

EMOTIONS-GETRIEBEN

Bei Investitionen geht es nicht nur um Geld, sagt der Investor Bertram Mayer. Es gibt auch Wechselwirkungen, die vielfach unterschätzt werden, betont er. Am Ende des Tages sei jede Investition emotional getrieben.

TEXT: DANIELA MÜLLER, FOTO: THOMAS LUEF

Bertram Mayer hat mit seiner Mayer Management Group viele Change-Prozesse begleitet – auf Gemeindeebene, in Regionen, auf dem Tourismussektor. Er wurde zur Realisierung des Frutura-Glashaus-Projektes beigezogen und verhalf im deutschen Bad Elster einem altherwürdigen Kurort aus dem Dornröschenschlaf. In St. Lambrecht, wo er aufgewachsen ist, ist er dabei, den Lambrechterhof neu zu etablieren und der Region neue Impulse zu geben.

Geld oder Emotion – was ist ausschlaggebend bei solchen Investitionen?

Mayer: Am Ende des Tages ist jede Investition emotional. Business-Pläne, wirtschaftliche Berechnungen sind eine Sache. Zuletzt zählt aber die Stimmung. Ich erlebte das eindrucksvoll beim Einstieg Christian Trierenbergs bei Vulcano. Die Entscheidung ist nicht aufgrund von Zahlen gefallen, sondern abends, als Franz Habel ihm seinen Schweinestall gezeigt hat und Trierenberg gesehen hat, dass die Sache funktionieren könnte.

Wie kommt man an Geld für solche Investments?

Ich würde es anders formulieren: Oft liegt das Problem darin, dass Ideen zu wenig ausgereift sind, zu wenig hinterfragt wurden. Es braucht eine Story und – wie in den USA – professionelles Pitching, um Ideen auf den Punkt bringen zu können. Der Controller oder Steuerberater will gut aufbereitete Zahlen. Manchmal, gerade bei Start-ups, sind Marktherleitungen komplett überschätzt. Hier sollte man sich externer Experten bedienen – und auch Geld ausgeben.


Welche Erkenntnisse haben Sie aus Ihrer Tätigkeit in der Regionalentwicklung gezogen?

Ganz wichtig ist für mich das Durchbrechen von negativen Wirtschaftskreisläufen. Und dazu braucht es eine kritische Masse. In beinahe jeder Region gibt es Leute mit Ideen und Kontakten, was oft zu selten genutzt wird, aber wichtig für den Fortschritt wäre. Die zentrale Frage bei der Regionalentwicklung sollte lauten: Wie schaffe

ich es, ein Image zu schaffen, das suggeriert, dass hier etwas passiert – auch wenn es der wirtschaftlichen Realität nicht zu 100 Prozent entspricht – eine Aktie leistet das ja auch nicht. Aufbruchstimmung kommt erst dann, wenn man in der Region von einer Idee überzeugen kann, dann kommen auch die Investitionen.

Was planen Sie in St. Lambrecht?

Dazu gibt es eine nette Geschichte: Im Ort ist eine leerstehende Tischlerei, der Sohn ist Manager und weggezogen. Seine Gattin ist leidenschaftliche Golfspielerin. Nachdem die beiden eine Zeit die Entwicklung des Hotels beobachtet hatten, entschlossen sie, in der Tischlerei eine Indoorgolf-



An rund 20 Projekten ist Bertram Mayer beteiligt. Seine Mayer Management Group mit Sitz in Bad Gleichenberg war zuletzt durch die Übernahme des Lambrechterhofes im Gespräch.

anlage zu installieren. Gemeinsam machen wir eine Pressekonferenz, um unsere Projekte vorzustellen und Bilder von dort zu transportieren. Solche Projekte müssen als Chance gesehen werden, auch im Mitarbeiterbereich: Statt ausländische Saisonkräfte anzuwerben, ist mir wichtig, Mitarbeiter aus dem Murtal aufzunehmen und längerfristig zu binden. In unserem Hotel in Bad Elster sind die Mitglieder des Managements auch im sozialen Leben aktiv, einer ist Obmann des Fußballvereines,

einer sitzt im Gewerbeverein. Nicht nur die Rendite sollte antreiben, sondern auch die Frage, was man in der Region bewirken kann. Mein Sohn hat viele Jahre in Asien gearbeitet und ist letztlich nach Bad Gleichenberg zurückgekommen, das sich zu einem attraktiven Naherholungsziel entwickelt hat. Ich sehe das als Chance, junge, gut ausgebildete Menschen zurückzuholen, die aus beruflichen Gründen in Großstädte gezogen sind, emotional aber mit der Heimat verbunden sind.

Investor zu sein bedeutet ...

Es braucht Begeisterung – am Anfang, am Weg und am Ende. Emotionen in der Wirtschaftswelt sind längst nicht mehr tabu. Einmal, weil es immer mehr tüchtige, leidenschaftliche Unternehmerinnen gibt, die mitmischen, aber auch, weil die klassischen Manager aussterben. Heute macht sich der Chef nicht nur selbst Kaffee, er muss viel kreativer an seinen Job herangehen und viel mehr Dinge selbst berücksichtigen. ●