01 | 2024

G'spür

Offizielles Magazin der
persönlichen Dienstleister

DIE SUCHE NACH LÖSUNGEN

Und wie Reiki dabei unterstützen kann

Wege zum Erfolg

Warum Selbstmarketing wichtig ist

7 TIPPS FÜR GUTE ONLINE-PRÄSENZ

Mit kleinem Budget große Wirkung erzielen

WKO WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN
Die persönlichen Dienstleister

persoenliche-dienstleister.wien

Kolumne

CRANIO-SACRAL-ARBEIT **BEI MIGRÄNE**

Regelmäßig werden wissenschaftliche Studien veröffentlicht, die die Wirksamkeit einzelner energetischer Methoden belegen. Dies widerlegt die weit verbreitete Annahme, dass energetische Methoden grundsätzlich nicht wissenschaftlich belegbar wären oder gar nicht untersucht würden.

Im November 2023 wurde im Journal Medicine eine Studie veröffentlicht, deren Ziel es war, die Wirksamkeit von Cranio-Sacral-Arbeit bei Migräne zu untersuchen. Die Forschung wurde von Wissenschaftlern in Zhengzhou, China, am Yellow River Central Hospital durchgeführt.

Für die Untersuchung wurde eine Gruppe von 87 Personen, die unter Migräne litten, per Zufallsprinzip in zwei Gruppen aufgeteilt. Beide Gruppen waren sich bezüglich der Schweregrade der Symptome am Beginn ähnlich.

Personen der ersten Gruppe erhielten über einen Zeitraum von vier Wochen Cranio-Sacral-Behandlungen. Hingegen erhielten die Menschen der zweiten Gruppe Scheinbehandlungen (d. h., sie zählten zur Kontrollgruppe und wurden berührt, ohne dass Cranio-Sacral-Arbeit stattfand).

Nach vier Wochen stellte sich heraus, dass die Häufigkeit und die Intensität der Migräne bei den Personen der ersten Gruppe signifikant zurückgingen, während bei den Menschen in der Kontrollgruppe keine Verbesserung stattfand. Fazit: Die Ergebnisse zeigten, dass die Cranio-Sacral-Arbeit eine sichere und effiziente Methode darstellte, um bei Migräne Linderung zu erreichen.

Kolumne von und für Expert:innen – DI Dr. David Bolius (bolius.net)

Quelle:
Jiang G, Ma S, Zhao J, Zhang M, Li Y, Chen W, Cui L, Jia L. Assessing the efficacy and safety of Craniosacral therapy for migraine: A single center randomized controlled trial. Medicine; 2023; 102:45(e35431).

Inhalt

4 SELBSTMARKETING
Tipps punkto Empfehlungsmarketing und Social-Media-Präsenz, die Ihr Business pushen.

8 ASTROLOGE PETER FRAISS IM INTERVIEW
Der Leiter des Sarastro College trägt zur Professionalisierung der Branche bei.

10 TAG DER ASTROLOGIE
Netzwerken mit dem Motto „Der Mensch als Spiegel des Kosmos – Vitalität und Wohlbefinden im Horoskop."

12 REIKI: DAVID BOLIUS
Wie er Menschen auf ihrem Heilungsweg begleitet und beim Entdecken ihrer Bestimmung hilft.

13 TAG DER ENERGETIK
Am 26. September 2024 ist es wieder so weit. Keynote-Speaker ist Wirtschaftskabarettist Otmar Kastner.

14 EMPATHIE ZUM TIER
Die Berufsgruppe Tierbetreuer war auf der Haustiermesse vertreten.

16 VOR DEN VORHANG
Porträt rund um das spannende Tätigkeitsfeld von Zeltverleihern und -bauern.

17 NEWS
Wissenswertes, Informatives und Hilfreiches für persönliche Dienstleister.

18 ROUND TABLE
Sonja Parzmayr und Charly Lechner im Gespräch zu den drei Säulen der WKO.

Weinwurm, Digit 4, Unsplash / Jason Goodman, Unsplash / Content Pixie, Gruber

Die persönlichen Dienstleister

Straße der Wiener Wirtschaft 1
1020 Wien, Österreich
Telefon: +43 1 51450 2264
E-Mail: persoenlichedienstleister@wkw.at

IMPRESSUM
Medieninhaber: Very Media GesmbH.
Geschäftsführer Christian Lerner, Paul Pöttler.
Adresse des Medieninhabers:
Windmühlgasse 26 / 2. Stock,1060 Wien.
Hersteller: Bauer Druck. **Adresse des Herstellers:** Wien.
Herausgeber: Die Fachgruppe Wien der persönlichen Dienstleister WKO. **Adresse des Herausgebers:** Straße der Wiener Wirtschaft 1, 1020 Wien, Österreich.
Coverfoto: Nenetus / stock.adobe.com
Redaktion: Irmie Schüch-Schamburek, Michaela Hocek.
Art-Direktion: Kabane 13 Medienagentur GesmbH.

Editorial

LIEBE **LESERINNEN** UND **LESER!**

Unsere Branchen sind vielfältig, was uns aber alle eint, ist das G'spür für unsere Kundinnen und Kunden, welches wir mit Energie, Lebensfreude und Spaß vermitteln.
Mit großen Events wie der Haustiermesse, dem Tag der Astrologie oder dem noch bevorstehenden Tag der Energetik bringen wir die einzelnen Berufsgruppen zusammen – und gleichzeitig auch einer breiten Öffentlichkeit noch näher.
Wir holen unsere „Dienstleister:innen mit G'spür" vor den Vorhang!

Diese Vielfalt findet sich auch in dieser Ausgabe des G'spür-Magazins direkt in Ihren Händen wieder – von Businessastrologie über Energetik bis hin zum Roundtable „Was ist die WKO?" wird über die aktuellsten Geschehnisse innerhalb unserer Fachgruppe informiert.
Für alle unsere Mitglieder gibt es zusätzlich Expertinnen- und Experten-Infos zum Thema Selbstmarketing. Allen voran für die zahlreichen Ein-Personen-Unternehmen unserer Branchen dürfte das interessant sein. Als Fachgruppe ist uns ein breites Serviceangebot für unsere Mitgliedsbetriebe besonders wichtig, um in unternehmerischen Bereichen informieren und aktiv unterstützen zu können.

Auch News, Updates und die wichtigsten Termine zu kommenden Veranstaltungen finden Sie auf den folgenden Seiten. Ich hoffe, viele von Ihnen dort persönlich zu treffen!
Bis dahin viel Freude beim Lesen!

Charly Lechner
Spartenobfrau-Stellvertreter Sparte Gewerbe und Handwerk
Fachgruppenobmann persönliche Dienstleister
Berufsgruppensprecher Humanenergetik
Wirtschaftskammer Wien

Bescheidenheit IST (K)EINE ZIER

SELBSTMARKETING *fällt vielen Menschen schwer und kann doch so einfach sein. Daher wollen wir mit Grundlagen und Expertentipps dabei unterstützen.*

TEXT: Michaela Hocek

Interesse und Neugierde zu wecken ist eine lohnende Möglichkeit, um Neukund:innen zu gewinnen. Oft fehlt vor lauter Ideen der rote Faden, um den richtigen Anfang zu finden. Ein guter Startpunkt sind eine ansprechende Visitenkarte, Flyer und Folder sowie digitale Präsenz via Website, Instagram und Facebook über das eigene Angebot und die persönlichen Stärken in der jeweiligen Branche. Doch Sichtbarkeit und ein attraktives Erscheinungsbild schaffen noch keine Bekanntheit, Reichweite, Follower und individuellen Kontakt. Danach geht es um das Heranholen von Ressourcen, die zu einem passen. Und hier gibt es unzählige Möglichkeiten, die nicht unbedingt mit großem Budgetaufwand einhergehen müssen. Wichtig ist es vor allem, authentisch zu bleiben und Schritte zu setzen, die zu einem passen. So beginnt man am besten im persönlichen Umfeld mit der Überlegung: Wen könnte ich bitten, mir zu helfen, meinen Kund:innenkreis zu erweitern? Und hier darf weit gedacht werden – von Freund:innen, der Familie, Kolleg:innen und Lieferant:innen bis zu Menschen, mit denen man Aus- und Fortbildungen oder Seminare besucht hat. Eine handgeschriebene Liste ist hier hilfreich, um ins Tun zu kommen. In einem weiteren Schritt können bei Netzwerktreffen in der näheren Umgebung Kontakte geknüpft werden. In Wien beispielsweise bieten sich die Plattformen imgraetzl.at oder meetup.com an. Auch die Wirtschaftskammer bietet regelmäßig in allen Bezirken Netzwerktreffen an.

„Wo es *menschelt*, sind Vertrauen und Fähigkeiten gefragt.“

Alice van der Lee,
Expertin für den strukturierten Empfehlungsturbo, ist durch viele positive Praxisbeispiele davon überzeugt, dass begeisterte Kund:innen die besten Empfehler:innen sind.

CHALLENGE YOURSELF

Ein aktiver Ansatz ist es auch, sich selbst Aufgaben zu stellen. Das beginnt bei der Challenge, pro Woche zehn Flyer zielgruppengerecht an die Frau oder den Mann zu bringen oder eine bestimmte Anzahl Termine durch gezielte Telefonanrufe oder E-Mails zu fixieren. Für viele ist es auch herausfordernd, vor Menschen zu sprechen. Hier sind Businessveranstaltungen ein dankbares Feld, um im Smalltalk oder auch bei einem Elevator Pitch seine Fähigkeiten kurz und prägnant vorzustellen. Hier liegt der zündende Funke darin, in kürzester Zeit und mit wenigen Sätzen zu erklären, was die eigene Geschäftsidee auszeichnet. Wobei darauf zu achten ist, dass man statt über sich zu erzählen herausarbeitet, wie das, was man anbietet, dem Gegenüber guttut. In eine ähnliche Kerbe schlägt auch das sogenannte „Grassroots Marketing“, wo die Aufmerksamkeit auf kleine Gruppen – Ihr Nischenpublikum – gerichtet und ihre Loyalität gelenkt wird. Denn nur wenn Menschen von einer Sache begeistert sind, erzählen und empfehlen sie diese gerne weiter.

Persönlicher Kontakt und Social Media Community Management sind wichtige Tools für effizientes Selbstmarketing.

Foto: Fiona-Livia Bachmann, Jenny Überberg / Unsplash

STICHWORT EMPFEHLUNG

Zum Thema Empfehlungsmarketing haben wir mit Alice van der Lee, Spezialistin für strukturiertes Empfehlungsmarketing – empfehlungsturbo.at, gesprochen. Gleich zu Beginn des Interviews gab sie acht wertvolle Tipps an unaufwändigen Schritten, die allerdings mit Konsequenz verfolgt werden sollten: *„1. Legen Sie sich eine klare Positionierung zu! 2. Setzen Sie verstärkt auf persönliche Gespräche oder alternativ auf Telefonate mit Ihren beruflichen Kontakten anstelle von E-Mails. 3. Hören Sie zwischen den Zeilen mit. Kann mir mein:e Gesprächspartner:in beruflich zu einem gewünschten Kontakt direkt eine ‚Brücke bauen‘? 4. Trauen Sie sich im Gespräch bei einer interessanten Information zu* ▶

360°-ANSATZ – EMPFEHLER

Quelle: Alice van der Lee/empfehlungsturbo.at

INFOS

WKO-TERMINE ZUM THEMA

19. ODER 26.9.2024
Instagram für EPU – Zeitsparende Strategien für deinen Online-Erfolg.
Vortragender: Philipp Pflügl
www.wko.at/epu/webinar-instagram-fuer-epu-zeitsparende-strategien

21. ODER 28.11.2024
Mach deine Persönlichkeit zur Stärke des Unternehmens.
Vortragende: Anna Werr
www.wko.at/epu/webinar-persoenlichkeit-staerke-unternehmen

JE 4–6 PRÄSENZ-VERANSTALTUNGEN PRO JAHR

- Elevator Pitch – Wie sage ich es in 60 Sekunden?
- Storytelling – Damit der Funke überspringt
- Der optimale Kommunikations-Mix
- Jedes E-Mail verkauft
- Der digitale Weg zum Kunden
- Starten Sie Ihren Empfehlungsturbo

KLEINES BUDGET
GROSSE WIRKUNG

SOCIAL MEDIA: *Die 7* BESTEN TIPPS *für mehr Erfolg*

Laura Stromberger ist als CEO der digitalen Kreativagentur Stromberger (*www.stromberger.marketing*) mit Instagram, Facebook, Reels, ChatGPT, Canva, Inshot & Co. bestens vertraut. Sie verrät im Gespräch, wie Kund:innen oder Klient:innen im Social-Media-Bereich erreicht werden können.

SMART DURCHSTARTEN

Nicht einfach drauflosschießen, sondern vorab Ziele auf Social Media definieren. Wie soll die Kommunikationsstrategie Ihres Unternehmens aussehen? Wo findet sich die Zielgruppe, die angesprochen werden soll? Starten Sie beispielsweise mit einem professionell gestalteten Account auf Facebook & Instagram – vollständige Daten, ansprechendes Profilbild im richtigen Format und aussagekräftige Bio sind die Basics. Erstellen Sie einen Redaktionsplan, der in Ihr Zeitmanagement passt.

PLAN IT 'TIL YOU NAIL IT!

Eine große Herausforderung für viele Unternehmer:innen stellt das ständige „Nachlaufen" der Postings dar: „Man möchte ja, man sollte ja, aber die Zeit …" Nutzen Sie kostenlose Tools wie den Planner in der Meta Business Suite oder die Instagram App auf Ihrem Handy (Post oder Reel einfügen, erweiterte Einstellungen, einplanen), um Beiträge und Stories für mindestens zwei Wochen vorauszuplanen. Das schafft Konsistenz und ermöglicht die Flexibilität, in stressigen Phasen aktiv zu sein.

DIE KI IST IHR FREUND

„Guten Morgen", „Einen erfolgreichen Wochenstart" oder doch das gute alte „Schönes Wochenende an alle!" sind zwar nette Floskeln, aber um mit Inhalten auf Social Media erfolgreich zu sein, muss es schon mehr „knallen". Erhöhen Sie Ihre Reichweite, indem Sie kostenlose KI-Tools wie ChatGPT nutzen. Erstellen Sie einen Prompt (= Briefing), um kreative Ideen für Postings vorgeschlagen zu bekommen. Füttern Sie die KI dahingehend mit detaillierten Informationen zu Ihrem Unternehmen. Je genauer der Prompt, desto besser fallen die Ergebnisse aus.

HALLO USER-GENERATED CONTENT

Ermutigen Sie Ihre Follower:innen dazu, Inhalte rund um Ihr Unternehmen oder Ihre Brand zu erstellen und zu teilen. Das schafft nicht nur Vertrauen, sondern liefert auch authentischen Content, der besonders gut auf Social Media performt. Filmen Sie bei Shootings oder Produktionen immer wieder mit dem Handy mit und teilen Sie BTS-Aufnahmen (Behind the scenes) und Outtakes, die Ihr Unternehmen und die dahinterstehenden Personen nahbarer machen.

COLLABS FOR THE WIN!

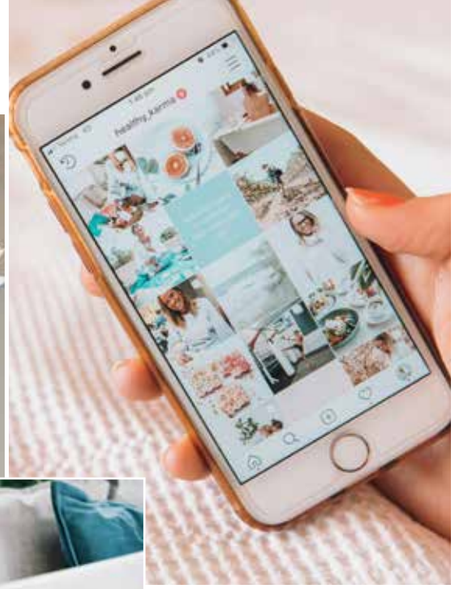
Ein kostengünstiges und doch sehr effizientes Tool können Kollaborationen mit anderen Unternehmen, Influencer:innen oder Partner:innen sein. Dies kann in Form von gemeinsamen Gewinnspielen (Packages), gemeinsamen Reels oder Instagram Takeovers (jemand übernimmt Ihren Account für eine gewisse Zeit) sein. Dadurch erschließen Sie sich neue Zielgruppen und können die Zahl Ihrer Follower:innen erhöhen.

STAY IN TOUCH

Gehen Sie auf Kommentare und Nachrichten Ihrer Follower:innen ein, versuchen Sie diese in einem kurzen zeitlichen Abstand zu beantworten und ermutigen Sie immer wieder zur Interaktion. Sind negative oder ungerechtfertigte Inhalte dabei, bleiben Sie professionell und erkundigen Sie sich im Ernstfall bei Ihrer Rechtsschutzversicherung, die mittlerweile eigene Online-Reputations-Pakete anbietet.

WEITERE KOSTENLOSE TOOLS

Nutzen Sie für spannende und ansprechende Inhalte Tools wie Canva, Inshot oder Captions. Kreative und fesselnde Inhalte werden in der Regel von Ihrer Community besser angenommen und können dazu beitragen, die Interaktion und Bindung zu steigern.



„Word of mouth": Empfehlungsmarketing ist eine kontinuierliche Angelegenheit, die auf einem partnerschaftlichen Verhältnis beruht.

Eine ästhetisch-stimmige Online-Präsenz ist ein unverzichtbarer Kommunikationskanal.

Neukund:innen nachzuhaken und bleiben Sie dran. 5. *Setzen Sie verstärkt digital Referenzen (‚Kundenstimmen') auf Ihrer Website und in den sozialen Medien ein.* 6. *Fragen Sie parallel dazu Ihre Kund:innen gezielt um Empfehlungen für Erstgespräche mit neuen Zielgruppen.* 7. *Nützen Sie regionale Veranstaltungen zum Kennenlernen von Bezirksvertreter:innen.* 8. *Lassen Sie sich einmal pro Monat von Ihrem guten ‚Bürogeist', dem Smartphone, Laptop oder dem Tischkalender an Ihre nächsten Gespräche mit Ihren Empfehler:innen erinnern.*" Die dazu passende Vorab-Reflexion: Welche „Aufgabe" hatten diese zu erledigen? Welche war im Gegenzug Ihre? Was können wir im regelmäßigen Kontakt füreinander tun? „Letztendlich ist Empfehlungsmarketing ähnlich einer Kooperation und als Aufbau einer Partnerschaft zu sehen. Der Wissenstransfer ist wichtig, um eine gegenseitige Basis zu schaffen. Das geht mit der Bereitschaft einher, zusätzlich Zeit zu investieren und regelmäßig etwas zu tun. Das Gute daran ist, dass es nicht monetär getrieben ist. Vielmehr wird Erfahrung geteilt." Aus dem eigenen Alltag und ihrer Vortragstätigkeit kennt van der Lee sich wiederholende Hürden: „Sind zu wenige Punkte davon abzuhaken oder man merkt, dass die Prokrastination immer wieder die Oberhand gewinnt, sollte man sich fragen: Warum schiebe ich bestimmte Punkte auf der To-do-List schon so lange auf?" Hilfreich wäre es hier, sich ein Ziel zu setzen. Beispielsweise: Bis Ende des Jahres möchte ich drei Empfehler:innen gewinnen. Oder: Zwei Mal pro Jahr möchte ich einen Impulsvortrag auf einer Veranstaltung abhalten.

PROFESSIONELLE HERANGEHENSWEISE

Dienstleistungen, die von Menschen leben, sind ein sehr persönliches Business. Wertschätzung muss vorhanden sein und es kommt immer gut an, ein Danke auszusprechen. Wichtig ist es auch, Lust zu machen – ein 360-Grad-Erlebnis zu bieten. Hierfür kommen laut van der Lee vier mögliche Gruppen an Empfehler:innen in Frage: „1. *Kunden, die bereits bei mir kaufen. Sie sind die besten Empfehler:innen, da sie das Produkt, die Arbeitsweise und mich als Mensch bereits kennen. Sie sind auch eine Hilfe, um der ewigen Preisschlacht am Markt zu entgehen.* 2. *Partnerfirmen, die vor oder nach mir eine Dienstleistung erbringen. Das kann z. B. der Physiotherapeut sein, der meine Dienstleistung empfiehlt.* 3. *Das zwanglose Überlegen mit Partnerfirmen, z. B. bei einer Tasse Kaffee, bringt häufig neue Zielkund:innen ins Gespräch. Vernetztes Denken kann wechselseitig Aufträge generieren.* 4. *Mitarbeiter:innen, die viele Kontakte haben, sind ebenfalls eine wertvolle Quelle.*" Eine letzte Empfehlung teilt die Expertin noch für das Erstgespräch: „Handeln Sie nicht Ihr komplettes Portfolio ab. Wählen Sie die Dienstleistung aus, die für dieses ‚Perfect Match' die richtige ist."

Fotos: beigestellt, Contentpixie / Unsplash, Gabrielle Henderson / Unsplash, Maddi Bazzocco / Unsplash

EINE HIMMLISCHE *Erfolgsstory*

Der psychologisch orientierte Astrologe PETER FRAISS leitet seit über 40 Jahren erfolgreich das Sarastro College – und hat maßgeblich zur Professionalisierung der Branche in Österreich beigetragen.

TEXT: Irmie Schüch-Schamburek

Peter Fraiss gilt als Pionier der psychologischen Astrologie in Österreich und betreibt seit 1980 seine astrologische Praxis. Seit 1986 lehrt der Psychologe psychologisch orientierte Astrologie und gründete das Sarastro College, das zu einer der erfolgreichsten Astrologie-Schulen im deutschsprachigen Raum wurde. Er etablierte die Astrologie als Berufsgruppe in der Wirtschaftskammer und engagierte sich jahrelang als deren Vorsitzender für die Reputation der modernen Astrologie. Als Leiter der Diplomausbildung setzt sich der engagierte Astrologe für die Professionalisierung der Astrologie ein. Er widmete sich auch der astrologischen Forschung, deren Ergebnisse international Beachtung finden.

Was sind die wichtigsten Voraussetzungen, damit man als Astrologe/Astrologin erfolgreich sein kann?

Peter Fraiss: Damit es überhaupt funktioniert, ist eine solide Ausbildung wichtig. Das bedeutet zumindest zwei Jahre lernen. Dann benötigt man meistens noch zusätzliche Ausbildungen, um zu wissen, wie man ein hilfreiches Gespräch führt. Das genügt jedoch auch noch nicht. Meine Erfahrung ist, dass viele scheitern, weil ihnen das unternehmerische Denken fehlt. Das heißt, wenn jemand mit der besten Ausbildung und viel Idealismus startet, dann gehört, um erfolgreich zu sein, auch die Überzeugung dazu, dass man Geld damit verdienen darf – und man muss Umsatz von Gewinn unterscheiden können.

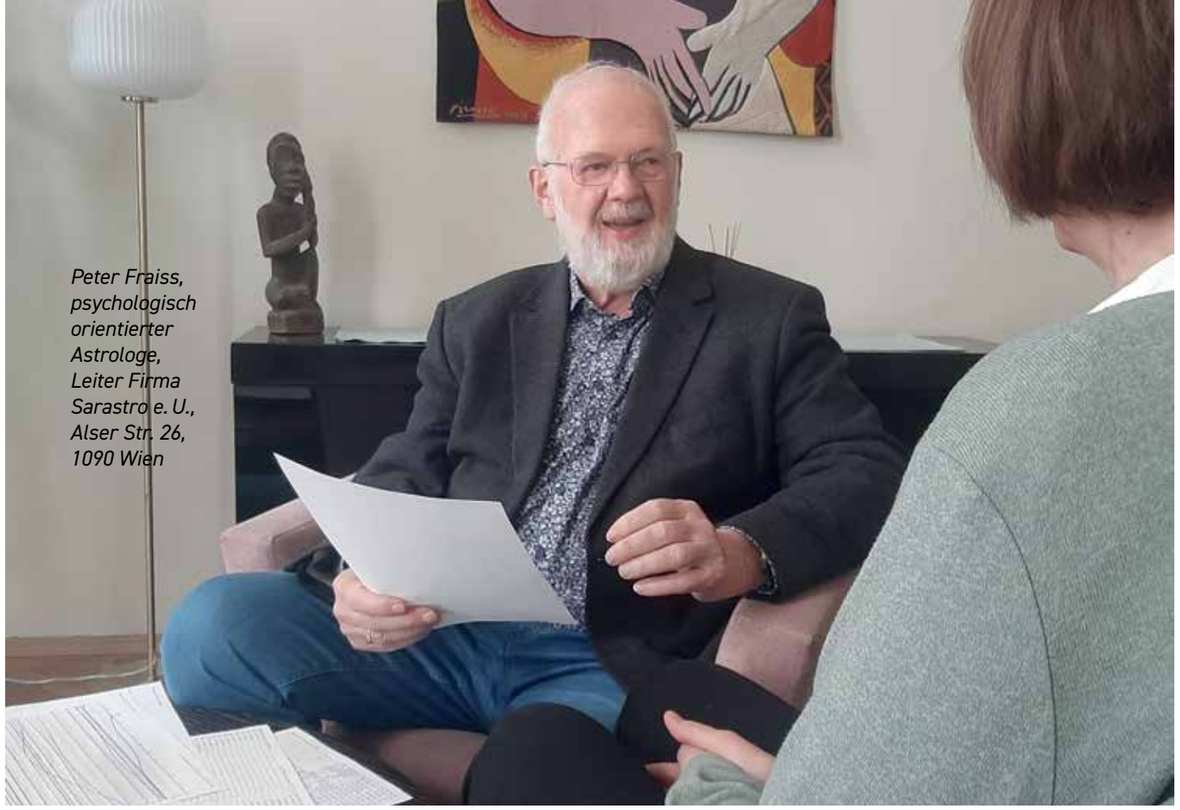
„Das Einzige, was mit Sicherheit nicht funktioniert, sind irgendwelche *Inserate* in Zeitungen!“

Worauf sollte bei einer astrologischen Unternehmensgründung noch geachtet werden?

Fraiss: Es ist für alle, die eine Ausbildung gemacht haben, ganz wichtig, ihnen die Illusion zu nehmen, dass man mit der Astrologie leicht reich wird und auch dass es schnell geht. Es ist daher hilfreich, wenn ein anderer Brotjob vorerst das Überleben sichert und man sich sukzessive für astrologische Beratungen Raum schafft, um nicht ausschließlich von Beginn an vom Einkommen aus der Astrologie abhängig zu sein. Ich glaube, bis man auf einen genügend großen Kundenstock zurückgreifen kann, um davon zu leben, dauert es mindestens drei Jahre.

Wie wichtig sind Social-Media-Kanäle für einen Erfolg?

Fraiss: Mittlerweile braucht es natürlich eine professionelle Homepage, Facebook und Insta. Das ist alles wichtig. Und es kommt auch darauf an, dass man mit einer gewissen Regelmäßigkeit auf diesen Kanälen auch präsent ist, um überhaupt von etwaigen Kunden wahrgenommen zu werden. Die Ansprüche der Kunden werden immer größer und sie können immer besser zwischen selbst gebastelten und professionellen Webseiten unterscheiden. Das verlangt auch ein entsprechendes Investment. Nach oben gibt es da keine Grenze.



Peter Fraiss, psychologisch orientierter Astrologe, Leiter Firma Sarastro e. U., Alser Str. 26, 1090 Wien

Foto: privat

Welche Strategien empfehlen Sie, um Kunden zu akquirieren?

Fraiss: Ich empfehle auch allen, die sich als Astrologen und Astrologinnen selbstständig machen möchten, Institutionen zu suchen, wo sie mit Vorträgen Aufklärungsarbeit für die Astrologie leisten können. Ganz gleich, ob es sich dabei um einen Kulturverein handelt, eine Volkshochschule oder von mir aus einen Pfarrverein: Die meisten kennen die Astrologie nur aus der Zeitung. Vorträge sind eine gute Möglichkeit, um Menschen überhaupt für Astrologie zu begeistern und ihnen klarzumachen, wie viel Lebensqualität man gewinnen kann, wenn man über die Astrologie erkennt, wer man ist und wo die persönlichen Grenzen und Fähigkeiten liegen. Da hat die Astrologie mehr zu bieten als irgendeine andere Disziplin.

„Prophezeiende *Astrologie* schwächt die Menschen und macht sie abhängig!“

Thema Selbstmarketing – was halten Sie dabei für wichtig?

Fraiss: Zuerst sollte man sich fragen: Welche Art von Astrologie möchte ich anbieten? Weiters, welche Menschen möchte ich damit ansprechen und wie möchte ich sie ansprechen? Wie bringe ich denn etwaige Klienten überhaupt auf meine Homepage? Gerade in diesen Bereichen gibt es ein großes Angebot an Workshops in der Wirtschaftskammer, von der man auch eine individuelle Beratung in Anspruch nehmen kann. Man muss darauf hinweisen, dass es diesen Vorteil gibt. Einige Astrologen versuchen, ohne Gewerbeanmeldung zu arbeiten. Das ist eine sehr schlechte Erfolgsvoraussetzung, da sie in gewisser Weise nicht öffentlich zu ihrer Arbeit stehen können. Erfahrungsgemäß scheitern sie deshalb sehr schnell. Ein Vorteil der WKO-Mitgliedschaft ist nicht zuletzt, dass man seinen Klienten signalisieren kann, dass man nach den Ethik-Richtlinien seiner Standesvertretung arbeitet. Das ist ein deutliches Zeichen für Seriosität.

Steht Ihr Erfolg in den Sternen?

Fraiss: Ich habe einen Skorpion-Aszendenten und Pluto im neunten Haus, das heißt, von meinem Selbstverständnis bin ich auf der Welt, um eine Botschaft in die Welt zu senden, die Menschen gewissermaßen verändert. Mit dieser Überzeugung lebe ich bis heute – und seit den 80er-Jahren dabei ausschließlich von der Astrologie. Ich habe es noch keine Sekunde bereut. Diese Arbeit wird von vielen Menschen geschätzt und damit entsteht sehr oft das gute Gefühl einer wirklich sinnerfüllten Tätigkeit.

Die erste Veranstaltung war bestens besucht.

EIN TAG IM ZEICHEN *der Sterne*

Der **TAG DER ASTROLOGIE** stand unter dem Motto „Der Mensch als Spiegel des Kosmos – Vitalität und Wohlbefinden im Horoskop“.

TEXT: Irmie Schüch-Schamburek

Fachgruppengeschäftsführerin Mag. Sonja Parzmayr mit Mag. Ulrike Hackl in angeregter Unterhaltung

Nach pandemiebedingter Online-Ausführung freuen wir uns, dass der Tag der Astrologie wieder mit Präsenzvorträgen und persönlichen Begegnungen stattgefunden hat“, erklärt Berufsgruppensprecherin Regina Binder. Das edelmoderne Ambiente des ehrwürdigen Apothekertraktes bot den idealen Rahmen für den regen Austausch zwischen Profi- und Hobbyastrolog:innen sowie Astrologie-Interessierten. Als Ehrengast besuchte die Spartenobmann-Stv. der Sparte Gewerbe und Handwerk, Birgit Streibel-Lobner aus Niederösterreich, die Veranstaltung. Erster Programmpunkt waren kostenlose astrologische Kurzberatungen für die ersten 40 Gäste, danach folgten Fachvorträge von Petra Dörfert M.A. (geprüfte Astrologin des Deutschen Astrologenverbands, Autorin und Heilpraktikerin) und Riki Allgeier (Praxis mit Schwerpunkt Astromedizin, abendländische Therapien, Autorin und Dozentin für Astromedizin).

Petra Dörfert präsentierte im Vortrag „Astrologie und Prävention“ astrologische Prinzipien, die im sogenannten Kopf-zu-Fuß-Schema des Tierkreiszeichen-Menschen verschiedenen Beschwerden zugeordnet sind. Psychologische Astrologie kann dabei hervorragend als gelebte Prävention und für die Aufdeckung und Lösung von psychosomatischen Krankheitsursachen im Rahmen des astrologischen Beratungsgesprächs genutzt werden. Riki Allgeier referierte zum Thema „Was die Astrologie zum Wohlbefinden beitragen kann“. Die bekannte Astrologin verfolgt ebenso einen psychologisch-astrologischen Ansatz, setzt jedoch bei ihrer Arbeit zusätzlich auf die Kraft der Heilpflanzen und die Signaturenlehre. Im Anschluss standen Dörfert und Allgeier den Astrologinnen und Astrologen wie auch allen anderen Teilnehmenden für Fragen zur Verfügung. Abschließend folgte ein gemütlicher Ausklang des gelungenen Abends bei einem großzügigen Buffet mit kulinarischen Köstlichkeiten und Drinks, bei dem noch bis zur Sperrstunde ausgelassen geplaudert, angeregt diskutiert und erfolgreich genetworkt wurde.

Berufsgruppensprecherin Regina Binder mit Riki Allgeier und Petra Dörfert.

Bei den Gratis-Kurzberatungen herrschte reges Interesse.

Die Besucherinnen und Besucher der Veranstaltung freuten sich über regen Austausch und Give-aways mit „G'spür“.

„Allen voran gefällt mir die Möglichkeit zu networken und der Austausch mit Gleichgesinnten und Kolleginnen sowie Kollegen.“

Martina Zöbl
Astrologin / Leadership & Education Coaching

„Ich fand die Vorträge auch als Laie sehr interessant und auch die Möglichkeit, danach Fragen zu stellen, war toll.“

Daniela Mathies
Energetikerin / Farb-, Typ-, Stil- und Imageberaterin

Fotos: Florian Wieser, Sujet/Grafik Tag der Astrologie: © Westend61 | prastiw | MeowCreations | stock.adobe.com

Reiki unterstützt
DIE SUCHE NACH LÖSUNGEN

Den optimalen Weg sieht David Bolius im ganzheitlichen und fächerübergreifenden Ansatz.

Die beruflichen Skills von David Bolius aus drei Bereichen – WISSENSCHAFT, ENERGIEARBEIT UND WEBDESIGN – haben gemeinsam, dass sie darauf beruhen, etwas verständlich zu machen.

Karrieren verlaufen immer seltener geradlinig. Das zeigt das Beispiel des Werdegangs von David Bolius sehr anschaulich. Ein verwobener und sich ergänzender Mix aus technischem Studium, alternativen Gesundheitsmethoden und kreativem Arbeiten bestimmt sein Tun. „Das naturwissenschaftliche Weltbild ist an bestimmten Stellen sehr begrenzt, vor allem dort, wo es um Gesundheit, Glück und Berufung der Menschen geht. Auf der Suche nach Lösungen gilt in der heutigen Zeit das ‚sowohl als auch' anstelle von ‚entweder/oder' für mich als besserer Ansatz", so Bolius. Er setzt seine Fähigkeiten ein, damit Menschen zu einem besseren Verständnis der Welt und von sich selbst gelangen. „Dadurch können sie ihre Potenziale und Talente wieder besser umsetzen."

Wie sind Sie ursprünglich zu Reiki gekommen?

David Bolius: In der Abschlussphase meiner Doktorarbeit, Anfang 2006, empfand ich kaum noch Freude. Der enorme Publikationsdruck, die mangelnde Aussicht auf eine fixe Anstellung und der geringe Freiraum zum Ausleben von Fantasie und Kreativität im wissenschaftlichen Arbeiten frustrierten mich. Hinzu kamen Symptome wie Müdigkeit, Motivationslosigkeit und Verdauungsprobleme. Zu meinem Erstaunen verschwanden diese auch während eines dreimonatigen Urlaubs nicht. So begab ich mich auf die Suche nach einer Methode, die ich selbst anwenden konnte, und stieß auf Reiki. Reiki (rei = Geist, Seele und ki = Lebensenergie) ist eine Form des Handauflegens. Ich legte meine Wissenschaftskarriere auf Eis und machte mich selbstständig. Reiki hat dazu beigetragen, dass ich den Mut zu diesen weitreichenden Entscheidungen gefunden habe.

> „Als Reiki-Lehrer ist es mir ein Bedürfnis, meine Klienten und Schüler auf ihrem Heilungsweg zu begleiten und ihnen beim Entdecken ihrer Bestimmung zu helfen."

Wie finden Ihre Kunden zu Ihnen?

Bolius: Hauptsächlich über meine Website und durch Weiterempfehlung. Doch viel spannender ist für mich die Frage: Was haben meine Klienten/Kunden davon, dass sie zu mir kommen? Durch mein breites Spektrum von der Naturwissenschaft bis zur Energetik kann ich sehr speziell auf Bedürfnisse eingehen. Den kopflastigen Skeptiker hole ich in der Energiearbeit mit Studien an Bord. Den Energetiker, der Schwierigkeiten hat, sich selbst zu vermarkten, hole ich mit empathischer Arbeit als Webdesigner ab – bei vollem Verständnis, dass das, was die Person macht, weit über Technik und Materie hinausgeht.

Digit Four

Das Casino Baumgarten in Penzing wird heuer für den festlichen Rahmen sorgen.

DER TAG DER *Energetik*

Das Treffen der vernetzungsfreudigen Mitglieder findet heuer am 26. SEPTEMBER statt. Die Gäste können sich auf einen launigen Keynote Speaker und BRANCHENNEWS freuen.

Der Termin, den sich alle Energetiker:innen im Kalender vormerken sollten, ist der 26. September – das Datum, an dem der „Tag der Energetik" über die Bühne gehen wird. Als Location wurde das Casino Baumgarten, Linzer Straße 297 in 1140 Wien, ausgewählt. Das Programm sieht auch heuer wieder Impulsvorträge, spannend-unterhaltsame Aktivitäten und kulinarische Köstlichkeiten vor. Zu viel wollen wir an dieser Stelle jedoch noch nicht verraten.

Keynote Speaker 2024 wird Wirtschaftskabarettist Otmar Kastner sein.

Bereits zugesagt hat der Keynote Speaker 2024. Charly Lechner und Sonja Parzmayr als Vertreter der Wirtschaftskammer Wien freuen sich, dass sie den Wirtschaftskabarettisten Otmar Kastner für den exklusiven Abend gewinnen konnten. Der Business Trainer und Berater ist begehrter Empowerment Speaker und teilt gerne seine Erfahrungen aus den Bereichen „Emotionales Personalmanagement", „Corporate Culture" und „Führungskräftecoaching".

Fix ist auch in diesem Jahr ein Rück- und Ausblick auf die Meilensteine der Fachgruppe der persönlichen Dienstleister Wien. Im Rahmen dieses festlichen Abends ist es traditionell ein Highlight, in die Aktivitäten einzutauchen, die den Mitgliedern einerseits Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit in Form von Imagekampagnen und Dienstleistungen für potenzielle Kund:innen bringen, und andererseits die Fülle an Services und Veranstaltungen zur eigenen Weiterbildung.

Houcek, Weinwurm, Medved People, Stefan Knittl

2023 fand der Tag der Energetik im Palmenhaus des Burggartens statt.

Bei strahlendem Wetter wurden 175 Energetiker:innen begrüßt.

Die Location und die Vorträge von Rüdiger Dahlke und Charly Lechner etc. waren hochkarätig.

Hier finden Sie weitere Informationen und Anmeldemodalitäten zum Tag der Energetik am 26.9.2024.

BERUFUNG *als Beruf*

Nach unterschiedlichsten beruflichen Tätigkeiten beschloss THOMAS GLOCK, seine Frisier-Leidenschaft professionell anzubieten – und ist damit sehr erfolgreich.

TEXT: Irmie Schüch-Schamburek

Ursprünglich arbeitete Thomas Glock für TV und Film, Industrie, absolvierte infolgedessen verschiedene Studien und war in der Wirtschaft selbstständig tätig. Hundezucht und -training waren lange sein Hobby, bevor er sich entschloss, seinem Herzen und der Liebe zum Tier (Hund) nachzugehen. Aus der Zucht kam die Nachfrage nach Frisieren sowie Training und schließlich die Profession des Hundefrisörs.

Fotos: Beigestellt, Foto Weinwurm

Wie kamen Sie zu Ihren ersten Kunden?
Thomas Glock: Durch Mundpropaganda. Ich habe aus Freude, als „Hobby", Hunde für Ausstellungen unentgeltlich frisiert. Dadurch hatte ich von Beginn an einen gewissen Bekanntheitsgrad und Kunden.

Welche Marketingmaßnahmen sind für Sie am wichtigsten?
Glock: Am wichtigsten ist tatsächlich meine Homepage – und die Keywords auf der Homepage. Damit eine Website als Marketing-Tool funktioniert, ist es jedoch wesentlich, dass sie professionell gestaltet ist und belebt wird, beispielsweise mit Blogbeiträgen. Ich stelle jeden Monat einen neuen Beitrag auf meine Homepage. Bestes Beispiel: Nachdem ich nach langer Zeit wieder einmal über Spitze und Pomeranians geschrieben habe, hatte ich danach mehr als das Vierfache an Spitz- und Pomeranian-Frisier-Anfragen.

War der Beitrag auch auf Social-Media-Kanälen wie Facebook oder Instagram abrufbar?
Glock: Nein, er stand ausschließlich auf der Homepage – mit Google Keywords. Ich habe gar nicht genügend Zeit, permanent Fotos zu machen, um auf Instagram und Facebook zu posten. Meine Erfahrung ist, dass die meisten Hundebesitzer zuerst über die Google-Suchmaschine Hundefriseure suchen. Dort finden sich unendlich viele Einträge. Daher ist es wichtig, möglichst weit oben gelistet zu sein. Dann wird die Suche auf die nähere Umgebung eingeschränkt – und die Homepages der Anbieter verglichen. Bei Neukunden hinterfrage ich immer, weshalb sie zu mir in den 11. Bezirk kommen. Ich habe Kundschaft aus dem 19. Bezirk, Wiener Neustadt, Neusiedl am See und sogar aus Tel Aviv und Spanien. All diese Kunden haben sich ausschließlich aufgrund meiner Homepage für mich entschieden.

Das Geheimnis von Erfolg ist die *Empathie* zum Tier.

Welche anderen Marketingmaßnahmen erachten Sie als notwendig?
Glock: Ich gehe natürlich auf Ausstellungen, denn ich schneide auch Ausstellungshunde. Ausstellungen sind wichtig, um sich dort mit Hundebesitzern zu vernetzen, aber auch um Kundenkontakte zu pflegen. Daher habe ich auch Kunden, die weitere Anfahrtszeiten, beispielsweise aus Graz, in Kauf nehmen, um ihren Hund für eine Ausstellung trimmen zu lassen.

Wie wichtig sind ein guter Standort, ein ansprechendes Shop Design und Auslagengestaltung?
Glock: Ich bin mittlerweile überzeugt, dass der Standort absolut irrelevant ist, sofern es Parkmöglichkeiten und eine öffentlichen Verkehrsanbindung gibt. Ebenfalls wichtig finde ich, dass es vor dem Salon Grünflächen gibt, da der Hund vielleicht vor dem Besuch noch sein Geschäft verrichten muss.

Welche Zielgruppen sprechen Sie an?
Glock: Ich arbeite nicht für den Kunden, also den Hundebesitzer, sondern in erster Linie für seinen Hund. Meine Kunden wollen für ihre Hunde nur das Beste. Daher habe ich mich bewusst für gute, aber teurere Produkte, Tische und Maschinen entschieden. Dementsprechend richtet sich die Kalkulation – und somit auch die Zielgruppe danach. Ich denke, ich bin ausgebucht und habe genau die Kunden, die ich möchte, da mein Konzept und mein Engagement in sich stimmig sind.

HAUSTIERMESSE

EIGENER STAND FÜR DIE BERUFSGRUPPE TIERBETREUER

Das Team der Tierbetreuer-Sprecher rund um Elisabeth Mannsberger

Die Haustiermesse Wien fand von 2. bis 3. März 2024 in der Marx Halle statt.

INFORMATION & NETWORKING

Die Tierbetreuer-Sprecher aus Niederösterreich, dem Burgenland und der Steiermark standen erstmals gemeinsam mit der Wiener Berufsgruppenvorsitzenden, Elisabeth Mannsberger, für alle Messebesucher:innen als Ansprechpartner zur Verfügung. Interessierte Tierhalter:innen bekamen vom WK-Team alle Informationen rund um die gewerbliche Tierbetreuung. Die Profis beantworteten Fragen, beispielsweise woran man qualifizierte gewerbliche Tierbetreuer:innen erkennt, wo man sie findet. „Es hat uns aufgezeigt, dass wir dort nicht nur für die Gewerbetreibenden ein wichtiger Ansprechpartner waren, sondern auch viele Tierhalter:innen unterstützen konnten, die richtigen Ansprechpartner für ihr Anliegen zu finden", so Elisabeth Mannsberger.

BELIEBTER BRANCHENTREFF

Die Messe ist mit 200 Verkaufs- und Infoständen Österreichs größter Treffpunkt für Tierfreunde. Diese konnten sich dort umfassend über ihre Lieblinge informieren und auch alles für ihr geliebtes Tier shoppen.
Ein buntes Rahmenprogramm mit Shows, vielfältigen Vorträgen, interessanten Workshops und Mitmachaktionen rundete das Angebot perfekt ab.

MAXIMALE *Flexibilität*

VOR DEN VORHANG.

Kundenorientierung par excellence: Heinz Gruber und Friedrich Wallner sind Unternehmer, die häufig unterwegs und mit nahezu jeder Location vertraut sind.

TEXT: Michaela Hocek

Das freie Gewerbe „Vermietung von beweglichen Sachen“ ist ein breit gefächertes. Derzeit wird an einem Berufsbild Zeltverleiher/Zeltbauer gearbeitet, um das gesamte Spektrum der notwendigen Tätigkeiten zu vereinheitlichen. „G’spür“ hat zwei Profis zum Interview gebeten, um Brancheneinblicke zu gewähren.

Heinz Gruber kennt die Herausforderungen als Geschäftsführer eines seit 110 Jahren bestehenden Familienbetriebs: „Der Großteil der Zeltbauer erwirtschaftet ca. 75 bis 80 % des Jahresumsatzes in der Sommersaison, die von Mai bis Oktober dauert. In der kalten Jahreszeit werden die Zeltmaterialien gereinigt, gewartet und nicht mehr gebrauchsfähiges Material wird ausgeschieden. Unser Team schwankt je nach Saison zwischen zehn und 20 Mitarbeitern. Die schwere Arbeit des Zeltaufbaus bei jedem Wetter und die unregelmäßigen Arbeitszeiten sind nicht gerade ‚sexy‘, aber viele Mitarbeiter in der Veranstaltungsbranche lieben die Abwechslung, die Montage an interessanten Orten (Backstage, Schlösser oder in gesperrten Bereichen) oder sie begeistern sich für das Entstehen von etwas Großem.“ Und auf diese Events ist sein Team spezialisiert, bespielte man z. B. schon die Staatsoper anlässlich des Opernballs, den Heldenplatz am Nationalfeiertag, das Ernst-Happel-Stadion am Tag des Sports und viele österreichische Filmproduktionen.

„Unsere Mitarbeiter halten uns zum Teil seit 25 Jahren die Treue und sind die Stütze unseres Familienbetriebs mit 110-jähriger Tradition.“ Heinz Gruber, rentatent.at

Als Gerichtssachverständiger warnt Gruber aufgrund seiner Erfahrung vor Zelten, die den gängigen Standards nicht gerecht werden. „Viele juristische Schadenersatzansprüche entstehen durch günstig online gekaufte Zelte, die eine professionelle Bauweise glaubhaft machen wollen, oder auch technische Datenblätter, die für den Laien unverständlich sind, sowie missachtete Warnhinweise und das Unterschätzen rasch aufkommender Unwetter.“

Das Wetter sieht auch Friedrich Wallner als die größte Herausforderung seines Berufs. „Dass die Stürme zunehmen, ist sehr unangenehm für uns. Bei Windspitzen von 100 bis 120 km/h wird ein Zelt gefährlich, wir müssen schnell reagieren, vor Ort sein, das Zelt öffnen oder abbauen, um bis zu mehrere hundert Menschen zu sichern.“ Doch will er auch die schönen Seiten nicht unerwähnt lassen: „Mir reichen zwei große Veranstaltungen pro Woche. Ich kann weitgehend stressfrei leben und habe Zeit für mich und meine Familie. Die Selbstständigkeit und totale Zeiteinteilung sind für mich ein Segen.“ Durchschnittlich wird vier Stunden aufgebaut, mit der Errichtung von Bars, Tanzflächen, Himmel und Beleuchtung kann es bis zur Fertigstellung zwei bis drei Tage dauern. Der Abbau benötigt rund ein Drittel weniger Zeit. Sein Firmenhighlight ist ein riesiges Segeltuchzelt aus Kalifornien, das für Geburtstagsfeiern oder Hochzeiten mit bis zu 400 Leuten geeignet ist. „Wir betreuen rund ums Jahr viele Bauveranstaltungen. Möbelvermietung ist auch im Winter gefragt. Ich bin froh, wenn zwei bis drei Monate ruhiger sind, dann bleibt Zeit, sich um das Equipment zu kümmern und sich auf Messen nach Neuem umzuschauen. Ich bin ja ein winziger Zeltverleiher, dafür flexibel“, so Wallner.

„Das Schönste an meinem Beruf ist meine Freiheit punkto Zeiteinteilung.“ Friedrich Wallner, wallner-zelte.at

Fotos: Weinwurm Fotografie, Zeltbauer Gruber, Wallners Zeltverleih

News

Wissenswertes, Informatives und Hilfreiches für Mitglieder der persönlichen Dienstleister

aus der Branche

WORKSHOPS

ANGEBOTE FÜR IHR UNTERNEHMEN

Mit Facebook und Instagram nun erst recht loslegen
Lernen Sie effektiv Social Media als Marketing-Instrument für eine gezielte digitale Marketingstrategie zur verbesserten Kundengewinnung zu nutzen.
8. Mai 2024 / online: www.wko.at/veranstaltungen

Einstieg ins Content-Marketing
Profitieren Sie von fundierten Kenntnissen und praktischen Ansatzpunkten, um effektives Content-Marketing zu entwickeln und dieses strategisch im Alltag zu integrieren.
13. Mai 2024 / online: www.wko.at/veranstaltungen
Präsenz im Haus der Wiener Wirtschaft

Meine Homepage als Basis der digitalen Kommunikation
Durch das Wissen um die fünf Punkte für eine erfolgreiche Präsenz in Google können Sie Ihre Online-Strategie verbessern und gezielt Kunden gewinnen, somit den unternehmerischen Erfolg steigern.
17. Juni 2024 / online: www.wko.at/veranstaltungen

TIPP: Mit dem EPU-Center im Haus der Wiener Wirtschaft steht Mitgliedern ein modernes Business-Center mit Gratis-Meetingräumen (max. 6 Personen / 1 Raum 12 Personen) für Geschäftsbesprechungen zur Verfügung.

WEBINAR SOCIAL MEDIA

Rechtliche Stolpersteine aus der SOCIAL MEDIA PRAXIS

Erfahren Sie, wie Sie soziale Netzwerke gezielt für Ihr Unternehmen einsetzen können, ohne dabei gegen geltendes Recht zu verstoßen. Anhand konkreter Beispiele aus der Praxis behandelt das Expertenduo Ing. Johannes Kerbl, LL.M. (WU) und Mag. Natascha Ljubic, BSc folgende Fragen:

- Welche sozialen Netzwerke werden von den meisten Unternehmen genutzt?
- Wie nütze ich die sozialen Netzwerke, ohne rechtliche Probleme zu bekommen?
- Welche Inhalte darf ich im WWW posten? Wo lauern die Gefahren?
- Was sind die Konsequenzen eines Rechtsverstoßes im Internet?
- Wie reagiere ich – wenn etwas passiert – richtig?

3. Juni 2024 / online: www.wko.at/veranstaltungen

TERMIN: EPU KOMPAKT
Schenken Sie sich und Ihrem Unternehmen einen halben Tag im Monat! Erweitern Sie Ihr Netzwerk, stärken Sie Ihre unternehmerischen Fähigkeiten und informieren Sie sich über die neusten Entwicklungen und Trends.
14. Mai / 19. Juni 2024,
Präsenz im Haus der Wiener Wirtschaft
www.wko.at/wien/netzwerke/epu/epu-kompakt

Fotos: Florian Wieser; Unsplash / Jason Goodman, Unsplash / Arnel Hasanovic

DIE 3 SÄULEN DER WKW

SONJA PARZMAYR, Fachgruppengeschäftsführerin Sparte persönliche Dienstleister, und CHARLY LECHNER, Fachgruppenobmann und Berufsgruppensprecher Humanenergetik, im Gespräch.

Interessenvertretung, Service sowie Aus- und Weiterbildung: Das sind die drei Säulen, mit denen das engagierte WKW-Team bemüht ist, die Mitglieder tatkräftig zu unterstützen. Die Maßnahmenpakete umfassen neben Newslettern und Aussendungen, in denen den Mitgliederbetrieben neue branchenspezifische Infos, Aktionen, Förderungen, Rechtsinformationen und Weiterbildungsinformationen sowie Workshops übermittelt werden, auch Networking-Veranstaltungen und Beratung. Darüber hinaus gibt es auch etliche Werbemaßnahmen, um die einzelnen Branchen nach Außen sichtbarer zu machen wie beispielsweise City Lights und Info-Screens.

Wie können sich Mitglieder über all diese Maßnahmen informieren?
Sonja Parzmayr: Alle Infos sind auf unserer Website zugänglich und wir versenden per Mail wöchentlich einen Newsletter sowie zusätzlich Aussendungen. Wir möchten unsere Mitglieder auffordern, diesen Newsletter zu abonnieren, um aus erster Hand brandaktuell alle Informationen zu erhalten. Aber wir setzen auch auf klassische „Old School Tools" – wie unser Mitgliedermagazin „G'spür", um unseren Mitgliedern auch analog und haptisch Infos zu übermitteln. Darin erfahren sie branchenübergreifende News, welche Veranstaltungen es aktuell gibt, und viele fachspezifische Tipps.

Charly Lechner ist Fachgruppenobmann und Berufsgruppensprecher Humanenergetik

Sonja Parzmayr ist die Fachgruppengeschäftsführerin für die persönlichen Dienstleister.

Weshalb halten Sie Marketingmaßnahmen für persönliche Dienstleister für so wichtig?
Charly Lechner: Unsere Mitglieder sind Koryphäen auf ihren Gebieten, haben aber oft Scheu, ihre Qualitäten in die Öffentlichkeit zu tragen. Die beste Humanenergetikerin Wiens wird keinen Erfolg haben, wenn sie sich in einem Kämmerlein versteckt und dort auf einen Kunden wartet. Sichtbarkeit ist zwingend notwendig, um auch im Kollektiv Humanenergetikern den Stellenwert in der gesellschaftlichen Wahrnehmung zu geben, der ihnen gebührt. Sie sind Profis, sie müssen es anwenden, sie müssen es leben und sie müssen gesehen werden. Das Gleiche gilt auch für die anderen persönlichen Dienstleister.

Was wünschen Sie sich von Ihren Mitgliedern?
Charly Lechner: Wir möchten unsere Mitglieder gerne motivieren, sich aktiv über unsere Angebote zu informieren und diese zu nutzen. Viele wissen nicht, welche Fördermöglichkeiten es gibt und dass Ein-Personen-Unternehmerinnen und -Unternehmer förderwürdig sind oder dass es über uns Unterstützung für sie in Finanzangelegenheiten gibt. Unser großes Ziel ist es, unsere Berufsgruppen zu sensibilisieren, dass viele ihrer Bedürfnisse durch unsere Angebote abgedeckt werden können.

Fotos: Ludwig Schedl

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN
Die persönlichen Dienstleister

Dienstleister:innen mit G'spür

persoenliche-dienstleister.wien

Die Farb-, Typ-, Stil- und Imageberater:innen