

## Leben

Margarete Endl

## Es geschieht uns ganz recht



Es geschieht uns recht, wenn die dringend benötigten Wissenschaftler, Techniker und Facharbeiter Österreich in Hinkunft meiden und sich lieber woanders ansiedeln. Weil es sich herumspricht, wie Politiker und Behörden mit Leuten umgehen, die hier leben und arbeiten wollen. Weil Politiker mutwillig die Familie Zogaj ausweisen lassen und die Zeqajs und die Milicis und Tausende andere. Vielleicht wären unter ihnen künftige Schwimmeuropameisterinnen und die begehrten Mechatroniker. Sicher sind unter ihnen jene Facharbeiter, die die Wirtschaft händeringend sucht. Sollen sie doch dieses ungastliche Land meiden. Es geschieht uns recht, wenn alle einen wirtschaftlichen Schaden davontragen – von der moralischen Schande ganz zu schweigen. Weil Industrielle und Wirtschaftskämmerer, die sonst gar nicht auf den Mund gefallen sind, ihren Parteifreund Günther Platter im Innenministerium nicht von seinem wirtschaftsschädigenden Verhalten abhalten können. Das Land verdient seine Politiker, wenn es keinen Aufstand gegen sie organisiert. So wie es uns recht geschieht, dass die goldene „Adele“, Gustav Klimts Porträt von Adele Bloch-Bauer, nun in einem New Yorker Museum hängt statt im Wiener Belvedere. Die damalige Bildungsministerin Elisabeth Gehrler hatte die Verhandlungen mit der später als rechtmäßig erkannten Erbin Maria Altmann verkürzt. Die Republik gab lieber Mio. US-Dollar an Anwaltskosten aus und ging bis zum US-Höchstgericht, um Altmanns Klage abzuwehren, statt einen Vergleich mit ihr zu schließen. Niemand schaffte es, die damalige Regierung von ihrem Österreich schädigenden Verhalten abzubringen. Ganz abgesehen von der Moral. Nun ist Adele weg, und Arigona Zogaj ist schon halb weg.

Alexandra Riegler

## Der Markt wird's schon richten



Es ist ja ein rührender Gedanke: ein Haus für jeden, der eines will, der weiße Zaun, man kennt das. Doch wehe, sagen die Verantwortungsvollen: Ein Haus ist ein Haus ist ein Haus. Und sie meinen: Mit einem Fuß im Schuldurm steht der Immobilienbesitzer. Seit der US-amerikanische Subprime-Markt seinen Untergang probt, bekommen im Land endlich einmal die Unkenrufer recht. Es kommt überraschend, aber Kredite für jeden, der artig auf die Frage nickt, ob er diesen auch bezahlen wird, scheint womöglich nicht der Weisheit letzter Schluss. Dabei war es fast nur gut gemeint. Subprime-Kredite mit erstaunlich geringen Rückzahlungen zu Beginn und erstaunlich hohen im Mittelfeld und Endspurt sollen den Lehnenden Zeit verschaffen, bis sich deren Bonität nach Jobverlust und privat finanzierter Leberkrebsoperation erholt hat. Verbessert sich die Kreditwürdigkeit nicht, führen Subprimes häufig in den Untergang. Häuser werden dann in diskreten Auktionen versteigert, Familien sitzen auf der Straße. Risikokredite können auch viel zu große Häuser oder ein drittes Auto beschaffen oder bei fünf bis zum Anschlag belasteten Kreditkarten helfen – und wie die Wirtschaft da schnurrt. Das weiß auch die Bush-Regierung, die daran nun möglichst nichts ändern will. Daher wird auf nachhaltige Maßnahmen verzichtet und nur ein Zinsstopp verordnet. Gemeinsam mit den überforderten Kreditnehmern hofft man, dass in fünf Jahren alles besser ist. Dem Markt als Innovationsmotor schlechthin eine Handvoll notwendiger Regeln auferlegen, wie etwa grundlegende Vorschriften für Kreditgeber, das will man nicht wagen. Lieber verlässt man sich auf dessen Allmacht und hofft, dass auch künftig für eine lukrative Blase gesorgt ist.



Kommt das Hirnschmalz so richtig auf Betriebstemperatur, führt das häufig zu skurrilen Auswüchsen. Und manchmal wird einfach nur Altes nachgeahmt. Foto: APA/Helmut Fohringer

## Kreativ abzocken

Innovation hat mit Kreativität zu tun, die zu Irrwegen führen kann.

Thomas Jäkke

Armin Assinger springt auf, zuckt aus seinem Anzug, springt im rotweißen Fußballdress in die Höhe, nachdem er staatstragend (aus der Präsidentschaftskanzlei?) im Auftrag eines österreichischen Sparteinzelhändlers als Werbebotschaft mitgeteilt hat: „Das Jahr geht zu Ende, und wie Sie vielleicht wissen, sehen wir in unserem schönen Land einem großen Ereignis entgegen.“

Klingt gut. Urheberrechtlich bewegt sich der Werbespot hart an der Schmerzgrenze, die die Europäische Fußball-Union (Uefa) gerade noch nicht veranlasst, wegen Ambush-Marketing auf Unterlassung zu klagen. Trittbrettfahrer wie Assingers Auftraggeber müssen ihre Kreativität in Grenzen halten. Wer nicht zu den „Euro 2008“-Sponsoren gehört, darf die Marken der drittgrößten Sportveranstaltung nicht nutzen. Sogar die Erwähnung von „Euro 2008“ liegt rechtlich in der Grauzone.

Zum Jahresende und bis zur „Euro 2008“ ist Kreativität angesagt. Die Assingers und Prohaskas werden nur so aus der Haut fahren. Und sich dennoch zusammenreißen müssen, damit sie sich nicht verplappern.

Weißbier und Dressen

Was bei Assinger als kreativ erscheint, ist bereits ein alter Hut – besonders der Sager seiner Werbebotschaft. Kreativ abgekupfert, zumindest Ideenklau. Vor der Fußball-WM 2006 in Deutschland posierte Franz Beckenbauer mit einem Weißbier in der Hand vor einer Wäscheleine, an der die Dressen der WM-Teilnehmerländer hingen und sagte: „Es werden in den kommenden Wochen viele Menschen zu einem großen Ereignis zu uns nach Deutschland kommen.“ Keine Silbe hinsichtlich des Biers kam dem Präsidenten des WM-Organisationskomitees über die Lippen. Die Brauerei war kein Sponsor des vom Weltfußballverband Fifa ausgetragenen WM-Turniers.

Wie weit die Kreativität reicht, lässt sich auch an Weihnachtsfesten erkennen. Ganz gescheite Unternehmer und Manager feiern sich, in dem sie Mini-Spenden für den guten Zweck geben und dafür Schulterklopfen einfordern. Ein bundesweit agierendes Rechenzentrum hat seine Mitarbeiter für die Weihnachtsfeier gleich die Kosten für Speis und Trank bezahlen lassen. Selbstredend bestand Anwesenheitspflicht. Was derartige Chefs wohl von ihren Mitarbeitern halten? In Zeiten der Hochkonjunktur muss man offenbar sparen.

Etwa für „Euro 2008“-Business-Packages: ein Halbfinalticket plus Transfer zum Stadion inklusive Nächtigung um 12.000 Euro. Das Richtige, um Geschäftspartner einzukochen. Da muss man ja irgendwo anfangen zu sparen. Aber dann braucht es einen nicht zu wundern, dass es den Assingers hierzulande manchmal zum Aus-der-Haut-Fahren zumute ist – bei derart großer Kreativleistung.

## Consultant's Corner

## Serendipity, fate and accident – or Serendipitous invention

If necessity is the mother of invention, why do many seminal developments arise from serendipity? Famous examples: the multimillion dollar anti-aging industries arising from Retin A, used for adult acne and Botox, a migraine treatment. Alternatively, failures like Viagra, Post-its succeeded when channeled into new business areas. As these examples show opportunity recognition as key. A leader identifying opportunities well beyond the initial use of a product, a mindset like a casting agent's quick assessment of potential is key for success. To hone creativity, companies use various tools. Rory's Story Cubes has participants creating stories from images on a set of dice and has al-



ready been used to spice up a strategic planning process. The third element is boldness. Robert Tucker, author of *Driving Growth through Innovation*, states that „innovation is the 21st century arms race“. His study proved Return on Innovation is more sustainable now than in the past and that innovation, not cost cutting, puts companies ahead. In 2007, Turner predicted companies would provide value added to their customer in ways which could not be duplicated.

The bottom line may be accident, good business instinct and the courage to take on cumbersome internal processes. Bagged Salad – who would have thought it would be a billion dollar empire! Lydia J. Goutas, Lehner Executive Partners