



## Die neuen Unternehmer

Österreich erlebt einen Gründer-Boom. Viele fühlen sich zum Unternehmer berufen, einige werden eher unfreiwillig in die Selbstständigkeit getrieben.

**Forschung:** Die Fördertöpfe werden aufgestockt – vor allem KMU sollen profitieren Seite 4

**Wirtschaft:** „Amerika hat keinen inhärenten Willen, Wirtschaftssupermacht zu sein“ Seite 11

**Dossier:** Vorprescher und Visionäre – wie sie die Welt verbessern ab Seite 17

**Leben:** Kultur des Scheiterns – vom Versager zum erfolgreichen Geschäftsführer Seite 21



# Quickonomy

## Nachrichten



**Billigdienste im Wettkampf** ..... 8  
Das österreichische Parade-Start-up Jajah vertieft seine Kooperation mit Apple. Der Wettlauf mit Skype wird hart.

**Kühler Brutkasten** ..... 10  
Ein Online-Projekt-Mekka ist Österreich nicht. Die Politik formiert sich neu.

**Auf der Suche in Tupalo** ..... 12  
Eine Web 2.0-Plattform rückt die Nachbarschaft in den Mittelpunkt einer globalisierten Welt.



**Harte Knochenarbeit** ..... 14  
Zwei österreichische Unternehmen sind dort, wo andere hinwollen: in den USA.

**Zum Sterben zu viel** ..... 22  
Die Zahl der nicht registrierten Einzelunternehmen steigt. Viele schönen nur die Statistiken.

## Kommentare

**Gesuchtes Geschäftswissen** ..... 16  
Österreich fördert viel. Statt Geld sollte es mehr Business-Know-how sein.

**Wissenschaft mit Gründergeist**... 16  
Moderne Wissenschaft ist gelebter Gründergeist. Doch die Werkzeuge zur Umsetzung haben sich geändert.

**Konkurrierende Erfinder** ..... 16  
Patente gelten als Garant für wirtschaftliches Bestehen. Eine Gratwanderung zwischen Nutzen und Schutz.



**Schneller Reichtum** ..... 24  
Vor allem der Lockruf des Geldes treibt viele in die Selbstständigkeit.

**Für immer Unternehmer** ..... 24  
Das Wunderbare am Unternehmertum ist das freie, unabhängige Entscheiden.

## Standards

Special Innovation	ab 26
Zahlenspiel	12
Dossier	ab 17
Test	23
Warenkorb	23
Beratereck	24

### IMPRESSUM

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., 1010 Wien, Gonzagagasse 12/12  
Geschäftsführender Herausgeber und Chefredakteur: Christian Czaak  
Redaktion: Beatrix Beneder, Margarete Endl (me), Astrid Kasperek, Klaus Lackner (kl, Chef vom Dienst), Arno Maierbrugger, Alexandra Riegler, Christine Wahlmüller  
Autoren: Ernst Brandstetter, Barbara Forstner, Lydia J. Goutas, Mario Koepl, Michael Liebinger, Thomas Loser  
Illustrationen: Carla Müller, Kilian Kada; Titellustration: Carla Müller  
Special Innovation: Ernst Brandstetter, Sonja Gerstl, Gerhard Scholz  
Produktion und Artredaktion: Tristan Rohrhofer  
Lektorat: Elisabeth Schöberl  
Anzeigen: Reinhard Babinsky

Druck: Luigard, 1100 Wien Druckauflage: 25.000 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: 30 Euro, Studentenabo: 20 Euro  
Probeabo: 10 Euro; abo@economy.at



**Sofie Quidenus:** „Drei Prozent der Leute beflügeln, der Rest sagt, dass die Idee nicht funktioniert.“ Die Gründerin von Quidenus stellte Kapital für einen Erfinder auf. Nun sind drei Produkte auf dem Markt.

## „Business Angels irgendwo zufällig gesammelt“

Margarete Endl

Sofie Quidenus war 21 und studierte Handelswissenschaften an der Wirtschaftsuniversität Wien (WU), als sie den Erfinder Alfred Jakes kennenlernte. Jakes suchte Hilfe bei der Umsetzung seiner Erfindung: ein Gerät, das automatisch Seiten umblättert. Die Studentin handelte blitzschnell. Sie gründete mit Jakes ein Unternehmen. Vier Jahre, viele Preise und einige Pannen später haben die beiden drei Produkte auf dem Markt. Am erfolgversprechendsten ist der Buch-Scanner Qi-Scan, der Bücher umblättert, scannt und digitalisiert. Für Menschen mit einer Oberkörperlähmung gibt es Qi-Care, und für Musiker den Notenumblätterer Qi-Vinci.

**economy: Wie lernten Sie den Erfinder Alfred Jakes kennen?**

**Sofie Quidenus:** Er hatte im Radio WU-Professor Nikolaus Franke sagen gehört, dass Erfinder an ihrer Idee festhalten und nicht aufgeben sollten. Jakes rief an und sagte: „Was soll ich noch alles tun, ich versuche seit sieben Jahren, meine Idee zu realisieren.“ Franke hat ihn an die WU eingeladen, und wir wurden einander vorgestellt.

**Warum brachte Franke Sie mit dem Erfinder zusammen? Sie waren eine junge Studentin.**

Ich machte viel an seinem Institut, dem Institut für Entrepreneurship und Innovation. Und ich wollte immer schon selbstständig sein. In einem Café präsentierte mir Jakes seine Idee. Ich schlug ihm vor, mein Studium auf Eis zu legen,



**Sofie Quidenus vermarktet einen Erfinder.** Foto: Klaus Vyhnaelek

wenn ich 50 Prozent vom Unternehmen bekomme. Ich würde die Finanzierung aufstellen. Er hat sofort Ja gesagt. Eine Woche später gründete ich die Firma.

**Warum hat Jakes Ihnen das zugetraut?**

Er war überrascht, dass ich so schnell eine Vision hatte. Ich war ganz enthusiastisch und habe von einer weltweiten Eroberung mit einem Produkt gesprochen, das es erst auf dem Papier gab. Ich muss ehrlich sagen: Ich war naiv genug, es zu machen. Ich hatte keine Ahnung, was auf mich zukommt.

**Stammen Sie aus einer Unternehmerfamilie?**

Meine Mutter war Regisseurin, mein Vater arbeitete im Immobilienbereich. Ich hatte

immer Spaß am Organisieren. Als Schulsprecherin organisierte ich den Schulball. Mit 15 oder 16 gründete ich eine Juniorfirma, das ist eine Übungsfirma unter dem Schutzschild der Wirtschaftskammer. Ich bot Malkurse für Pensionisten an.

**Wer hat Sie unterstützt?**

Ganz viele Menschen. Meine Eltern, die WU, Inits, Förderer – eine Reihe von Menschen. Die haben mich über die Kritik hinweggetragen. Drei Prozent der Leute beflügeln einen, und der Rest sagt, dass die Idee nicht funktionieren kann, das Konzept nicht stimmt und man zu wenig Geld hat. Diese drei Prozent sind der Grund, warum man über die Kritik stur hinwegsteigt. Diese Kritik, die mehrheitlich vom Markt kommt, ist aber auch notwendig. Anfangs konnte unser Gerät nur Noten umblättern. Wir wurden ständig gefragt, ob wir auch Bücher umblättern können. Der Druck vom Markt wurde so groß, dass wir so eine Maschine entwickelten.

**Gab es genug Förderungen?**

Es gibt ein unglaubliches Spektrum von Förderungen. Viele Fördertöpfe waren noch voll, als wir unseren Antrag einreichten. Gründer sollten sich einem Gründerservice, wie etwa Inits in Wien, anvertrauen.

**Woher stammt Ihr Kapital?**

Von privaten Investoren. Von Business Angels, die ich irgendwo zufällig gesammelt habe. Ich konnte bereits 2004 bei der Gründung Leute davon überzeugen, für einen Prozent Firmenanteil 20.000 Euro zu zahlen.

## Springen und schwimmen

Laut Wirtschaftskammer Österreich sind in den Jahren 2005 bis 2007 über 90.000 neue Unternehmen gegründet worden. Viele haben aus der Not des Arbeitsplatzverlustes heraus eine Tugend gemacht. Einige haben sich ihren Traum der unternehmerischen Selbstständigkeit erfüllt. Für alle ist es ein Sprung in unbekannte Gewässer. Das ist zunächst erfrischend. Und bewegungsfördernd, weil man schwimmen muss, um nicht unterzugehen. Anders ausgedrückt: Es entsteht erst einmal eine positive Dynamik. Ein Unternehmen zu führen sollte auch das Ego stärken. Selbstständige Unternehmer stärken in Folge ebenso den Standort

Österreich. Mehrheitlich kleine oder familiär gewachsene und eigentümergeführte mittelständische Unternehmen bilden das wirtschaftliche Rückgrat dieses Landes. Mit all ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Diese Menschen erhalten den Pakt der Generationen. Sie tragen den überwiegenden Teil der Volks-

wirtschaft sowie Steuer- und Abgabenlast. Für diese Menschen muss in der kommenden Steuerreform der Faktor Arbeit entlastet werden – hinsichtlich Lohnsteuer, Sozialversicherung und Dienstgeberabgaben. Dann werden sich noch mehr Unternehmer finden, die den Sprung in die Selbstständigkeit wagen und sich zudem trauen, vermehrt Mitarbeiter anzustellen. Die monetäre und psychologische Sicherheit wirkt sich dann auf das Kaufkraftverhalten aus, in Summe könnte ein ausgleichend funktionierender Kreislauf daraus werden. Wir wünschen informatives Lesevergnügen zum Schwerpunkt Unternehmen und Start-ups.

Christian Czaak



**Start-ups:** 30.500 Unternehmen wurden 2007 in Österreich gegründet – ein Drittel mehr als vor zehn Jahren

# Der Spaß an der Selbstständigkeit

Universitätsprofessoren gründen Spin-offs, und Studenten wagen sich an ihr eigenes Unternehmen. Doch noch sind Wissenschafts-entrepreneure rar. Förderungen bei der Gründung gibt es, an Risikokapital fehlt es.

## Margarete Endl

Philipp Weissel langweilte sich. Sein Elektronikunternehmen warf schöne Gewinne ab, gebraucht wurde er dort nicht. Dabei war er erst Anfang 40, und Golf spielte er auch nicht. Er war auf der Suche nach einer spannenden Aufgabe. „Ich hab was für dich“, sagte ihm ein Bekannter, der Linzer Chemieprofessor Serdar Sariçiftçi. So fuhr Weissel mit ihm nach Frankfurt zu einem Kongress der Organic Electronic Association.

„Nach fünf Minuten Zuhören habe ich gewusst: Das ist es“, sagt Weissel. „Beim Zurückfahren haben wir uns vor lauter Palavern verfahren. Als wir in Linz aus dem Auto stiegen, war das Unternehmenskonzept in groben Zügen fertig.“

## Der Anpacker

Das war im September 2005. Drei Monate später wurde Plastic Electronic gegründet. Ein Team von Absolventen der Uni Linz entwickelt „intelligente“ Plastikfolien. Auch an Arzneimittelverpackungen wird gearbeitet. Wozu organische Elektronik letztlich gut ist, welche Produkte sinnvoll sind, muss sich bei der neuen Technologie erst noch zeigen. Dieses Risiko und die Herausforderung sind für Weissel – vom Typ her ein hemdsärmeliger Anpacker – faszinierend.

Für Sariçiftçi ist Plastic Electronic nur ein weiteres Spin-off seiner universitären Arbeit. Zwei Unternehmen hatte er vorher schon in die Wege geleitet, am vierten arbeitet er.

„Die Wichtigkeit von Unternehmensgründungen habe ich von Alan Heeger gelernt“, sagt er. Von 1992 bis 1996 forschte Sariçiftçi gemeinsam mit dem späteren Nobelpreisgewinner für Chemie an der University of California in Santa Barbara. Sie entwickelten Solarzellen aus Kunststoffen. 1996 wurde Sariçiftçi an die Johannes Kepler Universität in Linz berufen. Und konnte bald einen Mitstreiter gewinnen. Erhard Glözl, Vorstand der Stadtbetriebe Linz, überzeugte sein Unternehmen davon, in Sariçiftçis Forschungsgebiet zu investieren. Mit der 1998 gegründeten Quantum Solar Energy Linz und einem Christian Doppler-Labor entwickelten Sariçiftçi und seine Studenten an der Uni Linz die Plastiksolarzellen weiter.

„Kalifornien hat das Silicon Valley rund um die Stanford University. In Linz bauen wir das Plastic IT Valley auf“, war Glözls Utopie. Zwar verkauften die Stadtbetriebe ihre Solarzellenforschung 2003 an Konarka, ein im US-Bundesstaat Massachusetts ansässiges Unternehmen, das Heeger mitbegründet hatte. Doch das Forschungslabor bleibt in Linz. „Wenn man alle Spin-offs zusammenzählt, haben wir 150 Arbeitsplätze geschaffen“, sagt Sariçiftçi. Er versucht, das Vakuum zwischen universitärer Forschung und anwendungsorientierter Industrie aufzubrechen. „Ich rede oft in Meetings darüber, dass man das ändern muss, aber die Leute sind schwer zu überzeugen.“

Hermann Katinger, Leiter des Instituts für Mikrobiologie an der Universität für Bodenkultur in Wien, will Wissenschafts-entrepreneure ausbilden. Er schlägt ein Doktoratsprogramm vor, in dem die jungen Wissenschaftler sich auch in Wirtschaft und Recht ausbilden.

„Ich wollte ein Unternehmen mit meinen eigenen Werten und Vorstellungen aufbauen.“

JULIE ERTL

Die Botschaft scheint langsam anzukommen. Seit 2002 unterstützt das Infrastrukturministerium Akademiker, die ein Unternehmen gründen wollen, mit dem A-plus-B-Programm (Academia plus Business). Mittlerweile gibt es in allen Universitätsstädten einen Inkubator, der Akademikern bei der Realisierung ihrer Ideen hilft.

Inits, der Gründerservice in Wien, hat bisher 66 Gründungsprojekte betreut. Von hundert Ideen, die jährlich an Inits herangetragen werden, werden 15 Prozent ins Betreuungsprogramm aufgenommen.

„Wir unterstützen gemäß unseren Statuten nur innovative und wachstumsorientierte Ideen“, sagt Irene Fialka, Gründungsberaterin für Life-Science-Projekte. „Wir helfen den Leuten, einen Businessplan zu erstellen, weitere Partner zu finden und Gelder aufzustellen.“

Österreichweit haben die 229 Projekte der A-plus-B-Zentren bisher 53 Mio. Euro an Finanzie-



Abheben verlangt Mut. Akademiker, die ein Unternehmen gründen, erhalten Unterstützung. Um weit zu springen, braucht man Risikokapital. Doch Investoren fehlt oft der Mut. Foto: Photos.com

rung durch Business Angels und Risikokapitalgeber lukriert, 33 Mio. Euro Förderungen erhalten und 44 Mio. Euro an A-plus-B-Finanzierung (inklusive 20 Prozent Eigenmittel) auf die Beine gestellt. Die Jungunternehmer haben damit 871 Arbeitsplätze geschaffen und 99 Patente bekommen.

Der Anfang ist für Unternehmensgründer noch relativ leicht. „Da gibt es eine gute Förderungsstruktur“, sagt Fialka. „Wenn die Unternehmen in die Phase kommen, wo sie Risikokapital brauchen, finden sie dagegen wenig. Da ist das Valley of Death tief.“ Zwar gibt es eine Investorenszene in Österreich, aber im Vergleich zum angloamerikanischen Raum ist sie klein und risikoavers.

## Die Mitreißende

Sofie Quidenus (siehe Interview auf Seite 2) ist eine Alumna von Inits. Im März präsentierte sie auf der Cebit in Hannover eine Maschine, die Bücher automatisch umblättert, scannt und digitalisiert. Erste Aufträge gibt es: Die Diözese St. Pölten digitalisiert ihre jahrhundertalten Tauf- und Sterbebücher. Potenzielle Kunden sind alle Archive und Bibliotheken der Welt.

Sofie Quidenus war eine 21-jährige Studentin, als sie den 52-jährigen Erfinder Alfred Jakes traf. Ein Wirtschaftsuni-Professor, bei dem Quidenus studierte, vermittelte das Treffen des ungleichen Paares. Jakes hatte seit sieben Jahren ein Konzept

für einen automatischen Noten-Umblätterer für Musiker. „Ich war ganz enthusiastisch“, sagt Quidenus. „Ich schlug ihm vor, mein Studium auf Eis zu legen, wenn ich 50 Prozent vom Unternehmen bekomme.“ Quidenus muss ein Talent für Kommunikation haben. Überzeugungskraft sowieso. Die Financiers stellte sie „auf der Straße auf“. Business Angels, die das Jungunternehmen mit Rat und Geld unterstützten, hat sie „irgendwo zufällig gesammelt“.

## Der Tüftler

So weit sind Bernhard Adler und Sebastian Riepl noch nicht. Sie stellen gerade mithilfe von Inits ihr Unternehmen auf die Beine. Beide studieren noch Maschinenbau an der Technischen Universität Wien.

Adler ist der technische Tüftler. Bei mehreren Erfindungen, für die es nun Patente gibt, hat er mitgearbeitet. Das wurmt ihn irgendwie und hat seinen Ehrgeiz geweckt. „Die nächste Erfindung möchte ich selber verwerten.“ Er forscht an der ökologischen Optimierung von Wärmepumpen. Sein Studienkollege Sebastian Riepl wusste bereits mit 16, dass er später ein Unternehmen gründen will. Als Adler ihm erzählte, woran er forscht, wusste Riepl: Das ist die Idee, für die sich alle Mühe lohnt. Dabei haben Maschinenbauer eher selten den Drang, selbstständig zu sein. Der Markt giert nach den raren Technikern, sie bekommen gute Jobs.

Doch mehr Menschen denn je zuvor wählen die Selbstständigkeit. 2007 wurden in Österreich 30.500 Unternehmen gegründet. Zum Vergleich: 1997 waren es 21.700. Wobei es die Vermutung gibt, dass etliche neue Unternehmer durch fehlende Jobs und Outsourcing in die Selbstständigkeit gezwungen werden. „Unsere Umfragen bestätigen das nicht“, sagt Sabine Skarpil vom Gründerservice der Wirtschaftskammer. „Lieber der eigene Chef sein als einen Chef zu haben, ist das Hauptmotiv.“

## Die Unabhängige

Ein Fünftel aller Unternehmensgründungen 2007 erfolgte in den Branchen Unternehmensberatung, IT, Finanzdienstleistung, Werbung und PR.

Die Personalmanager Julie Ertl und Gerhard Habitzl haben eine Marktlücke bei Dienstleistungen entdeckt: Sie bieten mit ihrem Unternehmen „Personal-Basis“ professionelles Personalmanagement für Klein- und Mittelbetriebe an. Je nach Bedarf gehen sie zu ihren Kunden und erledigen, was anfällt: neue Verträge abschließen, die Diätenregelung ändern, Bewerber evaluieren. Ertls Motiv, sich vom Arbeitgeber zu lösen und sich selbstständig zu machen: „Es fiel mir schwer, mich langfristig in vorgegebene Strukturen einzugliedern. Ich wollte ein Unternehmen mit meinen eigenen Werten und Vorstellungen aufbauen. Einen Weg zurück kann ich mir gar nicht vorstellen.“

# Forschung

## Kleinstunternehmen boomen

2007 war ein Rekordjahr in Sachen Unternehmensgründungen. 2008 soll es nicht anders werden. Deshalb wurden die Fördertöpfe aufgestockt. KMU sollen so zu mehr Forschung getrieben werden.

**Christine Wahlmüller**

Ein Großteil der österreichischen Unternehmen sind Klein- und Mittelbetriebe (KMU). Und alljährlich gibt es das Wechselspiel von Konkurs/Insolvenz und Neugründung: 2006 waren knapp unter 10.000 Unternehmen insolvent, und 2007 wurden mehr als 30.000 Unternehmen gegründet. Damit ist der Trend zur Unternehmensgründung ungebrochen.

Erstmals sind auch mehr als 40 Prozent der neu gegründeten Betriebe in weiblicher Hand. „Dadurch wird die Gesamtleistung der Wirtschaft verbessert. Ich sehe auch keinen Grund, warum in naher Zukunft nicht jedes zweite Unternehmen von einer Frau gegründet werden sollte“, betont Christoph Leitl, der Präsident der Wirtschaftskammer Österreich (WKO).

Ein-Personen-Unternehmen (EPU) dominieren bei den Gründern (83 Prozent). Eine Lanze für die Frauen bricht auch Elisabeth Zehetner, Geschäftsführerin der Jungen Wirtschaft. Für Unternehmerinnen gebe es Maßnahmen wie die Betriebs-hilfe während der Mutterschutzzeit oder die Kleinstunternehmerinnen-Akademie, die Frauen in betriebswirtschaftlichen Fragen unterstützt. „2007 war ein sensationelles Jahr, wir

hatten mit 4524 neuen Unternehmen um 7,3 Prozent mehr Gründungen als im Jahr 2006“, berichtet Gerald Silberhumer, Leiter des Gründerservice der Wirtschaftskammer Oberösterreich. Österreichs Gründer sind jedenfalls mehrheitlich erfolgreich. Rund drei Jahre nach dem Start existieren noch immer 80 Prozent der neuen Unternehmen. Nach fünf Jahren gibt es noch immerhin sieben von zehn Neugründungen, heißt es in der österreichweiten Statistik der Wirtschaftskammer.

### Trend: Mehr freie Gewerbe

„Die neuen Firmen bieten heute ein viel differenzierteres Angebot als noch vor fünf bis zehn Jahren“, verweist Peter Voithofer, einer der Geschäftsführer von KMU Forschung Austria, auf das Erfolgsgeheimnis der neuen Klein- und Kleinstbetriebe. Im Vergleich zu früher seien auch viele neue Branchen entstanden, betont Voithofer.

Die meisten Neugründungen gab es 2007 in den Sparten Unternehmensberatung, IT sowie Werbung und Marktkommunikation. Noch ein Trend sei im Moment zu erkennen: „Es geht deutlich in Richtung freies Gewerbe“, erklärt der KMU-Experte, der aber gleich auf die Kehrseite der Medaille hin-



Unternehmensgründer und KMU haben es gut: Innovation und Forschung werden gefördert wie nie zuvor. AWS und FFG vergeben heuer 1,8 Milliarden Euro an Förderungen. Foto: Bilderbox.com/economy

weist: „Je mehr ich liberalisiere, umso mehr Verantwortung haben die Abnehmer in puncto Qualitätsprüfung. Was wir brauchen, ist ein vitales Gründungs-geschehen. Da ist es sekundär, ob wir 500 neue Unternehmen mehr oder weniger haben“, meint Voithofer zusammenfassend. Derzeit werden von KMU Forschung Austria von 40 Mitarbeitern rund 50 bis 60 Studien jährlich für unterschiedlichste Auftraggeber verfasst.

„Die Anzahl der Gründungen ist zwar tendenziell steigend, aber Verhältnisse wie zum Beispiel im Silicon Valley haben wir keine. Nicht alle gründen sofort ein Unternehmen“, meint Alfred Radauer, Senior Researcher von KMU Forschung Austria mit Schwerpunkt Innovation und Technologie. Der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)-Sektor wachse derzeit allerdings deutlich stärker als die übrigen Sektoren.

In der Vienna Region (Burgenland, Niederösterreich und Wien) gab es 2005 rund 8300 IKT-Unternehmen nach OECD-Definition. 5300 davon waren in Wien angesiedelt, heißt es in der von Radauer mitverfassten neuen Studie *IKT-Standort Wien im Vergleich*, beauftragt von der MA 27 der Stadt Wien. 56 Prozent davon seien Ein-Personen-Unternehmen. Der Großteil der IKT-Unternehmen sind IT-Dienstleister. Sie erbringen Leistungen wie Server-Wartung, Installationsarbeiten, Repara-

turen, kleinere Programmieraufgaben oder Webdesign.

Neben dieser großen Masse gibt es nur einen kleinen Anteil an hoch innovativen IKT-Unternehmen, „radikale Innovation und Hightech kommen eindeutig von der Universität“, stellt Radauer klar. Anders gesagt: „Vor allem universitäre Spin-offs besitzen ein hohes Innovationspotenzial.“ Dabei genießen vor allem IKT-Start-ups oft extrem hohe Wachstumsraten. Es ist anzunehmen, dass die Bedeutung des IKT-Sektors, gemessen an der Zahl der Unternehmen, weiter zunimmt. Allerdings ist die Gründungsdynamik in anderen Regionen wie zum Beispiel München im IKT-Bereich noch höher.

### Viele Optionen für Gründer

Dabei wird Gründung und Innovation in Österreich gefördert wie nie zuvor. Allein die Förderbank Austrian Wirtschaftsservice (AWS) hat im Vorjahr an 5600 Unternehmen über 930 Mio. Euro an Fördergeldern vergeben.

Dabei konnte der Anteil der Kleinstunternehmen bis zu neun Mitarbeitern von 65 auf 71,6 Prozent gesteigert werden. Die 2007 neu erstellten Förderungsrichtlinien zielen vor allem auf eine verstärkte Förderung von KMU ab. Schwerpunkte sind die forcierte Förderung von Jungunternehmen, die Stärkung des Innovationspotenzials (KMU-Programm „Innovationsdynamik“), die Verbesserung der Finanzierungssituation von KMU sowie der leichtere Zugang zu Mini- oder Kleinstkrediten („Mikrokredite“).

Für 2008 sind 1,2 Mrd. Euro an Fördergeldern budgetiert, 22 Mio. Euro sind dabei für Gründer gedacht. „Wir wollen neben der finanziellen Förderung auch Unterstützung in weiteren Themengebieten geben“, kündigt AWS-Geschäftsführer Peter Takacs an. Verstärkt wird zum Beispiel das Angebot der Markt- und Technologierecherche.

Freuen dürfen sich auch die Hightech-Unternehmen. Die neue Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsrichtlinie (FEI) der Europäischen Union erlaubt eine wesentlich höhere Förderung. Theoretisch kann bis zu einer Mio. Euro pro Gründer vergeben werden. Allerdings kommt dafür nur eine Handvoll an Hightech-Unternehmen (Universitäts-Spin-offs) in Frage.

Auch die Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) hat seit der Einführung des siebten EU-Rahmenprogramms 2007 einen KMU-Schwerpunkt. Hier geht es um gezielte Projektförderung. „Wir wollen 2008 neue Ideen entwickeln, um das Angebot für KMU attraktiver zu gestalten“, sagt FFG-Sprecherin Linde Tuscher. 2008 beträgt das Fördervolumen 636 Mio. Euro.

www.awsg.at

www.ffg.at

www.kmuforschung.ac.at



**techno: logisch gründen**

Wir finanzieren Ihre Idee  
tecnet verhilft Ihren Forschungsergebnissen zum Durchbruch mit

- Patent- und Technologieverwertung,
- Gründerunterstützung,
- Venture Capital.

**tecnet**  
capital

www.tecnet.co.at

**N** Wir haben noch viel vor.

## Special Wissenschaft & Forschung

**Lonnie Johnson:** „Ins Ausland zu gehen, hilft eigene Annahmen und Meinungen zu revidieren und zu verstehen, woher der andere kommt. Man lernt kulturelle Differenzen kennen und lernt Probleme in einer anderen Sprache und Kultur adäquat zu lösen“, erklärt der Generalsekretär der Austrian-American Educational Commission in Wien.

# Globale Bildungsbotschafter

Sonja Gerstl

**economy:** Was ist das Fulbright-Programm?

**Lonnie Johnson:** Das Fulbright-Programm ist ein Austauschprogramm, das Stipendien für Österreicher vergibt, die in den USA studieren, lehren und forschen möchten, und umgekehrt für US-Amerikaner, die das Gleiche in Österreich tun wollen. Bisher haben weltweit fast 300.000 Stipendiaten am Programm teilgenommen. Gut 3500 Österreicherinnen und Österreicher gingen in die USA, und etwa 1500 Amerikanerinnen und Amerikaner kamen nach Österreich.

**Welche Arten von Stipendien gibt es?**

Es gibt mehrere Kategorien: Studienstipendien für österreichische Graduierte, um in den USA einen MA- oder PhD-Abschluss zu absolvieren; für Fremdsprachenassistenten, um an US-Colleges oder Universi-

täten Deutsch zu unterrichten, und für Wissenschaftler, um dort zu lehren und zu forschen.

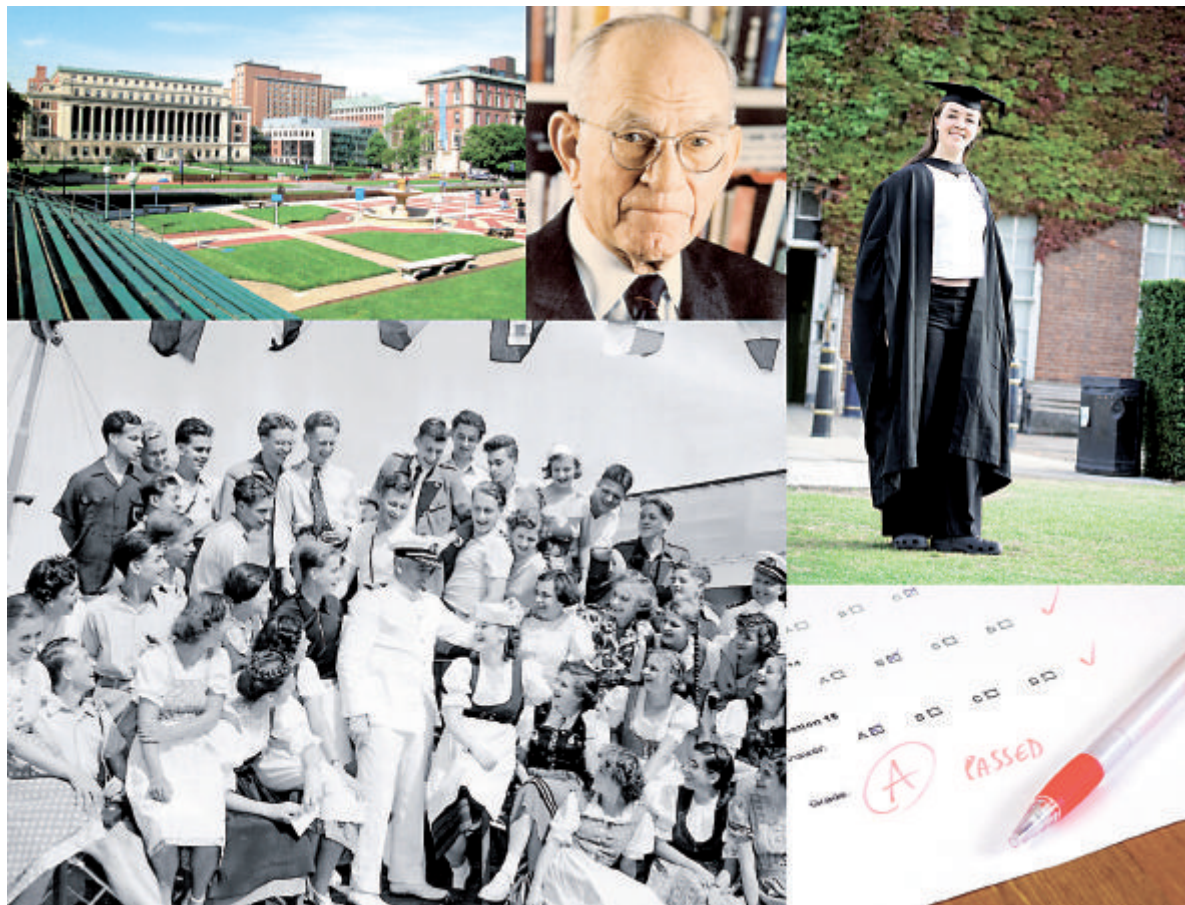
**Wie kam es eigentlich zu diesem Programm?**

Das Programm geht auf eine Initiative von Senator J. William Fulbright aus Arkansas zurück, der es 1946 mit einer Gesetzesvorlage im US-Kongress ins Leben rief. Zwei Erfahrungen waren für Senator Fulbright prägend: Als junger Mann erhielt er in den 1920er Jahren ein Stipendium, um für vier Jahre in Oxford in England zu studieren, davon hielt er sich auch sechs Monate in Wien auf. Er machte also die Erfahrung, im Ausland zu studieren, lange bevor es üblich wurde. Er stand auch unter dem Eindruck des Zweiten Weltkrieges, vor allem von Hiroshima.

**Welche Zielsetzungen verfolgt man mit Fulbright?**

Es geht hierbei nicht nur um reine akademische Mobilität oder Aus- beziehungsweise Weiterbildung. Das zentrale Element des Fulbright-Programms war und ist die Völkerverständigung: das gegenseitige Verständnis zwischen der amerikanischen Bevölkerung und den Völkern anderer Länder zu fördern: Stipendiaten fungieren als Botschafter ihres eigenen Landes, sind als solche sozial engagierte Bürger und potenzielle Entscheidungsträger.

Für einige Zeit ins Ausland zu gehen, hilft eigene Annahmen und Meinungen zu revidieren und zu verstehen, woher der andere kommt. Man lernt kulturelle Differenzen am ei-



Seit 1951 gibt es das nach dem US-Senator J. William Fulbright benannte Programm. Die amerikanische Regierung stellt dafür rund 125 Millionen US-Dollar jährlich zur Verfügung. Foto: Fulbright, Fotolia

### Zur Person



Lonnie Johnson ist Generalsekretär der Austrian-American Educational Commission in Wien. Foto: privat

## Wissen verbindet

Austauschprogramm fördert Verständnis.

Die „Förderung des gegenseitigen Verständnisses zwischen der österreichischen Bevölkerung und der Bevölkerung der Vereinigten Staaten von Amerika“ ist das erklärte Ziel des Fulbright-Programms. Das Austauschprogramm zwischen Österreich und den USA wird mit Mitteln beider Regierungen unterstützt. Ein Fulbright-Programm gibt es derzeit in 148 Staaten.

Die Austrian-American Educational Commission (kurz AAEC oder „Fulbright-Kommission“) besteht aus fünf Österreichern und fünf US-Amerikanern, die jährlich von

ihren jeweiligen Regierungen nominiert werden, wobei abwechselnd ein österreichisches und ein amerikanisches Mitglied den Vorsitz innehat.

Unter den insgesamt 300.000 Studenten und Wissenschaftlern, die seit Bestehen des Programms aus aller Welt zu Studien- und Forschungszwecken in die Vereinigten Staaten kamen, befanden sich rund 3500 Österreicher. Umgekehrt kamen etwa 1500 Amerikaner mit einem Fulbright-Stipendium nach Österreich, wobei mehr als 350 Fulbright-Gastprofessoren an österreichischen Hochschulen tätig waren. *sog*

genen Leib kennen und lernt Probleme in einer anderen Sprache und Kultur adäquat zu lösen. Nehmen wir Österreich, Deutschland und Japan zur Nachkriegszeit als Beispiel. Fulbright wollte einer jungen potenziellen Elite die USA zeigen, damit diese zu Hause zum Aufbau der Demokratie beitragen würden. Heute gibt es das Programm auch in Afghanistan und im Irak. Es geht aber nicht um eine Propagierung des American Way of Life; der bilaterale Gedanke steht im Vordergrund. Junge Amerikanerinnen und Amerikaner nehmen ihre Erfahrungen mit zurück in die USA, junge Österreicherinnen und Österreicher die ihren nach Österreich. Die Erfahrung und die Herausforderung der Fremdheit, des Auslandes und des Anderen kann sowohl paradigmatisch als auch lebensprägend sein.

**In welchen Ländern gibt es dieses Programm?**

Das Fulbright-Programm gibt es derzeit in 148 Staaten. Weltweit stellt die amerikanische Regierung rund 125 Mio. US-Dollar jährlich für das Fulbright-Programm zur Verfügung. In 50 Ländern wird das Programm durch eine bilaterale Fulbright-Kommission wie in Österreich betreut, und 40 Staaten tragen zur gemeinsamen Finanzierung des Programmes bei. In

Österreich wird das Programm maßgeblich vom Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung gefördert.

**Was sollte man bei der Bewerbung beachten?**

Das Fulbright-Programm basiert auf dem Prinzip der Staatsbürgerschaft: Österreicher bewerben sich bei der österreichischen Kommission, Deutsche bei der deutschen Kommission. Fulbright-Stipendien werden jährlich aufgrund eines landesweiten, offenen, leistungsorientierten Wettbewerbs in Österreich und den USA vergeben. Die Vorlaufzeiten liegen dabei zwischen sechs und 18 Monaten vor Antritt des Stipendiums.

**Wie viele Stipendiaten betreut die Kommission?**

Wir betreuen jährlich gut 40 österreichische und 40 amerikanische Stipendiatinnen und Stipendiaten. Außerdem betreut die Kommission ein Programm des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur, das gut 140 US-Fremdsprachenassistentinnen und -assistenten landesweit an AHS und BHS vermittelt.

**Welche Zukunft hat Fulbright?**

Internationale Erfahrung ist notwendiger denn je. Ich denke, das Programmziel ist zeitlos: Es kann gar nicht genug internationale Verständigung geben.

[www.fulbright.at](http://www.fulbright.at)

 <b>STIPENDIEN Studienjahr 2009/10</b>		Bewerbungsfrist bis
Austrian Students Masters und PhD-Programme an US-Universitäten		1. Mai 2008
German Language Teaching Assistants Fremdsprachenassistenten und -assistentinnen für Deutschunterricht an US-Colleges und Universitäten		15. November 2008
Austrian Scholars Lehre und Forschung in den USA		15. März 2009
Nähere Informationen zu den Fulbright-Stipendien finden Sie unter <a href="http://www.fulbright.at">www.fulbright.at</a> .		

# Menschenleben in Forscherhand

Nationale und internationale Bioethikkommissionen haben die Aufgabe, die öffentliche Debatte über Ethik und Wissenschaft zu forcieren. Auch Österreich leistet dazu einen ganz entscheidenden Beitrag.

Sonja Gerstl

In den letzten Jahren hat eine Intensivierung und Institutionalisierung der universitären und außeruniversitären Ethik stattgefunden. Weltweit wurden zahlreiche Ethikzentren und Ethikforschungsstätten gegründet. Parallel dazu bestehen weltweit an fast allen Philosophie-Instituten Arbeitsbereiche für Allgemeine und zum Teil auch für Angewandte Ethik.

Von einem regelrechten Ethik-Boom zu sprechen, ist angesichts dessen wohl eher nicht übertrieben. Die Unesco hat bereits im Jahre 1993 auf die Zeichen der Zeit reagiert und das Internationale Komitee für Bioethik (IBC) ins Leben gerufen. Dieses global agierende, interdisziplinär zusammengesetzte Gremium aus 36 unabhängigen Expertinnen und Experten hat

den Auftrag, über alle neuen ethischen Fragen der Biowissenschaften und der Biotechnologien zu beraten und unterschiedliche Fachkreise sowie Entscheidungsträger weltweit miteinander ins Gespräch bringen. Darüber hinaus gehört die Ausarbeitung von internationalen Standards im Bereich Bioethik zu den Aufgaben des IBC.

## Österreich vertreten

Seit kurzer Zeit ist in diesem Gremium auch eine Österreicherin vertreten. Christiane Druml von der Medizinischen Universität Wien wurde für vier Jahre in das IBC gewählt. Hierzulande folgte die Wissenschaftlerin bereits im Vorjahr Johannes Huber als Vorsitzende der im Bundeskanzleramt eingerichteten Österreichischen Bioethikkommission. Darüber hinaus ist Druml Geschäftsfüh-



Mit dem immer detaillierteren Wissen über das menschliche Genom ergeben sich zahlreiche Fragen darüber, wie diese Daten heute und in Zukunft verwendet werden dürfen. Foto: Bilderbox.com

rerin der Ethikkommission der Medizinischen Universität Wien und Mitglied im Universitätsrat in Innsbruck.

Einer der Schwerpunkte des heurigen Jahres ist das Thema Stammzellenforschung. Besonders intensiv widmet man sich dabei der Gewinnung von Stammzellen durch Nabelschnurblut. Verschiedene Firmen bieten das Aufbewahren der Stammzellen nämlich mittlerweile auch für den individuellen Bedarf an – bezüglich der

Sinnhaftigkeit dieses Unterfangens wurden bereits massive Bedenken angemeldet.

## Grundrechte bewahren

Das zweite Thema, mit dem sich die Österreichische Bioethikkommission beschäftigt wird, betrifft die Forschung an nicht einwilligungsfähigen Personen – also Kindern, Menschen, die an Demenz leiden, oder nicht einwilligungsfähigen Intensivpatienten. Hier gilt es eine Regelung zu finden,

Forschung möglich zu machen, ohne die Grundrechte der einzelnen Personen zu verletzen. Generell will man in der Bioethik künftig den Gender-Aspekt stärker als bisher berücksichtigen, denn obwohl viele Forschungsthemen den Körper der Frau betreffen, sind Frauen in den entsprechenden Gremien stark unterrepräsentiert.

Der Problematik „Bioethics and Women“ widmet sich am 2. Juni 2008 auch eine internationale Konferenz in Wien.

## Genom sozial

Förderprojekt entwickelt Perspektiven.

Zweifelsohne: Die moderne Genomforschung revolutioniert das Wissen über die molekularen Grundlagen des Lebens. Allerdings werfen die neuen Möglichkeiten, die auf diese Weise ermöglicht werden, auch viele ethische und rechtliche Fragen auf. Gen-Au, das im September 2001 vom Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung initiierte Genomforschungsprogramm, fördert unter anderem sozialwissenschaftliche Projekte, die sich mit den gesellschaftlichen und politischen Auswirkungen der Genomforschung befassen.

Mit einer Gesamtförderung von rund 100 Mio. Euro für neun Jahre ist Gen-Au eines der

höchst dotierten Forschungsprogramme des Wissenschaftsministeriums. Anfang Februar dieses Jahres wurde die dritte und abschließende Phase von Gen-Au gestartet. In dieser wird der allgemeinen Erweiterung der Genomthematik durch neuere Entwicklungen Rechnung getragen.

Um die im Programm entwickelten Technologien verstärkt nutzen zu können, wird in den Netzwerken der Phase III die Einrichtung eines Technologieservice unterstützt. Dadurch sollen die Ergebnisse der Genomforschung einer breiten Nutzung und Anwendung zugeführt werden. *sog*

[www.gen-au.at](http://www.gen-au.at)



Die moderne Genomforschung agiert im Spannungsfeld zwischen Möglichkeiten und Grenzen der Wissenschaft. Foto: Bilderbox.com

## Über Ethik reden

Österreichischer Forschungsdialog widmet sich brisantem Thema.

Wie forschen? Was kann kritische Prozessevaluierung? Wer darf über Ethik sprechen? Mit diesen und ähnlichen Fragen beschäftigt man sich im Rahmen der Veranstaltung „Ethik in der Forschung“, die am 26. Mai im Spiegelsaal des Haus des Sports über die Bühne gehen wird.

Unter den Diskutanten befinden sich Christiane Druml, Vorsitzende der Bioethikkommission im Bundeskanzleramt und Bernhard Pelzl, seines Zeichens wissenschaftlicher Direktor von Joanneum Research. Als Referenten konnten Volker Ladenthin (Universität Bonn), Peter Suder (Präsident der Schweizerischen Akademie der Medizinischen Wissenschaften), Ulrich H. J. Körtner (Universität Wien), Frank Madeo (Karl-Franzens-Universität Graz), Ina Wagner (TU Wien) und Josef Isensee (Universität Bonn) gewonnen werden. Die Veranstaltung ist Teil des von Wissenschaftsminister Johannes Hahn



Die Diskussion über ethische Probleme in Wissenschaft und Forschung findet international statt. Foto: Bilderbox.com

initiierten Österreichischen Forschungsdialogs. Der Österreichische Forschungsdialog lädt alle Interessierten ein, gemeinsam über die Herausforderungen für die nächsten Jahre nachzudenken. Bis zum Forum Alpbach 2008 sollen in diesem Rahmen Themen und zukünftige Strategien diskutiert und gesammelt werden. *sog*

[www.forschungsdialog.at](http://www.forschungsdialog.at)

Special Wissenschaft und Forschung erscheint mit finanzieller Unterstützung durch das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung.

## Teil 33

Die inhaltliche Verantwortung liegt bei *economy*.  
Redaktion: Ernst Brandstetter

# Technologie

## Finger als Universalschlüssel

Ein Linzer Unternehmen will durch die Tür sein spezielles Biometrie-Know-how zum Massenprodukt werden lassen. In Zukunft soll kaum eine Haustür mehr mit einem gewöhnlichen Schlüssel geöffnet werden.

**Klaus Lackner**

Biometrie war und ist ein heiß umstrittenes Thema. Egal ob Reisepass oder Ein- und mittlerweile Ausreise aus den USA: Jeder kennt aus den laufenden Diskussionen die Brisanz der gespeicherten Daten und die Auseinandersetzung über deren Schutz.

Während andere über den Datenschutz diskutieren, schickt sich das Linzer Unternehmen Ekey Biometric Systems an, den alltäglichen Gebrauch des Fingerabdrucks für den Privathaushalt zu revolutionieren. Ekey-Geschäftsführer Leopold Gallner und sein Team haben es innerhalb eines Jahres fertiggebracht, Türenhersteller von seinem Produkt, einem Fingerabdrucklesegerät für Haustüren, zu überzeugen und dieses in ihre Türen zu integrieren. Namhafte Anbieter wie Internorm oder Bayernwald oder kurz gesagt die ganze türproduzierende Industrie in Deutschland, Norditalien, Österreich und Tschechien ist auf den Zug aufgesprungen. Gallner lapidar: „Ich denke, dass wir 100 Prozent Marktabdeckung bekommen.“

Das System funktioniert denkbar einfach. An der Türkante sind zwei Knöpfe zur Steuerung und ein Zifferndisplay angebracht, mit dem sich die Fingerabdrücke der ganzen Familie, der Reinigungskraft von

Omi und Opi oder von Freunden schnell und einfach speichern und auch wieder löschen lassen. Häuslbauer oder Wohnungsrenovierer können sogar einen direkten Draht zum PC verlegen, von wo aus man das System per Software steuern kann. Neben dem optionalen Kabel zum Steuer-PC braucht die Tür nur eine Stromversorgung. Ein Schloss bleibt für den Notfall eingebaut. Gallner aus eigener Erfahrung: „Ich habe zu Hause seit Monaten keinen Schlüssel mehr gebraucht.“

### Durch die Tür zur Masse

Neben Türherstellern konnte Ekey auch den deutschen Türgriffhersteller FSB für sich gewinnen. Gemeinsam wurde ein Türgriff mit integriertem Lesegerät entwickelt, das von beiden Seiten – für Links- und Rechtshänder – den Fingerabdruck lesen kann. Die Leuchtdiode dient als Design-Element.

Aber auch beim Thema Software hat sich einiges getan. Seit wenigen Wochen ist die neue, verbesserte Software-Version auf dem Markt und wird bereits in den aktuellen Geräten verkauft. „Vor allem bei Kindern haben wir nach gewisser Zeit durch das Wachstum Probleme mit der Erkennung gehabt“, erklärt Gallner. Deshalb wurde die Software in monatelanger Entwicklungsarbeit so getrimmt, dass die Fingerabdrücke



Biometrie wurde bisher hauptsächlich für Spezialanwendungen im Hochsicherheitsbereich verwendet. Produkte für den Consumer-Markt sind bislang eine Seltenheit. Foto: Ekey Biometric Systems

cke laufend verglichen und die in der Tür gespeicherten Daten angepasst werden. „Die Herausforderung für uns war, dass der Komfort und die Sicherheit des Systems weiterhin gegeben ist“, fährt Gallner fort. Und das sei gelungen. Wie, will der Manager nicht verraten. Das sei gerade der Entwicklungsvorsprung gegenüber der Konkurrenz, den er auf ungefähr zwei Jahre schätzt.

Der nächste Schritt für das Unternehmen soll die Kooperation mit Möbelherstellern sein. So sollen verschließbare Büromöbel in Zukunft statt mit einem Schlüssel per Fingerabdruck geöffnet werden. „Auf diese Art und Weise können Unternehmen von der Zutrittskontrolle am Haupteingang über die Bürotür bis hin zu den Büromöbeln alles zentral steuern. Mitarbeiter brauchen beim Eintritt in das

Unternehmen nur ein Mal einen Fingerabdruck abzugeben, der dann ein Arbeitsleben lang hält. Damit ersparen sich vor allem große Unternehmen einen riesigen Verwaltungsaufwand, der mit Schlüsseln besteht“, erklärt Gallner die künftige Strategie. Doch erst müssen die Erfahrungen mit den Türherstellern, die gerade gemacht werden, verarbeitet werden.

### Mit Maß und Ziel

Gallner und seine Partner Signot Keldorfer und Thomas Moser wollen nichts überstürzen, sondern ihr Unternehmen mit Maß und Ziel voranbringen. Gestartet wurde mit sechs Mitarbeitern; heute ist man bei 49 in Österreich und 15 in Deutschland und der Schweiz angelangt. Über Umsätze will Gallner nicht sprechen. Die seien nicht aussagekräftig. „Wir sind in den

schwarzen Zahlen“, bestätigt der Ex-Banker dennoch, der den Schritt in die Selbstständigkeit nicht bereut, aber warnt: „Eine Idee und ein Businessplan sind zu wenig. Und ohne Eigenkapital geht es einfach nicht.“ Er habe AWS (Austria Wirtschaftsservice) und FFF (Forschungsförderungsfonds) schätzen gelernt, da diese nur investieren würden, wenn auch ein entsprechendes Risiko vorhanden sei.

„Bei uns war es definitiv ein Risiko. Als wir gestartet sind, hat es keinen Markt gegeben. Dadurch hat auch Marktforschung keinen Sinn ergeben.“ Sein Tipp für Jungunternehmer: „Man darf von Anfang an seine Bank nicht überstrapazieren.“ Halte man sich daran, würde sie mit einem durch dick und dünn gehen.

[www.ekey.at](http://www.ekey.at)  
[www.fsb.de](http://www.fsb.de)

www.procospmobile.at

### SO FUNKTIONIERT'S:

**STARTPAKET  
HOLEN**

**SIM-KARTE  
EINSETZEN**

**GÜNSTIG  
TELEFONIEREN**

● **KEINE** Anmeldung!

● **KEINE** Vertragsbindung!

● **KEIN** Mindestumsatz!

● **KEINE** Aktivierungsgebühr!

● **KEINE** versteckten Kosten!

● **EXZELLENT** Sprachqualität!

Günstig vom Handy ins Ausland telefonieren!

PROCOS  
MOBILE

Taktung 60/60, Setup fee 10 Cent, Österreich fest/mobil 20 Cent, Alle Preise inkl. 20% MWSt. Zusätzliche Informationen entnehmen Sie bitte unseren AGB's unter [www.procospmobile.at](http://www.procospmobile.at).

Ab **6** Cent/min.

## Technologie

## Notiz Block



## Suchen, aber personenbezogen

Mit 123people.com ist eine neue Internet-Suchmaschine online gegangen. Die vom gleichnamigen österreichischen Jungunternehmen entwickelte Plattform will sich durch strukturierte Darstellung von personenbezogenen Daten vom Wettbewerb abheben. Auch länderspezifische Datenquellen werden besonders berücksichtigt, was zu einer besseren Qualität der Suchergebnisse führe, erklärt Geschäftsführer Stefan Kalteis. „Mehr als 30 Prozent der Suchabfragen bei den Internet-Suchmaschinen sind personenbezogen“, sagt Kalteis. Derzeit konzentriert sich die Abfragemöglichkeit auf Österreich, Schweiz, Deutschland und Großbritannien. Pro Monat soll künftig ein neues Land erschlossen werden. Nach Eingabe des Namens der gesuchten Person werden Bilder, Videos, Telefonnummern, E-Mail-Adressen, Infos aus sozialen Netzwerken sowie Weblinks und Quellen angezeigt. Eine zusätzliche „Tag Cloud“ zeigt an, welche Attribute (Eigenschaften) zur Person gefunden wurden. Je häufiger und somit relevanter ein Attribut in Verbindung mit der Person sei, desto größer die Darstellung der Eigenschaft.

## Wasserstoff aus Algen gesucht

Wasserstoff – als alternatives Antriebsmittel zu Benzin und Diesel – aus Algen zu gewinnen, ist das Ziel eines Forschungsteams im Argonne National Laboratory des US-Umweltministeriums unter Leitung des Chemikers David Tiede. Einige Algenarten tragen das Enzym Hydrogenase in sich, das aus positiv geladenen Wasserstoffionen kleine Mengen molekularen Wasserstoffs produzieren kann. „Wir glauben, dass es ein fundamentaler Vorteil ist, Wasserstoff als regenerativen Brennstoff photosynthetisch herzustellen“, er-

klärt Tiede. Dieser Vorgang sei im Vergleich zur Herstellung von Ethanol aus Getreide thermodynamisch günstiger, da zur Wasserstoffgewinnung aus Algen keine weitere künstliche Energiezufuhr nötig sei. Tiede und sein Team suchen eine Möglichkeit, jenen Teil des Hydrogenase-Enzyms zu isolieren, der Wasserstoff produziert, und den Fotosyntheseprozess in Gang zu bringen, um größere Mengen an Wasserstoff zu erhalten.

## Laura Bassi sucht Nachfolgerinnen

Laura Bassi war italienische Physikerin, die 1731 als 21-Jährige zur Professorin für Philosophie an der Universität Bologna ernannt wurde. Sie war die erste Frau, die an einer europäischen Universität unterrichtete. 176 Jahre später sind Frauen offiziell gleichberechtigt, stoßen aber noch immer auf viele Hürden. Mit der Impulsaktion Laura Bassi Centres of Expertise finanziert nun das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) sechs Zentren, die von Forscherinnen geleitet werden sollen. Die Zentren werden sieben Jahre mit bis zu 320.000 Euro pro Jahr und Zentrum unterstützt, wobei der Anteil der BMWA-Förderung höchstens 60 Prozent beträgt. Der Anteil der Wirtschaft muss mindestens 35 Prozent ausmachen, fünf Prozent sollen von Forschungspartnern stammen. „Frauen haben einen beschränkten Zugang zu informellen Netzwerken von Forschern“, sagt Staatssekretärin Christine Marek (ÖVP). Bisher wurden Forscherinnen durch Mentoring unterstützt, nun werde mit „Hard Facts“, nämlich Fördergeld, der Benachteiligung entgegengewirkt. Die wissenschaftliche Qualität wird durch internationale Juroren garantiert. Rund 200 Forscherinnen kommen als Laura-Bassi-Zentrumsleiterinnen in Frage. Die Zentren sollen ab Herbst 2009 in Betrieb gehen. APA/me/pte

[www.w-forte.at/ee/laura-bassi](http://www.w-forte.at/ee/laura-bassi)

## Billigdienste im Wettkampf

Das österreichische Start-up Jajah vertieft seine Kooperation mit Apples iPhone jetzt durch eine eigene VoIP-Applikation. Doch der Wettlauf gegen den etablierten Dienst Skype wird trotzdem hart.

Arno Maierbrugger

Seit vergangenem Jahr arbeitet das österreichische Start-up Jajah schon an Apples iPhone mit, jetzt wird es sogar eine eigene VoIP (Voice over Internet Protocol)-Applikation als Plug-in geben. Anfang April wurde angekündigt, dass eine eigene Lösung auf WLAN-Basis für das iPhone kommt.

Für die Jajah-Gründer Daniel Mattes und Roman Scharf ein weiterer Schritt in Richtung internationaler Wahrnehmung, seit das in Österreich gegründete Unternehmen mit Risikokapital des Investors Sequoia den Sprung über den Großen Teich gewagt hat. Wie Daniel Mattes damals in einem Interview mit *economy* sagte, ist es das große Ziel, Skype Konkurrenz zu machen oder zumindest „so groß zu werden wie Skype“. Mattes meinte damals auch, Jajah würde nicht mehr mit dem Kürzel VoIP hausieren gehen, da die technischen Grundlagen die Kunden „nicht interessieren“. Ganz konnte er diese Vorgabe – siehe iPhone-Ankündigung – nicht einhalten, obgleich das Jajah-Angebot zu einem ziemlichen Gemischtwarenladen – im positiven Sinne – herangewachsen ist. Bei Jajah kann man nunmehr nicht nur das ursprüngliche Angebot eines kostengünstigen Callback-Service nutzen, sondern auch per diverser Zusatztools Telefongespräche aus dem Internet-Browser, dem E-Mail-Programm oder den Adressbüchern führen.

## Technologie-Kombination

Der grundlegende Vorteil von Jajah ist, dass man hierfür keinen Computer und kein Internet braucht. Das einfachste Angebot ist „Jajah Direct“, bei dem man eine lokale Vermittlungsnummer anruft, die dann die Gespräche über das Internet weiterleitet. Der Vorteil: Auch für Gespräche rund um den Globus fallen so nur lokale Gebühren an beziehungsweise jene, die Jajah dafür in der Tarifliste stehen hat.

„Internet-Telefonie ohne Internet“ nennt Mattes diese Erfindung, die eine eigene Telekom-Netzinfrastruktur mit VoIP kombiniert. Der Nachteil: Der Service ist zurzeit nur in den USA, in Mexiko, Israel, Australien sowie einigen europäischen Ländern (inklusive Österreich) verfügbar. Die Vermittlung zwischen anderen Ländern funktioniert zwar gleichfalls, wird aber vergleichsweise etwas teurer. Jajah-Nutzer können ebenso wie bei Skype untereinander



Jajah und Skype näherten ihre Telefonieangebote zuletzt aneinander an. Jetzt versucht man, sich voneinander abzuheben. F.: economy

gratis telefonieren, allerdings nur in bestimmten Ländergruppen, dafür aber teilweise nicht nur vom Festnetz, sondern auch vom Mobiltelefon.

Interessant sind zudem die Mobil-Lösungen von Jajah, wobei die Österreicher hier dem Erzkonkurrenten Skype um eine Nasenlänge voraus sind: Mit Handy-Software beziehungsweise Plug-ins können fast alle internetfähigen Handys beziehungsweise PDA den billigen Telefoniedienst nutzen.

Bei Skype ist dies vorerst nur bei wenigen bestimmten Handy-Modellen möglich. Dafür sind Handy-Gespräche zwischen Skype-Nutzern grundsätzlich weltweit gratis, wenn man darauf achtet, WLAN und nicht Datenroaming zu nutzen. Zusätzlich wurde gerade erst das neue „3 Skypephone“ vorgestellt, eine Kooperation des Mobilfunk-Anbieters „3“, der Gratis-Gespräche zwischen Nutzern in „3“-Ländern verspricht.

Beide Konkurrenten bemühen sich auch, bei Unternehmen Fuß zu fassen. Jajah macht dies mit einem eigenen Business-Account und verspricht dabei Kostenreduktionen bis zu 65 Prozent. Bei Skype gibt es eine

Fülle von Zusatzfunktionen für Business-User und Firmenkunden, bei denen man die Ebene der Gratistelefonie aber schnell verlässt, da vieles davon vergeblich ist.

## Ehrgeiziger Wettkampf

So groß wie Skype zu werden, ist für Jajah noch eine recht ehrgeizige Aufgabe, vor allem, weil sich die Angebote und letztlich auch die Technik beider Anbieter immer mehr annähern, Skype aber eine deutlich größere Verbreitung und teilweise das klarere Angebot hat.

Mit dem neuen iPhone-Plug-in macht Jajah nun eine weitere Front auf, und zwar gegen den Blackberry, meint zumindest Jajah-Marketingchef Frederik Hermann: „Wir erweitern das iPhone nun um eine globale mobile VoIP-Lösung mit Unternehmenssupport, das heißt, dass Unternehmen in Zukunft ihren Mitarbeitern die Wahl zwischen iPhone und Blackberry lassen werden.“ Verfügbar soll das Jajah-Plug-in für das iPhone im Sommer 2008 sein, kündigte Hermann an. Man kann gespannt sein, ob sich die Erwartungen auch erfüllen.

[www.jajah.com](http://www.jajah.com)





## Technologie

# Der Brutkasten ist zu kühl

Ein Online-Projekt-Mekka ist Österreich nicht, wiewohl es redliche Bemühungen gibt, auch im Informations- und Kommunikationstechnologie-Bereich an der Europaspitze mitzuspielen. Erfolgreiche heimische Start-ups gedeihen oft nur auswärts. Die Politik formiert sich nun mit einer neuen Initiative, die derzeit noch kritisch betrachtet wird.

Thomas Loser

„Auf ins Internet!“ Dazu forderten Anfang März in Wien Bundeskanzler Alfred Gusenbauer und Vizekanzler Wilhelm Molterer auf und hoben die „Internet-Offensive Österreich“, deren Schirmherren sie sind, aus der Taufe. „Wir haben ein 1A-Angebot im Web. Doch es müssen mehr Menschen in Österreich online sein“, betonte der Bundeskanzler. Mit seiner und Molterers Schützenhilfe und vor dem Hintergrund der EU-i2010-Initiative soll Österreich die einstige Top-Position in der europäischen Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) wiedererobern. Dazu soll es zu einem „nationalen Schulterschluss“ kommen, und es wird erneut versucht, eine IKT-Strategie zu entwickeln.

In sechs Arbeitskreisen – Generation und Bildung; Wirtschaft, Infrastruktur und E-Government; Gesundheit und Soziales; Sicherheit und Konsumentenschutz; Wissenschaft und Forschung; Kultur und Medien – sollen alle Stakeholder nach einer Analyse des interaktiven Ist-Zustandes Maßnahmen und Vorschläge für die .at-Zukunft erarbeiten. Im Herbst, so der Plan, soll die Basis für eine rot-weiß-rote IKT-Strategie als „Österreichische Internet-Deklaration“ vorliegen. „Wir haben ein ambitioniertes Programm, klare Zielsetzungen und einen konkreten Zeitplan. Optimale



Österreichische Start-ups wie Jajah, 123people.com, Papermint, Kununu.com oder Eblizz.com nutzen den grenzenlosen Zugang des Webs, um die für sie relevanten Märkte zu erobern. Foto: I5invest

Ausgangsbedingungen, um den Österreichern die Bedeutung und den Nutzen von IKT und Internet für ihr Leben zu vermitteln“, ergänzte der Kanzler.

Zwischen 23. April bis 26. Mai werden im Rahmen von öffentlichen Workshops zu den sechs Arbeitskreisen die Fundamente für die angekündigte „Österreichische Internet-Deklaration“ gelegt. Ob es angesichts der demokratie-, standort-, wettbewerbs-, sozial- und kulturpolitischen Aufgaben rund um Österreich 3.0 auch ein Konzept geben wird, wie man die Menschen findet, die bereit sind, Ri-

siken einzugehen, um die Applikationen zu schaffen, die die Attraktivität des zukünftigen .at-Webs ausmachen? Die Antwort darauf wird in den nächsten Monaten erfolgen.

#### Eigeninitiative zählt

Internet-Start-ups und IKT-Gründer sind auch bislang ohne politische Schützenhilfe angekommen. Jüngstes Beispiel sind Barbara und Michael Novak. Sie launchten Anfang April die, wie sie es nennen, „Community für alle Lebensbereiche“ Seamee.com. Die Plattform bietet eine Jobbörse, ein Business-

Netzwerk, Dating sowie die Möglichkeit, Menschen mit gemeinsamen Freizeitinteressen zu treffen. Und das alles wird kostenlos sein, versprechen die Neo-Internet-Unternehmer, die bereits als Beratergruppe Platon über fundiertes unternehmerisches Wissen verfügen. In Seamee.com, erklärt Barbara Novak, steckt nur eigenes Kapital und das Maximum an verfügbaren, persönlichen Ressourcen. Die Refinanzierung erfolgt über Werbung.

Auch Markus Wagner investiert sein Kapital in Start-up-Unternehmen. In den in Öster-

reich entwickelten virtuellen Treffpunkt Papermint etwa. Oder in die Personen-Suchmaschine 123people.com.

Wagner hatte im Jahr 2000 Wap.at gegründet, daraus Xidris geformt und mit den beiden Unternehmen Connovation und Sysis zu 3united gemergt. Letzteres wurde 2006 um 55 Mio. Euro vom US-Telekommunikationsanbieter Verisign übernommen. Im Mai 2007, nach Integration von 3united in Verisign, stieg der 29-Jährige aus und gründete das in Wien und New York ansässige Start-up-Förderunternehmen I5invest. „Ich bin bereit, mit neuen Ideen durchzustarten“, skizziert Wagner den Weg. Er verknüpft aber auch Ideen. 123people.com erweitert seine Service-Palette um die Voice-over-IP-Telefonie von Jajah. Das von Roman Scharf und Daniel Mattes gegründete Unternehmen gilt als eines der erfolgreichsten heimischen Start-ups des digitalen Österreich. Jajah wird vom kalifornischen Mountain View, dort ist unter anderem Google ansässig, für den Weltmarkt entwickelt und gegen Skype lanciert.

Kalifornien und das Silicon Valley spielen auch für Martin Wawrusch eine zentrale Rolle bei der Umsetzung seiner Web 2.0-Geschäftsidee. Mit Eblizz.com realisiert Wawrusch eine Social-Network-Plattform, in der es, verkürzt gesagt, um das Kreieren, Teilen und Genießen von Content geht.

**USECON**  
The Usability Consultants

*let's turn our know how into your success*

**Usability  
User Experience  
User Interfaces**

Optimierte Kundenzufriedenheit und effizientere Entwicklungen durch effektives Usability Engineering

[www.usecon.com](http://www.usecon.com)

# Wirtschaft

**Christian Kesberg:** „Amerika hat keinen inhärenten Willen, Supermacht zu sein. Die Europäer haben es dazu gemacht.“ Der Handelsdelegierte der Wirtschaftskammer Österreich in New York spricht über europäische Missverständnisse, rezessive Wirtschaft und den langen finanziellen Atem für den Markteintritt in den USA.

## „Viele haben zu wenig Respekt“

Alexandra Riegler Charlotte/USA

**economy:** In den USA stehen alle Zeichen auf Rezession. Sollten österreichische Unternehmen demnach lieber bleiben, wo sie sind?

**Christian Kesberg:** Es ist sicher kein ausgesprochen guter Zeitpunkt, um Spotgeschäfte (Geschäfte gegen sofortige Lieferung und Zahlung, Anm. d. Red.) bei Verbrauchs- oder Konsumgütern zu machen. Für Unternehmen hingegen, die ein langfristiges Engagement in den USA planen, ist es wahrscheinlich der ideale Zeitpunkt – sei es, um sich als Exporteur ein Vertriebsnetz aufzubauen, sei es, um als Firma irgendwann mit eigener Verkaufs- oder Produktionsniederlassung im Dollarraum tätig zu werden.

**Welche Sektoren bieten sich denn gerade an?**

Die österreichische Exportstatistik des Jahres 2007 zeigt deutlich, wer gewonnen und verloren hat. Und da war der Dollarkurs ja bereits eine Hürde. Gewonnen haben Unternehmen in Qualitätsnischen, wo es keine ausländische Konkurrenz gibt. Nach 20 Jahren der Deindustrialisierung gibt es in den USA keine lokalen Anbieter mehr, die bei bestimmten hochwertigen Fertigprodukten des Maschinenbereichs im obersten Qualitätssegment tätig sind. Dieser Markt ist weiterhin attraktiv, weil mit dem Wechselkurs und den durch die Finanzkrise ausgelösten Strukturveränderungen die amerikanischen Exportindustrien zu boomen beginnen. Wer sich hier als Zulieferer etablieren kann, findet einen extrem spannenden Markt vor. Bei Verbrauchsgütern niedrigerer Qualität hingegen ist die Preiselastizität geringer. Diese Produktgruppen haben etwas verloren.

Ganz besondere Chancen sehen wir in dem Erwachen des Ökologiebewusstseins in der Umwelttechnologie. Vor dem Hintergrund der Diskussion um die Versorgungssicherheit im Energiebereich ist auch der Alternativenergiesektor interessant. Weitere Chancen gibt es bei Lebensmitteln sowie im Informations- und Telekommunikationsbereich. Und auch wenn es der US-Automobilindustrie nicht gut zu gehen scheint, bie-

### Zur Person



Christian Kesberg ist seit 2006 Handelsdelegierter der WKO in den USA. 24 Mitarbeiter an fünf Standorten gehen österreichischen Unternehmen bei Strategie und Partnersuche zur Hand. F.:wko

tet die hier stattfindende weitgehende Restrukturierung neuen Lieferanten gute Gelegenheiten, um alte, eingefahrene Beziehungen aufzubrechen und sich zu platzieren.

**Inwieweit schätzen österreichische Unternehmen den US-Markt richtig ein?**

In ganz Europa gibt es eine Tendenz, Amerika misszuverstehen. Die Schadenfreude über Konjunkturabschwünge ist relativ groß, ebenso ist die Angst vor dem Überschwappen beträchtlich. Das eigenartige Verhältnis hat auch mit Europas leichten Minderwertigkeitskomplexen gegenüber dem großen Bruder, der Supermacht USA, zu tun. Dabei gilt es sich vor Augen zu halten, dass Amerika keinen inhärenten Willen hat, Supermacht zu sein. Die Europäer haben es dazu gemacht.

**Wie schlimm steht es denn nun tatsächlich um die Wirtschaft?**

Es ist sicherlich richtig, dass Amerika in einer Rezession ist, niemand bestreitet das mehr. Richtig ist auch, dass kein schneller Aufschwung kommt. Diese Rezession ist wahrscheinlich der Beginn einer Restrukturierung, und wir werden eine Phase niedrigen Wachstums erleben, das zwei, vielleicht sogar vier Jahre lang weit unter zwei Prozent liegen könnte. Es wird allerdings nie dazugesagt, dass Amerika nicht schrumpft, sondern nur langsamer wächst. Außerdem ist es die größte Volkswirtschaft der Welt, siebenmal so groß wie China, 25-mal so groß wie Indien. Ausgespart

wird auch, dass nach der Restrukturierung eine langjährig dynamische Entwicklung zu erwarten ist.

**Erleben Sie Vorbehalte bezüglich der aktuellen Regierung?**

Es hat mich immer fasziniert, dass es so viel politisches Resentiment gibt. Auch namhafte österreichische Unternehmer können dieses bisweilen nicht von geschäftlichen Interessen trennen. Mich wundert, dass diese auf dem Weltmarkt nach wie vor erfolgreich sind.

**Wie geht es Unternehmen, die den Schritt schließlich wagen?**

Viele haben zu wenig Respekt. Sie glauben, Amerika funktioniert wie Europa und dass sie ihre Marketing-Strategien, ihre Service-Konzepte umsetzen können. Das stimmt alles nicht. Dies führt dann sehr früh in der Marktbearbeitung zu Rückschlägen.

**Welche Grundregeln empfehlen Sie für einen Markteintritt?**

Man muss sich ein Dreigestirn aus gleichermaßen wichtigen wie trivialen Dingen merken. Erstens: Amerika ist sehr groß. Die Marktbearbeitung muss strategisch und langfristig geplant werden. Man kann nicht den amerikanischen Markt bearbeiten. Es gilt vielmehr herauszufinden, wo sich meine Kunden konzentrieren, wie ich die Strategie aufsetze und was in den Jahren drei, fünf, acht und zehn passiert. Weil im Jahr zwei bearbeite ich gerade einmal New Jersey.

Zweitens: Amerika ist anders. Hausfrauen sagen hier: „Meine Waschmaschine braucht nicht 15 Programme, sondern nur zwei.“ Man muss das Marktsegment, die Bedürfnisse des Kunden, seine Qualitätsstandards und die Funktionsweise des Marketings studieren und danach bereit sein, Produkt, Werbung und Service-Modell an die Anforderungen anzupassen.

Drittens: Die USA sind der größte, reichste und einer der transparentesten Märkte der Welt. Man kann alles verkaufen – mit dem Ergebnis, dass alle alles verkaufen. Es ist ein komplett gesättigter Markt, damit steigen die Marketing- und Werbekosten. Um die Aufmerksamkeit meiner Kunden zu erreichen, muss ich viel

Geld aufwenden. Das mag nicht zutreffen, wenn ich eine spezielle Chemikalie zur Behandlung von Ziegelstaubabfällen produziere, in den meisten Fällen jedoch schon.

**Kein Markteintritt ohne entsprechende Reserve also.**

Wenn die Kapitaldecke schon durch den ordentlichen

Geschäftsgang in Europa so dünn ist, dass es kaum ein Weiterkommen gibt, sollte man es bleiben lassen. Dieses Geld lässt sich anderswo besser ausgeben. Der Versuch, auf dem amerikanischen Markt erfolgreich zu sein, ohne sich eine relativ beachtliche Summe als Vorausinvestition zu reservieren, ist zum Scheitern verurteilt.



**WIRTSCHAFTSZENTRUM**  
INFORMATION & SERVICE



## Innovative Serviceleistung für eine innovative Wirtschaft

- Information und Service unter einem Dach
- Kompetente Beratung, rasch und unbürokratisch
- Effiziente Unterstützung

[www.wirtschaftszentrum.at](http://www.wirtschaftszentrum.at)





## Förderstadt Wien präsentiert sich

Kulturförderung bringt Kohle – wenn man sie richtig betreibt: So in etwa lautet dieser Tage die zentrale Botschaft Wiens an Zürich. In der Schweizer Fußball-EM-Partnerstadt versuchte sich die Donaumetropole als attraktiver Kunst- und Finanzstandort zu positionieren. Neben dem Schwerpunkt Kultur verwies die Stadt Wien im Zuge eines zweitägigen Gastaufenthalts auch auf ihre Rolle als Tor zu Zentral- und Osteuropa. „Wir investieren viel Geld in Kunst und Kreativität, da dies nicht nur gut für das Image, sondern auch rentabel für die Stadt ist“, ließ Kulturstadtrat Mailath-Pokorny Schweizer Wirtschafts- und Medienvertreter im Zuge eines zweitägigen Delegationsprogrammes in Zürich wissen. Schließlich bringe jeder Euro an Kulturförderung über die Umwegrentabilität das Zweieinhalb- bis Achtfache an Wertschöpfung, wie zahlreiche Studien belegen würden. Wesentlich sei dabei auch die Rolle der Kultur als Tourismusmagnet. Der Stadtrat verwies darauf, dass Wien in den letzten fünf Jahren die Ausgaben im Bereich Kultur und Wissenschaft um 56 Mio. Euro oder 35 Prozent steigern konnte. Das ergebe mittlerweile 300 Mio. Euro Subventionsbudget, wobei der Bund noch einmal so viel beisteuere. Dieses Plus an Geld habe etwa die Etablierung des Opernhauses Theater an der Wien, die Durchführung des Mozartjahrs und eine Reform der Off-Theaterszene ermöglicht.

## Pächter von Tankstellen eingengt

Die Konzentration in der Tankstellenbranche geht – wenn auch vermindert – weiter. Die aktuelle Tankstellenstatistik für 2007 meldet 2810 öffentliche Tankstellen, wobei die Diskont-Tankstellen mit 1112 Stationen geringfügige Zuwächse verbuchen konnten. Weitere Zu-

wächse seien heuer zu erwarten, da zum Beispiel die OMV schon angekündigt habe, 100 Tankstellen neu zu verpachten, teilte Ferdinand Müller, der Obmann des Fachverbandes der Tankstellenunternehmen in der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) mit. Zum Jahresende 1988 gab es noch 4055 Tankstellen, 1998 waren es nur mehr 3141 in Österreich. Die durchwegs schlechte Eigenkapitalausstattung belastete die Pächter. Weitere Schließungen und damit eine Ausdünnung des Versorgungsnetzes seien die Folge, meinte Müller. Tankstellenpächter kalkulieren den Angaben zufolge bereits jetzt mit Margen im Promillebereich.

## EU unterstützt KMU-Strategie

Die für Wettbewerbsfähigkeit zuständigen EU-Minister signalisierten beim informellen Treffen im slowenischen Brdo breite Unterstützung für zwei Initiativen der Europäischen Kommission: die „Kleinunternehmerregelung“ und den Aktionsplan für nachhaltige Industriepolitik. Die neue Strategie für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) wird laut EU-Industriekommissar Günter Verheugen eine Reihe von Legislativmaßnahmen, Aktionsplänen und Empfehlungen auf EU-Ebene und Mitgliedstaaten beinhalten. Ziel ist es, ein günstigeres Geschäftsumfeld für die KMU zu schaffen, Anlaufkosten zu senken, die Bürokratie zu verringern, besseren Zugang zur Finanzierung und Innovationen zu ermöglichen und die Anteilnahme der KMU an den EU-Programmen zu fördern. Als eine weitere Maßnahme kündigte EU-Wettbewerbskommissarin Neelie Kroes die baldige Verabschiedung der Gruppenfreistellungsverordnung im Bereich der staatlichen Beihilfen an. Die KMU machen 98 Prozent aller Unternehmen in der EU aus, doch nur zwölf Prozent nutzen die staatlichen Beihilfen, erklärte sie. APA/kl

# Auf der Suche in Tupalo

Die Jahre, in denen „Internet-Start-up“ ein Schimpfwort war, sind vorbei. Das zeigt die Web 2.0-Plattform, in der die Nachbarschaft in den Mittelpunkt einer vernetzten Welt rückt.

Klaus Lackner

Mittlerweile ist es Jahre her, dass die Dotcom-Jünger des jungen Jahrtausends mit aberwitzigen Projekten Hunderttausende Euros oder besser gesagt US-Dollars verbrannt haben. Eine absurde Idee ohne Geschäftsmodell reichte vollkommen aus, um mit Geld überhäuft zu werden. Auch heute noch haftet der Internet-Branche dieses Image an, obwohl die Projekte auf Neudeutsch „down to earth“ sind.

Als junges Beispiel ist hier das Wiener Unternehmen Tupalo.com zu nennen. Es hat Ende des Jahres 2006 sein Web 2.0-oder besser gesagt Social-Network-Projekt im Internet online gestellt. Auf Tupalo kann jeder registrierte Nutzer auf Karten seine Lieblingslokale, Geschäfte oder sonstige interessante Punkte markieren, beschreiben und bewerten.

In Österreich gibt es bereits eine recht aktive Community. Nicht nur in Wien sind viele interessante Einträge zu finden – in Summe an die 7000. So findet man frei nach dem Tupalo-Motto „Stuff in your Neighbourhood“ zum Beispiel sehr gut bewertete Lokale, die man vorher noch nicht einmal bemerkt hat. Die beiden Tupalo-Gründer

Michael Borrás und Clemens Beer wollen eben nicht nur Touristen ansprechen, sondern vor allem die Bewohner des Dorfs, der Stadt, des Bezirks oder des Grätzels in die Community bringen, um ihre persönlichen Eindrücke festzuhalten.

Seit wenigen Tagen kann man das eben auch auf der Webseite in deutscher Sprache tun. Neben Englisch sollen weitere folgen. Die nächsten Projekte von Beer und Borrás sind auf jeden Fall eine mobile Version für Handy- beziehungsweise Smartphone-Nutzer und ein API (Application Program Interface). Hierbei handelt es sich um eine Schnittstelle, damit andere Webseitenbetreiber Tupalo eng in ihr Angebot integrieren können.

### Neue New Economy

Genau auf dem gleichen Prinzip fußt Tupalo als sogenanntes Mash-up selbst. Hier werden andere Webtechnologien genommen und etwas Neues darauf aufgebaut. So nutzt die Plattform selbst Google-Karten, und man kann Bilder aus dem Internet-Fotoalbum Flickr integrieren.

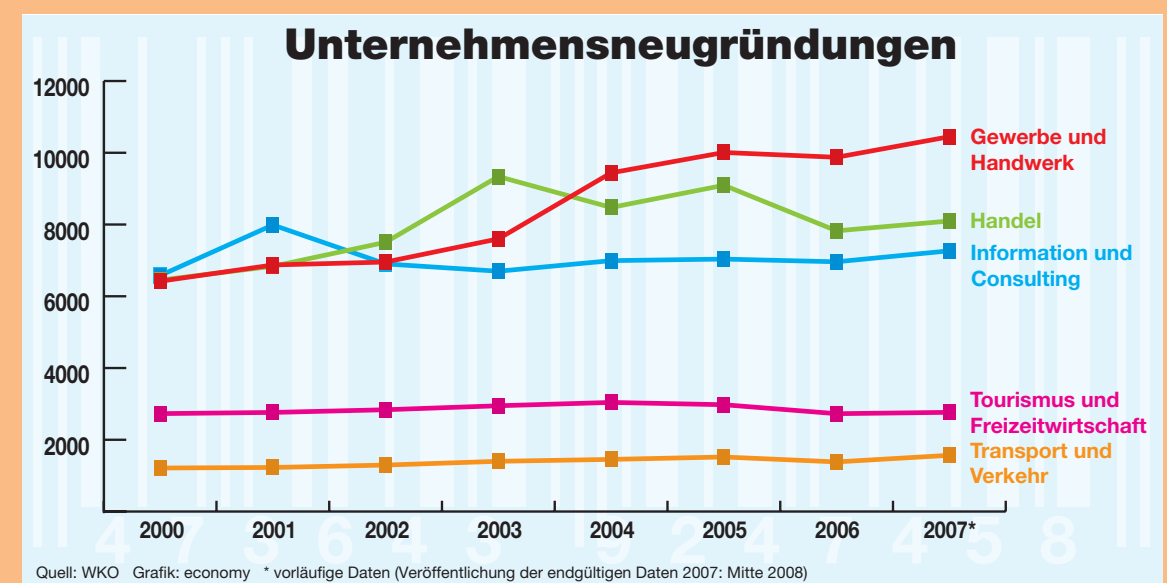
Finanziert wurde das Projekt bisher vom Wiener Wirtschaftsförderungsfonds beziehungsweise dessen Ableger

für die Kreativindustrie Departure. „78.000 Euro konnten wir über Departure lukrieren“, erzählt Borrás stolz. „Wir wurden als erstes Web 2.0-Projekt überhaupt von Departure gefördert.“

Um auch die zukünftigen Pläne realisieren zu können, braucht Tupalo frisches Kapital. „Österreichische Investoren sind sehr konservativ“, stellen die Tupalo-Erfinder unisono fest. Es gebe zwar Gespräche, diese zögen sich jedoch in die Länge. Mit Sorgenfalten auf der Stirn erklärt Borrás, dass in dieser Beziehung die USA einfach anders seien, obwohl Förderhöfe wie Departure dort überhaupt nicht vorhanden seien.

Stark vermisst er allerdings in der Alpenrepublik „Business Angels“, die neben Geld auch Know-how zur Verfügung stellen. „Es wäre doch gut, wenn aus Wien ein kleines Silicon Valley werden würde“, betont Borrás. Der Boden dafür sei nicht zuletzt durch gute IT-Ausbildungen an Universitäten und Schulen sehr fruchtbar. Nur leider werde er durch fehlende Investoren offensichtlich ausgetrocknet. Ob eine Internet-Offensive der Regierung die kleinen Pflänzchen zum Blühen bringen wird, wissen weder Beer noch Borrás zu beantworten.

## Zahlenspiel



Österreichs Jungunternehmer wünschen sich neue Herausforderungen. Mit rund 87 Prozent ist dies das am meisten genannte Motiv für eine Unternehmensgründung. Häufig genannt wird auch der Wunsch, der eigene Chef zu sein (78,7 Prozent), sowie die Aussicht, mehr Geld zu verdienen (62 Prozent). Dies geht aus einer Erhebung der Statistik Austria hervor. Der Wunsch nach neuen Herausforderungen ist heimischen Jungunternehmern wichtiger als dem EU-Durchschnitt (68,2 Prozent). EU-weit ist es 74,9 Prozent

der Jungunternehmer am wichtigsten, der eigene Chef zu sein. Die Aussicht, mehr Geld zu erwirtschaften, rangiert auf Platz zwei. Im österreichischen Motiv-Ranking nimmt eine bessere Verbindung von Arbeits- und Privatleben den vierten Platz (50,6 Prozent) ein. Der Wunsch, das Hobby zum Beruf zu machen, und die Möglichkeit, aus einer unbefriedigenden Arbeitssituation herauszukommen, sind mit jeweils 47,2 Prozent vertreten. Das Vermeiden von Arbeitslosigkeit ist für 44,3 Prozent der Befragten ein Motiv. APA/kl

## Wirtschaft

# Engel und Brüter für Jungunternehmer

Start-up-Finanzierungsformen abseits von Bankkrediten haben ihre eigenen Regeln, sind aber meist effizienter.

**Arno Maierbrugger**

Die Sprache der Wirtschaft spart nicht mit Metaphern, und daher gibt es neben gefräßigen Heuschrecken auch sanfte „Business Angels“ oder Geburtshelfer (Inkubatoren). Beide wollen Begleiter eines Start-ups sein, in dessen Geschäftsidee sie Vertrauen gefasst haben.

Da Vertrauen aber neben Verdienst nur ein Teil der Wirtschaftsordnung ist, sind auch Business Angels keine selbstlosen Persönlichkeiten. Meistens handelt es sich dabei um vermögende Einzelpersonen, häufig Ex-Manager mit langer Berufserfahrung, die auf eine Idee eines Jungunternehmens aufmerksam werden und es mit Geld und Beratung unterstützen, sich also entweder mit einer Kapitaleinlage oder einem Privatkredit beteiligen. Business Angels investieren in der frühen Phase eines Start-ups meist kleinere Beträge in der Erwartung, dass sie später aufgrund der Wertsteigerung des Unternehmens ein Vielfaches ihres Einsatzes lukrieren können. Die Abgrenzung zu anderen Start-up-Helfern schwimmt hier etwas.

Neben den Business Angels gibt es auch Private-Equity- oder Venture-Capital-Unternehmen, die schon mit etwas größeren Beträgen aushelfen, und Entrepreneure, die eigenes Geld in das eigene Unternehmen stecken. Und nicht zuletzt Inkubatoren, deren Rolle es ist, zwischen Kapitalgebern und junger Firma zu vermitteln und dafür zu sorgen, dass diese die richtigen Umfeldbedingungen (Büroinfrastruktur, Netzwerke), also den „Brutkasten“, erhält. Im Gegenzug bekommen die Inkubatoren Firmenanteile.

## Existenzielles Networking

Netzwerke sind die existenzielle Basis für Business Angels und Inkubatoren. In vielen Ländern haben sich daher Plattformen etabliert, wo sich Leute mit Geld und Leute mit Ideen treffen. Allein in den USA gibt es rund drei Mio. Business Angels, hinter denen ein Volumen von bis zu 50 Mrd. US-Dollar (31,5 Mrd. Euro) steht, sagt Raymund Vorwerk, Vorstand des deutschen Business-Angel-Netzwerks Banson.

Und nicht zuletzt gibt es in Österreich eine Business Angel-„Börse“ namens i2, eine Initiative des Austria Wirtschaftsservice (AWS). Dort können Privatinvestoren Beteiligungen an Jungfirmen eingehen, wobei die Initiative aus ERP-Fondsmitteln unterstützt wird. Bei vielversprechenden Projekten lassen sich so Eigeninvestitionen sogar verdoppeln, sagt Equity-Experte Jürgen Natter vom AWS.

Für die Unterstützung durch Business Angels kommen Unternehmen mit einem Kapitalbedarf bis zu 500.000 Euro in Betracht, heißt es beim AWS. Die durchschnittliche Investitionssumme liegt in Österreich bei rund 150.000 Euro pro Projekt. Business Angels bleiben im Schnitt vier bis sieben Jahre am Unterneh-

men beteiligt, wobei dies im Einzelfall auch „erheblich“ abweichen kann.

Der große Irrtum von Gründern und Jungunternehmern ist es, dass sie glauben, sie müssten mit einem kompletten Businessplan und einer Renditeberechnung über viele Jahre bei einem erbsenzählerischen Business Angel vorstellig werden. Die Sache verhält sich aber anders, und das ist es, was diese Form der Kapitalbeschaffung so verschieden

von einer herkömmlichen Bankfinanzierung macht. Zur Geschäftsidee ist im Normalfall nämlich noch kein Businessplan erforderlich, sondern zunächst ein schlüssiges Konzept und die Idee einer Marktpositionierung. Renditestudien, detaillierte Konzepte oder gar Prototypen werden in dieser Frühphase nicht von den Geldgebern erwartet, die sich selbst ihren Reim auf die junge Geschäftsidee machen. Erst bei weiteren Gesprächen

macht sich dann ein Businessplan gut. Bis zum Einstieg von Business Angels in ein junges Unternehmen sollte man mit einer Verhandlungs- beziehungsweise Konzeptionsphase von drei bis neun Monaten rechnen, sagen die AWS-Experten. Eine Zeit, in der der Kapitalgeber natürlich auch seine eigenen Studien von der Marktauglichkeit der Idee anstellt, was für ein aufstrebendes Start-up sicher kein Fehler ist.

[www.ecoplus.at](http://www.ecoplus.at)

plus  
eco

ecoplus. Das Plus für Niederösterreich

## neuland technopole

Im globalen Wettbewerb gehen innovative Unternehmen dahin, wo sie die besten Voraussetzungen finden. Nach Niederösterreich.



Der Standortfaktor der Zukunft heißt Technologie. Und einer der entscheidenden Standortvorteile ist die optimale Verknüpfung von Ausbildung, Forschung und Wirtschaft – auf den Punkt gebracht an den Technopolen in Niederösterreich. Hier werden in der Zusammenarbeit von Ausbildungs- und Forschungsinstitutionen und innovativen Unternehmen bereits jetzt internationale Maßstäbe gesetzt. Fokussiert auf drei Zukunftstechnologien, konzentriert an drei starken Standorten: Für Modern Industrial Technologies am Technopol Wiener Neustadt. Für Biotechnologie und Regenerative Medizin am Technopol Krems. Für Agrar- und Umweltbiotechnologie am Technopol Tulln. Dazu das Service von ecoplus. Und dazu das entscheidungsfreundliche Klima, für das Niederösterreich weit über die Grenzen hinaus bekannt ist. Es hat eben viele Gründe, dass wir bei internationalen Standortentscheidungen immer öfter erste Wahl sind. Wer in der Technologie Neuland betreten will, hat in Niederösterreich Heimvorteil.

ecoplus. Die Wirtschaftsagentur für Niederösterreich



# „Es ist harte Knochenarbeit“

Der US-Markt verlangt Neueinsteigern Beharrlichkeit und Umdenken ab. Zwei österreichische Unternehmen sind heute dort, wo andere hinwollen: Erfolgsgeschichten der Marke Eigenbau.

Alexandra Riegler Charlotte/USA

Die Geschichte wird in Gründerseminaren gelehrt: eine Bilderbuchkarriere vom Huf- und Wagenschmied zum Großindustriellen. Das erste Produkt des Vorarlbergers Julius Blum waren Hufstollen, ein Rutschschutz für Hufeisen, der Anfang der 1950er Jahre in Produktion ging. Der Erfolg kam schließlich mit Produkten, die im Alltag laufend benutzt werden, aber kaum Beachtung finden: Scharniere und Beschläge, die etwa bei der Selbstmontage von Ikea-Kästchen in die Türen gedrückt werden oder Schienen, die Küchenladen lautlos gleiten lassen.

Nach Gründung einer Reihe von Niederlassungen in Europa zog es Blum 1977 in die USA. „Vielleicht lag es an den fehlenden Englischkenntnissen“, meint USA-Geschäftsführer Karl Rüdissler, dass man einen Standort in der Nähe von High Point in North Carolina wählte. Die Stadt nennt sich Möbelhauptstadt der Welt, doch der Fokus der Vorarlberger liegt eigentlich auf Küchen – zwei Industrien, die in Amerika getrennt voneinander agieren. Die Lagerhalle in Hickory wurde bald gegen einen Standort in der Nähe von Charlotte getauscht. Der Frachtfaktor zählte. Charlotte hatte einen Flughafen und bot somit die Logistik, die Zentren an der Ostküste zu erreichen. „Das ist eher ein Faktor“, resümiert Rüdissler.

## Schwieriger Markteinstieg

Gewartet hat auf die Österreicher niemand. „Der Markteinstieg war sehr schwierig, die Distribution äußerst verzweigt“, erinnert sich Rüdissler. Die richtigen Partner zu finden stellte damals wie heute eine Herausforderung dar: „Es ist harte Knochenarbeit.“ Doch mit entsprechendem Lohn: 97 Prozent des Umsatzes stammen heute aus dem Geschäft außerhalb Österreichs. Der Umsatz kletterte zuletzt auf über eine Mrd. Euro.

Das Business in Amerika verlangt indes einiges an Zuwendung. Zehn Mio. US-Dollar (6,3 Mio. Euro) sollen demnächst in neue Maschinen am Standort Lincoln County investiert werden. Die Sicherung der Arbeitsplätze vor Ort – 2005 wurden noch weitere Teile der Produktion zugezogen – lässt sich die

Bezirksverwaltung umgerechnet rund 100.000 Euro an Vergünstigungen kosten. 2004 hatte man in Lincoln County bereits die Erzeugung ausgeweitet, um mit der steigenden Nachfrage nach Küchenrenovierungen Schritt zu halten. Das Volumen der Küchenindustrie schätzte Rüdissler damals auf 6,5 Mio. Aufträge, ein Trend, der anhalten sollte. Doch dann kam die Immobilienkrise.

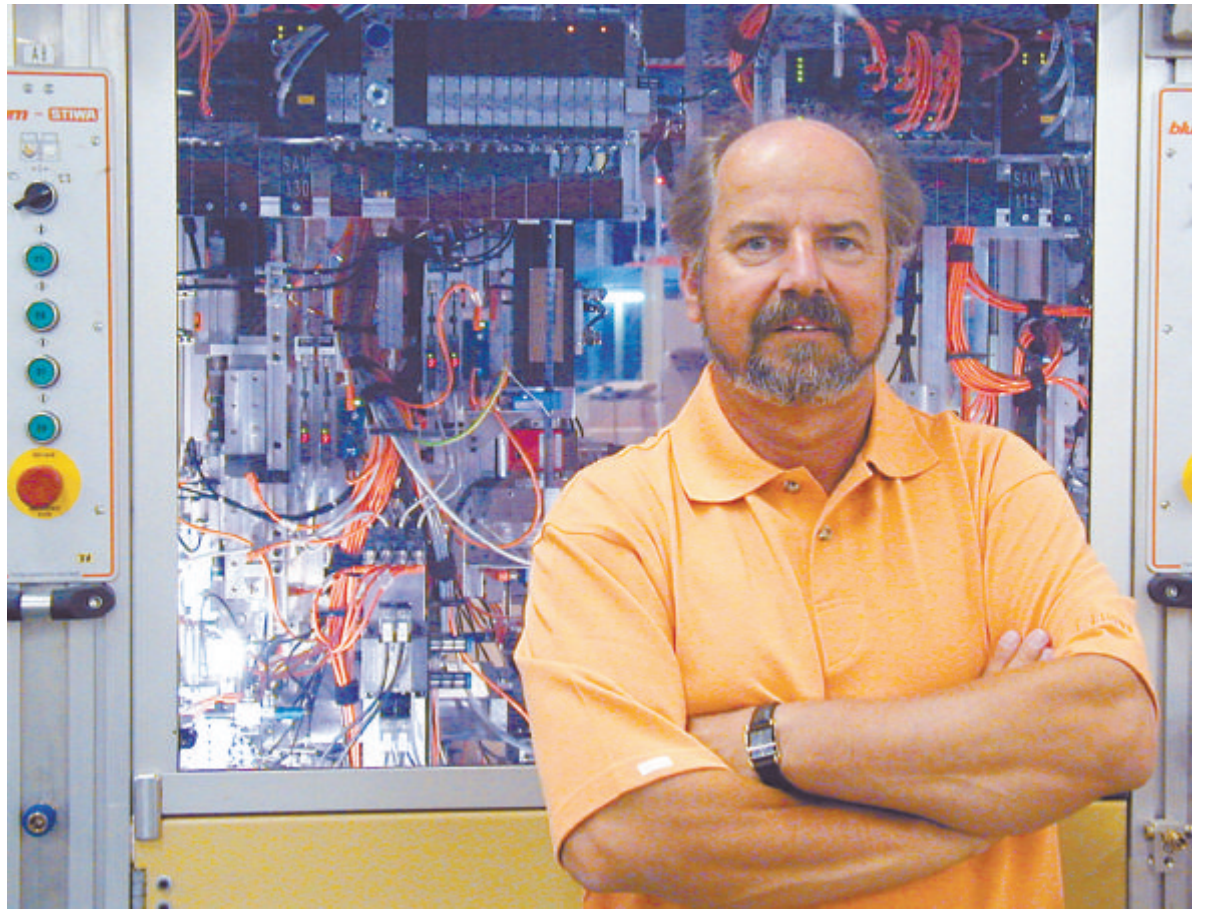
## Sorgen am Zenit

Die Auswirkungen der miserablen Stimmung im Land erreichen Blum verzögert. „Die Immobilienflaute wirkt sich ein halbes Jahr später auf unser Geschäft aus“, erklärt Geschäftsführer Rüdissler. „Die Gebäudeindustrie ist zurückgegangen und damit auch der Einbau von Küchen.“

Sorgen bereiten dem Unternehmen außerdem steigende Rohstoffpreise. Die stärksten Erhöhungen waren im letzten Jahr bei Edelstahl, Nickel und Zink, zudem beim Verpackungsmaterial zu verzeichnen. Doch noch scheint die trübe Wirtschaftswetterlage in den USA dem Beschlagshersteller nichts anhaben zu können. Die Märkte in Europa und Teilen Asiens florieren, Vorarlberg bekommt das Werk Nummer sieben hingestellt. Im letzten Jahr legte die Gruppe ein Wachstum von 12,6 Prozent auf 1,08 Mrd. Euro hin.

„Die Immobilienflaute wirkt sich ein halbes Jahr später auf unser Geschäft aus.“  
KARL RÜDISSER

Weitgehend gefeit scheint der Markt gegen die Billigproduktion aus Asien. Da Küchen angepasst und eingebaut werden müssen, beschränken sich die Importe aus Asien auf nur etwa zehn Prozent. „Wenn, dann hauptsächlich im Billigsegment“, stellt Rüdissler fest. Auch bedingt zu einem gewissen Grad der Geschmack, dass die Produktion im Land bleibt. „In den USA wird sehr viel Holz verwendet, traditionelle Küchen sind gefragt.“ Während in Europa und Südamerika Glas und Plastik im Design Eingang finden, bevorzugen Amerikaner



Die richtigen Partner zu finden, ist laut Blum-USA-Geschäftsführer Karl Rüdissler eine der schwierigsten Aufgaben, um in den USA überhaupt Fuß fassen zu können. Foto: Blum

eine Art Bauernstuben-Küche. „Aber ohne Malerei“, vermerkt Rüdissler.

## Surfen auf der Weinwelle

Maximilian Riedel ist Glashersteller in elfter Generation. Der Sohn des amtierenden Unternehmenschefs, Georg Riedel, kam vor acht Jahren in die USA, um die Geschicke des Geschäftes vor Ort in die Hand zu nehmen. Seit 2004 steht er als CEO der Amerikatochter vor und steuert stolze 50 Prozent zum Umsatz der Marke Riedel bei. Das soll längst noch nicht alles gewesen sein. „Mein Ziel ist es, die Umsatzzahlen zu verdoppeln. Der Markt ist bei Weitem noch nicht ausgeschöpft“, erklärt Riedel. Als er 2000 in die USA zog, war es seiner Ansicht nach „gut, einen Riedel auf dem Markt zu haben“. „Wenn man 35 Jahre auf dem Markt ist, muss man irgendwann richtig Fuß fassen oder es wieder vergessen“, resümiert der Juniorchef.

Nach Amerika kamen die Riedels bereits vor 35 Jahren und damit etwa zur selben Zeit, als Amerika den Wein für sich entdeckte. Davor habe man zu Mittag Kaffee, am Abend Whiskey getrunken. „Wir surfen auf der Weinwelle“, beschreibt Riedel das Hand-in-Hand-Gehen von Unternehmenserfolg und Weinboom.

Ihr Geschäft betrieben die Riedels schon zu Zeiten Maria Theresias, damals im Staatsgebiet des heutigen Tschechien. Claus Riedel war es, der Mitte des letzten Jahrhunderts jedem Wein sein eigenes Glas verpasste: eines für den Chablis, eines

für den Chardonnay und auch eines für den Burgunder. Möglichst dünn musste das Glas zudem sein, damit es nicht zu lange dauert, bis der Wein es mit seiner Temperatur durchdringt. Eingeschenkt wird nur etwa ein Drittel, um im großen Volumen der Gläser die Entfaltung des Aromas zuzulassen.

„Wir sind die einzige Marke der Welt, die bei Target und Tiffany verkauft wird.“

MAXIMILIAN RIEDEL

„Gläser dürfen immer nur mit dem elastischen Bauch, nie mit einer Kante aufschlagen“, erklärte Claus Riedel in den 1960er Jahren Journalisten, als die dünnen Gläser umgestoßen wurden und dennoch unverehrt blieben. Dass Gläser und Aromen in direktem Zusammenhang stehen, glauben Weintrinker nicht immer ohne Weiteres – auch in den USA nicht. Zu diesem Zweck wird zu Weinglastests geladen, wo sich dem Teilnehmenden schluckweise bestätigt, dass das Glas doch Einfluss auf den Geschmack nimmt. „Wir führen die Leute bei der Hand durch das Glaserlebnis“, beschreibt Riedel die Events. In den USA kommen 200 bis 300 Leute auf einmal zu diesen Veranstaltungen. „Jährlich“, rechnet Riedel vor, „sind es mehr als zehntausend.“ Der junge Markt USA war es schließlich auch, den Riedel-Ju-

nior reif für ein neues Glas hielt. Die sogenannte O-Serie ist eine kleine Revolution. Ein Alltagsglas ohne Stiel, preisgünstiger als das übliche Sortiment des Unternehmens und zudem spülmaschinenfest. Es gibt Einbuchtungen für Finger, deren Positionierung verhindert, dass der Wein erwärmt wird. Die Gläser der Serie „Happy O“, gedacht für Cocktails und Wasser, sind gar bunt. Der US-Markt habe das Produkt „mit offenen Armen aufgenommen“.

## Geschäft mit Hochzeitslisten

Wie breit der Markt ist, zeigt der Verkauf von Riedel-Gläsern beim US-Diskonter Target. „Wir sind die einzige Marke der Welt, die bei Target und Tiffany verkauft wird“, berichtet Riedel stolz. Der Unterschied zu Europa? „Die Leute sind offen und begeistert, wenn etwas Neues auf den Markt kommt.“

Ungleich mehr Bedeutung als in Österreich haben Hochzeitslisten. „In den USA sind Hochzeitslisten ein Sechsmilliarden-Dollar-Geschäft“, erklärt Riedel. Die Jungen sind inzwischen „wine-savy“ geworden und heiraten im Gegensatz zu Europäern auch gerne. Und da werden natürlich auch Riedel-Gläser auf die Hochzeitslisten gesetzt. Trotz der wenig rosigen Wirtschaftslage in den USA sieht Riedel die Zukunft optimistisch: „Wenn man hier amerikanisch denkt, einen traditionellen Einfluss hat und österreichischen Schmä, dann hat der Markt keine Grenzen.“

www.blum.com  
www.riedel.com

## Wirtschaft

# Innovativ in die Zukunft

Die Förderungen für innovative Unternehmen zeigen Wirkung.

## Ernst Brandstetter

Lange und zäh war der Anlauf, aber jetzt scheint sich die Mühe zu lohnen: Die österreichischen Unternehmen haben im Jahr 2006 erstmals insgesamt vier Mrd. Euro für Forschung und experimentelle Entwicklung (F&E) ausgegeben. Das sind um 25 Prozent mehr als im Jahr 2004, für das entsprechende Vergleichszahlen vorliegen, ergab die vor Kurzem veröffentlichte aktuelle F&E-Erhebung der Statistik Austria. Laut dieser Erhebung gab es zudem umgerechnet fast 31.000 Vollzeit-Arbeitsplätze in Forschung und Entwicklung, 17 Prozent mehr als im Vergleichsjahr.

2006 wurden rund 850 Mio. Euro der F&E-Ausgaben vom Ausland finanziert, das sind 21 Prozent der gesamten Mittel. Österreichische Unternehmen haben 2,9 Mrd. Euro aufgebracht, und 153 Mio. Euro steuerte die Forschungsprämie bei. 91 Mio. Euro wurden schließlich von der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) beigetragen, was in diesem Bereich ein Plus von mehr als 18 Prozent bedeutet – „äußerst erfreulich“, wie Henrietta Egerth und Klaus Pseiner, die Geschäftsführer der FFG, erklären. 2008 sollen die F&E-Finanzierung durch den Bund um 8,9 Prozent und die Forschungsausgaben der Unternehmen sogar um 10,2 Prozent steigen. Insgesamt erhöhe sich die Forschungsquote damit von 2,55 auf 2,63 Prozent des Bruttoinlandsprodukts und sei auf bestem Weg in Richtung Lissabon-Ziel.

## Aufholjagd

Österreich hat in den letzten 15 Jahren seine technologische Position kontinuierlich verbessert, konstatiert auch Hannes Leo vom Wirtschaftsforschungsinstitut in seinem Beitrag zum Wifo-Weißbuch *Mehr Beschäftigung durch Wachstum auf Basis von Innovation und Qualifikation*. Lag Österreich Anfang der 90er Jahre bei den meisten Technologie- und Innovationsindikatoren unterhalb oder bestenfalls im Schnitt der Europäischen Union, ist es mittlerweile ins Mittelfeld, teilweise sogar ins Spitzenfeld aufgerückt. Im Ranking der EU-Mitgliedsländer laut European Innovation Scoreboard liegt Österreich inzwischen auf Platz fünf.

53 Prozent der österreichischen Unternehmen mit mehr als neun Beschäftigten haben Innovationen eingeführt und deuten damit eine auch im internationalen Vergleich „beachtliche Innovationsneigung“ an. Völlig konform mit dieser Feststellung geht auch Austria Wirtschaftsservice (aws), die Finanzierungs- und Förderbank der Republik. Mit einer Gesamtförderleistung von 1,3 Mrd. Euro und 6218 Förderzusagen erzielte aws jüngst eine Rekordbilanz.

Jährlich werden in Österreich rund 31.000 Unternehmen neu gegründet. Die meisten davon sind Klein- und Mittelbetriebe, die einen wichtigen Beitrag der österreichischen Wirtschaftsleistung erbringen. Speziell für sie konzipiert ist die

Start-up-Förderung der FFG, die sich an innovative, technologieorientierte Unternehmen richtet, deren Gründung maximal sechs Jahre zurückliegt. Neugründer können mit einer Projektfinanzierung von bis zu 70 Prozent der Projektkosten rechnen. Mit Finanzierungen allein ist jungen, technologieorientierten Unternehmen aber nicht geholfen, erklärt FFG-Geschäftsführerin Henrietta Egerth. Die FFG bietet daher im Rahmen ihres Technology-Ratings direkte

Dienstleistung an, die es Unternehmen ermöglicht, objektiv festzustellen, was ihre Idee prinzipiell wert ist und ob sie auch umsetzbar ist.

Das RIZ, die Gründeragentur des Landes Niederösterreich, bietet Jungunternehmern mit seinen 16 Standorten in ganz Niederösterreich Starthilfe beim Sprung in die Selbstständigkeit – und das kostenlos von der Idee bis zum dritten Jahr nach der Umsetzung beziehungsweise Firmengründung, erklärt RIZ-Ge-

schäftsführerin Petra Patzelt. Im Rahmen dieses Service-Pakets analysieren die RIZ-Gründerberater individuell das Potenzial der Geschäftsidee und helfen bei der Erstellung eines Geschäftskonzepts. Dazu gehört für Gründer auch die Möglichkeit, im Rahmen der vom RIZ gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Niederösterreich initiierten kostenlosen Seminarreihe „Der professionelle Businessplan“ ein durchdachtes Geschäftskonzept zu erstellen.

## Ihr Unternehmergeist

### „Smart Business“ von Cisco für smarte Unternehmer

„Smart Business“ bietet ein Gesamtpaket intelligenter, sicherer und maßgeschneiderter Netzwerklösungen, die KMUs wie dem Ihren einen klaren Wettbewerbsvorsprung geben. Sie greifen überall auf Informationen zu, treffen schneller Entscheidungen und bedienen individuell Ihre Kunden. Erfüllen Sie die hohen Ansprüche Ihrer Geschäftspartner mit personalisierten Service- und Supportleistungen.

### Sind Sie ein „Smartes Business“?

Erfahren Sie mehr auf  
[www.cisco.at/meinefirma](http://www.cisco.at/meinefirma)

MEINE  
FIRMA  
DURCHGEHEND GEÖFFNET

© 2007 Cisco Systems, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Cisco, Cisco Systems und das Cisco Systems Logo sind eingetragene Marken oder Marken von Cisco Systems, Inc. und/oder ihrer Tochtergesellschaften in den Vereinigten Staaten und bestimmten anderen Ländern.

CISCO

## Kommentar

Klaus Lackner

## Geschäftswissen dringend gesucht



Manchmal hat es den Anschein, dass junge Ideen in Österreich auf keinen fruchtbaren Boden fallen. Dabei gibt es sie. Man braucht nicht einmal mit der Lupe zu suchen. Auch oder gerade wieder im Internet-Bereich tummeln sich einige Start-ups. Meist handelt es sich dabei um eine Handvoll von Personen, die an ihre Idee glauben, Monate oder gar Jahre in den Aufbau investieren und dann, wenn es gerade so richtig losgehen sollte, doch plötzlich mit ihrer Markterschließung ins Stocken geraten.

Der Grund dafür: Der viel zitierte Förderdschungel der Alpenrepublik bietet zwar Geld und auch immer mehr begleitende Beratung, doch gibt es kaum Geldgeber, die nicht nur finanziell, sondern ebenso vor allem mit präzisiertem Geschäftswissen das Unternehmen nach vorne bringen. So beklagen die meisten – und nicht nur – Internet-Start-ups, dass sie zwar potenzielle, Interesse zeigende Investoren in Österreich finden. Schlussendlich aber sollen sich die Gespräche dann so sehr in die Länge ziehen, dass viele Jungunternehmer das Handtuch werfen und ihre Ideen stattdessen ins Ausland tragen.

Dort liegen zwar die Fördergelder nicht wie in Österreich auf der Straße, aber dafür stößt man eher auf das gesuchte Business-Know-how gepaart mit monetärer Investitionswilligkeit. Zudem lassen sich im Ausland Kapitalgesellschaften mit sehr geringem Grundkapital gründen. Das ist oft die Voraussetzung, um überhaupt einen Investor daran denken zu lassen, sein Geld in ein Unternehmen zu investieren. Da beißt sich die Investitionskatze sprichwörtlich in den Schwanz. In der Politik ist zwar von einer „kleinen GmbH“ die Rede, aber wann sie kommt, ist leider noch nicht absehbar.

Alexandra Riegler

## Wissenschaft mit Gründergeist



Von allein glänzt auch Genie nicht. „Ich bin gut, viel besser als du“ muss zuerst in die Welt hinausgetragen werden. Moderne Wissenschaft ist gelebter Gründergeist. „Ich will's wissen, also forsche ich“, sagten sich schon die Alten. Doch die Werkzeuge zur Umsetzung haben sich geändert. Elfenbeintürme sind dem Networking gewichen, Großes wird heute zunehmend in der Gruppe entdeckt. Zwischendurch muss man sich ein Mascherl umbinden und bei Cocktails als Handelsvertreter für die Marke

„Ich“ reüssieren. Freilich garantiert auch Marketing unter Wissenschaftlern nicht, dass die, die am lautesten schreien, die brilliantesten Köpfe sind. Erfolgs- und finanzieller Druck an Forschungsinstituten und Unis bedingen, dass zuerst der Verkauf zählt. Wo Exzellenz nicht in den Statuten steht, tritt der Inhalt gern in den Hintergrund. Hauptsache, das Projekt ist gesichert, die Eigenwerbung im Lebenslauf vermerkt. Gleichzeitig erzwingt der Trend zur Eigenvermarktung mehr Beweglichkeit. Wer hinausgeht und sich stellt, bekommt die Meinungen vieler mit auf den Weg. Denn wengleich Revolutionen auch heute nicht von Angepassten angezettelt werden, wird die Bedeutung von wissenschaftlichem Starrsinn weitgehend überschätzt. Als Regulativ könnte das Heranziehen wissenschaftlichen Nachwuchses gelten – nicht nur zur Produktion, sondern als Inspiration und potenzielle Konkurrenz. „Schmidt sucht Schmidtchen“, darin sollen sich die Kleingeister üben. Marketing unter Wissenschaftlern wird im schlechtesten Fall als störende Notwendigkeit, im besten als wertvolles Werkzeug im Dienste der eigenen Sache gesehen. Dass der Markt schon alles richten wird, ist nicht zu erwarten. Dass er die größten Blender eliminiert, schon.

## Konkurrierende Erfinder

Patente gelten oftmals als Garant für das wirtschaftliche Bestehen eines Unternehmens. Doch meist begeben sich die Genies auf eine Gratwanderung zwischen Nutzen und dem Schutz eigener Ideen.

Michael Liebming

Wer kennt Spencer Silver und Art Fry? Ersterer war jener erfinderische Geist, der bereits 1968 auf der Suche nach einem neuen, absoluten Superkleber eine klebrige Masse erfand, die sich auf allen glatten Flächen auftragen als auch wieder rückstandsfrei ablösen ließ. Diese Kreation verkaufte sich in der Anwendung nur äußerst schlecht. Also wurde sie wieder vom Markt genommen. Der Kirchenchorsänger Art Fry ärgerte sich jahrelang darüber, dass ihm seine Lesezeichen im Stehen permanent aus den Notenheften fielen. Da er ein Kollege von Spencer Silver war, holte er 1974 eine Probe des Klebers aus dem Labor und trug diese auf kleine Zettel auf, die er auf den Notenblättern anbrachte. Das Post-it war erfunden.

Heutzutage ist die Haftnotiz, die *Fortune* zu einer der wichtigsten Erfindungen des 20. Jahrhunderts erklärte, aus dem modernen Büroalltag nicht mehr wegzudenken. Alleine in Deutschland werden pro Jahr bis zu 4,5 Mio. Blöcke in mehr als 400 Produktvarianten verkauft. Dass es eine derart breite Anzahl unterschiedlichster Ausführungen gibt, findet sich in der Tatsache begründet, dass der Patentschutz im Hinblick auf das kanariengelbe Original längst abgelaufen ist.

Innovationen zählen in der wissensbasierten Produktions- und Dienstleistungsgesellschaft zum Alltag. Beim hoch riskanten Wettlauf um Fortschritt hat niemand eine Garantie auf Erfolg. Im Jahr 2007 wurden in Österreich 3543 Erfindungen beim Patentamt angemeldet, wobei im Bundesländerranking Wien mit 600 Anmeldungen an der Spitze lag. Dass sich in dieser Statistik auch Streitereien um die Namensrechte für den Schönbrunner Jungpanda „Fu Long“ wiederfinden, der gleich vier Mal als Patent angemeldet wurde, lässt Österreichs Urheberpioniere teils als schräge Vögel erscheinen. Zu den innovativsten Branchen zählten allerdings wie schon in den vergangenen Jahren der Transport und der Maschinenbau.

Innovationsmotor

„Wir machen eigentlich den ganzen Tag nichts anderes als erfinden“, erklärt der in Ravensburg lebende Steirer Anton Scherzer. Der Techniker leitet in dieser deutschen Maschinenbauhochburg ein Konstruktionsbüro und fertigt in seiner 550 Quadratmeter großen Produktionshalle teils auch die notwendigen Werkstücke zu seinen Entwürfen. Als Ideenlieferant tritt er aufgrund vertraglicher Geheimhaltungsvereinbarungen sämtliche Rechte an seine Auftraggeber ab. Zuletzt entwickel-

te er für Gastronomiebetriebe einen Tisch, dessen Stellfläche sich in Sekundenschnelle um 50 Prozent vergrößern lässt.

Ein Patent kommt für den Ingenieur nicht in Frage. „Patente kosten Zeit und Geld. Bevor ein Patentanwalt deine Erfindung prüft, muss man ihn vorab bezahlen. Nach dieser Prüfung besitze ich nur das Wissen, dass ich ein Patent einreichen kann“, erklärt der Unternehmer, um weiter auszuführen, dass es ab diesem Zeitpunkt erst richtig ins Geld gehe. Er beziffert die anfallenden Gebühren mit einigen Zehntausend Euro. Einerseits müsse pro Jahr gezahlt werden, um die Erfindung schützen zu lassen, wobei der Preis wiederum vom Einzugsgebiet abhängt. Der Patentschutz nur für Deutschland sei kostengünstiger als jener für Europa exklusive Übersee oder Asien. Andererseits laufe das Basispatent nach zehn Jahren aus. „Mehr Zeit habe ich nicht, um meine Entwicklungskosten reinzuspielen und wirtschaftlich erfolgreich zu sein.“

„Eingereichte Patente ziehen große Hersteller an wie das Licht die Insekten“, resümiert der Maschinenbauer Scherzer. „Als mittelständisches Unternehmen hast du meist nicht die finanzielle Basis, um diese Firmen zwecks Ideenklau zu verklagen und ein Verfahren auszusitzen.“

## Karikatur der Woche



Zeichnung: Kilian Kada



# Dossier Start-up

## Vorprescher & Visionäre

Sie sind Nobelpreisträger oder nur im Waldviertel bekannt. Doch sie verändern die Welt zum Besseren. Dabei ging es anfangs nur um guten Kaffee oder gesunde Schuhe oder ein paar Takas für eine arme Korbflechterin.

**D**addy hatte sich den Knöchel gebrochen und saß mit einem Gips zu Hause. Zuerst freute sich sein siebenjähriger Sohn Howard, dass Papa nun Zeit hatte, mit ihm zu spielen. Doch bald schon stritten seine Eltern darüber, wie viel Geld sie ausborgen müssten und wen sie darum bitten könnten. Sein Vater bekam keinen Cent, wenn er nicht arbeitete, und die Arztkosten musste er selber zahlen, weil er keine Krankenversicherung hatte. „Damals schwor ich mir: Sollte ich einmal Chef werden, mache ich es anders. Ich lasse meine Leute nicht fallen.“ Sagte Howard Schultz 36 Jahre später, als er sein Buch *Pour your Heart into it* (übersetzt: Schütte dein Herz hinein) präsentierte.

Schultz ist Chef geworden. Er hat eine kleine Kaffeerösterei und vier Kaffeeäden in Seattle mit dem Namen Starbucks zu einer weltweit agierenden Kaffeehauskette hochgezogen. Schultz hatte eine Vision. Er wollte die Amerikaner, eine Nation von Kaffeebananensen, die bis dahin dünne braune Filterbrühe für Kaffee hielten, die italienische Kultur von Espresso und Caffè Latte lehren.

### Mit Ziegenmilch locken

„Von allen Business-Büchern, die ich gelesen habe, hat mich ein einziges wirklich inspiriert“, sagt Stefan Maran, Gründer des Wiener Biosupermarkts Maran. „Das Buch des Starbucks-Gründers.“

Einen kleinen Naturkostladen im Wiener Bezirk Döbling hatten Josefine und Stefan Maran ab 1986 aufgebaut. Hart war das Leben damals. Jedes Wochenende setzten sich die Marans ins Auto und besorgten Essbares für ihre Kundschaft. „Heute frische Ziegenmilch“ schrie-

ben sie auf eine Tafel, wenn sie die Kostbarkeit bei einem Bauern ergatterten. Jeden zweiten Monat war das Paar auf Beutezug in Italien oder Frankreich. Im Elsass entdeckten sie jemanden, der Schokopudding in Gläser abfüllte. „Wir warteten in der Früh drei Stunden, bis er endlich fertig war, luden das Auto mit Käse und Pudding voll und fuhren schnurstracks nach Wien.“ Es war eine verschworene Gemeinschaft – die Marans vom Bioladen und ihre Kunden, die sich über jeden Biobrokkoli freuten.

### Verwirkliche deine Vision

„Heute ist es leicht“, sagt Maran. „Man bestellt Ziegenmilch einfach beim Großhändler.“ An der Professionalisierung der Biobranche hatte Maran einen Anteil. 1998 eröffnete er Österreichs ersten Supermarkt, der ausschließlich Bioprodukte anbot. Mittlerweile gibt es in Deutschland und Österreich bereits Biosupermarktketten. Bevor Maran den Schritt vom Bioladen zum Supermarkt wagte, fuhr er auf eine Studienreise in die USA. Die Qualität der Lebensmittel ist in Österreich viel höher, stellte Maran fest. „Aber eines habe ich mitgenommen: die Philosophie des Just do it. Wenn du eine Vision hast, verwirkliche sie.“

Auch Howard Schultz hat seine Kindheitsvision verwirklicht. Jeder, der bei Starbucks ab 20 Stunden pro Woche arbeitet, ist krankenversichert. Dabei zahlt Starbucks 75 Prozent des Versicherungsbeitrags. Das ist in den USA, wo keine Versicherungspflicht besteht, unüblich. Die großen Handelsketten in den USA bieten ihren Teilzeitarbeitern keine Versicherung.

Die Vision von einer besseren Welt ist ein Motor für viele Menschen, die ein Unterneh-



Montage: economy/T. Rohrhofer/epa

men gründen. Statt entfremdete Arbeit zu leisten oder sich der Struktur eines Konzerns zu unterwerfen, verwirklichen sie lieber ihre eigenen Ideen. Ob sie damit irgendwann auch Gewinne machen, spielt oft nur eine sekundäre Rolle. Oder es geht ihnen explizit darum, eben keinen fetten Mercedes zu fahren. Sondern im Widerstand zum herrschenden Kapitalismus eine andere Kultur zu leben und selbstbestimmte Arbeitsformen zu entwickeln.

Als Heini Staudinger 1980 nach Dänemark fuhr und mit seltsamen Schuhen zurückkam, hatte er keinen Businessplan. Er borgte sich Geld von Freunden aus und machte in Wien ein Geschäft auf. Die „Earth Shoes“ hatten dort, wo andere Schuhe einen Absatz haben, eine Vertiefung in der Sohle – das soll gut für die Füße sein. War er denn von den Schuhen so begeistert? „Naa. Ich wollte mit dem Medizinstudium aufhören.“ Er wusste, dass die Schuhe bei einer

Gruppe von Menschen, der er sich auch zugehörig fühlte, ankommen würden. „Die Aussage der Schuhe war: Wir pfeifen auf Mode.“ Das habe der Schuh so perfekt gezeigt, dass er die Kriterien der Mode überragend erfüllte: Er bot einen leicht verständlichen, gut lesbaren Code. „Aufgegangen ist mir das bei einer Nicaragua-Demonstration, wo von 8000 Leuten die Hälfte meine Schuhe anhatte.“

Fortsetzung auf Seite 18

## Dossier – Start-up

Fortsetzung von Seite 17

**E**in Jahrzehnt lang führte Staudinger seine Gea-Läden. Dann geriet ein Lieferant, die Waldviertler Schuhwerkstatt in Schrems, in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Das Unternehmen war 1984 als selbst verwalteter Betrieb gegründet worden – zu einer Zeit, als alle Schuhfabriken ihre Produktion in Billiglohnländer verlagerten. „Die Gründung war ein Denkfehler“, sagt Staudinger. Trotzdem übernahm er die Sanierung. Man schaffte es, ein paar Jahre keine Verluste zu machen. „Meine Eltern hatten eine Greißlerei“, erzählt Staudinger. „Mit den Greißlern ging es ständig bergab. Aber meine Eltern sagten: ‚Das Auskommen ist wichtig, und auskommen tun wir.‘ Ich glaube, ich habe die Haltung meiner Eltern verinnerlicht.“ Doch seit einigen

Jahren schreibt man Gewinne. Seit Staudingers Sohn bei italienischen Schuhdesignern ein Praktikum machte und daraufhin, von Italien inspiriert, Papa und Sohn eine neue Schuhlinie entwarfen – peppiger, mit mehr Farben. So peppig, dass sie einer Assistentin des Dalai Lama auffielen und sie für Seine Heiligkeit Schuhe orderte. Nun trägt der Dalai Lama rotbraune Waldviertler.

Die Treue seiner Kunden und Kundinnen trägt das Unternehmen. In den letzten Jahren investierten sie in eine Fotovoltaikanlage auf den perfekt wärmegeprägten Produktionshallen in Schrems: Für eine 200-Euro-Investition erhält man sofort und die nächsten zehn Jahre jährlich einen Schuhgutschein für 30 Euro.

Andreas Dangel war auf einer Reise in Norddeutschland, als er Windräder sah und sich an seine Basteleien als Bub er-

innerte. „Ich habe mit Wind Strom erzeugt – funktioniert hat es aber nicht so gut.“ Zurück in Österreich traf er eine Gruppe von Windkraft-Interessierten, darunter den Pionier Hans Winkelmeier, der in einer Studie mögliche Standorte für Windräder in Österreich gefunden hatte. Ein Bauer in Michelbach bei St. Pölten, dem der Wind immer das Heu von seinen Hügeln blies, wollte auf seinem Grund ein Windrad bauen. Die Gruppe gründete eine Genossenschaft, irgendwer musste Geschäftsführer sein, und weil Dangel bereits ein Unternehmen hatte, übernahm er dies. Das war 1994. Zur Eröffnung der Anlage kamen Interessierte von weither. „Jeder wollte ein Windrad bauen und Geld in Ökostrom investieren. So entstand die Idee einer Bürgerbeteiligung“, sagt Dangel. Als Ende der 90er Jahre die investitionsfreudigen Menschen immer mehr und die Firmen unübersichtlich wurden, rieten Juristen zur Gründung einer Aktiengesellschaft. Seit 1999 gibt es nun die WEB Windenergie AG, die heute 3000 Aktionäre und Aktionärinnen und Windkraftanlagen in Österreich, Deutschland, Frankreich und Tschechien hat.

**Die Armen als Unternehmer**

Als der Ökonomieprofessor Muhammad Yunus Mitte der 1970er Jahre an der Universität Chittagong in Bangladesh unterrichtete, schickte er seine Studenten in die umliegenden Dörfer, um die Gründe für die Armut der Ärmsten zu untersuchen. Auch er selbst stellte Nachforschungen dazu an, da er mit den gängigen ökonomischen Theorien unzufrieden war, die den Fortbestand von Armut nicht erklären konnten.

In Jobra, einem Dorf neben dem Uni-Campus, redete Yunus mit einer Frau, die Hocker aus Bambus flocht. Sie bezog den Bambus von einem Händler um fünf Taka, arbeitete den ganzen Tag schwer und verkaufte ihre Produkte demselben Händler um 5,50 Taka. Die Frau war eine Lohnklavin, da sie nicht genügend Geld hatte, um von einem anderen Händler den Bambus billiger zu beziehen. Wer auf Geldverleiher angewiesen war, dem ging es noch schlechter. Sie verlangten manchmal zehn Prozent Zinsen – pro Woche.

Yunus schickte eine Studentin nach Jobra, um ähnliche Abhängigkeitsfälle zu finden. Das Resultat: 42 Personen schuldeten ihren Händlern 856 Taka – weniger als 27 US-Dollar. Yunus gab der Studentin das Geld und bat sie, es als Mikrokredite zu verteilen. Dann ging er zu einer Bank und forderte, dass sie den Armen Kredite geben solle. Die Bankchefs lachten über ihn. Armen Analphabeten? Nur wenn er für sie bürgen würde. So zog Yunus mit seinen Studenten eine Organisation auf, um Armen Kredite zu gewähren. Das



**Muhammad Yunus jubelt über den Nobelpreis. Gewonnen haben ihn auch sieben Millionen Kundinnen der Grameen Bank, die sich durch Mikrokredite aus der Armut bewegen.** Foto: EPA/Abir Abdullah

war 1977. Sechs Jahre und viele Experimente später gründete Yunus die Grameen Bank. „Ich hatte nie die Absicht, Geldverleiher zu werden“, schreibt Yunus in seinem Buch *Banker to the Poor*. Aus Frustration über die herrschende Kreditpraxis der Banken wagte er etwas, das er nie beabsichtigt hatte. „Ich hatte keine Ahnung, worauf ich mich da einließ.“

„Ich hatte nie die Absicht, Geldverleiher zu werden.“

MUHAMMAD YUNUS,  
GRAMEEN-BANK-GRÜNDER

Bisher hat die Grameen Bank siebeneinhalb Mio. Personen Kredite gewährt. 97 Prozent der Kunden sind Frauen. Das war nicht von Anfang an so. Doch Frauen sind bei Weitem am verlässlichsten bei der Kreditrückzahlung. Die Rückzahlungsquote der Bank beträgt 98 Prozent. Frauen investieren viel eher in sinnvolle Projekte, mit denen sie ihre Familie ernähren können. Das Mikrokredit-Konzept wurde in über hundert Ländern übernommen. *Business Week* zählt Yunus seit einem Jahr-

zehnt zu den wichtigsten Unternehmern der Welt. 2006 erhielt er und die Grameen Bank den Friedensnobelpreis.

Ein Netzwerk von Grameen-Unternehmen verkauft mittlerweile Technologien, mit denen Frauen Geld verdienen. 300.000 Frauen kauften ein Handy auf Kredit und bieten damit Telefonservice an – in Dörfern, die noch nie Zugang zu Telefon hatten. Das neueste Grameen-Projekt sind „grüne Unternehmerinnen“, die biogasbetriebene Kochstellen verkaufen und Solaranlagen warten.

**Keine heile Welt**

Die Mikrokredit-Euphorie von Muhammad Yunus ist auch kritisiert worden. Es dauere viel zu lange, um Menschen damit aus der Armut zu bringen.

Bei Starbucks ist auch nicht alles rosig. Kunden mahnen ein, Starbucks müsse faire Preise an die Kaffeebauern zahlen. Kürzlich verlor das Unternehmen einen Prozess gegen Äthiopien wegen Markenrechte.

Nun bietet auch McDonald's Espresso an, noch dazu billiger. Die Supermarktketten setzen auf bio, und die Pioniere müssen um ihre Kunden kämpfen. Gute Produkte verbreiten sich. Die sozialen Ideen dahinter müssen es erst noch tun.

Margarete Endl

St  
p

multimedia &  
e-business  
STAATSPREIS 2008

→ einreichen  
bis 2. Juni 2008

www.multimedia-staatspreis.at

## Dossier – Start-up

## Moderne Oasen für mutige Start-ups

Dubai will sich als Gründerparadies etablieren – mit Steuerfreiheit, guten Geschäftschancen und Anti-Bürokratie.

**W**enn es zurzeit ein Eldorado für Gründer und Start-up-Unternehmen gibt, dann ist dies wahrscheinlich Dubai. In der Boomtown in den Vereinigten Arabischen Emiraten wird nämlich nicht nur Finanz- und Anlagekapital (auf dem Immobilienmarkt) angesaugt, sondern auch intellektuelles Kapital. Und damit auch möglichst viele „Skilled Workers“ in die Wüste gehen, brauchen sie die richtigen Umfeldbedingungen. Diese herzustellen, ist für das finanzstarke Scheichtum ein Leichtes.

Im Bereich Gründungsfinanzierung und Start-up-Hilfe hat sich Dubai in nahezu jedem Bereich, der in der Wirtschaftswelt heute als Boombranche gilt, engagiert: Dies nicht nur im Hinblick auf Internet und Telekom, sondern auch bezüglich Medien und Multimedia, Biotech, Umwelttechnik und im Outsourcing. Über allem wacht die staatliche Tecom Investment Holding, die direkt dem Scheich untersteht und in die einzelnen „Cluster“ genannten Wirtschaftsbereiche investiert, das heißt, vor allem große Themen-Cluster errichtet, die dann als Freiwirtschaftszonen den jeweiligen Bereichen zur Verfügung stehen.

Allein die Dubai Internet City (DIC) hat auf diese Weise im vergangenen Jahr ein Wachstum von 33 Prozent hingelegt, sagt Malek Al Malek, Betriebsansiedlungschef des Clusters. Die DIC, die als größter zusammenhängender Informations- und Kommunikationstechnologie-Cluster der Welt gilt, wuchs um 112 auf mehr als 1000 Unternehmen, mit vielen Neugründungen, aber auch „Fortune 500“-Repräsentanten.

Die Dubai Media City wiederum wurde zwecks Gründungssupport um die International Media Production Zone erweitert, einen Cluster, der interessierte Unternehmen aus den Bereichen Grafik, Druck, Werbedesign und kreative Verpackung anziehen will. Das riesige Areal südwestlich von Dubais Zentrum wird nicht nur Firmen beherbergen, sondern auch Wohnhäuser, Shops, Restaurants und andere Infrastruktur. Der Cluster ist wie alle anderen Tecom-Töchter eine „Freezone“, das heißt, mit der Firmenansiedlung erwirbt man ein Aufenthaltsvisum, eine Arbeitserlaubnis und genießt Steuerfreiheit.

#### Freie Life Sciences

Und in dieser Tonart geht es weiter: Einer der neuesten innovativen Cluster Dubais ist Du-Biotech, ein Gelände für Jungfirmen aus dem Bereich Biotech und Pharmaforschung. Der Park, so sagt Scheich Mohammad Al Makhtoum, ist die weltweit erste Freiwirtschaftszone im Bereich der Life Sciences und Teil der „Vision 2010“ des Emirates: Man will eine Wissensgesellschaft schaffen, um von Öl, Tourismus und Finanzwirtschaft unabhängiger zu werden. Für Biotech-Gründer gilt: keine Steuern, freier Gewinntransfer, 100 Prozent eigenes Eigentum am Unternehmen, kurze, einfache Anmeldeprozeduren und beste Infrastruktur wie in allen anderen Gründungsclustern rund um und in Dubai. Der Vollständigkeit halber sei auch

der neue Energy & Environment Park aufgezählt, der im Modell den anderen Clustern folgt und Unternehmen aus den Bereichen Umwelttechnik und Alternativenenergien anspricht. Wer sich dort ansiedelt, findet eine ökologisch vorbildliche Umgebung auf dem letzten Stand der umweltfreundlichen Infrastruktur vor, eine „Green Community“ durch und

durch, wie Ali bin Towaih, Direktor des Parks, meint: „Hier ist alles auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.“ Gründer und Start-ups sind willkommen, auch etablierte Umweltunternehmen mit Know-how.

Nicht zuletzt existiert auch die Dubai Outsourcing Zone, ein Cluster, der ganz und gar der Outsourcing-Industrie gewidmet ist. Dort sollen sich all jene

Dienstleister wiederfinden, die ausgelagerte Services bereitstellen, von Steuerberatern und Buchhaltern über Callcenter und Telemarketingfirmen bis hin zu IT-Dienstleistern, Business-Process-Services oder auch Flottenmanagern. Es gelten die zuvor genannten Bedingungen für Gründer und Ansiedler.

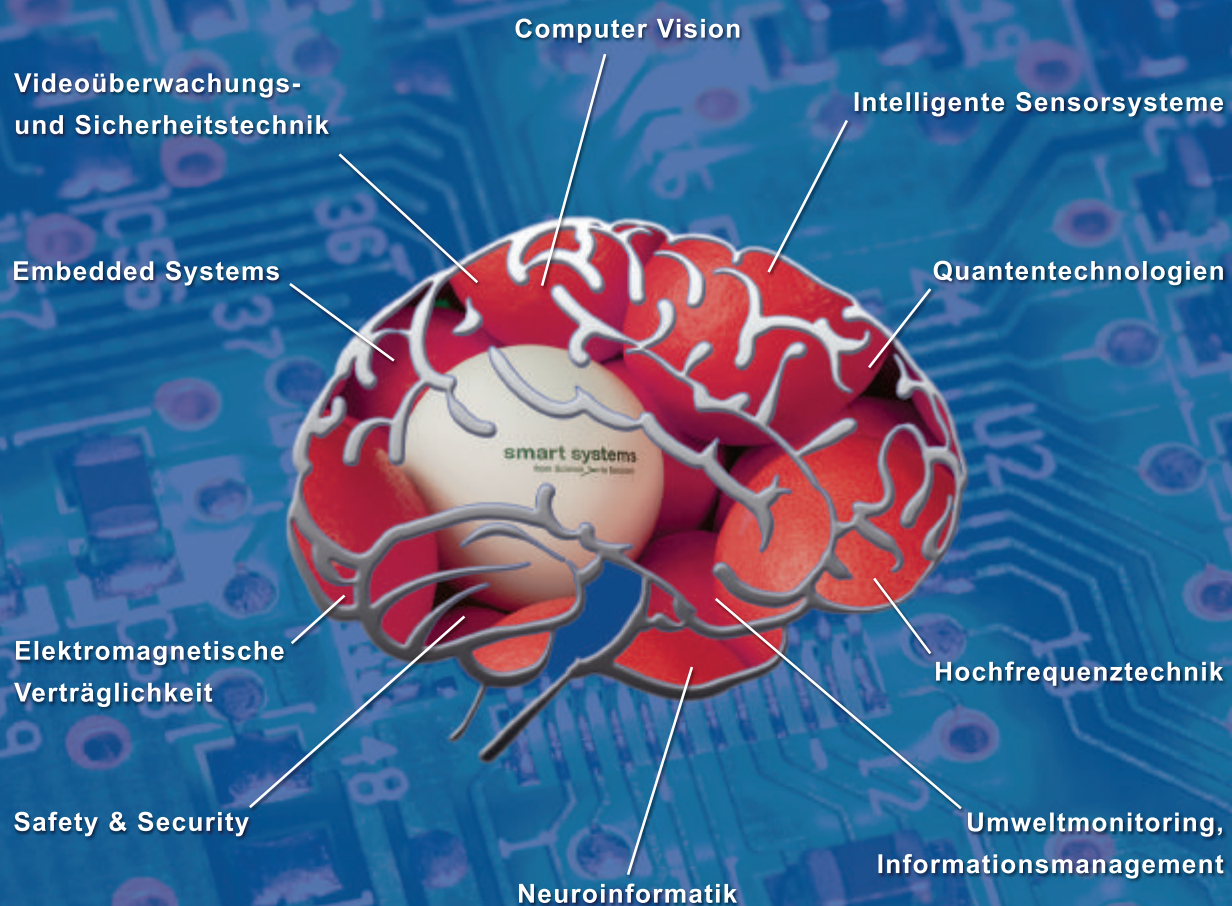
Arno Maierbrugger

**smart systems** | Research and development  
from Science to Solutions | Licensing new technologies

Wir haben die Formel !

$$(F \& E) + I_{ind} = I_{inno}^*$$

$$I_{inno} + M = B$$



$$* \text{ FORSCHUNG + INDUSTRIE = INNOVATION}$$

$$\text{ INNOVATION + MARKT = BUSINESS}$$

Austrian Research Centers GmbH - smart systems Division - 1220 Vienna, Austria - +43 (0) 50550 - 4100 - www.smart-systems.at

## Dossier – Start-up

## Starke Basis für technologische Entwicklung

„Wer mit einer bahnbrechenden Technologie Neuland betreten möchte, ist bei uns genau an der richtigen Stelle“, erklärt Doris Agneter, die Geschäftsführerin von Tecnet Capital.

**Ernst Brandstetter**

**economy:** Was sehen Sie als wichtigste Aufgabe einer Technologiefinanzierungs- und Technologiemanagementgesellschaft?

**Doris Agneter:** Als Technologiefinanzierungsgesellschaft des Landes Niederösterreich unterstützt Tecnet vom neuen Wirtschaftszentrum Niederösterreich aus Unternehmerinnen und Unternehmer und solche, die es werden wollen. Wer mit einer bahnbrechenden Technologie Neuland betreten möchte, ist bei uns daher genau an der richtigen Stelle. Neben dem Management von Technologieprojekten hilft Tecnet Forschern und Erfindern, ihre Ideen effizient in die Tat umzusetzen.

**Sie bieten eine Reihe von Services, die speziell auf diese Zielgruppe abgestimmt sind?**

Es geht vor allem darum, den Unternehmerinnen und Unternehmern dort zu helfen, wo sie alleine oft nicht mehr weiterkommen. Die Tecnet-Patent- und Technologieverwertung berät beispielsweise beim Schutz des

geistigen Eigentums, bewertet Erfindungen, unterstützt deren Weiterentwicklung und erarbeitet eine optimale Verwertungsstrategie. Tecnet sucht auf Wunsch auch passende Wirtschaftspartner und verhandelt den Technologietransfer. Und unser Venture-Capital-Fonds Tecnet Equity bietet Technologieunternehmen in der Gründungs- und Wachstumsphase wertvolles Eigenkapital als solide Basis für die Unternehmensentwicklung.

**Welche finanziellen Unterstützungen gibt es für Unternehmen, die bereits aktiv sind?**

Wichtige Unterstützung für einen langfristigen Unternehmenserfolg bietet die NÖ Bürgschaften und Beteiligungsgesellschaft Nöbeg durch die Übernahme von Haftungen und Beteiligungen bei kleinen und mittleren Unternehmen in Niederösterreich. Angeboten werden die Finanzierung und Förderung von Unternehmensgründungen, -übernahmen und -nachfolgen. Auch Investitionsprojekte, Wachstumsfinanzierungen oder Internationalisierungsprojekte werden durch die

**Zur Person**

Doris Agneter ist Geschäftsführerin der Technologiefinanzierungs- und Technologiemanagementgesellschaft Tecnet Capital. Foto: tecnet capital

Nöbeg unterstützt, die ebenfalls im Wirtschaftszentrum Niederösterreich vertreten ist. Daraus erkennt man schon den Vorteil für unsere Kunden, die jetzt alle Ansprechpartner in einem Haus vorfinden.

**Info – Landesförderstellen****• Burgenland**

Wirtschaftsservice Burgenland AG  
WIBAG Technologiezentrum  
7000 Eisenstadt  
Kontakt: Mag. Sigrid Hajek  
Tel.: 02682 704-2156  
E-Mail: sigrid.hajek@wibag.at

**• Kärnten**

KWF – Kärntner  
Wirtschaftsförderungsfonds  
Heuplatz 2, 9020 Klagenfurt  
Kontakt: DI Andreas Starzacher  
Tel.: 0463 55800-21  
E-Mail: starzacher@kwf.at

**• Niederösterreich**

Amt der NÖ Landesregierung  
Abt. V/2 NÖ Wirtschaftsförderungs-  
und Strukturverbesserungsfonds  
Landhauptplatz 1, Haus 14/EG,  
3109 St. Pölten  
Kontakt: Mag. Irma Priedl  
Tel.: 02742 9005-16123  
E-Mail: irma.priedl@noel.gv.at

**• Oberösterreich**

Amt der OÖ Landesregierung  
Abteilung Gewerbe  
Bahnhofplatz 1, 4021 Linz  
Kontakt: Christof Kraxberger  
Tel.: 0732 7720-15128  
E-Mail: christof.kraxberger@ooe.gv.at

**• Salzburg**

Amt der Salzburger  
Landesregierung, Abt. 15/02  
Wirtschafts- und Technologieförderung  
Südtiroler Platz 11, 5020 Salzburg

Kontakt: Mag. Peter Tischler

Tel.: 0662 8042-3786

E-Mail: peter.tischler@salzburg.gv.at

**• Steiermark**

SFG – Steirische Wirtschaftsförderungs-  
ges.m.b.H.

Nikolaiplatz 2, 8020 Graz

Kontakt: MMag. Manuela Fussi

Tel.: 0316 7093-315

E-Mail: manuela.fussi@sfg.at

**• Tirol**

Amt der Tiroler Landesregierung

Abt. 1d – Wirtschaftsförderung

Wilhelm-Greil-Straße 25,

6020 Innsbruck

Kontakt: Ernst Messner

Tel.: 0512 508-3219

E-Mail: e.messner@tirol.gv.at

**• Vorarlberg**

Amt der Vorarlberger Landesregierung

Abt. VIa – Allgemeine Wirtschaftsange-  
legenheiten

Römerstraße 15, 6901 Bregenz

Kontakt: Wolfgang Weber

Tel.: 05574 511-45019

E-Mail: wolfgang.weber@vorarlberg.at

**• Wien**

Kooperationsförderung nur für

Start-up-Unternehmen!

ZIT Zentrum für Innovation und

Technologie GmbH

Ebendorferstraße 4/DG, 1010 Wien

Kontakt: Mag. Christian Bartik

Tel.: 01 96090-86935

E-Mail: bartik@zit.co.at



## WIR sind die BESTE Innovation für ÖSTERREICHS INNOVATOREN.

Auf der Basis innovativer, patentgeschützter Technologien widmet sich das Unternehmen Eucodis der Erforschung neuer Eiweißmoleküle: die Grundlagen für die Entwicklung innovativer Medikamente für heute noch schwer oder gar nicht therapierbare Erkrankungen.

Die austria wirtschaftsservice begleitete das Unternehmen auf seinem erfolgreichen Weg zum Aus- und Aufbau eines Forschungslabors in Wien, unter anderem durch die Vermittlung von Räumlichkeiten und Kooperationen sowie der für die Ansiedlung ausschlaggebenden Gründungsförderung - ein entscheidender Beitrag für die Stärkung hochkarätiger Innovationskraft am Standort Österreich.

[www.awsg.at](http://www.awsg.at)



# Leben

**Risiko:** Start-ups können schnell und nachhaltig scheitern, wie die Geschichte zeigt

## Traumtänzer und Luftschlösser

Unternehmensgründungen führen oft zu Flops, das sollte jedem Jungunternehmer klar sein.

Arno Maierbrugger

Scheitern ist ein integrativer Bestandteil des Gründungsmythos, das wissen wir seit der großen Luftblase der New Economy. Warum aber Start-ups scheitern, hat durchaus sehr unterschiedliche Gründe.

Einer davon besteht in der Selbstüberschätzung des Gründers oder seines Teams. Ein anderer in der falschen Einschätzung des Marktes. Oder der Kundenerwartungen.

Letztlich umrankt den Gründungsmythos aber auch eine Kultur des Scheiterns. Diese ist je nach Wirtschaftsraum unterschiedlich ausgeprägt. In den USA zum Beispiel gehört Scheitern zum Wirtschaftsleben dazu und ist nicht stigmatisiert. Das wissen auch die Risikokapitalgeber und gehen entsprechend locker damit um. Vor diesem Hintergrund ist auch zu sehen, dass die mit Pauken und Trompeten untergegangene New Economy der ersten Phase (nach 2000) als Hitzewallung der Ideen wahrgenommen wurde und danach mit noch mehr Verve in die zweite Phase des Internet-Booms investiert wurde – nicht ohne Erfolg, wie sich anhand von Google, Youtube, My Space und anderen zeigt.

In unseren Breiten ist Scheitern immer mit Versagen verbunden, da die Mentalität ein Scheitern in Ehren nicht unbedingt zulässt. Man muss sich aber auch bewusst sein, dass, wenn es einmal schiefgeht, sicherlich ebenso handfeste Fehlertritte daran schuld sind, die man besser hätte vermeiden sollen.

„Einfach nur schlecht“

„80 Prozent aller Start-ups scheitern“, meint Mehrdad Piroozram, Chef des deutschen Gründerservice iSteps. Viele davon, weil sie einfach nur schlecht gewesen wären. Andere wiederum, weil sie vom Start weg keine ausreichende Beratung gehabt hätten, so der Gründungsexperte.

Das Magazin *Focus* hat eine Reihe von Gründen aufgezählt, warum Start-ups selbstverschuldet gleich nach der Gründung in die Krise schlittern und scheitern. Untermauert wird dies mit einer Analyse von 500 Business-Plänen europäischer Start-ups. Den Hauptgrund, warum es schiefgeht, sieht das Magazin in einer unzureichenden Marktanalyse. Die Idee eines Start-



80 Prozent der Start-ups scheitern – an Selbstüberschätzung der Gründer, an mangelnder Marktkennntnis oder weil an den Kunden zuallerletzt gedacht wird. Foto: Photos.com

ups wird zu wenig dahingehend überprüft, ob für sie auch genug potenzielle Kunden auf dem Markt sind. Die mangelhafte Marktanalyse führe zu falschen oder unrealistischen Umsatz- und Ertragsprognosen. Zweiter Fehler sei die fehlende Kundenorientierung, da man sich zu sehr auf das Produkt und zu wenig auf den Bedarf des Marktes konzentriert, also sozusagen an ihm vorbei arbeitet.

„Venture-Capitalisten achten genau darauf, ob das Unternehmen von Technikverrückten geführt wird.“

PAUL GRAHAM

Letzten Endes zeigen viele Gründer zudem eine wirtschaftliche Selbstüberschätzung, das heißt, sie sind ziemlich schnell mit den Anforderungen einer Geschäftsführung überfordert, kalkulieren Personalkosten falsch und stoßen dann auf versteckte Kosten, die sie nicht begleichen können.

In der Start-up-Phase wird auch gerne die Schwachstellenanalyse vergessen. Man sieht nur die Chancen, ignoriert aber die Gefahren beziehungsweise ist nicht auf Schwachstellen vorbereitet und tappt geradewegs ins Fettnäpfchen.

„Venture-Capitalisten führen eine Liste von Gefahrenzeichen, nach denen sie Ausschau halten müssen“, mahnt der Silicon-Valley-Experte und Autor Paul Graham. „Fast ganz oben steht, ob das Unternehmen von Technikverrückten geführt wird, die davon besessen sind, interessante technische Probleme zu lösen anstatt Benutzer glücklich zu machen. In einem Start-up versucht man nicht nur Probleme zu lösen. Man versucht Probleme zu lösen, die für die User von Bedeutung sind.“

Aus diesem Grund ist es auch von Bedeutung, dass Start-ups in der frühen Phase oder besser die ersten Jahre hindurch einen guten Berater oder „Business Angel“ zur Seite haben, der ihnen zum Beispiel empfiehlt, sich für ihr Produkt einen guten Patentanwalt zu besorgen, um zu verhindern, dass eine gute Geschäftsidee nicht gleich gestohlen wird, was gerade im Internet-Business zuhauf vorkommt.

Das Internet-Portal Killerstartups.com beschäftigt sich schon die längste Zeit mit der Frage, ob und wie aus der Fülle von neuen Web-Ideen und Gründungen wieder einmal etwas Bedeutendes wie Youtube werden könnte. Auf dem Portal, das laut Betreiber an jedem Werktag mehr als 30 neue Internet-Start-ups beurteilt, kann die Community die neuen Firmen

und Ideen beurteilen und auch einschätzen, ob die Geschäftsideen etwas taugen oder nicht. Man erhält dort einen Eindruck von der Fülle an guten und weniger guten Ideen, die in der Branche so herumgeistern.

Die größten Flops

Denn das Gründungsieber der New-Economy-Blase hat in der Tat eine Reihe von Flops produziert, die Geschichte geschrieben haben: so etwa das Hundefutter- und Katzenstreuportal Pets.com, das im Jahr 2000 an die Börse ging und knapp 83 Mio. US-Dollar einstreifte, nur um neun Monate später zu kollabieren. Grund: falsche Kostenkalkulation, katastrophale Lieferlogistik.

Ein Riesenflop war auch das britische Modeportal Boo.com, das im Versand an der Komplexität der europäischen Märkte gescheitert ist (etwa an den verschiedenen Steuersystemen) und mit seiner überladenen Homepage die Nutzer mehr verärgerte als anzog. Und auch der Snack-Zustellendienst Kozmo.com, der in amerikanischen Städten agierte, aber viel zu schnell expandierte und letzten Endes an den Zustellkosten scheiterte.

Was darauf folgte, war von der Idee her eigentlich noch schlimmer: der Flop der sogenannten Pink-Slip-Partys für New-Economy-Opfer, falls sich noch jemand daran erinnert.

### Karriere

● **Konrad Erlmoser (43)** hat mit Anfang April in der Bawag die Leitung der Landesdirektion Salzburg übernommen. Er ist damit für die Geschäftsentwicklung aller sechs Salzburger Standorte verantwortlich. Der zweifache Familienvater Erlmoser folgt als Landesdirektor Alfred Gries, der in den Ruhestand getreten ist. Er ist seit mehr als 20 Jahren in der Bawag tätig. 2006 wechselte er als stellvertretender Landesdirektor in die Stadt Salzburg. Foto: Bawag



● **Kristin Fischer-Ledenice (30)** ist Anfang April bei der österreichischen Tochtergesellschaft des Malik Management Zentrum St. Gallen als Senior Consultant eingestiegen. Ihr Tätigkeitsschwerpunkt liegt in der Strategieberatung. Die studierte Handelswissenschaftlerin war davor Research-Analystin bei ACS Vienna und baute das Repräsentationsbüro in San Diego (USA) auf. Foto: Malik MZSG



● **Günter Hainisch (43)** ist seit April neuer Country Manager beim chinesischen PC-Hersteller Lenovo in Österreich. Zu seinen vorrangigen Aufgaben zählt es, den Marktanteil zu steigern, die Bekanntheit zu erhöhen und neue Vertriebskanäle aufzubauen. Zuvor hatte der studierte Diplomingenieur über 15 Jahre lang führende Positionen bei Hewlett-Packard und anderen IT-Unternehmen in Österreich inne. Foto: Lenovo



● **Kasper Rorsted (46)** ist neuer Vorstandsvorsitzender von Henkel. Rorsted, seit April 2005 bei Henkel, ist der erste Chef des Unternehmens, der nicht aus dem deutschen Sprachraum kommt. Der Däne folgt Ulrich Lehner, der mit Erreichen der internen Altersgrenze als Vorsitzender der Geschäftsführung ausgeschieden ist. Rorsted war davor bei Oracle, Compaq und Hewlett-Packard tätig. kl Foto: Henkel



## Notiz Block



## Fruchtbarer Boden für Milliardäre

Die Zahl der Dollar-Milliardäre in Russland hat sich dem *Forbes*-Magazin zufolge in nur einem Jahr fast verdoppelt. Aktuell gebe es 110 Russen mit einem Vermögen von mehr als einer Mrd. US-Dollar (634 Mio. Euro), vor einem Jahr seien es erst 60 gewesen, berichtete das US-Magazin in seiner russischen Ausgabe. Grund für die Vermehrung der Superreichen seien vor allem die weltweit hohen Preise für Rohstoffe, von denen Russland eine Menge hat. Die Liste führen die Metallbarone an, gefolgt von den Ölmagnaten, denen der russische Staat mit einer schrittweisen Übernahme der Kontrolle des Sektors aber die immensen Verdienstmöglichkeiten genommen hat. Reichster Mann in Russland ist der *Forbes*-Liste zufolge Oleg Deripaska, Eigentümer des russischen Aluminiumkonzerns Rusal und auch Großaktionär beim Hochtief-Konzern. Sein Vermögen vermehrte sich in den vergangenen zwölf Monaten um knapp zwölf Mrd. US-Dollar (7,6 Mrd. Euro) – das sind 1,3 Mio. US-Dollar pro Stunde, wie *Forbes* errechnete. Insgesamt nennt Deripaska demnach 28,6 Mrd. US-Dollar sein Eigen. Den zweiten Platz belegt Alexej Mordaschow, der Eigentümer des Stahlkonzerns Severstal. Der Unternehmer, der auch Großaktionär des deutsch-britischen Touristik- und Schifffahrtskonzerns TUI ist, besitzt demnach 24,5 Mrd. US-Dollar. Auf Platz drei folgt der in Großbritannien lebende Roman Abramowitsch, Besitzer des Londoner Fußballvereins Chelsea, mit 24,3 Mrd. US-Dollar in seinem Besitz.

## Neue Geräte zum Energiesparen

Nahezu jeder zweite Österreicher plant 2008 eine Neuanschaffung in puncto Haushaltsgeräte. Produktqualität und Energieeffizienz ist den Konsumenten wichtig. Schnäppchen-

jäger findet man unter den Geräteköfern eher selten, so das Ergebnis einer veröffentlichten Studie von Forum Hausgeräte. Die Österreicher verschätzen sich zudem beim Alter ihrer Geräte gewaltig: Statt der geschätzten sechs Jahre beträgt die tatsächliche durchschnittliche Nutzungsdauer von Herd, Kühlschrank und Co etwa 15 Jahre. Die Vermutung liegt nahe, dass in vielen Haushalten noch einige „Umweltkiller“ zu finden sein dürften. Je älter die Befragten, umso wichtiger ist ihnen Wasser- und Energieverbrauch, ergab die Studie. Im Bundesländervergleich zeigt sich, dass das Umweltbewusstsein der Wiener – was Wasser- und Stromverbrauch angeht – am geringsten ist (67 Prozent). Wer alte Geräte zeitgerecht tauscht, kann neben Energie auch jede Menge Geld sparen. Laut Experten liegt das Einsparpotenzial bei rund 2000 kWh Strom und 300 Euro pro Haushalt und Jahr. Das Energiebewusstsein der Österreicher ist in den vergangenen Jahren zwar stark gestiegen, zum Klima-Vorbild ist es aber noch ein weiter Weg.

## User bewerten Arbeitgeber

Die international agierende Arbeitgeberbewertungsplattform Kelzen, die der anonymen Bewertung von Arbeitgebern dient, präsentiert die besten Arbeitgeber online. Die Website bietet die Möglichkeit, diese für jedes Land weltweit auf einen Blick zu finden und das Ranking selbst mitzugestalten. Neu auf der Plattform sind die gelisteten Kategorien „Die besten Arbeitgeber“, ermittelt durch ehemalige und aktive Mitarbeiter, „Die beliebtesten Arbeitgeber“ und „Die meistgesuchten Arbeitgeber“, ermittelt durch alle Website-Besucher. Aufgrund von Anfragen wurde auch der Aspekt der Bewerbung bei Unternehmen in die Bewertung mitaufgenommen. APA/kl/pte

www.kelzen.com

## Neue Selbstständigkeit: Flucht vor dem AMS

## „Zum Leben zu wenig, zum Sterben zu viel“

Die Zahl der nicht registrierten Einzelunternehmen steigt laut Wirtschaftskammer Österreich weiter an. Viele davon sind dem Un-Wort „Ich-AG“ zuzurechnen und schönen nur die Statistiken.

Mario Koepl

Neo-Gründerin Margarete S. hatte den monatlichen Canossagang zum heimischen Arbeitsmarktservice (AMS), der ihr außer jeder Menge Frust, herben Enttäuschungen und aus ihrer Sichtweise völlig sinnlosen Weiterbildungskursen nichts brachte, satt. „Ich stand als alleinerziehende Mutter vor dem Nichts, hatte auf dem Arbeitsmarkt kaum reelle Chancen, und mein Selbstwertgefühl war bereits unter null. In Ermangelung anderer Alternativen habe ich mich selbstständig gemacht. Einiges ist tatsächlich besser geworden, aber Zukunft hat diese Form des Arbeitens für mich ganz sicher nicht.“

Auch Thorsten P., der noch vor wenigen Jahren ein gut bezahlter Mitarbeiter der mittleren Management-Ebene eines großen Konzerns war, sah sich nach einem Strukturwandel gezwungen, für wenig Geld und mit großer Unsicherheit einen Ein-Personen-Betrieb als Berater zu errichten: „Ich habe nun zum Leben oft zu wenig und zum Sterben manchmal zu viel“, reüssiert er eher zweifelnd. „Ich würde in diesem Zusammenhang viel eher von einem atypischen Dienstverhältnis reden, denn ich arbeite zu 90 Prozent noch für meine alte Firma, nur zu ungleich schlechteren Konditionen und ohne jedes soziale Netz. Es gibt derzeit einfach zu viele wie mich, das macht die Neukundenakquisition und meine Zukunft als Kleinstunternehmer noch schwieriger.“

Doch nicht alles ist negativ. Auch positive Erfahrungen werden gemacht. So ist Friedrich K. von der fördernden Hilfestellung des AMS und seiner Selbstständigkeit ganz begeistert: „Ich wünschte, ich hätte schon früher den Mut gehabt und den Entschluss gefasst, eine eigene Firma zu gründen. Bei meinem alten Arbeitgeber konnte ich meine Projekte und Ideen kaum verwirklichen, jetzt habe ich selbst schon eigene Angestellte, und jeder Auftrag gibt mir neuen Elan.“

Die drei willkürlich gewählten Einzelschicksale stehen für die Erfahrungen einer Masse. Sich rasch verändernde Arbeitsverhältnisse und der oft verzweifelt gesuchte Ausweg aus Beschäftigungs- und Hoffnungslosigkeit hat ein Heer von



Für die meisten Neugründer von Einzelunternehmen ist der Gang in die Selbstständigkeit der letzte wirtschaftliche Ausweg. F.: DPA

frischen Firmengründern gezeitigt, das mit der Errichtung von traditionellen Start-ups und unternehmerischem Freigeist jedoch mehrheitlich noch immer nur wenig gemein hat.

In Österreich gibt es laut aktuellster verfügbarer Statistik der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) seit 2001 zwischen 20.000 und 25.000 Neugründungen im Bereich der „nicht eingetragenen Einzelunternehmer“. „Wir sehen an der Gesamtzahl unserer Mitglieder weiterhin eine steigende Tendenz zur Gründung einer derartigen Unternehmensform“, erläutert Rudolf Obereder von der WKO. „Dabei zeigt sich aber auch über die Jahre, dass sich nur rund ein Viertel bis maximal ein Drittel dieser Gründungen dann auch zu Unternehmen mit Mitarbeitern entwickelt.“

## 10.000 Euro pro Jahr

Besonders das mit dem negativ behafteten Wort „Ich-AG“ bezeichnete Ein-Personen-Unternehmen – eine aus Deutschland und der dortigen Hartz IV-Arbeitslosengeldregelung stammende Wortschöpfung –, ist durch die Situation auf dem Arbeitsmarkt sehr en vogue. Die Bezeichnung an sich ist eigentlich blanker Hohn. Schon allein die Tatsache, dass eine Person keine Aktiengesellschaft bilden kann und dass die Herabstufung menschlicher Arbeitsschick-

sale auf sprachliches Börsenniveau unter verniedlichenden kosmetischen Gesichtspunkten jede Ironie obsolet stellt, ist gesellschaftspolitisch bedenklich. Auch die meisten Gründe, Gründer zu werden, fallen in die gleiche moralische Ebene. Zwar drücken sich die meisten Analysten aufgrund von enormen Schwierigkeiten bei der genauen Erfassung und Auswertung um genaue Angaben. Jedoch zeigt sich laut Statistik Austria, dass viele dieser neuen Unternehmen nicht einmal die jährliche Umsatzgrenze von 10.000 Euro, die als Mindeststandard zur Erfassung dient, erreichen. Das rückt die Meldung über einen Gründungsboom ins rechte Licht. Da bekommen die Aussagen von Thorsten P. und Co eine fassbare Größe.

In der Tat sind es nicht die meisten der kleinen Neo-Unternehmer, die von einer Neugründung profitieren, sondern die Statistiken des Arbeitsmarktes. Jede neue Ich-AG schön die Zahlen. Ob die jeweilige Selbstständigkeit unter der „Flucht aus der Arbeitslosigkeit“-Prämisse sinnvoll oder wirtschaftlich ist bleibt dahingestellt. Doch solange keine arbeitsmarktpolitischen Alternativen zur Verfügung stehen wird für viele die Errichtung eines neuen Ein-Mann-Betriebes auch künftig die letzte Hoffnung auf Arbeit und Entgelt darstellen.

## Leben

## Warenkorb

● **iPod-Rucksack.** Creative stellt mit dem TravelSound i80 einen mobilen Lautsprecher für den iPod Nano der dritten Generation vor. Das Gerät dient gleichzeitig auch als Docking-Station. Der Hersteller verspricht, dass der Mini-Lautsprecher mit einer Akkuladung 15 Stunden durchhält. Preis: 70 Euro. Foto: Creative



● **Feedback.** Bei der Entwicklung der neuen Vostro-Notebooks 1310 (13 Zoll-Display, 635 Euro) und 1510 (15,4 Zoll-Display, 515 Euro) hat Dell Kunden-Feedback einfließen lassen. Eckdaten für beide Geräte: Intel Core 2 Duo-Prozessor, zwei Gigabyte-RAM und 160 Gigabyte-Festplatte. Foto: Dell



● **Alles da.** Asus stellt mit dem M50SA-AK013C ein 15,4 Zoll-Multimedia-Notebook für Spieler und Video-Fans vor. Das Gerät kostet rund 1650 Euro und wird mit Blu-ray-Laufwerk, HDMI-Schnittstelle, Surround-Lautsprecher, Webcam sowie üppig Leistung und Speicherplatz ausgeliefert. Foto: Asus



● **Gerahmtes Fotoalbum.** Die neuen digitalen Kodak-Bilderrahmen haben eine Touchscreen-Leiste bekommen. Dadurch sind sie einfach in der Bedienung. Im Lieferumfang enthalten sind auch zwei verschiedene Rahmen. Preise richten sich nach der Diagonale: 99 bis 219 Euro. kl Foto: Kodak



## Im Test

## Verlorene Daten



Das private Büro, digitale Fotos und Musiksammlungen – auch auf privaten Festplatten fallen immer mehr wichtige Daten an, die im Ernstfall entweder nur mit hohem finanziellem Aufwand neu gekauft oder eventuell gar nicht mehr neu beschafft werden können. Diese Daten haben einen immer größeren materiellen wie ideellen Wert. Der Datenrettungsspezialist Kroll Ontrack startete daher mit der „Consumer Line“ ein Angebot für Menschen mit Datenverlust.

Nachdem mir genau das passiert war, schickte ich den Datenretter in der Not eine Festplatte mit wichtigen Inhalten. Diese umfassten immerhin die Buchhaltung der letzten Jahre, Tausende Fotos und Hunderte verfasste Artikel.

Kroll Ontrack verspricht im Rahmen der Aktion eine Datenrettung innerhalb von vier Wochen zum Fixpreis von 449 Euro. Eine Summe, die man angesichts der vielen Bilder und vor allem der laufenden Buchhaltung dann doch gern in die Hand nimmt.

## Rettung ab rund 500 Euro

Der Dienst beinhaltet die Datenrettung inklusive einem eventuell notwendigen Austausch der Festplattenelektronik während der Labortätigkeit sowie die Zusendung der Daten an den Kunden auf einer externen USB-Festplatte. Bei aufwendigeren Schäden, die nur im Reinraum behebbar sind, kann der Kunde nach der ersten Analyse ein Upgrade buchen. Der Gesamtpreis beträgt dann 949 Euro. Und ab da wird es für den Privatkunden auf jeden Fall happig.

Der Service war auf jeden Fall von Einfachheit geprägt. Das Formular online ausgefüllt, nachdem man mit der Hotline noch einmal die Rettungsmöglichkeiten ausgelotet hat.

Danach die Festplatte oder das Gerät „ordentlich“ verpackt in eine Schachtel, das Auftragsformular beige packt – und ab die Post. Stellt Kroll Ontrack fest, dass Daten zu retten sind, werden diese wiederhergestellt. Der Tausch von Elektronikbauteilen der Festplatte ist möglich, um die Hardware zum Laufen zu bringen, sodass die Daten ausgelesen werden können. Beides war in unserem Fall notwendig, da die Plattenelektronik zu viel Strom von einem falschen Netzteil abbekommen hat.

## Laufende Abstimmung

Physikalische Defekte der Festplatte, die etwa durch Brand-, Wasser- oder andere Schäden verursacht wurden, können ebenfalls bearbeitet werden. Kroll Ontrack weist Kunden nach der Analyse auf diese Möglichkeit hin und bietet dann den erweiterten Service der „Consumer Line“ zum Festpreis von 949 Euro an. Entscheidet man sich

als Kunde dagegen, bekommt man sein Medium ohne weitere Eingriffe vorzunehmen zurückgeschickt.

Während des Auftrags wird man laufend über den Prozess der Datenrettung per E-Mail informiert. Sind die Daten gerettet, bucht Kroll Ontrack den Betrag von der Kreditkarte ab und sendet die geretteten Informationen auf einer externen USB-Festplatte zurück. Im Preis sind auch die Materialkosten der USB-Platte eingeschlossen.

Damit hat man ab sofort einen externen Datenträger, der sich ideal als Back-up-Medium eignet. Und das wird man auch machen, denn einmal im Leben um seine Daten zu zittern, ist wirklich genug. Fotos:

Seagate

Klaus Lackner  
www.ontrack.at

## Buch der Woche

## Ratgeber für professionelle Start-ups

Das weltweit führende Unternehmensberatungsunternehmen McKinsey ist unter anderem auf Strategie- und Organisationsstudien sowie den Aufbau neuer Geschäfte und Wachstumsthemen spezialisiert. Ihr „Gründungsklassiker“, das Handbuch für Unternehmensstarter, ist bereits in der vierten Auflage erschienen.

Wer eine Firmengründung professionell angehen, optimal vorbereiten und auf alle Eventualitäten gefasst sein will, wird in diesem Ratgeber alles finden, was es rund um ein Firmen-Start-up zu beachten gibt. Am Anfang steht eine Idee zur Firmengründung, doch ohne richtigen Businessplan wird eine Umsetzung schwierig sein. Wie läuft ein Gründungsprozess richtig ab, wie entwickelt man Geschäftsideen, wie findet man motivierte Mitarbeiter oder finanzkräftige Investoren? Auf diese Fragen gibt das Buch professionelle Antworten.

Ihr Hauptaugenmerk legen die Autoren, Unternehmensberater bei McKinsey, auf die Erstellung und Umsetzung eines

Geschäftsplans. Mit Fallbeispielen und der Vermittlung betriebswirtschaftlicher Grundkenntnisse informiert das auch als Nachschlagewerk gut zu gebrauchende Werk prägnant, verständlich und ordentlich strukturiert über alle Details, die rund um eine Firmengründung zu beachten sind.

Potenzielle Kleinstunternehmer werden vielleicht erschrecken, wenn von potenten Großinvestoren, Hunderten von Mitarbeitern und viel Cashflow die Rede ist, aber auch für sie lassen sich nützliche Informationen

herausfiltern. Gedacht ist die Lektüre aber zweifellos für Unternehmer, die höher hinauswollen und ergeizigere Ziele verfolgen als etwa ein Ein-Mann- oder Ein-Frau-Betrieb. Optisch ist das Buch ansprechend gestaltet und sehr anwender-beziehungsweise leserfreundlich aufbereitet. bafo

McKinsey & Company:  
*Planen, gründen, wachsen*  
Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg  
Verlag Redline Wirtschaft,  
40,90 Euro  
ISBN: 978-3-636-01507-5



## Schnappschuss

## Marketing pur



Mitte April fand der 3. Österreichische Marketing-Tag im MAK Wien statt. In seiner Eröffnungsrede betonte Peter Drobil, Präsident der Österreichischen Marketing-Gesellschaft (ÖMG), die Verantwortung der Marketing-Spezialisten für nachhaltiges Wirtschaften, für Gesellschaft und Umwelt. Denn Marketing um jeden Preis könne auch in die falsche Richtung gehen. Anschließend wurde der Staatspreis Marketing 2007 durch Staatssekretärin Christine Marek (ÖVP) an das Unternehmen Fritz Egger Holzwerkstoffe überreicht. Den Sonderpreis für kleine und mittlere Unternehmen erhielt Moya Fashion aus Dornbirn von Barbara Halapier vom Österreichischen Produktivitäts- und Wirtschaftlichkeitszentrum (ÖPWZ). Beim Smalltalk konnte man Persönlichkeiten wie Gerhard Riedler und Joachim Feher (Mediacom), Eleonora Janotta (ÖMG), Peter Drobil sowie Sebastian Wasner (Hatorii) (im Bild von links nach rechts) entdecken. kl Foto: Christoph Breneis

## Leben

## Mario Koepl Schneller Reichtum



Yahoo, Microsoft oder ein Richard Branson, der es in relativ kurzer Zeit von null auf hundert schaffte: Die Vorbilder zeigen verstärkt Wirkung. Vor allem der Lockruf des Geldes und erst in zweiter Linie jener des Erfolgs, der Nachhaltigkeit oder der Selbstverwirklichung treibt viele Menschen dazu, sich dem Risiko einer Unternehmensgründung auszusetzen.

Das aus den 1980er Jahren stammende Zitat eines Mr. Gecko aus dem Film *Wall Street* – „Gier ist gut“ – ist auch heute noch Triebfeder Nummer eins, wenn es darum geht, neue Unternehmen zu schaffen. Das ist zutiefst menschlich und aus Sichtweise der Wirtschaft und des Allgemeinwesens auch lobenswert. Der Traum vom schnellen Reichtum wird jedoch nur für sehr wenige wahr, denn leider scheitern Start-ups oft an elementarsten Fehlern und Versäumnissen. Die Insolvenzkarteien sind voll mit Beispielen von Unternehmern, die sich etwa realitätsfremden Illusionen hinsichtlich der Nachfrage nach ihren Produkten und Dienstleistungen hingaben, Umsatz als Gewinn betrachteten und kaum eigenes Kapital mitbrachten. Bevor man also den ersten Ferrari ordert und sich schon vorsorglich nach Steueroasen umschaute, sollte man die Hausaufgaben gemacht haben. Ein langer Atem, eine wirklich zündende Idee und jede Menge Arbeit jenseits aller Stundenrestriktionen sind dabei unabdingbar. Dennoch sollte man Gründern Mut zur Selbstständigkeit machen. Reich geworden sind sie – egal ob nun erfolgreich oder nicht – nämlich letztlich allesamt. Zwar meist nicht im erwünschten finanziellen Sinn, aber zumindest reich an Erfahrungen und an der Erkenntnis, dass es den schnellen Wohlstand ohne harte Arbeit in der Regel nicht gibt.

## Christian Czaak Für immer Unternehmer



„Wie viel kostet das Bild dort?“ – „30 Schilling.“ – „Was, nur 30 Schilling?!“ – „Oh, Dieses Bild meinen Sie. Das kostet 80 Schilling.“ Die Touristin kaufte das Bild. Verkäufer war ein damals sechsjähriger Knirps, der mit seinem Papa auf dem Flohmarkt stand und alten Hausrat anbot. Ob sich die Dame vom Bild, vom Preis oder von meinem bubenhaften Charme überzeugen ließ, weiß ich nicht mehr. Wahrscheinlich war es von allem etwas. Von allem etwas haben müssen auch Unternehmer. Die Nase beim Produkt,

ein Ohr beim Markt, ein Auge beim Mitbewerb, ein Gefühl für Kollegen und Kunden, Rechenkunst. Dazu ein Faible für Freiraum. Und keine Angst vorm Hochseilakt ohne Netz. Vorausgesetzt man hat die richtigen Vorgesetzten, kann man auch als Unselbstständiger selbstständig agieren. Ich habe beides kennengelernt. Wenig Freiraum in einer Bank, viel davon in einem damals frischen Medium, was von meinem damaligen Chef auch gefördert wurde. Plus rein erfolgsabhängige Entlohnung. Das war eine gute Schule, weil das monatliche Netz schnell Löcher haben konnte. So lernt man zumindest auf ein Jahr zu planen. Der Sprung vom Arbeitnehmer zum Unternehmer war dann mental nur noch ein kleiner. Und trotzdem ein großer. Mit der Verantwortung für sich kann man umgehen. Verantwortung für andere Menschen und Existenzen ist da schon ein größerer Rucksack. Geld gehört auch dazu, aber nicht allein. Als Unselbstständiger habe ich davor mehr Geld verdient. Das Wunderbare am Unternehmertum ist das freie, unabhängige Entscheiden und Schaffen. Auch am Sonntag. Dafür dann von Dienstag bis Donnerstag allein auf der Piste Ski fahren. Oder am Montag einmal erst um zehn Uhr aufstehen. Unternehmer sein ist ganz meins. Für immer.



Mach eine Firma aus deinem Traum, aber sauf nicht dabei ab. Jedes fünfte Unternehmen geht nach zwei Jahren ein. Nach fünf Jahren ist fast jedes dritte weg. Foto: Bilderbox.com

## Rosa Brille beschönigt die Selbstständigkeit

Nicht alle Selbstständigen sind es freiwillig. Viele müssen frei sein.

Margarete Endl

Gute Ratschläge kosten manchmal nur ein paar Euro. Wie jene im pinkfarbenen Taschenbuch *Inc. Your Dreams* (übersetzt: Mach eine Firma aus deinen Träumen). Die Autorin Rebecca Maddox gibt darin Frauen, die sich selbstständig machen wollen, nützliche Hinweise. Beispielsweise, sich ihr Verhältnis zu Geld anzusehen. Geld ist für unsere Fähigkeit zu leben genauso wichtig wie die Luft, die wir atmen, schreibt Maddox. Auch wenn wir glauben, das sollte so nicht sein – es ist aber so.

Solche Texte lesen viele neue Selbstständige gar nicht gerne. Weil ihnen gleich die Luft wegbleibt, wenn sie an ihren Kontostand denken. Und den nützlichen Tipp der Ratgeber, so viel Geld auf der Seite zu haben, um ein Jahr davon leben zu können, überhören sie auch. Denn die Realität vieler neuer Selbst-

ständiger ist anders: Sie müssen darauf achten, nur ja nicht krank zu werden, denn Kranksein können sie sich nicht leisten. Versicherungen, ja, die gibt es. Aber auch die muss man sich leisten können.

### Frei und leichtsinnig

Hier geht es nicht um eine sorgfältig vorbereitete Unternehmensgründung mit Businessplan und fünf Gründungsberatern an der Seite. Sondern um alle, die nicht freiwillig selbstständig sind. Die es geworden sind, weil sie keinen gut bezahlten Arbeitsplatz mit 14 Monatsgehältern bekommen. Weil es in dem Beruf, den sie gewählt haben, immer weniger fixe Anstellungen gibt: in der Software-Branche, in der Kreativwirtschaft, in den Medien, in Teilen des Wissenschaftsbetriebs. Für die Leistung wird man per Werkvertrag bezahlt. Fotografen, Journalistinnen,

Grafiker – viele werden pro Foto, pro Artikel entlohnt oder erhalten eine monatliche Pauschale. Einen Dienstvertrag gibt es, mit Glück, erst nach ein paar Jahren. Das kann auch gut gehen, bietet auch Freiheiten. Das Risiko nimmt man, solange man jung ist, in Kauf. Leichtsinigerweise.

Viele neue Selbstständige gehören zum Prekariat, dem Proletariat des 21. Jahrhunderts. In prekären Arbeitsverhältnissen leben nicht nur schlecht ausgebildete Menschen, die putzen, Gelegenheitsarbeit machen oder flexibel und jederzeit abrufbar im Handel Arbeit finden. Zum Prekariat gehören zunehmend die gut Ausgebildeten. Von dem Geld, das für ihre Dienstleistung bezahlt wird, können sie keine Reserve erarbeiten. Trotz kreativer Höchstleistungen bekommt man für viele Hirnprodukte so wenig, dass man in der Zeit auch putzen gehen könnte.

## Consultant's Corner

### Dorothy's Journey

In 2002, *Harvard Business Review* authors Boyatzis, McKee and Goleman addressed reawakening passion or „umpf“. Their recommendations included taking a sabbatical (surprisingly 16 percent of US organizations offer, four percent paid) coaching, protecting opportunities to think. To reconnect with the self, they recommended identifying the best times in one's life, identifying values. In 2007 experts are seeing high performance become an addictive trap if the focus on values is not there. The result: a mid-career crisis, often hitting high performing younger managers. Sabbatical coaches, a subspecialty are evolving to help individuals redefine and acquire skills during this time.



Mark Gorkin observes when success is consistent, fear of failure recedes and the manager's umpf begins to die. To recapture the passion and prevent mid-career crisis, he recommends uniting the overt with the covert – our obvious personal strengths with our hidden shadow side. This requires honesty, self reflection – and acknowledging the loss of our umpf. Utilizing discontent positively to steer the course, is best accompanied by a coach or counselor.

Stars beginning to lose their glow are often like Dorothy in *The Wizard of Oz*, unaware that the starting point begins within themselves but need not end there.

Lydia J. Goutas, *Lehner Executive Partners*





economy fördert zeitgenössische Kunst und Fotografie aus Österreich und stellt Raum für die Veröffentlichung von Bildern zur Verfügung.

Foto: Katalog Galerie bei der Albertina, Wien

„Tierfantasie ‚Theaterdirektor‘“ (Entwurf 1915 – 1918 für die Wiener Werkstätten, weiße Scherben, färbig glasiert, H 20 cm)

Eduard Klablana (Bučany/Slowakei 1881 – 1933 Langenzersdorf)

# Special Innovation

Eine Beilage des economy-Verlages

## Stiefkind elektronische Signatur

Die elektronische Signatur hat bis jetzt in Österreich nur wenig Akzeptanz gefunden, wie eine aktuelle Studie belegt; es wird noch viel Aufklärungsarbeit erfordern, um dieses Potenzial für die Zukunft zu erschließen.

**Gerhard Scholz**

Das E-Commerce Competence Center, kurz EC3 genannt, betreibt anwendungsorientierte Forschung im Bereich E-Commerce. EC3 ist ein industrielles Kompetenzzentrum, das aus Mitteln des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit und der Stadt Wien gefördert wird. EC3 besteht aus dem EC3-Forschungsverein, der in der Grundlagenforschung tätig ist, und der EC3 Networks GmbH, die sich laut Eigendefinition als „Denkwerkstatt für elektronische Geschäftsformen“ sieht.

Vor wenigen Tagen hat EC3 Networks eine 340 Seiten starke Studie zum Thema „elektronische Signatur“ veröffentlicht. Diese gibt erstmals einen Überblick über Verwendung und Akzeptanz der elektronischen Unterschrift im erweiterten europäischen Raum. Unter-

sucht wurden 44 Länder von den EU-Staaten bis Russland. Die elektronische Signatur kann bei elektronischen Transaktionen die persönliche Unterschrift ersetzen. Im Grunde sind es Daten, mit denen geprüft wird, ob die elektronischen Informationen tatsächlich vom Unterzeichner stammen und nicht manipuliert wurden. Weiters können Signaturen zur Identifikation (wie etwa beim Online-Banking) verwendet werden.

### Fehlende Akzeptanz

Die EC3-Studie vergleicht rechtliche Rahmenbedingungen, Sicherheitsstandards, Marktdurchdringung, Akzeptanz in der Bevölkerung sowie Angebote von Behörden und Unternehmen. An der Spitze des Ländervergleichs stehen Belgien, Finnland, Estland und die Niederlande. Michael Tremmel, Geschäftsführer von EC3



Voraussetzung für die Verwendung von elektronischen Signaturen sind ein Kartenlesegerät und eine Signatur-Software. Kosten inklusive Aktivierung und Jahresgebühr: rund 75 Euro. Foto: Reiner SCT

Networks, erklärt dazu: „Diese Länder haben die meisten elektronischen Signaturen in Umlauf. Die Technik ist dort ausgereift, es gibt klare gesetzliche Rahmenbedingungen – das erleichtert den Einsatz der elektronischen Unterschrift.“ Öster-

reich liegt im besseren Mittelfeld, etwa auf Akzeptanzniveau von Litauen, Kroatien, Tschechien oder der Türkei. Tremmel meint: „Die Infrastruktur ist in Österreich gut ausgebaut; gerade im öffentlichen Bereich gibt es viele Angebote. Trotzdem

wird die Signatur kaum genutzt; es fehlt die Akzeptanz. Speziell im elektronischen Zahlungsverkehr sehen die Menschen keinen Sinn für den Einsatz der Signatur, sie bezahlen lieber mit Kreditkarte.“

[www.ec3.at](http://www.ec3.at)

**Michael Tremmel:** „Es gibt kaum Anbieter im E-Tourismus-Bereich, die ihre Kompetenzen derart gebündelt haben: Wir arbeiten mit renommierten Partnern und greifen auf das Grundlagenwissen und den universitären Background des EC3-Forschungsvereins zurück“, erklärt der Geschäftsführer von EC3 Networks.

## Neue Services für den E-Tourismus

**economy:** In welchen Forschungsbereichen ist EC3 Networks tätig?

**Michael Tremmel:** Spezialgebiet von EC3 Networks ist der E-Tourismus. Aber auch die Themen virtuelle Welten, Web 2.0, Data-Warehousing und Data-Mining sowie die Organisation großvolumiger Daten zählen zu

unseren Stärken. Unser größter Vorteil ist die Nähe zu den Wiener Universitäten und dem EC3-Forschungsverein. Dadurch haben wir raschen Zugriff auf neues und spezifisches Fachwissen. Und die Erkenntnisse und Innovationen der E-Commerce-Forschung fließen laufend in unsere Arbeit ein.

### Was hat EC3 Networks mit dem E-Tourismus zu tun?

Immer mehr Menschen suchen ihren Urlaub im Internet aus, daher steigen die Anforderungen an Tourismus-Portale: Menschen wollen ihren Urlaubsort erkunden, bevor sie ihn buchen. Sie suchen nach Bildern, Emotionen und Meinungen anderer Urlauber. Wir bieten neue Services, die auf diese Bedürfnisse eingehen: mobile Anwendungen, Video-Dienste oder Community-Technologien. Indem wir erfassen, welche Bilder jemand auf einer Website

anschaut, erkennen wir, welchen Urlaubstyp wir da vor uns haben, und machen zielgerichtete Vorschläge. Das hilft Interessenten bei der Erstellung ihrer Urlaubspläne, macht Spaß und ist neu.

**Mit dem finnischen Tourismus-Portal Visitfinland.com haben Sie ja eine EU-weite Ausschreibung gewonnen?**

Es gibt kaum Anbieter im E-Tourismus-Bereich, die ihre Kompetenzen derart gebündelt haben: Wir arbeiten mit renommierten Partnern und greifen auf das Grundlagenwissen und den universitären Background des EC3-Forschungsvereins zurück. Dadurch sind wir innovativ, kreativ und können rasch auf spezielle Kundenwünsche eingehen. Wir entwickeln Anwendungen, die der Tourismusregion wie auch den Touristen einen größeren Mehrwert bieten: Neben den mobilen Ser-

vices arbeiten wir auch an Video-Diensten und einem integrierten Buchungssystem.

**Noch ein Wort zum Thema Community-Services: Nimmt deren Bedeutung zu?**

Auf alle Fälle! Allein schon, wenn Sie sich die immer stärker werdende Akzeptanz von App-

likationen wie Facebook, Studivz oder My Space ansehen, spielen diese Services jetzt und vor allem in Zukunft eine wichtige Rolle. Diese Themen sind im Kommen, auch die Mitglieder des EC3-Forschungsvereins beschäftigen sich intensiv mit dem Thema Web 2.0. *gesch*

[www.ec3networks.at](http://www.ec3networks.at)

### Zur Person



**Michael Tremmel ist Geschäftsführer von EC3 Networks.** Foto: EC3



**Den Auftrag für das Web-Portal Visitfinland.com hat EC3 Networks nach einer EU-weiten Ausschreibung erhalten.** Foto: Fotolia.com

## Special Innovation

# Neue Unternehmensstrategien

Im Segment der Business-Intelligence-Systeme vollzieht sich ein Generationswechsel. Treiber dieser Entwicklung ist die Konsolidierung im Markt, die Unternehmenssoftware und Business Intelligence enger zusammenbringt. So wird der Weg frei für einen durchgängigen strategischen und operativen Controlling- und Planungsansatz.

**Sonja Gerstl**

Business Intelligence ist in jüngster Zeit wieder ins Gerede gekommen. Und das beruht keineswegs auf konzeptionellen Durchbrüchen. Es ist vielmehr die Übernahmestrategie der großen Anbieter, welche die Schlagzeilen dieser Tage bestimmen. Anwender werden diese Entwicklung mit einem weinenden und einem lachenden Auge verfolgen. Dieser Konzentrationsprozess schmälert zwar die Wahloptionen und kostet so manchen BI-Spezialisten die Unabhängigkeit. Andererseits verspricht das Engagement von IBM, Microsoft, Oracle und SAP, dass die Integration der einzelnen BI-Tools nun zunehmend in der Verantwortung der Hersteller liegt. Da die genannten Unternehmen primär im Segment der Unternehmenssoftware aktiv sind, mündet diese Integration beinahe zwangsläufig in einer stärkeren Geschäfts- und Prozessorientierung der Werkzeuge.

## Nutzer profitieren

Eine solche Entwicklung deckt sich durchaus mit den Bedürfnissen der Anwender. Denn ungeachtet der vielfältigen Nutzung sowie Definition des Begriffs Business Intelligence (BI) sollte es unstrittig sein, dass BI ein integratives Konzept zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenserfolgs ist. Beschränkten sich Business-Intelligence-Systeme ursprünglich auf rein vergangenheitsbezogene Analysen der Geschäftsdaten, gehen moderne BI-Konzepte einen Schritt weiter in Richtung Online-Monitoring, Planungsunterstützung sowie Forecasting/Prognose. Folgt den Kennzahlen zuvor primär einer langfristigen Perspektive aufgrund der strategischen Planungsausrichtung, wird nun der Schulterschluss zu der operativen Prozessanalyse gesucht. „Operational BI“, „Real-time Monitoring“, „Event Processing“ – bei all diesen (oft synonym verwendeten) Konzepten geht es letztlich darum, nicht nur in die Vergangenheit zu schauen, sondern einen Blick auf die aktuellen Prozesse und Ereignisse des Unternehmens zu werfen und, wenn nötig, korrigierend einzugreifen. Djawad Tabatabaei, Geschäftsführer des Bereichs Consulting Solutions bei IDS Scheer Austria, meint dazu: „Business Intelligence wird als Einheit gesehen, die sich aus dem Dreiklang von

Integration von Performance-Management sowie der Harmonisierung von strategischem und operativem Controlling zusammensetzt. Mit anderen Worten: Das Was, also die Finanz-, Bilanz- und strategischen Planungszahlen, wird mit dem Wie und Warum – Kennzahlen der operativen Prozesse zu Historie und Ursachen – in Verbindung gebracht.“

Entscheidend dabei ist, dass dem Management eines Unternehmens eine geschlossene Information-Supply-Chain zur Verfügung gestellt wird: Daten müssen – durch eine entsprechende Informationslogistik unterstützt – zu verwertbaren Informationen werden. Diese sind Voraussetzung für die notwendigen Entscheidungs- und Planungsprozesse, die zu strategischen Entscheidungen führen. Diese Entscheidungen dürfen aber nicht auf der Abstraktionsebene verbleiben, sie

müssen in die Gestaltung entsprechender strategischer und operativer Prozesse münden, die auch in ihrem Wirkungsgrad überwacht werden können. Die Performance der Prozesse lässt sich dann wieder in aussagekräftige Daten (Key-Performance-Indicators) abbilden, um den Kreislauf erneut zu durchlaufen.

Mithilfe einer geschlossenen Information-Supply-Chain lässt sich nun eine integrierte Geschäftsplanung (IBP – Integrated Business Planning) in der Organisation verankern, die tatsächlich dem Anspruch „integriert“ genügt. Anstatt, wie in der Praxis häufig zu beobachten, nur eine Ansammlung isolierter Planungen für die verschiedenen Ebenen im Unternehmen zu betrachten, fußt IBP hier auf der sinnvollen Verzahnung der unterschiedlichen Pläne bei gleichzeitiger Minimierung organisatorischer und

systemtechnischer Schnittstellen. Die traditionellen operativ fokussierten Planungssysteme (S&OP – Sales and Operations) werden mit den Fähigkeiten einer strategischen Modellierung und Analyse des Corporate-Performance-Managements (CPM) gekoppelt.

## Prognosen möglich

„Hinter dieser etwas sperrigen Umschreibung verbirgt sich ein ganzheitlicher Planungsansatz, um beispielsweise die Absatzplanung automatisch mit der Marketingplanung in der Ergebnisplanung zusammenzuführen. Dies findet wiederum automatisch Eingang in die Profit-Center-Planung. Die einheitlichen Planungs- und Controlling-Modelle quer über funktionale und Geschäftsbereichsgrenzen führen zu einem deutlichen Schub in Sachen Synergie und Transparenz. Gleichzeitig erfolgt die Festlegung

der Planungstiefe und des Planungshorizonts differenziert nach Anwender und Aufgabe. Die Unternehmen profitieren von einem großen Effizienzsprung, da sich sowohl Dauer als auch Kosten für Planungsabläufe verringern“, erläutert Tabatabaei die Vorteile.

Im Rahmen dieses engmaschigen Austauschs und Abgleichs von Controlling- oder Forecast-Informationen beschränken sich innovative Business-Intelligence-Konzepte nicht mehr allein auf analytische Betrachtungen, sondern leiten aus den Ergebnissen reale Handlungsempfehlungen ab. Beispielsweise kann mit der Kreditwürdigkeitsprüfung im Bankensektor neben der „nackten“ Risikoeinstufung gleichzeitig der Vorschlag für einen adäquaten Zinssatz verbunden sein. „Die Mitarbeiter müssen sich in diesem Szenario also nicht mehr um die mühselige, wenig produktive Tätigkeit der Aufbereitung, Zusammenstellung und Abstimmung der Planungsinformationen kümmern, sondern können sich vollständig auf die Umsetzung der Ergebnisse in operative Aktivitäten konzentrieren“, erklärt Tabatabaei.

## Prozessorientierung

Für die stringente Umsetzung eines solch betriebswirtschaftlich ausgerichteten BI-Konzepts empfiehlt man bei IDS Scheer eine dreistufige Einführungsmethodik. Der Startpunkt ist die prozessorientierte Identifikation und Definition der Corporate-Controlling-Informationen. Hierzu werden aus strategischer und taktischer Unternehmenssicht die Geschäftssegmente festgeschrieben, Erfolgsfaktoren ermittelt, Prozesslandkarten definiert, Prozessportfolios gebündelt und Geschäftsprozessziele festgelegt. Im Anschluss erfolgt die Zuordnung der notwendigen Controlling-Informationen. Dazu gilt es, Kennzahlen und Vergleichskriterien festzulegen, die verfügbaren Datenquellen zu analysieren und die erforderliche Integrations- und Übersetzungslogik zu definieren. Des Weiteren werden tätigkeitsbezogene Dashboards und Reports entworfen und einschließlich ihrer Verteilungslogik implementiert. Zu guter Letzt erfolgt die Anpassung und Versorgung der betroffenen strategischen und operativen Prozesse mit den relevanten Planungs- und Controlling-Informationen.

[www.ids-scheer.at](http://www.ids-scheer.at)



Die allgegenwärtige Tendenz zu serviceorientierten Architekturen unterstützt die Integration traditioneller Business-Intelligence-Systeme mit flexiblen Lösungen. Foto: Fotolia.com

# Die Hebung des Datenschatzes

Business Intelligence bereitet die Erkenntnisse auf, die aus gesammelten Daten gewonnen werden können.

**Gerhard Scholz**

Viele Unternehmen sitzen auf einem ungehobenen Schatz – ihrer Datenfülle. Pausenlos werden Informationen gesammelt: über Kunden und Finanzen, über Produkte und Prozesse. Da diese Daten aus den unterschiedlichsten Quellen stammen, sind sie aber in ihren Formaten meist uneinheitlich; sie sind nicht verknüpft, umständlich auszuwerten, und werden daher nur ungenügend für betriebliche Entscheidungen genutzt.

## Separates Data-Warehouse

Genau hier setzt Business Intelligence (BI) an: Es bedeutet, Unternehmensdaten aus operativen Systemen zu extrahieren und für Analysen aufzubereiten. Mit einem Master-Data-Management werden Modelle aller in einem Unternehmen verarbeiteten Daten festgelegt, um eine einheitliche Darstellung zu gewährleisten. Dann werden die in einem separaten Data-Warehouse gelagerten historischen Informationen unterschiedlichen Auswertungen unterzogen; damit will man neue Erkenntnisse gewinnen, die die



Das Suchen in Krankenakten ist Schnee von gestern; aus elektronisch erfassten Dokumentationen können Informationen für das gesamte medizinische Controlling gefiltert werden. Foto: T-Systems

Basis für bessere Management-Entscheidungen bilden können.

Zum BI-Markt werden vor allem die Anbieter von BI-Software wie SAS, SAP, Microsoft und Oracle gerechnet; er wächst mit kolportierten 16 Prozent jährlich deutlich stärker als der IT-Markt im Allgemeinen. Aber auch Unternehmen wie

T-Systems, die die technische Umsetzung bei den Kunden unterstützen, tragen diese Entwicklung mit. Vor allem im Bankensektor betreute T-Systems in Kooperation mit SAS eine Reihe von BI-Projekten in den Bereichen Basel II, Kreditrisiko und Meldewesen. So wurde für die europaweit tätige Erste

Bank ein einheitliches Meldewesen zur Risikobeurteilung erstellt, wie es die Basel-II-Richtlinie erfordert.

Auch das Thema Datenqualität gewinnt im Bankensektor immer mehr an Bedeutung. Für die Bank Austria ist ihr Bestand an historischen Daten zentraler Punkt ihrer Basel-II-Architek-

tur. Zahlreiche Informationen über Kreditgeschäfte, Sicherheiten und Geschäftspartner sind dort gespeichert. T-Systems wurde mit dem Projekt betraut, Prüfregeln für die Qualität dieser Daten zu bestimmen und eine technologische Plattform zu erstellen, um in Zukunft diese periodischen Qualitätsüberprüfungen automatisiert durchführen zu können.

## Datenwissen nutzen

Im Gesundheitswesen geht es darum, durch strategische Steuerung Einsparungen zu erzielen, ohne dadurch die medizinische Qualität zu vermindern. Im Krankenhaus der Elisabethinen in Linz wurden über Jahre hinweg Informationen in der medizinischen/pflegerischen Dokumentation elektronisch erfasst. T-Systems installierte eine zusätzliche BI-Software, mit der diese Daten nun effizient genutzt werden können. Innerhalb weniger Minuten können Auswertungen erstellt werden, mittels derer Kennzahlen für das medizinische Controlling und Indikatoren für die gesetzlich vorgeschriebene Qualitätssicherung ermittelt werden.

[www.t-systems.at](http://www.t-systems.at)

**Peter Lang:** „Mit Methoden der Business Intelligence schließen wir den Informationszyklus: Neue Erkenntnisse werden wieder in die laufenden Geschäftsprozesse eingebracht und auf alle Bereiche eines Unternehmens ausgedehnt“, erklärt der Experte für Business Intelligence bei T-Systems Austria.

## Verborgene Daten-Cluster aufzeigen

**economy:** Was unterscheidet Business Intelligence, kurz BI, von anderen Methoden der Informationsaufbereitung?

**Peter Lang:** Es geht darum, aus vorhandenen Unternehmensdaten Informationen und in der Folge neue Erkenntnisse abzuleiten, um in den täglichen Geschäftsprozessen bessere Entscheidungen treffen zu können. Früher gab es ein meist nur statisches Reporting; heute werten wir die Informationen on-

line nach den unterschiedlichsten Kriterien aus, die oft neue Ansatzpunkte für das unternehmerische Handeln ergeben. Mit Methoden der BI schließen wir den Informationszyklus: Neue Erkenntnisse werden wieder in die laufenden Geschäftsprozesse eingebracht und auf alle Bereiche eines Unternehmens ausgedehnt. Das heißt: Die Informationsverarbeitung erfolgt breiter und tiefer.

### Welche Kriterien spielen bei der Umsetzung von BI-Projekten eine entscheidende Rolle?

Die Umsetzung ist meist sehr komplex. BI betrifft viele verschiedene Unternehmensbereiche und Anwendungen; aber in einem Unternehmen bestehen schon eingespielte, gewachsene Systeme – und BI-Prozesse greifen auf diese Systeme zu. Es muss daher klar definiert sein, was das Ziel des Vorhabens ist, vor allem muss das Management voll und ganz hinter dem Projekt stehen. Für den Projekterfolg ist es sehr wichtig, dass wir fachlich kompetente An-

sprechpartner auf Kundenseite haben – Leute, die die Sprache der BI-Experten verstehen.

### Wann entschließen sich Unternehmen zu BI-Projekten?

Meistens gibt es einen konkreten Anlassfall, um mit einem BI-Projekt zu starten. Ein Beispiel: Ein Unternehmen aus der Autoindustrie verzeichnete überhöhte Lagerstände; man wusste, dass die Kosten im Branchenschnitt zu hoch waren, wusste aber nicht, warum. Um das herauszufinden, wurde ein Pilotprojekt gestartet und eine Analyse beauftragt; mithilfe von BI-Instrumenten konnten wir die Ursachen ausforschen und Vorschläge zur Lösung des Problems machen. Wenn ein Unternehmen positive Erfahrungen mit BI gemacht hat, wird das oft sukzessive auf andere Bereiche ausgedehnt.

### Können Sie uns die BI-Methode etwas genauer beschreiben?

Datenbanken enthalten aktuelle Informationen des operativen Geschäfts. Diese leiten



Business Intelligence versucht, aus dem vorhandenen Datenbestand neue Erkenntnisse herauszufiltern. Foto: Bilderbox.com

wir über in ein Data-Warehouse und bereiten sie dort so auf, dass sie später bequem ausgewertet werden können. Das Data-Warehouse ist also unser Fundus aller historischen Daten. Darauf können wir sogenannte Data-Marts aufbauen; das sind spezielle Da-

tenbereiche, Ausschnitte aus dem Gesamtbestand, auf die wir gezielt zugreifen können. Zudem können wir mit Data-Mining werkzeuggestützt Zusammenhänge, Muster und Cluster innerhalb bestimmter Datenbereiche sichtbar machen. gesch

## Zur Person



Peter Lang ist Experte für Business Intelligence bei T-Systems Austria. F.: T-Systems

## Special Innovation

# Rascher, besser, zielsicherer

Telekom Austria setzt auf zeitgemäße Unternehmenssteuerung durch Business Intelligence.

## Ernst Brandstetter

Begriff und Konzept von Business Intelligence (BI) wurden von Gartner Group Anfang der 1990er Jahre geprägt. Im Allgemeinen versteht man darunter einen strategischen, IT-gestützten Prozess, mit dem Daten in Informationen und weiter in Unternehmenswissen verwandelt werden. Heute wird Business Intelligence in der Fachwelt als Oberbegriff für Data Warehousing (DWH), Data Mining (DM) und Online Analytical Processing (OLAP) gesehen.

Business Intelligence zielt auf die systematische Analyse (= Intelligence) des eigenen Unternehmens und ihres kommerziellen Umfeldes durch Einrichtung der erforderlichen IT-Systeme und durch Aufsetzen der entsprechenden, unternehmensweiten Prozesse, erklärt Thomas Kloepfer Head of Controlling Applications, DWH & BI CC bei Telekom Austria. Mit dem Einsatz dieser Systeme würden drei Kernziele angesprochen: Erkenntnisgewinn für bessere operative, taktische und strategische Entscheidungen, analytische Datenbewertung und darauf aufbauend eine Vergrößerung der Wertschöpfung durch Erhöhung der Profitabilität bei gleichzeitiger Risikominimierung.

Telekom Austria hat laut Kloepfer bereits vor zehn Jahren begonnen, eine professionelle Data-Warehouse-Lösung aufzubauen. Befanden sich am Beginn hauptsächlich Umsatz- und Nutzungsanalysen, Tarifsimulationen und weitere Reporting-Agenden im Fokus, so wird DWH heute in vielen Unternehmensbereichen als zentrales Steuerungselement eingesetzt. „DWH bildet die Basis für Busi-

ness Intelligence im Controlling, im Vertrieb, im Marketing, im Customer Service, bei Revenue Assurance und auch in den Bereichen Service and Network Operation und Logistik“, zählt Kloepfer auf.

Im Controlling wird Business Intelligence als integriertes Umsatzplanungs- und Reporting-System für die Vertriebs- und Produkt-Cluster-Steuerung ebenso eingesetzt wie für die Profitabilitätsanalyse oder das integrierte Kosten-Reporting. Der Vertrieb nutzt Business-Intelligence-Systeme für Kundenanalysen, Preisgestaltung und Vertriebsschienenmessung. Das Marketing operiert bei Segmentierung und Kundenwertanalysen mit Business Intelligence, und das Customer Service nutzt Business Intelligence für Prozess- und Performance-Optimierungen (etwa bei Herstellungs- und Entstörprozessen, im Callcenter, bei der Auskunft oder beim Complaint Management). SNO steuert über Business Intelligence die Optimierung der Netzverfügbarkeit und das SLA (Service Level Agreement)-Monitoring, und in der Logistik werden Business-Intelligence-Systeme für die bedarfsgerechte Materialeinsatzplanung herangezogen.

### Breites Einsatzspektrum

Dem Einsatz von Business Intelligence sind bei entsprechender unternehmensweiter Verankerung und im Zusammenspiel mit Data Warehousing kaum Grenzen gesetzt. „Heute wird Business Intelligence von vielen Unternehmen gerade bei umsatzrelevanten Unternehmensaktivitäten wie dem Vertrieb, bei Service-Level-Differenzierung zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und Ver-

besserung der Kundenbindung oder bei der marktgerechten Produktentwicklung herangezogen. Am Ende geht es aber immer um Effizienzsteigerung und raschere, bessere Entscheidungen. Anders ausgedrückt ermöglicht Business Intelligence bessere Produkte, höhere Profitabilität und schnelleren Zugang zu den Kundenzielgruppen“, betont Kloepfer.

### Umfassende Aufgabe

An Business Intelligence führt laut Kloepfer kein Weg vorbei, auch wenn die Umsetzung dauert: „Oftmals haben sich Business-Intelligence-Systeme deshalb nicht voll durch-

gesetzt, weil branchenweit der konzertierte Unternehmenswille, Business Intelligence als umfassende E2E-Aufgabe quer durch das gesamte Unternehmen zu etablieren und mit der Unternehmensstrategie zu verschränken, zu gering ausgeprägt ist.“ Business Intelligence erfordert genau dieses Commitment vorweg, bevor die Umsetzung im Detail erfolgen könne. Wichtige Voraussetzungen für erfolgreichen Business-Intelligence-Einsatz sind laut Kloepfer saubere, zentrale Datenbanken (DWH) sowie die bedarfs- und zielgerichtete Entwicklung von Lösungen und Flexibilität in der Umsetzung. „Te-

lekom Austria rüstet sich für die Zukunft von Business Intelligence durch den Aufbau einer umfassenden DWH-Infrastruktur, durch integrierte Prozesse, durch ein unternehmensweit abgestimmtes Vorgehen, durch Weiterentwicklung von Business-Intelligence-Know-how und -Ressourcen, durch Standardisierung der IT-Infrastruktur und durch Entwicklung einer Business-Intelligence-Roadmap sowie durch Planung und Aufbau eines Business-Intelligence Competence-Centers“, erklärt Kloepfer. Schon jetzt werden diese Systeme von mehr als 1500 Mitarbeitern genutzt.

[www.telekom.at](http://www.telekom.at)



Business Intelligence verbindet alle Prozesse, ermöglicht bessere Kommunikation mit den Kunden und weist den Weg in die unternehmerische Zukunft. Foto: Bilderbox.com

BMW_F <sup>a</sup>	BWA BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT	bm vrt	Alcatel-Lucent	APA	CISCO	IBM	IDS SCHEER Business Process Excellence	
kapsch >>> always one step ahead	KONICA MINOLTA	PayLife	eQENTA payment solutions	XR KAUFHILFE PRODUKTE	SER	TELEKOM AUSTRIA	T-Systems	
xerox	aws aws-fonds	CHRISTIAN DOPPEL SCHNITTINGSGESSELLSCHAFT	cemit Center of Excellence in Medicine and IT	cure center for usability research & engineering	ECB E-COMMERCE COMPETENCE CENTER	plus eco	evolaris eBusiness Competence Center	
FIT-IT	GMI GREGOR MENDEL INSTITUTE	IMBA Institute of Molecular Biotechnology and Health Care Technology	KERP Kompetenzzentrum Elektronik & Umwelt	N NÖ NÖ-UNIVERSITÄT	OAW Österreichische Akademie der Wissenschaften	PROFACTOR	RIZ Die Gründer-Agentur für Niederösterreich	
smart systems from Science to Solutions	softwarepark hagenberg business research education	tec net capital	trans(IT) entwicklungs- und transfercenter universität innsbruck	VTC	ZIT ZENTRUM FÜR INNOVATION UND TECHNOLOGIE Die Technologieagentur der Stadt Wien.	cmk.	derStandard.at DER STANDARD	economy Unabhängige Zeitung für Forschung, Technologie & Wirtschaft

Das Special Innovation wird von der Plattform economyaustria finanziert. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy. Redaktion: Ernst Brandstetter

# Ein Land im Fußballfieber

Demnächst erfolgt der Anpfiff für die „Euro 2008“. In den Nachrichtenagenturen des Landes bereitet man sich bereits seit mehr als eineinhalb Jahren auf dieses Großereignis vor. Das Ergebnis kann sich sehen lassen.

Sonja Gerstl

926 Meldungen, mehrere Hundert Fotos, Dutzende Videos und Grafiken, völlig neue multimediale Services – bereits in den ersten vier Monaten des heurigen Jahres hat die Austria Presse Agentur (APA) ein umfangreiches Content-Paket rund um die Fußball-Europameisterschaft 2008 produziert. Trotzdem ist dies alles lediglich die „Pflicht“ – die „Kür“ beginnt nämlich erst am 7. Juni mit dem Anpfiff des Eröffnungsspiels. Die darauf folgenden drei Wochen stellen für Redaktion, Technik und Produktentwicklung die größte Herausforderung in der Geschichte der Nachrichtenagentur dar.

Die Berichterstattung in Text, Bild und Grafik für die „klassischen“ Medien, also Print, TV, Radio, sowie für die internationalen Partneragenturen, war schon Grund genug, die redaktionsinternen Vorbereitungsarbeiten auf mehr als eineinhalb Jahre anzuberaumen. In eine völlig neue Dimension stößt die Nachrichtenagentur in der Produktentwicklung im Bereich der Neuen Medien vor. Live-Berichte aller Spiele in Flash-Grafiken für Internet-Portale, animierte Spielszenen-Grafi-

ken, Podcast-Services, Video-Berichte sowie elektronische Touristen-Guides stehen bereit.

## Animierte Grafiken

Dabei können Fußball-Begeisterte (und nicht nur sie, begeistern doch Ronaldo und Co während der Spiele auch nicht eingefleischte Fans) mit völlig neuen Services rechnen. Zu wirklichen Eye-Catchern in Internet-Portalen sollten sich animierte Spielszenen-Grafiken entwickeln, ist Marcus Hebein, Leiter von APA-Multimedia, überzeugt: „Diese Animationen waren bisher in Österreich in dieser Form noch nie zu sehen.“ Die Animationen stellen Tor- und entscheidende Spielszenen in computeranimierten Grafiken in unterschiedlichen Ansichten dar, sodass der Nutzer maximal eine Stunde nach dem Spiel einen völlig neuen Eindruck der Szene gewinnt. Mehrere Portalbetreiber zählen zu den Interessenten für das Service.

Information und Unterhaltung stehen auch im Mittelpunkt von mehreren Flash-Grafiken. Live-Coverage aller Spiele, umfangreiche Statistik-Datenbanken, in denen die Daten der Mannschaften und Spieler schon während der Spiele aktualisiert werden sowie Service-



**Härteprobe im Juni: Die Fußball-Europameisterschaft 2008 stellt die europäische Medienlandschaft vor gewaltige Herausforderungen.** Foto: Fotolia.com

Information rund um alle Host-Citys (von Sehenswürdigkeiten, Unterhaltungsangeboten bis hin zur Verkehrsanbindung) sind in einfach zu integrierende Flash-Grafiken eingebunden.

„Wir setzen dabei auch auf die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern“, erklärt Hebein. So werden etwa Spiel-Statistikdaten von einem internationalen Spezialanbieter direkt in die Grafiken integriert. Bestimmte

Applikationen wurden gemeinsam mit führenden Nachrichtenagenturen entwickelt. Ergebnis der Kooperationen: Portalbetreiber in Österreich können die „Euro 2008“ in völlig neuer Aufmachung präsentieren. Die Services der APA werden sich während der „Euro“ in unterschiedlicher Aufmachung auf mehreren Dutzend Websites (und auch in Screen-Lösungen sowie in mobilen Portalen) fin-

den. „In diesen Wochen laufen die letzten Verhandlungen sowie abschließende Projektarbeiten“, sagt Hebein.

Aufatmen kann die APA-Redaktion am 29. Juni um etwa 22.30 Uhr. Da fällt der Schlusspfiff im Finale in Wien. Die Atempause wird kurz sein: Ein paar Wochen später beginnen nämlich die Olympischen Spiele in China.

[www.multimedia.apa.at](http://www.multimedia.apa.at)

## Zeitgemäße Handhabung von Daten

Elektronische Akten verhindern Papierberge und sorgen für eine reibungslose Informationsübermittlung.

Papierakten verursachen Unmengen von Kosten – für das Erstellen, das Transportieren, das Anfordern, den Zugriff und letztlich für das sichere Aufbewahren. Aktenberge aus Papier sind nicht mobil und erschweren in der Regel die alltägliche Arbeit. Mitunter sind es mehrere Mitarbeiter eines Unternehmens, die unabhängig von ihren jeweiligen Standorten und jederzeit auf bestimmte Informationen zugreifen können sollten. Der damit verbundene administrative Aufwand geht oftmals auf Kosten von Produktivität, Servicequalität und aktiver Verkaufszeit.

Kein Wunder, dass der Trend immer mehr in Richtung „elektronische Kundenakte“ geht. Schließlich gilt der Abschied vom Papier als Schlüssel zu einer besseren Auskunftsbereitschaft und einer produktiveren Verwaltung innerhalb eines Un-

ternehmens. So etwa ermöglichen elektronische Akten den effizienten, standortübergreifenden und sicheren Zugriff auf vollständige Informationen und Dokumente, indem sie die verschiedensten Datenquellen zusammenführen. Dazu zählen Dokumente wie etwa Briefe, Auftragsbestätigungen, Lieferscheine und Rechnungen, aber auch Daten aus Mailsystemen und sogenannte multimediale Objekte, Internet-Links, Zeichnungen, kaufmännische Daten oder Kundeninformationen.

## Einfache Handhabung

Die elektronische Kundenakte dient so gesehen als zentraler Einstiegspunkt für eine übergreifende Recherche. Darüber hinaus ist die elektronische Akte in puncto Datenschutz und Zugriffssicherheit unerreichbar. Mit ihr lässt sich nämlich exakt definieren, wer Einsicht in



**Kampf dem Papierchaos: Elektronische Akten ermöglichen einen sicheren Zugriff auf Dokumente.** Foto: Fotolia.com

welche Akten, Vorgänge und Dokumente nehmen darf und wer nicht. SER Solutions, Experte für Enterprise-Content-Management, informierte im

April österreichweit darüber, wie Unternehmen von den Vorteilen jederzeit verfügbarer Informationen profitieren können. Über 100 Teilnehmer nahmen an

den einzelnen Workshops zum Thema teil. Tenor des Events: Elektronische Akten dienen als Informationscockpit für mehr Produktivität. Die Arbeitsweise mit elektronischen Akten entspricht dank ausgereiften Funktionen den papierbasierten Gewohnheiten. Sogar eigene Aktendeckblätter mit dem wichtigsten Informationen sind im Paket enthalten.

Darüber hinaus ist auch das „Mitnehmen“ einer Akte als PDF-Export („Pack & Go“) möglich. Die elektronische Kundenakte ist ein „Doxis Solution Package“. Das heißt, es handelt sich hierbei um eine vorgefertigte Lösung, die vor der Installation bereits individuellen Kundenwünschen angepasst wird. Vor Ort erfolgt nur noch die Integration in die jeweilige unternehmenseigene IT-Systemlandschaft. sog

[www.ser.at](http://www.ser.at)

## Special Innovation

# Marketing mit Formularen

Mit moderner, modular aufgebauter Druck-Software beginnt ein neues Zeitalter im Output-Management.

Gerhard Scholz

Großrechner und ERP-Systeme haben eines gemeinsam: Sie liefern keine zufriedenstellenden Druckergebnisse. Und das war längste Zeit auch nicht besonders wichtig; im Vordergrund stand die Verarbeitung von Daten, nicht der Daten-Output. Wenn gedruckt wurde, dann meist mit Line- und Matrixdruckern auf Endlospapier – aufgrund ihrer Lärmentwicklung wahre Folterwerkzeuge für alle Büroangestellten. Grafische Gestaltungsmöglichkeiten gab es kaum – fette Schriften wurden erzielt, indem der Text mit dem Versatz einer halben Zeile zweimal gedruckt wurde.

## Komplexere Anforderungen

Durch die rasche Verbreitung von Laser- und Tintenstrahldruckern entstanden vielfältige neue Anforderungen an die Druckausgabe: Datensätze mussten mehrfach gedruckt werden, weil diese Drucker kein Durchschlagpapier zulassen; um gestaltetes Papier (wie Briefpapier) zu bedrucken, mussten bestimmte Papierladen angesteuert werden; und die Integration von Barcodes und anderen Markierungen war schlichtweg eine Katastrophe. Jede Änderung und Erweiterung musste mit immensum Zeitaufwand neu programmiert werden und war dementsprechend teuer. Durch die zahlreichen Änderungen und mangelhafte Dokumentation wurden die Systeme immer komplexer und komplizierter – kein Wunder, dass sich die für den Druck-Output verantwort-



Mit einem zentralen Output-Management-System können grafisch aufbereitete Geschäftsdokumente mit variablem Inhalt erstellt und gedruckt, verwaltet und verteilt werden. Foto: Konica Minolta

lichen IT-Leute vor jedem Wunsch nach Neugestaltung drückten; sie waren einfach nur froh, wenn das System reibungslos funktionierte.

Für Johannes Bischof, Geschäftsführer von Konica Minolta Business Solutions Austria, sind diese Probleme allerdings längst Geschichte: „Die Anforderungen in diesem Bereich sind in den letzten Jahren massiv gestiegen. Beim Dokumenten-Output wird größere Flexibilität denn je benötigt; personalisierte

Dokumente werden heute gerne als effiziente Marketing-Instrumente genutzt. Alles kein Problem mehr – mittels moderner, modular aufgebauter Druck-Software lassen sich alle Wünsche einfach und kostengünstig erfüllen.“

Als bevorzugte Software zur Drucksteuerung setzt Konica Minolta die Planet-Press-Suite des kanadischen Software-Hauses Objectif Lune ein. Das Planet-Press-Paket besteht aus mehreren Software-Bausteinen,

die je nach Anforderung einzeln eingesetzt oder kombiniert werden können. Im optimalen Fall steht damit ein zentrales Output-Management-System zur Verfügung, mit dem Geschäftsdokumente mit variablem Inhalt erstellt, verwaltet, gedruckt und verteilt werden können. Alle in einem Unternehmen verfügbaren variablen Daten können eingebunden werden, ohne in bestehende Datenströme eingreifen zu müssen. Die Daten werden von einem Host oder

Server an das Planet-Press-System übergeben und dort weiterverarbeitet.

Vorgedruckte Formulare gibt es in diesem System nicht mehr; jedes Schriftstück wird auf Anforderung gedruckt. Jedes Layout kann einfach und ohne großen Aufwand verändert werden. Durch Bilder, Grafiken und personalisierte Botschaften werden auch Transaktionsdokumente wie Rechnungen und Lieferscheine zu Werbeträgern. Selbstverständlich können auch Barcodes oder sonstige Marker problemlos eingefügt werden. Gedruckt wird dort, wo es notwendig und sinnvoll ist: eine Rechnung im Rechenzentrum, ein Kundenbrief in der Poststelle, ein Kontoauszug in der Buchhaltung, ein Lieferschein im Versand. Jedes Dokument wird als PDF im Archiv abgelegt, wo es jederzeit wieder aufgerufen werden kann.

## Gewaltiges Potenzial

Johannes Bischof sieht hier ein gewaltiges unternehmerisches Potenzial: „Mit den Möglichkeiten der heutigen Druck-Software, wie sie zum Beispiel die Planet-Press-Suite bietet, beginnt in der Tat ein neues Zeitalter im Output-Management. Alle damit zusammenhängenden Prozesse können neu gestaltet, optimiert und rationalisiert werden. Der Druck-Output wird flexibler und in Summe billiger. Ein Dokument ist nicht mehr nur ein einfaches Blatt Papier, sondern eine Visitenkarte, ein Werbeträger, ein Aushängeschild eines Unternehmens.“

[www.konicaminolta.at](http://www.konicaminolta.at)

## Wenn ein Defekt ein Glücksfall ist

Aus dem Wunsch, einen Drucker zu tauschen, entwickelte sich eine komplette Neugestaltung des Druckprozesses.

Eigentlich sollte ja nur ein defekter Drucker durch einen neuen ersetzt werden. Aber dann kam es ganz anders: Denn als die Experten von Konica Minolta ihrem Kunden, einem der größten Versandhäuser im deutschsprachigen Raum, die Vorteile einer großzügigen Neugestaltung des gesamten Druckprozesses beschrieben, war rasch klar, dass das die Lösung für die Zukunft sein würde.

5000 Rechnungen und 5000 Lieferscheine im A4-Format werden pro Tag vom Versandhaus erstellt. Im alten System gab es aber keine Möglichkeit, die Kunden personalisiert anzusprechen. Oft fielen die Drucker aus, oder der Druck-Output war bei Arbeitsbeginn noch nicht fertig, wodurch sich die Auslieferung der Pakete verzöger-

te. Rechnungen wurden einfarbig schwarz auf vorgedrucktes Briefpapier gedruckt; elektronische Rechnungen konnten nicht erstellt werden. So gesehen war es ein Segen, dass ein Drucker schließlich ganz den Geist aufgab und damit den Weg für eine neue Ära freimachte.

### Neu konzipierter Workflow

Mit der Installation der Planet-Press-Suite änderte sich der gesamte Workflow, ohne dass am Großrechner etwas verändert werden musste; der Datenstrom wird einfach an die Output-Steuerung übertragen. Erste und vielleicht wichtigste Verbesserung: Der Druckprozess wird in der Nacht, also zeitversetzt, gestartet; am Morgen kann die Versandarbeit pünktlich gestartet werden. In der

Kundendatenbank wird festgestellt, ob der Kunde eine elektronische Rechnung oder die klassische Variante erhält. Die elektronischen Rechnungen werden erstellt, digital signiert

und dem Kunden via E-Mail zugestellt. Rechnungen auf Papier sind jetzt vierfarbig, grafisch gestaltet und enthalten eine individuelle Werbebotschaft für den Kunden. Ein Punktesystem

kombiniert mit einer Antwortseite soll den Kunden zu weiteren Käufen anregen.

Innerhalb eines Jahres konnten 30 Prozent der Kunden auf elektronische Rechnungen umgestellt werden; das entspricht rund 300.000 nicht gedruckten Seiten pro Jahr. Der Neukauf ist durch die farbigen Werbebotschaften um 31,5 Prozent gestiegen; die Rechnungen sind zu einem wichtigen Marketing-Instrument geworden.

Als Kunden konnte Konica Minolta kürzlich auch TNT Innight gewinnen. Das Nachtexpress-Netzwerk von TNT setzt das neue Formular-Management-System ein, um den Workflow der Lieferschein-Erstellung zu optimieren, und plant bereits einen weiteren Ausbau in Richtung Rechnungswesen. *gesch*



Wenn es um zeitkritische Zustellung geht, müssen die Erstellung und der Druck der Lieferscheine perfekt funktionieren. Foto: TNT

# Punktgenaue Dokumentationen

Gedruckte Informationen sind in der sich ständig verändernden Geschäftswelt schnell veraltet. Das musste auch das irische Unternehmen FG Wilson bei der Erstellung der Dokumentationen für seine Stromgeneratoren erfahren. Erst die Umstellung auf einen Print-on-Demand-Prozess konnte dieses Problem dauerhaft lösen.

**Gerhard Scholz**

Wenn eine große Maschine auf die Reise zum Kunden geht, wird sie meist von einem umfangreichen Dokumentationspaket begleitet. Dieses enthält alle Informationen für den Betrieb und die Wartung des Gerätes. Das irische Unternehmen FG Wilson, eine Tochtergesellschaft des Maschinenbau-Kon-

zerns Caterpillar, produziert Stromgeneratoren – 99 Prozent davon gehen in den weltweiten Export. Deshalb muss FG Wilson seine Handbücher in den unterschiedlichsten Sprachen drucken; so besteht eine gesetzliche Verpflichtung, die Handbücher in allen EU-Sprachen zu erstellen; aber es werden auch Versionen in Arabisch und Russisch aufgelegt.

Der komplizierte Prozess der Erzeugung dieser Dokumentationen verursachte immer wieder Probleme: Oft fehlten ganze Teile, oft waren die Versionen veraltet oder lagen in der falschen Sprache bei. Die Sache wuchs FG Wilson langsam über den Kopf, wie auch Projektmanager John Stewart einräumte: „Es gab ein Qualitätsproblem, das wir beheben mussten, um

unseren hohen Kundendienststandard aufrechtzuerhalten.“ Insgesamt zehn Mitarbeiter waren mit der Herstellung der Handbücher beschäftigt. Allerdings wurden die einzelnen Materialien extern im Offsetdruck produziert, von bis zu 17 verschiedenen Firmen geliefert und erst dann von den eigenen Mitarbeitern manuell zu Einzeldokumentationen zusammengestellt. Wegen der hohen Auflagen im Offsetdruck blieb viel veraltetes Material ungenutzt liegen. Der ganze Vorgang war kompliziert, zeitaufwendig und teuer.

## Print-on-Demand

Zur Verbesserung seines Dokumenten-Managements holte FG Wilson Rat und Angebot von mehreren Spezialisten ein. Nur die von Xerox Global Services vorgeschlagene Lösung erfüllte die Grundbedingung: die Produktion im eigenen Haus. Dazu erklärt Stewart: „Eine externe Produktion kam für uns nicht mehr in Frage. Hier bei uns können wir die oft notwendigen Änderungen sofort vornehmen.“ Auf Vorschlag von Xerox wurde der gesamte Produktionsprozess der Dokumentationen auf ein intern ablaufendes Just-in-Time-System umgestellt. Zwei Xerox-Digitaldrucksysteme des

Typs Docu Tech 6135 ermöglichen jetzt Print-on-Demand: Gedruckt wird das, was gerade benötigt wird – und zwar in der tatsächlich erforderlichen Menge ohne Restposten. Damit wurde auch das Problem veralteter Lagerbestände gelöst. Bestellungen werden direkt über das SAP-System abgewickelt; dabei wird die Stückliste nach Bestellnummer, Typ der Handbuch-Komponente und Sprache sortiert. Heute kümmern sich fünf Xerox-Mitarbeiter bei FG Wilson vor Ort um die gesamte Abwicklung bis hin zur Endfertigung.

John Stewart ist mit dem Ergebnis mehr als zufrieden: „Unsere Aufträge wachsen ständig. Mit unserem alten System hätten wir neue Mitarbeiter einstellen und den Lagerbestand erhöhen müssen; doch jetzt produzieren wir 1200 Handbücher pro Woche statt wie früher 600. Unser Kundendienst hat sich deutlich verbessert: Da wir den Inhalt einer Dokumentation mittels der SAP-Stückliste kontrollieren, gibt es die Probleme des alten Systems nicht mehr. Und nicht zuletzt konnten wir schon im ersten Jahr 360.000 Euro einsparen, das sind 60 Prozent mehr, als wir erwartet haben.“

[www.xeroxglobalservices.com](http://www.xeroxglobalservices.com)



Mit einem digitalen Drucksystem im eigenen Haus können Dokumente just in time in der tatsächlich benötigten Stückzahl ohne kostspieligen Überschuss produziert werden. Foto: Xerox

## Am Pulsschlag des Tagesgeschehens

Die maßgeschneiderte Medien-Recherche unterstützt ein aktuelles und effizientes Informationsmanagement.

Selbst die aktuellste Meldung ist nichts wert, wenn keiner sie liest. Doch wie in dem Überangebot an gedruckten und gesendeten Nachrichten den Überblick behalten? Wo in diesem Wust an Informationen stehen die für mich wichtigen und relevanten? Der Manager, der mit der zusammengefalteten Zeitung unterm Arm ins Büro strebt, ist ein Bild von vorgestern. Heute werden Nachrichten wie Daten behandelt – sie werden gefiltert, selektiert und ausgewertet.

### Nachrichtenfilter

APA-Defacto ist eine hundertprozentige Tochterfirma der Austria Presse Agentur (APA); sie ist der größte Medien- und Fachdatenbank-Anbieter Österreichs. Die Datenbanken der APA-Defacto beinhalten derzeit mehr als 70 Mio. Files. Medien, Unternehmen, politische Parteien, Verbände und Institutionen nutzen diesen Fundus. Im



Fast in Echtzeit liefert APA-Defacto Kunden elektronische Informationen über firmenrelevante Nachrichten. Foto: APA-DeFacto

Auftrag ihrer Kunden filtert die APA-Defacto spezifische Informationen aus dem medialen Tagesgeschehen und stellt sie den Kunden in individuell aufbereiteter Form zur Verfügung. Dafür recherchiert APA-Defacto

in 15 internationalen Agenturen und den wichtigsten internationalen Medien, in praktisch allen österreichischen Zeitungen und Fachpublikationen, in Radio- und TV-Sendungen, auf Websites und in Börsencharts.

Die Aufbereitung der Informationen erfolgt auf zweierlei Art. Mit dem Defacto-Online-Pressespiegel liegt pünktlich zum Morgenkaffee eine Auswahl aller aktuellen Medienberichte auf dem Tisch: je nach Wunsch über das eigene Unternehmen, die ganze Branche, den Wettbewerb. „Auf dem Tisch“ bedeutet heutzutage, dass die elektronisch erfassten Informationen auf den PC gesendet, in das firmeneigene Intranet gestellt oder an mobile Endgeräte ausgegeben werden. Welche Medien (Print, Radio, Fernsehen, Internet) gescannt werden sollen, bestimmt der Kunde.

### Frühwarnsystem

Wem der 24-Stunden-Zyklus zu lange dauert, der kann sich mit dem Defacto-Produkt „Select“ die benötigten Informationen auch zum frühestmöglichen Zeitpunkt liefern lassen. Auf Basis des vereinbarten Themenprofils werden alle Tages-

meldungen laufend durchgesehen und Treffer sofort an den Kunden weitergegeben. Damit eignet sich Defacto-Select als Frühwarnsystem für kritische Unternehmensinformationen.

Durch die elektronische Aufbereitung der Meldungen als PDF oder Multimedia-File können beide Defacto-Produkte in der Folge als erweiterte Informationsplattform des Kunden genutzt werden – optisch an die bestehende Corporate Identity angepasst. Denn auch firmeninterne Inhalte wie Presseauswertungen, Produktbeschreibungen, Kundenberichte, Präsentationen, Bilder, Grafiken oder Videos können eingebaut werden. Einzelne Meldungen kann das Kundenmanagement sofort mit eigenen Kommentaren versehen. Damit können alle Firmenmitarbeiter ständig über neueste Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten werden. *gesch*

[www.apa-defacto.at](http://www.apa-defacto.at)



## Special Innovation

# Nahtlose Information im Spital

Maßgeschneiderte Kommunikationstechnikkonzepte sind aus dem Krankenhausalltag nicht mehr wegzudenken.

Sonja Gerstl

Drahtlose Netzwerke wie Wireless LAN (WLAN) erobern den Gesundheitsbereich. Selbstredend, dass gerade in der Health-Care-Branche an derartige Kommunikationstechnologien hohe Anforderungen gestellt werden, schließlich gilt es im tagtäglichen Umgang mit sensiblen Patientendaten ganz besondere Sicherheitsmaßnahmen zu berücksichtigen.

Die Vinzenz Gruppe zählt zu den zehn größten Spitalsgruppen Österreichs. Rund 2200 Betten und 5000 Mitarbeiter in Oberösterreich und Wien gehören zum Kompetenzbereich dieses Krankenhausverbundes. Bei der Einführung einer neuen Wireless-LAN-Lösung setzte man auf Kapsch Business Com. Die nunmehr implementierte Lösung ermöglicht einen nahtlosen Informationsfluss und trägt damit zu einer ganz wesentlichen Verbesserung der Arbeitsabläufe im Klinikalltag bei.

## 500 Access-Points

Und so funktioniert das System: Das durch eine Authentifizierung autorisierte Spitalpersonal erhält einen drahtlosen und sicheren Zugriff auf sämtliche digitalen Patientendaten. Das Spital-WLAN wird dabei auf den Stationen und Ambulanzen für eine sichere elektronische Visite und Pflegedokumentation eingesetzt. So etwa können die aktuellsten Untersuchungsergebnisse und Informationen stets vor Ort analysiert und zum Beispiel Therapien direkt am Krankenbett online angepasst werden. Das zeitaufwendige Anfordern und Abholen von Akten für die Visite gehört damit der Vergangenheit an.

Zudem bietet die Vinzenz Gruppe ihren Mitarbeitern, die an mehreren Standorten tätig sind und dort keinen fixen Arbeitsplatz haben, zeitgemäßen Zugang ins IT-Unternehmensnetzwerk.

Ein Teil der insgesamt 500 Access-Points ist in den Bürobereichen, Besprechungs- und Seminarräumen installiert: So sind die gewünschten und benötigten Informationen für alle Berechtigten immer abrufbereit. Eine optimale Konfiguration des Netzwerks ermöglicht den gewohnten Zugriff an allen Standorten.

## Zugriffsschutz

„Durch die zentralisierte WLAN-Lösung von Kapsch konnten wir einerseits eine hohe Akzeptanz beim Ärzte- und Pflegepersonal für das neue System erreichen. Gleichzeitig wurde unser administrativer Aufwand auf ein Minimum reduziert“,



Gerade im Health-Care-Bereich gilt es, größtmögliche Sicherheitsstandards zu bieten. Schließlich dürfen sensible Patientendaten nicht in die falschen Hände gelangen. Gleichzeitig müssen sämtliche relevanten Informationen auf Knopfdruck bereitstehen. Foto: Fotolia.com

freut sich Gerhard Wakolbinger, Leiter des System- und Netzwerkmanagement-Competence-Centers der Vinzenz Gruppe.

Ein zentraler Faktor bei allen Gesundheitstechnologielösungen ist die Sicherheit des Systems. So werden zum Beispiel die Daten, die vom Endge-

rät zu den Access-Points oder den Controllern weitergeleitet werden, stets nach Industriestandards verschlüsselt.

Darüber hinaus sind auf den Access-Points keine Passwörter oder Konfigurationen gespeichert. Mit den Notebooks, die zur Visite eingesetzt werden,

ist der Zugriff auf verschiedene Applikationen wie zum Beispiel Krankenhaus-Informationssystem (KIS), OP-Planung, Röntgen-Informationssystem (RIS), Pflegedokumentation, Dienstpläne oder Intranet-Applikationen durch eine Terminal-Server-Lösung gewährleistet.

Es werden jedoch keine Patientendaten lokal gespeichert. Bei Verlust oder Diebstahl der Access-Points oder Endgeräte können so keine vertraulichen Daten nach außen gelangen. Die Sicherheit für die sensiblen Patientendaten ist gewährleistet.

www.kapsch.at

## Elektronische Orientierungshilfe

Neue WLAN-Infrastruktur versorgt EDV von Geriatrie-Zentren und hilft bei Patientensuche.

In den Geriatriischen Gesundheitszentren der Stadt Graz (GGZ) setzt man seit Kurzem auf Informationstechnologielösungen und Dienstleistungen von Kapsch Business Com. So sorgt in den einzelnen Zentren eine State-of-the-Art-Lösung für die Lokalisierung desorientierter Patienten. Basis dafür ist ein umfassendes WLAN-Netz, das auch für IT- und Telefonie-Anwendungen benützt wird.

## Drahtlose Infrastruktur

„Die Lösung von Kapsch ermöglicht uns, sämtliche Applikationen wie EDV-Anwendungen, Internet-Telefonie und das neue System für desorientierte Patienten einheitlich über die neue WLAN-Infrastruktur zu betreiben“, erklärt Stefan Windisch, IT-Management-Leiter der GGZ. Die drahtlose Infrastruktur erlaubt den Einsatz von neuen Anwendungen. Eckpfeiler der Lösung sind dabei 151 Cisco-WLAN-Access-Points an vier Controllern, die das gesamte Areal mit WLAN versor-

gen. Die Klinik setzt ein „Self-Healing Network“ ein, das heißt: Access-Points erkennen Ausfälle und springen für andere ein.

Die zentrale Telefonielösung hat Kapsch mit einem Cisco-Unified-Communications-Manager realisiert, die rund 130

IP-Phones sind über die WLAN-Infrastruktur integriert. Der Cisco-Unified-Communications-Manager ist Teil eines Drei-Server-Clusters der Stadt Graz, eine größtmögliche Ausfallsi-

cherheit ist dadurch gewährleistet. Das Netzwerk dient aber nicht nur als Basis für die Telefonie, sondern als Infrastruktur für eine umfangreiche Lokalisierungslösung. Dabei wurden sämtliche Gebäudepläne im System erfasst und die Patienten mit individuellen RFID-Tags (Sender/Empfänger für Radio Frequency Identification) ausgestattet. Den Tags werden Bereiche zugeordnet, in denen sich der jeweilige Patient frei bewegen kann. Verlässt er diesen, verständigt der Alarm-Server in Echtzeit das Pflegepersonal. Kapsch setzte bei dieser Lösung spezielle WLAN-Sender ein, die Tags beim Patienten direkt ansprechen können. Somit ist es dem Pflegepersonal möglich, die Sorgfaltspflicht für die Patienten bestmöglich zu erfüllen, ohne diese in ihrer Freiheit einschränken zu müssen.

Weitere Applikationen sind angedacht: Eine medizinische Leistungserfassungs- und Pflegedokumentationssoftware wird gerade evaluiert. sog



Spezielle WLAN-Sender helfen dabei, verloren gegangene Patienten rasch wiederaufzufinden. Foto: Fotolia.com

## Special Innovation

**Christian Doleschal:** „Unsere Systeme und Produkte sind durchgehend modular aufgebaut. Das heißt, dass wir auch kleinen Kunden Lösungen anbieten können, die exakt an die speziellen Bedürfnisse ihres Geschäfts angepasst sind“, erklärt der Channel-Sales-Manager von Alcatel-Lucent Enterprise.

# Keine Nummer zu groß

Gerhard Scholz

**economy:** Zu welchen Themen kann Alcatel-Lucent für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) Lösungen anbieten?

**Christian Doleschal:** Wir steigen bei der klassischen Telefonie ein und wachsen bei Bedarf mit unseren Kunden mit. Wir statten Unternehmen jeder Größenordnung mit der für sie passenden Telefon-Infrastruktur aus: ob über das herkömmliche Telefonkabel oder kabellose Lösungen, ob über Digital- oder Internet-Telefonie. Wir unterstützen Lösungen

für Teamarbeit und für Mitarbeiter, die mobil oder aber an anderen Standorten arbeiten. Und wir integrieren Internet-Anwendungen in das Kommunikationssystem.

*Es scheint im KMU-Bereich noch immer eine Scheu vor moderner Technologie zu geben.*

Weil das leider wirklich noch so ist, versuchen wir, unseren Endkunden folgende Botschaften zu vermitteln. Erstens: Es gibt eine Technologie, die heute wunderbar funktioniert. Zweitens: Wir bieten euch Lösungen, die für eure Bedürf-

nisse maßgeschneidert sind. Ein Beispiel: Wenn ein Unternehmen noch eine kabelgebundene Telefon-Infrastruktur hat, dann schauen wir, wie wir diese bestmöglich nutzen können; gibt es aber schon ein Wireless LAN, möglicherweise um das Lager anzubinden, dann können wir dieses ergänzen und die gesamte Sprachtelefonie darüberführen. Es gibt also kleine und große Lösungen, das muss man ganz kundenspezifisch sehen.

*Sie sagten vorhin, Sie wachsen mit Ihren Kunden mit. Wie soll man das verstehen?*

Unsere Systeme und Produkte sind durchgehend modular aufgebaut. Das heißt zum einen, dass wir auch kleinen Kunden Lösungen anbieten können, die exakt an die speziellen Bedürfnisse ihres Geschäfts angepasst sind. Und zum anderen, dass wir viele Erweiterungsmöglichkeiten bereitstellen, um die ein System bei Bedarf ergänzt werden kann. Die Kunden schauen ja immer auch – und das zu Recht – auf die Kosten. Und da können wir ihnen sagen: „Sie bezahlen nur das, was Sie wirklich brauchen.“

*Aber kann man die vielen mitgelieferten Features überhaupt vollständig nutzen?*

Das geht heute alles ziemlich intuitiv: Vor wenigen Jahren mussten die Benutzer noch Ziffern-Codes eintippen, um bestimmte Telefonfunktionen nutzen zu können – das ist heute absolut benutzerfreundlich ausgelegt. Je nachdem, welche Art von Telefonat Sie führen, werden Ihnen auf dem Display einfache, klar verständliche Symbole angeboten, die Sie mit Tastendruck aktivieren können. Unsere Software unterstützt dann diese Funktionen ganz dezent im Hintergrund, der Benutzer braucht sie nur mehr abzurufen.

*Sie haben eingangs auch noch mobile Anwendungen erwähnt.*

Da geht es darum, möglichst viele Funktionen auf einfache Art zu bündeln: Wir nennen das das One-Number-Service. Ihr GSM-Handy wird in die firmen-

### Zur Person



**Christian Doleschal ist Channel-Sales-Manager von Alcatel-Lucent Enterprise.**

Foto: Alcatel-Lucent

interne Telefoninfrastruktur eingebunden. Ihre Firmenrufnummer wird zu Ihrer zentralen Kontaktadresse. Wenn Sie angerufen werden oder aktiv telefonieren, läuft alles über die Firmenanlage. So können Sie zum Beispiel zu Hause arbeiten, aber über Ihre Firmennummer erreichbar sein.

*Und was kostet das alles unterm Strich?*

Im Gespräch mit unseren Vertriebspartnern, den Fachhändlern, gebe ich oft den Tipp, den Kunden vorzuschlagen: „Gehen Sie von dem aus, was Sie jetzt haben, und vergleichen Sie das mit einer professionellen Kommunikationslösung.“ Wenn das jemand wirklich im Detail anschaut, brauchen wir nicht mehr über die Kosten zu reden. Jeder wird erkennen, dass er zwar mehr Leistung bekommt, dafür aber nicht mehr Geld ausgeben muss.

[www.alcatel-lucent.at](http://www.alcatel-lucent.at)



Moderne Technik hat ihren Mehrwert: Mit zeitgemäßen Kommunikationslösungen können auch Klein- und Mittelunternehmen die Mitarbeiterproduktivität erhöhen. Foto: iStockphoto.com

## Prompte Verbindung statt Warteschleife

Telekom-Experte vernetzte Callcenter-Mitarbeiter einer Fluggesellschaft durch modernes Kommunikationssystem.

Thai Airways International ist eine der größten weltweit agierenden Fluggesellschaften und belegt im Branchen-Ranking „Airline of the Year“ regelmäßig Spitzenplätze. Besonders die hohe Kundenzufriedenheit hat zum Erfolg beigetragen. Nicht ganz mithalten konnte dabei die Schweizer Niederlassung der Thai Airways. Die veraltete Telefonanlage wurde den Anforderungen an ein kundenorientiertes Reservierungssystem nicht mehr gerecht.

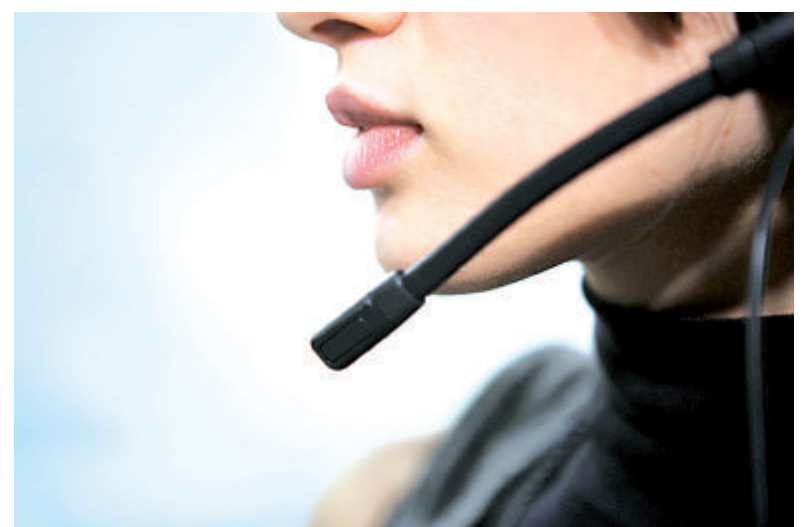
In der Schweiz wickelt Thai Airways die meisten Flugbestellungen über das unternehmensinterne Callcenter ab, das jährlich rund 40.000 Anrufe be-

wältigen muss. Es gab aber keine Statistik, die die Auslastung der Mitarbeiter, die Dauer eines Anrufs oder die Anrufverteilung aufgeschlüsselt hätte.

**Schluss mit „Bitte warten“**

Rasch wurde die alte Telefonanlage durch eine Alcatel-Omni-PCX-Office-Anlage ersetzt. Es ist dies eine modulare „All-in-a-Box“-Lösung, die leistungsfähige Informations- und Kommunikationstechnikkomponenten, die bisher nur für Großunternehmen wirtschaftlich sinnvoll waren, nun auch für kleinere Unternehmen oder kleinere Niederlassungen von großen Unternehmen wie Thai Air-

ways zugänglich machen. Jetzt sind die PC-Arbeitsplätze aller 15 Callcenter-Mitarbeiter durch ein modernes Kommunikationssystem vernetzt. Die Erreichbarkeit ist kein Thema mehr, die Kunden sind zufrieden. Durch eine eigene Supervisor-Konsole können Auslastung und Einsatz der Callcenter-Mitarbeiter optimal gesteuert werden. Vorgabe war, dass das bisherige Budget von 1200 Franken pro Monat nicht überschritten werden sollte. Da Thai Airways die neue Anlage aber in einer Leasing-Variante benutzt, konnten sie ohne Aufpreis auf ein leistungsfähigeres System umsteigen. *gesch*



Wer als Kunde in einem Callcenter anruft, will auch unverzüglich einen Ansprechpartner erreichen können. Foto: iStockphoto.com