

GROSSES POTENZIAL. Bislang kaufen nur 29 Prozent der Frauen im Internet ein. Eine Studie verrät, was sich verändern muss, damit die Kundenzahl steigt.

► aus ins Wohnzimmer bestellen zu können.“

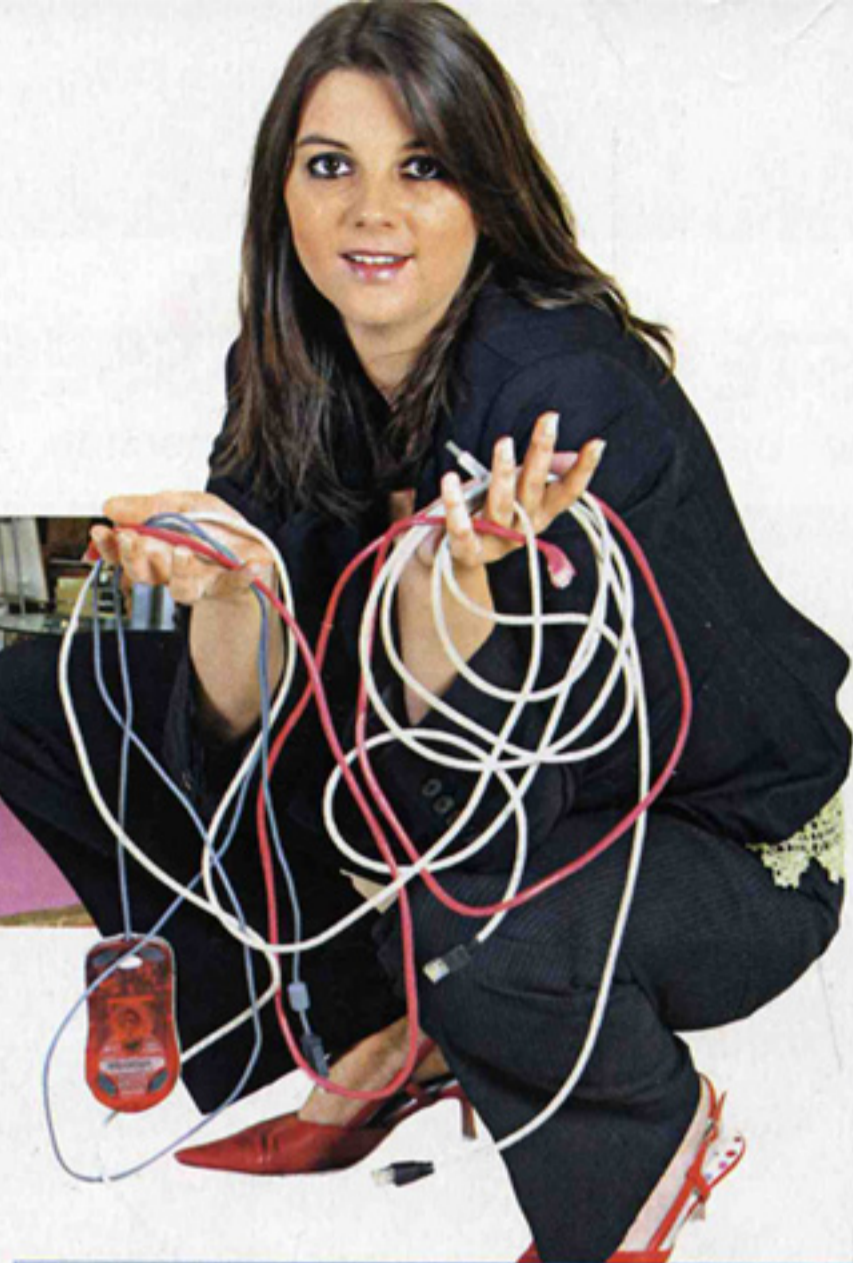
Stressfrei einkaufen. Dieser Plan ist aufgegangen. Denn in nur einem Jahr konnte Bertsch den Umsatz verdreifachen, den Vertrieb der Produkte auf zehn Länder ausbauen. Mittlerweile beschäftigt sie auch sechs Angestellte, die sich um den Großteil der Kundenbetreuung kümmern. „Ich selbst nutze jetzt die Möglichkeit, von zuhause zu arbeiten. So kann ich mich parallel auch voll um die Kindererziehung kümmern.“ Die Unternehmerin ist vom weiteren Erfolg der Branche überzeugt: „Das Internetgeschäft wird speziell in ländlichen Gebieten noch wachsen, wo der



ONLINE-AUKTION. Judith Hesz inmitten ihrer zu versteigernden Antiquitäten von „lauritz.com“.

Kunde sich dadurch lange Wege erspart. Oder bei schweren Produkten, die der Kunde nicht selber tragen möchte.“ Zudem sei der Einkauf im Netz zeitsparend, stressfrei und kostengünstig.

Große Chancen. Dass da noch großes Kundenpotenzial gegeben ist, unterstreicht auch eine Studie des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Fessel GfK. So kaufen in Österreich bislang lediglich 29 Prozent der Frauen übers Web ein. Soll sich daran etwas ändern, muss das frauenspezifische Angebot steigen und auf die Bedürfnisse der Frauen vermehrt Rücksicht genommen werden. Wie das funktionieren soll? Frauen wollen beim Online-Shopping geführt werden, sie wollen sich orientieren, nicht nur platte Preis- und Angebotsvergleiche bekommen. Außerdem



JUDITH HESZ, 32

GESCHÄFTSFÜHRERIN DES AUKTIONSHAUSES „LAURITZ.COM“

■ **VON KLASSISCH ZU MODERN.** Die 32-Jährige blickt bereits auf 16 Jahre Erfahrung im Antiquitätenhandel zurück, übernahm im Februar 2006 die Geschäftsführung des dänischen Kunst-, Design- und Antiquitäten-Auktionshauses *lauritz.com* in Wels. Und setzt auf die Verbindung von Tradition und moderner Technologie.

IHR ERFOLGSREZEPT: „Jeder sollte in seinem Geschäft revolutionär denken, selbst in einem Bestattungsinstitut. Die Welt bewegt sich weiter, und wir sollten uns mitbewegen.“

legen sie Wert auf Inspiration, Übersicht, Einkaufsspaß und Sicherheit.

Sicherheit für die Kunden. Darauf hat sich Judith Hesz, 32, Geschäftsführerin des Kunst-, Design- und Antiquitäten-Auktionshauses *lauritz.com*, bereits spezialisiert: „In unserem Unternehmen ist Sicherheit sowohl für den Käufer als auch für den Verkäufer von größter Wichtigkeit. Alle eingestell-

ten Artikel werden vorher von Experten auf Herz und Nieren geprüft und mit einem Schätzwert versehen. Wie in traditionellen Auktionshäusern.“ Der einzige Unterschied zu Dorotheum, Sotheby's und Co: Für den Verkauf wird ausschließlich die globale Reichweite des Internets genutzt. Und die Waren werden somit viel

Lesen Sie mehr auf Seite 75



KARIN SCHISTER, 27

WEBDESIGNERIN BEI „SCHRITTWEISE.AT“

■ **WEBDESIGN STATT KINDERGARTEN.** Die gelernte Kindergartenpädagogin sattelte um, absolvierte die Ausbildung zur Webprogrammiererin. Zuerst als Freelancer tätig, leitet sie heute die Grazer Niederlassung von *schrittweise.at*. Ist vom Kundenkontakt übers Design bis zur detaillierten Programmierung zuständig. Und genießt es, sich ihre Zeit völlig frei einteilen zu können. Aber: „Man muss bereit sein, ständig Neues zu lernen, weil sich die Branche rasch verändert!“

IHR ERFOLGSREZEPT: „Freude an der Arbeit zu haben. Für mich ist Webdesignerin ein absoluter Traumberuf!“



mehr potenziellen Kunden zugänglich.

Das notwendige Know-how im Bereich antike Möbel, Mitarbeiterführung und Kundenberatung erwarb sich die dreifache Mutter zuvor als kaufmännische Angestellte in der familieneigenen Firma Antik-Möbel Hesz. Warum sich Judith Hesz dann im Februar 2006 als Franchisenehmerin des dänischen Konzerns Lauritz.com in Wels umorientierte, hat sie schnell erklärt: „Ich habe dadurch die Möglichkeit gefunden, dem traditionellen Geschäft eine moderne Linie zu geben und damit auch neue Geschäftsfelder zu erschließen.“ An einem abwechslungsreichen Arbeitstag, der nur eines stets gemeinsam hat – die Dauer von 12 Stunden!

Flexibles Arbeiten. Einen stereotypen Arbeitstag kennt auch Karin Schister, 28, Webdesignerin bei *schrittweise.at*, nicht. „Aber genau das gefällt mir ja so gut. Bei mir geht es darum, gemeinsam mit dem Kunden ein Konzept für seinen Internetauftritt zu entwickeln. Dafür ist ständiger und direkter Kontakt Grundvoraussetzung.“ Dabei kommt die Steirerin aus einer ganz anderen Branche. Sie ist gelernte Kindergartenpädagogin, sattelte aber schon bald zur Webprogrammiererin um. „Meine Karriere war so nicht geplant. Ich habe und hatte Ziele, und auf dem Weg dorthin sind mir immer die richtigen Menschen über den Weg gelaufen, mit denen ich wunderbar zusammenarbeiten konnte“, kommentiert die Leiterin der Grazer Niederlassung von *schrittweise.at* ihren Jobwechsel. Und ergänzt: „Für mich ist meine Arbeit mein Traumjob.“

BARBARA HIRSCH, 34

FINANZCHEFIN BEI „BUONGIORNO“

GELERTE FINANZCHEFIN. Die Betriebswirtschaftlerin ist seit 2004 Finanzchefin bei *Buongiorno* Österreich. Ab Jänner 2007 zudem für die Leitung weiterer Niederlassungen in Zentral- und Osteuropa zuständig.

IHR ERFOLGSREZEPT: „Ich halte mich an John Ruskin: ‚Der höchste Lohn für unsere Bemühungen ist nicht das, was wir dafür bekommen, sondern das, was wir dadurch werden.‘“



JUTTA BERTSCH, 37

GRÜNDETE „BAMBINOWORLD“

KINDER ALS IDEENGEBER.

Früher war die Handelswissenschaftlerin als Headhunterin tätig – bis sie ihre beiden Kinder bekam und während der Karenz eine revolutionäre Geschäftsidee gebar: Babyartikel über das Internet zu verkaufen. „Ich wollte Eltern den Luxus bieten, sich stressige Einkaufstouren zu ersparen, bei denen nur Nerven und unnötig viel Geld verloren gehen.“ Stattdessen bietet die Niederösterreicherin seit 2004 in ihrer *bambinoworld* alles vom Auto- bis zum Kinderwagen – vom Web ins Wohnzimmer!
IHR ERFOLGSREZEPT: „Konsequent sein, Chancen erkennen und umsetzen sowie Verantwortung an Mitarbeiter delegieren!“



Ich kann von überall aus tätig sein, mir meine Zeit selbst einteilen und flexibel sein. Aber es ist ein Business, in dem man bereit sein muss, Neues zu lernen. Schließlich verändert sich alles stark und schnell!“

Kein Platz für Glücksritter. Das ist auch der Grund, warum Barbara Hirsch, 34, Finanzchefin beim E-Mail-Serviceanbieter *buongiorno.com*, nicht für jeden eine Chance in der Internetbranche wittert: „Das hohe Tempo und die fehlenden Sicherheiten machen das Business nur für wenige zu einem Traumjob. Früher haben sich dadurch auch Abenteuer und Glücksritter angezogen gefühlt, aber für diese ist heute kaum noch Platz in diesem Bereich.“

Bleibt aber noch immer die Chance auf eine Idee, die es noch niemals und nirgends auf der Welt gibt und gab ...

KATRIN KUBA ■

