

FRIEDRICH BAUER

DER GENTLEMAN

Charmant, liebenswürdig, ehrlich und verbindlich. So kennt die Branche Friedrich Bauer, Präsident und Gründer des Verbandes österreichischer Werbemittelhändler (VÖW), Purchase-Manager bei IPPAG und Chef des Full-Service-Unternehmens Mitraco Promotion Service. Im nächsten Jahr will der humorvolle Wiener, der am 19. Juli seinen 70. Geburtstag begeht, etwas kürzer treten.



Geht es um den Werbeartikelmarkt in Österreich, wird sein Name stets als einer der ersten genannt. Er darf sich zweifellos auf die rot-weiße Fahne schreiben, in seiner Heimat einer der Väter der Erfolgsgeschichte im Geschäft mit dem dreidimensionalen Werbeträger zu sein. Fest steht: Friedrich „Fritz“ Bauer, der am 19. Juli seinen 70. Geburtstag begeht, liebt und lebt die Branche, setzte und setzt immer wieder neue Akzente und zeichnet aufgrund seiner reichen Erfahrung am Markt mitverantwortlich für den kontinuierlich gewachsenen Stellenwert des Werbeartikels in der Alpenrepublik. Dies nicht zuletzt auch durch sein unermüdliches Engagement in der Verbandsarbeit.

KONTAKTE UND FREUNDSCHAFTEN

Schließlich gründete Fritz Bauer vor 19 Jahren mit einer Handvoll Mitstreiter in Wien den Verband österreichischer Werbemittelhändler, VÖW. „Meine Maxime beruht seit den Anfangstagen darauf, Freundschaften mit Lieferanten zu gründen und zu pflegen“, erklärt Bauer seine professionelle Leitlinie. Und die ist nicht nur auf den nationalen Handel beschränkt: Bei seinem Engagement als derzeitiger Purchase Manager und ehemals langjähriger Präsident (1990–1994, 2002–2008) des global organisierten Branchennetzwerks International Partnership for Premiums and Gifts (IPPAG) hat Bauer stets den Austausch von Erfahrung und Wissen und den Ausbau des Netzwerks im Blick: „Über die partnerschaftliche Strategie, gesuchte Produktqualität zu wettbewerbsfähigen Preisen schnellstmöglich anbieten und liefern zu können, profitiert vor allem der Kunde“, gibt der Mann, der als einer der ersten Ös-

terreicher Business-Kontakte nach Asien knüpfte, einen Einblick. „Die enge Zusammenarbeit der Mitglieder, der Informationsaustausch und die Hilfe beim Sourcing befördern natürlich auch das eigene Geschäft“, ergänzt der schlanke Jubilar, der seinen Erfolg insbesondere auf seine Zielstrebigkeit, seinen Ideenreichtum und besonders die Nähe zum Kunden gründet.

WIENER BLUT UND SEELE

Fritz Bauer ist ein echter Wiener, durch und durch, obschon im Sommer des Jahres 1940 als erstes von drei Kindern in Brünn geboren: „Brünn war seinerzeit deutsches Protektorat“, zitiert Bauer die Zeitgeschichte, „ich bin aber kein Tscheche, schließlich sind die echten Wiener in Prag oder Brünn geboren“, fügt er lachend hinzu. Er verbringt schließlich seine Kindheit und Jugendzeit in Wien, und sein Weg ins Berufsleben führt über Volks- und Hauptschule in die Ausbildung zum Speditionskaufmann. Dem Beruf als angestellter Spediteur bleibt Bauer indes nur zwei Jahre

»Meine Maxime beruht darauf, Freundschaften mit Lieferanten zu gründen und zu pflegen.«

erhalten: „Ich bin sehr schnell auf die Verkaufsschiene gewechselt und habe mich 1965 mit Mitraco selbstständig gemacht“, blickt er zurück. „Der Firmename war schnell gefunden, eine gekürzte Fantasiezusammensetzung für Middle European Trade Company“, so Bauer weiter. Zugrunde liegt eine humorige Geschichte: „Der Name Bauer ist in Wien sehr verbreitet“, ergänzt er: „Jeder fragte am Telefon, welcher Bauer ich denn sei, der von der Versicherung, der von der Bäckerei – mit dem gefundenen Firmennamen war der Name Bauer dann weg“, schließt er.

START ALS ONE-MAN-SHOW

Beim Geschäftsstart als Self-made-Manager in der eigenen Wohnung vor 45 Jahren setzt er auf Weihnachtsgeschenke: „Damals war das Geschäft auf die letzten drei Monate konzentriert, darauf hat man anfangs hingearbeitet“, erinnert er sich. „Im

ersten Jahr suchte ich mir Dinge aus, die mir selbst gefielen“, fährt er fort. Das Geschäft entwickelt sich schnell weiter und Bauer feiert schon bald stattliche Umsätze mit Witzbüchlein in Arzneiverpackungen, ausgestattet mit Titeln wie „Antidepressivum“ oder „Humorin“. „Das war ein echter Gag und lief sehr gut an“, erinnert sich Bauer. Mit zunehmenden Aufträgen stellt er schon bald drei Mitarbeiter ein und im Jahr 1968 folgt zwangsläufig der Umzug der Firma, in den attraktiven Wiener Bezirk Grinzing: „Damit saßen wir im Zentrum des Weines und konnten unsere stetig wachsende Produktpalette in einem Showroom präsentieren“, so Bauer. Er ist Genussmensch, der auch einfach mal nichts tun, aus dem eigenen Weinkeller seines schönen Refugiums eine gute Flasche heraufholen und ein gutes Glas Wein genießen kann. Das auf Fleiß, Verlässlichkeit und Service aufbauende Geschäft entwickelt sich kontinuierlich weiter, der Personalstand wächst und 1978 wird Fritz Bauer mit Mitraco, das mittlerweile acht Mitarbeiter beschäftigt, exklusiver Merchandisingpartner des österreichischen Fußballverbandes ÖFB. Dreißig Jahre später erreicht er mit Mitraco den Gipfel der Erfolgsbilanz: „2008 war natürlich ein herrliches Jahr, das Jahr der Fußball-EM im eigenen Land“, so der passionierte Sportler, der gerne und viel wandert. „Wir haben die gesamte Vermarktung des ÖFB zur EURO 2008 gemacht“. Ein solches Jahr lässt sich nach seiner Aussage aber nicht so schnell wiederholen, der Weg aus der Krise werde schon einige Zeit dauern, meint der Wiener mit Blick auf die nächsten Jahre. Er hat Mitraco bis heute zu einem der österreichweit größten Full-Service-Vollsortimenter mit großen Lagerkapazitäten aufgebaut.

JUNGGESELLE MIT HUMOR

Während es beruflich kontinuierlich weiter nach oben geht, führt der private Weg im Eheleben von Fritz und Linde Bauer mit der Scheidung im Jahr 1982 nach zwölf Ehejahren in die Sackgasse. Doch auch im Schatten des bitteren Ereignisses lässt sich der stets elegant gekleidete Unternehmer nicht unterkriegen und hat – gefragt nach

FRIEDRICH BAUER IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Ich freue mich auf den Tag!

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn viel gelacht wurde.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Harmonie im Büro.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Falschheit und Verlogenheit.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Fehler im Alltag.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Beim Nichtstun, dann die Seele baumeln lassen.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?

Auf die Insel Hainan in Südchina.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Gutes Essen mit erstklassigem Wein.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Nicht immer.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er perfekt zum CI-Slogan passt.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Ein handsignierter Fußball, überreicht von Pelé anlässlich einer Sportpräsentation.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Unpassende Verbindungen wie zum Beispiel ein Kapselheber vom Friseur oder ein Feuerzeug von einer Jugendorganisation.

seinem Familienstand – längst seinen ureigenen Humor wieder gefunden: „Noch zu haben“, antwortet er unverwandt. Auf die damalige Trennung folgt keine leichte Zeit für den zweifachen Familienvater: „Die Kinder, der Bub war damals 13, meine Tochter ein Jahr jünger, blieben bei mir, ich war seitdem allein erziehender Vater.“ Der Kopf des heute zwölf Mitarbeiter zählenden Unternehmens arbeitet unermüdlich, bringt Familie und Beruf unter einen Hut und meistert die anstehenden Hürden mit Zuversicht, auf Basis von Verlässlichkeit, Aufrichtigkeit und Liebe zum Beruf: „Ich arbeite in einer wunderschönen Branche und habe ein riesiges Faible für die verschiedenen Artikel, und die Offenheit unter den Mitbewerbern ist schon etwas Besonderes“, gibt Fritz Bauer eine liebevolle Visitenkarte ab für seine Arbeit, der er sich mit Herz und Hand verschrieben hat.

EINSCHNEIDENDE ERFAHRUNG

Im Juni 2005 wurde das Vertrauen des Managers in die Stärke seiner Mannschaft im eigenen Unternehmen „von einer völlig unerwarteten und zutiefst enttäuschenden Erfahrung“ erschüttert, beginnt Bauer. Er wirkt traurig und erinnert sich: „Von einem Tag auf

»Ich werde weiter meine Erfahrung einbringen und helfen, wo ich kann.«

den anderen hat mein über Jahre engster Mitarbeiter, mit dem ich sehr freundschaftlich verbunden war, aus dem Nichts die Firma

mit den besten fünf von sechs Mitarbeitern verlassen, etliche Kontakte mitgenommen und sich selbstständig gemacht, obwohl er fünf Jahre zuvor schon zugesagt hatte, den Betrieb übernehmen zu wollen“, berichtet Bauer von „meiner größten Enttäuschung“.

GENERATIONSÜBERGABE IM NÄCHSTEN JAHR

Der weitere Weg des Fritz Bauer ist bereits vorgezeichnet: „Zum 20. Geburtstag des VÖW im nächsten Jahr vollziehe ich nach zweijähriger Phase als Präsident den Generationswechsel“, verrät er. Ein Kandidat für die Nachfolge ist noch nicht gefunden. Bereits in diesem Jahr führte Bauer Gespräche über die bevorstehende Übernahme seiner Firma durch einen nicht genannten Geschäftsmann. Dem VÖW und Mitraco bleibt er dennoch erhalten: „Ich werde weiter meine Erfahrung einbringen und helfen, wo ich kann.“ Und auch bei der Gestaltung und Ideenfindung für die längst mit Kultstatus belegten, alljährlich in wechselnden Locations stattfindenden Sommermeetings des VÖW darf der langjährige Kopf des Verbandes nicht fehlen. Schließlich freuen sich die Lieferanten- und Händler-Mitglieder schon Wochen vor dem Stichtag auf die Teilnahme und das Treffen mit dem Gastgeber. Immer wieder überrascht Initiator Fritz Bauer die eingeladenen Außendienstmitarbeiter der mittlerweile 70 Mitgliedsfirmen mit einem kreativen, auf Gemeinschaft, Team-Building und Kommunikation ausgerichteten Rahmenprogramm. Und wie bei einem von Friedrich „Fritz“ Bauer organisierten Event nicht anders zu erwarten, steht dabei im Mittelpunkt traditionell nicht allein eine Produktpräsentation der im VÖW organisierten Lieferanten, sondern eben immer auch der Mensch. <