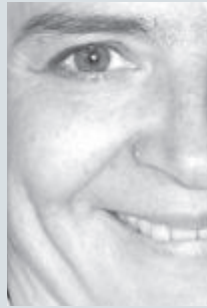


Quickonomy

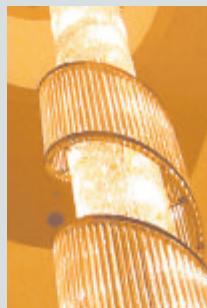
Nachrichten



Neustart der Boltzmann Institute 4
Nach der turbulenten Reform wird nun nach einem neuen Wir-Gefühl gesucht.

Der Forscher für das Licht 5
Der Tiroler Christian Bartenbach auf der steten Suche nach der Helligkeit.

Die Holopeicher kommen 10
Eine jahrzehntealte Utopie wird Realität: Ab Herbst sind die ersten holografischen Speichersysteme verfügbar.



Barocke Gelüste für die Welt 27
Die Wiener Lustermanufaktur Lobmeyr Zahn widmet sich dem Spiel mit Licht – für die Moschee in Mekka, in Bruneis Palästen oder im Kreml in Moskau.

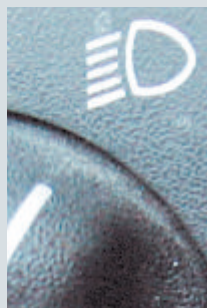
Flimmerfrei und sanft gefärbt 28
Aus dem Alltag eines Lichtdesigners: Beleuchtungen für schwache Augen.

Kommentare

Mehr Forschung, weniger Politik 16
Seibersdorf braucht ein solides Management und engagierte Forscher.

Kurz aufgeblickt 16
IMurren über den unbequemen Arbeitsplatz ist überflüssig. In Eigenregie kann viel verändert werden.

Aufmerksamkeitsdefizit 16
IFunktionäre wollen nichts gehört, gesehen und gewusst haben, wenn Doping im Spiel war.



Schildbürgers Erleuchtung 32
Der „Licht am Tag“-Zwang erhellt die Abgründe der Beamtenseele.

Afrika unplugged 32
Europa muss sich was einfallen lassen, um Afrika nicht China zu überlassen.

Standards

Zahlenspiel 14
Special Innovation ab 17
Dossier ab 25
Schnappschuss 30
Reaktionen auf *economy* 31
Beratereck 32

IMPRESSUM

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., 1010 Wien, Gonzagagasse 12/13
Geschäftsführender Herausgeber: Christian Czaak
Chefredaktion: Thomas Jäkle (jake)
Redaktion: Astrid Kasperek (ask), Klaus Lackner (kl), Antonio Malony, Alexandra Riegler, Jakob Steuerer, Hannes Stieger, Christine Wahlmüller
Autoren: Margarete Endl, Lydia J. Goutas, Gregor Lohfink (lofi), Margit Wiener
Illustrationen: Kilian Kada, Carla Müller
Titelbild: Andy Urban
Produktion und Artredaktion: Tristan Rohrhofer
Lektorat: Elisabeth Schöberl

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

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



Fortsetzung von Seite 1

„Wir ziehen bei der Evaluierung verschiedene Faktoren und internationale Vergleiche heran, dann wird eine Kosten-Nutzen-Rechnung aufgestellt. Es ist also ein sehr komplexer Vorgang, der ein fundiertes Ergebnis bringen wird“, versichert KfV-Sprecherin Ursula Messner.

Im Ministerium glaubt man aber nicht mehr an einen eindeutigen Sicherheitsgewinn durch die Lichtpflicht, denn die Erwartungen haben sich bis jetzt nicht erfüllt. Im Gegenteil: Die Unfallstatistik des vergangenen Jahres zeigt eindeutig ein Plus an Unfällen. Besonders hoch war die Zahl der Motorradunfälle. Von Anfang Jänner bis zum 13. Mai kamen heuer mit 24 getöteten Motorradlenkern knapp doppelt so viele ums Leben wie im Vergleichszeitraum des vergangenen Jahres. Die Anzahl verletzter Motorradfahrer hat sich sogar mehr als verdreifacht. „Bei den Unfallzahlen der Motorradfahrer muss man die Kirche im Dorf lassen“, kontert KfV-Sprecherin Messner. Die meisten Motorradunfälle seien Alleinunfälle gewesen. Das heißt: Unfallursache war überhöhte Geschwindigkeit und mangelndes Fahrkönnen. Das

habe mit Licht am Tag absolut nichts zu tun, glaubt der KfV. „Wir maßen uns keinesfalls an, die steigende Unfallzahl auf Licht am Tag zurückzuführen“, betont man beim Arbö. „Wir kritisieren nur, dass die hohen Erwartungen, nämlich 30 bis 50 Tote weniger, definitiv nicht eingetreten sind.“

Gelbes Licht für Biker?

Wissenschaftliche Studien, internationale Vergleiche: Gegner und Befürworter können derlei aufweisen. Sie besagen jeweils das Gegenteil vom anderen. Pattstellung also. Tatsachen sind jedoch: Es sind mehr „Ein-äugige“ unterwegs, weil das Abblendlicht nicht als Dauerlicht konzipiert ist. Und die Motorradfahrer haben Angst, dass sie in der Lichtflut nun untergehen und schlechter gesehen werden als früher. Die Biker diskutieren bereits, ob man nicht für Motorräder gelbes Licht einführen sollte, um sich von den anderen abzuheben.

Egal ob Abschaffung oder Beibehaltung der Lichtpflicht: Verlierer bleiben die Kraftfahrer. Sie haben die Kosten zu tragen. Bezahlt haben nicht nur jene, die aufs Licht vergessen haben – Strafausmaß zwischen 15 und 5000 Euro –, sondern auch

jene, die ihr Auto umgerüstet haben. Wer sich sein Abblendlicht mit der Zündung koppeln lässt, damit es sich automatisch beim Starten einschaltet, muss bei jüngeren Modellen mit mindestens 20 Euro rechnen, bei älteren Modellen, wo nicht nur die Software geändert werden muss, kostet das bis zu 220 Euro. Noch schlechter steigen diejenigen aus, die sich für Extra-Tagfahrleuchten entschieden haben, um durch die schwächeren Taglichtlampen Abblendlichtscheinwerfer zu schonen. Sie haben je nach Modell 150 bis 300 Euro berappt. Ein Rückbau der automatischen Kopplung würde erneut 30 Euro und mehr kosten. „Außer Spesen nix gewesen“ lautet das Fazit.

Zum Glück haben 98 Prozent der Autofahrer noch nicht auf Taglicht umgestellt. Die Stimmung unter den Kraftfahrzeuglenkern ist aber denkbar schlecht, selbst wenn sich Faymann für eine Aufhebung der Lichtpflicht entscheiden sollte. „Denn dann ist zu befürchten, dass man zur Abwechslung gestrafft wird, wenn man mit Licht am Tag fährt, weil man es jetzt ja so gewohnt ist“, resümiert ein gesetzestreuer Autofahrer, dem es zunehmend schwerfällt, ein solcher zu bleiben.

Verstärkung im Verlagsbereich

Verlagsprofi Günter Horvath übernimmt Verlagsmanagement im Bereich Anzeigen und Marketing. ÖAK bestätigt Kontinuität bezüglich Auflage und Verbreitung.

Wie die neue Auflagenkontrolle (ÖAK) ausweist, schaffen wir nun im fünften Quartal in Folge eine verbreitete Auflage von 30.000 Stück. Zur Erreichung unserer wirtschaftsaffinen Zielgruppen ist die Strategie von *economy* auf eine gleichmäßige urbane Verbreitung in ganz Österreich ausgelegt. Wie die aktuellen Zahlen zeigen, liegen weiterhin 37 Prozent der Auflage im Westen, 24 Prozent im Süden und 39 Prozent im Osten und Norden. Maßgeblich dafür ist die Ausweitung der Vertriebsaktivitäten über die Selbstbedienungstaschen in den Landeshauptstädten und an den Universitäten.

Gebildet und wirtschaftsaffin

Neben der weiteren Auflagen-Prüfung durch die ÖAK ist *economy* auch der Leseranlyse Entscheidungsträger (LAE) 2007 beigetreten. Mit diesem Schritt möchten wir weitere Daten zur Demografie unserer Leser erhalten. Die MA (Mediaanalyse) hat uns bereits 2006 inoffiziell als „Grautitel“ mit erhoben. Wir sind gespannt, ob wir die Werte aus 2006 mit 1,1 Prozent oder rund 73.000 Lesern heuer weiter ausbauen können.

Neben der regelmäßigen unabhängigen Prüfung von Auflage und Verbreitung ist uns auch



Günter Horvath zurück in Medien-Branche. Foto: red

die inhaltliche Abstimmung mit unseren Lesern wichtig. Die Ergebnisse der aktuellen Umfrage zeigen: Die stärkste Verbreitung hat *economy* mittlerweile unter den 20- bis 29-Jährigen, vor den 30 bis 39-Jährigen. 53 Prozent verfügen über einen Hochschulabschluss, 46 Prozent über Matura oder Fachschulabschluss.

Erfreulich ist auch der Zuwachs an weiblichen Lesern. Bestand Ende 2006 das Verhältnis ein Viertel zu drei Vierteln, ist nunmehr bereits knapp ein Drittel der *economy*-Leser weiblich. Inhaltlich sieht man *economy* als Ergänzungsmedium zum tagesaktuellen Geschehen. Geschätzt werden die monothematischen Ausgaben, wo ein Hauptthema durch alle

Ressorts gezogen und dann unter dem jeweiligen Blickwinkel betrachtet wird. Positiv bewertet werden auch das handliche Format und die vielfältigen Illustrationen der einzelnen Ressorts.

Profis für Verlagsmanagement

Mit diesen Ergebnissen bieten wir der Werbewirtschaft neben einem qualitativen Umfeld auch im Vertrieb Verlässlichkeit und Kontinuität. Image-Bildung und Markenpflege stehen wieder vermehrt im Mittelpunkt der klassischen Werbung. Qualitativ hochwertige Printmedien sind dafür nötig. Um unsere bestehenden und neue Kunden optimal zu betreuen, haben wir uns nun auch personell entsprechend verstärkt.

Das Team von *economy* freut sich, hiermit das Engagement von Günter Horvath im Verlagsbereich verkünden zu können. Als langjähriger Verlagsmanager von *Trend/Profil*, *Universum* und *Tele* wird der studierte Betriebswirt und diplomierte Wirtschaftscoach sein Know-how im Bereich Anzeigen und Marketing einbringen. Elisabeth Blank, zuletzt Anzeigenleiterin bei *Tele*, wird uns zusätzlich im Anzeigen-geschäft unterstützen.

Christian Czaak, Herausgeber