

Time for Sale



Agentin auf Zeit: Johanna Mörtl „wollte nie machen, was alle machen“.

Foto: BuYTIME

K A R R I E R E d e r W o c h e

die Mörtl kürzlich für einen Kunden quer durch Wien transportierte. „Außerdem kenne ich die meisten meiner Kunden seit vier Jahren – und daher auch ihre Vorlieben und ihren Geschmack.“ So sei es möglich, Managern in Zeitnot eine Auswahl an Hosen im richtigen Schnitt, Stoff und Farbton zur Anprobe zu bringen. „Männer wissen meistens ziemlich genau, was sie wollen“, lächelt das Organisationstalent, „aber sie wissen nicht, wo sie das bekommen. Das ist dann mein Job.“

Honoriert wird Mörtls Service nach Zeitaufwand, ihr Stundensatz liegt zwischen zwölf und 55 Euro, für größere Projekte wie Übersiedlungen gibt's Pauschalen. „Einfache Aufgaben wie Besorgungen, bei denen ich die Aufträge mehrerer Kunden zusammenlegen kann, sind natürlich kostengünstiger als sehr spezifische Wünsche, zum Beispiel Recherchen für Vorträge oder Power-Point-Präsentationen.“

Diese „inhaltliche Assistenz“, zu der auch das Schreiben von Reden oder Briefen gehört, hat Mörtl erst vor kurzem in ihre Leistungspalette aufgenommen, „weil ich diese geistige Tätigkeit spannend finde und es mich auf Dauer intellektuell nicht befriedigt, nur Handwerker zu überwachen oder Botengänge zu erledigen“.

Das wäre auch verwunderlich bei einer Magistra, die fließend Englisch, Französisch und Ungarisch spricht, zu Schulzeiten an einer Latein-Olympiade teilgenommen und als 16-Jährige in den Ferien erstmals eigenes Geld verdient hat. Zeitverschwendung war ihr eben immer schon ein Gräuel.

Die Wiener Jungunternehmerin Johanna Mörtl vermarktet in ihrer Agentur BuYTIME

begehrte Ressourcen: Zeit, Verstand, Verlässlichkeit und Organisationstalent.

Marie-Thérèse Gudenus

Zeit ist Geld – für Johanna Mörtl keine bloße Phrase, sondern berufliche Realität: Die Wiener Jungunternehmerin verkauft ihren Kunden Zeit, indem sie ihnen Besorgungen abnimmt oder sie in vielerlei Lebenslagen vertritt.

„Die Idee, meine Zeit als Dienstleistung anzubieten, ist mir 2003, während meines Praktikums, gekommen“, erzählt die FH-Absolventin (Sales und Marketing) und Chefin der Agentur BuYTIME. „Tagsüber arbeitete ich im Rewe-Zentraleinkauf in Wiener Neudorf, wo weit und breit kein Postamt, keine Bank, keine Putzerei in der Nähe war. Wenn ich abends nach Hause kam, war alles zu. Da hab ich mich gefragt, wie andere Menschen das alles unter einen Hut bekommen.“

Eine Umfrage im Lektoren- und Freundeskreis ergab, dass viele Berufstätige mit dem Problem Zeitmangel kämpfen – und daher durchaus Nachfrage nach einem Dienstleister bestehe, an den Kun-

den alltägliche Aufgaben delegieren können: einkaufen und das Auto waschen lassen, Kostenvoranschläge besorgen und auf Handwerker warten, Bezugsquellen finden und Geschenke besorgen, um nur einige zu nennen.

„Anfangs habe ich auch Kinder- und Haustierbetreuung angeboten“, berichtet Mörtl, „aber solche Anfragen kommen höchstens einmal im Jahr. Da gibt es genügend Anbieter, die sich auf diesen Bereich spezialisiert haben.“ Auch von der ursprünglichen Vorstellung, „mittelfristig nur Managerin zu sein und die Aufträge von Mitarbeitern abwickeln lassen“, hat sich die ehrgeizige 27-Jährige längst verabschiedet: „Es hat sich aber sehr schnell herausgestellt, dass mein Service nicht reproduzierbar ist, weil die Kunden eben mich persönlich und nicht irgendjemanden wollen. Das ist eine Frage des Vertrauens.“

Denn es gehe um private und oft wertvolle Dinge, zum Beispiel EM-Tickets im Wert von 55.000 Euro,

DER STANDARD Webtipp:
www.buytime.at