economy
Unabhängige Zeitung für Forschung, Technologie & Wirtschaft

19. 1. 2007 I € 2,30
N° 26 I 2. Jahrgang

Gonzagagasse 12/13, 1010 Wien
Aboservice: abo@economy.at
GZ 05Z036468 W
P.b.b. Verlagspostamt 1010 Wien

Aufbruch: Junge Politiker in Kuba und den USA
Dossier ab Seite 25

Krebs: Der Prophylaxe auf der Spur
Forschung Seite 3

E-Commerce: Eine Anleitung zum Erfolg
Technologie Seite 7

Geld: Der Weg zur Anlage-Queen
Wirtschaft Seite 11

Im Stadion wächst kein Gras mehr

Der Weltfußballverband Fifa fördert in großem Stil Kunstrasen – und nimmt mit Lizenzen Millionen ein. Der Verband schafft dadurch einen Markt mit Monopolcharakter. Das Ziel der Fifa: Bei der Fußball-WM 2010 in Südafrika sollen alle Spiele auf Kunstrasen gespielt werden.

Jean François Tanda Zürich

Würde es nach Joseph „Sepp" Blatter, dem Präsidenten des Weltfußballverbandes Fifa (siehe Bild), gehen, ginge die Zukunft des Fußballsports stramm einher mit den kommerziellen Interessen der Fifa. „Dem Kunstrasen gehört die Zukunft", predigt Blatter unentwegt, und er macht dies nicht ganz uneigennützig. Blatter ist Missionar in eigener Sache. Schließlich verdient die Fifa an vielen Kunstrasen mit, die auf der Welt verlegt werden. Fußballspiele von Profifußballern dürfen nämlich nur dann auf dem künstlichen Grün stattfinden, wenn der Rasenhersteller im Besitz einer Fifa-Lizenz ist. Das gilt etwa für die Red Bull-Arena in Salzburg, das Stade de Suisse in Bern oder für das Stadion von Spartak Moskau.

Der Preis für die Fifa-Lizenz ist heiß: 15.000 Schweizer Franken (rund 10.000 Euro) pro Spielfeld muss ein Hersteller an die Fifa überweisen, um den grünen Plastikteppich zu verlegen. Die Kunstrasenlizenzen gibt es nur im Zehnerpack für 450.000 Franken zu kaufen, also rund 300.000 Euro. Die Lizenz im Multipack ist drei Jahre gültig.

Das Grün ohne Eigenschaften

Mit ihrem Geschäftsmodell hat die Fifa bereits 8,5 Mio. Franken eingenommen. Das ist zwar nur ein Klacks im Vergleich zu den 874 Mio. Franken, die die Fifa im Jahre 2005 insgesamt umgesetzt hat. Dennoch sind es bemerkenswert hohe Einnahmen. Denn, so sagt ein Fachmann: „Fifa-lizenzierte Kunstrasen haben keine besonderen Eigenschaften." Und schließlich braucht niemand eine Fifa-Lizenz, um einen Naturrasen zu verlegen – selbst dann nicht, wenn darauf Weltmeisterschaften gespielt werden sollen. Doch für den Fußballmonopolisten Fifa sind die Lizenzen einträglich. Die 8,5 Mio. Kunstrasen-Franken sind nur ein Anfang. Durch das Lizenzierungsverfahren schafft sich die Fifa einen Markt zu eigenen Bedingungen, einen Markt mit Monopolcharakter, bei dem die Hersteller des leblosen Grüns nach der Pfeife von Blatter & Co zu tanzen haben.

Die Fifa möchte das Geschäft mit dem grünen Plastik weltweit ankurbeln. Im Rahmen ihres Entwicklungshilfeprogrammes „Goal" zum Beispiel sponsert die Fifa Kunstrasenplätze rund um den Globus. Möglicherweise soll 2010 in Südafrika gar die ganze Fußballweltmeisterschaft auf dem leblosen Gras gespielt werden. „Wir schließen es nicht aus; der Entscheid ist noch nicht gefallen", sagt Fifa-Sprecher Andreas Herren. Die Europameisterschaft 2008 in Österreich und der Schweiz hingegen soll vollumfänglich auf herkömmlichen Fußballböden stattfinden. Das hat der europäische Fußballverband Uefa bereits so beschlossen. Das bedeutet, dass die Stadionbetreiber in Salzburg und in Bern noch vor der „Euro 2008" ihre Teppiche austauschen werden müssen.

Verlegt hat den Kunstboden beiderorts zuvor das bayerische Unternehmen Polytan, der einzige deutsche Wettbewerber auf dem wachsenden Plastikfußballfeld-Markt. Exportleiter Bernd Wutzer: „Wir fühlen uns von der Fifa fair behandelt." Kein Wunder: Als Gegengeschäft zum Kauf der Lizenz durfte Polytan bereits mehrere Kunstrasenfelder verlegen, die die Fifa im Rahmen ihres „Goal"-Projektes finanzierte, so etwa in Nordkoreas Kim-Il-Sung-Nationalstadion in Pjöngjang.

Doch bei der letzten Vergabe ging Polytan leer aus: 17 der 25 von der Fifa im Dezember

Fortsetzung auf Seite 2

Anpfiff!

„Alles Fußball" heißt es im Sommer 2008, wenn die Schweiz und Österreich Gastgeber des zweitgrößten Sportereignisses der Welt sein werden. economy macht den Anstoß schon in seiner ersten Ausgabe des Jahres 2007. Wir werden bis zur „Euro 2008" regelmäßig berichten. Die EM-Euphorie will nicht so richtig in Schwung kommen. Etwas traumatisiert durch rigide Vorgaben der Uefa erscheint Österreichs Fußballverband. Planlos ist die Wirtschaft, die 500 Tage vor dem Turnier keine zuverlässigen Spielregeln in Händen hält. Die Fifa wiederum hat bereits zur WM 2010 angepfiffen. In Südafrika sollen alle Spiele auf Kunststoffrasen ausgetragen werden. Das Jahr 2007 wird wohl zum Aufbruch für Kuba und die USA. In beiden Ländern stehen unverbrauchte Politiker ante portas. Aufbruchstimmung herrscht auch in der Krebsforschung. Ein Tiroler Forscher arbeitet derzeit an einem Früherkennungstest. Zurück zur „Euro 2008" – alles wird gut! Tipp: Österreich spielt mit ein bisserl Glück um Platz drei. Viel Spaß.

Thomas Jäkle

Quickonomy

Nachrichten

Immer am Ball 6
Fußball-EM 2008 – welche Technologien werden aus heutiger Sicht den Fan begleiten? Ein Blick in die Zukunft.

Der Kampf um Inhalte 10
Die Consumer Electronics Show war eine Show der Gadgets. Im Hintergrund schwelt jedoch ein neuer Formatstreit.

Das Spiel mit dem Ölhahn 13
Der Westen hängt unangenehm fest am Gängelband russischer Konzerne.

Straße schlägt Wohnzimmer 1:0. 14
Mit einer Lizenz in der Tasche darf jeder zur EM 2008 Public Viewing betreiben.

Kinder, Küche, Karriere 30
Das Kindergeld erweist sich als frauenpolitischer Flop. Jetzt kümmern sich Personalberater um Beruf und Familie.

Standards

Zahlenspiel 12
Special Innovation ..... ab 17
Dossier ..... ab 25
Reaktionen auf *economy* 31
Frage der Woche 31
Consultant´s Corner 32

IMPRESSUM

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., 1010 Wien, Gonzagagasse 12/13
Herausgeber (gf): Christian Czaak
Chefredaktion: Thomas Jäkle (jake)
Redaktion: Christian Ellison, Mario Koeppl, Klaus Lackner (kl), Antonio Malony, Alexandra Riegler, Jakob Steuerer, Hannes Stieger, Christine Wahlmüller (cwm)
Autoren: Beatrix Beneder, Klaus Federmair, Lydia J. Goutas, Michael Liebminger, Gregor Lohfink, Jean François Tanda
Illustrationen: Kilian Kada, Carla Müller
Titelbild: epa
Produktion und Artdirektion: Tristan Rohrhofer
Lektorat: Elisabeth Schöberl
Webredaktion: Klaus Lackner

Druck: Luigard, 1100 Wien — Druckauflage: 30.000 Stück
Internet: www.economy.at — E-Mail: office@economy.at
Tel.: +43/1/253 11 00-0 — Fax: +43/1/253 11 00-30

Alle Rechte, auch nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz:
Economy Verlagsgesellschaft m.b.H.
Abonnement: 50 Euro, Studentenabo: 30 Euro
Probeabo: 10 Euro; abo@economy.at

Offenlegung nach § 25 Mediengesetz
Medieninhaber: Economy Verlagsgesellschaft m.b.H.
Gesellschafter: Christian Czaak (51 Prozent), Johannes Unger (49 Prozent)
Geschäftsführung: Christian Czaak

Blattlinie: *economy* ist eine liberale Zeitung. Auf Basis einer sozialen und bildungsfördernden Marktwirtschaft tritt *economy* für einen international wettbewerbsfähigen Forschungs- und Wirtschaftsstandort Österreich ein. *economy* spricht Entscheiderinnen und Entscheider von heute und morgen an, die fundierten und unkonventionellen Journalismus in Verbindung mit informativem Lesespaß und unternehmerischem Nutzen schätzen. *economy* ist unabhängig von allen politischen Parteien und allen sonstigen Interessengruppen.

Unternehmensgegenstand: Herstellung, Herausgabe, Verlag und Vertrieb von Druckwerken aller Art und hier insbesondere der Zeitung *economy* sowie elektronischen Medien, allen voran jene im Internet. Die Gesellschaft ist zu allen Handlungen, Geschäften und Maßnahmen berechtigt, die zur Erreichung des Gesellschaftszweckes förderlich erscheinen, etwa der Errichtung und dem Betrieb von Zweigniederlassungen im In- und Ausland.

Vertragspoker: Ein Bluff zu viel – Millionenzahlungen drohen

Auf die falsche Karte gesetzt

Ein Gerichtsurteil enthüllt fragwürdiges Geschäftsgebahren der Fifa.

Jean François Tanda Zürich

Kartenspiele des Weltfußballverbandes Fifa – nun hat man Ärger mit zwei Kreditkartenunternehmen. Foto: dpa/dpaweb/A3471 Boris Roessler

Verfälschte Tonbandaufnahmen, rückdatierte Verträge, Lug und Trug. Eine New Yorker Richterin erhebt schwere Vorwürfe gegen den Weltfußballverband Fifa unter Präsident Joseph „Sepp" Blatter – bevor sie einen 195 Mio. US-Dollar (149,1 Mio. Euro) schweren Sponsoring-Vertrag für ungültig erklärt, den die Fifa mit dem Kreditkartenunternehmen Visa Card per 1. Jänner 2007 unterzeichnet hatte. Stattdessen soll der langjährige Fifa-Hauptsponsor am Ball bleiben: Visa-Konkurrent Mastercard.

Das 125-seitige Urteil vom 7. Dezember 2006 erwirkt hat Mastercard. Es hatte die Fifa wegen Verletzung von Treu und Glauben verklagt. Entgegen einer Exklusivitätsklausel im bisherigen Sponsoring-Vertrag verhandelte die Fifa mit Mastercards größtem Konkurrenten: Visa.

Das Urteil enthüllt, wie die Fifa mit Geschäftspartnern umgeht: Acht Monate zuvor hatte sie ihrem bisherigen Hauptsponsoren Mastercard per Mail bestätigt: „We are done!". Alles sei geregelt. Mastercard erhielt den Zuschlag für einen Sponsoring-Vertrag. Das ist lukrativ: So konnten zum Beispiel Fußballfans Eintrittskarten für die letztjährige Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland nur online kaufen – und ausschließlich mit Mastercard. Weitere 180 Mio. US-Dollar also wollte Mastercard bezahlen, um auch 2010 bei der WM in Südafrika sowie bei der WM 2014 in einem noch nicht bestimmten Land in Südamerika exklusiver Sponsor zu sein.

Am Montag, 5. Dezember 2005, sollte in Zürich das Fifa-Exekutivkomitee als drittes und letztes Fifa-Gremium diesen neuerlichen Deal besiegeln. Offenbar geschah das auch. Fifa-Vizepräsident Julio Grondona jedenfalls äußerte sich kurz danach öffentlich zur Vertragsverlängerung. Doch gleichzeitig erhielt auch Visa frohe Kunde aus Zürich: Fifa-Präsident Blatter wünsche, dass Visa Hauptsponsor werde.

Erinnerungslücken

Heute wissen nur noch Augen- und Ohrenzeugen, was in jener Sitzung im Dezember wirklich geschah. Die Beweismittel sind verfälscht. Die Sekunden auf dem Tonband, in welchen das Exekutivkomitee die Sponsoring-Verträge diskutierte, sind unkenntlich. „Die Fifa konnte nicht erklären, wie die mysteriöse Lücke in die Tonaufzeichnung kam", hält die New Yorker Richterin fest. Es sei die einzige Stelle der Aufnahmen, in der der Ton ausfalle. Die Fifa habe auch nicht erklären können, warum sich die schriftlichen Aufzeichnungen der Sitzung von den Tonaufzeichnungen unterschieden.

Drei Monate nach der Sitzung vom Dezember und kurz nachdem Visa seine Offerte in letzter Sekunde auf 195 Mio. US-Dollar hochgeschraubt hatte, vergab das Fifa-Exekutivkomitee die Sponsoring-Rechte plötzlich an Visa. Fifa und Visa unterschrieben den Vertrag. Wann genau, ist nicht ganz klar, denn es gibt zwei Versionen des Dokumentes: Die zwei Unterschriften von Visa-Präsident Rodrigues unterscheiden sich, fällt der New Yorker Richterin auf. Der Originalvertrag im Besitz von Visa ist auf den 6. April 2006 datiert. Zwei Tage zuvor hatte Mastercard per Fax bei der Fifa protestiert. Merkwürdig ist darum, dass der Sponsoring-Vertrag, den die Fifa an das New Yorker Gericht geschickt hatte, das Datum vom 3. April 2006 trägt, dem Tag vor dem Mastercard-Fax.

Die New Yorker Richterin annulierte den Vertrag und sprach die Sponsoring-Rechte Mastercard zu. Die Fifa hat gegen das Urteil Berufung eingelegt. So ist zurzeit weder der Sponsoring-Vertrag mit Visa in Kraft noch jener mit Mastercard. Visa ist verärgert, der Fifa drohen hohe Schadenersatzforderungen: „Wir prüfen alle Optionen", sagte Visa-Sprecher Michael Sharman. Sollte am Ende doch Mastercard unterliegen, drohen der Fifa Geldforderungen von dort.

In der Jänner-Ausgabe des offiziellen Fifa-Magazins klafft an Stelle des Logos eines Kreditkartenunternehmens eine große, weiße Lücke.

Fortsetzung von Seite 1

bewilligten Kunstrasenprojekte im Rahmen der Initiative „In Afrika mit Afrika gewinnen" führt das niederländische Unternehmen Greenfield aus. Und das bei mehr als 20 Lizenznehmern. „Greenfield haben als Einzige Offerte eingereicht", sagt Fifa-Sprecher Herren. Bei einer weiteren Vergabe habe ein anderer Lizenznehmer den Zuschlag erhalten. Bei der dritten Runde sei Greenfield massiv billiger als Polytan gewesen und habe darum erneut den Vorzug erhalten.

Die Überwachung

Die Rasenhersteller sind nicht die Einzigen, die sich bei der Fifa einkaufen müssen, um Geschäfte zu tätigen. Die Kunstrasenplätze müssen – je nachdem, ob es sich um Zwei-Sterne- oder Ein-Stern-Felder handelt – jährlich oder alle drei Jahre geprüft werden, bevor Präsident Blatter den Stadionbetreibern namens der Fifa das Zertifikat ausstellt: ein vierfarbiges für Zwei-Sterne-Felder, ein zweifarbiges nur für Ein-Stern-Rasen. Zweck der Prüfung sei es, „den Top-Zustand des Rasens und damit die Sicherheit der Spieler zu gewährleisten", sagt Fifa-Sprecher Herren. Die Fifa schreibt vor, dass diese Prüfung nur Fifa-zertifizierte Institute vornehmen dürfen. Kostenpunkt für den Stadionbetreiber: zwischen 8000 und 9000 Euro pro Test. Laut Brancheninsidern zeigen sich die Stadionbetreiber über die jährliche Prüfungspflicht erstaunt.

Der Fifa selber ist das wohl auch zu viel – jedenfalls, wenn es sie selber betrifft. So schenkt sie den Landes-Fußballverbänden aus den ärmeren Regionen im Rahmen des Fifa-„Goal"-Entwicklungsprogrammes überwiegend Ein-Stern-Rasen. Nicht nur müssen diese nur alle drei Jahre neu überprüft werden; sie sind auch billiger: Ein Zwei-Sterne-Feld kostet zwischen 1 und 1,5 Mio. Franken, der Preis für ein Ein-Stern-Kunstrasenfeld liegt hingegen um 30 bis 40 Prozent tiefer.

Während sich die Fußballfunktionäre um Blatter am Plastikgras erfreuen, wehren sich Fußballspieler und ihre Trainer gegen den künstlichen Belag. Es sei eine Unverschämtheit, Spiele auf solchem Boden zuzulassen, schimpfte etwa Bayern Münchens Trainer Felix Magath vor dem Auswärtsspiel bei Spartak Moskau. Denn, so stellte Stürmerstar Roy Makaay fest: „Der Ball rollt ganz anders." Das gilt auch für den Rubel.

Forschung

Krebs-Prophylaxe bald Realität

Völlig neues Modell der Krebsentstehung: Studie unter Leitung des gebürtigen Tirolers Martin Widschwendter.

Christine Wahlmüller

Laut Angaben der Weltgesundheitsorganisation WHO werden im Jahr 2030 mehr Menschen Kinderkrankheiten überleben. Die Lebenserwartung wird ansteigen. Der Wermutstropfen dabei wird sein, dass der Anteil chronischer Krankheiten als Todesursache – wie Krebs, Herz- und Gefäßkrankheiten oder Diabetes – auf über 70 Prozent klettern wird.

Einer, der dagegen ankämpft, ist der gebürtige Tiroler Gynäkologe und Spezialist zum Thema Frauen und Krebs, Martin Widschwendter. Ihm gelang jetzt mit seinem Forschungsteam eine bahnbrechende Erkenntnis: Krebs entsteht aus fehlgeleiteten Stammzellen und nicht dadurch, dass ausdifferenzierte, gutartige Zellen „schlechte Eigenschaften" annehmen. Widschwendter, der vom Tiroler Brust-Gesundheits-Zentrum vor eineinhalb Jahren als Experte für speziell bei Frauen auftretenden Krebserkrankungen an Europas größtes Zentrum für Frauengesundheit in London berufen wurde, hat zusammen mit anderen Forschungsteams nun die Studienergebnisse in der Fachzeitschrift *Nature Genetics* veröffentlicht. Bei den Studien geht es um bestimmte Proteine, die quer durch das Tierreich bis zum Menschen vorkommen. Die Polycomb-Proteine binden sich an die DNA (etwa in Stammzellen) und führen so zu einer reversiblen Unterdrückung von Genen. Wenn diese Proteine wieder von der DNA „abfallen", können die betreffenden Gene reaktiviert werden.

195 Gene unter der Lupe

Der Hintergrund: Aus embryonalen Stammzellen entwickeln sich alle spezialisierten Zellen. Bestimmte Erbanlagen werden im Laufe der Entwicklung zum richtigen Zeitpunkt an- beziehungsweise abgeschaltet. Bei Krebs allerdings werden jene Programme, die für die Differenzierung verantwortlich sind, permanent abgeschaltet. So wird auch die krankhafte Teilung und das Überleben der bösartigen Zellen fixiert.

Bei den Studien wurden insgesamt 195 Gene bei Stammzellen untersucht – sowohl bei Gesunden als auch bei Krebskranken (Brust-, Eierstock-, Dickdarm- sowie Lungenkrebs). Die Wissenschaftler stellten fest, dass eine chemische Modifikation der Stammzellen die Ursache für eine spätere Krebserkrankung in sich birgt.

„Bei Krebszellen wird offenbar die Abschaltung von Genen, die bei Stammzellen durch Polycomb-Proteine reversibel geschieht, in eine irreversible übergeführt. Das erfolgt, indem an Abschnitte der DNA Methylgruppen angehängt werden", resümiert Widschwendter.

Genauer gesagt, wird das Cytosin – eine der vier Basen, aus denen die DNA besteht –, methyliert, das heißt ein kleiner chemischer Baustein, das Molekül CH3, wird angehängt.

Gene, deren Cytosine methyliert sind, werden abgeschaltet. „Die Ursachen dafür verstehen wir leider noch sehr schlecht, einer der vielen möglichen Faktoren ist die Ernährung von Schwangeren", erklärt Widschwendter. Die Nachkommen weisen dann ein spezifisches Methylierungsmuster auf.

Fortsetzung auf Seite 4

Für weitere Artikel gehen Sie auf www.microsoft.com/austria/DieFakten

Microsoft

The Highly Reliable Times

AUSGABE 1

Windows Server 2003

ÖBV ERSETZT NOVELL/LINUX – MIT MICROSOFT HÖHERE STABILITÄT!

DAS ÖBV-ATRIUM IN DER WIENER INNENSTADT – preisgekrönte Architektur für Kunden und Mitarbeiter.

„Nur eine stabile Server-Infrastruktur ergibt eine stabile Zukunft."

WIEN. Jahrelang verließ sich die Österreichische Beamtenversicherung auf ein Novell Netware 5.1 Netzwerk. Im Jahr 2005 jedoch lösten der Microsoft Windows Server 2003 und der Microsoft Exchange Server 2003 die alternde IT-Infrastruktur der ÖBV ab.

Stabilitätsprobleme mit Novell
Mag. Helmut Hrazdira, Leiter der ÖBV-IT: „Wir hatten schon seit längerer Zeit im Zusammenspiel mit der Novell-Struktur teilweise erhebliche Stabilitätsprobleme. Auch haben Dateien und E-Mails oft sehr lange gebraucht, bis sie endlich geöffnet waren."

Novell, Linux oder Windows Server?
Im ersten Schritt der geplanten Umstellung wurden mögliche Lösungen in Betracht gezogen. Sowohl ein Novell-Upgrade als auch Open Source wurden genauer geprüft, die Vorteile der Microsoft-Lösung überzeugten aber schnell. Im Zuge der Migration wurden alle Novell und Linux basierten Netzwerkdienste durch Microsoft-Technologie ersetzt.

Höhere Zuverlässigkeit mit Microsoft
Mag. Hrazdira zeigt sich rundum zufrieden: „Durch den Wechsel von Novell/Linux zu Windows Server 2003 konnten wir signifikant die Zuverlässigkeit steigern. Der Mailserver des Altsystems musste mindestens einmal wöchentlich wegen schwerwiegender Fehler neu gestartet werden. Der Microsoft Exchange Server 2003 hingegen in den acht Monaten des bisherigen Betriebs noch nie!"

100% schneller mit Windows Server
Gleichzeitig können unsere Benutzer mit Windows Server 2003 doppelt so schnell auf ihre Dateien zugreifen, als das mit Novell/Linux der Fall war.

Das komplette Fallbeispiel der ÖBV sowie andere Fallstudien und unabhängige Forschungsergebnisse über die Zuverlässigkeit von Windows gegenüber Linux finden Sie auf **microsoft.com/austria/DieFakten**

DR. HAUFS KOMMENTAR:

„Durch den Wechsel zu Windows Server 2003 konnten wir die Zuverlässigkeit signifikant steigern. Die Beschleunigung ist für jeden Benutzer spürbar: E-Mails und Dateien können jetzt sehr viel schneller geöffnet werden. Ein Neustart des Mailservers war in den acht Monaten des bisherigen Betriebs noch nie nötig, bestätigte mir die IT-Abteilung."
– Dr. Johann Hauf, Generaldirektor, ÖBV

FAZIT:

Österreichische Beamtenversicherung erreicht rekordverdächtige Zuverlässigkeit

Windows Server 2003 garantiert der ÖBV:
- **höhere Zuverlässigkeit**
- **schnelleren Datenzugriff**

Alle Fakten unter microsoft.com/austria/DieFakten

© 2006 Microsoft Corporation. All rights reserved. Microsoft and Windows Server are either trademarks or registered trademarks of Microsoft Corporation in the United States and/or other countries. The names of actual companies and products mentioned herein may be the trademarks of their respective owners.

Forschung

Notiz Block

Makromoleküle wie Legosteine

Kunststoffe beherrschen unser tägliches Leben wie wohl kein anderes Material. Für manche Einsatzfelder sind sie aufgrund ihrer Eigenschaften aber – noch – nicht geeignet, weil sie zu weich oder zu wenig widerstandsfähig sind. Durch Beimischung von anorganischen Molekülen und kleinsten Partikeln, sogenannten Nanopartikeln, kann die Struktur der Kunststoffe auf molekularer Ebene beeinflusst und verändert werden. Chemikern der TU Wien ist es so gelungen, neue Eigenschaften zu erzeugen. Polymere bilden die Basis im Forschungsprojekt von Guido Kickelbick vom Institut für Materialchemie, in dem neue anorganisch-organische Materialien entwickelt werden. Langkettige Makromoleküle, die in der Natur etwa als Proteine vorkommen, weisen eine räumliche Anordnung auf, die es zu strukturieren gilt. „Wir wollen Moleküle mit verschiedenen Funktionen wie Legosteine neu zusammenbauen. Zwischen zwei gelben Steinen soll ein roter eingefügt werden“, sagt Kickelbick. Was sich wie Bastelei anhört, ist in Wahrheit ein Kunststück, denn die Polymere müssen sich mit den anorganischen Materialien vertragen. *kl*

Finsternis über Österreich

Zwei Sonnen- und ebenfalls zwei Mondfinsternisse erwarten Astronomen im Jahr 2007. Allerdings wird nur eine Mondfinsternis über Österreich sichtbar sein. In der Nacht auf den 4. März wird sich der Vollmond völlig verdunkeln, zwischen 23.44 und 0.58 Uhr nur als kupferrote Scheibe über den Himmel wandern. Ursache für die rötliche Farbe ist Streulicht, das durch die Lufthülle der Erde gelangt und im Schatten hinter dem Erdball für ein wenig Helligkeit sorgt. Die Mondfinsternis beginnt um 22.04 Uhr, die erste Spur des Erdschattens am Mond wird mit freiem Auge zu sehen sein. Ende der Freisicht: 2.37 Uhr. Sowohl Erde als auch Mond werfen lange konische Schatten in den Weltraum. Tritt einer in den Schatten des anderen, sind bei günstiger Position auf der Erde Finsternisse zu beobachten. Gerät die Erde in den Schatten des Mondes, verfinstert sich kurz die Sonne, umgekehrt sehen wir eine Mondfinsternis. Im Durchschnitt sind laut Hermann Mucke vom Astronomischen Büro Wien jährlich zwei bis drei, maximal aber fünf Mondfinsternisse zu beobachten.

Suche nach zweiter Erde

Über 200 Planeten außerhalb des Sonnensystems haben Astronomen innerhalb von gut zehn Jahren identifiziert – vor allem gewaltige, sehr heiße Gasriesen mit etwa der zehnfachen Masse Jupiters. Verfeinerte Techniken erlauben den Planetensuchern zwar, mit ihren Teleskopen auch leichtere, „erdähnlichere“ Himmelskörper aufzuspüren. Doch die Erdatmosphäre wird das Forschen nach einer zweiten Erde – und damit nach möglichem Leben im Weltall – immer gewaltig stören. Jetzt bekommen die Planetenjäger Schützenhilfe aus dem Orbit. Der französische Satellit „Corot“ soll als Vorhut einer kleinen Flotte spezialisierter Sonden ein wichtiges Kapitel in der Planetenforschung aufschlagen. *dpa*

Leuchtende Schweine in China

„Schnauze, Füße und Zunge sind unter ultraviolettem Licht grün“, erklärte der chinesische Wissenschaftler Liu Zhonghua von der Agraruniversität in Harbin, der gemeinsam mit Kollegen fluoreszierende Schweine gezüchtet hat. Die Forscher haben dazu ein aus Quallen gewonnenes Eiweiß in die Embryonen der Tiere injiziert, das für die fluoreszendierenden Effekte sorgt. *apa*

Martin Widschwendter: „In London führen wir derzeit die weltweit größte Früherkennungsstudie für Eierstockkrebs durch.“

Den Geheimnissen der Krebserkrankung auf der Spur

Christine Wahlmüller

economy: ***Was bedeuten die Ergebnisse Ihrer Studie für die Zukunft? Wie ist die Krebsfrüherkennung möglich? Und welche Therapie wäre dann sinnvoll?***

Martin Widschwendter: Im Moment untersuchen wir, ob bei Menschen, deren DNA dieses stammzellspezifische Methylierungsmuster aufweisen, eine hohe Wahrscheinlichkeit besteht, an Brust- und/oder Eierstockkrebs zu erkranken, oder sie bereits daran erkrankt sind. Ein Tumor, der früh erkannt wird, ist potenziell immer sehr gut heilbar. Zum Beispiel beim Brustkrebs kann in den meisten Fällen eine brusterhaltende Therapie durchgeführt werden. Es müssen auch nicht mehr alle Lymphknoten aus der Achselhöhle entfernt werden, sondern nur mehr der Wächterlymphknoten. Aggressive zusätzliche Therapien wie starke Chemotherapien werden so immer seltener notwendig. Ein Großteil der Patientinnen mit Eierstockkrebs wird im Moment leider erst im fortgeschrittenen und damit nur mehr schlecht heilbaren Stadium erkannt. Wir führen deshalb in London die weltweit mit Abstand größte Früherkennungsstudie bezüglich Eierstockkrebs durch. Über 200.000 Frauen nehmen daran teil. Durch Früherkennung von Krebserkrankungen wird nicht nur die Heilungsrate, sondern auch die Lebensqualität drastisch verbessert. Zudem werden die Kosten für das Gesundheitssystem deutlich gesenkt.

Steckbrief

Der gebürtige Tiroler Martin Widschwendter ist Clinical Lecturer am Breast & Gynaecological Cancer Department des Gynaecological Oncology Institute for Women‘s Health am University College London.

Foto: Thomas Jenewein

Wäre auch eine Prophylaxe möglich, und wenn ja, wie?

Es gibt viele theoretische Ansätze zur Prophylaxe, die allerdings im Moment fast alle noch in klinischen Studien getestet werden. Denkbar sind Änderung der Lebensgewohnheiten, medikamentöse Prophylaxe oder chirurgische Prävention.

Wie soll der neue Bluttest, den Sie zur Vorhersage des Krebsrisikos entwickeln, funktionieren?

DNA wird aus den weißen Blutkörperchen und aus dem Serum – das ist der flüssige Bestandteil des Blutes – gewonnen. Dann werden DNA-Methylierungsanalysen durchgeführt. Daran arbeiten wir. Ergebnisse erwarten wir in den nächsten zwei Jahren.

Welche Forschungspläne und Vorhaben haben Sie für 2007?

Wir arbeiten intensiv am Test zur Früherkennung und Risikoabschätzung für Brust- und Eierstockkrebs. Zudem studieren wir die Ursachen, die zu einer abnormen Methylierung der Stammzellen führen könnten: erstens transgenerationelle epigenetische Vererbung – also Vererbung von einer auf die nächste Generation, die sich nicht auf der Sequenz, also der Abfolge der Basen in der DNA, widerspiegelt. Dann Umwelteinflüsse in der Schwangerschaft und drittens Umwelteinflüsse nach der Geburt – im Kindheit, Jugend- und Erwachsenenalter.

Fortsetzung von Seite 3

Auch Umwelteinflüsse (Rauchen, Hormone et cetera), denen wir als Kinder, Jugendliche und später Erwachsene ausgesetzt sind, sind möglicherweise Ursachen für die DNA-Methylierung. „Unsere Arbeitsgruppe in London beschäftigt sich intensiv mit der Erforschung dieser Ursachen, um dann dementsprechende vorbeugende Maßnahmen entwickeln zu können“, will Martin Widschwendter Mittel und Wege finden, um die Krankheit Krebs erst gar nicht bis zum Ausbruch kommen zu lassen.

Die Forschungsergebnisse öffnen Tür und Tor für völlig neue Wege in der Medizin. Insbesondere für das Thema Frauen und Krebs sieht Widschwendter optimistisch in die Zukunft: „Wir konnten diese abnorme DNA-Methylierung auch in Knochenmark-Stammzellen von Frauen mit Krebs beobachten. Damit könnte sich die Möglichkeit für die Früherkennung von Brust- oder Eierstockkrebs auch bei Frauen ergeben, die keine diesbezügliche genetische Vorbelastung haben. 90 Prozent der Brust- und Eierstockkrebsfälle sind ja nicht familiär bedingt.“ Aber auch an gezielte Prophylaxe denkt der international hoch angesehene Spitzenforscher. Dazu müsste verhindert werden, dass Stammzellen überhaupt von einer Methylierung und damit Krebsentstehung betroffen sind. In London arbeiten die Wissenschaftler jetzt bereits gezielt am ersten Schritt in Richtung Prophylaxe. „Wir wollen auf Basis eines einfachen Bluttests ein Verfahren zur Vorhersage eines Krebsrisikos entwickeln“, hat sich Widschwendter ein ehrgeiziges Ziel gesteckt.

Auch andernorts wird fieberhaft in der Krebsforschung gearbeitet. Ein defektes Gen stört die Signalverarbeitung in der Zelle und beeinträchtigt das Immunsystem – zu diesem Ergebnis kamen Forscher des Innsbrucker Biozentrums in Zusammenarbeit mit der medizinischen Hochschule in Hannover und der Universität in Freiburg. Zellzyklus- und Differenzierungsstörungen spielen bei vielen Krankheiten wie zum Beispiel Krebs eine entscheidende Rolle. Die Zeitschriften *Nature Medicine* und *The Journal of Cell Biology* haben über die Forschungsergebnisse im Dezember 2006 berichtet. Von Interesse ist das in vierjähriger Kleinarbeit entwickelte neue Mausmodell von Lukas Huber vom Biozentrum Innsbruck. Der Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (FWF) hat dazu den Spezialforschungsbereich „Zellproliferation und Zelltod in Tumoren“ eingerichtet. Das Modell erlaubt, bestimmte Gene spezifisch auszuschalten. „Es gelang uns der eindeutige Nachweis, dass das Fehlen des Adapters p14 zu einem heillosen Chaos in der Zelle führt“, erklärt Huber.

Krebsspezialist Christoph Klein aus Hannover und Experte für Stammzell- und Gentherapie sieht nun nicht nur Chancen in der Entwicklung einer gezielten Gentherapie für die betroffenen Patienten, sondern auch neue Ansatzpunkte für neue Medikamente in der Therapie von Tumor-Erkrankten.

www.krebshilfe.net
www.ucl.ac.uk

Special Wissenschaft & Forschung

Norbert Mauser: „Das Wiener Wolfgang-Pauli-Institut konnte sich in den vergangenen Jahren vor allem international als wissenschaftliches Exzellenz-Zentrum positionieren“, erklärt der Gründungsdirektor und Professor an der Fakultät für Mathematik an der Universität Wien.

Weltberühmt im Ausland

Manfred Lechner

economy: ***Von welchen Grundsätzen ließen sich die Gründer des Wolfgang-Pauli-Instituts (WPI) leiten?***

Norbert Mauser: Die Idee war, dass einige Start-und Wittgensteinpreisträger einen Mehrwert schaffen wollten: einerseits sinnvolle „interdisziplinäre“ Forschung durch konkrete Verknüpfung exzellenter Gruppen in Mathematik, Informatik, Physik und Biologie, andererseits eine unabhängige eigenständige Dach-Struktur für exzellente Forscher zu ermöglichen, wo auch die Administration von Drittmittelprojekten effizient erledigt wird. Am WPI wird anwendungsorientierte Grundlagenforschung für Schlüsseltechnologien betrieben. Mathematische Modellierung und numerische Simulation sind der gemeinsame Nenner der Forschungsgebiete.

Steckbrief

Norbert Mauser ist Gründungsdirektor des Wolfgang-Pauli-Instituts. Foto: Mauser

Wie werden die Mitglieder ausgewählt?

Wittgenstein- und Start-Preisträger sind durch die harte Evaluation automatisch, begrenzt auf bis zu drei Jahre, auch Voll-Mitglieder. Dieser dynamische Modus garantiert, dass exzellente Wissenschaftler auf dem Höhepunkt ihres Schaffens „hereingeholt“ werden und sich die Entscheidungsträger und Forschungsgebiete automatisch erneuern.

Vernetzt das WPI Wissenschaftler untereinander?

Ja, wir vernetzen die österreichischen Exzellenz-Projekte untereinander und international, das ist auch einer der positiven Effekte der Subvention durch das Wissenschaftsministerium. Weiters koordinieren wir Projekte des Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds sowie EU-geförderte Netzwerk-Projekte. Was fehlt, ist ein Haus, wo das WPI-Einladungsprogramm und auch die Doktoratsausbildung für verschiedene Forschungsgebiete unter einem Dach sind.

Wie konnte sich das WPI international positionieren?

Wir verfügen mittlerweile als Koordinator großer EU-Netzwerke über ein umfangreiches Know-how. Eine einzigartige Positionierung ist die 2004 erfolgte Gründung des „Institut CNRS Pauli“, wo Frankreich auf eigene Kosten Top-Forscher ans WPI schickt. Nur vier Institutionen in Europa hat der CNRS derart ausgezeichnet.

Die vom Wolfgang-Pauli-Institut betriebene anwendungsorientierte Grundlagenforschung für Schlüsseltechnologien trägt wesentlich zur Stärkung der Standortqualitäten bei. Foto: Bilderbox.com

Haben auch exzellente Forscherinnen eine Chance?

Im Rahmen der Gender-Mainstreaming-Initiative des Wissenschaftsministeriums haben wir durch ein geringes Zusatzbudget die „Olga Taussky Pauli Fellowships“ eingeführt, und prompt stieg die Anzahl der Frauen unter den Programmleitern auf 50 Prozent.

Welche Unterstützung erhält das Wolfgang-Pauli-Institut von der öffentlichen Hand wie zum Beispiel dem Wissenschaftsministerium?

Die TU Wien und vor allem die Universität Wien unterstützen uns, und wir wollen umgekehrt die öffentlich-rechtlichen Universitäten in ihrer Exzellenzförderung stärken. Seit 2004 bekommen wir im Rahmen der Forschungsoffensive mit Empfehlung des Rates für Forschung und Technologieentwicklung eine Subvention vom Wissenschaftsministerium für das „Einladungs- und Pauli Fellows-Programm“. Diese 300.000 Euro werden durch aus eigener Kraft geschaffene Drittmittel mehr als verdreifacht.

Können Sie sich auch eine Kooperation mit der „Elite-Uni“ Ista vorstellen?

Wir haben keinerlei Berührungsängste, denn unser Know-how im Vernetzen von Wittgenstein- und Start-Preisträgern, im Abwickeln von internationalen Programmen und Drittmittelprojekten sowie in der Doktoratsausbildung entspricht den Ista-Zielen. Die Frage ist: Warum nicht fünf Prozent der Ista-Mittel dem WPI widmen, welches dann im Narrenturm ein Wiener Standbein von Gugging ist?

Geschichten mit Zahlen

Das Wiener Projekt „Math Space“ lässt Kinder und Jugendliche in das spannende Land der Mathematik reisen.

100 Besucher wurden erwartet, 300 kamen im Jahr 2003 zur Eröffnungsveranstaltung von Math Space im Wiener Museumsquartier. Trotz pessimistischer Stimmen, die den Anfangserfolg als Eintagsfliege abtun wollten, setzte Gründer Rudolf Taschner, Professor für Mathematik an der TU Wien, sein mathematisches Veranstaltungsprogramm fort.

Die Zielgruppe ist breit gestreut, sie reicht von Kindergartenkindern bis hin zu erwachsenen Laien. Auch die Zwischenbilanz kann sich sehen lassen: Rund 25.000 Interessierte besuchen im Jahr um die 500 Veranstaltungen. „Aufbauend auf der Unterstützung durch

Kinder erkunden die Welt des Rechnens. Foto: Bilderbox.com

das Wissenschaftsministerium – das Projekt entspricht den strategischen Interessen der Forschungssektion im Ministerium – gelang es, Math Space zu etablieren, um der Mathematik den Schrecken nehmen und diese einer breiten Öffentlichkeit als kulturelle Errungenschaft präsentieren zu können“, erklärt Taschner. In einer auf Kinder und Jugendliche ausgerichteten Reihe vermittelt Math Space ein Land der Mathematik, wo Zahlen nicht zum eintönigen Rechnen auffordern, sondern Geschichten erzählen. Kinder erkunden neue Welten und erfahren sozusagen nebenbei, wozu mathematische Fertigkeiten befähigen.

Antiker Messfehler

So wird etwa vermittelt, dass die Entdeckung Amerikas auf einem Messfehler römischer Mathematiker beruht. „Bereits im antiken Griechenland wurde der Erdumfang mit 40.000 Kilometern exakt ermittelt“, so Taschner. Basis dafür waren Messungen von Schattenlängen, die die Griechen befähigten, die Erdkrümmung und in Folge den Umfang zu berechnen. Den Römern unterliefen hingegen Messfehler, was sie dazu führte, den Erdumfang mit nur 27.000 Kilometern anzugeben. Davon ausgehend wählte Kolumbus die westliche Richtung, um nach Indien zu gelangen, was ihn aber nach Amerika führte. „Wichtig ist“, so Taschner, „Mathematik in einem vielfältigen Kontext zu präsentieren.“ So bietet die Vortragsreihe „Mumomatik“, die im Museum Moderner Kunst stattfindet, spannende Sichtweisen, denn dort werden Kunstwerke mit mathematischen Bezügen aus dem Blickfeld des mathematischen Denkens betrachtet. *malech*

Special Wissenschaft & Forschung

(Teil 1 der Serie)

Erscheint mit finanzieller Unterstützung durch das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur.
Die inhaltliche Verantwortung liegt bei *economy*.
Redaktion: Ernst Brandstetter
Der zweite Teil erscheint am 2. Februar 2007.

Forschung

Fußballfan immer am Ball

Man stelle sich vor: ein Besuch bei der Fußball-Europameisterschaft 2008. Welche Technologien werden aus heutiger Sicht den Fan begleiten? Wird das Handy auch rund um die Spiele ständig präsent sein – als Entertainment-Zentrale? Ein Blick in die Zukunft auf Basis heutiger Entwicklungen und bereits bekannter Pläne.

Christian Ellison

Es war 18 Uhr. Um 20.30 Uhr würde das Spiel beginnen. Schnell ein Blick auf das Handy, um sicherzugehen , dass die Matchkarte, gleichzeitig auch Fahrkarte für die öffentlichen Verkehrsmittel, abgespeichert war. Sie war ihm vor Monaten als MMS zugeschickt worden.

Der neue V-Zug der Wiener U-Bahn war mit Kameras ausgestattet. Als man mit diesen Sicherheitsmaßnahmen begann, hatte es noch Kritik gegeben. Datenschützer hatten von Überwachung gesprochen. Jetzt war das keine Besonderheit mehr. Im Gedränge schaute er wieder auf sein Handy und spielte einen Film über die besten Torszenen der Heimmannschaft ab. Zur Einstimmung. Für dieses wunderbare Service nahm er auch gern die ab und zu auch via MMS kommende Werbung in Kauf. Die U2 führte ihn schließlich direkt hin zum Stadion. Sie war voll, randvoll – und er war froh, so früh unterwegs zu sein. Später würden sicher noch mehr Menschen unterwegs sein, und er hätte vielleicht warten müssen. Das erst vor eineinhalb Jahren vorgestellte Steuerungssystem von Arsenal Research hätte genau erkannt, wie viele Leute ungefähr noch in den ankommenden Zug passten, und hätte diejenigen, die nicht mehr Platz hatten, gar nicht auf den Bahnsteig gelassen.

Der Stau ohne GPS

Die Fahrzeit betrug vielleicht 35 bis 40 Minuten. Das Einkaufszentrum Stadion-Center hatte noch offen. Für einen kurzen Besuch in der Buchhandlung war genügend Zeit. Die Parkplätze waren noch nicht alle besetzt. Mit seinem Navigationsgerät bewaffnet, wäre er vielleicht auch mit dem Auto rechtzeitig angekommen. Schließlich gab der Falk N120, so hieß das seit der Fußball-WM in Deutschland 2006 auf dem Markt existierende Gerät, nicht nur die beste Fahrtroute an, sondern meldete auch Staus und gab Abbiegehinweise intelligenterweise auch ohne GPS-Empfang. Beim nächsten Spiel, so beschloss er, würde er das Auto nehmen. Da wollte er ja mit seinem besten Freund vor einer Großbildleinwand bei einem Bier zuschauen. Der Falk, so hatte man ihm beim Kauf versprochen, würde auch diese Eventplätze finden.

19.30 Uhr. Er ging zum Stadion. Bei einem der Eingänge wartete bereits eine lange Menschenschlange. Das Handy diente ihm wieder als Zeitvertreib, und als er letztlich bei der Schranke ankam, musste er nur das Ticket herzeigen. Kaum dass er im Stadion war, zeigte ihm das integrierte GPS-System den Weg zu seinem Platz. Er hätte ihn zwar auch so gefunden, aber das Service-Paket war eben so umfassend. Dazwischen ein Werbe-MMS, ein Hinweis aus der Buchhandlung, wo er gerade gewesen war und seine Daten beim Kauf der Bücher hinterlassen hatte. Nur wegen eventueller Sonderangebote, hatte ihm die Verkäuferin gesagt.

Heute Baustelle – aber zur EM 2008 sollen Fußballfans im Stadion-Center in Supermärkten oder Modeläden shoppen. Foto: APA/IC

Abdrehen wollte er seinen ständigen Begleiter beim Spiel nicht. Schließlich konnte er über Handy-TV auch das zeitgleich stattfindende Spiel sehen. Immer mit der Möglichkeit, Torszenen, die er versäumt hatte, zu wiederholen, quasi als sein eigener Sport-TV-Regisseur.

Später auf der Nachhausefahrt – etwa gegen 23 Uhr. Auch einen SMS-Dienst mit aktuellen Nachrichten über den Spielverlauf hätte er in Anspruch nehmen können. Als Fan mit einer gewissen Affinität zur Technologie verfügte er über viele Möglichkeiten. Der ORF, Telekom Austria – alle großen Unternehmen standen dahinter.

Replay auf dem Handy

Das Spiel endete nicht wirklich erfreulich. 0:0. Und langweilig war es gewesen. Auf dem Heimweg, der aufgrund der vielen Besucher etwas dauerte, obwohl die U-Bahn in kürzesten Intervallen verkehrte, erfreute er sich an den Toren, die im parallel stattgefundenen Spiel gefallen waren. Insgesamt fünf. Als Hellseher wäre er natürlich zum anderen Match gefahren, so aber sah er wenigstens die Torszenen auf dem Handy. Und mittels Fernprogrammierung über das Mobiltelefon konnte er, da er vergessen hatte, den DVD-Rekorder zuvor zu Hause rechtzeitig zu starten, das scheinbar spannend verlaufene andere Spiel jetzt daheim ansehen.

Dank einer Innovation der Fraunhofer Gesellschaft, die es ebenfalls schon seit der WM 2006 gab, konnte er letztlich auch ein mobiles EM-Tagebuch auf dem Handy führen, selbstverständlich mit dem PC synchronisierbar. Sein kurzer Eintrag während der U-Bahn-Fahrt: „Es kann nur besser werden."

Im Fördertopf

Mit Jahresbeginn 2007 sind neue EU-Förderregeln für Unternehmensgründer sowie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in Kraft getreten, die zu Änderungen der nationalen Bestimmungen geführt haben. Gründe für die geänderten Bedingungen waren das Ende der laufenden EU-Strukturfondsperiode sowie Änderungen in den rechtlichen Rahmenbedingungen auf EU-Ebene. Mit Wirkung vom 1. Jänner 2007 wurden zwei neue Förderrichtlinien in Kraft gesetzt: die „Jungunternehmer- und Innovationsförderung für KMU-Prämienförderung" und die „Jungunternehmer- und Innovationsförderung für KMU-Haftungsübernahmen". Diese neuen Richtlinien bilden die Basis für KMU-Förderprogramme, die ab Jahresbeginn 2007 in Kraft treten. Dabei handelt es sich um Förderprogramme speziell für Jungunternehmer, Gründer, Übernehmer und Unternehmen in der Startphase sowie Förderprogramme für KMU. Neu geschaffen wurde das Programm „KMU-Haftungen". Dieses ist eine Ergänzung zu den bisher angebotenen Förderprogrammen zur „KMU-Innovationsförderung Unternehmensdynamik", die sich an KMU mit innovativen Projekten (= Investitionen, die einen wirtschaftspolitischen Schwerpunkt erfüllen) richtet. Mehr Infos dazu unter: *www.awsg.at/2007plus*. *red/jake*

SER

Der Wettbewerbsvorteil integriertes Enterprise Content Management

- Hersteller und größtes unabhängiges deutsches Systemhaus für iECM
- Mehr als 2 Jahrzehnte Kompetenz und Erfahrung
- 1.000 Referenzprojekte europaweit
- ECM-Partner der Hälfte der DAX 30 Unternehmen
- 750.000 Anwender in allen Branchen

SER Solutions Österreich GmbH • Internet: www.ser.at • eMail: office@ser.at

DOXiS® iECM-Suite - Fortschritt durch Produktivität

Technologie

E-Commerce, aber erfolgreich

Unternehmen setzen verstärkt auf den Verkauf per Internet. Erfolgreiche Konzepte sind nicht mehr Mangelware.

Klaus Lackner

Vier Mio. Österreicher nützen mehr oder weniger regelmäßig das Internet. 66 Prozent aller Einwohner der Alpenrepublik besitzen einen Internet-Zugang. Und 58 Prozent machen sich laut dem Austrian Internet Monitor im World Wide Web auch auf die Suche nach Produkten und Herstellern. Tendenz weiter steigend. Da liegt es wohl auf der Hand, dass immer mehr Menschen über das Medium Internet auf regelrechte Shopping-Tour gehen. Die meisten über Webshops erworbenen Artikel sind übrigens Bücher und Kleidung. Ebenfalls häufig kommen Buchungen rund ums Reisen vor.

Konsumenten peilen meist die Großen der Branche, wie zum Beispiel Amazon.com, oder den klassischen Versandhandel, der sich mittlerweile mit E-Commerce ein beträchtliches Standbein aufgebaut hat, an. Aber auch immer mehr kleine Anbieter können sich in Nischen etablieren. So hat es etwa der Schladminger Snowboard-Shop Blue Tomato geschafft, sich mit seinem Online-Angebot als weltweiter Funsportartikel-Versand weit über die österreichischen Grenzen einen Namen zu machen. Internationale Anerkennung fand das Unternehmen bei den renommierten European Retail Solution Awards, wo es jeweils den ersten Preis in den Kategorien „E-Commerce-Nutzung im Bereich Handel“ und „Europäische Händler-Technologielösung des Jahres“ abräumte.

Mix aus Technik und Marketing

Jan Radanitsch, Geschäftsführer des Grazer IT-Consulting-Unternehmens Datenkraft: „Vor allem für Klein- und Mittelbetriebe ist es spannend, einen Online-Shop aufzubauen, da sie damit irrsinnige Umsatzsteigerungen schaffen können.“ Datenkraft betreut seit Jahren Unternehmen, die erfolgreich über das Internet verkaufen, und hat sich auf die umfassende Betreuung spezialisiert. „Wir haben ein System erstellt, mit dem wir die Conversion Rate um das Zwei- bis Vierfache heben können“, erklärt der Manager nicht ohne Stolz. Die Technik sei dabei in den Hintergrund geraten. Es gehe nicht darum, auf welcher Plattform oder mit welchem technischen Aufwand ein Online-Shop realisiert werde. Wichtig sei es, den Kunden richtig zu umwerben und zum Kauf zu animieren. „Alles, was man vom klassischen Handel kennt, kann man auch im Internet machen“, ergänzt Radanitsch gegenüber *economy*. Der richtige Mix aus Technik und Marketing muss für jeden Kunden laufend gesucht werden.

Beim Einstieg in den E-Commerce sollte man mit System vorgehen. „Für einen guten Online-Shop muss man ungefähr 50.000 Euro in die Hand nehmen. Ein gehobener Mittelklassewagen kostet genauso viel. Nur macht der Online-Shop meist mehr Umsatz als eine gut laufende Filiale“, erklärt Radanitsch. Darin enthalten sind nicht nur die benötigte Technik, sondern auch die entsprechende Beratung, wie man Produkte ideal positioniert, den richtigen Online-Marketing-Mix findet und mit laufenden Aktionen die Kunden bei der Stange hält. Wie im Offline-Leben ist ein guter Business-Plan der Schlüssel zu einem guten Einstieg in die Online-Welt.

Fortsetzung auf Seite 8

Technologie

Notiz Block

Im Rekordtempo via Glasfasernetz

Forscher haben erstmals außerhalb des Labors Datenmengen von 107 Gigabit (Gbit) pro Sekunde verarbeitet und auf einer 160 Kilometer langen Glasfaserstrecke übertragen, teilte Siemens mit. Möglich wurde dieser Rekord, bei dem die Siemens-Experten unter anderem mit dem Fraunhofer-Institut für Nachrichtentechnik und der Technischen Universität Eindhoven zusammengearbeitet haben, durch ein neu entwickeltes Sende- und Empfangssystem, das die Daten direkt vor und nach ihrer Umwandlung in optische Signale rein elektrisch verarbeitet. Getestet wurde auf einer Glasfaserstrecke in den USA bei einem der weltweit größten Netzbetreiber. Dort sind bereits Systeme im Einsatz, die Datenraten von 40 Gbit pro Sekunde erreichen können.

Vereinte Kräfte gegen Phishing

Die Fraunhofer-Gesellschaft, die Katholieke Universiteit (K.U.) Leuven, Nortel, die Symantec Research Labs und Tiscali haben sich in einem strengen Auswahlprozess der Europäischen Kommission für ein Anti-Phishing-Projekt qualifiziert. Sie erhalten nun Fördermittel für Forschungen zur Prävention von Phishing-Angriffen. Ziel des auf drei Jahre angelegten Projekts ist die Entwicklung von Anti-Phishing-Technologien zum besseren Schutz und zur Sicherung der globalen E-Mail-Kommunikationsinfrastruktur. Bei den Forschungsarbeiten greift das Konsortium auf das Potenzial führender Forschungsorganisationen zurück. Nach der Erprobung in einem Testlabor soll die neue Technologie bei Tiscali, einem der weltweit größten und am umfassendsten vernetzten Internet-Service-Provider, implementiert werden.

www.antiphishresearch.org

Glasfaser bis ins Wohnzimmer

Der Wiener Internet-Service-Provider Silver Server startet den Ausbau seines Glasfasernetzes. Das erste Projekt wurde gemeinsam mit einem Sozialbau am Wiener Höchstädtplatz realisiert. Kunden kommen so in den Genuss von einer Bandbreite, von der DSL-Kunden nur träumen können. 10.240 Kilobit pro Sekunde können so über die Leitungen „gesogen“ werden. Zum Vergleich: Standardmäßige ADSL-Leitungen haben heutzutage eine maximale Download-Geschwindigkeit von 1024 kBit/s. Der weitere Ausbau seitens Silver Server steht noch in den Sternen. „Die Errichtung von eigenen Glasfasernetzen ist langwierig und kostenintensiv. Mangels fairer Wettbewerbsbedingungen zögern klassische Internet-Service-Provider und Telekom-Unternehmen mit umfangreichen Investments“, so der Silver Server-Geschäftsführer Oskar Obereder in Richtung des Ex-Monopolisten. Deshalb will das Unternehmen eigene Netze vorerst nur in Richtung Gewerbe- und Technologieparks verlegen.

Fahrradhelm warnt vor Gefahren

Forscher am Massachusetts Institute of Technology (MIT) haben einen Hightech-Fahrradhelm entwickelt, der den Zweiradler vor auftauchenden Gefahren warnen soll. Der Media Helmet hört dazu auf die Umgebungsgeräusche, nimmt Bilder sowie Bewegungen wahr und analysiert sie. Registriert der intelligente Helm eine mögliche Gefahrenquelle, so wird der Fahrradlenker gewarnt. Auf regelmäßig befahrenen Strecken merkt sich der Helm die Strecke und Besonderheiten, die den Radler auf seinem Weg begegnen. So wird beispielsweise ein Schlagloch oder ein plötzliches Ausweichmanöver von dem Helm registriert und gespeichert. *jake/kl/pte*

Fortsetzung von Seite 7

Klare – auch monetäre – Ziele müssen definiert werden. Zudem spielt die Suche nach einem starken Partner, der nicht nur in der technischen Umsetzung des eigentlichen Online-Shops versiert ist, eine wichtige Rolle Danach sind ausreichende Maßnahmen zur Kundengenerierung erforderlich. Auch hier sollte man den richtigen Mix aus Werbung über Google oder andere Web-Seiten und E-Mail-Marketing finden.

Der amerikanische Online-Marktforscher Hitwise hat im Jahr 2006 Messungen vorgenommen. Demnach kamen Ende August vergangenen Jahres 14,93 Prozent aller Besucher US-amerikanischer Web- und E-Commerce-Angebote direkt von Google. Über die Suche von Yahoo ließen sich 4,69 Prozent locken; 2,33 Prozent der Besucher kamen über MSN Search. Der eigentliche Gewinner scheint aber diesbezüglich die Community Myspace.com zu sein, die mit 2,53 Prozent aller sogenannten Upstream Visits sogar noch MSN überflügelte. Noch vor sechs Monaten lag deren Anteil laut Hitwise bei lediglich 1,28 Prozent.

Gezielte Werbung im Netz

Damit einher geht auch die Bedeutung in puncto Benutzeraufrufe, die Myspace derzeit erlebt. So wuchs die Zahl der Visits im letzten halben Jahr um 67 Prozent, was 4,88 Prozent des gesamten Aufkommens in den USA entspricht. Laut Bill Tancer, General Manager of Global Research von Hitwise, stehe zwar außer Frage, dass Suchmaschinen die wichtigsten Sprungbretter zu den Angeboten bleiben. Doch sollten Marketiers künftig soziale Netzwerke wie Myspace stärker als bisher in ihre Strategien einbeziehen.

Dass auf dem europäischen Markt andere Verhältnisse als in den USA herrschen, ist einerseits klar. Andererseits dürften sie nicht allzusehr von den leider nicht vorhandenen europäischen Zahlen abweichen. Google ist und bleibt *der* Faktor für erfolgreiches Online-Marketing und außerdem wesentlich günstiger als klassische Werbung. Einen nicht zu unterschätzenden Aspekt stellt die Zuverlässigkeit dar. Wer bestellt, will auch pünktlich und zuverlässig geliefert bekommen. Ein Qualitätsmerkmal ist etwa die Vergabe des Europäischen E-Commerce-Gütezeichens *(http://guetezeichen.at)*. Nur wer Kriterien wie Lieferfristen, Rücktrittsrechte oder eindeutige Auflistung der Lieferkosten anführt, bekommt das Gütezeichen verliehen.

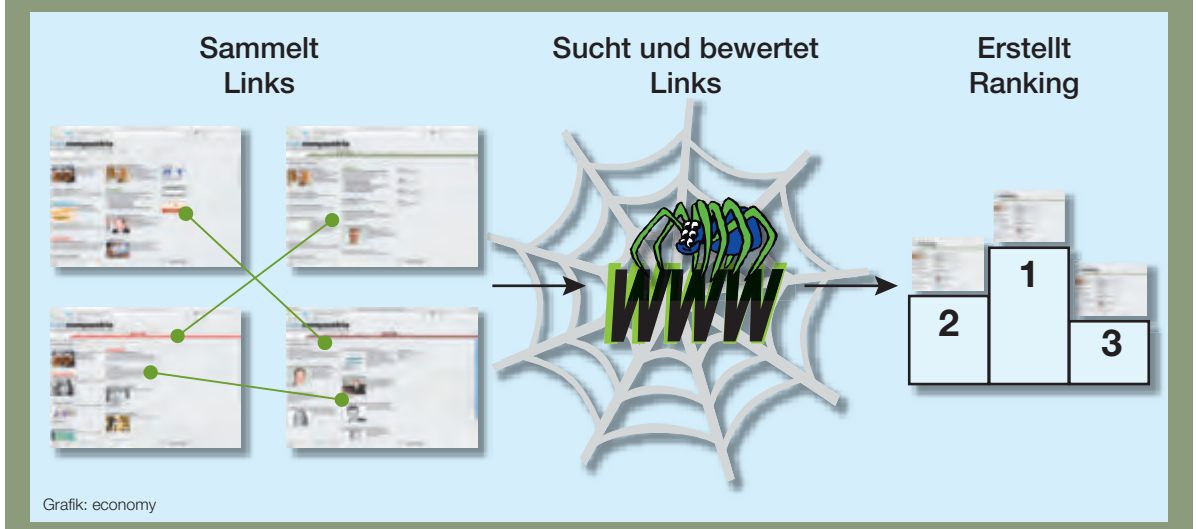
Wenn man Regeln beachtet, führt ein Web-Shop bei Ladenbetreibern zu deutlich mehr Marktanteil und Umsatz. Foto: Bilderbox.com

Zwei-Marken-Strategie

Ein oft gegen Online-Shops angeführtes Argument ist die Kannibalisierung des eigentlichen Geschäfts. Eine Studie der Wirtschaftsuniversität (WU) Wien vom April letzten Jahres zeigt jedoch auf, dass 90 Prozent von Betreibern realer Geschäfte und virtueller Online-Shops neue Kunden und Zielgruppen gewonnen haben. Auch bei betriebswirtschaftlichen Faktoren überwiegen laut Befragten die Vorteile: 78 Prozent erwarten sich eine Erhöhung der Wirtschaftlichkeit, 55 Prozent Kostensenkungen bei bestehenden Unternehmensprozessen. Umsätze, Marktanteile oder Return on Investment haben sich im Online-Shop bei den meisten Firmen positiv entwickelt. Bei 36 Prozent der befragten Handelsunternehmen stieg der Marktanteil im Laden nicht unwesentlich.

Wie funktioniert ...

... eine Internet-Suchmaschine



Grafik: economy

Suchmaschinen setzen vor allem sogenannte Webcrawler oder Spiders ein. Dabei handelt es sich um Computerprogramme, die automatisch das World Wide Web (WWW) durchsuchen und Webseiten analysieren. Wie beim Internetsurfen gelangt ein Webcrawler über Hyperlinks von einer Webseite zu weiteren URLs (Uniform Request Locator oder einfach Internet-Adresse). Dabei werden alle aufgefundenen Adressen gespeichert und der Reihe nach besucht. Die neu gefundenen Hyperlinks werden zur Liste aller URLs hinzugefügt. Auf diese Weise können theoretisch alle erreichbaren Seiten des WWW gefunden werden. In der Praxis wird jedoch oft eine Auswahl getroffen, der Prozess irgendwann beendet und von vorne begonnen. Je nach Aufgabe des Webcrawlers wird der Inhalt der gefundenen Webseiten beispielsweise mittels Indexierung ausgewertet und gespeichert, um ein späteres Suchen in den so gesammelten Daten zu ermöglichen. Dabei werden verschiedene Ranking-Algorithmen, wie der Page Rank von Google, eingesetzt. *kl*

Technologie

Der Kampf um Inhalte

Die Consumer Electronic Show in Las Vegas hat nicht nur ein Feuerwerk an neuen Produkten für das digitale Wohnzimmer abgefeuert. Vielmehr wurde die eigentliche Schlacht um das Videoformat der Zukunft ausgerufen. Der Sieger soll nicht Blue Ray oder HD-DVD heißen.

Klaus Lackner

Auf der kürzlich präsentierten Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas dominierten flache HD (High Definition)-Fernseher, deren Bildschirmdiagonalen die Schallmauer von 100 Zoll durchstoßen. Allen voran zeigten die Südkoreaner LG und Samsung, dahinter der Rest der Herstellerwelt, ihre Giganten. Gesetzt wird hier wie da auf LCD- oder Plasma-Technologie.

Allein Sony hatte technisch Neues zu bieten. Der japanische Konzern zeigte Bildschirme mit OLED (Organic Light Emitting Diode)-Technik mit einer Diagonale von 27 Zoll. Diese soll laut Sony-Sprechern die derzeitige LCD-Technik beerben. Der Vorteil von OLED: Die kleinen Bausteine leuchten stromsparend von selbst und müssen nicht wie LCD oder Plasma im Hintergrund ausgeleuchtet werden. Bis im Herstellungsprozess

Während auf der CES unzählige Neuigkeiten zu sehen waren, stahl Apple mit dem iPhone einer ganzen Branche die Show. Foto: EPA

Diagonalen von über 100 Zoll erreicht werden, sollen laut Experten aber noch Monate oder Jahre vergehen. Derzeit finden die selbstleuchtenden Dioden vor allem in Handy-Displays und MP3-Playern Anwendung.

Download statt Blue Ray

Neben immer größeren Bildschirmen schielt die ganze Unterhaltungsindustrie auf die DVD-Nachfolger Blue Ray und HD-DVD. Dabei handelt es sich ebenfalls um Scheiben im CD-Format, die jedoch ein Vielfaches einer DVD speichern können. Ohne Sie sind hochauflösende Filme im HD-Format nicht auf einer Scheibe speicherbar. Die Lösung dieses Problems wurde auch schon von LG auf der CES präsentiert: ein Abspielgerät, das beide Formate und auch alle „alten" Standards beherrscht. Somit dürften Konsumenten mit dem Streit nicht mehr viel am Hut haben. Und bis dieser ausgefochten ist, meinen viele Marktforscher, werden wir wohl Filme und Videos wahrscheinlich nur noch aus dem Internet beziehen.

Einen Vorstoß in diese Richtung hat auch Bill Gates gemacht. Seine Vorstellungen fasste er in die knappen Worte: „Ein Server für jeden Haushalt." Was Gates meint, hat Apple mit der Präsentation des Apple TV auf den Punkt gebracht. Das „Kästchen" überträgt per Funk die Inhalte, die auf einem PC oder Mac in der iTunes-Software gehalten werden. Es ist das einfach zu bedienende, fehlende Glied zwischen PC und Fernseher. Und das kabellos. Was Microsoft und Apple heute vorzeigen, werden Internet-Provider oder die Hollywood-Giganten wohl auch bald selbst nachzumachen versuchen.

Warenkorb

Fotos Liebling. Freunde der Fotografie wollen mehr. Das bietet nun Epson mit dem Stylus Photo 1400: Druck bis zum A3-Format, getrennt wechselbare Farbtanks und langlebige Ausdrucke. Preis: 425 Euro, die Fotofreunde sicher nicht abhalten werden. Foto: Epson

Zum Diktat, bitte! Auch Diktiergeräte werden immer universeller. Das Olympus DS-30 um 199 Euro mit 256 MB Speicher und Stereomikrofon kann auch Dateien mit WMA-, MP3-, Podcast- und AA-Format abspielen. *kl* Foto: Olympus

economyaustria

Die Plattform für wirtschaftsorientierte Technologie und Forschung

EconomyAustria Technologiepark auf der IT'n'T

Breaking Results of Applied Research - Innovative Technologie der Zukunft

Dienstag, 30.01.2007 bis Donnerstag, 01.02.2007
Messezentrum Wien, Halle A, Stand 0834

IT'n'T Fachmesse für InformationsTechnologie und Telekommunikation
Messezentrum Wien, Messeplatz 1, 1020 Wien

Technologiepark Podiumsdiskussionen (Anmeldung www.ecaustria.at)

Dienstag, 30.01.2007

14.00 Uhr
Forschungspolitik: wird die Industrie im Vergleich zu KMU bevorzugt?
Henrietta Egerth (Geschäftsführung FFG *af*)
Sonja Hammerschmid (Bereichsleiterin Technologie & Innovation Austria Wirtschaftsservice GmbH)
Karl Fröschl (Geschäftsführung EC3 - E-Commerce Competence Center Wien)
Gerhard Leonhartsberger (Area Manager SWT, SCCH Hagenberg)
Rudolf Lichtmannegger (Leitung Stabsabteilung Wirtschaftspolitik Wirtschaftskammer Österreich)
Moderation: **Christian Czaak** (economy)

16.00 Uhr
Technologie & Forschungs-Kommunikation: PR & Marketing für abstrakte Themen
Johanna Ruzicka (Wirtschaftsredaktion Der Standard)
Peter Berner (Manager Softwarepark Hagenberg)
Kurt Glatz (Marketing Director Alcatel Lucent Enterprise Solutions)
Peter Hössl (Leitung Kommunikation ARC information systems)
Christian Taucher (Manager Corporate Communications SAP Österreich)
Sepp Tschernutter (Geschäftsführung Trimedia)
Moderation: **Christian Czaak** (economy)

Mittwoch, 31.01.2007

14.00 Uhr
Next Generation Media: neue Geschäftsmodelle für Interaktive TV- & Internet-Communities
Gerlinde Hinterleitner (Vorstand Bronner Online AG)
Peter A. Bruck (Gesamtleitung Research Studios Austria - ARC)
Helmut Leopold (Leitung Plattform- und Technologiemanagement Telekom Austria)
Raimund Schatz (Senior Researcher Multimedia & Interactive Services ftw.)
Franz Strohmayer (Key Account Manager Alcatel Lucent Enterprise Solutions)
Moderation: **Michael Freund** (Der Standard)

16.00 Uhr
E & M-Business & Payment: Chancen und Risken im Bereich b2b und b2c
Michael Bratl (Abteilungsleiter Business Development & Marketing Europay Austria)
Thomas Grabner (Prokurist Qenta paymentsolutions)
Marcus Hebein (Leitung APA-MultiMedia)
Andreas Kern (Geschäftsführung paybox Austria)
Josef Langer (Geschäftsführer CDE Communications Data Engineering, Hagenberg)
Moderation: **Michael Freund** (Der Standard)

Donnerstag, 01.02.2007

13.00 Uhr
Overnewsed but Underinformed: Herausforderungen für elektronisches Informationsmanagement
Brigitte Krenn (Leiterin Research Studio Smart Agent Technologies)
Waltraud Wiedermann (Geschäftsführung APA DeFacto)
Hartmut R. Gailer (General Manager CEE SER Solutions)
Georg Stonawski (Geschäftsführung VRVis Zentrum für Virtual Reality & Visualisierung)
Martin Winkler (Director Xerox Global Services)
Moderation: **Johanna Ruzicka** (Der Standard)

15.00 Uhr
From High-Tech to Smart-Tech: Serviceorientierte Architekturen mit dem User im Mittelpunkt (b2b & b2c).
Alois Ferscha (Leiter Research Studio Pervasive Computing)
Peter Fröhlich (Bereichsleitung User Interfaces ftw.)
Martin Gastinger (Manager Xerox iGen3)
Armin Sumesgutner (Leitung Strategisches Produkt- und Innovationsmanagement Telekom Austria)
Dirk Draheim (Area Manager DBT, SCCH Hagenberg)
Stefan Ebner (CEO Braintribe, Hagenberg)
Moderation: **Johanna Ruzicka** (Der Standard)

Aussteller & ihre Live-Demos (genaues Programm www.ecaustria.at)

- Research Studios Austria - ARC: Delivering Research Based Solutions, Research that matters – KnowledgePulse – Intralife – Ylvi – Metis
- Softwarepark Hagenberg: Anwendungsorientiertes Forschungskompetenzzentrum im Bereich Software
- Telekom Austria AG: Schlüsseltechnologien für die Zukunft: NGM und RFID
- Economy: Unabhängige Zeitung für Forschung, Technologie und Wirtschaft
- VRVis - Zentrum für Virtual Reality und Visualisierung: Von der realen Welt zum digitalen Klon
- ftw. - Forschungszentrum Telekommunikation Wien: Handys mit Orientierungssinn
- EC3 E-Commerce Competence Center: Die multidisziplinäre Denkwerkstatt
- PROCOS FM Informationstechnology GmbH: Infrastruktur- und Facilities Management Lösungen
- Qenta paymentsolutions: Zuverlässige Akzeptanz von Zahlungsmitteln im Internet

EINTRITT FREI - mit Anmeldung über: www.ecaustria/TP oder Fax 01/532 61 36-20

○ 30.01.2007 ○ 31.01.2007 ○ 01.02.2007

ECAustria Office
Gonzagagasse 12/12
1010 Wien

Tel.: 01/532 61 36-12, Fax -20
office@ecaustria.at
www.ecaustria.at

Name
Firma
Adresse
Telefon
E-Mail

Etwaige Programmergänzungen und Anmeldungen unter www.ecaustria.at/TP. Beschränkte Teilnehmerzahl bei den Podiumsdiskussionen - Anmeldungen werden der Reihenfolge nach registriert. Mit Ihrer Anmeldung ist eine **kostenlose Eintrittskarte** für die **IT'n'T Messe** sowie **freie Getränke & Buffet** im **Technologiepark** inkludiert. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers auf der Messe ohne rechtzeitige Absage (bis 24. Jänner) wird ein Unkosten-Betrag von 24 Euro in Rechnung gestellt. Ihre Eintrittskarte für die Messe wird Ihnen per E-Mail zugesendet.

derStandard.at DER STANDARD

Lesen Sie am 24.01.2007 den 4. Teil der Standard-Serie mit dem Thema **Datenmanagement, Outsourcing**

Wirtschaft

Der Weg zur Anlage-Queen

Sparen und Geldanlegen wird in Zukunft eine weibliche Domäne – Banken und Versicherungen haben die Frauen jetzt als potenzielle Zielgruppe entdeckt. Vor allem mit maßgeschneiderten Vorsorgeprodukten werden sie umworben. Über die Beratung versuchen die Finanzinstitute, ihre weibliche Klientel zu erreichen.

Christine Wahlmüller

Geld war bis ins 20. Jahrhundert ein Tabuthema für Frauen – Geldgeschäfte waren Männersache. Das hat sich erst durch die Weltkriege drastisch geändert. Frauen mussten nun oft – ob sie wollten oder nicht – in Männerdomänen „ihren Mann stehen". Und sie verdienten erstmals eigenes Geld, das ihnen finanzielle Unabhängigkeit verschaffte. Heute sind es oft die Frauen, die zu Hause „Finanzminister" sind oder aber auch an die eigene finanzielle Vorsorge denken. Infolge der höheren Lebenserwartung müssen Frauen ohnehin schon rechtzeitig Vorsorge treffen.

Frauen mit und ohne Geld

Banken und Versicherungen haben das erkannt und wollen diesen Trend natürlich nutzen. Frauen haben sich von den eher belächelten zu den akzeptierten und heute sogar stark umworbenen Kundinnen gewandelt. Im vergangenen Juli hat das kleine Wiener Spar- und Kreditinstitut (WSK) sozusagen als Trendsetter eine kostenlose Finanz-Hotline für Frauen (und Familien) eingerichtet: Unter der leicht merkbaren Nummer 0800 10 11 12 können sich Frauen von den Finanzexpertinnen der WSK umfassend beraten lassen. Ob Pensionsvorsorge, finanzielle Versorgung während der Karenzzeit, idealer Umgang mit (Konsum-)Krediten, Umschuldungen, Mithaftungsfragen oder Unterschriftsleistungen mit dem Ehemann – die Beraterinnen stehen mit Rat und Tat zur Seite.

„Die Hotline ist speziell auch für jene, die sich in einem finanziellen Dilemma befinden", betont WSK-Vorstandsdirektorin Ilse Vigl. Wissenschaftliche Studien und persönliche Erfahrungen hätten gezeigt, dass Frauen sich gerne von Frauen beraten lassen, erzählt Vigl über die Motivation zur Einrichtung der Frauen-für-Frauen-Finanz-Hotline.

Der Erfolg lässt sich sehen: Manchmal sind es über 30 Frauen pro Tag, die die WSK-Hotline nutzen. Allerdings mit einem traurigen Nebeneffekt: Immer mehr Frauen rufen an, weil in vielen Haushalten die Schuldenfalle „zuschlägt", sprich: Es wird mehr gekauft, als man sich leisten kann. „Wir starten 2007 daher mit der Initiative Konsum-Balancing", hat sich Vigl ein neuerliches familienfreundliches Ziel gesteckt. Als besonderen Service bietet ihr Institut Frauen einen kostenlosen Finanzcheck mit fundierter Beratung an.

Frauen haben das Vertrauen von Männern, ohne Budget das Maximale zu machen. Die neue Frauenministerin Doris Bures wird spätestens in vier Jahren von ihren Erfahrungen berichten. Foto: APA/Artinger

Ganz anders die Zugangsweise der Erste Bank. Hier sind Frauen mit Geld die eindeutig definierte Zielgruppe. Bereits im Jahr 2002 wurde der „Woman Investment Club" (WIC) gegründet.

„Wir stellen damit unseren Kundinnen eine Plattform für den Wissenstransfer von aktuellen Themen und Trends zum Thema Geldanlage zur Verfügung", sagt Petra Postl, Leiterin des WIC und gleichzeitig bei der Erste Bank für Zielgruppenmarketing verantwortlich. Eine Idee, die offensichtlich eingeschlagen hat: Pro Veranstaltung kommen etwa 400 bis 500 (!) Frauen. Laut Studie der Erste Bank bevorzugen Frauen eher die risikolosen Spar- und Anlageformen wie beispielsweise das Sparbuch, Bausparen und Fonds.

Fortsetzung auf Seite 12

USECON
The Usability Consultants

let's turn our know how into your success

Usability
User Experience
User Interfaces

Optimierte Kundenzufriedenheit und effizientere Entwicklungen durch effektives Usability Engineering

www.usecon.com

Wirtschaft

Notiz Block

Kapsch entwickelt Software für Nortel

Nortel hat die Kapsch-Tochter Carriercom mit der Entwicklung von Software für GSM-R (Bahnfunk auf Mobilfunkbasis) Mobile Switching Center beauftragt. Das Entwicklungsvolumen inklusive Produkttest und Abnahmen bei Nortel beträgt sechs Mannjahre. Kapsch Carriercom ist laut eigenen Angaben aufgrund seiner jahrelangen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in den Bereichen GSM und UMTS sowie dem eigenen GSM-R-Labor optimal auf diesen Forschungsauftrag vorbereitet. Bis zum Jahresende wird Kapsch Carriercom in vier Teilbereichen neue Funktionen für Nortel finalisieren. Diese werden dann bei internationalen GSM-R-Kunden zum Einsatz kommen.

Mehr Kompetenz für FSC in Wien

Mit einem eigenen Kompetenzzentrum für Dynamic Data Center in Wien startet Fujitsu Siemens Computers (FSC) Österreich ins neue Jahr. Ab dem Frühjahr 2007 wird man sich dort schwerpunktmäßig den aktuellen Themen Server-Konsolidierung, Server-Virtualisierung und Storage widmen. Große Rechenzentren setzen zunehmend auf solche Gesamtlösungen. Das soll Kosten sowie Komplexität reduzieren und bietet insbesondere großen Unternehmen deutliche Kosteneinsparungen. In dem Kompetenzzentrum soll Hochleistungstechnologie entstehen, die die Trends in der IT-Industrie vorwegnimmt. Im Mittelpunkt wird dabei neben der Virtualisierung überdies das Thema Energieeffizienz stehen. Bereits seit einiger Zeit fordert eine Reihe von Herstellern wie FSC ein industrieweites Überdenken der Energiestrategie ein und tritt für eine Kennzeichnung ein, die, ähnlich wie bei Haushaltsgeräten, den Stromverbrauch auch auf Server-Farmen ausweist.

Um 6,2 Prozent mehr Insolvenzen

Die Zahl der Privatinsolvenzen in Österreich ist im Vorjahr mit 17,4 Prozent auf insgesamt 7583 Pleiten dramatisch angestiegen. Damit übertrafen sie 2006 erstmals die Firmenpleiten, die im Berichtsjahr um 3,9 Prozent auf 6854 Fälle zurückgegangen sind. Dies geht aus der Insolvenzstatistik der Creditreform hervor. Die Zahl der Gesamtinsolvenzen erhöhte sich im Vorjahr um 6,2 Prozent auf insgesamt 14.437 Pleiten. Die Zahl der insolventen Unternehmen ist im Detail – weiter auf hohem Niveau – um 3,9 Prozent auf 6854 Fälle gesunken. Die eröffneten Verfahren sind um 6,1 Prozent auf 3040 Pleiten zurückgegangen. 55,7 Prozent oder 3814 aller beantragten Firmeninsolvenzen wurden mangels Masse abgewiesen. Bei den Privatinsolvenzen hingegen wurden 6272 Schuldenregulierungsverfahren eröffnet, das waren um 17,4 Prozent mehr als im vorangegangenen Jahr. Dank der qualifizierten Beratung durch die Schuldnerberatungsstellen wurden lediglich 1311 Fälle mangels kostendeckenden Vermögens abgewiesen (plus 17,1 Prozent). Wien führte in absoluten Zahlen die Statistik der Unternehmensinsolvenzen mit 2034 (fast jede dritte Insolvenz 2006) an. Allerdings ist diese Zahl gegenüber dem Vorjahr um 9,6 Prozent gesunken. Die stärksten Rückgänge waren in den Bundesländern Vorarlberg (minus 14,1 Prozent, gesamt 269 Fälle) und Salzburg (minus 13,6 Prozent, gesamt 452 Fälle) zu verzeichnen. Zuwächse gab es im Burgenland (plus 20,3 Prozent, gesamt 237), in Oberösterreich (plus 2,6 Prozent, gesamt 924) und in der Steiermark (plus 1,5 Prozent, gesamt 838). Niederösterreich blieb mit plus 1,1 Prozent bei 1062 Insolvenzen annähernd stabil. Bei den Privatinsolvenzen verbuchte die Bundeshauptstadt mit 2235 Insolvenzen einen traurigen Rekordzuwachs von 52,6 Prozent. *apa/kl*

Fortsetzung von Seite 11

Frauen sind beim Sparen auf Sicherheit bedacht: Ihr Anteil bei Sparbüchern liegt um 6,6 Prozent höher als bei Männern: 53,3 Prozent der Sparbücher sind in Frauenhand. Beim Wertpapierbesitz dominieren die Männer mit 59 Prozent, nur 41 Prozent sind Frauen, hat die Erste Bank 2006 erhoben. Investmentfonds haben unter den Wertpapieren den im Vergleich höchsten Frauenanteil (41,2 Prozent), Aktien und Anleihen sind großteils in Männerhand. „Frauen haben sich bislang auch zu wenig mit Pensionsvorsorge und Vermögensweitergabe auseinandergesetzt“, berichtet Petra Postl.

Unabhängigkeit vom Mann

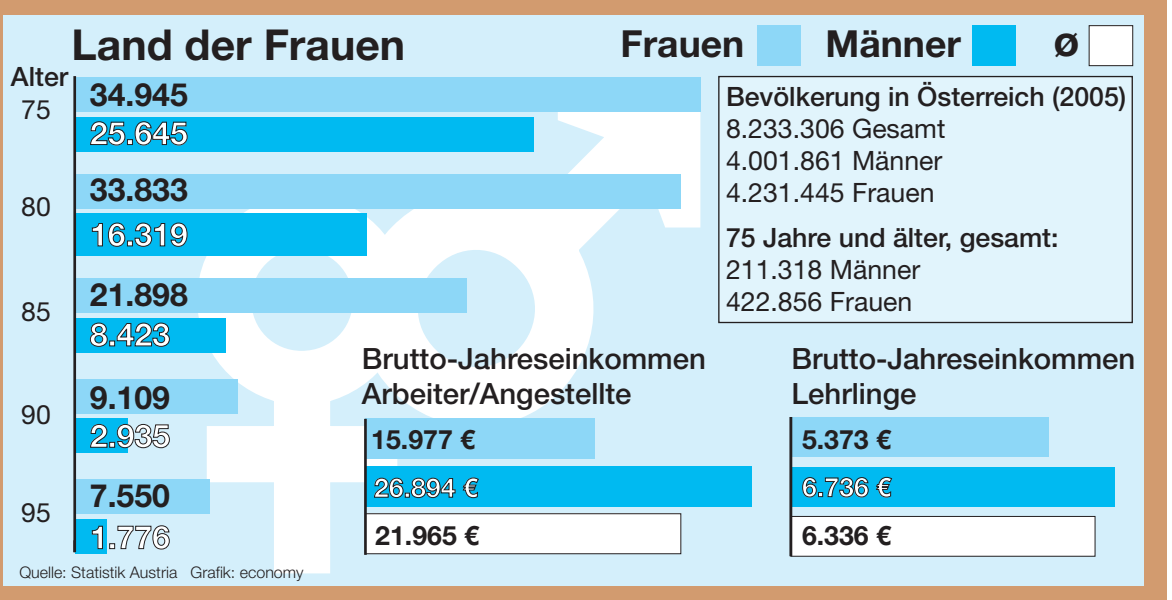
Höchste Zeit, umzudenken. „Nehmen Sie Ihre Geldanlage erfolgreich selbst in die Hand“, animiert eine eigens für Frauen eingerichtete Website der Volksbank. „Frauen erhalten im Durchschnitt ein Drittel weniger Gehalt als Männer. Hinzu kommen noch kürzere Erwerbszeiten aufgrund von Kindererziehung oder Altenpflege. Somit erhalten Frauen auch deutlich niedrigere Pensionen. Finanzvorsorge ist daher besonders für SIE unabdingbar“, wird sehr offensiv um Kundinnen geworben. Auch bei der Volksbank weiß man um das Sicherheitsbestreben von Frauen: Beim Thema Geldanlage steht für Frauen die Altersvorsorge an erster Stelle, gefolgt von der Absicherung im Falle einer Erwerbsunfähigkeit. Wenn Frauen veranlagen, sind sie zumeist sehr erfolgreich: Sie holen ausführliche Informationen ein, sind vorsichtig, besitzen ein gutes Fingerspitzengefühl und ausgeprägte Kritikfähigkeit, zollt die Volksbank den Kundinnen Respekt.

Die Bank Austria Creditanstalt verfügt über kein spezifisches Frauen-Angebot. „Unsere Produkte richten sich an Frauen und Männer“, heißt es aus der Presseabteilung. Bei der Bawag werden zwar Studenten und die Generation 50plus als eine eigene Zielgruppe betrachtet, jedoch nicht Frauen. Bei Raiffeisen wiederum kommt es oft auf das Engagement der jeweiligen Bankfilialen an: Die Raiffeisenbank Bad Hofgastein etwa hat eine 100 m^2 große Frauenlounge für die Beratung von Frau zu Frau eingerichtet. Während die Mütter beraten werden, dürfen die Kinder in der Spielecke nebenan nach Lust und Laune spielen. Die Raiffeisen-Versicherung, ein Tochterunternehmen von Uniqa, bietet bereits seit 2004 mit „Womanlife“ ein Vorsorgepaket speziell für Frauen an: 20plus – Jung und ungebunden, 30plus – Familie und mehr, 40plus – die „Best Agers“ und 50plus – Genießen mit 50. „Wir haben festgestellt, dass Frauen im Prinzip die gleichen Vorsorgebedürfnisse haben wie Männer, aber eigentlich ganz anders beraten werden wollen“, sagt Christian Sedlnitzky, Vorstandsvorsitzender der Raiffeisen-Versicherung. Uniqa bietet zudem seit rund einem Jahr die sogenannte Time-out-Option, das heißt voller Versicherungsschutz bei Aussetzen der Prämienzahlungen (zum Beispiel bedingt durch Karenzzeit, Scheidung, Jobverlust oder Weiterbildungsmaßnahmen). Ebenso auf Frauen setzt Generali mit der Initiative „Ladies Care“. Dazu wurde ein Frau-zu-Frau-Beratungsservice für jedes Bundesland eingerichtet. Flexible, leistbare Vorsorgelösungen für alle Lebensbereiche werden angeboten. „Allgemein zeichnet sich bei der finanziellen Vorsorge ein starker Trend in Richtung Vorsorge-Produkte mit Garantien ab. Die Konsumentinnen wollen Sicherheit, aber auch attraktive Erträge“, urteilt Burkhard Gantenbein, Generali-Vorstand für Personenversicherung.

Eine Motivation, die auch bei Skandia erkannt wurde. „Lady‘s First“ ist eine frauenspezifische, fondsgebundene Lebensversicherung: Das Konzept umfasst das Aussetzen von Prämienzahlungen bei vollem Versicherungsschutz (bis zu 48 Monate), eine Teilentnahme des angesparten Kapitals, oder, wenn ein Baby kommt, die Zahlung von Geburtengeld. Auch die Wiener Städtische hat für Frauen spezielle Konditionen bei Vorsorgelösungen. Die Allianz bietet Frauen etwa Preisvorteile bei der Unfallversicherung und Vorsorgeprogramme mit Frauenbonus. Wer jetzt noch glaubt, dass Geldangelegenheiten reine Männerdomäne sind, irrt.

www.allianz.at
www.erstebank.at/womaninvestmentclub
www.frauundgeld.at
www.ladies.generali.at
www.raiffeisen-versicherung.at
www.skandia.at
www.wienerstaedtische.at
www.wsk-bank.at

Zahlenspiel



Österreich ist das Land der Frauen. Sie stellen die Mehrheit. Aber: Frauen sind in der Wirtschaft nach wie vor benachteiligt. Statistisch betrachtet verdienen sie jährlich um durchschnittlich 10.000 Euro weniger als Männer. Die scheinbar objektive Argumentation in der Alpenrepublik für dieses Ungleichgewicht: Viele Frauen würden nur Teilzeit-Jobs machen, wo logischerweise weniger verdient wird. Aber: Sogar bei Lehrlingen gibt es bereits die Differenzierung zwischen Frau und Mann, wenn es um die Bezahlung geht. Obwohl die Frauen weniger (selbst verdientes) Geld zur Verfügung haben, werden sie in jüngster Zeit immer mehr von Banken und Versicherungen als Kundinnen entdeckt. Und das aus gutem Grund: Frauen sind bekanntlich die „Finanzminister“ zu Hause. Ungeachtet dessen: Frauen haben auch die weitaus höhere Lebenserwartung – und sollten sich in eigenem Interesse Gedanken über Geldangelegenheiten und finanzielle Vorsorge machen. Versicherungen und Banken warten nur darauf, beraten zu dürfen. *cwm*

Wirtschaft

Das Spiel mit dem Ölhahn

Der Westen hängt unangenehm stark am Gängelband russischer Rohstoffkonzerne.

Antonio Malony

In der EU mehren sich die Stimmen gegen eine zu große Abhängigkeit von russischen Energielieferungen. Der aktuelle Streit der Rohstoff-Großmacht mit ihrem nahezu wehrlosen Nachbarn Weißrussland lieferte den Warnern im Westen die nachhaltigsten Argumente: Am 8. Jänner dieses Jahres stoppten die Russen die Öllieferungen über die Druschba-Pipeline, die von Russland über Weißrussland nach Polen und letztlich nach Deutschland führt.

Im an sich unbeteiligten Polen gingen die Wogen hoch: Der Energieminister forderte eine Erklärung von Moskau, warum Polen in dem Streit mit Weißrussland zum Handkuss komme. Und in Deutschland, das immerhin ein Fünftel seines Ölbedarfs aus der Druschba-Pipeline deckt, war erhöhte Wachsamkeit auszumachen.

Zwar sind solche kurzfristigen Liefereinschränkungen gewöhnlich durch Lagerreserven gedeckt – im Falle Polens sind Vorräte für 70 Tage da, in Deutschland für 130 Tage, und es kann an anderen Importlieferungen gedreht werden. Dennoch: Die Hand am russischen Ölhahn macht dem Westen seine Verletzlichkeit bezüglich Energieversorgung bewusst. Immerhin ist Russland nach Saudi-Arabien der zweitgrößte Öl-Exporteur der Welt und baut sein derzeitiges Wirtschaftswachstum im Wesentlichen auf Öl und Gas auf. Österreich kann sich zumindest, was Öl betrifft, aus der Gefahrenzone nehmen: Der heimische Nachschub für die Raffinerie Schwechat wird über die Trans-Alpine-Pipeline aus Triest bezogen, erklärt OMV-Sprecher Thomas Huemer. Anders beim Gas: Dieses kommt zu einem großen Teil über eine Pipeline direkt aus Westsibirien. Die Speicher reichen für rund drei Monate, versichert man bei der OMV-Tochter Econ Gas.

Teuere Energiealternativen

„Unmittelbare Gefahr" für die europäischen Ölvorräte sehe er keine, beeilte sich EU-Energiekommissar Andris Piebalgs, nach dem Vorfall mit Weißrussland zu betonen. Die Pipeline-Blockade bildete aber eine Argumentationshilfe für die EU-Kommission und den von ihr schon länger angestrengten Strategiewechsel in der Energieversorgung.

Diese neue Energiestrategie zielt darauf ab, die Abhängigkeit der EU von Energieimporten generell zu verringern. Außenpolitisch sollen die Beziehungen zu Russland auf eine neue Basis gestellt, langfristig auch mehr Gas und Öl aus anderen Staaten bezogen werden. Intern sollen die EU-Staaten die Nutzung fossiler Brennstoffe durch ein Umsteuern auf alternative Energiequellen verringern und zugleich ihren Energieverbrauch senken, so die Pläne. Die Kommission will, dass sich die Mitgliedstaaten zu klaren Zielvorgaben verpflichten: Für die Nutzung erneuerbarer Energien, von Biokraftstoff und für die Reduzierung des Ausstoßes von Treibhausgasen sollen Prozentsätze festgelegt werden. Die Sache hat aber einen Haken: Alternative Energie ist teuer, wie sich etwa anhand der bereits erfolgten Umstellung auf Biodiesel bei Kraftstoff oder durch die erneut angestiegenen Ökostromförderungs-Beträge auch in Österreich deutlich abzeichnet. Beim Biodiesel aus Rapsöl, der seit Oktober 2005 in Österreich dem fossilen Diesel beigemischt werden muss, hat sich eine starke Preisentwicklung nach oben gezeigt. De facto sind „Öko-Treibstoffe" trotz derzeit noch geringfügig niederer Besteuerung bereits gleich teuer oder teurer als reine fossile Kraftstoffe.

Auch für Benzin mit Ethanolbeimischung, das ab heuer im Herbst Pflicht in Österreich wird, ist eine solche Entwicklung zu erwarten, wobei hier der Grund in einer aufwendigen Herstellung liegt, der bei genauerer Betrachtung die Ökobilanz nicht ganz aufgehen lässt. Wer glaubt, mit Strom auf der sicheren Seite zu sein, hat sich ebenfalls getäuscht: Nachdem die heimische Ökostromförderung für Windkraft, Biomasse, Fotovoltaik und Biogas nach Jahreswechsel verdoppelt wurde, steigen nun die Strompreise je nach Bundesland und Stromlieferant um bis zu 15 Prozent. Alternativenergie ist also ein teurer Spaß – das weiß man auch in Moskau.

Warum sich mit Themen beschäftigen, die zuviel Ihrer wertvollen Zeit kosten? Wenden Sie sich gleich an den Spezialisten: Kapsch BusinessCom ist Marktführer im Bereich IT- und Kommunikationslösungen für Unternehmen jeder Größe und kennt daher sämtliche Anforderungen dieses Umfeldes. Von der Netzwerkarchitektur über moderne Sprach- und Datenlösungen bis zu umfassenden Sicherheitssystemen. Wenn Sie mehr über Kapsch wissen wollen, besuchen Sie uns unter www.kapsch.net.

kapsch >>>
always one step ahead

Überlassen Sie uns ruhig Ihre IT.
Denken Sie lieber an was Schönes.

>>> Kapsch BusinessCom

Wirtschaft

Straße schlägt Wohnzimmer 1:0

Mit einer Lizenz in der Tasche kann zur „Euro 2008“ jeder sein Public Viewing veranstalten.

Michael Liebminger

In Deutschland kamen zur WM 2006 rund 16 Mio. Menschen zum Fußballschauen im öffentlichen Raum (Public Viewing). Die Zuseheranzahl übertraf die Stadionbesucher ums Fünffache. Foto: EPA/METTELSIEFEN

„Fanmeile.“ Die Jury der Gesellschaft der deutschen Sprache in Wiesbaden wählte diese Vokabel zum Wort des Jahres 2006. Scheinbar beeindruckt von den Publikumsmassen, die gemeinsam vor riesigen Leinwänden die Fußballspiele der Fifa-WM 2006 live verfolgten, trafen die Pfleger deutscher Sprache ihre Entscheidung. Immerhin trugen die Fußball-Übertragungen im öffentlichen Raum entscheidend zum Erfolg und Gelingen der Sportgroßveranstaltung bei: Ticketlose Fußballbegeisterte bevölkerten Public-Viewing-Plätze, feierten bei toller Stimmung mit Stadionatmosphäre wahre Feste und übertrafen alleine im Veranstalterland in ihrer Gesamtanzahl die Besucher auf den Tribünen ums Fünffache.

Der Lizenzenschacher

Neben den Public-Viewing-Organisatoren rieb sich vor allem die in Zug (Schweiz) angesiedelte Infront Sports and Media AG mit ihrem Präsidenten und CEO Philippe Blatter – dem Neffen des Fifa-Präsidenten Sepp Blatter – die Hände. Sie kassierte weltweit fürs Fernsehen in der Öffentlichkeit Lizenzgebühren. Diese betrugen etwa in Österreich 10.000 Euro pro Standort für die komplette Übertragung aller 64 Spiele. Hintergrund für diese Lizenzpflicht ist das Urheberrecht. Es räumt den berechtigten Rundfunkunternehmen das ausschließliche Recht ein, die Sendung zu einer öffentlichen Wiedergabe (Bild und Ton) an Orten zu benutzen, die der Öffentlichkeit gegen Zahlung eines „Eintrittsgeldes“ zugänglich sind. Somit wären Gastronomiebetriebe oder von Sponsoren getragene Veranstaltungen von der Lizenzpflicht ausgenommen. Die Lizenzrechte hat einzig und allein Europas Fußballverband Uefa, der eindeutig vorgibt, wer was machen darf und was nicht. Vor allem Politiker, Gastronomen und Eventmanager versuchen, von der bevorstehenden Endrunde der „Uefa Euro 2008“ zu profitieren, und haben den Planungswettlauf als auch ihre Kooperationsgesprächsmarathons längst begonnen.

Die Stadt Salzburg erwartet 35.000 Besucher ohne Eintrittskarten an den drei Spieltagen. In Wien soll auf dem Rathausplatz ein Fan-Dorf entstehen, das im Bedarfsfall bis zum Heldenplatz erweitert werden kann. Bereits im November 2006 verlautbarte Wiens Sportstadträtin Grete Laska in einem Apa-Gespräch: „Noch ist nicht endgültig entschieden, wer offizieller Veranstalter des Fan-Dorfes ist.“ Nähere Details sollen am 24. Jänner präsentiert werden.

Nach Planungen der Uefa werden an den attraktivsten Plätzen der acht Spielstädte offizielle Fan-Zonen eingerichtet, um den 14 nationalen Sponsoren wie Telekom Austria oder der Schweizer UBS-Bank die beste Präsentationsmöglichkeit zwecks Marktwerterhöhung zu bieten. Den Städten soll es selbst überlassen bleiben, ob sie mit der Organisation der Fan-Zonen eine Agentur beauftragen oder das Ganze in Eigenregie durchführen. Zudem steht es jedem frei, weitere unabhängige Public Viewings zu veranstalten – vorausgesetzt man besitzt eine eigene, ausschließlich von der Uefa vergebene Lizenz sowie die notwendigen finanziellen Mittel für Infrastruktur, Technik und Personal.

„Nach der WM ist vor der Euro 2008“ erkannte auch der Fachverband Werbung der Wirtschaftskammer Österreich und startete zum Themenbereich eine Serie von Informationsveranstaltungen. Fachverbandsobmann Peter Drössler: „Wir möchten die Schnittstelle zwischen allen Unternehmen darstellen, zumal das Interesse seitens der Wirtschaft enorm ist. Wir haben für den ersten Abend über 400 Anmeldungen entgegengenommen. Allerdings fehlen uns auf die wichtigsten Fragen wie beispielsweise Lizenzierungsprogramme noch sämtliche Antworten.“ Ein Anruf in Nyon am Genfer See bestätigt dies. „Die Lizenzierungskonzepte sind in Ausarbeitung, wir haben sie noch nicht fertig“, hält „Uefa Euro 2008“-Pressesprecher Wolfgang Eichler Mitte Jänner fest. Er gehe aber davon aus, dass in den nächsten Wochen die Ausschreibungsunterlagen präsentiert werden, womit die K.O.-Phase wohl endgültig beginnt.

Nur exzellente Prozesse
führen zu exzellenten Ergebnissen.

„ARIS“, „IDS“ und das Symbol „Y“ sind eingetragene Marken der IDS Scheer AG, Saarbrücken.
Alle anderen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.

Business Process Excellence bedeutet:

- Geschäftsprozesse effizient managen
- Geschäftsprozesse messen und optimieren
- SAP prozessoptimiert einführen und konsequent zur Prozessoptimierung nutzen
- Exzellente Kundenprozesse gestalten
- Mit IT-Services Prozesse solide unterstützen

Sprechen Sie mit uns: IDS Scheer Austria GmbH
Modecenterstrasse 14, 1030 Wien
Telefon: 01/795 66-0; Telefax: 01/798 69-68
E-Mail: info-at@ids-scheer.com

www.ids-scheer.at

IDS SCHEER
Business Process Excellence

Wirtschaft

Die langen Krallen der Uefa

Knapp 500 Tage bis zur „Euro 2008“ und noch kein Plan: Konkrete Spielregeln für die Wirtschaft liegen bislang auf Eis.

Thomas Jäkle

Eigentlich wollte Europas Fußballverband Uefa, dass vom 7. bis 29. Juni 2008 an den Spielorten der „Euro 2008“ Reklameschilder von Unternehmen, die nicht ausdrücklich zu den Sponsoren gehören, verboten werden. Reklameschilder und Plakatwände sollten also abmontiert werden. „Eine Illusion“, erklärte ein Funktionär von der Wirtschaftskammer Österreich mit eindeutigem Fingerzeig in Richtung Stirn gegenüber *economy*. Dagegen sprächen zwei Argumente: Die Uefa hätte einerseits Kompensationszahlungen leisten müssen – was sie nicht wollte. Andererseits könnten zum Wohl der Uefa geltende Verträge nicht einfach ausgesetzt werden.

Knapp 500 Tage vor dem Anpfiff zum Turnier sind die Spielregeln, wie man die „Euro 2008“ für wirtschaftliche Zwecke nutzen darf, weiterhin unklar. Eine fast fünfstündige Veranstaltung der Wirtschaftskammer Österreich, wo gut 600 Wirtschaftstreibende sich in mehreren Vorträgen informieren wollten, brachte nur wenig Konkretes. Uefa-Funktionär Lukas Achermann, bis kurz nach der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland noch in Diensten des Weltfußballverbandes Fifa, präsentierte zwar das Marketing- und Rechteschutzprogramm mit Beispielen von Rechteverletzungen, was im Jargon „Ambush-Marketing“ genannt wird. Konkrete Details blieb der Neo-Uefa-Funktionär aber schuldig. Friedrich Stickler, Präsident des Österreichischen Fußballbundes (ÖFB), und Turnierdirektor Christian Schmölzer beschwichtigten. Am 26 Jänner, genau 500 Tage vor dem Anpfiff zur „Euro 2008“, werden die Verträge mit den Austragungsorten (Host Cities) unterzeichnet und Spielregeln für die Wirtschaft präsentiert. Darunter fallen Lizenzauflagen und -gebühren inklusive Werbeverbote rund um Stadien und Public-Viewing-Plätze sowie die Grenzziehung einer „Bannmeile“. Uefa-Funktionär Achermann sieht allerdings andere Zeithorizonte: „Es wird schon noch einige Wochen dauern, bis Details feststehen.“

Händler im Abseits

Die Uefa hat es noch nicht so eilig. Sie hat das Sagen. Der ÖFB ist nur Gastgeber. Er und infolgedessen die heimische Wirtschaft haben sich mit der Vertragsunterzeichnung dem Regime der Uefa unterworfen und strikt deren Auflagen zu befolgen. Fest steht: Die Gewerbetreibenden werden sich warm anziehen müssen. Grundsätzlich ist alles, was mit der Nutzung von Logos und Marken zu tun hat, selbst die Nennung der „Euro 2008“ in Geschäftsbriefen zu werblichen Zwecken, ohne den Besitz einer Lizenz verboten. Die Uefa sorgt für den Schutz eigener Rechte sowie ihrer 18 Partner, Haupt- und Nebensponsoren sowie sonstigen Rechteinhabern. „Ohne Schutz sind zukünftige ‚Euros‘ in Gefahr“, erklärt Achermann die Formel des Uefa-Geschäftsmodells. Derzeit grübelt man noch über die Feinheiten nach. Besondere Brisanz enthalten die Rechte bezüglich dem „Senden der TV-Signale“, die sich die Uefa gesichert hat. Die Konsequenz daraus: Wie Experte Achermann erklärte, könnte es sein, dass neben den Public-Viewing-Veranstaltern auch Café-, Hotel- und Restaurantbesitzer, Wirte sowie Geschäftseigentümer zur Kasse gebeten werden. Wenn sie zur „Euro 2008“ ein oder mehrere TV-Geräte oder Flachbildschirme im Schanigarten oder Lokal aufstellen, sollen sie zusätzlich eine Gebühr zahlen – und zwar direkt an die Uefa. „Darüber diskutieren wir gerade“, bestätigte Achermann gegenüber *economy*. Die Senderechte in Händen der Uefa bedeuten zudem, dass diese sich vorbehält, was wohin gesendet wird. Verhandlungen mit den Fernsehgesellschaften, auch dem ORF, sind ebenso noch im Gange. Ein weiterer Grund für das Zögern könnte mit den Wahlen im Uefa-Präsidium zusammenhängen. Am 26. Januar stellt sich Uefa-Präsident Lennart Johansson zur Wiederwahl. Herausforderer ist Frankreichs Ex-Fußballstar Michel Platini. Fifa-Boss Sepp Blatter hat für Platini kräftig die Werbetrommel geschlagen. Johansson war einst härtester Widersacher von Blatter um den Chef-Posten bei der Fifa, wobei beide nicht gerade zimperlich miteinander umgingen.

Kommentar

Jean François Tanda

Das System Blatter

Mangelnden Geschäftssinn kann man Joseph „Sepp“ Blatter wahrlich nicht vorwerfen. Der Präsident des Weltfußballverbandes Fifa versucht, aus der Monopolsituation seiner Organisation heraus alles zu Geld zu machen. Ein neues Programm für die Geldmaschine nennt sich Kunstrasen: Aus dem Nichts hat die Fifa ein Millionengeschäft gemacht. Das ist ebenso beeindruckend wie der letztjährige Gewinn der Fifa, die als nichtgewinnorientierter Verein registriert ist. Er betrug über 130 Mio. Euro.

Irritierend ist angesichts solcher Zahlen, wie die Fifa mit Geschäftspartnern umspringt. Mit seriösen Geschäften hat dies nichts zu tun. Das enthüllt das Gerichtsurteil in der Visa-Affäre. Um an das große Geld zu kommen, scheut die Fifa offensichtlich vor nichts zurück. Lug und Trug und Worte, die nichts zählen. Alles scheint erlaubt zu sein, solange der Rubel rollt. Von Ethik, die sich die Fifa seit Neuestem groß auf die Fahnen schreibt, ist dabei gar nichts zu sehen.

Das wird sich in nächster Zeit kaum ändern. Zwar wählt die Fifa im Mai einen neuen Präsidenten, aber bisher gibt es nur einen Kandidaten: Er heißt Blatter. Sosehr er von außen kritisiert wird – intern ist er unangefochten. Das ist das entscheidende Match.

Der Verein Fifa bestimmt völlig autonom, wer seinen höchsten Funktionär wählt: Es sind dies je ein Delegierter pro Landesverband, also ein Österreicher, ein Thailänder, ein Südafrikaner. Wahlentscheidend ist die Masse der Stimmen: Der Delegierte aus Deutschland hat ebenso viel Gewicht wie jener der British Virgin Islands oder von Djibouti. Warum jedoch sollten zum Beispiel die Vertreter der 50 afrikanischen Verbände, die zusammen über rund ein Viertel aller Stimmen verfügen, gegen Blatter sein, nachdem er jedem von ihnen einen Kunstrasen versprochen hat?

Thomas Jäkle

Das System Platini

Alles ist käuflich. Lizenzen und Markenrechte für die „Euro 2008“ etwa. Nur eine Fußball-Europameisterschaft selbst – die ist unverkäuflich. Die gehört der Uefa. Und sie lässt keinen Zweifel daran. Diese bittere Pille müssen die Gastgeberländer Schweiz und Österreich schlucken, ob es ihnen passt oder nicht. Vertrag ist Vertrag. Die Vorgaben besitzen nahezu den Charakter von Knebelverträgen. Klar: Die Uefa will wie der große Bruder, der Weltfußballverband Fifa, nur das Beste. Die zwei Dutzend Unternehmen, die brav Mio. an Sponsoring-Geldern bezahlen, sollen omnipräsent ins Licht gerückt werden. Zur Sicherung der Macht kommt noch hinzu, dass die „Euro 2008“ die Einflussnahme der Gastgeber ausgrenzt. Und die Uefa kontrolliert sogar die „TV-Sendesignale“. Sie kann somit autonom entscheiden, welche Bilder (mit welcher Werbung?) wann wohin verschickt werden. Und dabei geht es vielleicht nicht nur ums Geld, sondern auch um das, was dem „Euro“-Geschmack der 80 Uefa-Funktionäre entspricht.

ÖFB-Chef Friedrich Stickler und sein Turnierdirektor Christian Schmölzer machen nun dieselbe Erfahrung wie Franz Beckenbauer bei der WM 2006 in Deutschland. „Das ist die WM der Fifa. Das ist nicht unsere WM. Und 2010 in Südafrika wird es so sein, dass die Südafrikaner schon gar nichts mehr zu sagen haben“, meinte Beckenbauer vor laufender Kamera.

Alles ist käuflich. In Afrika soll Sepp Blatter Wählerstimmen gekauft haben, um Fifa-Sonnenkönig zu bleiben. Der Mann, der Fußball als große Familie versteht, die Beutung von Fußball höher einschätzt als die katholische Kirche, steht Ende des Monats vor dem Zenit seiner Karriere. Der renitente Uefa-Chef Johansson, mit dem Blatter nicht einmal eine Hassliebe verbindet, wird Ende Jänner abgewählt. Neuer Chef soll Ex-Fußballstar Michel Platini werden. Mit Blatters Unterstützung soll er an die Spitze gelangen. „Euro“ und WM werden so kompatibel. Das System Blatter wird zum System Platini.

Alles Euphorie!

Nächstes Jahr richtet Österreich eine halbe Fußball-Europameisterschaft aus. Die von den Veranstaltern verordnete Euphorie lässt bisher noch auf sich warten. Brauchen wir sie überhaupt?

Klaus Federmair

500 Tage sind es noch bis zum Start der „Euro 2008“. Gemeinsam mit der Schweiz wird der Österreichische Fußballbund eine der größten Sportveranstaltungen der Welt austragen. Willkommener Nebeneffekt: Die EM-Qualifikation, an der das rotweißrote Team bei zwölf Versuchen immer gescheitert ist, ist den Veranstalterländern garantiert.

Als Vorbild gilt der große Bruder im Nordwesten. Die mediale Begeisterung über die Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland hallt noch nach: volle Stadien auf dem letzten Stand der Technik, friedlich feiernde Menschen auf den Straßen, ein merklich erhöhtes Bruttoinlandsprodukt, ein erfrischend spielendes und überraschend erfolgreiches heimisches Nationalteam – ein rundum gelungenes Mega-Event.

Es ist nicht alles Gold ...

Mag sein, dass Deutschland die WM-Euphorie gebraucht hat, um seine depressive Grundstimmung angesichts der hartnäckigen Wirtschaftskrise zu überwinden, um seine nationale, von der Last der Geschichte und der Ost-West-Spaltung belastete Identität zu entwirren. Dennoch könnte für Österreich Nüchternheit das tauglichere Rezept sein.

In Wahrheit war auch in Deutschland nicht alles Gold, was während der euphorischen WM-Wochen in den Farben der deutschen Trikolore glänzte. Ein Beispiel ist das absurde Kartenverkaufssystem. Um halbwegs sicherzugehen, dass man zwei oder drei Karten bekommt, musste man ein Vielfaches an Tickets für verschiedenste Spiele auf gut Glück bestellen und bekam dann via Kreditkarte Geld für Karten abgebucht, die man gar nicht erhielt.

Die folgende Kritik der Konsumentenschutzorganisationen wischte Cheforganisator Beckenbauer in kaiserlicher Manier öffentlich als (euphoriegefährdende) Miesmacherei weg. Auch die Wirtschaftstreibenden in der Umgebung der Stadien waren über die Exklusivverträge des Veranstalters mit den offiziellen Ausrüstern nicht ausnahmslos glücklich. Und es wäre eine Überraschung, wenn die im Vorfeld wie üblich verbreiteten Jubelprognosen diverser Auftragsstudien bezüglich der Umwegrentabilität der öffentlichen Investitionen dieses Mal einer objektiven wissenschaftlichen Ex-post-Überprüfung standhalten sollten.

Die EM-Euphorie wird in Österreich noch früh genug einsetzen. Vorerst ist es wichtiger, in Deutschland gemachte Fehler nicht zu wiederholen beziehungsweise den Schaden hierzulande gemachter Fehlentscheidungen zu begrenzen. Das gilt etwa für die nötige Arbeit an einem halbwegs positiven Ende der Provinzposse um das Klagenfurter Stadion. Von einer rechtzeitigen Fertigstellung darf mittlerweile immerhin ausgegangen werden. Eine wenigstens für die Region gewinnbringende Nachnutzung der mit etlichen Steuermio. finanzierten Arena scheint hingegen keineswegs gesichert. Die drei WM-Spiele und – nach dem sieben Mio. Euro teuren Rückbau des 32.000er-Stadions – die regelmäßige Bespielung durch den zweitklassigen FC Kärnten (aktueller Zuschauerschnitt: 1600) allein werden da nicht ausreichen.

Die organisierten Fans, langfristig das Rückgrat des Fußballzirkus, setzen jedenfalls eher auf Nüchternheit. Bereits im Vorfeld der „Euro 2008“ verstärkte Sicherheitsvorkehrungen werden von vielen Fanclubs kritisch betrachtet, dem Event selbst sehen die meisten gelassen entgegen. Ein knappes Monat EM-Spektakel kann eine schöne Sache sein, die Stimmung im Stadion während eines EM-Spiels wird es trotzdem kaum mit der bei einem Wiener Derby aufnehmen können.

Der Autor ist Chefredakteur des österreichischen Fußball-Magazins ballesterer fm.

www.ballesterer.at

Karikatur der Woche

“Europhorie 2008?”
Selbst Kaiser Franz rät Stickler zu Nüchternheit...

Zeichnung: Kilian Kada

Special Innovation

Digitale Leistungsschau

Feuerwerk an Innovationen bei der dritten Auflage der Messe für Informationstechnologie und Telekommunikation.

Ernst Brandstetter

Vom 30. Jänner bis 1. Februar 2007 findet im Messezentrum Wien Neu zum dritten Mal „ITnT“, die internationale Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation, statt. Schwerpunkte der Messe sind Software, Infrastruktur und Telekommunikation sowie Services und Solutions.

Die neue IT-Messe, die von Reed Exhibitions in Kooperation mit der Plattform economyaustria und dem Fachmagazin *Computerwelt* veranstaltet wird, hat sich in den beiden vorhergehenden Jahren bereits als Informationsbörse und Treffpunkt für Fachbesucher etabliert, wobei die Schwerpunkte des Interesses auf Produktneuheiten und einem Marktüberblick für Entscheider liegen. Aufbauend auf den Erfolgen des Vorjahres werden praktisch alle wichtigen Unternehmen der relevanten Branchen auch 2007 wieder präsent sein. Weitere Produktbereiche im Vordergrund sind Telekommunikation, Web-Entwicklung und -Design sowie Software-Entwicklung.

Technologiepark

Diese Themen bilden auch die zentralen Schwerpunkte des Technologieparks auf der ITnT 2007. Dort haben kleine Unternehmen, Spin-offs, Forschungsinstitute oder Kompetenzzentren und ihre Partner die Möglichkeit, Prototypen und Anwendungen zu demonstrieren. Auf einer Fläche von 1.000 m² werden technologische Innovationen aus Österreich zur Schau gestellt – lebendig, interaktiv, visualisiert, multimedial und greifbar beziehungsweise ausprobierbar gestaltet. Es werden dabei im Wesentlichen Technologien präsentiert, die bereits direkt angewendet und auch wirtschaftlich getragen werden. Podiumsdiskussionen unter Teilnahme namhafter Experten aus angewandter Forschung und Wirtschaft zur Erörterung gesellschafts- und wirtschaftspolitischer Fragen runden das vielfältige Angebot ab.

Spiel, Spaß und viel Neues ausprobieren auf dem 1000 m² großen Technologiepark im Messezentrum Wien Neu. Foto: ITnT

Wie schon im Rahmen der ITnT 2006 werden im Technologiepark auch 2007 zum Beispiel Qenta Payment Solutions, die Softwarepark-Hagenberg-Gruppe, das Forschungszentrum Telekommunikation Wien, das Zentrum für Virtual Reality Wien oder Bereiche der Austrian-Research-Center-Seibersdorf-Gruppe neue Anwendungen und Prototypen zeigen. Dazu wird es einen Schwerpunkt zum Thema E & M-Payment und Usability geben.

Breites Informationsangebot

Zusätzlich zum Ausstellungsteil bietet die Messe auf Vortragsbühnen in zwei Hallen ebenfalls ein breites Informationsprogramm mit insgesamt 79 Präsentationen, Vorträgen und Diskussionsrunden mit namhaften Experten als Referenten und Teilnehmer.

Info

● **ITnT – Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation.**
Messezentrum Wien Neu
Messeplatz 1
A-1020 Wien
Dienstag, 30. Jänner bis
Donnerstag, 1. Februar 2007
Öffnungszeiten:
Dienstag bis Donnerstag,
9.00 bis 18.00 Uhr
www.itnt.at

Die Stadt der elektronischen Verwaltung

„Digitales Österreich“ präsentiert den aktuellen Stand des E-Governments auf der ITnT.

Mit der Strategie „Digitales Österreich“ forciert die Bundesregierung die homogene Zusammenarbeit auf Basis der Informationstechnologie und reduziert damit nachhaltig die anfallenden Bürokratiekosten. Durch die Einführung verschiedenster IT-Verfahren bei den wichtigsten Dienstleistungen des Staates hat es unser Land bereits an die Europaspitze gebracht. Das belegt die aktuelle Capgemini-Studie, die Österreich bezüglich E-Government in Europa an erster Stelle reiht.

Den aktuellen Leistungsstand der Systeme, die durchaus auch in andere Länder exportiert werden könnten, präsentieren das BRZ, eine Reihe von Ministerien und Organisationen sowie die beteiligten Unternehmen erstmals gemeinsam im Rahmen einer eigenen Ausstellungsfläche bei der Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation ITnT 2007. Aussteller sind neben dem Bundeskanzleramt, dem Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, dem Finanz-, dem Innen-, dem Justiz- und dem Lebensministerium, dem Bundesrechenzentrum, Statistik Austria und dem Umweltbundesamt praktisch alle Systemlieferanten der öffentlichen Hand. An 30 Arbeitsstationen werden die unterschiedlichsten Ressorts, Länder, Städte und Gemeinden, gemeinsam mit ihren strategischen Partnern aus der Wirtschaft Produkte, Anwendungen und Konzeptionen aus dem Bereich E-Government in Österreich demonstrieren. Ziel der aktuellen Bemühungen ist es, die heterogene IT-Landschaft von Bund, Ländern und Gemeinden zu überwinden und zu durchgängigen Abläufen innerhalb der einzelnen Verwaltungsebenen und zwischen denselben zu kommen. Im Rahmen der ITnT sollen zudem IT-affine Verwaltungsverantwortliche der Nachbarländer auf die österreichischen Erfahrungen aufmerksam gemacht werden. Um deren Interessen entgegenzukommen, wird in der 200 m² großen E-Gov-City zusätzlich zur Live-Präsentation der aktuellsten Behördenlösungen auch eine vom Bundeskanzleramt organisierte Vortrags- und Diskussionsreihe stattfinden. *bra*

Unternehmen und Verwaltung zeigen Anwendungen und Konzeptionen für E-Government. Foto: BRZ

Info

● **Bundesrechenzentrum.** Die Bundesrechenzentrum-Gruppe ist der führende IT-Dienstleister der Österreichischen Bundesverwaltung und besteht aus der BRZ GmbH und der BIT-S GmbH. Die BRZ GmbH verfügt zudem über eines der größten Rechenzentren Österreichs und entwickelt, implementiert und betreibt E-Government-Lösungen. 2005 verzeichnete das Unternehmen mit 993 Mitarbeitern einen Umsatz von insgesamt 213,7 Mio. Euro und hat derzeit mehr als 320 IT-Verfahren im Einsatz, wobei 25.000 Arbeitsplätze betreut werden, was einem Marktanteil von 55 Prozent bei den Bundesressorts entspricht.
www.brz.gv.at

Special Innovation

Technologien der Zukunft

Auf der jährlichen Wiener Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation ITnT präsentiert Telekom Austria die Leistungsfähigkeit der angewandten Forschung und Entwicklung des Unternehmens. Next Generation Media (NGM) und Radio Frequency Identification (RFID) zählen zu den Schlüsseltechnologien.

Sonja Gerstl

Durch den beschleunigten Technologiewandel der letzten Jahre und das Aufkommen durchschlagender, neuer Technologien sind vor allem Unternehmen auf dem Informations- und Kommunikationstechnologie-Markt einem harten Innovationsdruck ausgesetzt. Besonders bei „Disruptive Technologies" entscheidet die effiziente Marktkommunikation über Vorteile und Alleinstellungsmerkmale sowie gesellschaftliche Implikationen über eine entsprechende Marktdurchdringung.

„Innovation", so ist man bei Telekom Austria überzeugt, „ist die strategische Basis für erfolgreiche Produktentwicklung. Sie endet keineswegs mit der Pilotinstallation, sondern ist immer auch Wegbegleiter der Produktentwicklung bis hin zur Marktreife neuer Anwendungen."

Die RFID-Managed-Service-Plattform ermöglicht Telekom Austria-Kunden einen ressourcenschonenden Einstieg in die RFID-Nutzung. Foto: Telekom Austria

Intelligente Tür

Auf ihrem Messestand im Technologiepark der ITnT wird Telekom Austria beispielhaft für viele andere Technologieprojekte des Strategischen Produkt- und Innovationsmanagements (Spin) des Unternehmens die zwei Schlüsseltechnologien des neuen Jahrtausends, nämlich NGM (Next Generation Media) und RFID (Radio Frequency Identification), vorstellen. Ausgangspunkt dabei ist das 2006 gelaunchte Produkt Aon Digital TV. Die Forschungs- und Entwicklungsinitiative von Telekom Austria zielt bei dieser Weiterentwicklung konsequent auf wichtige Bereiche der neuen Informationsgesellschaft – die Vorbereitungsarbeiten für den nächsten Quantensprung des Fernsehens in Form von HDTV (High Definition Television) laufen bereits auf Hochtouren. Mit der NGM-Plattform ist Telekom Austria aber nicht nur mittels Fernsehen in den Wohnzimmern ihrer Kunden präsent, sondern hat auch eine Grundlage dafür geschaffen, E-Home-Anwendungen wirtschaftlich günstig zu realisieren. So etwa weisen die Steuerung einer Haustüre mittels TV-Fernbedienung und die möglichen Statusabfragen über den Fernsehapparat – etwa: Wer hat an der Tür geläutet? – darauf hin, in welche Richtung künftige Entwicklungen beim „Networked Home" gehen könnten. Für den bei der ITnT vorgestellten Prototyp einer „intelligenten Tür" wurde eine spezifische Applikation auf Basis von IP-Technologie auf der NGM-Plattform entwickelt und damit das bestehende Aon Digital TV für eine kommende E-Living-Funktionalität vorbereitet.

Datentransfer via Teddy-Bär

Für das Projekt St. Anna Fernsehen wurden Telekom Austria, Sonovista und das St. Anna Kinderspital im Vorjahr im Rahmen des Staatspreises für Multimedia und E-Business mit dem Innovationspreis ausgezeichnet. Die beiden Schlüsseltechnologien NGM und RFID spielen bei diesem Projekt eine entscheidende Rolle. Im Stofftier des Kindes ist ein RFID-Chip eingenäht, der sämtliche Daten des jeweiligen Kindes enthält. Wird nun dieses Stofftier auf einen RFID-Reader gesetzt, so übermittelt dieser den Zugangscode an den Multimedia Server. Die NGM-Plattform liefert daraufhin ein für das betreffende Kind spezifisch nach Krankheitsbild, Muttersprache und Alter abgestimmtes Programm. Neben dieser innovativen Lösung hat Telekom Austria auf der Grundlage ihrer bestehenden B2B-Infrastrukturen auch eine RFID-Managed-Service-Plattform entwickelt. Damit wird potenziellen Kunden ein ressourcenschonender Einstieg in die RFID-Nutzung ermöglicht. Mit RFID-Systemen, bestehend aus Transponder und Reader, können unterschiedlichste Branchen ihre Logistik- und Transportanforderungen optimieren und physikalische Objekte und deren Zustände mittels Funktechnologie berührungslos kennzeichnen, registrieren und über den gesamten Verlauf der Distributionskette managen.

www.telekomaustria.at

Info

● **Telekom Austria-Innovationsstand.** Technologiepark ITnT, Halle A, Stand 0834, vom 30. Jänner bis 1. Februar 2007.

„Es lebe das neue Fernsehen!"

Ein Kommentar von Telekom Austria-Manager Helmut Leopold über visionäre Television des 21. Jahrhunderts.

Für das Fernsehen der Zukunft gibt es ebenso viele Postulate wie Marktinteressen. Traditionelle Fernsehanstalten öffentlich-rechtlichen Zuschnitts glauben an den Fortbestand des linearen Fernsehens und nutzen die terrestrische Digitalisierung vorrangig bloß für einen Qualitätsboost bei Usability – Stichwort Elektronischer Programmführer (EPG) – und Bildqualität – Stichwort HDTV. Newcomer in der Fernseharena hingegen wie die IPTV-Anbieter aus dem Telefon-und Kommunikationstechnik-Lager vertrauen auf einen generationsbedingten Strukturwandel der Öffentlichkeit und die mit ihm einhergehenden veränderten Mediennutzungs- und Kommunikationsmuster – Stichwort „iPod-Generation".

Das neue Fernsehen wird deutlich fragmentierter sein als unsere heutige TV-Landschaft. Für die junge Generation sind Communities und die in diesen virtuellen Gemeinschaften ausgetauschten Sinnzusammenhänge und Weltbilder schon längst die wichtigste soziale Klammer. Das Fernsehen von morgen wird sich an diese „Interesseninseln" zu richten haben. Wenn es nach zeitgenössischen Medienkritikern geht, so gewinnt auch der Vertriebsweg für mediale Inhalte als Erkennungsmerkmal für Communities zunehmende Bedeutung. Der Download digitaler Musik aus dem Netz ist heute längst mehr als nur coole Lebensart, sondern Etikette einer Gruppenzugehörigkeit. In eine ähnliche Richtung wird sich Fernsehen entwickeln, weg vom reinen Informations- und Unterhaltungsmedium hin zur Kommunikationsplattform. Wann immer wir vom neuen Fernsehen sprechen, reden wir eigentlich auch über Vernetzung. Im neuen Fernsehen geraten auch traditionelle Rollenverhältnisse zunehmend ins Wanken. Insbesondere das Fernsehpublikum jüngeren Zuschnitts mutiert in Zeiten einer expansiven Mediensozialisation zu aktiven Medienproduzenten.

Steckbrief

Helmut Leopold ist Leiter für Plattform- und Technologiemanagement der Telekom Austria. Foto: Telekom Austria

Beispiele wie You Tube, Current.tv oder Buntes Fernsehen belegen diesen User-Generated-Content (UGC)-Trend, gerade im lokal-regionalen Umfeld. Als gesellschaftliches Phänomen wirkt UGC konvergent auf die Programmgestaltung der professionellen TV-Anbieter zurück, die Bedienung von Nischenkanälen wird zum ökonomischen Imperativ.

Nischenprogramme

Mit dem Einzug von IPTV gerät erstmals in der Geschichte des Fernsehens „Long Tail" in den Aufmerksamkeitsfokus der Medienmacher. „To Sell Less of More" heißt das Erfolg versprechende Gegenkonzept zum TV-Mainstream aus Blockbustern und Serien-Soaps. Die Vermarktung von „Long Tail" generiert Nischenprogramme; On-Demand-Rezeption verdrängt teilweise lineare Programmschemata. Fernsehen wird mündig, weil Medienkonsumenten mündig geworden sind. In Zukunft kann Fernsehen Kommunikation sein und nicht deren Verhinderung. Dem neuen Fernsehen trauen Medienkritiker auch eine mobilisierende Kraft zu, wenn die Programmmacher einem neuen kritischen Zuschauertypus mit neuen Interaktionsspielräumen Rechnung tragen.

Zu guter Letzt emanzipiert sich das neue Fernsehen auch aus den Fesseln einer von Werbung und Quoten getriebenen Entertainment-Maschinerie. Neue Business-Modelle, bei denen nicht mehr einzelne TV-Kanäle der Quotenbeurteilung unterliegen, sondern durch Programm-Bouquets neue Vermarktungsformen entstehen, eröffnen auch neue Freiräume in der Programmproduktion.

Das Fernsehen ist tot, es lebe das neue Fernsehen!

Special Innovation

Alois Miedl: „Das Konzept hinter unserer Vision heißt One-to-One-Realtime-Marketing. Dabei geht es darum, dem Kunden bei möglichst jedem Kontakt ein Angebot entsprechend seinen individuellen Bedürfnissen zu machen“, erklärt der Customer-Service-Leiter von Telekom Austria.

Sinnvolles Kundenmanagement

Sonja Gerstl

economy: ***Welche Philosophie verfolgen Sie im Customer Service? Oder anders gefragt: Wie reüssiert man auf dem stark umkämpften Wettbewerbsmarkt?***

Alois Miedl: In Bestandskundenmärkten mit harter Konkurrenz, also einer Fülle von Produkt- und Dienstleistungsangeboten und kaum noch überschaubaren Preisangeboten, ist die zielgruppengenaue Kundenbetreuung der Schlüssel zum Erfolg. Jene Anbieter, die über die spezifischen Bedürfnisse und Verhaltensmuster ihrer Kunden Bescheid wissen und mit entsprechend individuellen Produkt- und Dienstleistungsangeboten und der passenden Kundenansprache über alle Kanäle und Medien darauf reagieren können, haben einen klaren Wettbewerbsvorteil! Grundsätzlich basiert mein Ansatz für Customer-Service auf einer sehr einfachen Mission: klare, ganzheitliche Nutzenoptimierung für den individuellen Kunden.

Was heißt das konkret für das Kundenservice von Telekom Austria?

Bei Telekom Austria verfolgen wir eine End-to-End-Life-Cycle-Betrachtung. Zum ersten wollen wir unsere Kundenprozesse so aufgesetzt haben, dass sie nahtlos über alle Kanäle und Kundeninteraktionen Anwendung finden. Wir nehmen im direkten Kundendialog Feedback wie Bedürfnisse, Beschwerden oder Anregungen systematisch auf und lassen diese Erkenntnisse über unsere Kunden konsequent und laufend in die Prozessoptimierung einfließen.

Telekom Austria ist in vielen Bereichen des Customer-Services Benchmarkführer, und das nicht nur in Österreich. Foto: Telekom Austria

Welche strategischen Ansätze kommen zum Einsatz?

Das Konzept hinter unserer Vision heißt One-to-One-Real-Time-Marketing. Dabei geht es zentral darum, möglichst jeden Kundenkontakt für eine Verkaufsoption zu nützen, das heißt in Realtime ein individuelles Angebot entsprechend den individuellen Kundenbedürfnissen machen zu können. Besonders auf Inbound-Channels, wo der Kontakt durch den Kunden initiiert wird, besteht durch den Einsatz von One-To-One-Realtime-Marketing-Applikationen eine hochgradige Chance, das Verkaufspotenzial zu lukrieren. Die direkte Kundeninteraktion im Inbound ermöglicht auf Basis präziser Kundenkenntnis zugleich optimales Permission-Management, das heißt die Realtime-Angebote treffen sich mit der Erwartungshaltung des Kunden, was zu einer höheren Take-Rate und Kundenzufriedenheit führt.

Können Sie das komplexe Zusammenspiel von Customer-Philosophie, strategischem Ansatz und State-of-the-Art-Technologie näher erläutern?

Wesentlicher Erfolgsfaktor ist ein gutes Zusammenspiel von Marketing, Vertrieb und Kundenservice. Dabei müssen die eingesetzten Technologien den Anforderungen gerecht werden. Durch Business Intelligence – Data Mining und Data Mapping – können wir unsere 2,6 Mio. Kunden ziemlich genau den definierten Zielgruppen – Milieus, Behaviors et cetera – zuordnen. Die Technik beziehungsweise die IT-Architektur besteht im Wesentlichen aus einem Customer-Relationship-Management (CRM)-System, einem Channel- und Campaign-Management-System und einem Message-Broker-System. Letzteres kann aufgrund der zugeordneten Kundenbedürfnisse und Verhaltensmuster den für den jeweiligen Kunden idealen Kommunikationskanal für die Kundenansprache auswählen.

Wie erfolgte der Change-Prozess im Customer Service bei Telekom Austria, und wie ist der Status quo?

Wir haben 2001 unsere Kernstrategien aufgesetzt und mit der CRM-Implementierung begonnen. Durch ein massives Change-Programm bei Kundenprozessen und in der Kundenorientierung der Mitarbeiter können wir heute auf eine sehr hohe Kundenzufriedenheit verweisen. Telekom Austria ist in vielen Bereichen des Customer-Services Benchmarkführer, und das nicht nur in Österreich. Der Status quo ist durch permanentes Lernen und weitere Prozessverbesserung gekennzeichnet, damit Telekom Austria den Vorsprung, den sich das Unternehmen im Customer-Service auf dem Informations- und Kommunikationstechnologie-Markt erarbeitet hat, auch in Zukunft halten und in weiterer Folge langfristig absichern kann.

Info

● **Customer Care.** Alois Miedl wird im Rahmen der Fachmesse ITnT am Donnerstag, dem 1. Februar 2007, um 11 Uhr auf der Bühne des Technologieparks, Halle A, Stand 0834, an der Podiumsdiskussion „Customer Care: Philosophie und Technologie für modernes Kundenmanagement“ teilnehmen.

Steckbrief

Alois Miedl ist Customer-Service-Leiter bei Telekom Austria. Foto: Telekom Austria

Gesicherte Standortqualität

Telekom Austria bietet in Zentral- und Osteuropa ein Rückgrat für Telefonie, Internet und Datenverkehr.

Seit Anfang der 1990er Jahre wächst Europa sukzessive zusammen. Mit der Öffnung der Grenzen im Osten beziehungsweise mit dem EU-Beitritt der zentral- und osteuropäischen Länder (CEE) erweitern auch immer mehr österreichische Unternehmen ihren Aktionsradius in diese Richtung. Stabile Wachstumsraten und beste Marktchancen für innovative Betriebe sind die wesentlichen Treiber dieses rot-weiß-roten Expansionskurses. Wer in den CEE-Ländern mit Produktionsstätten und Zweigniederlassungen präsent ist, möchte auf dem neuen Absatzmarkt den Wettbewerbsvorteil durch Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) ausspielen – und zwar so, wie er es in Österreich gewohnt ist.

Als technologischer Begleiter dieser Entwicklung hat Telekom Austria schon früh eigene Breitbandinfrastrukturen in Ost- und Südosteuropa aufgebaut und kann heute der österreichischen Wirtschaft in diesen Ländern ein leistungsfähiges, ausfallsicheres Rückgrat für Telefonie, Internet und Datenverkehr zur Verfügung stellen. Edmund Haberbusch, Produktmarketing-Business-Solutions-Leiter bei Telekom Austria: „Auf Basis dieses Infrastrukturausbaus können wir unseren Kunden mit eigenen Pops Lan Interconnect + anbieten.“ Damit sind Niederlassungen österreichischer Firmen im CEE-Raum nahtlos in deren heimische Corporate Networks eingebunden. So wurde etwa für die Moeller Gebäudeautomation GmbH ein VPN (Virtual Private Network) installiert, das Standorte in Österreich, Rumänien und Serbien umfasst. Die nächste Servicierungswelle am Point of Sale sieht Haberbusch in Desktop-Services und Security-Diensten, die von Firewalling über Alarmanlagen hin zu Videoüberwachung von Firmenanlagen reicht. Der IKT-Standort Österreich gibt Unternehmen, die auf CEE-Märkten aktiv sind, quasi die Möglichkeit, ihre Zentralen über leistungsfähige Kommunikationsinfrastrukturen mit Niederlassungen in den Zielländern zu verbinden. Mehr als die Hälfte der heimischen Osteuropa-Aktivitäten nimmt auch bereits außerhalb Wiens ihren Ausgang. Der österreichische IKT-Standard ist heute Notwendigkeit für die Standortqualität und Wettbewerbsvorteil für eine CEE-Marktdurchdringung zugleich. *sog*

Special Innovation

IT für industrielle Anwendungen

Das Software Competence Center Hagenberg ist Spezialist für anwendungsorientierte Forschung. Eine Laufzeitplattform für die Voestalpine Stahl GmbH bestätigt die Praxistauglichkeit dieses Wissens.

Das Software Competence Center Hagenberg bietet maßgeschneiderte Lösungen für die Wirtschaft. Foto: SCCH

Sonja Gerstl

Mit Software Engineering and Technology hat sich das oberösterreichische Software Competence Center Hagenberg (SCCH) international einen Namen gemacht. Auf der Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation ITnT, die vom 30. Jänner bis 1. Februar im Messezentrum Wien Neu stattfindet, zeigt das SCCH nun eine umfassende Leistungsschau seiner Forschungstätigkeit.

So wird beispielsweise ein Werkzeugbaukasten präsentiert, welcher unterschiedlichste Entwicklungstools für den Bau von Software für Mobiltelefone integriert. Eine Laufzeitplattform für die Voestalpine Stahl GmbH dient überdies als anschauliches Beispiel dafür, wie moderne Software-Architekturen und -Technologien für industrielle Anwendungen eingesetzt werden können.

Fehlermeldung via Handy

Peter Berner, Manager des Softwareparks Hagenberg, erklärt die dahinterliegende Methodik: „Im Prinzip geht es darum, dass hier vereinfacht werden soll, was bis dato sehr kompliziert war – zum Beispiel die Steuerung einer Maschine über mobile Bereiche oder etwa die mobile Auswertung von Daten, die eine Maschine bei einer Fehleranalyse sendet. Bislang war es so, dass die Auswertung diverser Fehlerberichte Zeit und Geld gekostet hat. Mit der von unserer Forschungstochter SCCH entwickelten Software-Lösung erhalten Mitarbeiter des jeweiligen Unternehmens Fehlermeldungen via Mobiltelefon oder PDA und können so vor Ort entsprechende Maßnahmen ergreifen."

Data Warehousing und Data Mining bilden weitere Forschungsschwerpunkte des Software Competence Centers Hagenberg. Diese Business-Intelligence-Technologien sind mittlerweile im betriebswirtschaftlichen Umfeld Stand der Technik. Im Produktionsbereich herrscht jedoch enormer Nachholbedarf. Welche große Bandbreite an Möglichkeiten ein Data Warehouse für die Analyse bei der Prozessfertigung bieten kann und warum dabei die Integration der Datenquellen (Maschinendaten) eine wichtige Rolle spielt, demonstriert das SCCH anhand von Beispielen serviceorientierter Software. Um Geschäftsprozesse bei Kunden sowohl on- als auch offline zu unterstützen, kommen Net- 2.0-Technologien zum Einsatz.

Datenflut analysieren

Knowledge Based Technology als drittes Standbein des SCCH kombiniert schließlich wissensbasierte mit statistischen, also datenbasierten Methoden und eröffnet auf diese Weise eine Reihe neuer Anwendungsmöglichkeiten in den unterschiedlichsten Bereichen. Insbesondere bei der Umsetzung von Finanzinformationssystemen und optischen Analysesystemen in Industrie und Medizintechnik hat sich dieser Zugang bereits mehrfach bewährt. Eine weitere Nutzungsmöglichkeit wissensbasierter Technologie besteht darüber hinaus in der produzierenden Industrie.

So sind immer mehr Maschinen mit einer Vielzahl an Sensoren ausgestattet, die eine Fülle von wichtigen Daten über den Arbeitsprozess liefern. Sinnvoll analysiert werden kann diese Informationsflut jedoch nur in den seltensten Fällen. SCCH zeigt anhand von Anwendungsbeispielen, wie maschinelles Lernen und Data Mining für eine automatische Prozess-Überwachung eingesetzt werden können. Wie mit beiden Letzteren Expertenmeinungen bei optischen Beurteilungen objektiviert und somit reproduzierbar gemacht werden können, wird mithilfe von optischen Analysesystemen aus der Medizintechnik und der Papierindustrie erläutert.

Das SCCH präsentiert sich auf der ITnT gemeinsam mit dem Software-Anbieter Braintribe und dem Dienstleistungsunternehmen Wurm & Partner auf dem Messestand des Softwareparks Hagenberg.

www.scch.at

Einfach und effizient

Braintribe-Lösungen sorgen für klare Strukturen im Business.

Die neuesten Entwicklungen rund um seine serviceorientierten Enterprise Content Management (ECM)-Lösungen präsentiert der Software-Anbieter Braintribe auf der ITnT. Die Braintribe IT Technologies GmbH ist ein führender Anbieter von Software- und Serviceleistungen in den Bereichen ECM, Enterprise Content Integration (ECI) und Sprachtechnologie. Das Braintribe-Portfolio mit vertikalem Fokus gewährleistet, dass die gesamte Wertschöpfungskette Berücksichtigung findet.

Einsparungspotenzial

Die junge Wiener Firma, die europaweit Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen betreut, betreibt im oberösterreichischen Softwarepark Hagenberg eine Entwicklungs- und Forschungsdependance. Die von Braintribe auf der Wiener Fachmesse gezeigten ECM-Lösungen helfen Firmen, ihre

Einfache Lösungen für Geschäftsprozesse. Foto: Bilderbox.com

Geschäftsdokumente besser zu erfassen, zu verwalten und zu verteilen – ganz unabhängig davon, wo diese Informationen gespeichert oder aufbewahrt werden.

Gleichzeitig kann via Content Service Platform, kurz CSP, rascher auf variierende Marktanforderungen reagiert werden. Dabei unterstützt die Braintribe-CSP alle gängigen Betriebssystemplattformen, alle relationalen Datenbank-Management-Systeme und auch alle gängigen Speichersysteme. Der Gedanke hinter serviceorientiertem Enterprise Content Management ist die Bereitstellung der ECM-Funktionalität in Form von Software-Diensten. Aufgrund ihrer höheren Flexibilität, Integrationsfähigkeit und Erweiterbarkeit werden damit umfangreiche Kosteneinsparungs- und Konsolidierungspotenziale erschlossen.

Automatisierungsprozesse

Auf der ITnT zeigt Braintribe anhand von Praxisbeispielen – im konkreten Fall von Eingangsrechnungserstellung –, wie auf Basis von serviceorientierter Architektur (SOA) unterschiedliche Dienste miteinander verbunden, Schnittstellen reduziert, manuelle Tätigkeiten automatisiert werden und sich so erhebliche Einsparungspotenziale realisieren lassen. *sog*

www.braintribe.com

Kluge Rechner

Rechnungswesen- und IT-Fullservice.

Die Dienstleistungsfirma Wurm & Partner Unternehmensservice ist einer der Neuzugänge im Softwarepark Hagenberg. Erst Ende des Vorjahres hat sich der Finanz-, Rechnungswesen- und Personalverrechnungsexperte auf 1550 m² Bürofläche im oberösterreichischen Technologiezentrum angesiedelt. Verständlich, gehört doch die ganzheitliche und integrierte Unterstützung von Unternehmensprozessen durch intelligente Technologien ebenfalls zum Kerngeschäft der 80 Mitarbeiter zählenden Firma. Ein Grund für die Standortentscheidung in Hagenberg war laut Geschäftsführer Maximilian Wurm die Nutzung von Synergien: „Wir passen mit unserer facettenreichen Geschäftstätigkeit ideal zum Themenschwerpunkt des Softwareparks Hagenberg, und es ergeben sich viele Anknüpfungspunkte mit den bereits ansässigen Firmen und Forschungsstätten."

Auf der Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation ITnT zeigt das innovative Outsourcing-Unternehmen, wie konventionelle Buchhaltung und moderne Informationstechnologie zu einem Fullservice-Dienstleistungspaket geschnürt werden.

Das Leistungsspektrum reicht dabei von Helpdesk, Netzwerktechnik, Dokumentenmanagement, Telekommunikation, Programmierung und Consulting bis hin zu Lösungen zur Prozessverbesserung in Unternehmen wie zum Beispiel mithilfe des elektronischen Archivs, Zeitmanagement-Tools und Management-Informationssystemen. Maximilian Wurm: „Die Vorteile für unsere Kunden liegen auf der Hand: Qualitätsverbesserung, Kostensenkung, Experten-Know-how, zuverlässige Begleitung an 365 Tagen im Jahr und Konzentration auf das Wesentliche." *sog*

www.wurmundpartner.at

Special Innovation

Peter Berner: „Wir wollen auf dem Software-Sektor eine Vorreiterrolle spielen. Dass wir das können, haben wir in den vergangenen Jahren bereits bewiesen. Einige unserer Institutionen, darunter unser Gründungsinstitut Risc von Bruno Buchberger, genießen weltweites Ansehen“, erklärt der Manager des Softwareparks Hagenberg.

Made in Hagenberg

Sonja Gerstl

Der Softwarepark Hagenberg vernetzt als eines der innovativsten Technologiezentren Österreichs Wirtschaft, Forschung und Ausbildung. Foto: Softwarepark Hagenberg

economy: *Der Softwarepark Hagenberg ist heuer bereits zum dritten Mal auf der Fachmesse „ITnT“ vertreten. Was sind Ihre Beweggründe, sich in diesem Rahmen zu präsentieren?*

Peter Berner: In früheren Jahren agierte der Softwarepark punkto Vermarktung eher zurückhaltend. Man hat gesagt, dass die Inhalte im Prinzip für sich sprechen würden. Aber natürlich muss man mit den Inhalten in gewisser Weise auch auf dem Markt präsent sein. Da ist die ITnT sicher eine sehr gute Plattform, um mit vielen anderen Herstellern und Anbietern von Dienstleistungen im IT-Bereich in Kontakt zu treten und sich auszutauschen.

Mit welchen „Projekten“ wird der Softwarepark Hagenberg auf der ITnT vertreten sein?

Im Prinzip gestalten wir als Softwarepark für unsere Firmen und Forschungseinrichtungen die Messe-Performance. Wir bieten lediglich die Plattform. Unternehmen, die Lösungen bezüglich Computer-Software-Production und serviceorientierter Architektur sowie Dokumentations- und Knowledge Management anbieten, bilden heuer einen Schwerpunkt. Auf der anderen Seite möchten wir auch darstellen, dass der Softwarepark nicht nur im High-Tech-Bereich aktiv ist. Wurm & Partner, ein Dienstleister, der sowohl im IT- als auch im Buchhaltungs- und Personalbereich agiert, hat sich Ende des Vorjahres im Softwarepark Hagenberg angesiedelt. Die Firma wird sich und ihr Dienstleistungsangebot auf der ITnT präsentieren. Die Software Competence Center Hagenberg GmbH stellt Forschungsergebnisse aus den Bereichen Data Warehousing und Data Mining vor.

Welche Arbeitsschwerpunkte hat man sich für 2007 gesetzt?

Der Softwarepark Hagenberg startete im Jahr 2006 eine große Ausbauphase. Vier große Bauprojekte – ein Infrastrukturzentrum und drei Bürogebäude, von denen das letzte im Sommer seiner Bestimmung übergeben wird – wurden realisiert. In den kommenden Monaten werden wir weitere infrastrukturelle Schritte setzen. Einer davon ist unser geplantes Hotelprojekt, mit dem wir Hagenberg künftig auch als Event- und Seminarstandort positionieren wollen. Darüber hinaus stehen zahlreiche neue Betriebsansiedlungen an, ein Forschungsinstitut aus dem Bioinformatikbereich soll heuer in Hagenberg eine Niederlassung einrichten. Im Herbst dieses Jahres startet die ISI Hagenberg ihren ersten Master-Studiengang. Diese Privatuniversität für internationale Studenten widmet sich schwerpunktmäßig den neuesten Erkenntnissen bezüglich Software-Technologien. Vorerst wollen wir 30 Studenten aufnehmen, im Endausbau in den nächsten Jahren planen wir auf etwa 250 Studenten aufzustocken.

Welches Entwicklungspotenzial beherbergt der Software-Sektor mittel- beziehungsweise langfristig?

Gerade auf dem Software-Sektor ist das Entwicklungspotenzial nahezu unerschöpflich. Software zieht sich durch alle Branchen: Dabei ist Automatisierung sicherlich ein entscheidender Faktor – speziell auf dem europäischen Markt, wo es mittel- und langfristig um die Sicherung von Arbeitsplätzen geht. Ein weites Feld sind darüber hinaus mobile Lösungen. Stichwörter Mobile Office, Mobile Entertainment und ganz allgemein gesprochen die Entwicklung mobiler Lösungen zur Informationsverarbeitung.

Welche Rolle wird oder will Hagenberg bei dieser Entwicklung spielen?

Wir wollen die Vorreiter sein. Dass wir das können, haben wir in den vergangenen Jahren bereits bewiesen. Einige unserer Institutionen genießen in ihrem Metier weltweites Ansehen. Nehmen wir nur den Bereich der automatischen Formel- oder Algorythmengenerierung durch den Computer, das heißt, dass der Computer selber denken und entwickeln lernt. Das Gründungsinstitut Research Institute for Symbolic Computation, kurz: Risc, des Softwareparks Hagenberg zählt in dieser Frage zu den führenden Forschungsstätten weltweit. Grundsätzlich meine ich, dass es künftig darum gehen wird, vorhandenes Wissen effizienter verfügbar und damit überhaupt nutzbar zu machen. Zweifelsohne gibt es bereits jetzt schon viele theoretische Anwendungsmethoden, aber das ist alles noch sehr akademisch. Nun gilt es, vom Theoretischen aufs Praktische zu kommen.

Steckbrief

Peter Berner ist Manager des Softwareparks Hagenberg. Foto: Softwarepark Hagenberg

Technologiezentrum auf Expansionskurs

Zur Steigerung der Standort-Attraktivität wird im Softwarepark Hagenberg in innovative Bauprojekte investiert.

Bereits seit seiner Gründung im Jahr 1989 steht im oberösterreichischen Softwarepark Hagenberg die Kooperation von Wirtschaft, Forschung und Ausbildung im Mittelpunkt. 40 Wirtschaftsbetriebe, acht Forschungsinstitute und 14 Ausbildungseinrichtungen arbeiten auf dem rund 200.000 m² großen Areal eng zusammen. Nun wird kräftig expandiert.

Neue Arbeitsplätze

Investitionen in Höhe von mehr als 65 Mio. Euro sollen bis 2009 in den Ausbau des Technologiezentrums fließen und so die Attraktivität des Standortes weiter steigern. Ein Schritt, der nicht nur der Forschung und Entwicklung in Österreich zugute kommt, sondern darüber hinaus für die Region einen wichtigen Schritt zur Schaffung von Arbeitsplätzen außerhalb der Ballungszentren bedeutet. Neben Büro- und Infrastrukturgebäuden werden ein Hotel samt Golfplatz, ein weiteres Studentenwohnheim und Sportanlagen künftig das Angebot ergänzen. In Fertigstellung befindet sich der Bürokomplex „Amsec“ der Firma Tisp Erschließungs- und Betreibergesellschaft, der mit 5750 m² Nutzfläche Platz für 250 Mitarbeiter bietet und speziell auf die Bedürfnisse von Software-Unternehmen optimiert ist. Bis zum Sommer 2007 wird ein weiteres Gebäude seinen Betrieb aufnehmen. Das Projekt „Arbeiten und Wohnen“ soll Gründern, Jung- und Kleinunternehmen einen optimalen Start in die Selbstständigkeit ermöglichen. Neu im Softwarepark vertreten ist auch die Unternehmensservice-Firma Wurm & Partner, die für ihre 80 Mitarbeiter Büros auf 1500 m² errichtete. Zur Versorgung der mehr als 2200 Beschäftigten und Studierenden des Hagenberger Technologieparks entstand schließlich das Infrastrukturzentrum „Neue Mitte“. Das Gebäude, in dem seit November des Vorjahres auch die Leitung des Softwareparks zu finden ist, dient als zentrale Drehscheibe und Anlaufstelle für Besucher. Softwarepark-Manager Peter Berner: „Diese Erweiterungen bedeuten für uns einen weiteren Meilenstein in der Entwicklung von Hagenberg.“ Nach Fertigstellung der neuen Projekte können 1100 Beschäftigte und 1500 Studenten im Softwarepark Hagenberg untergebracht werden. *sog*

Facts & Figures

- **High-Tech-Location.** Der Softwarepark Hagenberg ist eines der erfolgreichsten Technologiezentren Österreichs. Er verbindet Wirtschaftsbetriebe, Forschungseinrichtungen und Ausbildungsstätten.

www.softwarepark.at

ED_26-07_21_S.indd 15 16.01.2007 22:05:53 Uhr

Special Innovation

Pfadfinder im Land der Töne

Die Research Studios Austria kommen mit innovativen Anwendungen zur ITnT, der Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation: Dieses Jahr stehen ein „Soundscout“, ein innovatives „Wiki“ und modernes Lernen in Mini-Häppchen im Zentrum ihrer Präsentation.

Ernst Brandstetter

Ältere Menschen sind von dem Problem wahrscheinlich weniger betroffen, aber bei Jüngereren häuft sich schon was an: Wer nicht darauf achtet, hat sehr rasch einige Gigabyte Musik auf der Festplatte und „sucht sich zum Rudi“, wenn er ein bestimmtes Musikstück finden möchte. Ganz zu schweigen von der in weiter Ferne liegenden Ordnung nach Musik kategorien.

Genau so verhält es sich, wenn man online Musik kaufen will und in den riesigen Musikdatenbanken eine ganz bestimmte Richtung sucht. Versteckt sich zum Beispiel hinter dem Namen Chubby Carrier Cool Jazz oder Zydeco? Abhilfe verspricht eine neue Software der Research Studios Austria. Auf Basis des persönlichen Musikgeschmackes eines Anwenders können damit auf automatisiertem Wege treffsichere und originelle Musikvorschläge unterbreitet werden, die weit über den Musikhorizont des jeweiligen Nutzers hinausreichen. Musikstückdatenbanken mit Mio. von Einträgen – in allen gängigen Formaten – können mit dem Soundscout in kurzer Zeit analysiert, kategorisiert und nach Ähnlichkeiten miteinander verknüpft werden. Künftig muss man also nicht mehr

Soundscout führt durch die Vielfalt: Allein der iTunes Store bietet über 3,5 Mio. Songs und 20.000 Hörbücher. Foto: Apple

stundenlang nach Musikstücken stöbern, die Ähnlichkeiten mit den eigenen Lieblingshits haben. Darüber hinaus kann man auf einfache Weise den eigenen Musikhorizont erweitern und etwa feststellen, dass eine Musikerin in Indien ganz ähnliche Songs schreibt wie Mariah Carey. Das bringt auch der Musikindustrie Vorteile, denn der Großteil des Online-Musikverkaufes konzentriert sich bisher auf vergleichsweise wenige und extrem populäre Hits. Daneben schlummern hunderttausende unbekannte Musikstücke in Archiven, die kaum oder gar nicht verkauft werden, da sie den Konsumenten nicht bekannt sind. Der Soundscout erlaubt auch eine automatische Gestaltung von Musik-Clustern abseits der klassischen Kategorien wie Jazz oder Pop, beispielsweise „sanft“ oder „fröhlich“. Bei Anwendung in Handheld-Geräten sorgt der Soundscout dafür, dass auf dem kleinen Bildschirm auch rasch das Gewünschte auftaucht, womit die Suchzeit verkürzt wird.

Unsichtbarer Coach

Egal ob Sprachkurs, verhaltensorientiertes Seminar, Produkttraining oder Update: Ohne Lerntransfer in Richtung täglicher Routine geht das erworbene Wissen schnell verloren. Häufig ist auch kaum Zeit, extra einen Kurs zu besuchen oder sich auch nur zum E-Learning an den Computer zu setzen.

Das System Knowledge Pulse teilt den Lernstoff in sehr kleine Einheiten auf, die dann im sogenannten „Mikro-Learning“ konsumiert werden können. Die einzelnen Lernschritte werden vom System immer dann vorgeschlagen, wenn gerade Zeit dazu ist. So können in der Regel pro Tag bis zu 20 Lernaktivitäten einfach nebenbei absolviert werden.

Der Knowledge Pulse baut auf vorhandenen, laufend genutzten Kommunikationsmedien wie Personalcomputer und Mobiltelefonen auf. Über diese alltäglichen Begleiter werden kleine, regelmäßige Lernschritte in den Arbeitsalltag oder Freizeitbereich integriert. Im Hintergrund steuert und dokumentiert ein innovativer Microstep Manager die individuellen Lernschritte und führt zu konstantem, nachhaltigem Lernerfolg.

Wissenskiste im Web

Wenn bei den hawaiianischen Hula-Mädchen etwas ganz schnell gehen soll, dann sagen sie „wikiwiki“ – was für die Web-Gemeinde Grund genug war, um den schnellen Zugang zum Wissen übers Web in Seitensammlungen, die von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch geändert werden können, „Wiki“ zu nennen. Wikis ähneln in gewisser Weise Content-Management-Systemen, bei denen die Texte durch Querverweise miteinander verbunden sind.

Die Research Studios Austria haben zu diesem Zweck „Ylvi“, das semantische Wiki, entwickelt, mit dem man einzelne Beiträge sowie die Links zwischen diesen mit semantischen Annotationen oder Typisierungen versehen kann. Diese Verweise ermöglichen es, Zusammenhänge zwischen den Beiträgen herzustellen und Wissen zu erschließen. Durch ein spezielles Zugriffsrechtssystem ist Ylvi auch besonders für den Einsatz in Firmenintranets geeignet. Nachtrag für jene, die auch nach diesem Namen fragen: Ylvi heißt das Mädchen in „Wicki und die starken Männer“.

Peter Bruck: „Die Herausforderung liegt darin, dass man die Komplexität der Systeme überwinden muss, damit neue Technologien sich einfach und nahtlos in das tägliche Leben einordnen lassen“, erklärt der Gesamtleiter der Research Studios Austria.

Kompliziertes einfach machen

economy: ***Welche Konzeption steckt hinter den Entwicklungen der Research Studios Austria?***

Peter Bruck: Die wachsenden Möglichkeiten, die uns die Digitalisierung durch die Omnipräsenz und die enorme Leistungsfähigkeit moderner Mikrochips eröffnet, stellen auch eine Herausforderung dar. Es geht darum, die Nutzung dieser Systeme einfacher zu gestalten und zu einer nahtlosen und intuitiv erfassbaren Integration in unser Leben zu kommen. Erst dann können die Systeme ihr volles Potenzial entfalten.

Wo liegen die Schwerpunkte Ihrer Arbeit derzeit?

Die Research Studios Austria konzentrieren sich auf die Entwicklung zukunftsorientierter Lösungen in vielen Bereichen, von Lernsystemen über das Management von Geodaten bis hin zu Planungssoftware und internetbasierten Informationsdiensten. Neue Systeme erleichtern die Benützung verschiedenster Endgeräte in durchaus unterschiedlichen Bereichen, von der virtuellen Zusammenarbeit bis hin zum Unterhaltungssektor, wie unser Soundscout zeigt.

Steckbrief

Peter Bruck ist Gesamtleiter der Research Studios Austria.
Foto: Research Studios Austria

Wie positionieren Sie sich im wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld?

Wir haben zwei große Stärken: einerseits die führende Rolle, die Experten aus dem Universitätsbereich in unseren Arbeitsteams einnehmen, andererseits unsere breite Wissensbasis und Beweglichkeit als Organisation. So wirken die Research Studios als Bindeglied zwischen universitärer Forschung und anwendungsorientierter Projektarbeit. Damit können wir auch rascher auf aktuelle Entwicklungen reagieren und Anfragen aus dem Markt annehmen. „Time to Market“ ist eines der wichtigsten Kriterien für den Erfolg unserer Arbeit.

Was ist die wichtigste Zielsetzung der Tools für die neue digitale Welt?

Die Herausforderung liegt darin, dass man die Komplexität der Systeme überwinden muss, damit die neuen Technologien sich einfach und nahtlos in das tägliche Leben einordnen lassen. Genützt wird nur, was einfach ist und echten Nutzen bringt. *bra*

Info

● **Research Studios Austria.** Die Research Studios sind ein Bereich der Austrian Research Centers GmbH – ARC, der größten außeruniversitären Forschungsinstitution in Österreich, mit einzelnen Studios als flexible, marktnahe Forschungs- und Entwicklungseinheiten.

Die Research Studios bieten österreichischen Unternehmen und Institutionen Forschungs-Know-how und Innovation im Bereich E-Technologien, Smart Contents, Neue Medien, E-Learning, E-Communities, Pervasive Computing Applications.

www.researchstudio.at

ED_26-07_22_S.indd 14 16.01.2007 23:11:42 Uhr

Special Innovation

Weitblick durch Visualisierung

Forschungseinrichtungen präsentieren historische Zeitreise im virtuellen Raum und Location Based Services.

Manfred Lechner

Der Wiener Josefsplatz kann auf der ITnT, der Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation, interaktiv erforscht und begangen werden. Die ansprechende 3-D-Grafik wurde vom Wiener Kompetenzzentrum für Virtual Reality und Visualisierung (VRVis) entwickelt. Der Content wurde auf die unterschiedlichen User-Gruppen abgestimmt. „User können zwischen unterschiedlichen Angeboten wählen", erklärt Georg Rothwangl, Innovation Manager von VRVis.

Die Wahlmöglichkeiten reichen von einer Drei-Minuten-Information für ungeduldige Touristen bis zu Exkursionen, die auch Kunsthistoriker zufrieden stellen. Weitere Schwerpunkte des VRVis sind unter anderem Landschaftsdarstellungen für Architekturmodelle und Visualisierungen für den Grazer Motorenentwickler AVL. „Computergrafik", erklärt Rothwangl, „ist ein Querschnittthema." Sie muss sowohl einen Gesamtüberblick als auch die Wahrnehmung der für den User wichtigen Information auf einen Blick möglich machen. Am Beispiel eines Schachbretts präzisiert der Innovation Manager die gestalterischen Möglichkeiten. So besteht einerseits die Möglichkeit, eine Szene als Foto zu präsentieren. „User sehen dann zwar alle Figuren, tun sich aber schwer damit, gefährliche Spielsituationen rasch zu erkennen", so Rothwangl. Das Herausarbeiten dieser Information lässt sich mittels Schärfe und Unschärfe bewerkstelligen. Das gesamte Schachbrett kann so unscharf dargestellt werden, dass zwar alle Figuren noch erkennbar sind, doch die bedrohten Figuren ins Auge springen, da sie scharf dargestellt werden. Das VRVis ist gemeinsam mit dem Institut für Computergrafik und Algorithmen an der TU Wien derzeit die zweitgrößte europäische Forschergruppe im Bereich der Computergrafik.

Aufwendige Computergrafik und eine auf User-Bedürfnisse abgestimmte Menüführung ermöglichen die interaktive Erforschung des Wiener Josefsplatzes. Foto: VRVis

Internationaler Player

„Wir sind international bekannter als im Inland", stellt Rothwangl fest. Es kann schon vorkommen, dass er bei einem USA-Aufenthalt von einem österreichischen Unternehmen entdeckt wird, das auf der Suche nach einer passenden Visualisierungslösung ist. Rothwangl: „Der Auftritt auf der ITnT ist auch wichtig, da die Messe eine ideale Plattform bietet, unsere Forschungsleistungen breiter bekannt zu machen." Ähnliche Motive bewegen auch das Forschungszentrum Telekommunikation Wien (FTW), sich auf der ITnT zu präsentieren. „Den vom VRVis entwickelten virtuellen Josefsplatz adaptierten wir in einer abgespeckten Version für die Nutzung auf dem Handy", erklärt FTW-Researcher Rainer Simon.

Handy erkennt Bewegung

Ein spezielles Feature, nämlich die Ausstattung mit Sensoren, macht das Mobiltelefon zu einem Navigationsgerät. Mittels Drehung des Handys lassen sich die unterschiedlichen Ansichten des Josefsplatzes annavigieren. „Da das FTW als Forschungseinrichtung nicht auf die Entwicklung markttauglicher Geräte, sondern auf die Realisierung von Prototypen spezialisiert ist", so Simon, „erwarte ich mir unter anderem vom Messeauftritt interessantes Feedback von Usern, das wir sonst in dieser Breite nur mit großem Aufwand erhalten würden."

Das FTW wird auch Location Based Services präsentieren. „Diese schützen die Privatsphäre der User, wiewohl der Aufenthaltsort von Mitarbeitern feststellbar ist", erklärt FTW-Researcher Sandford Bessler. Via Handy kann das Betreten und Verlassen eines Gebäudes dokumentiert werden, während die zurückgelegte Wegstrecke nicht aufgezeichnet wird. „Vorstellbar ist", so Bessler, „dass dieser Service für Mitarbeiter, die an unterschiedlichen Standorten arbeiten, zum Einsatz kommen kann."

www.vrvis.at
www.ftw.at

Leicht finden statt mühsam suchen

Wiener E-Commerce Competence Center präsentiert auf der ITnT eine neue und flexible Metasuchmaschine.

Auf der diesjährigen ITnT, der Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation, präsentiert EC3, das E-Commerce Competence Center, zwei Neuentwicklungen, die eine weit exaktere Suche nach Informationen im Web zulassen, als dies bisher der Fall war. EC3-Researcher Peter Hrastnik und Kollegen entwickelten ein Metasuch-Framework, das die Integration mehrerer Suchmaschinen ermöglicht und die gezielte Suche nach Informationen wesentlich erleichtert.

Volle Kompatibilität

Vorteil dieses Metasuch-Frameworks ist, dass damit Metasuchmaschinen einfach und rasch zu implementieren sind. Hrastnik: „Wiewohl Metasuchmaschinen im Netz verfügbar sind, ist unser Produkt das erste, das explizit auf den Einsatz in beliebigen Such-Domänen ausgerichtet ist und so Käuferschichten vieler Branchen anspricht." Derzeit existiert bereits eine Beispielanwendung, nämlich eine Unterkunftssuche für den Tourismusbereich. Denkbare Einsatzgebiete sind Tourismusvereine, die beabsichtigen, eine für die Region maßgeschneiderte Unterkunftssuche anzubieten. Die Adaption des Metasuch-Frameworks an die regionalen Bedingungen kann rasch erfolgen, was eine schnelle Umsetzung ermöglicht. Aufgrund der Flexibilität eröffnen sich derzeit weitere Einsatzbereiche wie etwa als Jobfinder oder im Logistikbereich.

Flexibilität findet aber nicht nur auf inhaltlicher, sondern auch auf technischer Ebene statt. „Die Metasuchmaschinentechnologie läuft auf gängigen Betriebssystemen wie Linux und Windows, ist kompatibel mit allen gängigen Datenbanksystemen und flexibel durch den Einsatz von Web-Services-Technologien", so Hrastnik. Vorteil ist, dass ausschließlich Open-Source-Technologien zum Einsatz kommen und daher keine Lizenzkosten anfallen. Darüber hinaus präsentiert EC3 auf der ITnT die von EC3-Researcher Michael Dittenbach und Kollegen entwickelte natürlichsprachliche Suchschnittstelle. Natürlichsprachlich bedeutet, dass wie im Alltagsleben auf eine mittels eines Satzes formulierte Frage Antworten geliefert werden. Dittenbach: „Ziel war es, das Wissen über die Domäne in die Suchmaschine zu verlagern."

Tourismusverbände können mit der von EC3 entwickelten Metasuchmaschine regionale Angebote generieren. Foto: Bilderbox.com

Fit für Spracheingabe

Praktisches Beispiel dafür ist, dass etwa bei der Suche nach einem Wellness-Hotel nicht nur nach dem Begriff Wellness, sondern auch automatisch nach allen dazugehörigen Ausstattungsmerkmalen wie Pool, Sauna oder Dampfbad gesucht wird." Weiterer Vorteil ist auch die zukünftige Verwendungsmöglichkeit bei der gesprochenen Sucheingabe.

Einig sind sich Hrastnik und Dittenbach darin, dass die ITnT für EC3 eine Plattform zur Bekanntheitssteigerung darstellt. „Eines unserer Messeziele ist, neue Firmen für gemeinsame Projekte zu finden sowie junge Wissenschaftler auf EC3 als zukünftigen Arbeitgeber aufmerksam zu machen", erklären die beiden Forscher. *malech*

www.ec3.at

Special Innovation

Oliver Sonnbichler: „Nach Implementierung der von uns vertriebenen Software-Lösung können in der Regel Einsparungen zwischen sieben und zehn Prozent bei den Instandhaltungs- und Gebäudebetriebskosten lukriert werden“, erklärt der Geschäftsführer von Procos FM Informationstechnology.

Röntgenblick für Immobilien

Manfred Lechner

economy: ***An welche Zielgruppe richten Sie sich mit Ihren Dienstleistungen?***

Oliver Sonnbichler: Zielgruppe ist das Top-Segment, nämlich die großen Immobiliengesellschaften, die einen rund 50-prozentigen Anteil am österreichischen Immobilienmarkt aufweisen. Derzeit hält unser Unternehmen einen Marktanteil von rund 30 Prozent im Bereich der Facility-Management-Software. Wir erwarten für 2007 ein Wachstum von rund 40 Prozent. Als einziger Vollanbieter peilen wir in unserem Segment langfristig eine 70-prozentige Marktdurchdringung an. Weiters sind wir auch in Rumänien, Bulgarien und Kroatien tätig. Kürzlich erfolgte auch der Eintritt in den chinesischen Markt.

Steckbrief

Oliver Sonnbichler ist Geschäftsführer der Procos FM Informationstechnology. Foto: Procos

Welche Dienstleistungen können bezogen werden?

Aufbauend auf Archibus/FM, der internationalen Standard-Software für Facility Management, bieten wir unsere Speziallösungen für diesen Bereich an. Vorteil der genannten Software ist, dass Immobiliengesellschaften eine integrierte Lösung in Anspruch nehmen können, die sowohl für das Facility Management als auch für Analyse-Tools zur strategischen Planung verwendet werden kann. Die meisten Front-Office-Funktionalitäten sind webbasierend. Wir statten Gesellschaften neben der notwendigen Internettechnologie auch mit Telefonanlagen aus.

Erbringen Sie Consulting- und Outsourcing-Dienstleistungen ?

Beratung ist notwendig, und hier kommt unsere zweite Kernkompetenz zum Tragen. Als Architekten haben wir ein umfassendes Verständnis dafür, wie Gebäude strukturell funktionieren. Darauf aufbauend, sind wir in der Lage, maßgeschneiderte Lösungen anbieten zu können. Was Outsourcing betrifft, so übernehmen wir Betrieb und Servicierung der Hardware.

Wie kann Facility Management optimiert werden?

Status quo ist, dass die Vielzahl der Daten in unterschiedlichen Dateiformaten – von Datenbanken bis zu Excel-Sheets – bei Hausverwaltungen vorliegen. Erst dann, wenn alle vorhandenen Daten zusammengeführt und daher auch analysierbar sind, ist es möglich, Optimierungs- und Synergiepotenziale erkennen und umsetzen zu können.

Software-Lösungen tragen zur Optimierung des Facility Managements und der strategischen Planung maßgeblich bei. Foto: Bilderbox.com

Was sind die Kernfunktionen der Software?

Dreh- und Angelpunkt ist der automatisierte Import der in unterschiedlichen Formaten vorliegenden Datenbestände. Dies lässt sich mittels des von uns vertriebenen Software-Tools ICRS bewerkstelligen. Dieses ist unter anderem auch für die Verwaltung des Immobilienbestandes der an der Wiener Börse notierten Conwert im Einsatz.

Welche Analyse-Tools stehen für die strategische Planung zur Verfügung?

Archibus/FM bietet rund 28.000 Analyse-Reports. Vorteil ist, dass komplexe und aussagekräftige Finanzmodelle erstellt werden können. Es besteht aber auch beispielsweise die Möglichkeit, die Rendite einzelner Objekte zu berechnen, um ein Benchmarking durchzuführen. Weiters bietet die Software aussagekräftige Analysen, um den optimalen Zeitpunkt für Sanierungen oder den Verkauf eines Objekts wählen zu können. Die Vielfalt der Analyse-Tools überzeugte auch Philips International, denn dort kommt unser Programm ebenso zum Einsatz.

www.procos.at

Gefährliche Fußangeln

Sichere Abwicklung des Internet-Zahlungsverkehrs durch externe Dienstleister.

Von Anfang an stand für Thomas Grabner, Prokurist des Internet-Zahlungsspezialisten Qenta, das Vorhaben fest, das Unternehmen auch in diesem Jahr auf der ITnT, der Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation, zu präsentieren. „Die positiven Erfahrungen des vergangenen Jahres und die optimalen Bedingungen schaffen den perfekten Rahmen für einen erfolgreichen Messeauftritt“, so Grabner.

Schwerpunkte

Den diesjährigen Schwerpunkt legt Qenta auf Consulting und Effizienzsteigerungen beim Zahlungsverkehr. Optimierungsbedarf sieht Grabner bei jenen Unternehmen, die über ältere Lösungen für den Internet-Zahlungsverkehr verfügen. „Vor allem große Unternehmen nutzen zumeist nicht die Möglichkeit, Kreditkarten online zu prüfen“, so Grabner. Ältere Systeme wickeln die Prüfung mittels Batch-Vorgang ab, der zweimal täglich durchgeführt wird. Was die Automatisierung des Web-Zahlungsverkehrs für kleinere Unternehmen betrifft, setzt Grabner die Rentabilitätsschwelle mit einer Transaktion pro Tag an. „Durchschnittlich werden bei jeder Transaktion im Web rund 100 Euro umgesetzt, das macht bei täglich einem Abschluss rund 36.000 Euro im Jahr aus.“ Dem stehen monatliche Kosten in der Höhe von rund neun Euro gegenüber. Im Vergleich zu Deutschland sind in Österreich Zahlungssysteme trotz der geringeren Zahl von Anbietern und des kleineren Marktes kostengünstiger. „Was österreichische noch von deutschen Mitbewerbern unterscheidet, ist, dass sie ihre Preise im Netz veröffentlichen und daher für mehr Transparenz sorgen“, so Grabner. Bezahldaten sind sensible Daten, daher ist die Auswahl eines externen Anbieters für den Internet-Zahlungsverkehr eine Sache des Vertrauens.

Karten-Online-Prüfung schützt vor Verlusten. Foto: Bilderbox.com

Informationsdefizit

Vor allem bei kleineren Unternehmen ortet Grabner einerseits ein Informationsdefizit und andererseits eine Vorliebe für scheinbare Billiganbieter. „Die billigste Lösung kann teuer werden, denn unter ‚Kosten pro Transaktion‘ wird Unterschiedliches verstanden. Werden nur Bezahlvorgänge abgerechnet oder auch Anfragen? Trifft Letzteres zu, kann es in Summe teuer werden, denn pro Bezahlvorgang sind mehrere Abfragen notwendig“, weiß der Qenta-Fachmann und fügt hinzu: „Betrachtet man die mögliche Preisdifferenz pro Transaktion, steht das Kostenargument nicht im Vordergrund“, sagt Grabner. Weiters ist wichtig, dass der Anbieter von Kreditkartengesellschaften lizenziert ist. Liegt keine Lizenzierung vor, kann dies im Fall von missbräuchlicher Verwendung von Kreditkarten Unternehmen ebenfalls teuer kommen. *malech*

www.qenta.com

Das Special Innovation entsteht mit finanzieller Unterstützung von ECAustria. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei *economy.*

Redaktion:
Ernst Brandstetter

Dossier *Aufbruch*

Die Patina der Revolution

Foto: Malony

Fast 50 Jahre ist die Revolution Fidel Castros auf Kuba her. Nun scheint der Traum vom karibischen Herzeige-Sozialismus bald ausgeträumt. Die Exilkubaner frohlocken, doch in Havanna geht alles den gewohnten Gang.

In Kubas Hauptstadt fällt jede Woche ein Balkon von einer bröckeligen Hausmauer, heißt es. Den leeren Fassaden und dem Schutt und Müll nach zu urteilen, der in gewissen Teilen von Habana Vieja, Centro und Vedado die Straßen versperrt, könnte das zutreffen. So geht es schon seit Jahrzehnten. Doch zwischen den armseligen Häusern spielen die Kinder, tratschen Frauen mit Lockenwicklern in den Hauseingängen, verkaufen alte, runzlige Männer die Parteizeitung *Granma* und stellen sich die Menschen mit ihren Libreta-Heftchen vor den halbleeren Tiendas an. Aber: So richtige Armut sieht man nicht. Keine Bettler, außer den rotzfrechen Lümmeln, die pausenlos Touristen anschnorren. Keine Invaliden auf den Straßen wie in Dritte-Welt-Ländern. Und in den Calles der von der Unesco revitalisierten Altstadt wälzt sich die Menge von einer modernen Boutique zur nächsten, vor denen man sich zwar auch anstellen muss, die aber für harte Währung so gut wie alles verkaufen.

Und es wird gekauft: Der letzte Modeschrei aus chinesischen Fabriken, das original nachgemachte Cacharel-Parfum, die unsägliche Moschino-Tasche aus Kunstleder. Kein Problem. Die jungen kubanischen Damen und Herren der Dollar-Nomenklatura belieben zu shoppen. Der offizielle Durchschnittslohn in Kuba beträgt etwa 300 Pesos nacionales, umgerechnet 15 Euro – pro Monat. Wie machen die das?

Der Liter Benzin an den offiziellen Tankstellen kostet umgerechnet 70 Eurocent. Trotzdem quietschen Tag und Nacht unzählige uralte US-Brummer, klapprige Ladas, rostige Moskwitschs und Limousinen französischer Provenienz und neuerer Bauart durch die Gassen und Avenidas. Auch wenn das Benzin auf dem Schwarzmarkt vielleicht nur ein Drittel kostet, ist der finanzielle Aufwand groß.

Kuba hat ein Problem mit der Zweiklassengesellschaft. Die Unterteilung ist ganz simpel. Die einen haben Zugang zu harter Währung, zum Euro, zum amerikanischen und kanadischen Dollar, zum Yen und neuerdings zum Yuan, zur Not auch zum mexikanischen Peso. Der Rest hat gar nichts. Nur wertlose Lappen Papier in der Brieftasche.

Auch wenn den Drei-Peso-Schein das Konterfei von Che Guevara ziert und man ihn deshalb zum Vielfachen an dümmliche Touristen verkaufen kann. Mit der nationalen Währung kann man mit dem Bus fahren, sich einen Zuckerrohrsaft oder ein Stück Pizza kaufen, aber sonst nicht viel. Wie grämte sich Jesús Díaz, Kubas Exilschriftsteller: „Die Regierung gibt uns Pesos, aber sie verlangt Dollars.“ Oder Euros. Oder andere Hartwährung. Die tauscht man aus dem kuriosen Kunstgeld der Pesos convertibles, dem Touristengeld, das nur in Kuba genommen und in keiner internationalen Bank auch nur eines Blickes gewürdigt wird.

Renitent, stolz, fröhlich

Kuba lässt niemanden kalt. Nicht nur wegen des angenehm warmen Wetters das ganze Jahr hindurch, sondern auch wegen seiner außerordentlich einzigartigen Position in der gesamten Weltpolitik. Der kommunistische Staat ist zäh und schwer beweglich, aber renitent und stolz. Seine Leute sind gleichzeitig fröhlich und verbittert, das Land fruchtbar, aber die Städte vergammelt, die Peso-Tiendas leer und die Hartwährungsshops überquellend vor importierten Genüssen. Die Widersprüche, die der Sozialismus immer beseitigen wollte, sind unübersehbar vorhanden. Die Wirtschaft ist in sich schwach und korrupt. Es gibt diese Peso-Gesellschaft, die fast nichts hat und sich nichts leisten kann, und eine Dollar- und Euro-Schattengesellschaft, der es leidlich gut geht, weil sie die Touristen schröpft, und die sich alles leisten kann, was eben so nach Kuba importiert wird. Eine soziale Disparität, die nicht im Sinne der greisen Revolutionäre sein kann, die heute noch immer an der Spitze des Staates stehen.

Doch dieser Tage liegt Kuba noch tiefer im Koma als sonst. Fidel Castro ist 80 Jahre alt und unübersehbar schwer krank. Ohne ihn ist Kuba nur der halbe Mythos. Die Exilkubaner in Miami sehen sich bald am Ziele ihre lang gehegten Wünsche, den starrsinnigen alten Mann endlich aus dem Weg zu haben.

Deshalb halten sie erwartungsfroh still. Die Amerikaner, begierig darauf, ihre nun fast 50 Jahre währende Schmach gegenüber dem frechen, kommunistischen Kuba zu tilgen, können ihr Glück gar nicht fassen. Kurz vor Weihnachten erklärte John Negroponte, der nationale Geheimdienstkoordinator der USA, er rechne mit einem Ableben des greisen Diktators „in einigen Monaten“.

Fortsetzung auf Seite 26

Dossier – Aufbruch

Fortsetzung von Seite 25

In der Tat: Auf den raren Fernsehbildern seit Castros Einlieferung ins Krankenhaus sieht er tatsächlich nicht sonderlich gesund aus. Während die einen von Parkinson reden, wollen die anderen Darmkrebs ferndiagnostiziert haben. Der gesundheitliche Verfall des Maximo Líder ist jedenfalls nicht zu leugnen.

Die Vorsorge

Aber: „Auch wenn ich sterbe, wird alles so weitergehen wie bisher. Ich habe vorgesorgt, dass nichts aufhört", polterte Fidel noch im Juli letzten Jahres auf dem Mercosur-Gipfel in Argentinien. Vorgesorgt heißt in diesem Fall, dass er eigentlich schon alle Staatsgeschäfte in die Hände seines nur wenig jüngeren Bruders Raúl (75) gelegt hat. Bis die Tage Fidels nicht wirklich dem Ende zugehen, wird daher auch nichts passieren. Raúl macht jetzt im Staatssender Cubavisíon und in der Regierungszeitung *Granma* auf eine Art Fidel-Simulation, denn der große Bruder könnte ja tatsächlich wieder zurückkehren und eine Zeit lang weiterregieren, daher will man im Moment nichts hinter seinem Rücken tun. Auch die Armeeführung zögert. Von ihr wird im Hinblick auf die Zukunft Kubas einiges abhängen.

Die kubanische Bevölkerung tut derweil das, was sie seit der Revolution meistens gemacht hat: Sie wartet ab. Kubaner sind kluge Leute, sie wissen, wie es um sie steht. Keineswegs sind sie auch von Informationen aus dem Ausland ausgeschlossen. Sie wissen, dass ihre Wirtschaft schwach ist, dass das US-Embargo nur ein Grund von mehreren dafür ist, dass sie auf der einen Seite viel leiden und entbehren müssen und auf der anderen von einem Teil der Welt dafür bewundert werden, was eine Revolution, die von ihnen allen – jedenfalls den Älteren – getragen wurde, schaffen kann – Stichwort Alphabetisierung, Gesundheitsversorgung, Bildung. Fidel prägt das Leben der Kubaner nun seit 48 Jahren. Es wird keinen kalt lassen, wenn er stirbt – in Guten wie im Bösen.

Teuer erkauftes Wachstum

Denn alle Versuche seitens der USA und anderer Kuba-Gegner dieser Welt, mit dem Mythos Fidel aufzuräumen, sind bekanntlich bis jetzt fehlgeschlagen. Die Rede ist hier nicht von den angeblich über 600 versuchten Anschlägen auf sein Leben. Auch nicht davon, dass fatale Umstände wie der Zusammenbruch von Sowjetunion und DDR als wichtigste Ostblock-Handelspartner in den 1990er Jahren Kuba letztendlich kurioserweise gestärkt haben, sieht man einmal von den Entbehrungen der „período especial" ab – ein anderes Wort für einen riesengroßen Schwarzmarkt, der das ganze Wirtschaftssystem substituierte und es zu einem geringeren Teil auch heute noch stützt.Kuba – respektive Fidel Castro – hat es aber immer ganz gut verstanden, aus der Not eine Tugend zu machen. Nach dem Wegfall des größten Handelspartners UdSSR, was Kuba in den früheren 1990ern an den Rande einer Hungersnot trieb und zeitweise für höchsten Unmut in der Bevölkerung sorgte, ist das Land heute mithilfe neuer Handelspartner, allen voran Kanada, Spanien, Italien und China, mit zahlreichen Joint Ventures wieder im Weltgeschäft, das allerdings an den USA vorbeiführt. Durch die Anlehnung an die neuen lateinamerikanischen Freunde Venezuela, Brasilien und Bolivien spielt Kuba auch im wirtschaftlichen Konzert der Schwellenländer mit. Mit einem offiziell kolportierten Wirtschaftswachstum zwischen drei und sieben Prozent in den letzten Jahren können die Aussichten als zuversichtlich gelten, wenngleich der Aufschwung auch mit einem massiven Kapitaltransfer von Gewinnen, hauptsächlich aus dem Tourismus, erkauft wird. Aber dieser Tourismus stützt ebenso die Schattenwirtschaft, die eigentliche Lebensader Kubas. Das wissen auch die Funktionäre im „Ministerio de Economía y de Planificación" in Havanna.

Noch ist der greise Fidel Castro in Kuba omnipräsent. Eine Gruppe junger Politiker befindet sich aber in Warteposition. Foto: Malony

Junge Wilde an die Macht

An Szenarien für die Zeit nach Fidel mangelt es nicht. Zuallererst, wenn Fidel wirklich gestorben ist, wird das Land erst mal gelähmt sein. Möglicherweise, aber keineswegs sicher wird um ihn dann wohl auch so ein Kult getrieben werden wie seit Langem schon um Che Guevara. Ob sich der Maximo Líder aber genauso gut als posthumer Revolutions-Popstar eignet, diesbezüglich hegen so manche in Kuba ihre Zweifel.

Die wahrscheinlichsten Möglichkeiten für eine Zeit nach Fidel sind diese: Nach seinem Tod wird eine Gruppe von jüngeren Revolutionsanhängern wie dem Wirtschaftsreformer Carlos Lage Dávila, dem gemäßigten Außenminister Felipe Pérez Roque und dem dialogbereiten Parlamentspräsidenten Ricardo Alarcón (alle um die 40 Jahre) unter der Führung der alten Clique um Raúl Castro zusammenkommen, um das Land weiterzuregieren. Mit den lateinamerikanischen Partnern im Rücken, herzeigbaren wirtschaftlichen Steigerungsraten und einer Entspannungspolitik in Richtung USA könnte das gelingen.

Es kann aber auch schiefgehen. Das Festhalten an der Abschottung, der Planwirtschaft und der Demokratieverweigerung könnte die Geduld der Bevölkerung, nachdem die Identifikationsfigur Fidel nicht mehr ist, überstrapazieren. Der nicht mehr einzudämmende Schwarzmarkt, die Parallelwirtschaft und die Versorgungsmissstände vor allem in den fernab vom Tourismus liegenden Landstrichen könnten zu Spannungen zwischen neureichen und armen Kubanern bis hin zu Aufständen und Plünderungen, in letzter Konsequenz theoretisch zum Bürgerkrieg führen. Auch das Militär könnte seine Chance gekommen sehen, wenn sich ein neues Kabinett unter Raúl Castro als zu schwach erweist.

Amerikaner in Lauerstellung

Die dritte Option, eine radikale Öffnung der kubanischen Wirtschaft bei gleichzeitigen politischen Reformen, ist eine denkbare, aber derzeit eher unwahrscheinliche Möglichkeit. Dies hätte nach Aufhebung des US-Embargos ein Einfallen von Exilkubanern sowie US-Unternehmen mit Restitutionswünschen und somit früher oder später wohl die komplette Implosion der Revolution zur Folge. Die Amerikaner würden, wie sie es im 20. Jahrhundert in vielen lateinamerikanischen Staaten gemacht haben, eine Marionettenclique in Havanna einsetzen, mit Geldflüssen die politische Meinung steuern und versuchen, sich Kuba wieder untertan zu machen. Fast 50 Jahre Revolution wären damit nur eine Fußnote der Geschichte, ein großer Traum von Che und Fidel, zerplatzt wie eine Seifenblase, genau so, wie die Idee vom „hombre nuevo", dem „neuen Menschen", sich verflüchtigt hat, als Che Guevara 1967 in Bolivien von reaktionären Soldaten erschossen wurde.

Antonio Malony

Dossier – Aufbruch

Zimmern an der Hoffnungswende

Seit der Übernahme von Kongress und Senat durch die Demokraten glost in den USA bereits die Vorphase des Präsidentschaftswahlkampfs. Die Polit-Shootingstars Barack Obama und Hillary Clinton gelten als Favoriten des blauen Lagers. Doch ihm fehlt wichtige Amtserfahrung und ihr der Draht zum Publikum.

Gerne sagt man dieser Tage, dass die USA für einen historischen Schritt bereit seien. Und weil damit zuallererst ein demokratischer Präsident gemeint ist, versprüht die Partei seit ihrem Wahlsieg in den Kongresswahlen Aufbruchstimmung, sooft es angebracht scheint. Der Tenor: Wenn nicht jetzt, wann bitte dann?

Und während die Demokraten, zurückgekehrt von der zahnlosen Opposition der letzten Jahre, an der Zukunft zimmern, hängt der Haussegen im republikanisch regierten Land gehörig schief. Die Werte des regierenden Präsidenten rangieren dank Irak-Debakel auf einem verlässlichen Tiefpunkt. Und in der Bevölkerung macht sich eine Verdrossenheit breit, die im Geschick der Regierung gründet, zielgerichtet an den Bedürfnissen der Mittelklasse vorbeizuentscheiden.

Ein tiefer Graben zieht sich durchs Land, der Erinnerungen an den Amtsantritt des kürzlich verstorbenen Präsidenten Gerald Ford wachruft: Nach Watergate und Rückzug des Skandalregenten Nixon übernahm er Mitte 1974 das Zepter einer zerfurchten USA. Ford hatte es zwar nicht so sehr mit Innovation, aber er führte eine Politik der Beruhigung, und damit zumindest im Nixon entgegengesetzten Stil. Einen ähnlichen, wenngleich weniger beschaulichen Kurswechsel, wünschen sich die Amerikaner für ihren 44. Präsidenten. Neben dem Verständnis für das Leben des Durchschnittsbürgers solle dieser, so *Newsweek*-Autor Howard Fineman, eine gewisse Leidenschaft für Wissen mitbringen und sich folglich auch schon einmal „in Bibliotheken aufhalten".

Erst zwei Jahre ist Barack Obama Senator in Illinois und wird schon als Präsidentschaftskandidat gehandelt. 2007 wird zeigen, ob sein Charisma die fehlende Erfahrung wettmachen kann. Foto: EPA

JFK Nummer zwei

Barack Obama, jung, eloquent und Senator in erster Amtsperiode in Illinois, erfüllt diese Mindestanforderungen mit Bravour. Obama, der genauso wie Hillary Clinton noch keine offiziellen Kandidaturpläne wälzt, ist seit seiner Rede auf dem demokratischen Parteitag 2004 ein Senkrechtstarter und steht der New Yorker Senatorin im Bekanntheitsgrad um nichts nach. Etwas weniger Aufhebens wird indes um mögliche republikanische Kandidaten gemacht. Dort gelten John McCain, Senator von Arizona und mit 70 Jahren ein alter Polithase, sowie Rudolph Giuliani, ehemaliger Bürgermeister von New York, als Favoriten.

Barack Obama legt unterdessen einiges vor, wird er doch als neuer John F. Kennedy gehandelt. Zu diesem Vergleich lassen sich die Medien immer wieder hinreißen. Allerdings ist es eine Weile her, dass ein Politiker Wähler in derartige Begeisterungsstürme versetzte. Obama, dem eine wohl formulierte Rede und zwei überdurchschnittliche Polit-Bücher Rockstar-Status verliehen, ist wortgewandt, höchst charismatisch und lässt keinen Zweifel an seinem scharfen Verstand. Der Harvard-Absolvent zeigt seine besondere Intuition im Umgang mit Menschen in unterschiedlichsten Einsatzbereichen, was ihn gleichermaßen für Washington-Events als auch Hemdsärmeliges im ganzen Land eicht.

Die Auftritte des 45-Jährigen sind schnell ausverkauft, und die meisten, die ihn live erleben, zählen sich danach zu seinen Anhängern. Kaum zwei Jahre als Senator im Amt – und schon wird Obama als Präsidentschaftsmaterial gehandelt, eine kleine Sensation.

Seine künftigen Mitstreiter setzen daher darauf, dass sich hinter Charisma und Rhetorik lediglich eine Mediensensation und wenig politisches Gewicht verbergen. Zwar ist Obama seit seiner Ernennung zum Senator unermüdlich im Land unterwegs, Antworten auf eine Reihe wichtiger politischer Fragen fehlen ihm jedoch, und mit ihnen auch große Ideen. Die Entgegnung seines Teams: Es sei alles so schnell gegangen und gewisse Überlegungen erst im Entstehen begriffen.

Deutlichste Position scheint derzeit seine in Aussicht gestellte Politik der Erneuerung. Im Buch „Audacity of Hope" führt er aus, wie er einer breiten Öffentlichkeit politische Zusammenhänge schmackhaft machen, gegen die Washington-Zentriertheit im Land angehen und Mechanismen für einen ehrlichen Dialog finden will. Das Noble und Anständige, das der Politik heute abgeht, morgen aber bereits wieder vorherrschen könnte, zählt zu seinen Lieblingsthemen. Dementsprechend nennt ihn Mark McKinnon, Chefberater seines möglichen Wahlkampfgegners McCain, eine „lebende, sprechende Hoffnungsmaschine", weist jedoch nicht von der Hand, dass Obama tatsächlich in der Lage sein könnte, die amerikanische Politik umzugestalten. Glaubwürdigkeit verleiht seiner Rolle des Guten, dass seine Weste, nicht zuletzt aufgrund fehlender politischer Erfahrung, eine blütenweiße ist. Und obwohl er gerne vorsichtig formuliert, wirkt das Ganze nicht inszeniert, vor allem, weil er mit Kritik und Gegnern manierlich umgeht. Dennoch bleibt seine Grünschnabeligkeit das größte Manko. Sowohl national als auch international und militärisch kann er auf wenig Erfahrung verweisen. Und angesichts der außenpolitischen Herausforderungen fällt dies stark ins Gewicht.

„Post-racial"

Größter Asset könnte allerdings sein, dass der Sohn eines Kenianers und einer Amerikanerin die richtige Dosis an Ethnizität verbreitet. Einerseits nimmt er Abstand davon, die Rassenfrage vor seine politische Botschaft zu stellen und die Amerikaner an ihre Verfehlungen zu erinnern. Andererseits weist seine eigene Geschichte ausreichend Herausforderungen im Zusammenhang mit seiner Hautfarbe auf, um auch gegenüber der afroamerikanischen Bevölkerung glaubwürdig zu sein. „Er überwindet die Ethnizität, indem er weiße Amerikaner nicht an das lästige und unvollendete Business der Rassenfrage erinnert", formuliert es Buchautor Norman Kelley. Mehr noch: Weiße Wähler würden sich gut fühlen, weil sie ihn mögen. *Washington Post*-Kolumnist Harold Meyerson heftete ihm daher das Attribut „post-racial" an.

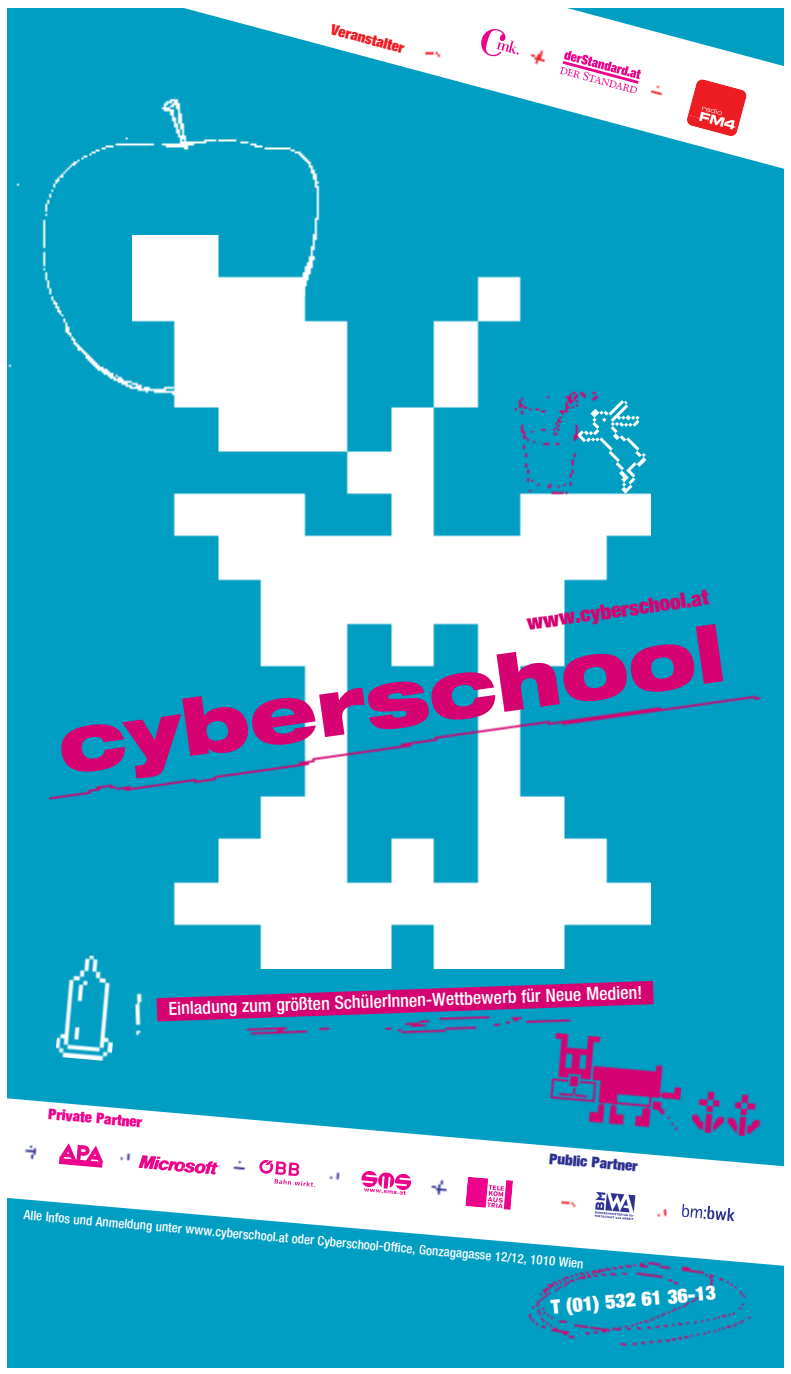
Ein ähnlicher Wahrnehmungsbonus wird auch Colin Powell zugeschrieben, der zudem über militärische und internationale Erfahrung verfügen würde. Das Angebot zur Kandidatur schlug dieser allerdings mehrmals aus.

In einem Land, das überraschend unbeholfen seinen Rassismusstand erhebt – der Fernsehsender CNN versuchte sich kürzlich an einer Bestandsaufnahme –, könnte das Verführerische an Obama sein, dass durch seine Wahl die USA gewissermaßen vom Vorwurf, ein ethnisches Toleranzproblem zu haben, freigesprochen würden.

Hillarygate

Ihren Promi-Status erfolgreich zur Seite geschoben, gelang es Hillary Clinton, sich nahtlos in den Senat zu integrieren. Dass es Knochenarbeit war, als ehemalige Präsidentengattin mit der kalten Schulter dieses Herrenclubs, gern auch die „letzte Plantage" genannt", umzugehen, steht außer Zweifel.

Fortsetzung auf Seite 28



Dossier – Aufbruch

Fortsetzung von Seite 27

Einen Meilenstein beschreibt Joshua Green, leitender Redakteur des Politikmagazins *The Atlantic*. Bereits im Jahr 2001 soll es Hillary Clinton in jenen hochrangigen Gebetskreis geschafft haben, der seit Mitte der 1940er Jahre besteht und als politisches Allerheiligstes der Hauptstadt gilt. Rund ein Dutzend Senatoren würde sich dort jeden Mittwoch treffen, um unter dem Siegel der Verschwiegenheit zu beten und zu diskutieren. Clinton legte eine beharrliche Offenheit an den Tag, die gefiel: Kannte man sie erst einmal, war man von ihren Fähigkeiten überzeugt. Seither laufen die Amtsgeschäfte wie geschmiert, und viele Kompromisse entstehen nicht selten über Parteigrenzen hinweg. Die Wiederwahl Clintons geriet zuletzt beinahe zur Formalität.

Dennoch könnte es genau dieses Händchen für Kompromisse sein, das ihr in den Vorwahlen ausreichend Führungseignung abspricht – trotz profunder Politerfahrung und einem enormen Potenzial bezüglich Fundraising.

Der Schatten von Lewinsky

Bei den Demokraten scheint unterdessen die Angst vor ihrer Kandidatur größer als vor ihrem Verzicht. Clinton polarisiert, und das kann man nun so gar nicht gebrauchen. Immerhin geistert eine Umfrage des Marist Colleges durchs Land, wonach 47 Prozent der Amerikaner „definitiv nicht“ daran dächten, ihr die Stimme zu geben. Gleichzeitig aktiviert sie als „eine Clinton“ die ihrem Mann verbundene Anhängerschaft, was für manche einer Art dritten Amtsperiode des Ex-Präsidenten gleichkommt. Doch bereits hier beginnt die Gratwanderung: Unterstützt er sie zu tatkräftig, würde sie wohl von seiner Redegewandtheit profitieren, gleichzeitig unter dem augenfälligen Unterschied leiden: Der unnachahmlichen Art Bill Clintons, Leute mit seinen Reden für sich zu gewinnen, kann sie nicht das Wasser reichen. Sie wirkt stets etwas steif und schaffte es bisher auch nicht, ihren vorzüglichen privaten Humor, den Freunde und Feinde bestätigen, ins Öffentliche zu übersetzen.

Hinzu kommen Zweifel, ob bereits ausreichend Gras über den Fall Lewinsky gewachsen ist und dieser Hillary nicht erneut belasten könnte. Kein Demokrat will das Land daran erinnern, dass dieses einst Einblick in die Schlafzimmergeschichten seines Präsidenten hatte.

Schließlich werden auch Erinnerungen an „Hillarygate“ wach, das bittere Scheitern Clintons an der Gesundheitsreform, das die Demokraten bei den anschließenden Wahlen die Mehrheit im Kongress kostete. Die Niederlage ist auch heute noch von Bedeutung, zumal sie einen Ausblick darauf geben könnte, wie sich Clinton in einem Schmutzkübel-Wahlkampf halten würde – und angesichts der zu erwartenden Polarisierung rechnen die Demokraten mit einem solchen.

Der Fehltritt Irak

Eine eiserne Wahlkampfregel lautet, dass die richtige Meinung zur wichtigsten Frage der Stunde schon einmal ungenügende politische Vergangenheit wettmacht. Außer Zweifel steht, dass die Position im Hinblick auf den Irakkrieg entscheidend für den Wahlausgang 2008 sein wird. Eine ablehnende Haltung gegenüber dem 400 Mrd. US-Dollar (308 Mrd. Euro) teuren und von der Bevölkerungsmehrheit abgelehnten Krieg kommt daher nicht ungelegen.

Obama bezeichnete diesen bereits 2002 als „dumm“. Ohne internationale Unterstützung hineinzugehen, so zitiert er in einem aktuellen Podcast seine Aussagen von vor vier Jahren, würde das Militär auslaugen und den Mittleren Osten destabilisieren. Bei einer Veranstaltung in der Bostoner John F. Kennedy-Bibliothek Ende letzten Jahres sprach er sich für einen stufenweisen Rückzug aus, zumal es „keine militärische Lösung im Irakkrieg“ gäbe. Der amtierende Präsident George W. Bush will seine Truppen um weitere 20.000 US-GIs verstärken und denkt offensichtlich nicht an den baldigen Rückzug.

Clintons Irak-Position lässt sich schon schwieriger verkaufen. Nicht nur stimmte sie für den Einzug, auch besteht sie heute noch darauf, dass ihre Entscheidung kein Fehler gewesen sei. Vielmehr hält sie es mit der Unterscheidung, dass sie mit ihrem Ja die UNO-Waffeninspektoren zurück in den Irak bekommen wollte.

Die Rechenaufgaben

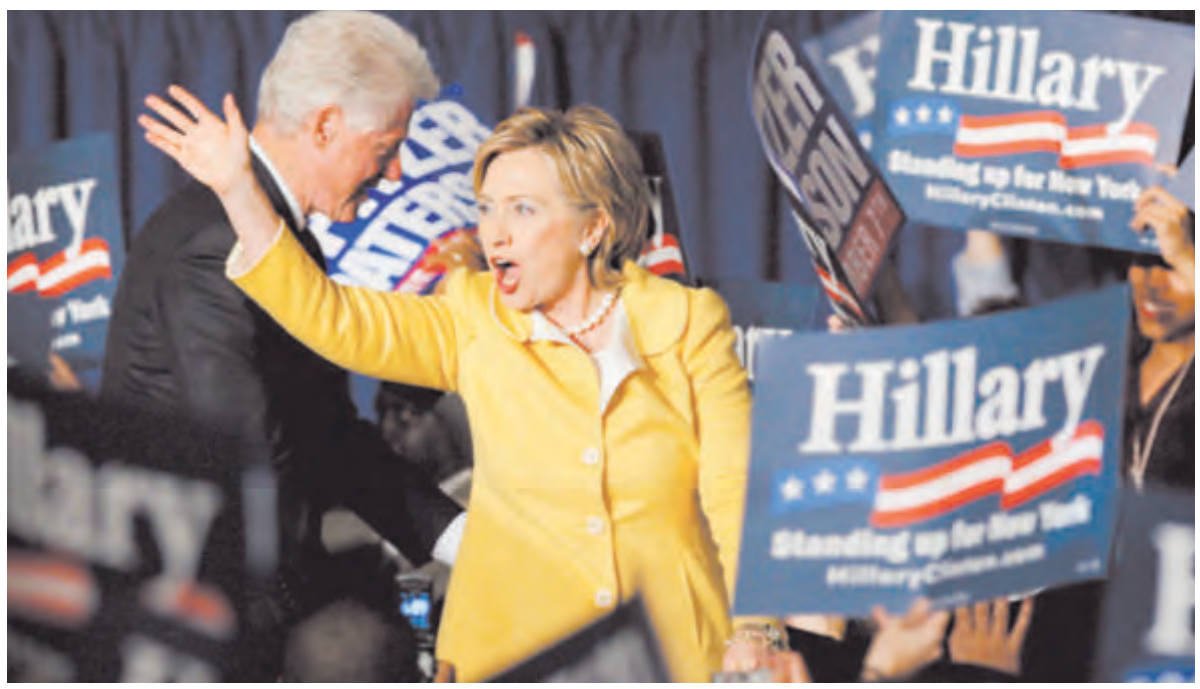
Aus Unzufriedenheit mit der Wahl einer schillernden Person zu liebäugeln und dies beim Urnengang auch entschlossen umzusetzen, sind für Wahlstrategen letztlich zwei verschiedene Paar Schuhe. So zeigt sich einer aktuellen Umfrage zufolge die Mehrheit der Leute gewogen, einen qualifizierten weiblichen oder afroamerikanischen Kandidaten zu wählen. Auf die Frage, ob sie dies auch von anderen annehmen, erhielten Meinungsforscher divergierende Antworten: Nur rund ein Drittel traut dem Land als Ganzes einen solchen Schritt zu. Nicht ganz ohne Grund: Seit knapp 220 Jahren sind US-Präsidenten weiß und männlich. Der Erfolg Clintons und Obamas hat die heraufdämmernde Wahlkampfdiskussion auf offensichtlichem Level verankert: Können es eine Frau oder ein Farbiger ins höchste Amt des Landes schaffen?

Die Milchmädchenrechnungen lassen im Augenblick höchstens Vermutungen zu. Zwar ist die Mehrheit der Amerikaner weiblich, allerdings tendieren Frauen gegenüber Geschlechtsgenossinnen zu erhöhter Kritik: Einem weiblichen Kandidaten würde mehr Perfektion als einem charismatischen afroamerikanischen abverlangt. Der Wunsch, sich mit der Person zu identifizieren, und Erfahrungen im täglichen Leben würden dieses Verhalten geradezu diktieren, so die Ansicht der Meinungsforscher. Hinzu kommt, dass Frauen verwundbarer gegenüber Angriffen auf ihre Führungsstärke und Durchsetzungskraft seien. Insbesondere Attacken der Rechten, etwa in der Tonart, dass wertvolle Steuergelder für illegale Zuwanderer aufgewendet würden, ließen weibliche Mitstreiter rasch nachgiebig aussehen.

Trotz Frühstarts in den Vorwahlkampf werden erst im Laufe dieses Jahres die Weichen für den weiteren Wahlkampf gestellt. Auch gab es in der Vergangenheit bereits Kandidaten, die früh dominierten, dann jedoch rasch nachließen. Entscheidend wird etwa sein, inwieweit die Republikaner erneut die nationale Sicherheit thematisieren. Eine mögliche Kandidatur Rudy Giulianis, jenem Bürgermeister, der New York mit seiner „Zero-Tolerance-Strategie“ Anfang der 1990er Jahre in puncto Kriminalität „säuberte“, später die Stadt aus dem 9/11-Tal führte und seither als „Mister Security“ gilt, könnte diese Richtung festlegen. Ebenfalls ist völlig offen, ob es bei den Demokraten zu einem gemeinsamen Lauf von Obama und Clinton kommen könnte.

Unbedingt nachzudenken gilt es im Wahlkampf über den gesellschaftspolitischen Nachholbedarf des Landes. Immerhin schaffte es einer der Favoriten nur so weit, weil er nicht „zu schwarz“ ist und so weiße Wähler nicht verschreckt. Und Clinton erhält wohl nur eine Chance, wenn sie die USA möglichst vergessen lässt, dass sie eine Frau ist.

Alexandra Riegler
aus New York



Hillary Clinton will endlich aus dem Schatten ihres Mannes treten. Ob es auch ein „Standing up for USA“ als Präsidentschaftskandidatin geben wird, ist trotz mächtigem Netzwerk ungewiss. Foto: EPA

Leben

Aufstieg: Top-Manager kümmern sich nur wenig um Planung von internem Nachwuchs

Auf den Eigenbau setzen

Kleine und mittlere Unternehmen wissen besser über interne Führungsreserven Bescheid.

Thomas Jäkle

Manager glänzen ganz und gar nicht mehr durch Betriebstreue. Ein Lamento, das derzeit aus einer Menge von Unternehmen ertönt. Geforderte Tugenden wie Flexibilität sind für viele Firmen ins Gegenteil umgeschlagen. Fluktuation hat sich sogar schon in einer Reihe von Unternehmen als Schreckgespenst breitgemacht. Und nicht nur wegen besserer Gagen, die woanders gezahlt werden.

Die Beratergruppe Neuwaldegg in Wien kommt in ihrer neuesten Studie zu dem Ergebnis, dass Manager mit Aufstiegsambitionen in den eigenen Reihen oft nicht erkannt werden. Top-Manager kümmern sich nämlich zu wenig um ihren eigenen Nachwuchs, so das vernichtende Urteil der Berater. Über 60 Prozent der Top-Manager wissen demnach nicht, wie viele mittlere Führungskräfte die Qualifikation für Top-Positionen besitzen. Und, ein eher überraschendes, dafür aber positives Ergebnis: Kleine und mittlere Unternehmen besetzen Top-Management-Jobs häufiger mit Leuten aus den eigenen Reihen nach als Konzerne. Die in Deutschland, der Schweiz und in Österreich unter 300 Führungskräften durchgeführte Studie kam auch zu dem Ergebnis, das 20 Prozent der Manager im mittleren Management sich die Sporen für den Aufstieg im eigenen Unternehmen verdient haben. Nur einem Zehntel wird von Top-Managern die Fähigkeit, eine Spitzenposition auszuüben, zugetraut.

Einseitige Kriterien

Um ein Unternehmen nachhaltig zu führen, ist es wichtig, interne Kräfte in die Führungsebene zu holen. „Bei externen Besetzungen fallen immer wieder die gleichen Namen, in bestimmten Industrien kann man sie an einer Hand abzählen", erklärt Amel Karboul, Gesellschafterin der Beratergruppe Neuwaldegg. Viele würden dabei die Performance und die Zugehörigkeit zur selben oder ähnlichen Industrie als das hervorstechendste Merkmal zur Personalauswahl heranziehen – oft seien dies die entscheidenden Kriterien für die Bestellung eines Geschäftsführers. Erfahrungswerte und Forschung würden zeigen, dass auch andere Faktoren wie Marktgegebenheiten sowie Kompetenzen und Erfahrung des Senior Management Teams einen starken Einfluss auf den Erfolg des Unternehmens haben.

„Die Entwicklung neuer Talente erfordert Führungskräfte, die unablässig und nahezu besessen nach neuen Talenten suchen und diese konsequent für zukünftige Herausforderungen vorbereiten", sagt Karboul. Auf bessere Zeiten, wenn alles einmal „ruhiger zugeht", wollen viele Unternehmen dieses Aufspüren von Talenten schieben, womit sie das Risiko eingehen, dass dann, wenn wichtiges Humankapital benötigt wird, dieses bereits verloren gegangen ist. Für eine erfolgreiche Nachfolgeplanung sei es notwendig, ein anspruchsvolles internes Umfeld zu schaffen und kontinuierlich Feedback-Prozesse zu pflegen. Support und Training gehören ebenso zum Standardprogramm wie die Aussicht auf einen Aufgabenwechsel nach drei bis fünf Jahren.

www.neuwaldegg.at

Steil ist der Weg zur Spitze für den Nachwuchs. Foto: Bilderbox.com

Karriere

economy fragt: Wie starten Sie beruflich in das noch junge Jahr?

Katharina Hauke (31) hat die nächste Stufe auf dem Weg zur Niederlassungsleiterin beim Zeitarbeitanbieter DIS gemeistert. Per Jahresbeginn wurde sie zur Leiterin für den Bereich Information Technology. Hauke: „Ich starte mit meiner neuen Aufgabe sehr motiviert und mit großer Freude ins neue Jahr! Aufgrund der Wirtschaftslage sehe ich hohes Potenzial für unsere Dienstleistungen." Foto: DIS

Die erst wenige Wochen alte Österreich-Tochter des DMS-Anbieters Elo hat ihre Mannschaft um die Marketing-Verantwortliche **Elisabeth Unterrainer (45)** erweitert. „Ich starte das Jahr mit vollem Elan und der Freude darüber, dass Elo von unseren Kunden in Österreich so gut angenommen wird." *kl* Foto: Elo

« Zukunft hat, wer Zukunft macht »

IDS Scheer, strategischer Partner der SAP, steht für Business Process Excellence.

Business Process Excellence ist unser Leistungsversprechen, welches wir gegenüber unseren Kunden bei jedem Auftrag eingehen. Um dieses Versprechen einzulösen, engagieren sich über 170 Mitarbeiter in Österreich und über 2500 weltweit in allen wichtigen Fragen der Prozessorganisation und der IT - Implementierung.

Die Kombination aus Branchen- und Prozess-Knowhow stellt für unsere Kunden die nachhaltige Optimierung der Geschäftsprozesse sicher. Hervorragende Erfolge im nationalen wie internationalen Umfeld führen dazu, dass wir uns weiter verstärken wollen.

Der Bereich Compliance Management wächst durch aktuelle Themen wie Sarbanes-Oxley Act, Interne Kontrollsysteme etc. Daher planen wir uns personell zu verstärken. Die Position als Senior Consultant bietet das Potenzial den Ausbau aktiv mitzugestalten und in einem dynamischen Umfeld mitzuwachsen.

« Senior Consultant Compliance - Beratung »

Unser Angebot

Beschäftigung mit Zukunftsthemen. Spielraum für Teamplayer. Ein Klima, in dem aus Ideen Konzepte und aus Konzepten realisierter Kundennutzen wird. Außergewöhnliche Karrieremöglichkeiten in einem innovativen, dynamischen und jungen Umfeld.

Für nähere Details zu der ausgeschriebenen Position besuchen Sie unsere website: **www.ids-scheer.at**. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung an unsere HR Abteilung unter **recruiting-austria@ids-scheer.at**

IDS SCHEER
Business Process Excellence

Leben

Notiz Block

PhD-Management an der Uni Wien

Ab dem Wintersemester 2006/07 bietet die Universität Wien für das Fach Betriebswirtschaftslehre das maßgeschneiderte, forschungsorientierte Ausbildungsprogramm „PhD Management“ an. Voraussetzung für die Aufnahme ist ein abgeschlossenes, fachlich einschlägiges Diplom- beziehungsweise Magisterstudium. Die Lehrveranstaltungen werden als spezielle Doktoratskurse angeboten und ausschließlich von habilitierten Wissenschaftlern der Fakultät oder renommierten Gastprofessoren geleitet. Um geeignete Rahmenbedingungen in den Kursen zu schaffen, wird in Kleingruppen bis zu maximal 15 Teilnehmern unterrichtet. Die Kurse werden in der Regel auf Englisch gehalten. Dissertationen können, müssen aber nicht in englischer Sprache verfasst werden. Damit steht das Programm insbesondere auch ausländischen Studierenden offen.

www.univie.ac.at/wirtschaftswissenschaften

Bilanzbuchhalter, aber selbstständig

Die ersten selbstständigen Bilanzbuchhalter erhielten kürzlich ihre Bestellungsurkunden. Damit ist der Startschuss für ein neues Berufsbild gefallen, und die bisher getrennten Berufe des selbstständigen und gewerblichen Buchhalters wurden vereint. Die insgesamt 64 aus ganz Österreich stammenden ausgezeichneten Buchhalter können sich somit speziell um die Bedürfnisse von Gründern, Jungunternehmern sowie Klein- und Mittelbetrieben kümmern. Das Leistungsspektrum wird unter anderem Finanzbuchhaltung, Personal- und Kostenrechnung umfassen. Die Bilanzerstellung ist bis zu einem Umsatz von rund 360.000 Euro möglich. Eine jährliche, überprüfbare Weiterbildung ist vorgesehen.

www.bibug.info

IT-Jobs boomen wieder

Die IT-Branche boomt wieder, und deshalb wird das Personal wieder knapp und heiß begehrt. „Schön langsam werden die Engpässe schmerzhaft spürbar: Der Zeitaufwand in der Personalsuche wächst; der Druck, die Gehälter zu erhöhen, auch“, weiß Robert Fitzthum, Personalberater und Herausgeber des IT-Indikators, der die Jobangebote anhand von Stellenanzeigen misst. Die Jahreszuwächse beim Stellenangebot für IT-Jobs schaukelten sich auf: 18 Prozent im Jahr 2004, schon 39 Prozent 2005 und geradezu dramatische 54 Prozent für das abgelaufene Jahr 2006 (von 10.155 auf 15.608 Angebote). Und die Aufwärtsdynamik scheint ungebrochen: Im vierten Quartal des abgelaufenen Jahres waren die Zuwächse am größten (plus 31 Prozent zum dritten Quartal). „Nach Jahren der Einsparung gibt es in der Systembetreuung wieder starke Zuwächse“, decken sich für Fitzthum die Daten mit den aktuellen Erfahrungen in der Praxis: „Der Aufstieg der Projektmanager spiegelt schlicht die Vielzahl der in Angriff genommenen Projekte wider; der verstärkte Einsatz von Datenbanken und Data Warehouses wirkt weiter marktstimulierend.“ Den dynamischen Trend sieht Fitzthum als robust an: „Die starke Nachfragedynamik wird auch 2007 anhalten.“

Wie Österreich in die Glotze schaut

Laut einer Umfrage von UPC geben mehr als die Hälfte (54 Prozent) der Österreicher an, dass Filme zu den bei ihnen beliebtesten Inhalten im Fernsehen zählen. Nachrichten (41 Prozent) und Dokumentationen (36 Prozent) komplettieren die Top-drei-TV-Inhalte. Bei Frauen (58 Prozent) und den Bis-30-Jährigen (75 Prozent) sind Filme besonders begehrt. Über-50-Jährige (59 Prozent) schauen lieber Nachrichten. *kl*

Work-Life-Balance: Die „Aussöhnung“ von Berufs- mit Privatleben

Kinder, Küche, Karriere: Karenz statt Kindergeld

Das Kindergeld erweist sich als frauenpolitischer Flop. Um eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie bemühen sich verstärkt auch Personalberater und Unternehmen.

Beatrix Beneder

„Dieser Gehaltsverlust geht nicht nur auf eine Verringerung der Arbeitszeit zurück, sondern auf den Umstand, dass viele Frauen eine Dequalifizierung nach dem Wiedereinstieg hinnehmen müssen“, erklärt Ingrid Moritz von der Arbeiterkammer (AK)-Frauenabteilung eine aktuelle Studie der AK. Diesbezüglich sind die Reformvorschläge der neuen Regierung, das Kindergeld auch kürzer, dafür aber höher beziehen zu können, begrüßenswert. Dennoch bleiben die wichtigsten Partner in puncto Vereinbarkeit die Unternehmen. Und diese zeigen verstärkt Interesse an Work-Life-Balance.

Die Idee kommt aus dem Human-Resources-Management, das eine Harmonie zwischen Arbeit und Privatleben anstrebt, denn Unausgewogenheit kostet Geld und Ressourcen. Lange Arbeitsunterbrechungen von Mitarbeiterinnen bringen Umstellungskosten und Know-how-Verluste. Zugleich braucht die Wirtschaft jedoch Nachwuchs. Kinderfreundlich ist sie deswegen noch lange nicht. Das ist aber nur eine Seite von Work-Life-Balance. Burnout, stressbedingten Leistungsdefiziten und hohen Fehlzeiten als Folge eines arbeitsdominierten Lebensstils gilt es, auch im Interesse der Firmen vorzubeugen. So stellt etwa der Wäschekonzern Palmers für seine Mitarbeiter ein eigenes Fitnesscenter bereit.

Alles für die Frau: Nachholbedarf hat Palmers bei seinen Mitarbeiterinnen in puncto Vereinbarkeit Beruf – Familie. Foto: APA/Gindl

Frauen zahlen hohen Preis

Beruf und Kind gehören heute zum Alltag, den Preis für diese Mehrfachbelastung bezahlten allerdings überwiegend Frauen. Betriebe, die mit flexiblen Arbeitszeiten und Betriebskindergärten Eltern bei diesem Balanceakt unterstützen, werden gefördert. In Wien mit dem „Gläsernen Schuh“ – einer Auszeichnung für frauen- und familienfreundliche Unternehmen.

Private Netzwerke wie etwa „Great Place to Work“ entwickeln eigene Rankings zur Bewertung der Arbeitsplatzqualität, auch in Hinsicht auf Work-Life-Balance. 2006 hieß „Der beste Arbeitgeber Österreichs“ Procter & Gamble. Der Kosmetikkonzern punktet mit freier Arbeitseinteilung und Teilzeit in Führungsjobs. Und wenn mal die Tagesmutter ausfällt, werden die Kinder ins Büro mitgenommen. Demgegenüber bleibt das Angebot des 1300 Mitarbeiter starken Textilkonzerns Palmers (Frauenanteil: 93 Prozent) vage: „Wir versuchen selbstverständlich, individuell auf die jeweilige Mitarbeiterin zugeschnittene Zeitmodelle anzubieten – leider geht das nicht immer“, meint Palmers-Pressesprecherin Anna Georgiades. Bei dem in Hohenems ansässigen Technologiekonzern Omicron gibt es Massagen gegen Haltungsschäden und einen Beach-Volleyball-Platz für die Mitarbeiter. Von der zu 90 Prozent frei einteilbaren Zeit profitieren in dieser „Männerbranche“ leider nur wenige Frauen.

PME (Partner für Mitarbeiter-Effizienz) Familienservice ist ein privater Anbieter von Kinderbetreuung. Noch Mitte der 1980er Jahre setzte sich Gründerin und mehrfache (Stief-)Mutter Gisela Erler für das „Müttermanifest“ der deutschen Grünen ein und forderte einen Hausfrauenlohn. Als sie von BMW einen Beratungsauftrag zur Förderung der Familienfreundlichkeit des Autokonzerns erhielt, wechselte sie in die Geschäftswelt. Heute erwirtschaftet PME acht Mio. Euro Umsatz mit 27 Standorten in Deutschland, der Schweiz und Österreich (noch im Aufbau).

Das Angebot bietet Serviceleistungen, die den Mitarbeitern helfen sollen, ihr Privatleben zu organisieren. Das reicht von der Betreuung älterer Familienangehöriger, der Hilfestellung bei Schulproblemen der Kinder bis dahin, notfalls jemanden zu organisieren, der mit dem Hund Gassi geht. PME besitzt ein „Back-up-Center“, quasi einen Notfall-Kindergarten, der an sieben Tagen die Woche je 24 Stunden geöffnet hat. Wer meint, diese Maßnahmen gäbe es nur für die Führungsriege, irrt. PME lehnt grundsätzlich Aufträge ab, die nicht für die gesamte Belegschaft sind. Für Mitarbeiter von Ikea Deutschland gibt es eine Schuldenberatungshotline, wo Betroffene anonym Hilfestellung erhalten. Für Klein- und Mittelbetriebe gibt es maßgeschneiderte Angebote; so wird für eine Werbeagentur bei Bedarf spontan die Kinderbetreuung für die drei Mitarbeiter organisiert, um so die nötige zeitliche Flexibilität im Agenturleben sicherzustellen.

Alexa Ahmad von PME organisiert Eltern-Stammtische, um so in Firmen ein Väter-Bewusstsein zu verankern. Frührückkehrerinnen (jemand, der acht Wochen nach der Geburt wiedereinsteigt) werden beraten, wie man mit dem Rabenmutter-Image umgeht. „Viele Frauen würden gern ab dem vierten oder sechsten Monat wieder arbeiten. Aber bei dem Angebot öffentlicher Kinderbetreuung ist das schwer möglich. Allgemein kann man sagen: Je höher die Bildung, desto früher wollen die Frauen wieder arbeiten“, fasst die Pädagogin die Wünsche betreffs Zeitpunkt des Berufswiedereinstiegs zusammen.

Leben

Reaktionen

Religiös vertan

Ich habe Ihr Heft durchgeblättert – es wirkt teilweise recht ambitioniert. Ein blinder Fleck dürfte allerdings dort liegen, wo Sie religiöse oder kirchliche Themen streifen. So ist die Einleitung zum Artikel auf Seite 5 in *economy*-Ausgabe 25 im Wesentlichen sinnstörend und verzichtbar. In weiterer Folge lese ich dort, dass die moderne Reproduktionsmedizin auch die „unbefleckte Empfängnis“ schaffe. Vermutlich wissen Sie nicht, dass dieses Fest mit der Empfängnis Mariä durch ihre Mutter zu tun hat, nicht mit der Empfängnis Jesu durch Maria. Der Artikel verbreitet sich letztlich in zynischer und menschenverachtender Weise über Probleme, die vielen sehr zu schaffen machen. Es fragt sich zudem, ob jene, die in der skizzierten Form an die Zeugung herangehen, dann liebevolle und aufmerksame, Zeit und Interesse aufbringende Eltern sein werden? Wohl nicht zufällig vom selben Autor stammt der Artikel „Die unfrommen Gelder des Vatikans“. Der Titel lässt doch eine gewisse Aktualität erhoffen, meinetwegen in einem größeren, auch historischen Zusammenhang. Allein, das letzte Datum, über das berichtet wird, lautet „in den 70er Jahren“. Mit Verlaub, das ist lächerlich! Auffällig ist die Firmenlastigkeit mancher Artikel, so etwa „Kleben statt schrauben“, der nur die Firma Henkel erwähnt, diese dafür fünfmal namentlich auf Seite 7. Gut gefallen haben mir vor allem etliche der kurzen, prägnanten Meldungen, die oft wirklich Neues oder zumindest einen anderen Blickwinkel boten.
Harald Jilke, Wien

Raucher, hört die Signale

Zu *economy*, Ausgabe 25:
Es ist mir bewusst, dass Rauchen gesundheitsschädlich ist und es in Lokalen Personen gibt, die mit Rauch Probleme haben. Aber mit Rufzeichen auf die Straße geschickt werden, erinnert an Diktaturen.
Theposter, per E-mail

Anm. d. Red.: In Östereich gibt es unzählige Unternehmen, die das Rauchverbot ernst nehmen und das Schutzbedürfnis der Nichtraucher respektieren. Dort müssen Raucher einsichtig sein und tatsächlich auf die Straße. Mit Diktatur hat das nichts zu tun.

Schreiben Sie Ihre Meinung an Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., Gonzagagasse 12/13, 1010 Wien. Sie können Ihre Anregungen aber auch an redaktion@economy.at schicken.

Im Test

Alternativen zum schneelosen Winter

(Winter-)Wandern
Der Klimawandel ist angesichts des Ausnahmewinters in aller Munde. Kaum eine Nachrichtensendung vergeht, wo nicht irgendein nichtsahnender Experte bezüglich der Zukunft des Klimas spekuliert. Kaum jemand redet hingegen mehr vom letzten Ausnahmewinter, der Freunden des Wintersports das wohl beeindruckendste Schneeerlebnis seit Jahren beschert hat. Das glitzernde Weiß fehlt heuer leider. Wer auf Kunstschneegeschiebe auf überfüllten Pisten verzichten will, dem seien Winterwanderungen ans Herz gelegt. Sie lassen den Winterspeck, der sich in den letzten Wochen angesammelt hat, schmelzen. Wandern ist abwechslungsreicher als nur Downhill-Fahren. Weit weg vom Trubel der überfüllten Skipisten verspürt man die Alpen einmal anders. Einfach tief durchatmen und genießen. Planen Sie Ihre Touren aber genau. Denn die Sonne ist früh wieder weg. Die Gefahr, sich zu verirren, ist dann wesentlich höher als bei einer Wanderung im Sommer.
Punkte: ☐☐☐☐☐

Mit dem Bergvelo
Mountainbiking ist bei den derzeit herrschenden Temperaturen eine unterschätzte Sportart. Man muss nicht wirklich hart gesotten sein. Einfach probieren. Selbst in höher gelegenen Alpenregionen stellen leichte Tagestouren eine lohnende Alternative zur Skipiste dar.
Punkte: ☐☐☐☐

Schmelzwasser
Schwimmen ist zwar eine sehr nette Alternative, wird aber nur in Sportbecken zum Anti-Speck-Mittel. Und die gibt es nur in seltenen Fällen im Freien. In Thermalbädern sind ja nicht mehr als drei Tempi die Minute erlaubt. Und die Chemie in Hallenbädern ist meist dominant.
Punkte: ☐☐☐

Fotos: Photos.com, Löffler, Salewa

Klaus Lackner (Maximalwertung: 5 Punkte)
Dieser Test spiegelt die persönliche Meinung des Autors wider.

Frage der Woche

Glauben Sie, dass das erstarkte Wirtschaftswachstum in diesem Jahr zu einem höheren Gehalt führen wird?

Quelle: www.economy.at Grafik: economy

Buch der Woche

In der Lebensmitte und ohne Job – was nun?

Sie sind nicht mehr willig, sich einzugliedern, mit Computern fällt ihnen der Umgang ebenfalls schwer, die Bereitschaft, etwas zu leisten und sich für das große Unternehmensziel zu opfern, lässt nach, und zu viel verdienen wollen sie auch noch. Die konkurrierenden Twens hingegen sprechen vier Sprachen, haben weniger Ansprüche und sind motivierter als Über-45-Jährige – ab 50 bereitet man sich am besten überhaupt schon auf die Pension vor. Stereotypenbildung pur von Personalchefs und Human-Resources-Managern. Argumente, Scheinargumente.

Roman Valent, der selbst im 50. Lebensjahr arbeitslos wurde, zeigt in seinem Werk „Ohne Job mit 45+“ die Argumente und Lösungsansätze auf, damit man erst gar nicht in den Teufelskreis gerät, der durch die Arbeitslosigkeit in fortgeschrittenem Alter droht. Er gibt nützliche Tipps, wie man mit der neuen Situation am besten umgeht, wie man aus der Arbeitslosigkeit herausfinden kann, wie man unzählige gescheiterte Bewerbungen hinterfragt, sich auf neue Jobs vorbereitet und sich auch auf die eingangs erwähnten Phrasen einstellt.

Wer seinen Job verliert, sagen wir ab 38, nicht erst ab 45, da sei dem Autor widersprochen, muss sich derzeit auf einiges gefasst machen. Erfahrungswissen hin oder her – es zählt nur noch bedingt, ist dennoch bei neuen Aufgaben mehr als nützlich.

Gastautoren und Gespräche mit Personalberatern liefern Antworten auf die brennenden Fragen. Die Experten geben zudem nützliche Bewerbungstipps. Eine individuelle Stärken-/Schwächen-Analyse soll dem Betroffenen helfen, die Sinne für die neue Situation zu schärfen, aber auch motivieren, neue Wege zu gehen. *jake*

Roman Valent:
Ohne Job mit 45+
Goldegg, 2006, 16,90 Euro
ISBN 3-901880-78-X
www.generation45plus.at

Termine

● **Google-Marketing.** Zwei Spezialseminare liefern das nötige Know-how, um bei Suchmaschinen wie Google auf den besten Positionen zu landen: Im Suchmaschinen-Marketing-Seminar am 31. Jänner werden konkrete Anleitungen zur Verbesserung von Websites gezeigt, damit diese von Suchmaschinen optimal erfasst und bewertet werden. Das Google-Ad-Words-Seminar am 1. Februar liefert eine Profieinschulung in das Ad-Words-Werbe-System von Google und zeigt, wie Werbekampagnen optimal geplant und geschaltet werden. Die beiden Seminare sind ideal für Online-Marketer, die für den kommerziellen Erfolg einer Website verantwortlich sind. Die Seminare finden im IBM-Forum in Wien statt.
www.cpc-consulting.net

● **Noch ein Security Day.** Alle Plätze für den kostenlosen Security Day der Fachhochschule St. Pölten am 30. Jänner sind bereits vergeben. Daher wird die Veranstaltung am 26. Juni wiederholt. Michael Ausmann wird wieder über sein Leben als Chief Security Officer bei Raiffeisen Informatik berichten. Ernst Piller stellt in seinem Vortrag den neuen Reisepass und dessen Sicherheitsmechanismen vor. Weiters kann man aus fünf Workshops wählen.
www.fh-stpoelten.ac.at

● **Mehr als Geld.** Heimische Forschung und ihre Förderung haben in den vergangenen Jahren alles in allem eine Erfolgsgeschichte geschrieben. In internationalen Rankings finden sich die österreichischen Hochschulen, aber auch die Innovationsleistung des Landes jedoch immer wieder auf den hinteren Rängen. Damit internationales Niveau erreicht werden kann, müssen traditionelle Modelle der Innovationspolitik und -finanzierung laufend hinterfragt und optimiert werden. Und genau darüber wird beim nächsten (kostenlosen) APA-Branchentreff am 30. Jänner ab 19 Uhr diskutiert.
http://branchentreff.apa.at

● **Wiener Vorlesungen.** Ausblicke in die gesellschaftliche Zukunft bieten die nächsten Wiener Vorlesungen. Den Beginn macht am 31. Jänner Georg Wick, der über „Altersforschung – Vom programmierten Zelltod zur Pensionsreform“ referieren wird. Beginn ist um 19 Uhr im Festsaal des Wiener Rathauses. Am 28. Februar folgt ein Vortrag von Heinz Faßmann zum Thema „Sterben wir aus? Bevölkerungsentwicklung in Österreich“. Am 14 März folgt „Völkermord im 20. Jahrhundert“ von Wolfgang Benz.
www.wien.gv.at/kultur/abteilung/vorlesungen

Leben

Alexandra Riegler

Warten auf den Fall

Barack Obama ist glaubwürdig. Zwar redet und schreibt er anhaltend über eine Wende hin zu anständiger Politik, die von noblen Motiven getriebene Leute verschiedener Fraktionen an einen Tisch bringt – und bei aller Bereitschaft zu politischer Leidenschaft: Wer kann das schon glauben? Aber er spricht die Zweifel seiner Zuhörer an, die sich dadurch wohlig ertappt fühlen, worin sich, gemeinsam mit einer tadellosen Politikvergangenheit, seine derzeitige Authentizität begründet. In den USA tut eine Wende so not wie schon lange nicht mehr. Das regt zu historischen Vergleichen an: Obama, der neue Kennedy, sagen die einen, der das Land entzweit gar wie zu Nixons Zeiten, sagen die anderen. Sätze wie „Was uns zusammenhält, ist stärker als das, was uns trennt“ verbreiten daher nicht das Flair von Erweckungsgottesdiensten: Zum viel zitierten „sturen Optimismus“ bereit, wollen die USA repetitiv vom Guten erfahren, das kaum mehr zwei Jahre entfernt sein könnte.
Politische Beobachter besprechen seine weiße Weste, die nur so unbekleckert ist, weil „Obambi“ erst kürzlich in die Politik einstieg. Denn darüber herrscht Konsens: Tugend ist nur eine Frage der Versuchung. Ein anschauliches, alle vier Jahre aktuelles Beispiel dafür liefert das österreichische Kanzleramt: eine klassisch leckere Belohnung, die, in Aussicht gestellt, Wahlversprechen, Ehre und politische Überzeugungen vergessen lässt. Obamas Rockstar-Status nimmt unterdessen zu. Die Mischung aus Klugheit, Charisma und der Begeisterung, dass das eigene Land bereit für einen afroamerikanischen Präsidenten sein könnte, zieht immer mehr in die Hochstimmung rund um den Newcomer. Mit dem Medienrummel steigt auch die Besessenheit hinsichtlich seines mögliches Stolperns. Immerhin geht es um Politik, da hat jeder seinen Preis. Und eigentlich wüssten wir ja gar nicht, was tun, wenn es einmal anders wäre.

Beatrix Beneder

Emanzipation macht schwanger

„Kinder statt Partys“ wollte die Ex-Ministerin Gehrer, stattdessen bekam Österreich sinkende Geburtenzahlen und dramatische Einkommensverluste beim Berufswiedereinstieg. Das „Kindergeld für alle“ war im Hinblick auf die Gleichstellung fast so ein Flop wie die Grippemasken im derzeitigen Wärmewinter. Aufzuchtprämien bereiten den Menschen keine Lust auf Familie. Selbst Strafabzüge bei der Pension können Singles nicht von der Familiengründung überzeugen. Die Politiker hätten sich einfach nur an die europaweite Faustregel halten müssen: ie näher zum Papst, desto weniger Kinder, wie Italien eindrucksvoll beweist. Aber: Je mehr Gleichberechtigung herrscht, desto höher ist die Kinderanzahl. Unsere nördlichen Nachbarn zeigen schon lange vor, wie man Eltern dabei unterstützt, Beruf und Familie unter einen Hut zu kriegen: hohes Karenzgeld, gute Kinderbetreuungsinfrastruktur und eine familienfreundliche Unternehmenskultur. Wer den Weg Matura – Magistra – Mamma einschlägt, bleibt nicht zu Hause, bis die Kleinen groß sind. Erwerbstätigkeit gehörte schon immer zur Biografie von Müttern. Gleichberechtigung heißt, Schranken abzubauen und Väter in die Pflicht zu nehmen. Die Zahl der kinderlosen Frauen ist konstant, nur die Kleinstfamilie ist im Vormarsch. Wer einen geringfügig Beschäftigten zu Hause sitzen hat, schafft das maximal mit zwei Kindern – Supermodels und deren Betreuungsstaat ausgenommen. Den Kinderwagen durch Schönbrunn schieben reicht nicht. Sonntagsväter, die vielleicht die Kinder zur Betreuung bringen, genügen auch nicht. Väterkarenz, Pflegeurlaub und abends statt dem Feierabend-Bier im Supermarkt einkaufen gehen muss zur Norm werden. Solange zum Kindermachen noch zwei gehören, sollten beide diese auch aufziehen.

Djaly, der einzige Hellseher auf TV-Kanal W24 mit Unterhaltungswert: Eine Handvoll hingeworfene Muscheln geben uns Antworten auf alle offenen Fragen der Zukunft. Foto: Rohrhofer

In sechs Monaten wird sicher alles besser

Call-in-Fernsehen entwickelt sich immer mehr zum Volkssport.

Michael Liebminger

Begonnen hat alles mit den Fernsehquizshows und dem Aufruf zum Anrufen. Eins plus eins musste zusammengezählt werden. Während der telegene Moderator uns Zusehern einzureden versuchte, dass diese Aufgabenstellung wohl keiner mehr lösen könne, dachten wir „Trottel!“ und drückten wettkampfmäßig die Telefontasten, bis die Finger rauchten. Auf Sendung kam minutenlang trotzdem niemand. Angeblich werden so auf ATV innerhalb von 60 Minuten fünfstellige Euro-Summen verdient, die im unteren Drittel angesiedelt sind (laut Auskunft eines Mitarbeiters, der Wert auf seine Anonymität legt).

Findige Unternehmer entwickelten bald schon die Möglichkeit, sich nun auch das Glück, das Berufsleben, die Liebe und so weiter via Fernsehen vorhersagen zu lassen. Immerhin schenken rund 50 Prozent der Österreicher den Horoskopen Glauben, während die Deutschen jährlich 150 Mio. Euro in diese Form der „Zukunftsforschung“ investieren.

Also legen seriös wirken wollende Menschen nun Karten, beobachten Glaskugeln oder errechnen mit dem Computer ihre Voraussagen, um vor allem die Zielgruppe Frauen anzusprechen.

Unser Freund Djaly

Manche agieren dabei wie gute Verkäufer. Sie stellen zuerst ein paar Fragen, um das neu gewonnene Wissen umgehend zu nutzen. Andere agieren wie ein guter Freund, den man auch um ein Uhr nachts anrufen darf, um ihn um Rat zu bitten. Djaly (Kanal W24) ist so einer. Denn während viele maximal eine Frage beantworten, wirft Djaly, der die Hellsicht von seinem Großvater hat, seine Muscheln mehrfach ins geflochtene Körbchen. Kurz kratzt er sich am Bärtchen, bevor er seine Prophezeiungen lächelnd vorträgt.

Sie alle agieren aber nach Robert K. Mertons Theorie der selbsterfüllenden Prophezeiung. Diese erfüllt sich, weil sie erwartet wird und der Angesprochene auf seine Umwelt eben den entscheidenden Einfluss nimmt. Scheinbar benötigen wir wie im Märchen einen sprechenden Spiegel, der uns mitteilt, wo es langgeht. Immerhin wertet das die Zunft zahlreicher Consultants maßgeblich auf. Erschreckend bleibt allerdings die Fantasielosigkeit der Fernsehpropheten, denn erst „in sechs Monaten wird alles besser“. Selbsterfüllung benötigt eben Zeit, wodurch augenblicklich die Sommermonate der Renner sind. Fragen Sie Djaly! „Ach, das passiert schon nächste Woche!“

Consultant's Corner

An Innovative Kick-off

Becoming more innovative is a universal goal – shared by the individual and their employer. Leaders like Jack Welch, viewed as „old fashioned“, nevertheless knew how to drive innovation, take risks, envision a drastically different future. They knew the most important thing about innovation is what leads up to it and the environment. According to Ted Santos and Deborah Brown (*American Management Association*, Dec 06, Vol 1, Nu 12), CEO's open to challenging their people by „creating a problem“ , and then getting out of the way so that others can solve it, leads to innovation such as Sony's Walkman. Keys to creating an innovative culture include creating courage, strong management-employee communication, unwillingness to rest on previous success ensuring resources, providing clear goals *and* letting go. Truckloc, a provider of tracking and tracing solutions using GPS technology is one example of innovative expansion into a spin-off by using the problems of the original relocation company. Kicking-off to the new year, perhaps one resolution can be to replace complacency with optimism, to welcome problems and make sure those who can use them to recreate the company are the real ones in charge. And if you are the boss, that means stepping aside!

Lydia J. Goutas, Lehner Executive Partners