

Phrasen treiben obenauf

Mit Stimmungsmache vom Reißbrett verkaufen Spin-Profis dem Wahlvolk Illusionen.



Mario Koepl

Sie sind ja schon im regulären Alltag mehr als nur umtriebiger. Sie schaffen brandneue Idole, machen aus jeder noch so unattraktiven grauen Maus einen leuchtenden Medienstar oder verkaufen eine durch und durch unpopuläre Idee als ideale, längst überfällige und lang erwartete Lösung aller Probleme. Sie färben schön, sie verkehren Realität in Fiktion und sie befördern die breite Öffentlichkeit mit wohlgesetzten Phrasen und rhetorischer Eloquenz in einen Zustand der Akzeptanz. „Spin doctors“, so die langsam auch bei uns Fuß fassende US-amerikanische Bezeichnung der PR-Berater, Kommunikationsprofis oder Mediengurus, sind aus dem Alltag der großen Konzerne, des Showbiz oder der Politik nicht mehr wegzudenken.

Zu einer ganz speziellen Zeit laufen die Wunderwuzzis der Kommunikationsbranche aber zur absoluten Hochform auf. Dann nämlich, wenn der angebliche Souverän wieder einmal zu den Wahlurnen gerufen wird, um Bilanz zu ziehen und um die Weichen für neue oder alte Machtverhältnisse zu stellen. Im Wahlkampf findet so

manche PR-Agentur und so mancher rhetorisch blendende Personenberater seine ultimative Herausforderung und Bestimmung. Dass dabei der Grad zwischen Wahrheit und Dichtung, zwischen unverfälschter Lüge und gnädiger Unwahrheit und zwischen Volksverdummung und Umschmeichelungen geradezu unerschämte dünn ist, ist wohl nur den letzten Fantasten und Naivlingen unter uns nicht bewusst.

Alles Schimäre oder was?

Diese Frage stellt sich für hartgesottene Public Relations-Profis oder parteipolitische Medienberater erst gar nicht. Da werden Begrifflichkeiten wie Wahrheit, Sicherheit, Erfolg

und Zukunft in einer Dichte verwendet, als befürchte man, dass sie sonst aus der Mode kommen. Die hohe Kunst der politischen Kommunikation (besonders) in Zeiten des Wahlkampfes verlangt nach schönen Worten und geschmeidigen Protagonisten und nicht nach Inhalten, Alltagsrealitäten oder Fakten. In der Theorie wäre alles ja so schön und kuschelweich. Doch selbst wenn heimische Spitzenagenturen wie jene des Netzwerks PR Group Austria auf Anfragen und in Präsentationen stets treuherrlich behaupten, dass Ethikstandards lebenswichtig wären, dass man die Wahrheit der getätigten Aussagen ins Zentrum der Überlegungen stelle und dass PR-Berater und Agenturen so

manchen Klienten, der dem Anforderungsprofil von „political“ oder „corporate ethics“ nicht so ganz entspricht, einfach ablehnen, so muss man mit Blick auf so manche Partei und deren öffentlich in den Raum gestellten Programm ernsthaft fragen, ob dies nicht eine neue klitzekleine Unwahrheit darstellt.

Selbst der Kommunikations- und Medienstar John Saunders, Regionaldirektor Europa von Fleishman-Hillard und Präsident der ICCO (International Communications Consultancy Organisation), die 25.000 Profis und 850 Agenturen in 28 Ländern vertritt, muss eingestehen, dass die PR-Welt auch in der Politik noch nicht so heil ist wie erwartet: „Im Endeffekt erhält ja Gott sei Dank jeder die Reputation, die er wirklich verdient, aber natürlich gibt es auch bei der politischen Kommunikation enorme Defizite. Man sagt es nicht gerne, aber es gibt leider mehr als nur ein paar schwarze Schafe, wenn es um Spitzenetats oder mögliche Folgeaufträge geht. Wir brauchen in dieser Branche dringend eine neue Qualität der Kommunikation und wir müssen endlich erkennen, dass PR nicht ein Süßstoff ist, der saure Situationen populär und schmackhaft machen soll. Der Industriestandard muss gehoben werden. Wir müssen uns auch in der politischen PR vor den Spiegel stellen und uns fragen, ob unsere Bemühungen überhaupt genug und vor allem dem Volk gegenüber wirklich ehrlich sind.“

Editorial

Endlich haben auch Österreichs Medien Europa-Niveau erreicht. Stolz sollten sie darauf nicht sein. Denn der Preis dafür ist der Verlust jeder Kommunikationskultur. Anstatt zu berichten und maximal zu kommentieren, versteht sich so mancher Medienmacher als Geschichtenmacher, und wenn er nicht bekommt, was er möchte, zückt er wie im Fall Kampusch einfach das Scheckbuch. Dass Medien bei der Kommunikation von Informationen große Verantwortung haben und diese auch wahrnehmen müssen,

ist offenbar schon komplett out. Aber es gibt auch hoch dotierte Firmenchefs, für die Kommunikationskultur offenbar ein Fremdwort ist.



Ein Lehrbeispiel dafür, wie man es nicht macht, war der vom ÖBB-Chef angekündigte Inseratenbann gegen vier große heimische Zeitungen.

Und auch andere staatsnahe Betriebe sehen Kommunikation eher als Gnadenakt denn als Chance für einen Dialog. Wo die Grenzen und Chancen von Kommunikation liegen, lesen Sie in dieser Ausgabe.

Clemens Rosenkranz



Auf dem Markt Dossier Kommunikation

ab Seite 17

Alpbach: Die Suche nach den Talenten Forschung

Seite 3

Aus den Wolken: Boeing zieht den Stecker Technologie

Seite 7

Strom und Gas: Nullsummenspiel Liberalisierung Wirtschaft

Seite 13

Die Sprache: Vorprogrammierte Verletzungen Leben

Seite 21

Wie man einen absolut unwählbaren Zeitgenossen ins höchste Amt der Welt, nämlich jenes der Präsidentschaft der USA, heben kann, haben die Politikommunikationsstrategen bei George W. Bush eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Der Mann, der unbelesen, rhetorisch katastrophal und undiplomatisch ist, hat mit Hilfe von milliarden-schweren Kampagnen und auf seine limitierten Möglichkeiten maßgeschneiderte politische Öffentlichkeitsarbeit (kolportiert wird ein Zwei-Jahres-Etat von 1,6 Mrd. US-Dollar, umgerechnet 1,2 Mrd. Euro, allein für die Kommunikation jenseits des Oval Office) die Mehrheit

Fortsetzung auf Seite 2



GZ: GZ 05Z036468 W
P.b.b. Verlagspostamt 1010 Wien

Quickonomy

Nachrichten



Model oder Frau von nebenan 4
Die Mehrheit der Frauen spricht sich für Realismus in der Werbung aus.



Schnellere Funknetze 6
Industrie hilft sich selbst gegen Verzögerungen bei den Standards für Funknetze.

Zahler immer moralischer 15
In Österreich hat sich die Zahlungsmoral stark verbessert. Rechnungen werden doppelt so schnell beglichen wie noch vor zehn Jahren.

Sag's mit Augenaufschlag 22
Die Mimik der Frauen ist voller Geheimnisse – anders als bei den Männern.

Test: Diktiergeräte 23
Nach dem Überspielen von Sprache auf den PC heißt es nacharbeiten. Diktiergeräte bringen dennoch Erleichterung.

Kommentare

El Dorado für Schlossbesitzer 16
Der Regierung geht es um Entlastung der Unternehmen. Versprechungen für den Bürger sind Schall und Rauch.

Langer Atem lohnt sich 16
Über Exzellenz-Universitäten zu reden ist zu wenig. Man muss es auch tun.

Sprachlosigkeit ist Trumpf 24
Inmitten einer auf Kommunikation getrimmten Zeit herrscht allgemeine, gegenseitige Sprachlosigkeit.

Copy & Paste: Plage der Unis 24
Höhere Qualität der universitären Ausbildung als Mittel gegen die Plagiatsplage.

Vergebliche Versuche 24
Urlaubende Manager gehen oft der Kommunikationstheorie in die Falle.

Standards

Special Innovation	ab 9
Zahlenspiel	14
Dossier	ab 17
Schnappschuss	22
Reaktionen auf <i>economy</i>	23
Frage der Woche	23
Beraterock	24

IMPRESSUM

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., 1010 Wien, Gonzagagasse 12/13

Herausgeber (gf): Christian Czaak

Chefredakteur: Thomas Jäkle (jake)

Redaktion: Klaus Lackner (kl), Clemens Rosenkranz (rose), Hannes Stieger (sti)

Autoren: Christian Ellison, Lydia J. Goutas, Mario Koepl, Ulrike Kohlweiß,

Antonio Malony, Alexandra Riegler, Jakob Steuerer

Illustrationen: Kilian Kada, Carla Müller

Titelbild: Bilderbox.com

Produktion und Artdirektion: Tristan Rohrhofer

Lektorat: Elisabeth Schöberl

Webredaktion: Klaus Lackner

Druck: Luigard, 1100 Wien

Druckauflage: 30.000

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



Fortsetzung von Seite 1

der Wähler beeindruckt und so den Sprung an die Spitze geschafft.

Dies gilt nicht nur für Staatsmänner rund um den Globus, sondern natürlich auch für heimische Politiker, die ebenfalls stolze Beträge in ihre Imagekampagnen und das Training für öffentliche Auftritte investieren. Ob Webseiten oder gesteuerte News aus dem Privatleben eines Finanzministers, ob Rhetorik eines Bundeskanzlers, der sich mit einem Stab von Experten im Hintergrund aus allen prekären Situationen gezielt herauschweigt oder starke Aussagen von einfachen Landespolitikern, die ohne perfektes Coaching nicht einmal das TV-Studio finden würden – nur ein sehr naiv-blauäugiger Mensch würde natürliche Kompetenz erwarten und nicht massiven Einfluss dahinter wittern.

Medien fördern das Image

Zusätzlich zu den durchwegs überaus hoch bezahlten und oft rund um die Uhr arbeitenden Profis der PR- und Beratungsmaschinerie tragen auch die Medien einen wesentlichen Teil zur Kommunikation mit dem oft für dumm verkauften Stimm-

vieh bei. Wer Dichand und die *Kronen Zeitung*, die Fellner-Dynastie – vormals mit der „News-Gruppe“ und nunmehr mit *Österreich* – oder den ORF, der trotz Neuwahl der Intendanz wohl politisch völlig unter Kuratel steht wie niemals zuvor, unter die Lupe nimmt, wird die Macht der Publikationen mit etwas Besorgnis zur Kenntnis nehmen müssen.

Mit Hilfe der führenden Medien des Landes wird nicht nur ein durchschnittlicher Teenager zum neuen Popstar, sondern auch so manche Politikerriege und ihre Partei mit viel Tamtam, etlichen alten und neuen Tricks und genau gezielten, dosierten Meldungen geradezu vom Saulus zum Paulus gepusht. Die Schwankungsbreite zwischen politischer Kommunikation und purer Propaganda sind dabei je nach Ausrichtung des Formats und nach Eigeninteressen fließend. Und wenn so mancher heimische Politiker oder Medienprofi mit aufgesetzt angewidertem Miene auf internationale Zustände der politikkommunikativen Interaktion mit dem Bürger wie in den USA verweist, wäre er gut beraten, einmal vor der eigenen Beratungsagentur- oder Parteilokaltür zu kehren. Das Endresultat der Be-

mühungen sind Wahlsiege trotz Lügen, Parlamentssitze trotz mangelnder Qualifizierung und eine weiter zunehmende Politikverdrossenheit der Massen.

Denn ein Teil der Wähler ist trotz enormer Anstrengungen der Spin-Doktoren nicht ganz so dumm wie erhofft. John Saunders sieht die Lage der politischen Kommunikation und der damit Hand in Hand gehenden Illusion für das Stimmvolk klar: „Die Zeit ist gekommen, wo sich die PR-Profis eingestehen müssen, dass mit der Verbreitung des Internets und der Blogs auch ihr Einfluss kleiner wird. Menschen fordern Wahrheit, lehnen Bevormundungen von oben ab und übernehmen zunehmend die politische Kontrolle mit eigener Meinungsbildung. Das wäre eine Chance für eine neue politische Kommunikation, denn PR ist die einzige Disziplin, die mit Kommunikation von unten nach oben umzugehen versteht.“

Aber selbst diese Idee ist zu einem großen Teil noch Wunschenken, denn statt ethisch neu ans Werk zu gehen, werken auch im aktuellen Wahlkampf von Agenturen und Parteien bezahlte und geschulte Kampfpoter, die es ja schon so lange wie Internetforen selbst gibt.

economy überholt Wirtschaftsblatt bei verbreiteter Auflage

ÖAK bestätigt österreichweit 29.252 Stück verbreitete Auflage für economy.

Laut den aktuellen Zahlen der Österreichischen Auflagenkontrolle (ÖAK) liegt *economy* mit 29.252 Stück verbreiteter Auflage im zweiten Quartal 2006 und durchschnittlich 30.699 Stück für das gesamte erste Halbjahr nun bereits vor dem *Wirtschaftsblatt* für das 28.808 Stück im zweiten Quartal und 29.851 Stück für das erste Halbjahr ausgewiesen werden. Die aktuelle Erhebung zeigt weiters, dass die ehrgeizigen Auflagenzahlen und vor allem die gleichmäßige Verbreitung im gesamten Bundesgebiet konstant bleiben. Stolz sind wir auf eine rund 95-prozentige Verbreitung beziehungsweise Ausschöpfung der Druckauflage (32.865 Stück im ersten Halbjahr und 30.695 Stück im zweiten Quartal). Damit bestätigen wir der Werbewirtschaft weiterhin die flächendecken-

de Verbreitung in ganz Österreich.

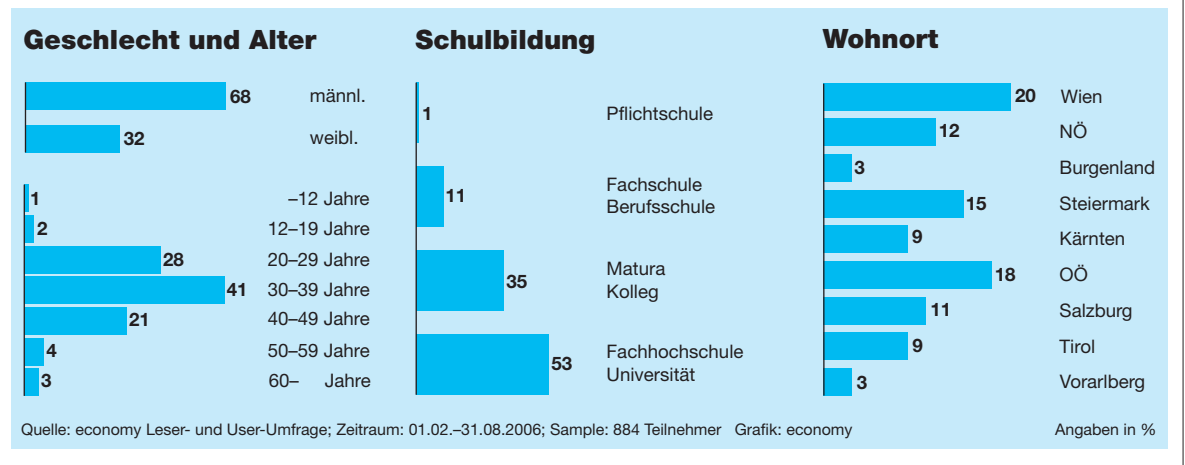
Um eine österreichweite Erreichung der wirtschaftsaffinen Zielgruppen zu gewährleisten, war die Strategie vom Start weg auf eine gleichmäßige Verbreitung in ganz Österreich angelegt. Wie die aktuellen Zahlen zeigen, liegen exakt 37 Prozent der Auflage im Westen, 24 Prozent im Süden und 39 Prozent im Osten und Norden. Maßgeblich dafür war auch die Ausweitung der Verbreitung über Selbstbedienungstaschen auf die Zentren und Universitäten aller Landeshauptstädte (ausgenommen Salzburg).

Junge gebildete Leserschaft

Laufende Befragungen unserer LeserInnen und UserInnen über Zeitung und Website www.economy.at zeigen

dazu: Die stärkste Verbreitung hat *economy* weiterhin unter den 30- bis 39-jährigen, vor den 20- bis 29-jährigen. 53 Prozent haben Hochschulabschluss, 46 Prozent Matura oder Fachschulabschluss, zwei Drittel der Leser sind männlich, ein Drittel weiblich. Damit garantieren wir der Werbewirtschaft auch die punktgenaue österreichweite Erreichung junger gebildeter und wirtschaftsaffiner Zielgruppen.

Ausgehend von den Inhalten und der Zielgruppe, wurde mit einer verbreiteten Auflage von rund 30.000 Stück nunmehr die passende und konstante Größenordnung gefunden. Unverändert bleibt die inhaltliche Richtung: solider und unkonventioneller Journalismus für informativen Lesespaß und unternehmerischen Nutzen. *Christian Czaak, Herausgeber*



Forschung

Wettbewerb um Talente

Forschungstalente sind immer nur so gut wie das sie umgebende und verfügbare Forschungsumfeld.

Klaus Lackner

„Sich dem weltweiten Wettbewerb um die besten Köpfe und Talente stellen“ und die Universitäten als Ausgangspunkt für die Entwicklung eines „europäischen“ Silicon Valleys begreifen: Diese Vorgaben stellte Erich Gornik, der Vizepräsident des Europäischen Forums und wissenschaftliche Geschäftsführer der Austrian Research Centers (ARC), bei der Eröffnung der Technologiegespräche beim kürzlich zu Ende gegangenen Forum Alpbach in den Raum. Das Thema der Veranstaltungen lautete diesmal „Komplexität, Konvergenz, Gewissheit – Der Prozess von der Wissenschaft zur Technologie“.

Grundvoraussetzung für die Beteiligung am Wettbewerb um die besten Köpfe ist für Gornik das Vorhandensein von Spitzenforschung im Land. Diese sei

für Talente „wie Nektar für Bienen“. Mittlerweile habe man in Österreich ein Niveau erreicht, durch welches die Schaffung von zusätzlichen Kapazitäten im Bereich der Spitzenforschung wie das Institute of Science and Technology Austria (Ista) in Maria Gugging in Niederösterreich belebend für den Standort wirke. Angst, dass Grundlagenforschung sich abkapselt und nicht zur wirtschaftlichen Dynamik beiträgt, sei unbegründet, so Gornik: „Wenn die Forschung exzellent ist, strahlt sie stark in die Wirtschaft aus, wie die Regionen um die amerikanischen Top-Universitäten zeigen.“

Funktionierende Netzwerke

Positives Beispiel in Österreich seien etwa die Institute im Wiener Biozentrum, das Institut für Molekulare Pathologie und das Institut für Molekulare Biotechnologie, die pro ausge-

schiebener Stelle typischerweise an die 100 Bewerbungen aus aller Welt erhalten würden.

Die innovativsten Zentren der Welt wie die als Silicon Valley bekannte Region um die Universität Stanford, die Region in Boston um die Harvard-Universität und das Massachusetts Institute of Technology (MIT) sowie jene um die Universität Cambridge in England würden sich durch ein funktionierendes Netzwerk aus Wissenschaft, Start-ups und erfolgreiche Großunternehmen auszeichnen, meinte Gornik. So entwickle sich eine Innovationsdynamik, die keiner weiteren Maßnahmen und Förderungen bedürfe.

Im Silicon Valley würden etwa 500.000 Beschäftigte das Brutto sozialprodukt Österreichs erzeugen. Ausgangspunkt dieser Entwicklung seien „immer Universitäten mit Forschung auf höchstem Niveau gewesen, die

die qualifiziertesten Talente angelockt haben“. Vergleichbare Regionen auf dem europäischen Festland gebe es im Augenblick nicht. In Österreich gehe man derzeit den richtigen Weg, neben der Verstärkung der angewandten Forschung auch die Kapazitäten in der Grundlagenforschung auf höchstem Niveau deutlich zu erhöhen.

Studenten fördern

„Let them completely loose“ (Gebt ihnen völlige Freiheit) – das dürfte im Kern das Rezept dafür sein, im globalen Wettbewerb junge Talente anzuziehen. Zumindest waren sich in diesem Punkt die Teilnehmer einer Podiumsdiskussion zum Thema „Der Wettbewerb um Talente“ einig. „In meinem Fall haben die USA den Wettbewerb gewonnen“, sagte die aus Österreich stammende Physikerin Claire Gmachl, Professorin an

der Spitzen-Universität Princeton. Der Grund dafür sei, dass in den USA Wissenschaftlern ein Umfeld zur Verfügung gestellt werde, das sich durch „unglaubliche Unabhängigkeit für junge Forscher und reichhaltige Ressourcen, etwa an Fördermitteln“ auszeichnen würde.

„Talente sind immer so gut wie das Forschungsumfeld, das zur Verfügung steht“, ist Gmachl überzeugt. In Princeton zu lehren sei ein Privileg, denn es würden dort nur die besten Studenten genommen. „Wir haben die talentiertesten Studenten“, unterstreicht Gmachl. Dennoch sei die Uni weniger elitär, als es scheint. Rund die Hälfte der Studenten würde finanzielle Unterstützung erhalten. Vor einiger Zeit habe der Lehrkörper beschlossen, die Anforderungen höher zu schrauben.

Fortsetzung auf Seite 4

Advertorial

High-Tech-Projekte in Niederösterreich: Krems baut Biotechnologie-Kompetenz aus

Wirtschaftslandesrat LH-Stv. Ernest Gabmann: „Im April 2004 startete das Land Niederösterreich das Technopol-Programm mit dem Ziel, Niederösterreich als Top-Technologiestandort zu positionieren. Wir sind auf dem besten Weg dahin. Unsere Investitionen in die Hochtechnologie zahlen sich sichtlich aus.“

Technologie ist der Wirtschaftsmotor Nummer eins, der das Brutto sozialprodukt in Regionen mit hohem High-Tech-Anteil um ein Vielfaches wachsen lässt. „Da neue Entwicklungen das ‚Um und Auf‘ für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens sind, legt das Land Niederösterreich einen besonderen Schwerpunkt auf Technologie und setzt kontinuierlich entsprechende Maßnahmen um“, betont Wirtschaftslandesrat Landeshauptmann-Stellvertreter Ernest Gabmann. Das Technopol-Programm Niederösterreich wird an den drei Standorten Krems, Tulln und Wiener Neustadt zu den Schwerpunkten Biomedizin, Umwelt- und Agrarbiotechnologie und „Modern Industrial Technologies“ erfolgreich umgesetzt.

Wiener Neustadt: „IMA“ in Vollbetrieb

So wurde der Technopol Wiener Neustadt um ein drittes Kompetenzzentrum reicher – nach den beiden Kompetenzzentren für Elektrochemie (EICHEM) und Tribologie (AC²T) ging das Integrated Microsystems Austria (IMA) – Zentrum für Mikrosystemtechnik in Vollbetrieb. Ziel von IMA ist es, die Schlüsseltechnologie Mikrosystemtechnik national verstärkt einzuführen und langfristig zu etablieren.



Wirtschaftslandesrat Landeshauptmann-Stellvertreter Ernest Gabmann

Forschungskonzept in Krems bestätigt

Kürzlich wurde an der Donau-Universität Krems ein 5-Jahres-Forschungskonzept unter dem Titel „Zukunftsperspektive 2006 – 2010“ mit dem Zentrum für Biomedizinische Technologie (ZBMT) abgeschlossen. Fazit: Die gute Arbeit des ZBMT wurde bestätigt. „Das Konzept sieht die Stärkung

und Weiterführung der wissenschaftlichen Top-Leistungen der ZBMT-Forschergruppe im Bereich medizinischer Biotechnologie und Verfahrenstechnik vor“, freut sich Wirtschaftslandesrat LH-Stv. Ernest Gabmann.

Neue Analytik-Plattform in Tulln

Am Technopol Tulln wurde heuer eine Analytik-Plattform eröffnet und der neue Gerätepark des IFA-Tulln für den Bereich (Bio-) Analytik vorgestellt. Der Gerätepark des IFA-Tulln konnte in den letzten zwei Jahren auf internationales Spitzenniveau gebracht werden. Um rund € 2 Millionen wurde zum Beispiel die Einrichtung eines neuen Zellkulturlabors finanziert.

Regionales Innovations System RIS bietet Unterstützung auf breiter Basis

Ein weiteres Angebot des Landes, mit dem die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmer gestärkt wird, ist das Regionale Innovations System (RIS) der NÖ Wirtschaftsförderung. 2006 konnten in Brüssel Gelder für die Weiterentwicklung von RIS lukriert werden und so steht ein Projektbudget von € 2,8 Millionen für vier neue Unterstützungsaktionen zur Verfügung: Der Fokus all dieser Aktionen liegt auf dem Bereich Forschung

und Entwicklung: NÖ Unternehmen werden motiviert, Innovationen, Technologien und aktuelle Forschungsergebnisse vermehrt zu berücksichtigen und damit nicht nur ihre wirtschaftliche Situation zu verbessern, sondern den Wirtschaftsstandort Niederösterreich im Ganzen zu stärken.



Informationen:
Wirtschaftsförderung
Niederösterreich
Mag. Irma Priedl
Tel.: 02742/9005-16123
www.wirtschaftsfoerderung.at

Bezahlte Anzeige

Forschung

Notiz Block



Hautkrebs schneller erkannt

Ein neue Technologie – die sogenannte konfokale Laserscan-Mikroskopie – wird in Zukunft eine einfache und zuverlässige Melanomdiagnose ohne jegliche Hautverletzung ermöglichen. Ein interdisziplinäres Expertenteam um Josef Smolle, Armin Gerger und Rainer Hofmann-Wellenhof von der Medizinischen Universität Graz untersuchte erstmalig mit dem Laserscan-Mikroskop systematisch Hauttumore bei knapp 120 Personen. Das Ergebnis: Die Genauigkeit beziehungsweise Treffsicherheit betrug bis zu 98 Prozent. Die Bilderqualität ist extrem hoch, die Auswertung der untersuchten Tumore passiert „in Echtzeit“ (umgehende Diagnose) und ist somit ein weiterer Erfolgsfaktor in der Früherkennung von Hautkrebs.

Helm gegen Höhenkrankheit

Vor Kurzem kehrte ein Team der Medizinischen Universität Innsbruck von einer Expedition auf den 7.134 Meter hohen Pik Lenin im zentralasiatischen Kirgistan zurück. Die Mediziner haben auf dem Berg einen

Überdruckhelm zur mobilen Behandlung von höhenkranken Bergsteigern getestet. Der sogenannte TAR-Helm konnte dabei bereits erfolgreich in der Therapie des Höhenlungenödems eingesetzt werden. Die akute Höhenkrankheit fordert jedes Jahr zahlreiche Todesopfer unter Höhenbergsteigern. Durch den geringen Sauerstoffgehalt kann sich in großen Höhen ein lebensbedrohliches Hirn- und Lungenödem entwickeln.

Comet her für mehr Forschung

Competence Centers for Excellent Technologies (Comet): Unter diesem Titel startet am 1. Oktober eine Ausschreibung für ein neues Programm zum Auf- und Ausbau von Kompetenzzentren in Österreich. Es baut auf den Erfahrungen aus den auch international als Best-Practice-Modell anerkannten Kompetenzzentren-Programmen K-plus, K-ind und K-net auf und setzt diese in eine Strategie um, die die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Wirtschaft auf drei Ziele konzentriert: Bündelung der Ressourcen, internationale Vernetzung und Forcierung von Forschung auf allerhöchstem Niveau. Dafür werden 50 bis 60 Mio. Euro jährlich aus Bundesmitteln zur Verfügung gestellt. Dazu kommen weitere Mittel aus den Bundesländern, die ihre Unterstützung bereits zugesichert haben. Zahlreiche österreichische und internationale Forschungsunternehmen haben bereits ihr Interesse an den neuen Programmen bekundet. *kl*

Im Fördertopf

Zur Förderung professioneller und verantwortungsvoller Öffentlichkeitsarbeit verleiht das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit alljährlich den „Staatspreis für Public Relations“. Mit dieser Auszeichnung will man zur Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit Österreichs als Hauptbestimmungsfaktor für Wachstums- und Einkommensentwicklung unter Berücksichtigung eines hohen sozialen und ökologischen Standards beitragen. Mit der Ausrichtung und Organisation des Staatspreises ist der Public Relations Verband Austria (PRVA, www.prva.at) beauftragt. Einsendeschluss für dieses Jahr ist der 15. September. Ausgezeichnet werden besondere Leistungen auf dem Gebiet der Public Relations, die im Rahmen einer PR-Konzeption realisiert worden sind und deren Abschluss in den Zeitraum zwischen 1. Jänner 2005 und 30. Juni 2006 fällt. In Betracht kommen nur PR-Arbeiten, die unternehmerische Leistungen betreffen, die den relevanten Zielsetzungen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit entsprechen. Diese Ziele sind unter anderem das Erreichen einer hohen und marktgerechten Qualität von Produkten und Dienstleistungen sowie die Berücksichtigung der Notwendigkeit eines sozial verträglichen und umwelt- sowie ressourcenschonenden Wirtschaftens. *kl*



Wissenstransfer: Hochschul-Absolventen stellen ihre Arbeiten vor

Realismus in der Werbung

Lieber Topmodels oder die Frau von nebenan? Eine Studie zeigt auf.

Ulrike Kohlweiß

In der Werbung dominieren nach wie vor Bilder von Frauen, die gemäß dem Schema „schlank, hübsch und jung“ dem vorherrschenden Schönheitsideal entsprechen. Gleichgültig ob mit bekannten weiblichen Personen, sogenannten Celebrity Testimonials, oder mit nicht prominenten Frauen: Konzerne werben gerne mit perfekt geformten Frauenkörpern.

Dieser idealistischen Frauendarstellung stehen sogenannte Real-People-Testimonials gegenüber, die sich in erster Linie dadurch auszeichnen, dass die in der Werbung vorkommende Frau nicht dem gängigen Schönheitsideal entspricht. Viel mehr steht die Inszenierung als sympathische, natürliche und liebenswerte Frau im Vordergrund, die nicht fehlerlos ist.

Eine repräsentative Studie im Rahmen meiner Diplomarbeit sollte Aufschluss darüber geben, wie sich Österreichs junge weibliche Zielgruppe lieber in der Werbung repräsentiert sieht: als idealistisches Modell oder als realistische Frau. Ausgehend von dieser Forschungsfrage wurde im Rahmen einer

empirischen Studie eine Zielgruppenbefragung unter 273 österreichischen Frauen zwischen 14 und 24 Jahren durchgeführt. Den befragten Frauen wurden jeweils zwei Kampagnensujets präsentiert.

Das erste Werbesujet war eine Anzeige von Dove, die durch die Darstellung von molligeren, natürlichen Frauen den Realismus in der Werbung repräsentierte. Das zweite Sujet zeigte eine Anzeige aus derselben Produktkategorie von Lancôme, die durch die Darstellung einer schlanken, wohlproportionierten Frau den Idealismus in der Werbung repräsentierte.

Realismus statt Traumfrau

Der überwiegende Anteil der befragten jungen Frauen (57 Prozent) sprach sich für den Realismus in der Werbung aus und konnte sich mit der durchschnittlichen Frau aus der Dove-Kampagne besser identifizieren als mit schlanken Modells. 94 Prozent der Befragten fanden es „sehr gut“ beziehungsweise „gut“, dass Dove natürliche Frauen in der Werbung zeigt. Der Werbung mit natürlichen Frauen wurde laut Zielgruppenbefragung auch mehr

Glaubwürdigkeit zugesprochen (81 Prozent). Nur 17 Prozent der Befragten fanden die Werbetätigkeit des Topmodels Heidi Klum für die Fastfood-Restaurant-Kette McDonald's glaubwürdig.

Die Glaubwürdigkeit des Testimonials hängt nicht nur vom Aussehen, sondern auch von der entgegengebrachten Sympathie ab: Jene Befragten, die Heidi Klum „sehr“ beziehungsweise ziemlich sympathisch fanden, sprachen ihr auch in der Werbung für McDonald's eine höhere Glaubwürdigkeit zu.

Im Zusammenhang mit der Selbstwahrnehmung der Befragten ist mehr als die Hälfte der jungen Frauen mit ihrem Körper „zufrieden“. Lediglich zehn Prozent sind mit ihrem Körper „sehr zufrieden“, wobei die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper von der Körperfülle abhängt. 89 Prozent der Befragten wünschen sich, dass in der Werbung und in den Medien vermehrt Frauen von unterschiedlicher Figur und Attraktivität dargestellt werden.

Die Autorin ist Absolventin des Studienganges „Medienmanagement“ an der Fachhochschule St. Pölten.

Fortsetzung von Seite 3

Für Josef Penninger, Direktor des Instituts für Molekulare Biotechnologie (Imba) in Wien, ist die „komplette finanzielle und akademische Freiheit“ der Schlüsselfaktor, wenn es darum geht, die besten Leute für sein Institut zu engagieren. Denn „gute Wissenschaftler sind Anarchisten“.

Hinderlich in Österreich sei allerdings, dass man zwar „den Traum hat, den Mount Everest zu erklimmen, aber wir uns mit kleinen Problemen herumschlagen müssen, etwa ob wir im nächsten Jahr die Inflation abgeholten bekommen“.

Talent oder Geld?

Jaswant Singh, ehemaliger indischer Außenminister, kritisierte, dass Talent heute zunehmend ein Synonym für Geld sei. Man müsse sich zunehmend fragen, ob es ein Wettbewerb um Talente sei, oder ein wirtschaftlicher Wettbewerb, in dem es um Geld gehe. Andrew Herbert von Microsoft Research hob die Bedeutung exzellenter wissenschaftlicher Ziele hervor, weil diese Talente anziehen würden.

Der französische Chemie-Nobelpreisträger Jean-Marie Lehn präsentierte als Beispiel für eine französische Exzellenzeinrichtung das Institute of Supermolecular Science and Engi-



Aus Talenten Stars machen – das gilt nicht nur im Sport. Es kommt aber auch auf Rahmenbedingungen an. Foto: epa/Foersterling

neering (Isis) in Straßburg. Die besten Köpfe versuche man anzuziehen, indem man die besten Arbeitsbedingungen zur Verfügung stelle und sie völlig frei arbeiten lasse. Allerdings seien die Wissenschaftler verantwortlich für ihre Forschungsarbeiten und müssten sich regelmäßig evaluieren lassen; wohlerworbene Rechte gebe es nicht.

Nicht nur Talente braucht man, sondern auch Investitionen. Für technologiepolitische Maßnahmen im Bereich der Innovationsförderung ist das Klima derzeit offenbar sehr günstig. Grund dafür sei der Aufwärtstrend auf dem Kapital-

markt, dessen Zyklen wesentlichen Einfluss auf Investitionen im Technologiebereich hätten, erklärte einer der führenden Risikokapitalgeber Deutschlands, Helmut Schühler von TVM Capital in München. „Wir können einem führenden heimischen Konzern oder einem Risikokapitalgeber nicht vorschreiben, dass er sein Geld in Österreich investieren muss. Im Gegenteil – die Politik sollte Firmen Geld dafür geben, damit sie Standorte in Indien aufbauen. Sonst kann es passieren, dass es genau diese Unternehmen in fünf Jahren gar nicht mehr gibt“, betonte der Experte.

Special Wissenschaft

Ulrich Schubert: „Grundlagenforschung ist langwierig und kostenintensiv. Staatliche Finanzierung stellt hier eine unverzichtbare Hilfe dar, da Unternehmen, aufbauend auf den Ergebnissen der Grundlagenforschung, nur kurze Entwicklungszeiten finanzieren“, erklärt der Ordinarius für Anorganische Chemie an der TU Wien.

Chemie nimmt sich Lego zum Vorbild

Manfred Lechner

economy: Was versteht man unter Lego-Chemie?

Ulrich Schubert: Dieser Begriff bürgerte sich in den vergangenen fünf Jahren für eine bestimmte Art der molekularen Forschung ein. Ähnlich Lego-Bausteinen, beabsichtigen wir, Moleküle zu konstruieren, die unterschiedliche Funktionen bieten und zusammengesetzt werden können.

Wie kann man dieses molekulare Lego vorstellen?

Anschaulich lassen sich die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten, die solche neuen Moleküle bieten können, etwa so darstellen: Legobausteine verfügen über klar definierte Formen, Funktionen und Verknüpfungsarten. Es kann sich dabei beispielsweise um recht-

eckige Steine oder Fenstermodule für den Bau eines Hauses handeln. Weiters werden sie in unterschiedlichen Farben hergestellt, die erweiterte Gestaltungsmöglichkeiten zulassen.

Bedeutet dies, dass Sie völlig neue Moleküle konstruieren?

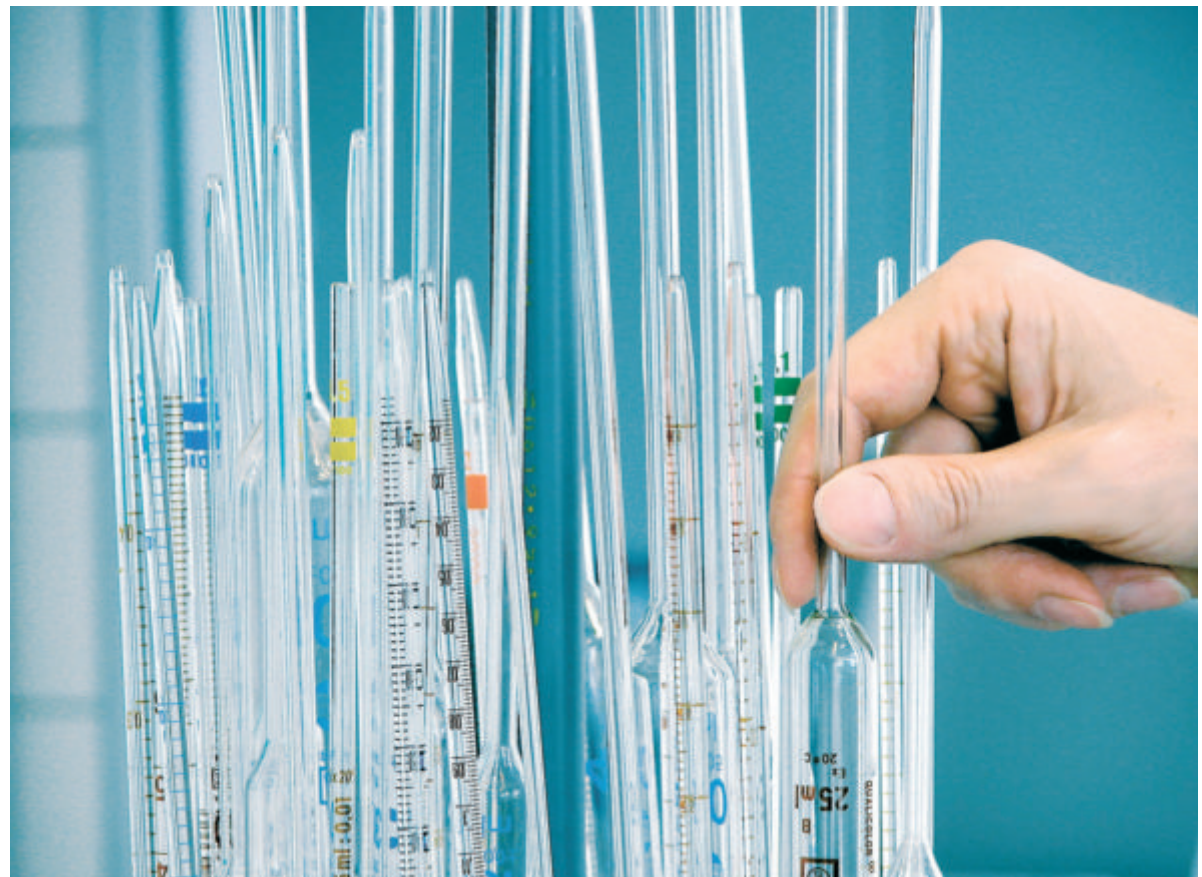
Zurzeit arbeiten wir an der Entwicklung solcher neuen Moleküle. Grundgedanke ist: Man nimmt einen Satz unterschiedlicher Bausteine, um damit etwas zu bauen, das eine größere Komplexität bietet als der einzelne Baustein. Das Ziel ist, Materialien gezielt auf molekularem Niveau zusammenzubauen und mit einer Funktion zu versehen.

Was ist an diesem Forschungsansatz neu?

Der Lego-Ansatz ist in der Tat ein völlig neuer. Wir forschen entlang der chemischen Logik, um Bausteine zu finden, die es in Zukunft ermöglichen, Materialien sozusagen am Reißbrett zu entwickeln. Es besteht die Chance, völlig neue Werkstoffe herzustellen. Beispielsweise solche, die Eigenschaften wie Keramiken haben, sich aber wie Kunststoffe verarbeiten lassen. Solche Werkstoffe lassen sich derzeit nicht herstellen.

Wie werden derzeit neue Werkstoffe entwickelt?

Bisher geschieht dies empirisch. Vereinfacht gesagt, es wird so lange probiert, bis man den Werkstoff mit den ge-



Bis zur Praxisreife neuer Erkenntnisse, die von Grundlagenforschern gewonnen werden, vergehen in der Regel zehn bis 20 Jahre. Foto: Bilderbox.com

wünschten Eigenschaften gefunden hat. Status quo ist, dass ausschließlich bekannte Materialien zur Verwendung gelangen, die optimiert werden. Daher lässt sich sagen, dass die Materialwissenschaft inklusive der Nanotechnologie eine konservative ist, da sie meist nur mit schon sehr lange bekannten Grundmaterialien ihr

Auslagen findet. Aus diesem Grund ist es notwendig, völlig neue Wege in der Grundlagenforschung zu gehen.

Wie wichtig sind staatliche Förderungen?

Ergebnisse der Grundlagenforschung finden erst zehn bis 20 Jahre später in neuen Produkten ihren Niederschlag,

bringen daher kurzfristig keine Gewinne. Da Unternehmen in viel kürzeren Zeithorizonten rechnen müssen, ist staatliche Förderung unverzichtbar. Sie ist eine Investition in die Zukunft, da Grundlagenforschung die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit des Standorts gewährleistet und die Erhaltung des Know-how-Vorsprungs sicherstellt.

Steckbrief



Ulrich Schubert ist Ordinarius für Anorganische Chemie, TU Wien. Foto: Wilke

Mathematik erfahren – spielerisch lernen

Privatinitiative eines Wiener Mathematikers ließ einen Erlebnisraum und ein Wissenschaftsmuseum entstehen.

Das Wiener Haus der Mathematik (HdMa), gegründet vom pensionierten Mathematiklehrer Gerhard Lindbichler, kann seit seiner Eröffnung im Jahr 2003 auf eine außerordentlich erfolgreiche Vergangenheit zurückblicken. Wiewohl es an nur drei Wochentagen geöffnet ist, konnten bisher 8.000 Besucher begrüßt werden.

Interesse wecken

„Was die nahe Zukunft bis Weihnachten betrifft, sind wir auch schon fast ausgebucht“, erklärt Lindbichler, der während seiner beruflich aktiven Zeit zwischen 1975 bis 1984 am Wiener Pädagogischen Institut über 1.000 Mathematiklehrer ausgebildet hat. „Initiativen wie das Haus der Mathematik sind zu begrüßen, da sie einen niederschweligen Zugang bieten und

vor allem Jugendliche für die fälschlicherweise als trocken und schwierig etikettierte Mathematik begeistern können“, erklärt Daniel Weselka, Abteilungsleiter für Natur- und Formalwissenschaften im Wissenschaftsministerium. Das HdMa ist in fünf Bereiche unterteilt, nämlich Museum, Erlebniswelt, Bildung, Wissenschaft und Umgebung.

Im Museumsbereich wird mittels einer anregenden und leicht fassbaren Präsentation die Geschichte der Mathematik dargestellt. Ausstellungsstücke sind historische Fachbücher und Rechenmaschinen, darunter die kleinste Rechenmaschine der Welt. Die Erlebniswelt bietet Kindern ab der vierten Schulstufe und Jugendlichen die Möglichkeit, spielerisch und experimentell Zugang zu

mathematischen Fragestellungen und ihren Beantwortungen zu entdecken. Wichtig ist Lindbichler das Motto „Nicht-Berühren verboten“, denn er setzt darauf, dass Besucher „durch Angreifen begreifen“. Für Kinder besonders interessant ist die große Rechenmaschine, auf der mit Ping-Pong-Bällen gerechnet werden kann.

Zusatzangebote

Der Bereich Bildung wurde von Lindbichler so strukturiert, dass zusätzlich zum Schulunterricht die Möglichkeit besteht, mittels Videos, Software und Internet-Angeboten an mathematischen Fragestellungen zu arbeiten. Der Bereich Wissenschaft soll hingegen Mathematikstudenten zusätzliche Möglichkeiten zur Auseinandersetzung mit moderner Mathe-

matik bieten. Um für ein breites Angebot zu sorgen, arbeitet das HdMa mit mehreren mathematischen Universitätsinstituten zusammen. Besonders am Herzen liegt Lindbichler, sein Haus als Museum und Aufbewahrungsstätte für das Erbe großer Mathematiker zu positionieren. So bewahrt er etwa den Nachlass des österreichischen Mathematikers Leopold Vietoris auf. Vietoris schuf in den 20er Jahren des vorigen Jahrhunderts als mathematischer Grundlagenforscher die Voraussetzungen, die heute für den raschen Bilddatenaustausch im Internet genutzt werden. Weiters bietet der Museumsbereich mehr als 50 mathematische Spiele – darunter auch Nachbauten von historischen Spielen –, die zum Ausprobieren, Rechnen und Erforschen für Kinder

und Erwachsene bereitstehen. Das HdMa befindet sich in der Waltergasse 16, 1040 Wien, und ist mittwochs und freitags von 9 bis 12 Uhr sowie samstags von 10 bis 12 Uhr geöffnet – ausgenommen Schulferien und Ferientage. malech

www.hausdermathematik.at

Grundlagen der Wissenschaft

(Teil 11 der Serie)

Erscheint mit finanzieller Unterstützung durch das Zukunftsmuseum: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy. Redaktion: Ernst Brandstetter. Der zwölfte Teil erscheint am 22. September 2006.

Technologie

Schnellere Funknetze

Industrie und Kunden wollen WLAN-Funknetze, die so schnell sind wie drahtgebundene LANs. Der entsprechende Standard wurde mehrmals verzögert. Die Industrie hilft sich nun selbst und bietet bereits Produkte an, ohne auf die offizielle Absegnung zu warten.

Hannes Stieger

Wireless Local Area Networks (LAN), also drahtlose Computernetzwerke, haben sich mittlerweile als De-facto-Standard etabliert. Doch immer noch gibt es Nachteile gegenüber herkömmlichen Netzwerken – vor allem die Geschwindigkeit befindet sich noch lange nicht auf dem Niveau drahtgebundener Netze: Bei den rasant steigenden Datenmengen fällt dies immer mehr ins Gewicht.

Aber ein entsprechender internationaler Standard, der entsprechende Technologien absegnen soll, verzögert sich ständig. Mittlerweile wartet die Industrie nicht mehr auf die Ratifizierung des „IEEE 802.11n“ genannten Standards, sondern bietet bereits eigene Produkte an. Das Industriekonsortium Wifi Alliance – ihm gehören 275 Unternehmen an – will nicht mehr auf die Freigabe der IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) warten und zertifiziert seit Kurzem Geräte nach einem eigenen Prä-Standard. Ursache für die Verzögerung des 802.11n-Standards ist eine Kommentarflut zum ersten Entwurf, der Anfang 2006 ver-

öffentlicht wurde. Nicht weniger als 12.000 Kommentare sind dazu eingegangen, die nun von den Verantwortlichen des IEEE bearbeitet werden müssen. Allein aufgrund der großen Anzahl wird sich die zweite Version des Entwurfs verzögern, sodass über die endgültige Version nun nicht mehr heuer im Herbst, sondern erst im Frühjahr 2007 abgestimmt werden kann.

Bis zu 600 Megabit/Sekunde

Während aktuelle Funknetze nach den Standard-802.11 a/b/g-Daten mit maximal 54 Megabit pro Sekunde übertragen, soll der kommende Standard IEEE 802.11n Funknetze mit theoretisch bis zu 600 Megabit pro Sekunde ermöglichen und so die drahtlosen Netzwerke gleich schnell oder schneller als herkömmliche, kupfergebundene LANs (Local Area Networks) machen. Herzstück des Standards ist die Verwendung mehrerer Antennen und die überarbeitete Signalverarbeitung. Unter dem Stichwort Mimo (Multiple Input, Multiple Output) soll einerseits der Datendurchsatz gegenüber herkömmlichen WLANs vervielfacht und andererseits die Reichweite der



Standards sind wichtig, um Technologie zügig auf den Markt zu bringen – auch wenn es nur um Hydranten geht. Foto: Andy Urban

Funknetze erhöht werden. Langfristig wird 802.11n die bestehenden WLAN-Standards ablösen und die Nachfolge von 802.11g antreten, dem Standard, der allen derzeitigen WLAN-Produkten zugrunde liegt.

Produkte wie WLAN-Karten für Laptops, Router und Basisstationen sind bereits von diversen Herstellern auf der Basis der bisherigen 802.11n-Entwürfe erhältlich. Die Übertragungsgeschwindigkeiten betragen bis zu knapp 300 Megabit pro Sekunde, das ist sechs Mal schneller als herkömmliche Funknetze. Router sind bereits unter 150 Euro, Netzwerkkarten unter 100 Euro erhältlich – Preise, wie sie vor wenigen Jahren bei herkömmlichen WLAN üblich waren. Wenn erst einmal ausreichend Stückzahlen abgesetzt werden, ist mit einem rapiden Preisverfall zu rechnen.

Wifi Alliance reagiert

Bis dato waren Konsumenten aber unsicher, ob diese Geräte mit der Einführung des tatsächlichen 802.11n-Standards nicht wieder obsolet sind, da sich Details im Standard durchaus noch ändern können. Kürzlich hat das Industriekonsortium Wifi Alliance reagiert und will aktuelle Geräte in einem zweistufigen Verfahren zertifizieren. Die erste Stufe soll bereits nach Verabschiedung eines überarbeiteten Standard-Entwurfs stattfinden, der für Anfang 2007 erwartet wird. Nach der endgültigen Ratifizierung durch die IEEE, erwartet für Anfang 2008, soll grünes Licht für die zweite Stufe gegeben werden.

Der Markt für derartige prä-zertifizierte Geräte ist enorm: Die Industrie erwartet, dass alleine von den sogenannten Draft-N-Produkten Stückzahlen im zweistelligen Millionenbereich abgesetzt werden. Die Unterschiede zwischen Draft-N-Produkten und Produkten nach dem ausgereiften Standard sollen gering sein – maximal kommen einige zusätzliche Funktionen hinzu. Die Hersteller hoffen, dass alle Änderungen mittels einem Firmware-Update abgeglichen werden können.

Keine Garantien

Die Garantie, dass Draft-N-Produkte reibungslos mit „echten“ 802.11n-Geräten zusammenarbeiten, will aber auch die Wifi Alliance mit ihren 275 Unternehmen nicht geben. Es wird lediglich erwartet, dass die Prä-Standard- und die Standardprodukte jeweils untereinander kompatibel sein werden. Ob diese Zusicherung ausreicht, das Vertrauen der Konsumenten zu gewinnen, bleibt abzuwarten.

Abgesehen davon gilt es noch, den aktuellen Geräten einige Kinderkrankheiten auszutreiben. So kann es vorkommen, dass derzeit erhältliche Produkte bestehende WLAN-Verbindungen stören oder dass Geräte eines Herstellers mit denen anderer Hersteller nicht kompatibel sind. Darüber hinaus ist man sich beispielsweise noch nicht endgültig einig, mit welchen Methoden zwei Kanäle zu einem zusammengefasst werden sollen, um den Datendurchsatz zu erhöhen.

www.ieee.org

Warenkorb

● **Im Ohr.** Die österreichische AKG, Tochter des Harman-Konzerns, präsentierte im Rahmen der Funkausstellung in Berlin ihren ersten „Ohrenstöpsel“ K324P, der durch seine Linearität und hohe Dynamik überzeugen soll. Er wird in „Hochweiß“ und Chrom erhältlich sein. Der Ladenpreis wurde mit 49,90 Euro festgelegt. Foto: AKG



● **Kraftpaket.** Die Photosmart R827 von Hewlett-Packard richtet sich durch ihre Funktionalität an eher erfahrenere Digitalfotografen. Sie bietet ein dreifach optisches, in das Kameragehäuse integriertes Zoom-Objektiv, eine Auflösung von 7,2 Megapixel und ein 6,4 Zentimeter großes Display. Für die Aufnahmen und auch Videos steht ein interner Speicher von 32 MB zur Verfügung, der durch optionale SD-Karten bis auf zwei GB erweitert werden kann. Weiters ist ein spezielles Programm zur Bildstabilisierung und Bearbeitung der Fotos integriert. Der Preis: 280 Euro.

Foto: Hewlett-Packard



● **Musik.** Logitech will mit seinem Z-10 Interactive 2.0-Lautsprechersystem nicht nur beim Sound, sondern vor allem durch puristisches Design beeindruckt. Features wie Sensortasten und ein hintergrundbeleuchtetes Display, das den jeweiligen Musiktitel, die Uhrzeit oder die Lautstärkeinstellung anzeigt, lassen aufhorchen. Der gerundete Verkaufspreis: 150 Euro. kl Foto: Logitech



Tool der Woche

Mit der Exilim EX-S770 kommt erstmals eine interessante Funktion in eine Digitalkamera. Die Datenspeicherfunktion ermöglicht das Mitnehmen und Betrachten von Geschäftsdokumenten, E-Mails oder Websites auf dem 7,1 Zentimeter (Diagonale) großen Display. Möglich wird das durch die automatische Konvertierung zu



JPEG-Dateien. „Informationen wie Touristenattraktionen oder Karten, die beispielsweise zuvor aus dem Internet heruntergeladen wurden“, so beschreibt Casio mögliche Anwendungsszenarien. Das Gerät ist ab September für rund 380 Euro im Handel erhältlich. Daneben ist die EX-S770 natürlich eine gewohnt gute Digitalkamera. Das qualitativ hochwertige Edelstahlgehäuse der scheckkartengroßen Digicam sieht elegant aus und kann in drei Farbvarianten „Premium Silver“, „Blazing Red“ und „Graphite Blue“ erworben werden. Aber auch die einfache Bedienbarkeit hat Eindruck hinterlassen. Neben Fotos können auch Videos gemacht werden. Und das im 16:9-Widescreen-Format im MPEG-4-Standard unter VGA-Auflösung. Die weiteren technischen Daten befinden sich ebenfalls auf dem Stand der Zeit: 7,2 Mio. Pixel, ein 3-fach optischer Zoom, das bereits erwähnte sehr lichtstarke 7,1 Zentimeter Widescreen-TFT-Farbdisplay, der Anti Shake DSP (Digital Signal Processor), der die Gefahr von unscharfen Aufnahmen durch Zittern reduziert, sowie 35 unterschiedliche Motivprogramme. kl Foto: Casio

Technologie

Zurück aus der Zukunft

Boeing zieht „Connexion“, seinem Satelliten-Breitband für Flugzeuge, den Stecker. Da die Konkurrenz auf kostengünstigere Boden-Luft-Technologie setzt, dürfte die Annehmlichkeit Internet auf Ozeanüberquerungen vorerst ein Ende haben. Lufthansa hofft indes auf einen Weiterbetrieb – zumindest bis Jahresende.

Alexandra Riegler

Internet passt eigentlich zu allem. Zu Hotelzimmern, Frühstückslokalen und allen Plätzen rundherum. Dass es genau dorthin nicht passen sollte, wo Reisende sechs Stunden und mehr ohnehin nichts mit sich anzufangen wissen, überrascht: Mitte August vermeldete Flugzeugbauer Boeing das Ende seines satellitenbasierten WLAN (Wireless Local Area Network) in Maschinen von Lufthansa und Co. „Connexion by Boeing“, so der Name des Dienstes, schaffte es in sechs Jahren nicht in die Gewinnzone. Den Todesstoß versetzte „Connexion“ eine kürzlich abgeschlossene Marktanalyse: Zu wenige Carrier hätten den Einbau gewagt, zu wenige Kunden seien bereit, zwischen zehn und 27 US-Dollar (acht bis 21 Euro) für Bord-Internet auszugeben.

Bei Lufthansa sieht man das anders. Steigendes Interesse habe man festgestellt, erklärt Unternehmenssprecher Michael Lamberty. Bis zu 40 Reisende pro Flug hätten auf Nordatlantik- und Asienstrecken Gebrauch vom Dienst gemacht. Und auch die Zufriedenheit stimmte: „Umfragen haben ergeben, dass 94 Prozent der Connexion-Kunden planen, den Service erneut zu nutzen. Weiterempfehlen wollen ihn 92 Prozent“, so Lamberty.

Boeings Verabschiedung von „Connexion“ begann im Juni, als CEO James McNerney erklärte, dass Telekommunikation nicht zum Kerngeschäft des Konzerns gehöre. Danach begann der Flugzeugbauer den Verkauf oder die Weiterführung der Sparte über Partner gegenüber einer Einstellung abzuwägen.

Rund ein bis 1,5 Mrd. US-Dollar soll nach Expertenschätzungen Boeing in „Connexion“ investiert haben. Das Aus schlägt sich nun mit rund 320 Mio. US-Dollar zu Buche. Doch schon im Finanzjahr 2007 soll sich das Ende der Business Unit mit plus 15 Cent je Aktie bemerkbar machen.

Hoffnungsvoller Start

Vor einem Jahr schien die Welt noch in Ordnung, es regnete Technologie-Awards und anerkennende Expertenbeurteilungen. IDC-Analyst Hwasun Lee Garin etwa war überzeugt, dass der frühe Start Boeing zur „sicheren Marktführung“ verhelfen würde. Immerhin hätte die Konkurrenz, was Abkommen mit Fluglinien, Content Providern und Roaming-Partnern betrifft, einiges aufzuholen.

Tatsächlich stellte sich mit Lufthansa schon früh ein entscheidender Player auf die Seite von „Connexion“: Im Frühjahr 2002 wurde die erste Boeing 747-400 der Kranichflotte „connexion“-tauglich gemacht, um einen dreimonatigen Testbetrieb zu beginnen. Im Oktober ging die erste E-Mail über den Äther, knapp 10.700 Meter über Grönland, auf dem Lufthansa-Flug LH 418 nach Washington – eine Art Überschallknall im Kommunikationszeitalter schien geschafft. Das

erste sollte gleichzeitig auch das deutlichste Bekenntnis zu Boeing bleiben: 62 seiner 80 Mittel- und Langstreckenmaschinen gönnte Lufthansa die Ausstattung, keine andere Fluggesellschaft entschloss sich zu einer ähnlich starken Sympathiebekundung. Nach den Deutschen beschlossen Japan Airlines, zehn

Langstreckenflieger umzurüsten, es folgten Scandinavian, Singapore, China und Asiana Airlines, British und All Nippon Airways sowie Korean Air und El Al. Im Juni letzten Jahres gelang mit Teekay Shipping der erste Abschluss mit einem Schifffahrtsunternehmen. Etwa zur selben Zeit unterzeichnete auch Austrian

Airlines einen Vertrag über die Umrüstung von sieben Maschinen der Typen Boeing 777 und 767. Zum Einbau kam es nicht mehr: Als Boeing seine Nachdenkphase über die „Connexion“-Zukunft einleitete, zog es die AUA vor abzuwarten.

Fortsetzung auf Seite 8

St
p



Kooperationspartner

multimedia & e-business STAATSPREIS 2006

- NEXT GENERATION MEDIA Branchen Talk
13.00 – 18.00 Uhr
Unternehmenszentrale Telekom Austria AG
- STAATSPREIS GALA
ab 19.30 Uhr
Wiener Konzerthaus

Staatspreistag

19. September 2006

floor four

Staatspreis Sekretariat
c/o ICNM – Internationales Centrum für Neue Medien
Moosstrasse 43a, 5020 Salzburg
Tel 0662-630408
Fax 0662-630408-22
staatspreis@icnm.net

Anmeldung: www.multimedia-staatspreis.at

Technologie

Fortsetzung von Seite 7

Weitere Abschlüsse ließen auf sich warten. Die 5.000 Flugzeuge, die Boeing beim Start von „Connexion“ auszustatten plante und sich so Einnahmen von rund 3,5 Mrd. US-Dollar erhoffte, rückten in die Ferne. Auch die im Jänner neu eingeführte Preisstruktur konnte nichts mehr retten.

Während internationale Carrier Interesse bekundeten, vermittelte der Heimatmarkt USA einen Vorgeschmack auf das Scheitern. Die mit steigenden Kerosinpreisen kämpfenden nationalen Airlines wollten von teuren Umrüstungen ihrer teils in die Jahre gekommenen Flotten nichts wissen. Die Verkabelung der Kabinen verursachte mit bis zu 500.000 US-Dollar je Einbau nicht nur saftige direkte Kosten, auch die damit verbundenen Stehzeiten sind ein rotes Tuch für kostengetriebene Air-

line-Manager. Hinzu kommt das Gewicht der „Connexion“-Gerätschaft von über hundert Kilo und die Größe der Antennen, die am Kerosinverbrauch zehren.

Im Mai gab die US Federal Communications Commission (FCC) schließlich in Flugzeugen nutzbare Boden-Luft-Frequenzbänder zur Versteigerung frei. Aircell, das Kommunikationsanlagen für Privatjets anbietet, sicherte sich um rund 31 Mio. US-Dollar zwei Drei-Megahertz-Blöcke; Live TV, die Tochter des Billigfliegers Jetblue, legte für einen Ein-Megahertz-Block rund sieben Mio. US-Dollar hin.

Neue, billigere Lösungen

Ab Ende nächsten Jahres will Aircell drahtloses Internet in Flugzeugen anbieten, so CEO Jack Blumenstein. Anders als bei Boeings Technologie, werden bei Boden-Luft-Verbindungen die Daten ohne Umweg zum Satelliten zur Erde gefunkt. Das

dazu notwendige Equipment ist weniger komplex, daher kostengünstiger und auch leichter. Gemeinsam mit der Aussicht, den Dienst für Passagiere unter der magischen Zehn-Dollar-Grenze anzubieten, könnte dies der Technologie zum Durchbruch verhelfen – wenn auch nur über Land. Denn bei Ozeanüberquerungen sind Boden-Luft-Verbindungen freilich nutzlos. Bezüglich eines genauen Fahrplans hält sich Aircell noch bedeckt.

Ob auch Live TV seine erstellten Frequenzen für ein Internet-Angebot nutzen könnte, ist derzeit noch offen. Unternehmenssprecher Bryan Baldwin betont, dass man zunächst einmal die Optionen evaluieren und an einem Business-Plan für die Verwendung des Spektrums arbeite. Das Unternehmen beliefert vornehmlich Billigflieger mit Onboard-Entertainment-Lösungen, darunter Satellitenfernsehen und -radio. Im März zählte Live TV, wo man mit der italienischen Air One unterdessen auch auf einen europäischen Kunden verweist, insgesamt 44.413 mit den hauseigenen Displays ausgestattete Sitzplätze.

Einhelliges Interesse weckt bei Fluglinien und Passagieren auch die Möglichkeit, Handy-Telefonate auf Reiseflughöhe zu erledigen. Eine der Technologien kommt von dem von Airbus mitfinanzierten Unternehmen Onair. Diese ermöglicht es Passagieren, mit ihren eigenen Handsets zu telefonieren und Textnachrichten zu verschicken. Die Einwahl passiert nicht direkt in die Bodennetze, sondern an den Wänden installierte Antennenkabel bündeln den Verkehr, leiten ihn an eine Sendeeinheit an Board weiter, die wiederum über eine Satellitenverbindung die Einbuchung in die Netze vornimmt. Auf diese Weise wird die Funkleistung der Mobiltelefone auf ein Minimum reduziert. Sein Debüt feiert das System bei Ryanair: Der irische Billigflieger stattet ab nächstem Jahr seine gesamte Flotte (200 Flugzeuge) damit aus.

Wo künftig Breitbandversorgung auf Transatlantikflügen herkommen soll, ist indes völlig offen. So nutzen zwar die meisten Airlines bereits jetzt die Dienste des Anbieters Inmarsat für ihre Flugsicherheitskommunikation, die Übertragungskosten dürften jedoch zu hoch sein, um den Service für Passagiere zu öffnen.

Bei Lufthansa hofft man daher noch auf die Verlängerung des „Connexion“-Angebots bis Jahresende. Kommunikationsmann Lamberty: „Wir hoffen, Lufthansa Flynet auch danach anbieten zu können, und prüfen die Möglichkeiten. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass ein anderer Partner für einen Betrieb erst die Sendelizenz jedes einzelnen überflogenen Landes einholen muss.“ Und dieser Prozess habe bei „Connexion“ annähernd sechs Jahre gedauert.

Notiz Block



Revolution bei Akku-Technologie

In den letzten Jahren musste eine Reihe führender Gerätehersteller Lithium-Ionen-Batterien zurückrufen. Erst im August riefen Apple und Dell zum Austausch der von Sony produzierten Akkus auf. Unter ungeeigneten oder klimatisch extremen Ladebedingungen ist es möglich, dass die Batterien sich überhitzen und es zu einem thermischen Durchgehen (Thermal Runway) kommt, das wiederum eine Feuergefahr darstellt. Die International Components Corporation (ICC) hat nun mit der Voltage Termination-Technologie (VTT) eine Lösung für solche Vorkommnisse parat. Durch genauere Messung der Spannung soll ein Überhitzen verhindert werden.

Google greift Microsoft an

Bislang bot der Internet-Gigant Google nur seine E-Mail-Lösung „Gmail“ als externen Dienst an. Jetzt gibt es mit „Google Apps for Your Domain“ ein ganzes Bündel von Services für zunächst kleine und mittlere Unternehmen. „Apps for Your Domain“ umfasst neben „Gmail“

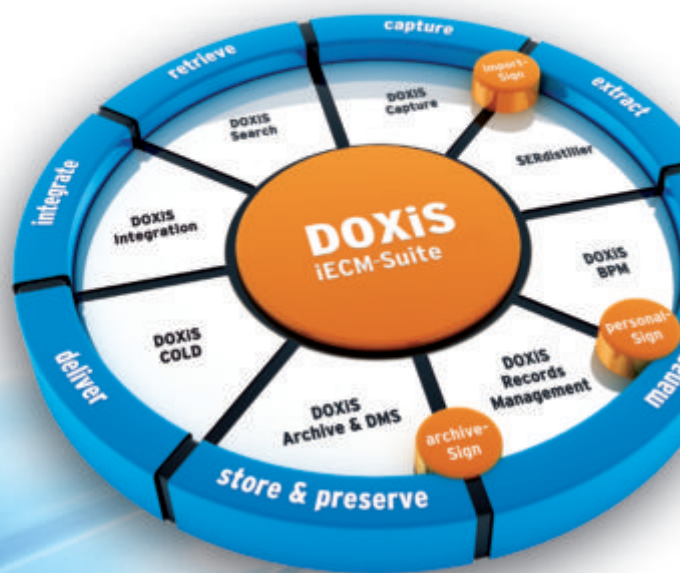
auch den Kalenderdienst „Google Calendar“, den Instant Messenger „Google Talk“ und den Webseiten-Editor „Google Page Creator“. Anwender können diese Services in beliebiger Kombination in ihre Domain integrieren und kostenlos nutzen. Alles wird komplett bei Google gehostet und gepflegt. Die Anwendungen lassen sich an die Corporate Identity der Anwender anpassen. Mittelfristig ist zu erwarten, dass auch die Tabellenkalkulation „Google Spreadsheets“ und die Online-Textverarbeitung „Writely“ in das Paket eingebunden werden.

<http://labs.google.com>
www.writely.com

Samsung zeigt 4G-Mobilfunk

Samsung ist es nach eigenen Angaben gelungen, mobile Sender und Empfänger zu entwickeln, die in ein mit bis zu 60 Kilometer pro Stunde fahrendes Auto mit einem Durchsatz von 100 Megabit pro Sekunde übertragen. Bei nicht bewegten Verbindungen kommen die Koreaner laut *Wall Street Journal* sogar auf eine zehnmal so hohe Transferrate von einem Gigabit pro Sekunde. Die Prototypen entsprechen der Definition der International Telecommunications Union (ITU) für den Mobilfunk der vierten Generation (4G), so Samsung. Bis 4G Realität wird, werden noch viele Bytes über Kupfer übertragen werden. Im kommenden Jahr soll ein weltweites Standardisierungsgremium darüber entscheiden, welches Frequenzspektrum für 4G genutzt werden wird. kl

Der Wettbewerbsvorteil integriertes Enterprise Content Management

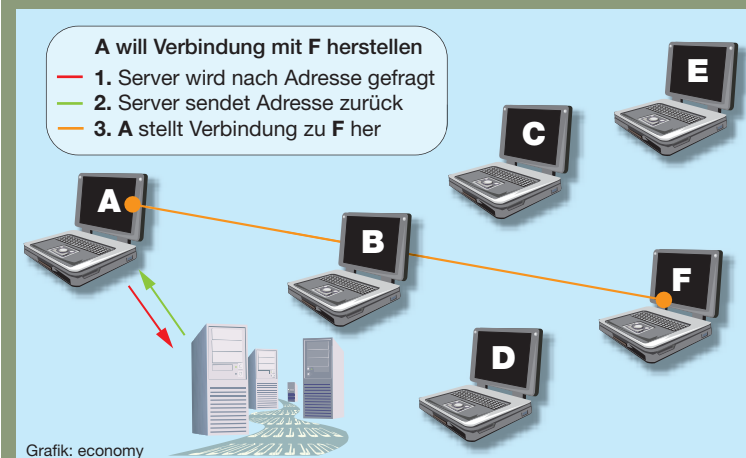


- ▶ Hersteller und größtes unabhängiges deutsches Systemhaus für iECM
- ▶ Mehr als 2 Jahrzehnte Kompetenz und Erfahrung
- ▶ 1.000 Referenzprojekte europaweit
- ▶ ECM-Partner der Hälfte der DAX 30 Unternehmen
- ▶ 750.000 Anwender in allen Branchen

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

DOXIS iECM-Suite - Fortschritt durch Produktivität

Wie funktioniert telefonieren über das Internet



Beim Telefonieren über IP (Internet-Protokoll) teilt sich das Telefongespräch in zwei Vorgänge auf: in Verbindungsaufbau und Gesprächsübertragung. Im Unterschied zur klassischen Telefonie werden bei VoIP (Voice over IP) aber keine „Leitungen“ durchgeschaltet, sondern Sprache in kleinen Paketen, eventuell auch über verschiedene Wege, transportiert. VoIP-Teilnehmer hinterlegen die aktuelle IP-Adresse bei einem Server unter einem Benutzernamen. Der Anrufer kann bei diesem die IP-Adresse des Gesprächspartners über den Benutzernamen erfragen und die Verbindung aufbauen. kl

Special Innovation

Schneller Zugang zum Innovationsnetz

Die österreichische Innovationslandkarte ist online und hilft bei der Suche nach Partnern.

Ernst Brandstetter

In Österreich beschäftigt sich eine Vielzahl von Einrichtungen mit regionaler Innovations-, Technologie- und Standortentwicklung. Das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (BMVIT) und das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) haben nun gemeinsam mit dem Verband der Technologiezentren Österreichs (VTÖ) das österreichische Innovationsnetzwerk kartografisch und einheitlich strukturiert dargestellt, um Qualität und Dichte der heimischen Innovationslandschaft zu demonstrieren. Unter www.innovationszentren-austria.at können Interessierte ab sofort per Mausklick Informationen über die heimische Innovationszene abrufen.

Die neue Service-Website, die im Rahmen der „Technologiegespräche“ des Europäischen Forums Alpbach präsentiert wurde, bietet erstmals einen gesamtheitlichen und österreichweiten Überblick über die Struktur, Aktivitäten und besonderen Stärken dieser Einrichtungen sowie ihre räum-



Bei Anklicken eines Bundeslandes präsentiert sich auf www.innovationszentren-austria.at die gesamte Innovationslandschaft des Landes mit Adressen, Zahlen, Daten, Fakten. Grafik: VTÖ

liche Lokalisierung im Rahmen des österreichischen Innovationsnetzwerks.

Umfassende Information

Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen (wie etwa Christian Doppler-Labors) sind darin ebenso erfasst wie Technologie-, A plus B- und Kompetenzzentren sowie Förder- und Trägergesellschaften. Die Suche

nach einzelnen Netzwerkpartnern gestaltet sich denkbar einfach. Auf einer Landkarte muss lediglich das gewünschte Bundesland angeklickt werden, und es erscheint eine Detailkarte, in der alle Institutionen mit ihrer geografischen Lage eingezeichnet sind. Ein Klick auf die Symbole ermöglicht den Zugang zu Kontaktdaten und den Websites der einzelnen Organisationen. Zusätzlicher Vorteil der neuen

Landkarte ist die ständige Aktualisierung. Peter Zaininger von der Abteilung Grundsatzangelegenheiten im BMVIT: „Es war uns ein großes Anliegen, jene Institutionen, die die Säulen eines regionalen Innovationsystems bilden, in einem umfassenden Monitoring-System darzustellen, das den Informationsaustausch der Einrichtungen untereinander fördert und das durch einen einfachen Online-

Daten-Update ständig aktualisiert werden kann.“ Mit der Innovationslandkarte sind alle relevanten Daten und Dienstleistungsprodukte der österreichischen Impuls- und Technologiezentren abrufbar.

Zusätzlich ermöglicht die Website aber auch einen Blick über die Grenzen hinaus. „In Zeiten einer zunehmend wissensbasierten Wirtschaft und Gesellschaft sind die Übertragung von Know-how und die Zusammenarbeit in den Informationssystemen ausschlaggebende Faktoren für Innovationen und damit für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen“, erklärt Josef Mandl, der Leiter der Abteilung Innovation und Transfer im Wirtschafts- und Arbeitsministerium. Mit der neu geschaffenen Web-Plattform als zentralem Baustein zur Vernetzung österreichischer Akteure im Innovationssystem will das BMWA in Zusammenarbeit mit dem BMVIT und dem VTÖ einen weiteren Meilenstein zur Verbesserung der technologieorientierten Information und Kommunikation setzen.

www.vto.at

Wolfgang Rupp: „Die neue Innovationslandkarte kann raschen Zugang zu Partnerschaften bieten und bringt somit das Ende des langwierigen Suchens nach möglichen Kooperationen“, erklärt der Vorsitzende des Verbands der Technologiezentren Österreichs.

Optimale Basis für stärkere Vernetzung

economy: Was ist die grundlegende Idee hinter der neuen Innovationslandkarte?

Wolfgang Rupp: Wir können damit erstmals die gesamte Szene geografisch und grafisch geordnet präsentieren. Enthalten sind Universitäten, Fachhoch-

schulen, A-plus-B-Zentren, Kompetenzzentren, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, CDG-Labore, Impulszentren, Technologieparks sowie Trägergesellschaften und Fördergesellschaften. Das ist die Basis, auf der man in Zukunft aufbauen kann. Ein derartiger Überblick ist sehr wichtig für die Industrie, wenn es gilt, Partner zu suchen.

Wozu braucht man da eine Landkarte?

Eine Landkarte ist vor allem deshalb sinnvoll, weil Kooperationen vor allem von kleineren Unternehmen im regionalen Bereich gesucht werden. Zudem gibt die Karte einen Überblick über das Innovationsnetzwerk der einzelnen Regionen. Auf der Website ist zusätzlich noch eine inhaltliche Suche möglich, wenn jemand nach Spezialisten für bestimmte Innovationsaktivitäten sucht.

Wird das nicht zu einer unerwünschten Konkurrenz zwischen den Zentren führen?

Vor allem Jungunternehmer brauchen Partnerschaften in ihrem regionalen Umfeld, und wir erleichtern ihnen die Suche. Dadurch, dass es in den Bundesländern einheitliche Trägergesellschaften gibt, gibt es zudem auch keine Konkurrenz zwischen den Zentren. Die Nutzung des Angebots der Zentren ist derzeit übrigens sehr intensiv.

Wie hat sich die Innovationszene in den vergangenen Jahren entwickelt?

Bis etwa zum Jahr 2000 waren die Technologiezentren eher Infrastruktur- und Immobiliengesellschaften. Danach verstärkte sich die inhaltliche und qualitative Arbeit deutlich – zur Hardware kam sozusagen die Software dazu. Jetzt geht der Trend von der infrastruktur-

orientierten Immobilie hin zum regionalen Innovator und Inkubator, einer Brutstätte für neue Geschäftsideen.

Wie steht Österreich im internationalen Vergleich da?

Die Größe der Zentren ist mit einem Schnitt von 3.000 Quadratmetern ähnlich wie in Deutschland. Österreich hat eine sehr hohe Dichte von Zentren und zusätzlich auch einen sehr hohen Anteil von Zentren im ländlichen Raum. Sie bringen neue Projekte in die Regionen und sorgen dort für gegenseitige Unterstützung. Chancen und Möglichkeiten dafür gibt es genug, das zeigen aktuelle Beispiele.

Sie haben auch eine eigene Ausbildungslinie ins Leben gerufen?

Ja, und diesen Herbst werden die ersten ausgebildeten Incubation Manager ihre Zer-

tifizierungen machen und dann zum Einsatz kommen. Im ersten Durchgang werden wir über ungefähr 30 neue Manager verfügen. *bra*

Info

● **Kontakt VTÖ.**
Mag. (FH) DI Clemens Strickner
Tel.: (+43 1) 50 175-109
Mobil: 0699/1536 47 03
E-Mail: strickner@vto.at

● **Kontakt BMVIT.**
Dr. Peter Zaininger
Tel.: (+43 1) 53 464-3209
E-Mail: peter.zaininger@bmvit.gv.at

● **Kontakt BMWA.**
Silvia Schmöller
Tel.: (+43 1) 71 100-5691
E-Mail: silvia.schmoeller@bmwa.gv.at

Steckbrief



Wolfgang Rupp ist Vorsitzender des Verbands der Technologiezentren Österreichs (VTÖ). Foto: aws

Special Innovation

Hermann Raninger: „Wir haben eine klare, international ausgerichtete Wachstumsstrategie und wollen die Zahl unserer Wissenschaftler verdoppeln“, erklärt der Geschäftsführer des Wiener E-Commerce Competence Centers EC3 und der EC3 Networks GmbH.

Digitale Goldadern im Blickfeld

Ernst Brandstetter

Das Wiener E-Commerce Competence Center EC3 will in Zentraleuropa zum führenden Kompetenzzentrum für digitale Geschäftsformen werden, erklärt Geschäftsführer Hermann Raninger.

economy: Was sind derzeit die wichtigsten Trends bei der Entwicklung des E-Commerce?

Hermann Raninger: Im Wesentlichen sehe ich drei Bereiche. Erstens: Durch neue Übertragungstechnologien für jedermann, wie UMTS oder digitales Fernsehen, erleben wir eine weitere Multimedialisierung. Dadurch wird der Zugang zu Information erhöht und weiterer Content generiert.

Zweitens: Die Geschäftsprozesse werden sich verändern. Viele digitale Prozesse basieren noch auf proprietären Systemen. Auch Standards wie etwa XML sind noch weitgehend zu starr. Zukünftig sind offenere und flexiblere Lösungen gefordert.

Drittens: Berührungslose Technologien wie etwa RFID werden sich auf viele Lebensbereiche ausweiten. Durch diese Entwicklungen werden enorme Mengen an Informationen geschaffen. Wenn man es schafft, diese im Web vorhandenen Informationen in richtiger Qualität zu extrahieren und stärker zu verknüpfen, dann kann man interessante Ergebnisse erzielen.

Was ist darunter zu verstehen?

Im Internet sind genügend Informationen, um zum Beispiel einen Produktzyklus eines Produktes genau zu analysieren oder das Kaufverhalten von Konsumenten nachzuvollziehen. Die Herausforderung liegt darin, diese Daten zu finden und in die richtige Relation zu bringen. Unternehmen und Konsumenten können davon profitieren.

Steckbrief



Hermann Raninger ist Geschäftsführer des Wiener E-Commerce Competence Centers EC3 und der EC3 Networks GmbH. Foto: EC3



Im Dickicht des Internets verbergen sich ungehobene Schätze. Mit modernen Methoden will EC3 Konsumenten und Unternehmen neue Tools zur Verfügung stellen. Foto: Photocase.com

ren. Etwa Produkte, die neu auf den Markt kommen, sind meist zuerst sehr teuer. In einer späteren Phase des Produktzyklus sinkt der Preis oft deutlich, das Produkt ist dann aber meist bereits veraltet. Wann soll ich also am besten kaufen?

Ich könnte mir also dann den richtigen Zeitpunkt aussuchen, wann ich einen Flat Screen-Fernseher oder ein Blue-Ray-Laufwerk kaufen soll?

Exakt. Neue Methoden und Tools werden uns zukünftig helfen, diese Entscheidungen leichter zu treffen. Aber auch Unternehmen können auf diese Weise ihre Produktionsabläufe, Vertriebskanäle und Preispolitik optimieren.

Wie könnten flexiblere Lösungen für Geschäftsprozesse aussehen?

Betrachten wir einen typischen Klein- und Mittelbetrieb in Österreich. Er erstellt eine Rechnung mittels Textverarbeitung, druckt diese aus und sendet sie an den Kunden. Eine weitere Kopie geht an den Steuerberater. All das ist nicht sehr effizient und sehr fehleranfällig. Zukünftige Lösungen könnten die Verteilung der Information automatisch übernehmen und dies ohne zu wissen, welches System der andere Partner hat. Ein offener, flexibler Standard macht dies möglich.

Wie positioniert sich EC3 in diesem Umfeld?

EC3 will im Bereich digitale Geschäftsformen zum führenden Kompetenzzentrum in Österreich und Zentraleuropa werden. Wir verstehen uns als multidisziplinäre Innovationswerkstätte, welche gemeinsam mit innovativen Unternehmen Methoden, Konzepte, Strategien und Produkte für morgen entwickelt. Wir haben dazu eine klare, international ausgerichtete Wachstumsstrategie.

Welche Veränderungen erwarten Sie?

Künftig wird sich die Kompetenzzentrumsszene in Österreich kräftig verändern. Im Herbst kommt ein neues Förderprogramm, und auch wir müssen einen Neuantrag stellen. Die bereits jetzt absehbaren neuen Rahmenbedingungen zeigen, dass die Anzahl der Kompetenzzentren stark sinken dürfte und zudem die öffentliche Finanzierung mittelfristig zurückgehen wird. Das bedeutet, dass wir uns auch auf eine stärkere Selbstständigkeit einstellen und in zunehmendem Ausmaß alternative Finanzierungen suchen müssen. Deshalb bauen wir schon jetzt den Projektbereich massiv aus. Wir arbeiten dieses Jahr mit einem Budget von rund 2,6 Mio. Euro. Dabei stammen zwei Drittel unserer Mittel aus dem Kompetenzzentrums-Bereich und ein Drittel aus anderen Projekten. Mittelfristig streben wir ein Verhältnis von ein Viertel K-Bereich und drei Vierteln sonstige Projekte an.

Was sind Ihre wichtigsten Ziele?

Momentan bereiten wir den Neuantrag für die Förderung als Kompetenzzentrum vor, und ich bin sehr zuversichtlich, dass wir auch Erfolg haben werden. Wir sind thematisch gut positioniert und haben in unseren Kernthemen praktisch eine Alleinstellung in Österreich. In Zukunft wollen wir auch die internationale Ausrichtung verstärken. Bis 2010 wollen wir in Zentraleuropa das führende Kompetenzzentrum, bezogen auf digitale Geschäftsformen, werden. Unsere wichtigsten Zielländer liegen vor allem in Osteuropa, etwa in Ungarn, Tschechien, Slowenien, der Slowakei. Wir sind aber auch bezüglich Partnerschaften in anderen Ländern nicht abgeneigt.

Was bedeutet das finanziell?

Wir wollen im Neuantrag im Comet-Programm die K1-Stufe voll ausnutzen, also ein Budget aus diesem Bereich von 3 Mio. Euro pro Jahr erreichen. Dazu kommen die anderen Aktivitäten des EC3. In Bezug auf Mitarbeiter wollen wir bis 2008 die Anzahl unserer Wissenschaftler von 20 auf 40 verdoppeln. In Zukunft wollen wir zudem stärker projektorientiert arbeiten.

Was ist darunter zu verstehen?

EC3 ist als Verein organisiert. Vor allem kleinere Betriebe können oder wollen sich nicht für sieben Jahre an ein Kompetenzzentrum binden. Dazu fehlen

oft die Mittel. Eine Zusammenarbeit und somit Mitgliedschaft auf kürzerer Basis ist aber sehr gefragt. Die Projektlaufzeiten bewegen sich dabei zwischen einem und drei Jahren. Die Erfahrung zeigt aber, dass die meisten Unternehmen nach erfolgreichen Projekten dem EC3 auch treu bleiben. Speziell in Österreich haben wir viele kleine Unternehmen. Diese sind oft sehr innovativ, aber knapp an finanziellen Ressourcen. Wir haben für diese Zielgruppe ab 2007 eine Mitgliedschaft entwickelt, die besonders auf die speziellen Bedürfnisse eingeht.

Wie wollen Sie die finanzielle Abhängigkeit durch eventuell geringere Förderungen reduzieren?

Wir fokussieren auch stark Projekte außerhalb des Comet-Programms. Darin sehen wir noch großes Potenzial. Zudem haben wir mit der EC3 Networks GmbH eine Verwertungsgesellschaft gegründet. Ihre Aufgabe ist es, Erkenntnisse aus dem Kompetenzzentrum weltweit zu vermarkten. Schwerpunktbereiche sind E-Tourismus und Usability.

Info

● **Kompetenz fürs digitale Geschäft.** EC3 ist ein im Jahr 2000 gegründeter Forschungsverein, der zusammen mit seinen Wirtschafts- und Universitätspartnern angewandte Forschung und konkrete Projektvorhaben im Bereich digitaler Geschäftsformen betreibt. EC3 positioniert sich dabei als Drehscheibe zwischen Wissenschaft und wirtschaftlicher Praxis. Als industrielles Kompetenzzentrum (Kind) wird EC3 vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) sowie von der Stadt Wien gefördert.

Die EC3-Partner setzen sich aus Industrie und Wirtschaft von Klein- und Mittelbetrieben bis Großunternehmen zusammen, darunter T-Mobile, SAP, Swarovski Crystal Online, APC Interactive, Tiscover, Webges, ABC Markets, Paradigma GmbH, Prolytic, Lixto, XDB Database Solutions und Mindtake. Im Forschungsbereich kooperiert EC3 mit namhaften Universitäten wie der Technischen Universität Wien, der Wirtschaftsuniversität Wien und der Universität Wien.

EC3 hat drei Fokusbereiche: **Digitale Ökonomie, Business Intelligence und Informatik.**

www.ec3.at

Special Innovation

KMU: Expandieren im Turbo-Mode

Standardisierte Software-Lösungen, die um branchenspezifische Tools erweiterbar sind, bieten mittelständischen Unternehmen sowohl Investitionssicherheit als auch die zur Prozessoptimierung benötigte Flexibilität.

Manfred Lechner

Unternehmenswachstum macht die Konsolidierung heterogener IT-Systemlandschaften erforderlich. Im Jahr 2004 stand das Management der SHT-Gruppe, Österreichs zweitgrößtem Großhändler für Sanitär- und Heizungstechnik – das Unternehmen erzielt mit 650 Mitarbeitern einen Jahresumsatz in der Höhe von rund 200 Mio. Euro –, vor der Entscheidung, die firmeninterne IT-Landschaft zu vereinheitlichen.

Dazu wurde ein umfangreiches Ausschreibungsverfahren gestartet, aus dem die SAP-Mittelstandslösung My SAP All-in-One in Verbindung mit einer Branchenlösung für den technischen Großhandel des deutschen IT-Dienstleisters FIS als Bestbieter hervorging. Das Unternehmen entschied sich für die Erstellung eines Prototyps auf Basis von SAP for Retail und der Branchenlösung FIS/wws. Ziel war es, innerhalb von sieben Wochen alle Kerngeschäftsprozesse mit den firmenspezifischen Ausprägungen der SHT-Gruppe aufzuzeigen und

eventuelle Unterdeckungen darzustellen. Diese Projektphase wurde termingerecht abgeschlossen und dabei zeigte sich deutlich, dass der Abdeckungsgrad der Branchenlösung in Verbindung mit SAP Retail nahezu bei 100 Prozent der von SHT geforderten Prozesse und Funktionalitäten lag.

Referenzprojekte

Weiters konnte das SHT-Management mehrmals die Möglichkeit wahrnehmen, sich über den erfolgreichen Einsatz der FIS-Branchenlösung bei deutschen Referenzkunden zu informieren. Durch den Einsatz des vorkonfigurierten Branchen-Templates der FIS für den Bereich Sanitär- und Heizungstechnik konnte der Implementierungsprozess, der rund 500 Mitarbeiter direkt betraf, in nur elf Monaten abgeschlossen werden. Die FIS GmbH ist ein unabhängiges Full-Service-Haus für betriebliche Anwendungssysteme und Informationstechnologien, beginnend mit der Planung der Lösungen und Infrastruktur über die Implementierung der Systeme bis hin



SHT als exklusiver Anbieter im Sanitär- und Wellness-Bereich nutzt die Vorteile einer maßgeschneiderten branchenspezifischen SAP-Lösung. Foto: SHT

zu deren produktivem Betrieb, die im SAP-Umfeld realisiert werden.

Optimierungspotenzial

„Ausschlaggebend für unsere Entscheidung war sowohl die durch SAP gebotene Investitionssicherheit als auch die im FIS/wws-Template verarbeitete Branchenkenntnis des Implementierungspartners. Wir

sehen ein beträchtliches Optimierungspotenzial durch die My SAP All-in-One-Lösung von FIS und rechnen mit einem Pay-Back von weniger als drei Jahren“, erklärt Wolfgang Knezek, Geschäftsführer der Sanitär- und Heizungstechnik Handels GmbH. Durch die Neueinführung konnte SHT ein Bündel von Altsystemen ablösen, was wiederum zu einer Straffung

interner Prozesse führte, da die neue Lösung auf einer einheitlichen Datenplattform basiert. SHT stellte zum Jahresbeginn 2006 den Logistikbereich und das Rechnungswesen auf SAP-basierte Software der FIS um. Zudem entschied sich das Unternehmen auch für den Umstieg auf die neue Internet-Web-Shop-Lösung FIS/eSales.

www.sap.at

Mittelstandsoffensive mit Service-Qualität

Notwendige Prozesssicherheit durch einheitliche Lösungen lässt Unternehmen Aktualisierungsbedarf erkennen.

SAP Österreich geht neue Wege in der Betreuung von Klein- und mittleren Unternehmen (KMU) und setzt dabei verstärkt auf Lösungen, die die speziellen branchenspezifischen Bedürfnisse dieser Zielgruppe berücksichtigen.

Standardprozesse wie Lagerverwaltung, Buchhaltung oder Rechnungswesen werden von SAP-eigenen Lösungen abgedeckt, ergänzt um branchenspezifische Tools von nach SAP-Qualitätskriterien ausgewählten Vertriebspartnern. „Weltweit stehen derzeit mehr als 370 branchenspezifische My SAP All-in-One-Lösungen zur Verfügung, um Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Geschäftsprozesse zu verschlanken, die Effizienz zu erhöhen und eine schnelle Rendite zu erzielen“, erklärt Andreas Muther, Leiter des Geschäftsbereiches Mittelstand bei SAP Österreich. Branchenspezifische Lösungen werden derzeit weltweit von mehr als 500 Partnern vertrieben und von über 5.000 Kunden einge-

setzt. Mittelständische Unternehmen weisen international gesehen ein hohes Nachholpotenzial auf. „In Österreich, der Schweiz und Deutschland ist die Situation allerdings anders“, so Muther, „da in diesen Ländern aufgrund der langen SAP-Marktpresenz KMU bereits vor längerer Zeit begannen, auf zukunftsichere, nämlich standardisierte Software-Lösungen zu setzen.“

Update-Sicherheit

KMU bevorzugten in der Vergangenheit individuelle Lösungen, die sie von lokalen Software-Anbietern erstellen ließen. „Nachteil solcher Lösungen ist“, erklärt Muther, „dass Wartung und Support nicht gewährleistet sind, die Systeme veralten, diese in Programmiersprachen erstellt wurden, die heute nicht mehr geläufig, oder die Programmierer nicht mehr auffindbar sind.“ Trifft nur einer der erwähnten Punkte zu, hat dies zur Folge, dass expandierende Unternehmen ihre Geschäfts-

prozesse nur mehr unzulänglich abbilden können und dadurch ihre Konkurrenzfähigkeit einbüßen. International agierende Software-Unternehmen hingegen können aufgrund ihrer weit aus größeren Ressourcen an Mitarbeitern einen stabilen und um vieles längeren Lebenszyklus ihrer Software-Produkte ga-

rantieren. Vorteil eines weltweit agierenden Unternehmens wie SAP und seiner Vertriebspartner ist, dass Kunden Software-Lösungen periodisch updaten können, was sicherstellt, dass diese auch noch nach Jahren allen aktuellen Anforderungen genügen. „Unternehmen können durch Wahl einer standar-

disierten Lösung ihre Investitionen sichern“, so Muther, „doch genauso wichtig ist die Skalierbarkeit der Software.“ Diese gewährleistet, dass die Software mit dem Unternehmenserfolg mitwachsen kann und beispielsweise jederzeit ohne großen Aufwand neue User eingerichtet werden können.

„Die Flexibilität von SAP-Lösungen ermöglicht, dass Unternehmen, die als Kleinbetriebe beginnen, mit der einmal gewählten Software-Lösung selbst zu weltweit agierenden Konzernen werden können“, so Muther. Nachteilig wirkt sich bei individuellen Lösungen auch der Umstand aus, dass bei internationaler Expansion die Software an die rechtlichen Rahmenbedingungen immer wieder angepasst werden muss.

„In vielen Fällen war die Entscheidung für eine individuelle Lösung optimal“, so Muther, „doch ist jetzt der Zeitpunkt gekommen, an dem diese Systeme das Ende ihres Lebenszyklus erreicht haben.“ malech



Moderne IT-Landschaften basieren auf dem Prinzip einer einheitlichen und daher wartungsarmen Datenbasis. Foto: Bilderbox.com

Special Innovation

Prozessoptimierung im Mittelstand

Praxisgerechte Abläufe für alle Geschäftsprozesse ersetzen Systeminseln im Datenmeer.

Ernst Brandstetter

Auch mittelständische Unternehmen interessieren sich für prozessorientierte Komplettlösungen im Umfeld des Enterprise Resource Plannings (ERP). Gefragt sind Gesamtpakete aus Beratung, Prozessmodellen und Software.

Der Mittelstand wird vielfach als Motor der Wirtschaft bezeichnet. Er gilt als flexibel, schnell, dynamisch und leistungsfähig. Doch auch für diese Unternehmen haben sich die Zeiten geändert. Globalisierung, erhöhter Kostendruck, intensiver Wettbewerb, Finanzierungsprobleme, zurückgehende Margen und der Zwang zur stärkeren Kunden- und Service-Orientierung sind nur einige der relevanten Faktoren.

Um in diesem Szenario nicht nur überleben zu können, sondern zu den Besten auf dem Markt zu gehören, müssen alle Abläufe im Unternehmen schlank und effizient sein, erklärt Robert Pöll, Geschäftsführer von IDS Scheer Austria. Und: „Dazu ist mehr erforderlich als die simple Implementierung von ERP-Lösungen. Was der Mittelstand benötigt, sind umfassende, auf den betriebswirtschaftlichen Nutzen fokussierte Gesamtlösungen zur

Optimierung der Geschäftsprozesse. IT ist in diesem Ansatz nur ein Mittel zum Zweck.“

Praxisgerechte Abläufe

Betrachtet man das Angebot an ERP-Software für den Mittelstand, so sind viele Lösungen historisch gewachsen und im Laufe der Zeit um immer mehr Module ergänzt worden, weiß Pöll. Die Übergänge zwischen verschiedenen Funktionsbereichen der Lösungen seien häufig eher zufällig, oft gebe es funktionale Überschneidungen, etwa zwischen Vertriebsmodulen und später hinzugekommenen CRM-Lösungen. Ist der Fokus auf die Geschäftsprozesse gerichtet, so treten diese systemseitigen Brüche zwischen den Dateninseln in den Hintergrund.

Mit ARIS Smart Path bietet IDS Scheer mittelständischen Fertigungsunternehmen nach eigenen Angaben die erste prozessorientierte Komplettlösung auf Basis von My SAP All-in-One. Dabei handelt es sich um ein Paket aus Beratung, Prozessmodellen und Software. Gemeinsam mit dem Kunden entwickelt der Berater zunächst ein maßgeschneidertes Modell von dessen betrieblichen Ideal-Abläufen, den Geschäftsprozessen. Dieses stellt die verbindliche Vorgabe für die Konfiguration



Abkehr vom Insel-Feeling in der IT: Moderne Unternehmen brauchen Gesamtlösungen, ohne Systembrüche zwischen Dateninseln. Foto: Bilderbox.com

der ERP-Lösung auf Basis von My SAP All-in-One dar.

Um die Dauer für den Modell-Entwurf und die entsprechende Konfiguration der Lösung zu verkürzen, hält IDS Scheer bereits Referenzmodelle und vor-

konfigurierte Lösungen für viele Branchen bereit. Die sogenannten Branchenlösungen der ERP-Anbieter übersehen laut Pöll, dass gerade Mittelständler häufig Mischformen verschiedener Branchen und Geschäfts-

arten darstellen. So beliefert etwa ein Hersteller von Farben und Lacken neben dem Handel auch die Automobilindustrie und muss daher entsprechende Automotive-Prozesse abdecken.

www.ids-scheer.at

Carlo Wolf: „Die Herausforderung für kleine und mittelständische Unternehmen bei der Nutzung konvergenter Netze besteht darin, deren Vorteile zu nutzen, ohne die bestehenden Operationen negativ zu beeinflussen oder das Risiko für Sicherheitsverstöße durch die Hintertür zu erhöhen.“

Das richtige Netzwerk für KMU

Klein- und mittlere Unternehmen (KMU) müssen sich heute mehr denn je darauf verlassen können, dass ihre Netzwerke die Geschäftsentwicklung unterstützen, erklärt Carlo Wolf, der General Manager von Cisco Systems Austria.

economy: Wie kommen KMU zu einer effizienten und für sie geeigneten EDV?

Carlo Wolf: Dazu ist mehr nötig, als nur den Bedarf an Kapazität und erforderlicher Ausrüstung zu ermitteln. Der Aufbau einer effektiven Netzwerk-Infrastruktur erfordert vielmehr einen ganzheitlichen Ansatz, der sowohl die aktuellen technologischen Anforderungen berücksichtigt als auch die Integration von Anwendungen und Technologien der Zukunft möglich macht.

Sie sehen also das Netzwerk als die Grundlage für Erfolg an?

Die richtige Netzwerk-Infrastruktur verbessert Widerstandsfähigkeit und Flexibilität von Unternehmen. So lassen sich Wachstumsmöglichkeiten steigern, Betriebskosten senken und Mitarbeiter-Effizienz erhöhen. Was zählt, ist die richtige Netzwerk-Strategie. Nur so können sich kurz- und langfristig die besten Ergebnisse erzielen lassen. Die Network Foundation etwa muss mit den richtigen Fähigkeiten ausgestattet sein – sonst kann es passieren, dass bei einem Ausbau oder einer Ergänzung des Netzwerks Zeit und Geld verschwendet wird.

Netzwerksicherheit wird ebenfalls immer wichtiger?

Die größte Herausforderung liegt tatsächlich in der Netzwerk-Sicherheit. Sicherheitsverstöße stellen einen direkten Angriff auf das Kerngeschäft des Unternehmens dar, weil wertvolle Daten zerstört und erhebliche Reparatur- und

Steckbrief



Carlo Wolf ist General Manager von Cisco Systems Austria. Foto: Cisco Systems

Wiederherstellungskosten erforderlich werden. KMU haben erkannt, dass sie genauso anfällig für Virusattacken sowie interne Zwischenfälle oder Bedrohungen sind wie große Konzerne. Es gilt herauszufinden, wie ein sicheres Netzwerk eingerichtet werden kann, ohne die Kosten für den Geschäftsbetrieb in die Höhe zu treiben.

Welchen Stellenwert hat die Netzwerkverfügbarkeit?

Die ständige Verfügbarkeit des Unternehmensnetzwerks ist wichtig: Schon ein paar Minuten Ausfallzeit können einen erheblichen Verlust von Ertrag und Produktivität verursachen. Die Reaktionsgeschwindigkeit und die Verfügbarkeit des Netzwerks werden umso wichtiger, wenn Unternehmen IP Communications beziehungsweise Unified Communications und Videokonferenz-Anwendungen implementieren, bei denen Verzögerungen nicht hingenommen werden können. Unternehmen müssen einen Weg finden, um die Performance von Anwendungen und Netzwerk zu maximieren, ohne dabei zu viel für Bandbreite auszugeben.

Ist das nicht viel Technologie für kleine Unternehmen?

Durch den Einsatz eines konvergenten Netzwerks für die Übertragung von Sprache und

Daten über dasselbe Netzwerk können Unternehmen große Vorteile erzielen. Die Herausforderung für KMU besteht jedoch heute vor allem darin, diese Vorteile bestmöglich zu nutzen, ohne die bestehenden Operationen negativ zu beeinflussen oder das Risiko für Sicherheitsverstöße durch die Hintertür zu erhöhen. Dabei ist es sinnvoll, sich beraten zu lassen: In Zusammenarbeit mit Spezialisten lässt sich für jedes Unternehmen die richtige Netzwerk-Strategie finden. bra

www.cisco.com

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

Redaktion:
Ernst Brandstetter

Wirtschaft

Weniger als Nullsummenspiel

Energie: Steuermehrbelastungen von bis zu 210 Euro pro Jahr vernichten Teil der Entlastung durch Steuerreform.

Clemens Rosenkranz

Die Energie-Liberalisierung hat zwar der heimischen Industrie billigeren Strom und billigeres Gas gebracht, die Zeche dafür zahlen aber die Haushalte, denn den Privatkunden hat die Regierung Schlüssel sehr tief in die Tasche gegriffen. Gerade für die von der ÖVP verbal geförderten Familien haben die seit dem Jahr 2000 durchgezogenen massiven Anhebungen von Steuern und Abgaben zu einer deutlichen Verringerung des freien Einkommens geführt. Damit wurde ein erklecklicher Teil der Entlastungen durch die Steuerreform 2005 wieder aufgeessen.

Jüngste Zahlen der Arbeiterkammer belegen, dass sich Finanzminister Karl-Heinz Grasser voll bedient hat. Die Mehrbelastung durch die Erhöhungen der Energiesteuern und Abgaben beträgt bis zu 210 Euro im Jahr, die Ersparnisse unter dem Titel Steuerreform belaufen sich für einen Vier-Personen-Haushalt (monatliches Einkommen Mann: 2.250 Euro brutto, Frau: 1.300 Euro) auf 471 Euro im Jahr, sagt AK-Expertin Gunda Kirchner.

Was dazu kommt: Saftig Stromsparen trage gerade bei den kleinsten Abnehmern wegen der hohen verbrauchsunabhängigen Fixkosten und Grundgebühren nur wenig zu einer Rechnungssenkung bei. Bei Strom seien die Grundkosten seit 2001 von 25 auf 45 Euro gestiegen, bei Gas von 38 auf 62 Euro, rechnet Kirchner vor. Zum Vergleich: Bei einem sehr bescheidenen Stromverbrauch (1.000 Kilowattstunden – kWh) beträgt die Gesamtrechnung mindestens 170 Euro.

Seit der Liberalisierung der Energiemärkte wurden die energiebezogenen Steuern und Abgaben zweimal angehoben, die Belastungswelle hat einen Teil der Entlastungen durch die Steuerreform 2005 wieder aufgeessen. Schon im Jahr 2000 war die Elektrizitätsabgabe verdoppelt worden. 0,015 Cent pro kWh klingt zwar harmlos, aber für eine durchschnittliche Familie entspricht das einer jährlichen Mehrbelastung von über 32 Euro. Dazu kommt noch die Förderung für den Ökostrom von 26,7 Euro im Jahr. Umgelegt auf die Rechnung einer durchschnittlichen Wiener Familie (Jahresverbrauch: 3.500 kWh) macht der Anteil von Steuern und Abgaben 31 Prozent aus, ergeben Zahlen der Regulierungsbehörde E-control.

Erdgasabgabe verdreifacht

Wer zum Heizen Gas braucht, wird gleich zweimal kräftig zur Kasse gebeten. Im Zuge der sogenannten Ökologisierung des Steuersystems im Jahr 2004 wurde die Erdgasabgabe auf 0,066 Cent verdreifacht, das sind jährliche Mehrbelastungen für ein Einfamilienhaus von 67,20 Euro. Ähn-

lich hoch ist die steuerliche Mehrbelastung bei Ofenheizöl (Heizöl Extraleicht). Besonders gierig war der Finanzminister bei der Kohle: Seit der 2004 neu eingeführten Abgabe zahlt ein durchschnitt-

licher Kohlekonsument pro Jahr um über 150 Euro höhere Abgaben. Das ist extrem unsozial, so die Kritik der Arbeiterkammer. Denn die Kohleabgabe treffe in erster Linie einkommensschwache Single-

beziehungsweise Seniorenhaushalte, die gar nicht die Mittel hätten, in neue Heizungstechnologie zu investieren.

Fortsetzung auf Seite 14

ITnT

Fachmesse für InformationsTechnologie und Telekommunikation

DIE AUSSTELLER SCHRIEBEN
2006 DIE ITnT-ERFOLGSGESCHICHTE WEITER

30. 01. - 01. 02. 2007
MESSEZENTRUM WIEN NEU

ABSOLUTE-IT ... ACCTUS CONSULTING ... ACE ... ACOM HOLDING ... ACP GRUPPE ÖSTERREICH ... ACTEBIS COMPUTER ... ADC KRONE ... ADD ON COMPUTERHANDEL ... ADDITIVE HARD- UND SOFTWARE ... ADIC ... ADN ADVANCED DATABASE ... ADVANCED BUSINESS CONSULTING ... AKA GES.M.B.H. ... ALADDIN KNOWLEDGE SYSTEMS ... ALCATEL AUSTRIA AG ... AMEA ... ANTARES-NETLOGIX ... APPENSE ... ARC SEIBERSDORF RESEARCH ... ARCHIVAUSTRIA ... ARIES ... ARP DATAON GESMBH ... ARRAY DATA GESMBH ... ARTAKER COMPUTERSYSTEME ... ASTCO HANDELS-GES.M.B.H. ... ASUS ... ATOS ORIGIN ... AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH ... AVALARIS ... AVAYA AUSTRIA ... AVM ... AVNET TECHNOLOGY SOLUTIONS ... AXCESSPOINT BUSINESS SOLUTIONS ... B & M AUTOMATISCHE ... B1 CONSULTING ... BACHER SYSTEMS EDV GESMBH ... BARCOTEC VERTRIEBSGESMBH ... BASE-CAMP KADL & PARTNER ... BÄURER INTERNATIONAL ... BISS BUSINESS-IMAGING ... BLACKBERRY ... BLUESOCKET LIMITED ... BM TECHNOLOGIES ... BMD SYSTEMHAUS GESMBH ... BOHMANN DRUCK & VERLAG ... BORDERWARE ... BRAND REX ... BROCADE COMMUNICATIONS ... BRODINGER IT SICHERHEITSTECHNIK ... BRÜCK TECHNOLOGIES ... BRÜGG KABEL AG ... BSN AG ... BSR IDWARE ... BUSINESS OBJECTS ... BUSINESS SOFTWARE ... CAPGEMINI ... CASE SOFTWARETECHNIK ... CHECK POINT SOFTWARE ... CIGMA SOFTWARE ... CIRCON CIRCLE CONSULTING AG ... CITRIX SYSTEMS ... CLIENT-SERVER EDV-HANDELS ... CNT HR CONSULTING ... COLUMBUS IT PARTNER GESMBH ... COMARCH ... COMNET COMPUTER-NETZWERKE ... COMPUTER ASSOCIATES ... COMPUTERLINKS ... CONEVA CONSULTING ... CONOVA COMMUNICATIONS ... CONTROL BREAK INTERNATIONAL ... CORNING CABLE SYSTEMS ... CROSSBEAM SYSTEMS, INC. ... CSB SYSTEM AUSTRIA ... CSC AUSTRIA CSC COMPUTER ... CUBESERV AG ... CUBIDO BUSINESS SOLUTIONS ... CUBIT IT SOLUTIONS ... CVS INGENIEURGESELLSCHAFT MBH ... CWI INFORMATIONSTECHNOLOGIE ... CYBERHOUSE ... CYBERSCHOOL ... CYCLADES ... DATA SYSTEMS AUSTRIA AG ... DATAPHONE ... DATAPLEX ... DATAWARE NETZWERKTECHNIK ... DATENNETZ HANDELSGESELLSCHAFT ... DÄTWYLER KABEL + SYSTEME ... DELL ... DICOM COMPUTER-VERTRIEBSGESMBH ... DISKO.DMCOI CONSULTING & DEVELOPMENT ... DOCU GUARD GES.M.B.H. ... DPW H.R. SOFTWARE ... DRAHTEX AG ... ECM HOLDING GESMBH ... ECONOMY AUSTRIA PLATTFORM ... ELO DIGITAL OFFICE ... ELSAT INTERNATIONAL ... EMC? COMPUTER SYSTEMS ... EPLAN SOFTWARE & SERVICE ... ERP GROUP IT CONSULTING ... ETC ENTERPRISE TRAINING CENTER ... EUROFINDER ECONET ... EUROPAY AUSTRIA ... EUROPEAN RESELLER ... EXACON-IT ... FACHHOCHSCHULE HAGENBERG ... FASTVIEWER ... FAW-INSTITUT ... FECHER ... FIELDWORX MOBILE SOLUTIONS ... FLÜKE VERTRIEBSGESMBH ... FORESCOUT TECHNOLOGIES ... FRANK ROBIN LINUX SYSTEMS ... FSL VERLAGSGESMBH ... FTW - FORSCHUNGSZENTRUM ... FUJITSU SIEMENS COMPUTERS GESMBH ... G DATA SOFTWARE AG ... GARTENMANN SOFTWARE AG ... GEOMARKETING ... GLOBAL KNOWLEDGE NETWORK ... GMC SOFTWARE TECHNOLOGY AG ... GROTHUSEN ELECTRONIC SYSTEMS ... H+BEDV DATENTECHNIK ... HANDELSKAMMER SCHWEIZ-ÖSTERREICH ... HC SOLUTIONS ... HELPLINE IT SOLUTIONS ... HEWLETT-PACKARD/HP ... HITACHI DATA SYSTEMS ... HTL SPENGER-GASSE ... HUMMINGBRID ... HUTCHISON 3G AUSTRIA ... I2S-CONSULTING ... IDEAL INDUSTRIES ... IDS SCHEER AUSTRIA ... IKARUS SOFTWARE ... IMC NETWORKS ... INDUSTRIEMAGAZIN ... INFO TECHNOLOGIE VERLAG ... INODE ... INQUIERO ÖSTERREICH ... INSCAB ... INTERNET SECURITY AG ... IODAT INFORMATIONSTECHNOLOGIE ... IRONPORT SYSTEMS ... ISSX INTERNET SECURITY ... IT MEDIA ... ITZOONE E-INVOICE SYSTEM ... ITDESIGN SOFTWARE PROJECTS & ... ITTELLIGENCE ... IXOS SOFTWARE ... JOINVISION E-SERVICES ... K.SECTION BUSINESS SOLUTIONS ... KAPSCH BUSINESSCOM AG ... KASPERSKY LABS ... KEEP IN MIND ... KESS POWER SOLUTIONS ... KODAK GESMBH ... KONICA MINOLTA ... KOREA TRADE CENTER ... KROLL ONTRACK AUSTRIA ... KTW SOFTWARE & CONSULTING ... KUERT INFORMATION MANAGEMENT ... LAMPERTZ ... LEMON42 ... LEXISNEXIS ... LG BUSINESS SOLUTIONS AG ... LG ELECTRONICS ... LIBELLE SALES + SERVICES ... LOGITECH ... MA 55 - BÜRGERDIENST ... MACHER SOFTWARE ... MADRAS COMPUTER ... MAGIC SOFTWARE ENTERPRISES ... MANAGEMENT & IT-CONSULTING ... MAY COMPUTER GESMBH & CO KG ... MBS-MODERN BUSINESS SYSTEMS ... MCDATA TECHNOLOGY SYSTEMS ... MESONIC DATENVERARBEITUNG ... MGE UPS SYSTEMS ... MICROSOFT ... MII - MARCUS IZMIR ... MINDJET ... MIS AUSTRIA ... MITSUBISHI ... MOBILKOM AUSTRIA AG ... MONITOR TV.AT ... MONITORS AND MORE ... M-OTION ... MULTITASK NABER ... NAVICONSULT ... NEC ... NESTEC SCHARF OEG ... NETVIEWER SCHWEIZ AG ... NETWORK APPLIANCE ... NEW VOICE INTERNATIONAL AG ... NEXTIRAONE AUSTRIA ... NISSAN & VELTEN SOFTWARE ... NOKIA AUSTRIA ... NOVELL ... NTX BACKOFFICE CONSULTING ... OMEGA HANDELSGESMBH ... ONE ... OPALION ... OPEN SOURCE ... ORGAMEDIA ... ÖSTERR. WIRTSCHAFTSVERLAG ... PANTA RHEI ... PATCHSEE ... PETER RAUTER ... PH PALDEN ... PHION INFORMATION TECHNOLOGIES ... PMCS PROJEKTMANAGEMENT ... PNY TECHNOLOGIES ... PREMIUM DATA GROUP ... PREMIUM IT SOLUTIONS ... PROALPHA SOFTWARE AUSTRIA ... PROFACOR ... PROGRAMMIERFABRIK GESMBH ... PROJECTA ... PSI AG ... Q4BIS EUROPE LTD ... QENTA PAYMENTSOLUTIONS ... QUADRIGA INFORMATIK ... RADWARE LTD ... RAMSAUER & STÜRMEYER ... REDDOT SOLUTIONS AG ... REICHLÉ & DE-MASSARI ... RGE ROBERT GMEINER ... RISC SOFTWARE ... RITTAL SCHALTSCHRÄNKE ... RSA SECURITY ... S&T ... SAP ÖSTERREICH ... SCC - EDV BERATUNG AG ... SCHINDLER IT-SOLUTIONS ... SCHOELLER NETWORK CONTROL ... SECLUTIONS AUSTRIA ... SECUREGUARD ... SER SOLUTIONS ÖSTERREICH ... SIEMENS AG ... SITEXS NETZWERKLÖSUNGEN ... SKG-SPEZIALKABEL ... SMEJKAL GESMBH ... SMS ... SOFTWARE COMPETENCE CENTER ... SOFTWAREPARK HAGENBERG ... SSP-SICHERHEITSSYSTEME ... STADLER EDV ... STANDARD IT SOLUTIONS ... STUDIO ADVISION ... STUDIO DIGITAL MEMORY ENGINEERING ... STUDIO E-LEARNING ENVIRONMENTS ... STUDIO SMART AGENTS TECHNOLOGY ... SWISS BUSINESS HUB AUSTRIA ... SYBASE EDV-SYSTEME GESMBH ... SYMANTEC ... SYSCOM NETZWERKINSTALLATIONEN ... TEAM WYRU ... TELEGÄRTNER K. GÄRTNER ... TELEKOM AUSTRIA AG ... TIS TOP IMAGE SYSTEMS ... TISOWARE ... T-MOBILE AUSTRIA ... TOMEK ELECTRONICS ... TOOLS AT WORK ... TRANSCOM WORLDWIDE ... TREND MICRO ... TROSOFT ... TROVARIT AG ... T-SYSTEMS AUSTRIA GESMBH ... TYCO ELECTRONICS AUSTRIA ... UNISERV ... UNISYS ... UNIT-IT ... UPDATE SALES ... URVIS ZENTRUM FÜR VIRTUAL REALITY ... WEBDYNAMITE IT SOLUTIONS ... WEBWASHER A CYBERGUARD COMPANY ... WIENER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSFONDS ... WIGOGIS ... WIRTSCHAFTSBLATT ... X-MEDIA VERLAG ... X-TECH

SICHERN SIE SICH JETZT IHREN STANDPLATZ!

Infos und Anmeldeunterlagen zur ITnT:

■ T: +43 (0)1 727 20-376 ■ F: +43 (0)1 725 20-376 ■ E: itnt@messe.at

Reed Exhibitions
Messe Wien

WWW.ITNT.AT

Wirtschaft

Notiz Block



Praktiker macht in Österreich dicht

Die deutsche Bau- und Heimwerkermarktkette Praktiker zieht sich aus Österreich zurück. Praktiker hat bereits in den vergangenen Jahren das heimische Filialnetz schrittweise ausgedünnt. Nun wurde beschlossen, die verbleibenden vier Standorte in Österreich (Wien, Graz und Wiener Neustadt) mit Ende des Jahres aufzugeben. Die heimischen Praktiker-Märkte schrieben in der Vergangenheit stets rote Zahlen. Das Unternehmen schließt nach dem vergeblichen Versuch, einen Käufer zu finden, elf Jahre nach Markteintritt seine Filialen. Betroffen sind 250 Beschäftigte.

Stromlösung steht vor Blackout

Die österreichische Stromlösung liegt in den letzten Zügen. Nach einer Klage der Energie Allianz (ein Zusammenschluss der Versorger aus Wien, Niederösterreich und dem Burgenland) will Verbund-Chef Hans Haider vorerst keine weiteren Gespräche über die geplante Strom-Ehe führen. Ende August hat das Handelsgericht Wien

eine einstweilige Verfügung gegen die Verbundgesellschaft wegen irreführender Werbung erlassen. Fast scheint es so, als ob nur noch Wirtschaftsminister Martin Bartenstein an das Zustandekommen der österreichischen Stromlösung (Verbund plus Energie Allianz) glaubt. Ungeachtet der Differenzen zwischen den Blöcken müsse man zwischen Wettbewerb und Strömlösung unterscheiden, so der VP-Minister.

15 Milliarden für Hochtechnologie

Mit einer milliardenschweren Hightech-Strategie will Deutschland neue Hochtechnologie-Jobs schaffen. Bis 2009 werden 15 Mrd. Euro in Zukunftstechnologien investiert, das sind sechs Mrd. mehr, als bis jetzt zur Verfügung standen. Mit dieser nationalen Strategie will die Regierung in Berlin die Umsetzung von Forschungsergebnissen in marktreife Produkte fördern und bis zu 1,5 Mio. Arbeitsplätze schaffen. Profitieren soll laut Wirtschaftsministerium primär der Mittelstand. Gezielt gefördert werden sogenannte Leuchtturmprojekte in Kerntechnologien. Als Beispiele nennt das Ministerium Kraftwerkstechnologie und Satellitensysteme zur Erdbeobachtung und Kommunikation. Außerdem gehe es um optische und Umwelttechnologien, die Bereiche Information und Kommunikation, Luft- und Raumfahrt, Fahrzeug- und Verkehrstechnologien, Mikrosystemtechnik sowie Nano-, Bio- und Werkstofftechnologien. *apa*

Fortsetzung von Seite 13

In Österreich werden laut Energieagentur fast 79.000 Wohnungen mit Kohle beheizt. 28 Prozent aller heimischen Haushalte oder 945.000 heizen laut Statistik Austria mit Gas, schwerpunktmäßig in Wien, Nieder- und Oberösterreich sowie in der Steiermark. Einen ähnlich großen Anteil am Wärmemarkt hat Heizöl Extraleicht, rund 350.000 Haushalte erzeugen ihren Wärmebedarf mit Strom, besonders in der Steiermark, etwa 450.000 Haushalte verfeuern Holz, schwerpunktmäßig außerhalb der Ballungszentren.

Preisspirale dreht sich

Die preismäßig leidgeprüften heimischen Energiekonsumenten müssen sich beim Gas bis Jahresende auf weitere Verteuerungen einstellen, sagt Energieregulator Walter Boltz. Er erwartet im österreichischen Durchschnitt ein Plus von zehn Prozent. Auch die Strompreise könnten noch steigen, wenn gleich in geringerem Ausmaß. Einige Energieversorger haben wegen der höheren Einstandspreise für Gas bereits Preisanhebungen angekündigt. Auch beim Strom seien für die heimischen Endverbraucher bis Jahresende weitere, mäßige Preiserhöhungen zu erwarten. Dass sich der Finanzminister bedient hat, belegt eine andere Berechnung. Durch die Abgaben und Aufschläge koste Elektrizität heute mehr, als wenn man die bis 1997 geltenden Monopolpreise festgeschrieben hätte. Vor neun Jahren war ein Teil des Strommarktes liberalisiert worden.

Haushalten, die schon heuer bei der Jahresabrechnung kräftig nachzahlen mussten, könnten bei der nächsten Rechnung erneut saftige Nachzahlungen blühen. So hebt die Vorarlberger VEG die Preise für Privatkunden ab Oktober um 24 Prozent an, schon mit Anfang September erhöht haben Kelag (plus sieben Prozent) und Erdgas Oberösterreich (1,1 Prozent).

Leitungsbau unverzichtbar

Die Lösung für die Engpässe bei der heimischen Stromproduktion, nämlich neue Gaskraftwerke zu bauen, schafft neue Probleme: Die in Österreich geplanten Verstärkungsanlagen werden bis zum Jahr 2010 zu einer dramatischen Steigerung des Gasverbrauchs um 30 Prozent führen, prognostiziert die E-Control. Allein für das geplante Verbund-Kraftwerk Mellach benötigt man rund eine Mrd. Kubikmeter Gas im Jahr, das entspricht einem Zehntel des derzeitigen österreichischen Gesamtgasverbrauchs.

Ähnliche Bedarfssprünge würde auch das von Verbund und Stadtwerken Klagenfurt eingereichte Kraftwerksprojekt auslösen. Die neue Anlage wür-



Ohne den Bau neuer Gas-Pipelines bleiben die in Österreich geplanten Kraftwerksausbaupläne Makulatur. Foto: OMV

de 70.000 bis 80.000 Kubikmeter pro Stunde verbrauchen, der Gasverbrauch in ganz Kärnten liege derzeit in der Spitze bei 40.000 Kubikmetern pro Stunde, erläutert Thomas Starlinger, Vorstand der Firma AGGM, die für die Regelung der Gasflüsse in Ost- und Südostösterreich zuständig ist.

Weil das Leitungsnetz in Richtung Süden darauf aber nicht ausgelegt ist, muss die heimische Gaswirtschaft als Vorleistung für die geplanten Kraftwerke je nach Planungsvariante zwischen 600 und 900 Mio. Euro in die Hand nehmen, sagt Starlinger. Denn außer Timelkam in Oberösterreich sei keines der Projekte derzeit mit einer ausreichend leistungsfähigen Pipeline versorgt.

Die Zeit drängt, denn zwischen Einreichen eines Projekts und dem Okay für die Umsetzung können Jahre vergehen, und auch die Errichtung der Kraftwerke ebenso wie die dafür erforderlichen Erdgasleitungen geht nicht von heute auf morgen. Weil erst dann Pipelines gebaut werden, wenn das Gas einen fixen Abnehmer gefunden hat, droht der Strombranche die Zeit davonzulaufen.

4.600 Megawatt geplant

Schon bis zum Jahr 2010 sollen neue Gaskraftwerkskapazitäten von 2.200 Megawatt (MW) am Netz sein, darunter das Verbund-Kraftwerk in Mellach (800 Megawatt), die Erweiterung des Kraftwerks Wien-Simmering (400 MW) sowie die beiden diskutierten Kraftwerke in Klagenfurt mit 400 und 200

MW. Mit dem Bau des Gaskraftwerks Timelkam mit einer Leistung von 400 MW soll noch heuer begonnen werden. Bis 2015 sind laut Planung des Regelzonenführers Ost weitere Kapazitäten in der Größenordnung von 2.400 Megawatt geplant. Die bis zum Jahr 2010 erforderlichen Investitionen schätzt der Energieregulator auf 1,1 Mrd. Euro, alleine für Mellach sind es laut Verbundgesellschaft 400 Mio. Euro. Für die zweite Ausbaustufe müsse man weitere 1,2 Mrd. Euro kalkulieren.

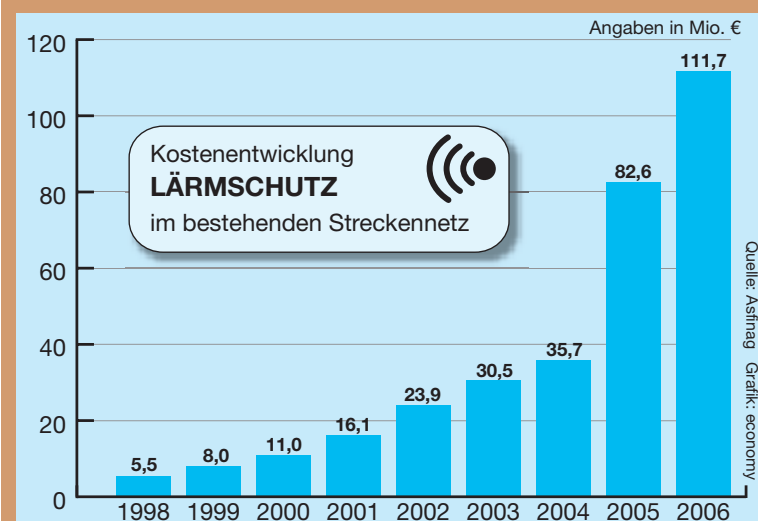
Kaum Alternativen

Österreich habe bei Großkraftwerken kaum Alternativen zum Gas, erklärt der Energieregulator. Kohle sei langfristig zwar der stabilste fossile Brennstoff, auch weil sie sich wegen der breiten Verbreitungsstreuung anders als Öl nicht für politische Erpressung eigne. „Kohle ist aber nur wirtschaftlich, wenn sie direkt von Hochseeschiffen in den Heizkessel geschüttet wird“, sagt Boltz.

Dringend nötig sei – für ganz Europa – eine Diversifizierung bei den Lieferanten, sei es durch neue Transportwege wie die geplante Nabucco-Pipeline (Türkei-Balkan-Österreich) oder die Ausweitung bei Flüssiggas (LNG). Dieses soll in den nächsten zehn Jahren rund ein Drittel des zusätzlichen Gasbedarfs decken, erwartet der Regulator.

Beitragen dazu könnte das LNG-Projekt der OMV auf der kroatischen Ferieninsel Krk. Anfang September wurde die Machbarkeitsstudie für das Projekt beauftragt.

Zahlenspiel



Seit dem Jahr 2000 haben sich die Kosten für den Bau von Lärmschutzwänden entlang der heimischen Autobahnen verzehnfacht. Trotzdem werden die Anträge betroffener Gemeinden nicht weniger. Kritikern, die sich über die Landschaftsverhandlung beklagen, gibt Verkehrsstaatssekretär Helmut Kukacka teilweise recht, auch er hält den Lärmschutz stellenweise für „überzogen“ und will prüfen, ob mit den Richtlinien über das Ziel hinausgeschossen wurde. Derzeit wird eine Lärmschutzwand errichtet, wenn ein Lärmpegel von 50 Dezibel in der Nacht und 55 Dezibel am Tag erreicht wird. *rose*

Wirtschaft

Zahler werden immer moralischer

Kreditschutzverband: In Österreich werden Rechnungen derzeit doppelt so schnell beglichen wie vor zehn Jahren.

Clemens Rosenkranz

Die Österreicher zahlen zunehmend pünktlich ihre Rechnungen. Während sie vor zehn Jahren ihre Schulden im Schnitt nach 48 Tagen beglichen und das gesetzte Zahlungsziel um 21 Tage überschritten, zahlten sie im Frühling 2006 bereits nach 37 Tagen und waren damit zwölf Tage im Verzug, so die jüngste Erhebung des Kreditschutzverbandes von 1860 (KSV).

Damit liegt das Land der Hämmer hinsichtlich des Zahlungsverhaltens gemeinsam mit den skandinavischen Ländern „im internationalen Spitzenfeld“, freut sich der KSV-Inkassochef Walter Koch. Schwedische Schuldner würden ihre Rechnungen nach 37 Tagen begleichen, das sei im Schnitt um neun Tage zu spät. Die säumigsten Schuldner seien in Italien zu finden, wo nach 89 Tagen mit 22 Tagen Verzug bezahlt werde, gefolgt von Großbritannien, wo man Rechnungen nach 54 Tagen nachkomme, im Schnitt um 21 Tage zu spät. Im europäischen Schnitt werden Rechnungen nach 50 Tagen mit 15

Tagen Verspätung bezahlt, ergänzt KSV-Geschäftsführer Johannes Nejedlik.

Diese erfreuliche Entwicklung bei der Zahlungsmoral wird jedoch unglücklicherweise durch einen großen Wermutstropfen konterkariert: Immer mehr Österreicher können ihre Rechnungen überhaupt nicht mehr zahlen, weil sie nämlich pleite sind oder kurz vor der Insolvenz stehen. So haben die Privatinsolvenzen im ersten Halbjahr 2006 laut Creditreform Österreich die Firmeninsolvenzen überholt.

Rekord bei Privatpleiten

Wie der Alpenländische Kreditorenverband (AKV) ermittelt hat, ist die Zahl der Privatinsolvenzen im ersten Halbjahr um 15 Prozent auf einen neuen Rekordwert (mehr als 3.700 Fälle) angestiegen. Die eröffneten Insolvenzverfahren über das Vermögen privater Personen (durchwegs Konkurse) seien noch stärker, nämlich um 21 Prozent auf über 3.200 Fälle gestiegen. Ergebnis dieser Entwicklung: Schon mehr als die Hälfte aller Pleiten entfällt auf

Private, auch weil die Zahl der Firmeninsolvenzen um fast sieben Prozent gesunken ist. Bei den Unternehmensinsolvenzen sind Einzelfirmen überproportional betroffen, also jene Betriebe, für deren Verbindlichkeiten der Unternehmer unbeschränkt und persönlich haftet. Auf die Einzelfirmen entfielen im ersten Halbjahr laut AKV rund 57 Prozent aller Unternehmenspleiten.

Nach einer Statistik der Dachorganisation der Schuldnerberatungen sind 300.000 österreichische Haushalte im Durchschnitt mit 63.550 Euro verschuldet. Als Gründe für die zunehmenden Privatinsolvenzen in Österreich gelten Einkommensverschlechterungen (wie durch Arbeitslosigkeit oder Karenz), ein sorgloser Umgang mit Geld sowie persönliche Schicksalsschläge wie Scheidung oder Unfall.

Um den bedrohlichen Trend zu immer mehr Privatkonkursen umzukehren, fordert der AKV besonders eine bessere wirtschaftliche Schulung von Jugendlichen, die – im Gegensatz zur Eltern- und Großelterngene-



Immer mehr Österreicher nehmen die Zahlungsziele und die Fristen auf ihren Rechnungen ernst. Foto: Bilderbox.com

ration unter einem starken Konsumdruck stehen würden.

Die bisher eingeleiteten oder geplanten Maßnahmen („Girokonto light“ für Überschuldete, Informationsveranstaltungen in den Schulen über den richtigen Umgang mit Geld, Coaching durch die Schuldnerberatungsstellen) weisen laut Creditreform in die richtige Richtung. Diese Bemühungen müssten angesichts der aktuellen Insolvenzentwicklung bei den Privatinsolvenzen aber weiter verstärkt und ausgebaut werden.

Um die fälligen Beträge einzubringen, setzen die Unternehmen in erster Linie das interne Mahnwesen in Gang. Immer mehr Unternehmen bedienen sich aber auch professioneller Inkassobüros (56 Prozent) oder ihrer Anwälte (30 Prozent). Acht Prozent der Fälle landen bei Gericht. Dementsprechend sei die Zahl der Inkassofälle um fünf Prozent auf 1,7 bis 1,8 Mio. Fälle gestiegen, unterstrich Koch. Im Schnitt geht es dabei um rund 1.000 Euro und sehr oft um Handy- oder Energierechnungen.

Verlagsserie

Mit innovativer Software auf Erfolgskurs

Österreichisches Start-up nimmt umfassende Beratungsdienstleistungen des austria wirtschaftsservice in Anspruch.

Das Linzer Unternehmen Dyna-Trace ist, was erfolgreiche Unternehmensgründungen betrifft, ein Senkrechtstarter. Im Februar 2005 von Bernd Greifeneder, dem Entwickler der Software, dem Finanzexperten Hubert Gerstmayr und der Vertriebs- und Marketing-Spezialistin Sok-Kheng Taing gegründet, beschäftigt das Unternehmen mittlerweile bereits 18 Mitarbeiter und befindet sich auf Expansionskurs.

Nach dem Unternehmensstart nahm das junge Gründer-Team die Hilfe des austria

wirtschaftsservice (aws) in Anspruch. „Die vom aws vermittelte Seed-Finanzierung trug wesentlich zum schnellen Unternehmenswachstum bei“, erklärt Taing. Als außerordentlich hilfreich haben sich für das Gründer-Team die aws-Berater erwiesen. „Natürlich müssen unternehmensrelevante Entscheidungen von uns getroffen werden, doch lassen sie sich leichter treffen, wenn man vorher professionelles Beratungs-Know-how in Anspruch nehmen kann“, so Taing.

Effiziente Fehlersuche

Erfolgsgeheimnis und Wachstumsmotor ist die Software Dyna-Trace Diagnostics. Dyna-Trace revolutionierte die Diagnose von Performance-Problemen und Software-Fehlern. „Bisher ließen sich Performance-Einbrüche und Stabilitätsprobleme bei unternehmenskritischen Java/J2EE- und .NET-Anwendungen nur mit hohem Zeit- und Kostenaufwand erkennen und beseitigen“, erklärt Greifeneder. Welches Einsparungspotenzial gegeben ist, lassen die Schätzungen des britischen Software-Experten Les Hatton erahnen, denn allein in

Europa entstehen Unternehmen dadurch jährlich Schäden in der Höhe von 100 bis 150 Mrd. Euro. Neu an Dyna-Trace Diagnostics ist, dass Fehlfunktionen nicht nur protokolliert, sondern auch Wege zu deren Beseitigung in Echtzeit und unter Vollast des Systems punktgenau aufgezeigt werden.

Marktetablierung

Im August dieses Jahres gelang der erste große Durchbruch auf dem europäischen Markt. DB-Systems, der IT-Dienstleister der Deutsche Bahn AG, entschied sich für Dyna-Trace Diagnostics. Das Unternehmen betreut derzeit rund 80.000 IT-Anwender und betreibt mehr als 380 IT-Systeme. Zu den Beweggründen dieser Entscheidung meint Peter Opelt, Leiter des Infrastruktur-Teams INet von DB Systems: „Wir haben Dyna-Trace Diagnostics gegen das Produkt eines Wettbewerbers evaluiert, und für uns hat die Problemanalyse im Fehlerfall, das flexiblere Lizenzmodell, aber auch die Technologie sowie die schnelle Konfigurierbarkeit eine wichtige Rolle gespielt.“ Aufgrund des Unternehmenserfolges wird derzeit darüber



Das Dyna-Trace-Gründer-Team (v.l.n.r.): Sok-Kheng Taing, Bernd Greifeneder und Hubert Gerstmayr. Foto: DynaTrace

nachgedacht, Risikokapitalgeber zu gewinnen. Wie Taing erklärt, „haben bereits jetzt Venture-Kapitalgeber Interesse angemeldet, sich an dem Unternehmen zu beteiligen“. Ein entscheidender Pluspunkt für erfolgreiche Start-ups, die mit dem austria wirtschaftsservice zusammenarbeiten, ist auch, dass sie auf das vom aws aufgebaute Netzwerk zurückgreifen können, um Kontakte mit Risikokapitalgebern knüpfen zu können.

Innovativ denken – unternehmerisch handeln – gezielt fördern

(Teil 3 der Serie)

Erscheint mit finanzieller Unterstützung durch austria wirtschaftsservice. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy. Redaktion: Ernst Brandstetter. Der vierte Teil erscheint am 22. September 2006.

Info

● **Förderungen.** Dyna-Trace erhielt als Start-up im Rahmen des Seedfinancings eine aws-Hochtechnologie-Gründungsfinanzierung in Form eines Darlehens und zusätzlich einen High Tech Double Equity in Höhe eines sechsstelligen Betrags als begünstigten Kredit. Für die weitere Expansion des Unternehmens besteht in Zukunft die Möglichkeit, auf aws-Netzwerke zurückzugreifen sowie das aws-Internationalisierungsprogramm zu nutzen.

Kommentar

Clemens Rosenkranz El Dorado für Schlossbesitzer



Die Regierung Schüssel hat auch den Bereich Energie dazu verwendet, ihr wirtschaftspolitisches Selbstverständnis zur Schau zu tragen. Der schwarz-orange-blauen Koalition geht es um die Entlastung der Unternehmen. Nicht umsonst sagen Börsianer, dass Schwarz-Orange auch nach der Wahl das Beste für die Wiener Aktien wäre. Zumindest die Analysten sind gut genug bezahlt, um auch angesichts der stark erhöhten Steuern und Abgaben auf Energie cool bleiben zu können und nicht sparen zu müssen.

Ganz anders schaut es bei den Kleinverbrauchern aus. Diese sitzen doppelt in der Bredouille. Sie müssen die höhere Steuerbelastung auf Strom, Gas, Heizöl oder Kohle schlucken, bekommen es aber wegen der verbrauchsunabhängigen Grundgebühren selbst durch eisenes Energiesparen kaum billiger. Und die Familien, denen das ganze schwarze Herz der ÖVP gehört, müssen allein dank Steuer- und Abgabenerhöhungen um bis zu 210 Euro mehr blechen. Die Abgabenflut hat je nach Haushaltseinkommen einen erheblichen Teil der Entlastungen der Steuerreform 2005 wieder weggespült. Als ob das nicht genug wäre, sind seit der Liberalisierung im Jahr 2000 auch die Preise für die reine Energie massiv angestiegen. Zum Glück für den zuständigen Minister Martin Bartenstein sind sowohl Wähler als auch Opposition sehr vergesslich. Denn der VP-Mann hat den Österreichern (in Analogie zur damaligen SP-Staatssekretärin Brigitte Ederer beim EU-Beitritt) durch die Stromliberalisierung eine Ersparnis von damals 1.000 Schilling (72,60 Euro) versprochen. Aus dem Bartenstein-Tausender ist nichts geworden, ebenso wenig wie aus den vom Minister zugesagten 100 Euro Ersparnis beim Gas. Diese tollen Einsparungen sind vielleicht dann möglich, wenn man in einem Schloss in der Steiermark residiert. Auch das können sich nur die Topverdiener leisten.

Alexandra Riegler Langer Atem lohnt sich



„Wenn man nicht anfängt, kann auch kein Exzellenz-Institut entstehen“, sagt Elisabeth Gehrler und meint damit, dass auch das Weizmann Institut nicht über Nacht Nobelpreisträger erzeugte. Aus dem Mund der Politik, die ebenso wie die Wirtschaft Günstling und Opfer des Shareholder Values ist, scheint dies ein guter Anfang.

Gute Anfänge sehen auch so aus: ein Projektmanagement-Team der Lufthansa, das in einer mit WLAN-Antenne bestückten Boeing sitzt und die erste E-Mail in der Luft versendet. Einer dieser kleinen, großen Menschheitsschritte geradezu, man glaubt die Zukunft zu riechen, duftend und minzig. Zurückgeholt aus der Zukunft, hat wieder der Shareholder Value das Sagen. 15 Cent mehr wird die Aktie im nächsten Jahr wert sein, wenn Boeings Business Unit „Connexion“ nicht mehr ist und die 560 Mitarbeiter in anderen Konzernbereichen verstaubt sind. Sechs Jahre hatte das Internet über den Wolken Zeit, seine Anziehungskraft zu zeigen, doch es wurde nicht genug Kommunikation betrieben, um das Produkt zu den Leuten zu bringen. Mit kurzfristigem Shareholder Value hätte auch das Weizmann Institut rasch ein Ende gehabt. Zehn Jahre dauerte es, bis sich zeigte, dass es vielleicht „fliegen“ können würde. Gleichzeitig wusste man früh, dass auch der Aufbau des Campus, Architektur und Interdisziplinarität Ideen induzieren. Die Umgebung: teuer, aber eine Nährflüssigkeit geradezu. Auf der Haben-Seite: eine Spendenkultur, die es laut Experten in Österreich wohl nie geben wird. Was die großen Gründungsmomente unterscheidet, könnte nur im Auge des Betrachters liegen. Tatsächlich ist ein fähiges Team ein guter Beginn. Und ein offenes Wort. Damit rechtzeitig bekannt wird, wenn man Ergebnisse erreicht, die die Welt interessieren. Wird noch kurzfristiges Ertragsdenken in die Schranken gewiesen, darf man weiter auf große Innovationen hoffen.

Wirtschaft bleibt aus

Bedingt durch ein nahezu wissenschaftlich dominiertes Programm war die Wirtschaft bei den heurigen Alpbacher Technologiegesprächen so gut wie nicht mehr vertreten.

Christian Czaak

Traf man in früheren Jahren bei den Technologiegesprächen in Alpbach zumindest noch die Chefs großer Informations- und Kommunikationstechnologie-Firmen und Mittelständler aus Produktion und Dienstleistung, so war heuer nur mehr die Großindustrie oder ihre Interessenvertretungen präsent. Das ist insofern zu kritisieren, weil Alpbach als Ort für Technologie- oder Innovationstransfer zwischen Forschung und Wirtschaft dienen sollte und auch mittlere und kleine Unternehmen ansprechen muss. 95 Prozent der Besucher kamen dieses Jahr aus Wissenschaft, Forschung und Forschungspolitik.

Im Bereich Wissenschaft und Forschung konnte man dafür aber hochkarätige und internationale Persönlichkeiten antreffen. Und von österreichischer Seite waren dann auch nahezu alle namhaften Forscher und die komplette Forschungspolitik vor Ort. In Blickrichtung Exzellenz-Uni und ein Networking eben auf dieser Exzellenz-Ebene erscheint diese Strategie der Veranstalter nachvollziehbar.

Trotzdem: Forschung unterteilt sich in Grundlagen- und angewandte Forschung. Forschung muss im Sinne einer nachhaltigen Wertschöpfung für den Standort von und mit der Wirtschaft umgesetzt werden,

und damit muss die Wirtschaft auch viel stärker bei den Alpbacher Technologiegesprächen vertreten sein. Beispielgebend waren (wieder) der niederösterreichische Wirtschaftslandesrat Ernest Gabmann, der gemeinsam mit RIZ-NÖ und Ecoplus auch Jungunternehmer und Forschungs-Start-ups aus Niederösterreich mit nach Alpbach brachte, und Harald Gohm von der Tiroler Zukunftsstiftung, der eine Tiroler Delegation anführte. Aus internationaler Sicht waren Delegationen aus China und der Ukraine vor Ort.

Angreifbare Forschung

Bei den weiteren Programmpunkten gab es im Vergleich zu früheren Technologiegesprächen heuer auch mehrere Best Practice-Präsentationen von Forschungseinrichtungen. Besonders erwähnenswert die Präsentation des Christian Doppler (CD) Labors „Biomechanics in Skiing“ und die Präsentation von Eutema/BMVI zum Thema „Living Semantics“. Beides beeindruckende Live-Installationen, die das Thema Forschung und Innovation in inszenierter Form angreifbar und erlebbar machten.

Einen gelungenen Mix aus Wissenschaft und Unterhaltung schaffte auch die Mini-Oper „Atom und Eva“ mit Akteuren von der US-Forschungsinstitution MIT (Massachusetts Ins-

tute of Technology) und der Technischen Universität Wien. Höhepunkte bei den Vorträgen und Podiumsdiskussionen stellten die Runde zum Thema „Wissenschaft und Demokratie“, unter anderen mit Sharon Harari (Weizmann Institute in Israel), Caspar Einem (Europasprecher der SPÖ) und Dieter Schweizer (Gregor-Mendel-Institut/Wien), das Panel zum Thema „Der Wettbewerb um Talente“, unter anderen mit Jean Marie Lehn, Josef Penninger und Krishna Nathan, sowie der Vortrag von Wiens Erzbischof Christoph Schönborn zum Thema „Glaube und Wissenschaft“ dar.

Die Themen in den zehn Arbeitskreisen stammten ausschließlich aus den Bereichen Wissenschaft und Forschung – von Hochleistungswerkstoffen über Telematiksysteme bis hin zu Energy Security und Hydrocarbonaten. Passend zu diesen sehr wissenschaftlichen Themen kamen auch die Vorträgen nahezu ausschließlich aus der internationalen Wissenschafts-Community.

Fazit: gelungenes Networking zwischen nationaler und internationaler Wissenschaft und Forschungspolitik. Der Transfer und das Networking zwischen Forschung und Wirtschaft sind hingegen missglückt. 2007 bitte wieder mit mehr inhaltlichem Anreiz für die Wirtschaft.

Karikatur der Woche



Wie Politiker ihre Ideen kommunizieren, und was der Wähler wirklich versteht...

Zeichnung: Kilian Kada

Dossier Kommunikation

Märkte sind Gespräche

Kommunikation ist keine Einbahnstraße, an deren Ende ein „Zielpublikum“ wartet. Provokante Thesen von vier Internet-Insidern, die bereits 1999 erkannten, wie der „Marktplatz der Informationen“ alles verändert.

Lang, lang ist es her, 2.000 bis 3.000 Jahre, da gab es in Griechenland oder Ägypten einen weithin bekannten Marktplatz. Händler kamen von ausgedehnten Seefahrten zurück, die Schiffe voll mit Gewürzen, mit schmiegsamer Seide und wertvollen magischen Steinen. Und Karawanen, gerade aus den Wüsten des Orients kommend, fanden sich ein, die Kamele bepackt mit süßen Datteln und saftigen Feigen. So ganz nebenbei brachten sie mancherlei exotisches Getier mit: Schlangen, Papageien, Affen. Ihr Einzug war von seltsam eindringlicher Musik begleitet. Und allein ihre Anwesenheit versprach so manche fremdartig anmutende Geschichte, die es dringend zu erzählen gab.

Dieser Marktplatz, die „Agora“, war das Herz der Stadt, ihr Kern, war gleichsam die Nabe, um die sich das emsige Geschehen drehte. Die Griechen nannten ihn auch, mit gehöriger Wertschätzung und in Analogie zu den heiligen Steinen im Apollo-Tempel zu Delphi „Omphalos“, den (profanen) Nabel ihrer Welt. Die Leute der Stadt standen an solchen Tagen früh auf, um in dieser belebten Agora Gemüse, Früchte, Lammfleisch und Wein zu erstehen, jedes Mal freilich erst nach genüsslichem Feilschen und nach Diskussionen über Wert und Unwert der ersehnten Ware. Kurz: Die Marktplätze der Antike waren alles andere als langweilig. Man ging hin um zu schauen, zu hören, sich zu wundern, um zu kaufen – und um sich dabei kurzweilig zu unterhalten.

Aber vor allem ging man hin, um einander zu treffen. Denn mit Märkten geht untrennbar einher: die Kommunikation. Vitale Märkte generieren vielfältige Gespräche zwischen

Menschen: über Motive und Sehnsüchte, über Werte und Chancen, über Eitelkeiten und Nützlichkeiten. Eine historische Reminiszenz an die Zeit der Geburtsstunden der Marktplätze? An eine Zeit, in der Handel und anregende Gespräche noch miteinander verknüpft waren, an ein Ambiente, das in dieser Gestalt heute nur noch fallweise zu finden ist, vielleicht auf dem Wiener Naschmarkt, dem Laibacher Wochenmarkt oder aber in den türkischen Basaren.

Die Abrechnung

Keineswegs! Die frei nachgezählte Passage entstammt der Einleitung eines Buches, das in den USA bereits im Jahr 1999, also mitten in der Hochblüte des Internet-Hypes für mediales Aufsehen, in manchen Top-Etagen des börsennotierten Business hingegen für Aufregung und Verstimmung sorgte. Unter dem Titel „The Cluetrain Manifesto – The End of Business As Usual“ wagten vier Insider, allesamt hochwertige, langjährige Spezialisten aus Internet-Marketing und Web-Kommunikation, wie dereinst Martin Luther in 95 griffigen Thesen, eine seither unübertroffen scharf formulierte Abrechnung mit der Ignoranz der Geschäftswelt gegenüber den prägenden Gegebenheiten der Märkte im Zeitalter des Internets.

Den Autoren ging es dabei sicher nicht um kurzlebige Provokation, denn sie gelten allesamt als „Wissende des Net Ages“: Christopher Locke gehörte bis in die zweite Hälfte der 90er Jahre der Internet-Division von IBM an. Rick Levine war lange Zeit bei Sun Microsystems beschäftigt und sorgte dort als Web Architect in der Java Software Group für die „Milch der frischen Denkungsart“. Doc Searls war drei Jahrzehnte im



Foto: Bilderbox.com

Silicon Valley als hochkarätiger Marketing-Berater tätig und fungiert heute als Senior Editor für das *Linux Journal*. Und auch der vierte im Bunde, David Weinberger, ist nicht nur Insider bekannt: „Weinberger ist ein Ausnahmetalent. Sein *Journal of Hyperlinked Organization* lässt einen die Web-Welt erst richtig verstehen“, charakterisiert ihn Tom Petzinger, Kolumnist des *Wall Street Journals*.

Heute, 2006, sieben Jahre nach der erstmaligen Veröffentlichung des „Cluetrain Manifesto“,

liegt auf der Hand, dass die Autoren recht hatten, wenn sie ihre massiven Vorwürfe nicht allein auf die „alten“ Industrien gemünzt wissen wollten. Denn: Auch in den vielen der sich als „internet-affin“ wählenden Unternehmen herrscht nach wie vor so manches krasse Missverständnis darüber, wie der zeitgemäße Umgang – sprich: die vernetzte Kommunikation – mit Kunden Tag für Tag und vor unseren Augen zu neuen Ausformungen von Marktplätzen führt.

Die wiederum so neuartig nicht sind, sondern sich – so die „Cluetrain“-Autoren – jenen Märkten der eingangs beschriebenen „archaischen Art“ als erstaunlich ähnlich erweisen: Im Internet finden sich bereits zuhauf „Marktplätze der Information“, auf denen lebhaft (und quer durch alle gewohnten Hierarchien) leichtthin geschwätzt und ernsthaft diskutiert, verzweifelt nachgefragt und kompetent geantwortet wird.

Fortsetzung auf Seite 18

Dossier – Kommunikation

Fortsetzung von Seite 17

Und zwar in hunderten, teils viel frequentierten Weblogs und User-Foren, in News Groups und auf Fan Sites findet reger Austausch statt. Kaum ein Mangel eines neu auf dem Markt lancierten Produktes, der nicht binnen weniger Tage, oft nur innerhalb einiger Stunden nicht nur auffällt, sondern gleich auf dem „virtuellen Meinungsmarkt“ Internet die Runde macht, allen Interessierten zugänglich und nachvollziehbar wird.

Quasi in der zweiten Infowelle, also unmittelbar darauf, beginnt via Internet ein Ansturm an Kritik und Nachfrage bei Service-Zentralen und Helpdesks der betroffenen Unternehmen. Nachdem diese auch intern vernetzt sind, via „Intranet“ agieren, pflanzt sich die Schockwelle gleich weiter fort. Es beginnt in Firmennetzen vielfach eine rege

Diskussion, wie man den „Mangel“ beheben könnte, ob man die Kunden auf neue Versionen vertrösten soll – oder ob man den inkriminierten „Fehler“ schlicht ableugnen soll. Allerdings: Bis in manchen Unternehmen der letztverantwortliche Topmanager von der Diskussion erfährt, kann es „Internet-Ewigkeiten“ dauern. Vor allem dann, wenn dieser, was heute noch oft genug der Fall ist, nicht die Zeit findet oder bisweilen gar nicht für nötig hält, sich selbst kundig im Netz zu bewegen.

Einen Klick weiter

Und bis in letzteren Fall, also dem „Worst Case“, auch der Chef der „Produkt-Marketing-Karawane“ persönlich zur Kenntnis nimmt, dass ein Teil seiner Ware „leicht verdorben“ auf dem Markt angekommen und folglich nicht goutiert worden ist, hat sich das Gros der Internet-Käufer, blitzschnell vorgewarnt, oftmals schon dem als

makellos geltenden Angebot der Konkurrenz – einen Klick weiter – zugewandt.

Ein Beispiel dafür, welche Folgen etwa das Ignorieren von Kundengesprächen, die sich zunehmend in Weblogs ereignen, für eine Firma haben kann, führte der deutsche Journalist Chris Löwer in einem kürzlich in der *Zeit* erschienenen Artikel an: „Der US-Fahrradschlosshersteller Kryptonite, der im Ruf steht, gewissermaßen Tresore für Räder herzustellen, wurde per Weblog durch ein Wackel-Video bloßgestellt, das eindeutig zeigte, wie simpel das Ding mit einem Kuli zu knacken ist.“

Laut Blog-Suchmaschinen-Anbieter Technorati waren bereits eine Woche später 1,8 Millionen Nutzer darüber im Bilde. Darunter auch Kryptonite-Mitarbeiter. Dort entschied man sich aber für Aussitzen. So lange, bis es nicht mehr ging: bis sich aufgebrachte Kunden zuhauf meldeten und Printmedien

wie die *New York Times* von der peinlichen Panne berichteten. Erst jetzt wurde eine Rückrufaktion gestartet. Schaden: zehn Millionen US-Dollar, schätzt das Magazin *Fortune*.“

Ein Vorfall, der zeigt, wie das Verletzen einer Basisbedingung von Kommunikation (nämlich: dem anderen aufmerksam zuhören wollen) für allzu selbstsicher agierende Firmen zum unangenehmen Problem werden kann. Und zugleich ein anschaulicher Beweis für die These zwölf des „Cluetrain“-Manifests, das da lautet: „Es gibt keine Geheimnisse. Der vernetzte Markt weiß mehr als der Hersteller über seine Produkte. Ob gut oder schlecht – das Wissen spricht sich rum.“ Eine Einsicht, die durch These 14 noch drastisch unterstrichen wird: „Die Unternehmen sprechen nicht mit derselben Stimme wie die neuen, vernetzten Gespräche. In den Ohren ihres Online-Zielpublikums klingen diese Firmen hohl, flach, ja bisweilen sogar unmenschlich.“

Die unsichtbare Hand

Warum diese fortgesetzte Abgehobenheit und systematische Gesprächsverweigerung so vieler Unternehmen erst durch vernetzte Kommunikation offenbar wurde, darüber mutmaßte einer der „Cluetrain“-Autoren, Chris Locke, im Interview mit dem deutschen Wirtschaftsmagazin *Brand Eins*: „Weil wir mit dem Internet eben das völlige Gegenteil der rundfunkartigen Abfertigung eines passiven Publikums haben. Eine Situation, die wir seit Jahrzehnten ertragen.“ Und Locke weiter: „Das Internet verknüpft Menschen mit Menschen, statt der Einbahnstraßen gibt es jederzeit Gegenverkehr, Widerspruch, Ermutigung. Die Annahmen des Geschäftslebens werden dadurch auf den Kopf gestellt: nämlich, dass das Publikum in Zielgruppen umher sitzt und man die Kommunikation mit ihm steuern könne. Und weil die Technik weltweit vernetzt ist, wird der Handel und Wandel auch global umgestülpt.“

Mich erinnert das Ganze an die unsichtbare Hand, welche nach Adam Smith die Wirtschaft steuert.“

Der Begriff „Cluetrain“ hingegen sei nur ein Nonsens-Kunstwort, so Chris Locke: „Uns hat der Name amüsiert: der Zug mit den Schlüsseln – der steht für viele Informationen, die täglich in Unternehmen ankommen. Und keiner holt sie ab.“ Wohl bis heute nicht: Sämtliche Indizien sprechen dafür, dass die scharfe Kritik der „Cluetrain“-Autoren nur ein ganz tief greifendes Unbehagen vieler Kunden, die heute via Internet, Weblogs und Google-Suchmaschine schnell und reichhaltig informiert sind, erstmals ausgesprochen und damit verdichtet auf den Punkt gebracht hat. Und ähnlich wie der einst die lutherischen Thesen zu Wittenberg von einem neuartigen Selbstbewusstsein der gläubigen Gemeinde zeugten, scheint auch „Cluetrain“ einen sensiblen Nerv einer sich aktuell in einem dramatischen Umbruch befindenden Wirtschaft getroffen zu haben.

Die Kampfansage an jedweden autistisch agierenden Topmanager (nachzulesen unter www.cluetrain.com) lässt jedenfalls an Deutlichkeit nicht zu wünschen übrig: „Als Märkte und als Mitarbeiter hängen uns die Informationen, die ihr da absondert, zum Hals heraus. Glaubt ihr wirklich, wir brauchen die gesichtslosen Jahresberichte und die Studien eurer Marktforschung, um uns miteinander bekannt zu machen?“ Und weiter: „Als Märkte und als Mitarbeiter fragen wir uns, warum ihr nicht zuhört. Eure Sprache ist eine Fremdsprache.“ Kurz: Die Internet-Generation will auf den vernetzten Märkten nicht mehr als gesichtslose Zahl, gegossen in Excel Sheets und via Medien manipuliert, auftreten, sondern als Menschen gelten, die eine Stimme haben. Denn: „Märkte sind Gespräche. Wir sind diese Märkte. Wir wollen mit euch sprechen.“ Wie einst auf der griechischen Agora.

Jakob Steuerer



Politik – Wirtschaft – Medien – Kultur – Panorama – Technologie – Produkte

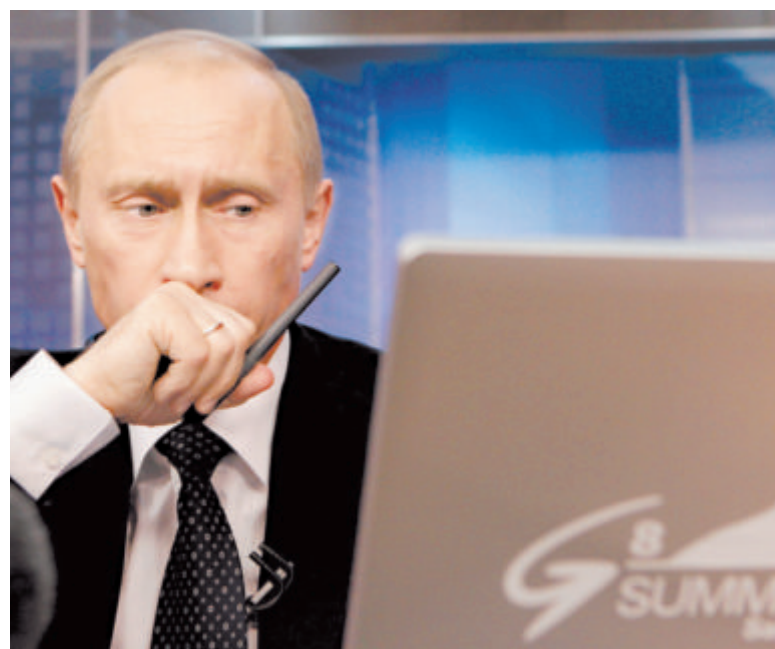
Message Delivered ...

Was Sie zu sagen haben, ist Ihre Sache – dass Sie gehört werden, unsere. Wir bringen Ihre Botschaft schnell und punktgenau an die relevanten Empfänger: an Redaktionen, Medien, Meinungsbildner, Pressestellen und Internetservices. Zielgerichtet. In die ganze Welt.

www.ots.at

Der multimediale Verbreitungsservice für Presseinformationen.

APA OTS



Auf Internet-Konferenzen muss auch Russlands Staatschef Wladimir Putin andere Meinungen respektieren. Foto: epa/Dmitry Astakhov

Dossier – Kommunikation

Auf dem Jahrmarkt der Meinungshändler

Die Muslime und der Westen verstehen einander nicht mehr. Zwischen Zuckerbrot und Peitsche, pauschalen Urteilen und zündelnden Worten werkt eine Dialogindustrie – die nichts zustande bringt. Lässt sich ein drohender Kampf der Kulturen ausreden?

Wir reden nur mit Ländern, die nicht mit der DDR reden.“ Henner Kirchner, Islamwissenschaftler an der Universität Gießen, fasst zusammen, was in den 1950er und 60er Jahren in der deutschen Außenpolitik Programm war. Die nach Walter Hallstein, dem damaligen Staatssekretär im Auswärtigen Amt, benannte Doktrin löste nicht nur einen Wettlauf der beiden Staaten um die Gunst junger Länder in Afrika und deren keimende Wirtschaftsbeziehungen aus, sie war, so Kirchner, „ein vollkommener Schuss nach hinten“. Auf niedrigerem Niveau passiere genau das auch heute im Gespräch zwischen dem Westen und den Muslimen. „Je weiter sich Orient und Okzident voneinander entfernen, desto weniger wird miteinander geredet, weil man aus dem Dialog immer größere Kreise ausschließt“, malt Kirchner das Bild.

Aufgewachsen in Freiheit und mit Toleranz als Maxime verstehen wir die Welt nicht mehr. Der Westen und die Muslime finden kein Gespräch mehr miteinander. Nicht, dass es nicht versucht würde, auf der anderen Seite kommen die Worte jedoch nur vereinzelt an. Mit dem Gewürzduft Granadas in der Nase, wo Religionen und Kulturen Wange an Wange leben und lebten, wird nach Möglichkeiten gesucht, sich aus Missverständnissen, Wut und Resignation herauszureden. Doch Zuckerbrot und Peitsche verhindern zumeist, was möglich wäre.

„Zurzeit gibt es zwar eine regelrechte Dialogindustrie, diese wirkt aber nicht“, erklärt Kirchner. Denn: Entweder ist die Teilnahme am Gespräch an Vorbedingungen gebunden oder man redet nur mit Leuten aus der Region, die bereits dieselbe Meinung haben wie man selbst. Dass dies kein gangbarer Weg ist, liegt auf der Hand. Denn auch Positionen, die nach europäischer Wahrnehmung unfassbar sind, bleiben nicht langfristig isoliert.

Eurozentrik

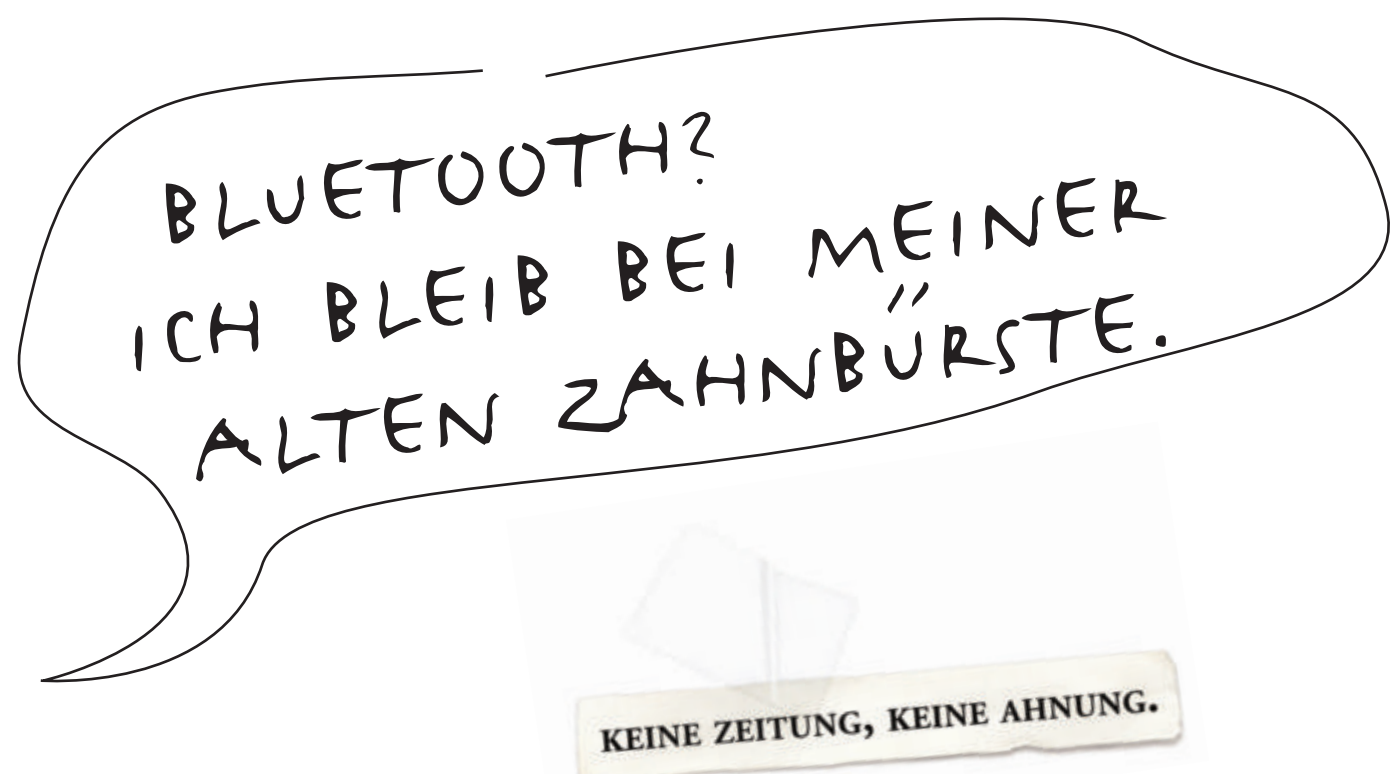
Der fühlbare gemeinsame Nenner macht sich indes rar: Der Westen wähnt sich im Kampf gegen Beschränkungen, der Orient gegen Freiheiten, die sein Gesellschaftsbild bedrohen. Das Unverständnis, warum jemand Freiheit ablehnen sollte, verschlägt uns dabei die Sprache, das Gegenüber wird in die Ecke gestellt. Die daraus entstehende Wahrnehmung, Opfer zu sein, bestärkt eine Nicht-Verantwortung für Dinge, die passieren – auch im eigenen Land, so die Islamwissenschaftlerin Gudrun Krämer von der Freien Universität Berlin auf dem 45. Deutschen Historikertag. Auf innenpolitische und soziale Veränderungen hat dies verheerende Auswirkungen: Dem Fortschritt wird die Chance genommen, die Wahrnehmung, dass man sich in einer Krise befindet, wächst. Die Tiefe des Risses wird nicht be-

griffen, ist auch Kirchner überzeugt. Es herrsche ein Kampf um die öffentliche Meinung inklusive einem Markt, wo es die Positionen zu verkaufen gilt. „Doch das Feld wird anderen Meinungshändlern überlassen, weil keine glaubwürdigen Gegenpositionen zur Hand sind.“

Wenn die Beute schließlich geschnappt wird, versteht man die Welt nicht mehr. „Man nimmt auffällige Minderheiten aufs Korn, entsichert durch scharfen Beschuss deren totalitäre Reflexe – und bestätigt im Zerrbild von Hass und Gewalt die Überlegenheit der eigenen, der

liberalen Freiheit“, schreibt Thomas Assheuer in der *Zeit* über den Karikaturenstreit. „Anschließend warnt man die Öffentlichkeit vor dem soeben ausgebrochenen Kulturkampf.“

Fortsetzung auf Seite 20



VÖZ VERBAND ÖSTERREICHISCHER ZEITUNGEN

www.keineZeitung-keineAhnung.at



Wochenzeitung für Forschung, Technologie & Wirtschaft

EIN MITGLIED DES VÖZ

Dossier – Kommunikation

Fortsetzung von Seite 19

Während der Westen über die Unordnung staunt, ist diese nicht neu. „Eurozentrisch“ nennt Islamwissenschaftlerin Krämer die Tatsache, dass die Unübersichtlichkeit erst jetzt, wo sie uns tangiert, wahrgenommen wird.

Die Erklärungen des Westens, woher der Aufruhr kommt, sind unterschiedlich und reichen von erniedrigten Muslimen, denen es nicht erlaubt ist, ihr Gesicht zu wahren, bis hin zum Fehlen politischer Freiheit: zu viel Westen oder zu wenig. Ebenfalls wahrnehmbar ist die Haltung, dass gegenüber Europa ein Lernrückstand besteht – für Kirchner eine gerade-

zu kolonialistische und damit gefährliche Sichtweise auf eine Region. Bestimmend sei diese zum Glück jedoch noch nicht.

Wer Demokratie an den Mann bringen will, sollte sie möglichst selbst anwenden und sie auch von allen zu gleichen Teilen verlangen. Andernfalls droht die Gefahr, ein unglaublicher Verkäufer zu sein.

Doppelte Standards

Dass der Westen aber vieles verlangt, dem er selbst nicht gerecht wird, ist weder neu noch überraschend. Doch sind es die Fehlritte, die sich einprägen: der Putsch unerfreulicher, aber demokratisch gewählter Vertreter, der mit Applaus oder Schweigen quittiert wird. „Für viele normale Menschen auf der Straße

ist genau das das Problem“, ist Rüdiger Lohlker vom Institut für Orientalistik an der Uni Wien überzeugt. Nicht so sehr die vermeintliche Bevormundung sei ein Dorn im Auge, sondern dass nicht gleich gewertet werde. Dass westliche Dialogpartner für immer mehr Menschen in der Region unglaubwürdig würden, bestätigt auch Kirchner. Doppelte Standards etwa in der Palästina-Problematik würden genau registriert.

Hauptproblem der Sprachschwierigkeiten ist für den Orientalisten Lohlker die fehlende Differenzierung. Es würde gefragt, ob der Islam gewalttätig sei und nicht, ob die Eigenschaft auf gewisse muslimische Gruppierungen zutrefte. Um dem Zündeln mit Worten entgegen-

zuwirken, legt die EU etwa ihren Staatsführern ein „Wertfreies Lexikon für die Radikalisierungsdiskussion“ ans Herz, das Worten ihre ideologische Färbung nehmen soll. Auch US-Präsident George W. Bush übt sich neuerdings in Unterscheidung und sagt den Krieg nun dem „islamischen Faschismus“ an – nach Ansicht der Islamic Society of North America bestenfalls ein Schritt vom Regen in die Traufe. „Es wird nicht geschaut, welche Interessen sich hinter dem Schleier des Islam verbergen“, kritisiert Lohlker. Nicht von der Hand zu weisen sind zudem die fehlenden Graustufen beim Blick der Muslime auf den Westen: Ein ganzes Panorama an Vorurteilen steht auch da zur Auswahl.

Das Misstrauen führt schließlich zu Unterstellungen, das Gegenüber teile die eigenen Grundwerte nicht mehr. Gleichzeitig sind sich die Seiten viel näher als vermutet. „Die Achtung der Menschenrechte, traditionelle Werte wie Schutz des Lebens: Islamische Familienethik ist den konservativen Kreisen im Westen eigentlich sehr nah“, so Kirchner. Ein Punkt, an den sich andocken ließe, sei dies allemal. Dass sich viele Muslime in konservativen europäischen Kreisen ganz gut aufgehoben fühlen würden, unterstreicht auch Lohlker. Wenn nur nicht immer das christliche Banner geschwenkt würde.

Öffentlicher Diskussionsraum

Damit in Fahrt kommt, was gerade noch stockt, braucht das Land Vermittler. Weil das Gute oft so nah liegt, könnte die Rolle den in Europa lebenden Migrantinnen zukommen. Das Potenzial sieht Lohlker, rät aber zur Vorsicht: „Es ist gefährlich, Migrantinnen der zweiten und dritten Generation aufzuerlegen, sie müssten vermitteln.“ Denn wie es sich mit der Erfolgsquote erzwungener Gespräche verhält, ist bekannt. Was fehlt, ist die Herausbildung eines öffentlichen Raumes, der es Muslimen erlaubt, über muslimische Themen in Europa offen zu diskutieren. „Und nicht unter dem Diktat ‚Erfindet gefälligst einen europäischen Islam‘ – diese Bringschuld einzufordern wäre kontraproduktiv.“ Vorhanden ist bestenfalls eine Art halböffentlicher Raum innerhalb muslimischer Organisationen, im Rahmen dessen die eigene Sache thematisiert wird, ein öffentlicher fehlt weitgehend. Anders in Österreich. Die Anerkennung der islamischen Glaubensgemeinschaft ließ ein Klima entstehen, das europaweit Gesprächsbereitschaft signalisiert. „Man merkt, dass wir da eine Situation haben, die Muslimen ermöglicht, sich ganz anders zu äußern“, ist Lohlker überzeugt. Dass an der Uni Wien etwa ein Masterstudium Islamische Religionspädagogik eingerichtet werde, sei ein solches positives Zeichen. „Der Schritt ist extrem wichtig, da Muslime dort über Pädagogik reden können und nicht den ganzen Islam mitschleppen müssen“, bringt es der Wiener Wissenschaftler auf den Punkt. „Denn geht es um Kommunikationsverweigerung, spielen gerade Ausgrenzungserfahrungen eine ganz wesentliche Rolle.“ Wenn dies graduell entfällt, entkrampft es das Ganze schon. Noch besteht die Möglichkeit, diesen Prozess zumindest auf europäischer Ebene einzuleiten.

Alexandra Riegler

economy
Wochenzeitung für Forschung, Technologie & Wirtschaft
www.economy.at

Wissenschaft.

Leben

Gewaltfreie Kommunikation: Verlorene Sprache der Menschheit

Vorprogrammierte Verletzungen

Unsere Kommunikation ist gewalttätig, und so werden Wörter zu Mauern statt zu Fenstern.

Mario Koepl

Es braucht keine simple, von kriegsartigen Tönen strotzende Diktion eines George W. Bush und keine fanatischen, von Hass erfüllten Brandreden eines Mahmoud Ahmadinejad. Man benötigt auch kein Rhetorikseminar und kein wirklich speziell geschärftes, fachkundiges Ohr, um zu erkennen, dass in der menschlichen Kommunikation und Ausdrucksfreude generell gar manches falsch läuft. Zwar haben wir die Kommunikation zur unersetzlichen Basis unseres Gedankenaustauschs, unserer zwischenmenschlichen Beziehungen und unserer Professionswelten erhoben, aber der Umgang mit den Regeln und Nuancen fällt uns auch im neuen Jahrtausend ähnlich schwer wie zu Zeiten, als der Mensch die ersten erkennbaren Laute von sich gab.

Wir leben im Zeitalter der vielschichtigen Kommunikation, die auf zahlreichen Ebenen abläuft. Wir benutzen die Welt des Mobilfunks, der Weblogs, der Foren, Chats oder der direkten Ansprache. Man sollte meinen, dass wir über die Generationen gelernt haben, mit dem gesprochenen und geschriebenen Wort als Bindeglied zu anderen Personen trefflich umzugehen. Aber in Wahrheit be-

finden wir uns immer noch auf einer ersten Evolutionsstufe der Rhetorik und der Möglichkeiten probater Mitteilungen und Ausdrucks. Denn unsere Sprache, das bei Weitem wesentlichste und effizienteste Hilfsmittel im Umgang mit anderen Personen, steckt in der Krise. Sie ist voller Gewalt, voller negativer Energie und voller Ressentiments.

Schlechtes Expertenzeugnis

„Wir haben längst vergessen, harmonisch mit unseren Mitmenschen, unseren Partnern, unseren Kollegen oder unseren Vorgesetzten und Untergebenen zu kommunizieren“, ist Marshall B. Rosenberg, der weltweit wohl am meisten hofierte Kommunikationsexperte, überzeugt. Der Mann, der seit 30 Jahren einen Kreuzzug gegen die Gewalt in unserer Sprache führt, der das „International Center for Non-violent Communications“ in den USA gegründet, zahlreiche Fachbücher veröffentlicht hat und der in zwei Dutzend Ländern in großem Ausmaß Lehrfunktionen wahrnimmt, weiß, wovon er spricht. Schließlich reicht sein Lehrbereich von Politikern über Anwälte oder Manager bis hin zu „Tafelklasslern“. Ob Krisengebiete in Afrika oder dem Nahen Osten: Die Erkenntnisse gleichen einander wie ein Ei dem anderen.



Mangel an gewaltfreier Kommunikation ist Ursache vieler wirtschaftlicher und privater Krisen. Foto: Mako plc (UK)

„Gewaltfreie Kommunikation ist eine verlorene Sprache der Menschheit“, meint Rosenberg. „Wir betrachten unsere Art, zu sprechen und mit anderen zu kommunizieren, vielleicht gar nicht als ‚gewalttätig‘, aber trotzdem fügen wir unserem Gegenüber oft Leid und Verletzung zu. Und das Beste daran ist, dass unsere eigenen Worte uns selbst auch schaden, ohne dass wir die eigene Wortwahl als Ursache eines auftretenden Übels erkennen und vielmehr in einer weiteren Spirale des Missverstehens Fehler ganz woanders suchen. Wir haben sichtlich verlernt, uns ehr-

lich und klar auszudrücken und unseren Dialogpartnern gleichzeitig unsere Aufmerksamkeit und den dafür nötigen Respekt zu widmen.“

Dass „gewalttätige Kommunikation“ für viele alltägliche Probleme und Krisen verantwortlich ist, können nicht nur Scheidungsparteien oder zahlreiche Gerichte bestätigen. Vor allem in der Wirtschaft ist die Nichtkenntnis von „gewaltfreier Kommunikation und Interaktion“ für viele Streitfälle, Versäumnisse oder Missverständnisse verantwortlich.

Fortsetzung auf Seite 22

Karriere

economy fragt: Welches ist Ihr liebstes Kommunikationswerkzeug?

● Karin Holdhaus wurde bei British American Tobacco mit den Kompetenzfeldern Corporate and Regulatory Affairs sowie Corporate Communications betraut. Die studierte Handelswissenschaftlerin war zuletzt als Senior Consultant bei Pleon Publico tätig. In Sachen Kommunikation hält sie es am liebsten mit persönlichen Gesprächen, die ihrer Meinung nach noch immer am effizientesten sind. Foto: BAT



● Robert Pöll hat die Geschäftsführung von IDS Scheer Austria übernommen. Er ist seit fast zwei Jahren beim Unternehmen als Mitglied der Geschäftsleitung für Marketing und Sales tätig und ist nebenberuflich Lektor für Prozessmanagement im Studiengang „Projektmanagement und Informationstechnologie“ an der FH des BFI in Wien. Für Pöll ist das „Handy, klassisch, ohne Schnörkel“ das ideale Kommunikationswerkzeug, um die Geschäfte zu dirigieren. kl



Foto: IDS Scheer

Unser Kunde ist ein führender, europäischer Anbieter von Software - Lösungen mit Tochterunternehmen in ganz Europa. Im Zuge der Expansion suchen wir für den strategisch wichtigen Standort Wien eine(n)

Key Account Manager (w/m)
(Branchenschwerpunkt Financial Services)

und

Key Account Manager (w/m)
(Branchenschwerpunkt Handel/Industrie)

Die Aufgaben

- Betreuung bestehender Kunden
- Eigenverantwortlicher Ausbau des Kundenstocks, v.a. im Bereich Financial Services bzw. Handel/Industrie
- Marktanalyse und Marktrecherche

Die Anforderungen

- Wenigstens 2 Jahre Erfahrung im Vertrieb, idealerweise IT-Lösungsvertrieb
- Gutes Verständnis von Geschäftsprozessen und betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen im Bereich Financial Services bzw. Handel/Industrie
- Sehr gute Präsentationskenntnisse, ausgeprägte soziale Kompetenz und gewinnende Persönlichkeit
- Gute Englischkenntnisse

Das Angebot

- Arbeit in einem jungen, unkomplizierten Team in einem flach strukturierten, stetig wachsenden, internationalen Unternehmen
- Klares, leistungsorientiertes Gehaltsschema
- Individuelle Weiterbildungsmöglichkeiten

LEHNER EXECUTIVE PARTNERS

Wenn Sie diese attraktive Position anspricht, freut sich unsere Beraterin Frau Mag. Martina Bischof auf Erhalt Ihrer aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen (per E-Mail): mb@lehnerexecutive.com

Löwelstr. 12/1/1, 1010 Wien

Tel: +43-1- 532 43 80, www.lehnerexecutive.com, mb@lehnerexecutive.com

Leben

Notiz Block



Mehr Frauen in der Forschung

Das „Gender Booklet“ liefert dieses Jahr bereits zum dritten Mal einen Statusbericht zur Chancengleichheit in der außeruniversitären naturwissenschaftlich-technischen Forschung. „Dabei konnten wir vor allem drei positive Entwicklungen beobachten: Mit einem Anteil von 34,5 Prozent ist der Frauenanteil unter dem Forschernachwuchs weiter gestiegen. Der Gesamt-Frauenanteil am wissenschaftlichen Personal war mit 21,4 Prozent auch 2005 im Aufwind – im Jahr davor lag die Quote noch bei 20,3 Prozent. Und darüber hinaus ist es gelungen, das Bewusstsein für Gender Mainstreaming in den Forschungseinrichtungen zu steigern“, resümierte Forschungsstaatssekretär Eduard Mainoni anlässlich der Präsentation. Negativ hingegen ist vor allem die Vergütungssituation: Frauen verdienen um bis zu 14 Prozent weniger als Männer.

Trendsportarten für Behinderte

Nach dem großen Erfolg der ersten österreichischen Skischule für Menschen mit Behin-

derung hat der Verein Freizeit Para-Special-Olympics heuer auch ein höchst abenteuerliches Sommerprogramm in der Urlaubsregion Schladming umgesetzt. Bei Trendsportarten wie Rafting, Paragleiten, Tauchen oder Klettern steht das Zusammenführen von geistig oder körperlich Behinderten mit Nicht-Behinderten im Mittelpunkt. Betreut werden die Teilnehmer von speziell ausgebildeten Therapeuten, Pädagogen, Bergführern und Tauchlehrern. Die Nachfrage übersteigt alle Erwartungen, für die Initiatoren Sabine Eham und Armin Wagenhofer ein Beweis, dass der Bedarf von behinderten Menschen an einem gleichwertigen Sportangebot sehr hoch ist: „Es ist das gemeinsame Überschreiten von Grenzen, das Erreichen von Dingen, die den Behinderten und deren Angehörigen vorher unmöglich erscheinen – das ist unsere Motivation“, so Eham.

Energiesparen in Kursen lernen

Durch die steigenden Energiepreise werden Energiethemen für jedermann von Tag zu Tag interessanter. Der oberösterreichische Energiesparverband setzt daher im Herbst 2006 einen umfassenden Ausbildungsschwerpunkt mit einer Reihe von „Energie-Kursen“, Seminaren sowie Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen für verschiedene Zielgruppen. Die Themen umfassen die Gebiete Solarenergie, Hausbau, alternative Heizsysteme und Energiemanagement. kl

www.energiesparverband.at

Schnappschuss
8.500 Euro erstrampelt

Bei den 8. World Games of Mountainbiking in Saalbach-Hinterglemm legte das CA-&Friends-Racing Team, bestehend aus 139 sportlichen Kunden, Partnern, Journalisten und Mitarbeitern des Software-Anbieters CA, insgesamt 5.305 Kilometer zurück. Für jeden zurückgelegten Kilometer spendete CA einen Euro für den Verein Debra-Austria, die „Schmetterlingskinder“. Das Kilometergeld wurde durch Spenden und Preisgeld auf 8.500 Euro aufgestockt. Abgestrampelt haben sich unter anderem Thomas Gabriel (Brocade), Rizan Flenner (Mercury) und Horst Bratfisch (Raiffeisen Informatik). kl Foto: CA/The Professor

Körpersprache: Nonverbale Kommunikation bei Frauen

Sag's mit Augenaufschlag

Die weibliche Mimik ist voller Geheimnisse. Daran ändert auch die Emanzipation nichts. Welche Signale Frauen aussenden, wenn es darauf ankommt.

Antonio Malony

Wir leben im 21. Jahrhundert, wir haben die sexuelle Revolution hinter uns, wir haben uns von Alice Schwarzer die Welt erklären lassen und haben mittlerweile einen hohen Grad an Alltagsemanzipation erreicht.

Nur an einem hat sich wenig geändert: an der nonverbalen Kommunikation zwischen den Geschlechtern. Während diese bei Männern – eh klar – eher simpler Natur ist, gibt es in der Körpersprache der Frauen vielerlei Geheimnisse, die eine Betrachtung wert sind.

Die Menschheit hat im Laufe ihrer Entwicklung intelligente Strategien entwickelt, die bestimmte Dinge im sozialen Umland ermöglichen oder herbeiführen können. Zu diesen Dingen gehört zum Beispiel die Paarung. Die erste Grundform für diese Strategien sind nonverbale Signale. Deren Basis ist die Mimik, wie zum Beispiel das Lachen.

Im evolutionshistorischen Forschungsrückblick wurde das Lachen in früheren, primitiveren Gemeinschaften von Frauen öfter als von Männern

eingesetzt, entweder als sozialer Stabilisierungsfaktor oder als Bereitschaftssignal. In heutigen Zeiten haben sich die Lachsignale der Frauen in einer Flirt-Situation verfeinert. Das Lachen wird dabei durchaus für komplexere Code-Signale eingesetzt. Ein großes, breites Lachen mit größtmöglicher Entblößung der Zähne bedeutet nicht mehr als: Ich bin aufnahmebereit. Die Variante des offenen Lachens mit leichtem Biss auf die Lippen verrät bereits tiefer gehendes Interesse. Werden während des Lachens oder danach mit der Zunge die Lippen befeuchtet, signalisiert das weibliche Gegenüber bereits die Bereitschaft zu bestimmten körperlichen Empfindungen. Ein lächelnder Schmolmund wiederum verrät, dass der Intellekt noch die Übermacht besitzt.

Hände und Kleider

Die Augen sind der zweite wichtige Signalträger. Geweitete Augen, die das Gegenüber eine längere Zeit offen ansehen, bedeuten nicht etwa, dass der mündlichen Konversation mit Interesse gelauscht wird, sondern dass die Frau den Mann

ausgiebig mustert und als eventuellen Paarungspartner taxiert. Ergänzt sich dieser offene Blick anschließend durch ein nur wenig chiffriertes Pupillen- und Brauenspiel, war die Qualitätskontrolle erfolgreich, wenn nicht, senkt die Frau zu meist ihren Blick wieder. Ist dagegen der offene Blick, im Idealfall sogar mit rollenden Augen, von Bestand und mündet er gar in ein Zwinkern, liegt ein klares Befürwortungssignal vor.

Zu weiteren Hilfsmitteln dieser Kommunikationsform gehören vor allem die Hände. Spielen diese mit Gegenständen, ist das ein Signal, dass die Frau herausgefordert werden will. Zupft sie dagegen an den Kleidern, ist das entweder ein Zeichen für Langeweile oder Unsicherheit. Scheinbar zufällige Berührungen des Gegenübers dagegen sollen die natürliche Distanzzone durchstoßen und stellen de facto eine Zusage dar, die Flirt-Situation zu vertiefen.

Zur Beantwortung dieser Signale stehen dem Mann dagegen weniger Mittel zur Verfügung. Vorrangig wichtig ist allemal, dass er die ankommenden Botschaften richtig deutet.

Fortsetzung von Seite 21

Der Schaden, der durch diese relativ kleine Ursache entsteht, ist am Ende des Tages oft riesengroß. Davon kann auch Ursula Plachetka, zertifizierte Wirtschaftsmediatorin und Präsidentin der Vereinigung Mediation Austria, ein Lied singen: „Im Alltag der Wirtschaftsmediation ist die falsche Rhetorik für viele Missstände bei Unternehmen verantwortlich. Da entstehen oft irreparable Schäden, die weit über den blanken finanziellen Verlust hinausgehen. Oft ist der wahre Ursprung einer Kontroverse fast als lächerlich zu bezeichnen. Ein falscher Satz, ein missverständlicher Auftrag, eine ins falsche Ohr gedriftete Konversation, und schon werden schlafende Hunde geweckt. Da entstehen durch ein falsch geführtes Telefonat oder ein nicht eloquent formuliertes Memo dramatische Entwicklungen, die letztlich allen am daraus resultierenden Konflikt beteiligten Personen und Institutionen überdimensionale Schäden zufügen.“

In der Politik sah zum Beispiel Theodore Nyilidandi, der Außenminister von Ruanda, in der gewaltfreien Sprache einen Lichtschimmer für Kon-

flikte: „Traumatische Situationen auf dem Kontinent stehen den Erkenntnissen einer neuen Kommunikationsqualität gegenüber. Man empfindet allorts den tiefen Wunsch, diese Form der Kommunikation in sich aufzunehmen, um Konflikte zu befrüchten oder zu lösen.“

Die richtige Wortwahl zählt

Wo also liegen die Schwierigkeiten, sich im kommunikativen Umgang mit dem Gesprächs- oder Verhandlungspartner richtig auszudrücken, die richtigen Worte zu finden? Was definiert und garantiert eine „gewaltfreie Kommunikation“?

Um diese Fragen zu beantworten, ist es notwendig, zu erkennen, dass eine harte Arbeit an der eigenen Rhetorik und an der Grundeinstellung notwendig ist. Um das Übel der Gewalt in der Sprache zu beheben und konstruktiv und effizient mit dem Gegenüber in einen beiderseitig erquicklichen Dialog zu treten, müssen wir nämlich an unserer Wortwahl und an unserer Aufmerksamkeit enorme Modifikationen vornehmen.

Folgende Komponenten sind bei einer gewaltfreien Kommunikation unerlässlich: zum einen die Beobachtungsgabe, die uns erkennen lässt, was um uns her-

um geschieht, und die man dann dem Gegenüber ohne Beurteilung, Klassifikation oder Bewertung mitteilt. Dazu gehört es auch, die Angst zu überwinden, dass Ablehnung droht.

Zum anderen sind Gefühle wichtig. Ein echtes Gefühl wertfrei mitzuteilen, stellt für die meisten von uns ein Husarenstück dar, dem man allgemein das freihändige Ringen mit einem Tiger oder eine Zahnbehandlung ohne Narkose vorzieht. Gleiches gilt für die Kommunikation der eigenen Bedürfnisse, die hinter den Gefühlen stecken, sowie das Einfühlungsvermögen in die Bedürfnisse des Gegenübers, des Dialogpartners.

Letztlich folgt noch die Komponente der Bitte. Um etwas ehrlich zu bitten, löst im Alltag oft eine Verklemmung aus, die häufig sehr schnell in eine mit „Gewalt“ gefüllte Sprache umschlägt. Drückt man sich mit diesen genannten Komponenten, losgelöst von üblichen Zwängen und Normen, aus und ist man im Gegenzug bereit, voll Empathie diese Faktoren auch beim Gesprächspartner anzunehmen, dann ist der Weg zu einer gewaltfreien Sprache und neuer Qualität der Kommunikation geradezu sicher.

Leben

Reaktionen

St. Tropez und zurück

Da mein Herz für französische Autos schlägt, haben wir heuer das Abenteuer unternommen, mit unserem mehr als 30 Jahre alten Citroën Mehari nach St. Tropez zu fahren (Mehari war ja „Dienstwagen“ von Louis de Funès im „Gendarm von Saint Tropez“). Bei einer Maximalgeschwindigkeit von 90 km/h und ohne g'scheite Seiten- und Heckscheiben war das manchmal schon ein Abenteuer. Jedenfalls hatten wir jede Menge Spaß und verstehen jetzt den Werbeslogan von Citroën viel besser: Der Weg ist das Ziel.

Franz Kühmayer, Wien

Fördertrug

Auch wenn es mich als ehemaligen österreichischen Wissenschaftler schmerzt, dass die öffentliche Hand trotz Evaluierungssparkurs für die österreichische Forschungslandschaft nun allem Anschein nach einen deutschen Forschungsriesen unterstützt: Die österreichischen Forschungszentren werden nun vielleicht vermehrt draufkommen, dass man sich auch international orientieren kann. Auch den Kampf um Industriepartner wird die neue Konkurrenz bei Qualität und Anwendungsorientiertheit beleben und die nach wie vor vorhandenen Elfenbeintürme noch transparenter und wettbewerbsorientierter machen.

Gustav Friedl, Graz

Weiter so

Ich habe zwar zugegebenermaßen immer noch nicht verstanden, welche Lücke ihr füllen wollt beziehungsweise was ihr genau bieten wollt, aber dennoch sind immer wieder einige wirklich gute Artikel zu finden. Sehr gefallen, denn solche Informationen findet man sonst nirgends, hat mir der Beitrag „Pesticola in Indien“. Auch sehr gut links davon der Kommentar „Provinzposse ...“ vom selben Autor. „Gewünschte Katastrophe?“ ist ebenfalls höchst informativ, wie das gesamte Dossier Flut. Weiter so, und wenn's geht, nicht noch einmal mit der Anzahl der Seiten sparen. Bitte kennzeichnet Werbung im Sinne eines seriösen Journalismus deutlicher. Manche Lobhudelei ist oft schwer erkennbar.

Hans Pauser, Wien

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

Digitale Sprachkünstler



Diktate nicht mehr missen. Eins sei vorausgeschickt: Die Arbeit wird dadurch nicht weniger, sondern nur anders, effizienter strukturiert. Besonders ins Auge sticht die Technologie und Handhabung bei Philips. Das Workflow Management mit bis zu zehn frei definierbaren Schlüsselwörtern ermöglicht effiziente Organisation und Verarbeitung der Sound-Dateien vom Diktat bis zur Archivierung. Über das USB-Kabel lassen sich die diktierten Aufnahmen direkt auf den PC übertragen, wo sie von einer professionellen Schreibkraft oder per Software weiterverarbeitet werden können. Preis: ab 350 Euro.

www.dictation.philips.com

Punkte:

Sprich mit mir

Wer heute diktiert, hat nicht einfach nur ein Tonband. Moderne Diktiergeräte können mehr. Man kann sie mit der eigenen Stimme steuern. Es stehen Ordnerstrukturen zur Verfügung, um Diktate und Memos von vornherein zu organisieren. Klingt nicht wirklich rasend fortschrittlich, aber einmal angewendet, möchte man elektronische



Notizblock

Sicher in einer anderen Liga spielt die besser als digitale Notizblöcke zu bezeichnende VN-Serie von Olympus. Für den Alltagsbetrieb sind sie bestens durch lange Akkulaufzeiten und eine gute Sprachqualität gerüstet. Preis: ab 60 Euro.

www.olympus.at

Punkte:



Verspeichert

Das Sony ICD-MX20 macht zwar haptisch den solidesten Eindruck. Auch die Qualität stimmt. Einzig die Tasten sind für großbefingerte Menschen einfach zu klein. Auch der sonytypische Memory Stick macht das Gerät um ein Eck spezieller. Preis: ab 256 Euro.

www.sony.at

Punkte:

Klaus Lackner (Maximalwertung: 5 Punkte)

Fotos: Hersteller

Dieser Test spiegelt die persönliche Meinung des Autors wider.

Frage der Woche

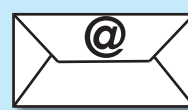
Welchen Einfluss haben Internet-Technologien auf Ihre Kommunikation?

45 %



E-Mail, Instant Messaging und Voice over IP sind zum Mittelpunkt meines Lebens geworden.

40 %



E-Mail ist wichtig, aber der Rest ist mir zu viel.

10 %



Telefon, Fax und Brief sind einfach unersetzlich.

5 %



Ich drucke mir jedes E-Mail aus und lasse es beantworten.

Quelle: www.economy.at Grafik: economy

Buch der Woche

Marketing mit System

Jährlich geben Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz mehr als 46 Mrd. Euro für Marketing aus. Ein erheblicher Teil dieser bemerkenswerten hohen Geldsumme wird jedoch – darin sind sich praktisch alle Experten einig – mehr oder weniger hinausgeworfen: für Werbung, die nicht wirkt, für Marketing, das nichts verkauft. Milliarden, die einfach verpuffen.

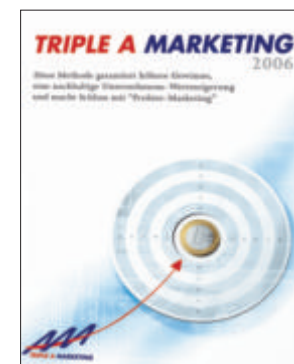
In seinem neuen Buch „Triple A Marketing 2006“ beschreibt Georg Kolm, seit mehr als 30 Jahren erfolgreicher Inhaber eines österreichischen Marketing-Unternehmens, wie derartige Verluste einfach vermieden werden können.

Der Schlüssel zum Erfolg besteht für ihn anfangs nicht nur darin, die Ausgaben eines Unternehmens für Marketing höherer Gewinne und eine nachhaltige Unternehmenswertsteigerung garantiert werden. *kl* Georg C. Kolm: Triple A Marketing 2006, Dismedia, 1995, 26 Euro, ISBN 3-200-00510-6

Investitionen in Marketing werden erstmals genauso behandelt wie Investitionen in eine Maschine oder ein Produkt: von Anfang an ist der „Return on Investment“ (ROI) der Marketing-Investition somit nachvollziehbar und bekannt.

Leicht lesbar, gut verständlich und ohne das übliche Marketing-Kauderwelsch wendet sich das Buch direkt an die Marketing-Praktiker in Geschäftsführung oder Vorstand, die nicht länger im Stil des „Probiermarketings“ Geld für

etwas ausgeben wollen, ohne zu wissen, ob und was es bringt. Die Triple A-Marketing-Methode ist klar, einfach und anwenderfreundlich in zwölf Schritte gegliedert und setzt bei den Ertragstreibern eines Unternehmens an. So können bei richtiger Umsetzung der Methode höhere Gewinne und eine nachhaltige Unternehmenswertsteigerung garantiert werden. *kl* Georg C. Kolm: Triple A Marketing 2006, Dismedia, 1995, 26 Euro, ISBN 3-200-00510-6



Termine

● **Multimedia-Business.** Am 19. September findet im Rahmen der Verleihung des „Staatspreises für Multimedia & E-Business“ in Kooperation mit Telekom Austria erstmals ein Branchentalk zum Thema „Next Generation Media“ statt. Eine ausgewählte Expertenrunde diskutiert Trends, Perspektiven und neue Herausforderungen der Branche. Trendthema Nummer eins ist dabei Web 2.0 und Social Software. Im Rahmen von zwei Panels wird die Thematik aus dem Blickwinkel von Medienexperten, Mitgliedern der Open Community und Business-Managern betrachtet. www.multimedia-staatspreis.at

● **Informationsmanagement.** Unter dem Motto „Maximize Information“ lädt EMC Computer Systems Austria am 3. Oktober gemeinsam mit Partnern zum „EMC Information Storage Day“ ein. Die kostenfreie Veranstaltung für IT-Entscheider und Systemverantwortliche im Hotel Marriott Vienna am Parking bietet ein umfangreiches Programm, bestehend aus insgesamt 20 Fachvorträgen und Projektbeispielen zu den aktuellen Themen Informationsmanagement und -infrastruktur. Ergänzt wird das Vortragsprogramm durch Firmenstände und Breakout Sessions. www.emc-isd.at

● **Haus der Forschung.** Im Haus der Forschung, das am 18. September eröffnet wird, bildet sich Österreichs gesamtes Innovationssystem ab. Im Gebäude verdichten und vernetzen sich die Informations- und Kommunikationssysteme im Innovationssystem. Das ermöglicht neue Perspektiven und Qualitäten in der Forschungsförderung. Das Eröffnungsfest steht daher auch unter dem Motto „Reach out for New Dimensions“. Die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG), der Wissenschaftsfonds (FWF), die Christian Doppler Gesellschaft (CDG) und die Austrian Cooperative Research (ACR) laden als Mieter des Hauses zur Eröffnung des „Gates into the future“ ein. www.ffg.at

● **Paradigmenwechsel der IT.** Die internationale Technologiekonferenz „Semantics 2006“ findet heuer vom 28. bis 30. November im Wissenschafts- und Technologiepark Techgate Vienna statt. Zentrales Thema der hochkarätig besetzten Konferenz (zum Beispiel Denny Vrandečić von Wikipedia und Ora Lassila vom Nokia Research Center) ist der Eintritt in die Semantic Web 2.0-Generation mit neuen, praxisorientierten Anwendungen für die Wirtschaft. www.semantics2006.net

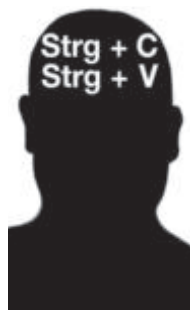
Leben

Mario Koepl**Sprachlosigkeit ist Trumpf**

Was haben wir denn da? Mobiltelefone und Freiminuten en masse, Chats und Foren im Internet, eine Flut von VoIP-Verbindungsmöglichkeiten und ein echter Super-GAU an Kommunikation, jenem griffigen Schlagwort, das wir zeitgeistig zum Überbegriff des aktuellen Zeitalters gewählt haben. Selten war es so einfach, sich auszutauschen, sich bemerkbar zu machen, im Gespräch zu bleiben oder einen verbalen Austausch zu beginnen und zu pflegen. Hurra – wir interagieren mehr als je zuvor! Aber tun wir das wirklich?

Sicher, die Jetzi-Tant und der Karli-Onkel im hintersten Nest des Landes können jederzeit und überall Kontakt aufnehmen. Doch die Jetzi-Tant hat sich erst kürzlich scheiden lassen, weil ihr Göttergatte seit Jahren keinen zusammenhängenden Satz mehr mit ihr gesprochen hat, und den Karli-Onkel, der leider verschieden ist, hat man erst Wochen später und übel duftend in seinem Haus vorgefunden. Erstgenanntes Fallbeispiel befindet sich voll im landesweiten Trend, denn ein Gutteil der mehr als 50 Prozent Scheidungen im Land beruht auf mangelnder Kommunikation zwischen den Partnern. Letzterer Fall kommt leider immer wieder vor, denn einsame und ältere Personen nutzen die vielfältigen Möglichkeiten so gar nicht, wie sich die Werbung und das Allgemeindenken das so vorstellen. Auch sonst ist die Kommunikation nicht von Qualität beseelt. Heiße Luft ohne echte Anteilnahme, geistloses Blabla und oberflächlichste Konversation und Interaktion herrschen allerorts. Wenn kommuniziert wird, dann oft nicht miteinander, sondern aneinander vorbei.

Inmitten einer auf Kommunikation getrimmten Dekade herrscht im Grunde allgemeine gegenseitige Sprachlosigkeit. Da helfen leider auch kein „Friends-Paket“ im Mobilfunk und keine leeren Lippenbekenntnisse.

Antonio Malony**Copy & Paste: Plage der Unis**

Die Plagiatsplage ist ein neues Phänomen in der zeitgenössischen universitären Pädagogik. Manche nennen es Copy & Paste-Wissenschaft, Borderline-Forschung, schlichtweg Betrug an der Scientific Community, akademischen Egoismus, universitären Trash, Diskont-Bildung. Die Universitäten und die Plagiatsjäger regen sich mächtig auf, durchstöbern neuere Diplomarbeiten und Dissertationen mit spezieller Software, freuen sich über erwischte Kopierer und stellen sie an den Pranger (wie etwa auf <http://wickedplagiat.2.ag>).

Über diese Rabiatsmethoden kann man streiten. Sicherlich, zur Abschreckung taugen sie, immerhin wird jedem Copy & Paster klar, welches Risiko er auf diese Weise eingeht. Taugen diese Mittel aber zur Verdeutlichung, warum abgeschriebene und kopierte Diplomarbeiten Mist sind – und zwar in erster Linie für den Diplomanden? Unethische Wissenschaft hin oder her, Wissen aus zweiter Hand oder doppelt und dreifach recycelte Texte sind unnötiger Junk, der niemandem nützt. Am wenigsten dem Studenten selbst. Die Universität kann leider nicht immer ausreichend vermitteln, dass man nicht für sie studiert, sondern für sich selbst, um diesen Stehsatz zu bemühen. Das Erkenntnisinteresse, das Grundlage für einen universitären Abschluss sein sollte, wird von den vielfach überlasteten Lehrenden wenig vermittelt. Da kann der Lehrkörper toben, wie er will. Plagiate wird es weiter geben – und damit auch einen weiter fließenden Output an universitären Wissensgaunern und zweitklassigen Akademikern, die später einen Teil des zukünftigen Mittelstandes bilden werden. Das zu verhindern, vermag keine Anti-Plagiats-Software. Dagegen muss eine höhere Qualität der universitären Ausbildung wirken, die vermittelt, dass Wissensstreben aus anderem besteht, als einfach Texte von der einen in die andere Vorlage zu kopieren.



Wie die Kommunikation im Urlaub laufen wird, sollten Führungskräfte und Manager vor ihrer Abreise ganz genau festlegen und sich während ihrer Ferien auch daran halten. Foto: Bilderbox.com

Vergeblicher Versuch in Nicht-Kommunikation

Urlaubende Führungskräfte gehen oft der Theorie in die Falle.

Clemens Rosenkranz

Auch Manager und Führungskräfte haben das Recht auf ihren wohlverdienten Urlaub. Allerdings sollten sie erst dann blau machen, nachdem sie die Kompetenzen und Zuständigkeiten während ihrer Abwesenheit genau geregelt haben. Dies funktioniert nur, wenn sich die Chefs eines ordentlichen Kommunikationsaufwands befleißigen und die Kommunikationsstrukturen während ihrer Absenz fixieren. Andernfalls kann schlicht das Chaos ausbrechen.

Oft tragen Manager ebenso wie Mitarbeiter gerade in ihrem Urlaub, ohne es zu wollen, viel dazu bei, dass es zu kommunikativen Verwerfungen und im schlimmsten Fall zu einem Super-GAU kommt. Beispiel: Wer im Urlaub nicht erreichbar sein will, darf nicht unerwartet Mails an Nicht-Urlaubende schicken und dann erwarten,

dass sie eine Antwort bekommen. Schließlich war das vorher nicht vereinbart. Ähnliches gilt für die telefonische Erreichbarkeit. Experten empfehlen: entweder ganz oder gar nicht.

Spitzenkräfte könnten die Urlaubszeit nutzen, um ihre Kommunikationskenntnisse aufzupolieren und sich zum Beispiel in das Œuvre des kärntnerischen Kommunikationstheoretikers Paul Watzlawick vertiefen.

Nachlese bei Watzlawick

Seine Theorie baut auf fünf pragmatischen Regeln auf. Deren Einhaltung bildet die Grundlage einer funktionierenden Kommunikation. Die Verletzung einzelner kann zu einer Störung in der Kommunikation und der damit verbundenen menschlichen Beziehung führen. Auch im Urlaub gilt folgendes Axiom: „In einer sozialen Situation kann man nicht nicht-kommunizieren.“ Sobald

zwei Personen sich gegenseitig wahrnehmen können, kommunizieren sie miteinander, da jedes Verhalten kommunikativen Charakter hat. Da Verhalten kein Gegenteil hat, man sich also nicht nicht-verhalten kann, ist es auch unmöglich, nicht zu kommunizieren. Daher kann man sich theoretisch auch nicht aussuchen, ob man kommunizieren will oder nicht.

In der Unternehmenspraxis führen Versuche von Managern, im Urlaub je nach Lust und Laune Kommunikation herzustellen und zu unterbrechen, nur zu Kommunikationsstörungen, die nach den Ferien wieder mühsam aufgearbeitet werden müssen. Zugute kommen das Fehlverhalten und seine Folgen nur den Kommunikationsberatern, die dann oft zu Hilfe gerufen werden. Damit bleiben Versuche, schweigend zu kommunizieren, vergeblich, umsonst sind sie aber nicht.

Consultant's Corner**Slighted bit by bit ...**

Micro-inequities, regularly occurring slights suffered publicly, was coined by Mary Rowe, MIT, in 1973 and is believed to be the „last frontier“ in effective leadership. Rowe initially believed minorities would be battling big issues but realized wearing people down subtly is the real danger. Jane makes a suggestion; her boss, Mark rejects it, criticizing Jane in the process. Five minutes later, Steve makes the same suggestion, which Mark now accepts, praising Steve. The scene replays itself, Jane's self-esteem and productivity decrease. Becoming aware of our unconscious unfairness, preferences, prejudices in a world demanding diverse personalities and nationalities, means



baring the soul. Ashamed to display this sort of behaviour in a private setting, leaders are unaware of the regular, daily abuse they impose on their teams until turnover occurs. Stephen Young was motivated to change his career after his own experience at a Wall Street firm. Co-founder of Insight Education Systems, a consulting firm specializing in diversity development programs, his programs are growing exponentially thanks to Fortune 500 companies such as IBM and Campbell Soup. Modern companies know measuring the result will be difficult, but the alternative, ignoring the issue, would slowly erode the human spirit.

Lydia J. Goutas, Lehner Executive Partners