

## Stark, flexibel, innovativ durch die Krise

„Wo sich eine Tür schließt, öffnet sich eine andere.“ Ganz nach diesem Motto reagieren viele Wiener Unternehmen auf die Corona-Krise. In der telefonischen „Sprechstunde der WIENER WIRTSCHAFT“ erzählen einige, wie sie mit Ideenreichtum, Fleiß, Flexibilität und Optimismus durch diese harte Zeit kommen.

07.05.2020, 7:56



© PETER RIGAUD

Um die Arbeitsplätze seiner Mitarbeiter auch in der Corona-Krise zu sichern, setzte Oliver Attensam auf Umschulung.

### Stärker, gesünder, unabhängiger aus der Krise kommen

„Besonders jetzt während der Corona-Krise wird deutlich, wie wichtig die Arbeit des Reinigungssektors ist“, sagt Oliver Attensam, Geschäftsführer des gleichnamigen Unternehmens, das heuer bereits sein 40-jähriges Jubiläum feiert. Mit 22 Niederlassungen und mehr als 1600 Mitarbeitern zählt das Wiener Familienunternehmen zu den großen Playern der Branche. „Neben professioneller Reinigung sowie Sonderreinigungen und Oberflächen-Desinfektion bieten wir noch weitere Serviceleistungen an“, so Attensam. Dazu zählen Hausbetreuung, Winterservice, Haustechnik und Wartung, Bürobetreuung, Grünflächenbetreuung sowie Schädlingsbekämpfung. „Dadurch, dass wir so viele Standbeine haben, können wir auch in Zeiten der Corona-Krise flexibel reagieren und den Auftrageinbruch in gewissen Bereichen wieder wettmachen“, erklärt er. So wurden die Mitarbeiter, die vom Wegfall mancher Aufträge betroffen waren und normalerweise in Kurzarbeit geschickt worden wären, umgeschult und in den Bereichen eingesetzt, die derzeit eine große Nachfrage erleben. „Das sind wir unseren Mitarbeitern schuldig, immerhin sind es 1600 Menschen und Familien, die von dieser Arbeit abhängig sind“, betont Attensam, der die derzeitige Situation auch als willkommene Herausforderung sieht: „Wir nutzen diese Zeit als Chance zu reflektieren, wo es Schwachstellen gibt, damit wir stärker, gesünder und unabhängiger aus dieser Krise kommen können“, sagt Attensam, der im Zuge von Covid-19 auch ein Non-Profit-Projekt auf die Beine stellte: „Um Personen aus Risikogruppen zu unterstützen, bieten wir im Zuge unserer Hausbetreuung derzeit auch ein kostenloses Einkaufs-Service an. Wir sind ja sowieso vor Ort in den Wohnhäusern und können - neben der Eindämmung des Virus durch unsere Arbeit - einen weiteren Beitrag leisten, um die Menschen in der Krise zu unterstützen.“

## Der Weg zum erfolgreich erfüllten Leben



© EVA HEINDDL

Katharina Plange bietet in Corona-Zeiten auch Coachings in freier Natur an. Sie hilft Menschen dabei, ihre Lebensziele zu finden und zu erreichen.

Als Erlebniscoach und Lebensberaterin unterstützt **Katharina Plange** Menschen dabei, ihren persönlichen Erfolgsweg zu finden. Für Plange führt dieser immer über die innere Balance. „Nur wer mit sich im Reinen ist, seine Ziele gefunden hat, der kann auf lange Sicht ein erfolgreiches und erfülltes Leben führen.“ „Erfolgreich Erfüllt“ ist auch der Name ihres 2018 gegründeten Unternehmens. „Ich war davor lange in der Wirtschaft tätig - erfolgreich, aber unzufrieden“, sagt sie. Als der Körper eindeutige Botschaften in Form gesundheitlicher Probleme sandte, zog sie die Reißleine. Sie stieg aus dem Job aus und absolvierte mehrere Ausbildungen zum Coach und Lebensberater. Plange konzentriert sich dabei vor allem auf Menschen zwischen 40 und 60 Jahren, die große Ziele erreichen wollen. „Viele in der Gruppe sind stark leistungsorientiert und nach außen hin erfolgreich. Es fehlt ihnen aber der Spaß am Leben, sie haben innere Zweifel oder gesundheitliche Probleme“, sagt Plange. Als Coach begleitet sie ihren Kunden dabei herauszufinden, wer sie sind, was ihnen wichtig ist und was sie in ihrem Leben wollen. „Ist die Persönlichkeit auf diese Art als solides Fundament gefestigt, kommt der Erfolg von alleine.“ In der Corona-Krise müsse man besonders auf seine Psychohygiene achten, sagt Plange. „Es gilt, das negative Gedankenkarussell aufzuhalten.“ Die Zeit der Entschleunigung könne man nutzen, um sich darüber klar zu werden, was einem wichtig ist. Die Lebensberaterin unterstützt dabei, die Situation zu meistern und gestärkt daraus hervorzugehen. „Ich gebe auch Tipps und Tricks, was man selbst tun kann, um seine innere Stimme zu hören.“ Unterstützung bietet sie derzeit auch online oder auch in freier Natur an. „Jede Krise birgt auch die Chance zu wachsen“, ist ihr Credo.

## Endverbraucher statt Großhändler



Dorothea Sulzbacher überzeugte die Jury bei „2 Minuten 2 Millionen“.

„Normalerweise liefern wir unsere wasserspeichernden Geotextilien palettenweise an den Großhandel und kümmern uns um Entwicklung und Produktion. In den letzten Wochen mussten wir alles umkrempeln“, sagt Dorothea Sulzbacher. Sie führt gemeinsam mit ihrem Partner Thomas Eichenauer das Start-up Lite-Soil. Sie entwickeln Vliese für alle Arten von Begrünungen, die Luft und Wasser weiterleiten oder speichern und verkaufen diese Geotextilien in die ganze Welt. Jetzt steht die Wirtschaft in ihren Hauptabnahmeländern Italien, Spanien oder Frankreich still. So brachen von einem Tag auf den anderen fast 90 Prozent ihres Umsatzes ein, das Lager blieb voll. Daher beschloss das Team, seine Produkte über einen Online-Shop direkt an die Endkonsumenten zu verkaufen. Die Chance auf große Bekanntheit war da, denn Lite-Soil schaffte es in die Show „2 Minuten 2 Millionen“. Bis zur Ausstrahlung der Sendung musste allerdings ein Online-Shop stehen. „Wir haben rund um die Uhr gearbeitet. Ich musste mir in kürzester Zeit viel Know-how aneignen - über die Verpackung und Etikettierung für kleine Verkaufseinheiten - beispielsweise zum Einmischen in Blumentöpfe - bis zu allem, was das Logistikcenter braucht, um den Versand zu regeln oder dem Testen von Zahlungsmodalitäten“, so Sulzbacher. Sie und ihr Team schaffen es schließlich. Noch vor der Show war alles bereit. Mit ihrem Pitch konnte sie die Jury des Sendungsformats überzeugen. Die Miteigentümerin und Geschäftsführerin von MediaShop, Katharina Schneider, investierte 75.000 Euro: „Ich glaube an Lite-Soil im Business-to Consumer-Bereich und habe das Produkt im MediaShop aufgenommen. Gemeinsam werden wir das Sortiment weiterentwickeln“, so Schneider. Kaum war die Sendung ausgestrahlt, trudelten auch schon die ersten Bestellungen bei Lite-Soil ein. „Wir freuen uns darüber und arbeiten jetzt an einer höheren Bekanntheit in Deutschland. Nach Corona wollen wir aber, dass auch die großen Händler unsere Ware vertreiben“, sagt Sulzbacher, die sehr bedauert, dass das Corona-Thema den Kampf gegen den Klimawandel ganz ausgebremst hat. Denn Wassersparen und Begrünung im Kampf gegen den Klimawandel seien nach wie vor oberstes Gebot.

## Von Klopapier-Torten und Back-Videos



© JAZYS SHOP/ DEMIR

Yasemin Demir nutzt verschiedene Social Media-Kanäle, um den Kontakt zu ihren Kunden trotz Corona-Krise zu halten.

„Es war eigentlich ein Sprung ins kalte Wasser“, schildert Yasemin Demir den Anfang des Unternehmens Jazys Tortenzubehör, das sie 2017 gemeinsam mit ihrem Mann Gökhan Demir gegründet hat: „Wir waren damals beide auf der Suche nach Arbeit und haben uns kurzerhand dazu entschlossen, es durchzuziehen“, erklärt Demir. Ihrer Leidenschaft - dem Backen - folgend, wurde es schließlich ein Zubehörgeschäft für Backwaren, das den Wienern seither das Leben versüßt. Umso bitterer war es nun für Demir ihr Geschäft im Zuge der Corona-Krise schließen zu müssen: „Wir haben ja mittlerweile wieder offen, aber die Umsätze sind natürlich komplett eingebrochen. Einzig im Online-Shop können wir derzeit einen höheren Traffic verzeichnen - aber noch lange nicht genug, um eine ganze Familie zu ernähren“, sagt Demir, die gemeinsam mit ihrem Mann nun den Online-Handel ausbaut und versucht, den Kundenkontakt via Social Media zu halten. „Wir haben gemerkt, dass Social Media unumgänglich ist, wenn wir unser Geschäft retten wollen“, erzählt Demir, die sich für ihre Follower auf Facebook, Youtube und Instagram immer wieder etwas neues einfallen lässt: „Schon vor der Krise waren meine, Video-Backanleitungen, Bilder zu neuen Trends oder Tipps zur Handhabung unserer Produkte sehr beliebt. Deshalb bespielen wir unsere Social Media-Kanäle jetzt in der Corona-Krise verstärkt mit solchem Content“, schildert die frischgebackene Influencerin, die ihre Videos am liebsten mit ihrem Sohn - als Backgehilfen - dreht. „Wir hoffen sehr, dass wir so mehr Kunden erreichen und die Menschen Lust bekommen, zu Hause zu backen“, betont Demir und schmunzelt: „Zurzeit liegen ja leider eher Klopapier-Torten stark im Trend.“

## Das könnte Sie auch interessieren



### Wiener Stimmen – Wirtschaftskammer Wien verschafft Unternehmen Gehör

Ein Jahr schon befinden wir uns weltweit in einer Ausnahmesituation. Wie unterschiedlich und vielfältig die Selbstständigen mit der Krise umgehen, zeigt die neue Kommunikationsoffensive der Wirtschaftskammer Wien. [➤ mehr](#)



### Bildung ist der Schlüssel zum Erfolg

Das Traditionsunternehmen Reiwag fördert die Ausbildung der Kinder seiner Mitarbeiter. [➤ mehr](#)

