

fen, das im jetzigen Wahlkampf gleichzeitig als Programm dient. „Ich sehe mein Engagement weniger politisch, sondern vielmehr als Branchenengagement. Das Ziel sollte immer die Interessensvertretung sein“, fasst Tarbauer zusammen.

Programm für die Wirtschaft

Zu verbessern gäbe es für seine Branche einiges. Die vier Handlungsfelder im Programm konzentrieren sich vor allem auf folgende Themen: Stärkung des Branchenbewusstseins, Flexibilisierung, bürokratische Erleichterungen und Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel. Im 30-seitigen Programm wird jeder der Punkte ausführlich erklärt. So etwa der Punkt der bürokratischen Erleichterungen: „Es geht uns darum, Gesetze zu *vereinheitlichen* – etwa beim Veranstaltungsgesetz, belasten-

© WKW/Wieser



”

Die Unternehmer interessieren konkrete Projekte, von denen sie auch etwas haben.

Jürgen Tarbauer
Spitzenkandidat
Liste 1 – Team Wirtschaftsbund

de Abgaben wie die Werbeabgabe zu streichen und gleichzeitig im Fördersystem eine stärkere Transparenz zu schaffen“, erzählt Tarbauer. In puncto Flexibilisierung sieht er unter anderem die Gewerkschaften am Zug. Viele der rechtlichen Rahmenbedingungen hätten in Zeiten flexibler Arbeitszeitmodelle und neuer Kollaborationsformen keine Berechtigung mehr.

“

Eines der wichtigsten Themen ist das Handlungsfeld des Branchenbewusstseins, das alle gleichermaßen betrifft; darunter sind Themen wie Pitchkultur, Ausschreibungsrichtlinien oder Abschlagshonorare zusammengefasst. Ein konkretes Anliegen formuliert Tarbauer so: „Wir wollen einen Leitfaden für Ausschreibung, der den Kunden dabei helfen soll, Ausschreibungen so zu formulieren, dass Agenturen oder Grafiker etwas damit anfangen können.“ Das helfe beiden Seiten.

Weniger Parteipolitik

Tarbauer tritt bei den kommenden WK-Wahlen auf der Liste 1 des Wirtschaftsverbands an, er hält aber fest, dass es ihm weniger um Parteipolitik, sondern in erster Linie um die Interessensvertretung der Branche geht. „Ich glaube, dass in unserer Fachgruppe die Ideologie weg muss. Die Unternehmer interessieren konkrete Projekte, von denen sie auch etwas haben – ich glaube da gibt es in unserer Fachgruppe noch Luft nach oben“, erläutert Tarbauer.

Dass er dafür der Richtige ist, daran hat er keinen Zweifel: „Ich weiß, wie wir Dinge so aufbereiten und präsentieren müssen, um zum Erfolg zu kommen. Es gibt keinen besseren Draht zur Politik als den Wirtschaftsverband“, ist er überzeugt. Viele Themen, wie die Abschaffung der Werbeabgabe oder die

Wahlen

An insgesamt drei Wahltagen können 9.405 Gewerbetreibende und Unternehmerinnen und Unternehmer ihre Fachgruppenvertretung wählen.

9.405

Vereinheitlichung des Veranstaltungsgesetzes, müssten nur endlich ernsthaft angegangen werden, dann würde sich auch etwas bewegen. „Ich glaube, es gibt Probleme in der Branche, die sich lösen lassen“, so Tarbauer weiter.

Die Wahl im März

Mit der Gründung der Know-how Allianz hat Tarbauer gezeigt, dass ihn vor allem die Probleme und Herausforderungen der Mitglieder bewegen. „Ich wollte die Probleme der einzelnen Teilbereiche meiner Branche kennenlernen“, blickt er auf die Beweggründe dahinter zurück. Dass sich die daraus entstandenen Programmpunkte auch umsetzen lassen, davon ist er überzeugt: „Ich traue mich zu sagen, dass in fünf Jahren ein Großteil der Punkte, die wir uns vorgenommen haben, abgehakt sein wird.“ Ob er mit einem Programm auch in der Branche auf Gehör stößt, zeigt sich bei den kommenden Wahlen von 3. bis 5. März in Wien. (har)

WK Wien-Wahlen

Von 3. bis 5. März wird gewählt

Im März finden in Wien die Wirtschaftskammerwahlen 2020 statt, zu der alle Gewerbetreibenden und Unternehmer wahlberechtigt sind; die Mitglieder der Fachgruppenausschüsse und Fachvertreter werden dabei direkt gewählt. Die Fachgruppe für Werbung- und Marktkommunikation ist Teil der Sparte Information und Consulting und hat bei den heurigen Wahlen insgesamt 9.405 Wahlberechtigte. Die Dauer der Funktionsperiode beträgt fünf Jahre.