



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.

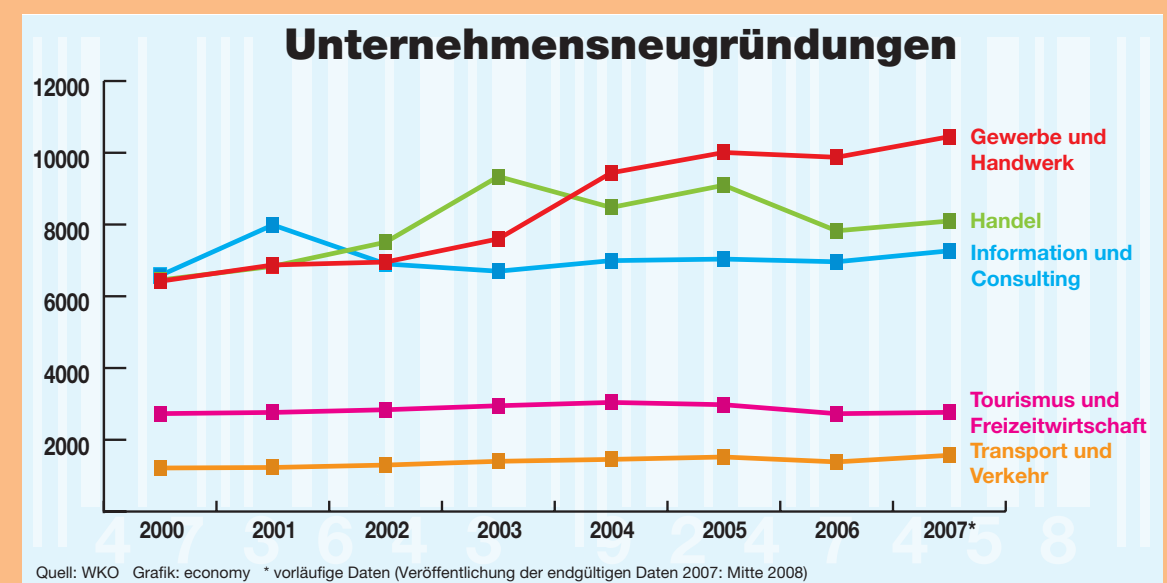
Finanziert wurde das Projekt bisher vom Wiener Wirtschaftsförderungsfonds beziehungsweise dessen Ableger

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