

„Bründl-Gen“: „Wir lachen mehr in der Arbeit als die in der Stadt“

1956 eröffnete in Kaprun Hans Bründl auf 16 Quadratmetern einen Skiverleih, ohne noch eine Liftanlage im Ort zu haben. 1967 folgte im Ortskern von Kaprun das Sportgeschäft Bründl, genau dort, wo heute der Flagshipstore steht. Seit 1989 im Familienbetrieb, führt Sohn Christoph Bründl das Unternehmen. Mittlerweile gibt es ein Filialnetz von 25 Sportgeschäften mit 460 Mitarbeitern. Vater und Sohn ist eines gemein, eine sehr starke Visionskraft. Work-Vision-Experte Christian Holzer hat den Firmenchef zum „SW“-Interview gebeten.

Foto: Holzer



Der Arbeitsplatz als Entwicklungsplatz?

Wir wollen Gäste und Kunden begeistern, sie überraschen. Sie sollen etwas ganz Besonderes erleben. Dafür sind die Menschen, die bei uns arbeiten, ganz entscheidend. Wir sprechen bewusst vom Menschen und nicht einfach von Mitarbeitern. Das ist ein höherer, respektvollerer Zugang. Der Kunde soll auf Strahlkraft treffen, auf positive Stimmung, auf hohe Beratungskompetenz. Es ist eine tägliche Herausforderung im Unternehmen, wie wir diese allerbesten Menschen entwickeln und behalten können. Dieser Geheimcode hält die Menschen bei uns.

Was macht Mitarbeiter konkret zu Fans eines Unternehmens?

Geld ist ein Faktor. Ich kenne keinen, der freiwillig weniger verdient. Somit haben wir bei uns einen Einkommensplatz, der zudem zwei Parameter aufweist: Wir bieten über die Bründl Akademie mehr als 30 Seminare an, die mehrheitlich persönlichkeitsentwickelnden Charakter haben. Menschen können bei uns reifen. Zweitens soll die Arbeit den Menschen bei uns Erfüllung bringen. Nicht das Gefühl haben zu müssen, durch den Tag geschoben zu werden. Sinnstiftung entsteht während des Tages und nicht erst nach 19 Uhr.

Eine Bründl Akademie zur Persönlichkeitsentfaltung?

Wir haben Basismodule für Kommunikation, Verkauf, Produktschulung und Führung. Zusätzlich bieten wir Seminare zur Persönlichkeitsentwicklung an. Freiwilligkeit ist Grundvor-

INTERVIEW, FOLGE 11

WorkVision

Neue Ansätze für modernes Arbeiten im Bundesland Salzburg

aussetzung. Hochkarätige Trainer und Coaches werden von uns zur Verfügung gestellt. Essenziell ist beispielsweise das Thema der positiven Konfliktfähigkeit, heraus aus der Harmoniefalle. Wir haben Seminare zur Play-Life-Balance. Vitalität und „burn-in“ anstatt „burn-out“: Positive Gedanken, Leichtigkeit, Gelassenheit. Mit einem buddhistischen Mönch verbringen Menschen von uns drei Tage in Stille, abseits in den Bergen auf einer Hütte. Seiner eigenen, inneren Stimme zuhören und sich damit verbinden. Achtsamkeit, Mitgefühl, Freude und Gleichmut sollen aufleben. Spannend ist auch unser Flirt-Seminar. Verkauf ist Flirt. Wie komme ich in eine gute

Visionär Christoph Bründl (links) mit dem Work-Life-Balance-Experten Christian Holzer. „Work-Vision“ ist eine Serie der „SW“ über zukunftsweisende Ansätze rund um modernes Arbeiten im Bundesland Salzburg.

Frequenz mit meinem Gegenüber, egal ob auf der Verkaufsfläche, im Kino oder in der Bar.

Ist es über den Sport besonders leicht, Identität und Persönlichkeit der gesamten Person authentisch in die Arbeit einzubringen?

Für mich ist die coolste Branche Sport, mit emotionalen, sinnstiftenden Produkten. Auch Wir-Gefühl und Team spielt etwa in den Vereinen eine große Rolle. Sport liefert hohe Beiträge für die eigene Regeneration, ist Energiebringer. Das macht Produkte faszinierend. Die Kulisse in unserer Sportregion erleichtert einen Spielmodus. Die Mitarbeiter bei uns sind alle sportaffin, das ergibt Leidenschaft. Im Recruiting – auch die bestehende Crew hält Ausschau nach guten neuen Kollegen – achten wir ganz besonders darauf, welchen Lebensmodus jemand hat. Das finden wir schnell heraus, das ist an der Strahlkraft zu sehen. Wenn jemand Menschen nicht mag und nicht im „Freude-Modus“ lebt, ist diese Person nichts für uns, das würde sich negativ auf andere Mitarbeiter auswirken.

Ein Gefühl für die passenden Menschen entwickeln?

Es geht uns um die innere Haltungen der Menschen. Ausbil-

dung und Karriereverlauf spielen eine gewisse Rolle, aber der Augenblick der Begegnung ist entscheidend. Wenn wir Herzblut und Leidenschaft verspüren, kann der Betreffende das auch im Kundenkontakt abrufen. Wir achten als Führungskräfte sehr auf die Förderung von Begegnung. Anonymität, Distanz und Kälte wollen wir nicht. Nur so fühlen sich unsere oft internationalen Kunden wohl. Das Leben in den Bergen ist authentisch und natürlich. Wir lachen mehr in der Arbeit als die in der Stadt.

Die Menschen zieht es in die Städte. Wie könnt ihr hier punkten?

Ich selbst habe in Linz studiert und habe in London, Chicago, San Diego und Wien gelebt, insgesamt habe ich zwölf Jahre in Großstädten verbracht. Ich hatte nicht vor, in ein Bergdorf zurückzukehren. Es war ein Lebensumbruch aus der Reizüberflutung, der Hektik und der schlechten Luft wieder herauszukommen. Hier haben wir ein Naturparadies mit Top-Sportmöglichkeiten vor der Haustür. Das zieht Leute an, auch aus Branchen wie Marketing oder IT. In unserem Großraum mit 30.000 Menschen gibt es hervorragende medizinische, kulturelle und bildungstechnische Infrastruktur mit vielen Geschäften. Wir haben in dieser Beziehung Stadtniveau.

Magic Moments als Motto?

Wir haben uns die Frage gestellt: Was prägt unseren Alltag positiv? Es sind Momente des Kribbelns, des Kicks und der Gänsehaut. Im Geschäft gibt es viele Wohlfühlzonen, gerade auch für Kinder sind Erlebnisbereiche vorhanden. Wenn etwas unerwartet begeisternd ist, entsteht ein Flow. Das tut unseren Kunden gut und das tut unseren Mitarbeitern gut, das wollen wir kreieren. Ärger und Frust gibt es im Leben ohnehin ausreichend. Wenn der Kunde nicht in der Mitte ist, verlässt er das Geschäft.