

GOLDEN ARROW 16 ambitionierte Teilnehmer stellten sich wie bei einer Casting-Show einer hochkarätig besetzten Jury

60-Sekunden-Präsentationen brachten Überraschungen

Im Rahmen der Com.sult wurde auch ein Wettbewerb um Kurz-Präsentationen ausgetragen. Die Sieger erhielten am Abend einen „Golden Arrow“ von Mark Spitz.

Teilweise sehr kurzweilig gestaltete sich der Wettbewerb um den Golden Arrow, der im Rahmen der Com.sult ausgetragen wurde und in dessen Rahmen Preisträger in den Kategorien Management-, IT-, HR-, Finanz- und Marketing-Beratung gekürt wurden. Ehe es dazu kam, stellten sich 16 Teilnehmer einem beinharten Casting, indem sie einer prominent besetzten Jury ihre Präsentationen darboten. Dabei waren der Kreativität wie in den vergangenen Jahren keine Grenzen gesetzt. Der Bogen reichte von der simplen Powerpoint-Präsentation über isometrische Übungen bis zur Aufführung eines Theaterstücks mit Gesangeinlage und entsprechender Dramaturgie. Das Ziel war stets dasselbe: innerhalb von 60 Sekunden (daher auch die Bezeichnung „60-Second-Pitch“) das eigene Unterneh-



Fotocredit

Funk Austria-Chef **Thomas Wang**, hier flankiert von Moderatorin **Danielle Speira** und **Mark Spitz**, überraschte mit einer künstlerischen Darbietung am Keyboard

Fitch) das eigene Unternehmen möglichst interessant darzustellen, um sich für zukünftige Aufträge den anwesenden Führungskräften der Wirtschaft nachhaltig zu empfehlen.

Schliesslich gab es sehr überraschende Ergebnisse, die sich aufgrund eines SMS-Votings der anwesenden Besucher ergaben. In der Sparte Management siegte die Management Factory, die ihr Produkt „Rent a CFO“ seriös präsentierte. Die IT-Kategorie beherrschte ComSolution, deren Vortragender vor allem den persönlichen Kontakt mittels Händeschütteln vor möglichst vielen Anwesenden in den Mittelpunkt seiner Ausführungen stellte. Heads punktete in dem Bereich Human Resources, indem der Mathematiker Carl Friedrich Gauß als idealer Problemlöser vorgestellt wurde. Bei Corporate Finance & Law kam das Versicherungsberatungs-

unternehmen Funk International zu einem Golden Arrow. Deren aussergewöhnliche Umsetzung kam ganz ohne Worte aus. Im Stile eines Stummfilms wurden Fotos mit passender Musik, die live vom Geschäftsführer auf einem Keyboard dargeboten wurde, punktgenau untermalt.

Die Kategorie Marketing & PR gewann unerwarteterweise der Vertreter des Printproduktionsunternehmens square2, das die umfangreiche Com.sult-Broschüre herstellte. Hier kam unter Umständen ein gewisser Mitleidseffekt zum Tragen, denn präsentationstechnisch fiel der Vortrag deutlich von anderen ab.

Insgesamt gab es eine Reihe interessanter Präsentationen, die jeweils von der Jury bewertet wurden. Erstaunlich ist, dass die SMS-Votings ein anderes Ergebnis brachten.

GERALD POHL

gerald.pohl@wirtschaftsblatt.at

Euro '08 im Blickpunkt der Wirtschaft

Gleich mehrere Workshops bei der Com.sult beschäftigten sich mit der Euro '08. Nationaltrainer Josef Hickersberger liess es sich nicht nehmen, persönlich den Wirtschaftsbossen Rede und Antwort zu stehen. Er kam direkt vom Auftakt der „ÖFB Zukunftswerkstatt“ und forderte für sein Team die Unterstützung jedes Einzelnen. Hickersberger: „Unser Ziel ist es, zu den acht besten Teams von Europa zu gehören!“ Rapid-Manager Werner Kuhn erwartet sich, dass in Österreich der Euro-Boom Mitte März einsetzen wird. Kuhn: „Überraschendes wird passieren. Bösen Fans darf aber in den Medien wie schon bei der WM in Deutschland



Josef Hickersberger auf ungewohntem Terrain

keine Plattform geboten werden.“

Interessiert verfolgte der ehemalige Präsident des GAK, Rudi Roth, den Aus-

führungen Kuhns im Auditorium. Phillip Newald, Marketing-Chef von tipp 3, beklagte die De-facto-Kriminalisierung des Wettspiels

vonseiten der UEFA. Nicht nur sportlich, sondern auch logistisch ist der Sport-Event eine grosse Herausforderung, ist Gustav Poschalko, Euro-Verantwortlicher der ÖBB, überzeugt. Die Bahn sei jedoch gerüstet: „Sämtliches rollendes Material wird im Einsatz sein, zusätzliche Waggons werden wir von der Deutschen Bahn anmieten.“ Auch der Tourismus werde von der Euro profitieren, selbst wenn kein Veranstaltungsort im Burgenland liege, äusserte sich Gerhard Gucher, der Direktor von Burgenland Tourismus: „Die Nationalteams von Österreich und Kroatien werden bei uns ihr Trainingslager beziehen. Das wird uns in ganz Europa bekannt machen.“