt sind, dann fragt man sich, ob das nachhaltig ist.“ Ein Foto in Hergets Präsentation von einer Müllhalde in Asien, auf der sich E-Bikes und E-Scooter stapeln, unterstrich seine These eindrucksvoll.



© JW/WURZER

Julian Herget, Managing Partner der Designagentur Kiska, hielt einen inspirierenden Vortrag zum Thema Nachhaltigkeit.

Die Zukunft ist ein Obstsalat

Die Zukunft der Mobilität ist für den Designer wie ein Obstsalat, aus dem sich jeder das herauspicken kann, was ihm schmeckt. Dazu werde es Ideen für ganzheitliche Mobilitätslösungen und neue Dienstleistungen benötigen. Herget nannte als Beispiel den Kiska-Kunden Volta aus San Francisco, der das Laden von E-Fahrzeugen umsonst anbietet, dafür werden an den Zapfsäulen Werbespots abgespielt. „Es braucht sinnvolle Lösungen, die relevant sind für den Konsumenten. Greenwashing wird heutzutage sofort dekodiert und funktioniert zum Glück nicht mehr“, gab Herget zu bedenken. Und man müsse sich auch an die Bedürfnisse der Generation Z anpassen, der es wichtig sei, sich mit einem Produkt wohl zu fühlen, gut damit auszusehen und die Umwelt zu schützen.

Wer Neues entwickeln möchte, brauche Mut, Neugierde und Konsequenz. Als Beispiel nannte Herget den Bootsbauer Schöchgl, der gemeinsam mit Kiska ein völlig neues Bootsdesign gestaltet hat, das nun für große Nachfrage sorgt. Was den Mut betreffe habe man gerade mit eigentümergeführten Unternehmen bessere Erfahrungen gemacht, als mit großen Konzernen, bei denen Manager, die Entscheidungen treffen müssen, oft auf Nummer sicher gehen.

Dass gerade junge Unternehmen sich viele Gedanken zu Nachhaltigkeit sowie Klima- und Umweltschutz machen, bewies der Start-up-Panel, bei dem Vertreter der Salzburger Start-ups Ketofabrik, Needit, Solbytech, Sproof und SWAIG über ihren Umgang mit dem Thema berichteten.

Zum Schluss gab es noch eine Einladung des Landesvorsitzenden an alle Teilnehmer und Zuseher, die neue JW-Plattform www.unternehmensumwelt.at zu besuchen und sich an der Aktion zu beteiligen.

Das könnte Sie auch interessieren



Ausgezeichnete unternehmerische Spitzenleistungen

Die WIKARUS-Preisverleihung im WIFI Salzburg musste heuer zwar wegen der Corona-Pandemie leider abgesagt werden, das soll aber die herausragenden Leistungen der heurigen Preisträger keinesfalls schmälern. [➤ mehr](#)



Appell von WKS und Unternehmen: Jetzt impfen!

Der aktuelle Lockdown verursacht neuerlich enorme Schäden für Wirtschaft und Staat. WKS und viele Unternehmen appellieren einmal mehr an Salzburgs Bevölkerung sich impfen zu lassen und so zu einer nachhaltigen Stabilisierung der Lage beizutragen. [➤ mehr](#)



Die Pandemie grundsätzlich stoppen

„Wenn nur irgendwie möglich: Lasst die betroffenen Betriebe am 13. Dezember wieder öffnen!“ Diesen Appell richtet WKS-Präsident Peter Buchmüller an die Politik. Er fordert weitere Maßnahmen zur Hebung der Impfquote. [➤ mehr](#)