

PERSONALTICKER

Richard Grasl neuer
Kurier Digital-Chef

Ex-ORF-Manager Richard Grasl übernimmt die Leitung der Digital-Medien des Kurier. Die Presse zitiert aus einem

Brief, in dem Grasl sein Mandat als Flughafen-Aufsichtsratsmitglied zurücklegt. Der Standard verweist auf Kurier-Chefredakteurin Martina Salomon, wonach Grasl „ab sofort Mitglied der Chefredaktion und im Team mit Michael Jäger und Gert Korentschnig Tagesverantwortlicher“ sei. Auf HORIZONT-Anfrage bestätigt Grasl: „Ich freue mich auf die neue Aufgabe.“ © David Bohmann

Susanne Stissen leitet
IV-Marketing-Agenda

Susanne Stissen ist der neue Kopf des Marketing- und Kommunikationsteams der Industriellenvereinigung. Mit November übernahm sie die Agenden von Anna McDonald, die sich in Karenz befindet. Stissen ist seit über 25 Jahren in der Kommunikationsbranche und durchlief dabei Stationen bei Palmers, in der Geschäftsführung der ORF-Enterprise und in der Kundenberatung heimischer Werber. © Industriellenvereinigung

Michael Unger bleibt der Branche treu: Der ehemalige Pressesprecher der Wiener Linien wechselte zu den Wiener Lokalbahnen als Leiter von Unternehmenskommunikation und Kundendienst. Bei den Wiener Linien war Unger zuvor acht Jahre lang in der Öffentlichkeitsarbeit und als Pressesprecher tätig. Davon arbeitete er fünf Jahre in der Unternehmenskommunikation der Wirtschaftsagentur Wien. © Wiener Lokalbahnen

Michael Unger leitet
Kommunikation bei
Wiener Lokalbahnen

Als 2013 der Kabinettschef von Michael Spindelegger bei ihr anrief und ihr ein Gespräch mit seinem Boss ankündigte, dachte Karmasin, es ginge um eine Studie. Um welche bitte, wollte sie wissen, um sich kurz vorzubereiten. Nein, nein, es geht nicht um eine Studie. Aha? Um was dann? Spindelegger kannte Karmasin, man hatte sich ein paar Mal getroffen, nun bot er ihr einen Ministerposten an. Heftig war, dass sie sich binnen zwölf Stunden entscheiden musste. Hopp oder dropp, alles oder nichts, entweder oder. Als eine Ehre empfand sie das Angebot, als eine tolle Aufgabe. Aber sie befand sich im besten Umsatzjahr mit der Firma zuhause, die ihr seit Kurzem gehörte. Sie war unentschlossen. Und sie fragte sich, will ich die nächsten Jahre so weitermachen oder etwas Neues ausprobieren. Neugier und Mut siegten, sie sagte zu. Spindelegger wollte mit ihr ein neues eigenständiges Familienministerium aufbauen. Das Thema Familie zu modernisieren und zu verjüngen nahm sie gern als Herausforderung und Anliegen an, wusste sie doch aus ihren eigenen Studien, dass es hier an der Zeit war, etwas zu bewegen. „Mein Leben änderte sich von einer Sekunde auf die andere, ich war wie auf einem anderen Pla-

Doppelter Neuzugang
für e-dialog

Iris Handsberger und Lukas Capek ergänzen ab sofort das Team der Wiener Agentur e-dialog. Handsberger wird als Digital Campaign Manager die Betreuung, das Trafficking und Reporting von datengetriebenen Kampagnen übernehmen. Capek ist als Key Account Manager für die Betreuung und Beratung der Kunden von e-dialog verantwortlich. © e-dialog

Sophie Karmasin –
über Umwege
zum Ziel

Die heute 51-jährige Sophie Karmasin hat beruflich einiges ausprobiert, kam aber immer wieder zu ihren Wurzeln zurück. Aus einer berühmten ‚Marktforschungs-Dynastie‘ stammend, bündelte sie nun all ihre Erfahrungen zu einem neuen Geschäftsmodell.

Bericht von **Suzanne Sudermann**

Das Leben ist endlich, hat der Tod ihres Vaters sie gelehrt. Dass die Tochter in die Politik ging, hat Karmasin senior nicht mehr erlebt. Er hätte es großartig gefunden, ist seine Tochter Sophie sicher. Aber war dieser Umweg nötig, wichtig? Karmasin bejaht. Der Exkurs in die Bundesregierung hat ihr gezeigt, wie belastbar sie ist und wie schnell sie sich in neue Themen einarbeiten kann. Eigenschaften, die einen auf dem weiteren Lebensweg schon auch weiterbringen. Dabei war die neue Branche damals, 2013, für sie nicht wirklich neu, sie war immer nahe dran. Sophie Karmasin hatte früher schon politische Studien für den ORF gemacht, für grüne, schwarze, rote Parteien und

neten. Man wurde abgeschirmt, war plötzlich eine öffentliche Person“, erinnert sie sich an diese Zeit.

„Es ist wie eine Weltreise“, erklärt sie ihren Schlenker in die Politik. „Man ist gespannt auf all das Neue, man nimmt die Eindrücke und Erfahrungen mit, die kann einem keiner mehr nehmen. Aber irgendwann ist die Reise zu Ende. Und das ist gut so.“ Vielleicht hat sich Karmasin die Weiterführung ihres Unternehmens nach dem Einstieg in die Politik auch einfacher vorgestellt. Es wurden zwei Geschäftsführer bestellt, aber diese Konstellation hat sich für beide Seiten als nicht zufriedenstellend herausgestellt. „Wir haben uns dann entschieden, die Firma an Michael Nitsche zu verkaufen“, erzählt Karmasin.

„Die drinnen müssen wissen,
was die draußen wollen.“

für Ministerien. Gerne erinnert sie sich auch an die TV-Konfrontationen in der ZIB 2 zurück, wo sie als Motivforscherin mit dem Politologen Peter Filzmaier Spitzenpolitiker unter die Lupe nahm.

Weltreise in die Politik

Über die Mutter Helene Die Antworten auf die Fragen nach der „Übermutter“ werden relativiert. Glaubwürdig. Zur Mutter Helene hat sie ein inniges Verhältnis. Natürlich musste Sophie ihren Platz im Familienunternehmen finden. Aber es war easy. Hier ist dein Arbeitsplatz, sag, was du brauchst und mach' einfach, hieß es damals. Schnell baute sie sich einen eigenen Kundenstamm auf und nabelte sich ab. Als die Tochter mit BWL- und Psychologiestudium fertig war, aber erst einmal ins Marketing eines großen Konzerns wollte, revoltierten die Eltern nicht. Sie bewarb sich bei Henkel und kam im Produkt-

Über die Mutter Helene

management unter – ihr Traumjob. „Das war cool“, erinnert sie sich. „So, wie ich es mir vorgestellt hatte. Selbständiges Arbeiten auf hohem Niveau. Typisch für die Karriere war dann auch, dass man ins Ausland ging. Henkel schickte mich nach Belgien.“ Dort erlebte Sophie Karmasin eine Ernüchterung, es herrschte das typische Konzerndenken, ein Abarbeiten für die Konzernmutter in Düsseldorf. Man konnte sich, im Gegensatz zu Wien, in Brüssel nicht einbringen. Sie hielt es eineinhalb Jahre aus, dann kam sie zurück; Günter Thumser, der Henkelchef in Wien, hatte ihr die Option offen gelassen, ihren alten Arbeitsplatz wieder zu besetzen. Nun stellte Helene Karmasin sie vor eine Entscheidung. Entweder sie steige nun ins Familienunternehmen ein oder sie würde aufhören. So kam die „verlorene“ Tochter auf Umwegen wieder nach Hause ins Gallup Institut.



Sophie Karmasin 2005 auf einer Pressekonferenz im Hotel Sacher. © Ulrich Vlasak

Check Felix Das Familienunternehmen ist verkauft und in anderen Händen, der Trip auf der Regierungsbank ist vorüber. Sophie Karmasin hat Umwege gemacht, an denen sie gewachsen ist. Wie sagt sie so schön im Jetzt? Gesehen ist nicht gefühlt und gedacht ist nicht erlebt. Sie weiß jetzt, wie es in der Politik aussieht. „Politik ist auch immer Schauspiel“, resümiert sie. Es geht aber darum, dass das, was nach außen transportiert wird, auch nach innen gelebt wird. Das war die Motivation, eine Beratungsmethode namens „Identity Check“ zu entwickeln, die die interne Sichtweise der Mitarbeiter mit der Sichtweise von außen abgleicht, weiterentwickelt und so die Identität eines Unternehmens nach innen und außen stärkt.

Check Felix

Die drinnen müssen wissen, was die draußen wollen. Alle Umwege gaben ihr das Rüstzeug für das, womit sie sich heute beschäftigt.

„Was ich jetzt mache, ist nicht klassische Marktforschung“, erklärt sie ihr neues Businessmodell. „Es liegt in der Analogie eines Pitchberaters. In einem Marktforschungsinstitut will man Interviews, in einer Rechtsanwaltskanzlei juristische Leistungen verkaufen. All diese Unternehmen wollen ihre Leistungen an den Mann, die Frau bringen, während ich drüberstehe, quasi als unabhängiger Makler.“ Research & Identity, wie ihr brandneues Unternehmen heißt, führt keine Umfragen durch, sondern empfiehlt und organisiert die aussagekräftigste Methode, die am Markt zu finden ist. So erhalten die Kunden objektiv die beste Antwort auf ihre Forschungsfragen. Was heißt das jetzt genau? Sie erklärt es: „Es werden so viele sinnlose Umfragen durchgeführt, die keine realitätsnahen Aussagen liefern. Viele falschen Befragungen beruhen auf dem zu rationalen Verständnis von Menschen. Ich berate Kunden, welche Methoden möglich und sinnvoll sind. Dabei setze ich nicht nur die klassische Marktforschung, sondern auch verhaltensökonomische Interventionen, wissenschaftliche Studien, Expertengespräche, Workshops oder Big Data ein. Ich berate Kunden also von der Methodenauswahl, Durchführung, Interpretation bis zur Umsetzung. Da sind oft locker durch die präzisere Methodenauswahl fünfstelligen Summen einzusparen. Aber es geht nicht ums Einsparen, sondern um bessere Beantwortung von Fragestellungen.“

Und sie selbst? Wie fühlt sich das Leben nun an? Sie genießt es jetzt, nicht mehr eine öffentliche Person zu sein. Bei jeder Veranstaltung war die Kamera auf sie gerichtet, auf jedes Wort wurde geachtet, wie kam man rüber, das stellte für sie einen großen Druck dar. Dieser Stress ist vorüber. Den braucht sie nun wirklich nicht mehr.

ZUR PERSON

Sophie Karmasin ist 1967 in Wien geboren. Sie studierte Betriebswirtschaft an der WU Wien und Psychologie an der Universität Salzburg, wo sie ihre Dissertation absolvierte. Ihre berufliche Laufbahn startete sie 1993 bei Henkel Wien, inklusive eines 18-monatigen Aufenthaltes bei Henkel Brüssel. Anschließend

war sie im Familienunternehmen tätig, als geschäftsführende Gesellschafterin des österreichischen Gallup-Institutes, der Dr. Karmasin Marktforschung GmbH und Karmasin Motivforschung GmbH. Von 2013 bis 2017 leitete sie parteiunabhängig das Bundesministerium für Familien und Jugend. Seit 2018 ist sie Gründerin/Geschäftsführerin der Karmasin Research & Identity GmbH in Wien. Karmasin lebt mit ihrem Mann und den Söhnen Leon und Moritz in Klosterneuburg.

