

Die neue Reiselust

Aus Angst sparen ist out. Die Österreicher werden heuer viel Geld fürs Reisen ausgeben.



Thomas Jäkle

Madonna wird man in einem Sommercamp am Mittelmeer oder in den Alpen kaum antreffen, um mit ihr das hohe C zu üben. Die US-Pop-Ikone hat sich für den Sommer was anderes vorgenommen, als Sommerreisenden Gesangsunterricht zu geben. Wer sich mit Sandra Pires begnügt, kann in ein Sommercamp nach Zakynthos in Griechenland fliegen, um mit Österreichs Popsternen zu trällern. Und sie ist nicht die einzige der heimischen Szene, die man zur Urlaubszeit buchen kann. Sommercamps und -akademien entwickeln sich immer mehr zum Renner.

Schauspielern, Töpfern, Sporteln oder auch Zeichen sind Alternativen zu Hängematte oder Strandurlaub, erklärt Christa Lausenhammer, Sprecherin des Österreichischen Verkehrsbüros. Auch als Familienurlaub kann man dies buchen und beispielsweise seine Knirpse in den Sommerfußballschulen berühmter Alt-Stars à la Michael Konsel abgeben. Dort wird dann den Kids im Sommercamp die hohe Kunst des Gaberlins und Passens à la Zidane und Co beigebracht.

Herr und Frau Österreicher haben im Gegensatz zu den deutschen Nachbarn die Reiselust neu entdeckt. Aus Angst zu sparen und daheim zu bleiben, weil man den Job verlieren könnte, scheint kein Thema zu sein. Egon Smeral, Tourismus-experte vom Wirtschaftsforschungsinstitut (Wifo) hat dafür Erklärungen: „Wir haben in Österreich ja zumindest einen kleinen Aufschwung. Und das macht sich auch beim Reisen positiv bemerkbar.“ Die Österreicher würden in den Sommermonaten nicht mehr bis zu vier Wochen urlauben.

Kürzer und mehrmals verreisen ist neuerdings die Devise. Außerdem wollen sich viele Österreicher in ihrer Urlaubs-

zeit aktiv beschäftigen und etwas erleben. „Dafür geben sie gerne mehr Geld aus“, sagt Verkehrsbüro-Sprecherin Lausenhammer. „Nicht das Billige boomt, es sind der Individual-tourismus und Sommerakademien, die eine starke Nachfrage verzeichnen.“

Sommerzeit ist Reisezeit

Nach einer Umfrage des Autofahrerclubs Öamtc haben in den vergangenen zwei Jahren die Österreicher im Schnitt drei Reisen unternommen. Hauptreisezeit war Juli bis September. Ein Viertel der Befragten blieb in Österreich. 60 Prozent der Urlauber zog es ins europäische Ausland (dazu zählt auch die Türkei). 13 Prozent der Be-

fragten nannten Ziele außerhalb Europas. Die Hälfte aller Reisen hat vier bis acht Tage gedauert, 28 Prozent acht bis 14 Tage. Nur zwölf Prozent dauerten länger als zwei Wochen. Bei Europareisen werden mindestens Mittelklassehotels, bei Fernreisen Luxusherbergen bevorzugt. In Österreich begnügt sich der Durchschnittstourist mit einfacheren Unterkünften.

Bei den Urlaubsländern verzeichnen im Buchungszeitraum Jänner bis Mai die Destinationen Griechenland (plus 15 Prozent), Spanien (39 Prozent) und

Fortsetzung auf Seite 2



Erster Globetrotter aus Österreich

Dossier Reisen

ab Seite 17

Das Phänomen Reisen aus Sicht der Forschung

Forschung

Seite 3

Spielkonsolen im Kampf um die Wohnzimmer

Technologie

Seite 6

Schnäppchenjagd kommt Billigflieger teuer zu stehen

Wirtschaft

Seite 13

Expatriates: Die ganze weite Welt als Arbeitsplatz

Leben

Seite 21

Editorial

Sommer ist die härteste Zeit für die Medien. Für die Journalisten gibt es nämlich niemals hitzefrei, denn wer sollte sonst die nächste Ausgabe mit stilvollen Texten und ansprechenden Bildern füllen? Und in der heißen Zeit ist auch die normale Leserstruktur ferienbedingt durcheinander. Jene potenziellen Leser, die nicht auf Auslandsurlaub sind, haben mehr Zeit als sonst zum Zeitunglesen. Allerdings ist der Hochsommer, wenn nicht gerade asoziale Braunbären gejagt oder Bälle weltmeisterlich



getreten werden, nachrichtentechnisch Saure-Gurken-Zeit. Dazu kommen neue Leserschichten, die nur in der Mußezeit Urlaub zur Zeitung oder zum Magazin greifen. Dafür sind sie viel kritischer. Ihnen muss man etwas bieten, um sie ans Blatt zu binden oder sie zu gewinnen.

Dazu braucht es mehr als saure Gurken. Also müssen die Journalisten wahrlich im Schweiß ihres Angesichts besonders kreativ sein. Bitte beurteilen Sie erst im Herbst, ob uns das gelungen ist.

Clemens Rosenkranz



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

TÄGLICHER KURSBEGINN IN ÖSTERREICH'S SPRACHSCHULE FÜR CHINESISCH!

时间灵活

9-21 Uhr

- FREIHEIT TOTAL: TÄGLICHER KURSBEGINN
- PROFESSIONELLE UND INDIVIDUELLE BETREUUNG
- GRATIS SCHNUPPERSTUNDE
- MODERNSTE LEHRMITTEL

Chinesisch leicht gelernt!

SHANGHAI-INSTITUT
1070 - MARIAHILFER STRASSE 62
WWW.SHANGHAI-INSTITUT.AT
TEL: 01 - 522 70 90

Quickonomy

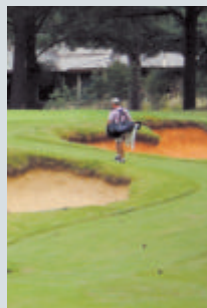
Nachrichten



Wirtschaftsfaktor Schulschikurs .. 4
Die Zahl der Schüler, die an Schulschikursen teilnehmen, geht stark zurück.

Teure Datendienste 7
EU-Telekom-Kommissarin Viviane Reding sagt den hohen Gebühren für das Daten-Roaming den Kampf an.

Stürmische Ostfantasie..... 14
Heimische Windkraftbranche sucht ihr Heil in Tschechien und in Ungarn.



Paradies nur für Nichtraucher ... 19
Eine Reise durch das Mutterland der Nichtraucher konfrontiert Touristen mit den kulturellen Eigenheiten in den USA.

Wohnen am dritten Grün..... 22
In den USA ist Wohnen an Golfplätzen voll im Trend, sie taugen als Vorgarten und lassen die Immobilienpreise steigen.

Kommentare

Rote Karte für Frühkapitalisten .. 16
Ohne funktionierende Gewerkschaften feiern frühkapitalistische Zustände in der Volkswirtschaft fröhliche Urstände.

Gute alte Sommerfrische..... 16
Die Sommerfrische ist für Familien und Senioren die Alternative zu Fernreisen.

Große Lust am Golf-Business..... 24
In Österreich gibt es noch Vorbehalte gegen das Wohnen am Golfplatz.

Parallelschwung..... 24
Die Deutschen sind nicht nur stolz auf ihr Fußball-Team, sondern scheinen auch ein perfekter Gastgeber zu sein.

Verlorene Zeit gesucht..... 24
Urlaub ist die Chance, sich auf das Abenteuer, Zeit zu haben, einzulassen.

Standards

Special Innovation..... ab 13
Zahlenspiel 18
Dossier ab 25
Schnappschuss..... 30
Reaktionen auf *economy* 31
Frage der Woche 31
Beratereck 32

IMPRESSUM

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., 1010 Wien, Gonzagagasse 12/13
Verleger und Geschäftsführung: Christian Czaak
Chefredaktion: Thomas Jäkle (jake), Rita Michlits (rem)
Redaktion: Klaus Lackner (kl), Clemens Rosenkranz (rose), Jakob Steuerer
Autoren: Lydia J. Goutas, Michael Pand, Alexandra Riegler, Hannes Stieger (sti), Christine Wahlmüller, Eva Zettelmayer
Illustrationen: Killian Kada, Carla Müller
Titelbilder: Bilderbox.com
Produktion: Bernhard Grabner (Artredaktion), Tristan Rohrhofer
Lektorat: Elisabeth Schöberl Webredaktion: Klaus Lackner
Druck: Luigard, 1100 Wien Druckauflage: 35.000
Internet: www.economy.at E-Mail: office@economy.at
Tel.: +43/1/253 11 00-0 Fax: +43/1/253 11 00-30

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



Online-Buchungen: Tui spart sich 180 Mio. Euro an Provisionen

Umgehung der Reisebüros erspart Tui & Co Kosten

Reiseunternehmen setzen zunehmend auf Direktvertrieb.

Hannes Stieger

Das Geschäft mit Online-Reisebuchungen ist heute nicht, wie vor einem Jahrzehnt vorhergesagt, in Händen junger Internet-Start-ups. Im Gegenteil: Große, alteingesessene Reiseunternehmen setzen auf das Internet, um ihre Kosten zu drücken. Der Vorteil aus der Sicht der Unternehmen ist klar: Durch die Direktbuchung werden herkömmliche Reisebüros als Zwischenhändler ausgeschaltet.

180 Mio. Euro hat sich so beispielsweise das Reiseunternehmen Tui allein im Vorjahr gespart. Der online gebuchte Reiseumsatz bei Tui ist 2005 um 44 Prozent auf nicht weniger als 1,8 Mrd. Euro gewachsen. Zusammen mit Buchungen per Call Center fiel konzernweit bereits ein Viertel des Touristikgeschäftes außerhalb klassischer Reisebüros an. In Österreich hinkt man noch etwas hinten nach, der Internet-Anteil beträgt nur rund ein Prozent – letztes Jahr konnte aber ein Wachstum von 210 Prozent gemessen werden. „Im Endeffekt erwarten wir aber auch hier einen Umsatzanteil von zehn bis 15 Prozent“, prognostiziert Tui-Österreich-Sprecherin Karin Rifaat im Gespräch mit *economy*.

Fortsetzung von Seite 1

Italien (plus drei Prozent) erfreuliche Zuwächse. Verlierer ist derzeit die Türkei. Die Vogelgrippe zu Beginn des Jahres hätte das Verhalten der Österreicher entsprechend beeinflusst, obwohl von einer Bedrohung zumindest derzeit nichts mehr zu hören ist. Der „Karikaturenstreit“, so meint Lausenshammer, habe ebenso das Buchungsverhalten beeinflusst.

Nach Griechenland und Spanien sowie interessanterweise nach Tunesien (auf Platz sieben) seien die Türkei-Urlauber hauptsächlich abgewandert. Tunesien konnte um neun Prozent zulegen. Die Bilanz für die Türkei könnte sich im Juni und Juli jedoch schlagartig ändern. Das Verkehrsbüro, aber auch Türkei-Spezialisten wie Gulet werden nochmals die Werbetrömmel schlagen. Wer unentschlossen ist und sich von den Fällen der Vogelgrippe, die fernab der Tourismuszentren aufgetreten sind, nicht irritieren lässt, kann einen günstigen Türkei-Urlaub machen. Wie eine Stichprobe von *economy* ergab, können nicht nur Tourismushochburgen wie Antalya, Alanya oder Istanbul günstig gebucht werden.



Wer eine Reise unternimmt, kann etwas erzählen. Wer online bucht, spart sich und dem Veranstalter Kosten. Foto: Bilderbox.com

my. Kostensenkung auf Kosten der Reisebüros – das will man freilich nicht so verstanden wissen. „Im Gegenteil, unser stationärer Betrieb erfährt ebenfalls Wachstumsraten“, sagt Rifaat.

Die heimische Fluglinie AUA setzt ebenfalls auf das Internet – mit Erfolg. Die Zahl der Internet-Buchungen von Jänner bis Ende April 2006 ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 62 Prozent gestiegen. In Österreich liegt der Internet-Buchungsanteil von Flügen bei rund 14 Prozent, weltweit sind es 6,6 Prozent, Tendenz steigend, so die AUA. Die Ersparnisse im Vergleich zum Reisebüro werden teilweise an den Kunden

weitergegeben, der sich allein an Buchungsgebühren zwischen 25 und 35 Euro pro Flug spart.

Kosten sparen – das ist das aktuelle Reizwort für Reiseunternehmen. STA Travel, ein Unternehmen mit einer knappen Mrd. Euro Umsatz, unterzieht sich derzeit in der Schweiz einer Roskur. Das Unternehmen halbiert das Filialnetz und will sich unter anderem auf Verkäufe via Internet konzentrieren. Auch in Österreich bekommen die Reisebüros den Preisdruck aus dem Netz kräftig zu spüren, die Umsatzrentabilität liegt mittlerweile unter einem Prozent. Dennoch wurden 2004 drei Mrd. Euro Umsatz erzielt.

Europaweit rechnet Tui für die Jahre 2006 bis 2016 mit einem Wachstum von jährlich fünf Prozent. An Bedeutung gewinnen die Generation 45 plus, die bereits über die Hälfte der Kunden ausmache.

Nah- und Fernziel Österreich

Nach Österreich sind im April und Mai um elf Prozent weniger Gäste gekommen. Einzig Wien (plus fünf Prozent) und Niederösterreich (0,8 Prozent) konnten zulegen. Die Tourismusexperten des Landes macht dies jedoch nicht nervös. „Das ist auf die Verschiebung der Feiertage gegenüber dem Vorjahr zurückzuführen“, erklärt Petra Öhlbeck von Statistik Austria. „Flug-Tickets nach Österreich sind billiger geworden, deshalb kommen künftig mehr Kurzurlauber, die im Schnitt nicht weniger Geld ausgeben als Touristen, die länger da sind.“

Wifo-Tourismusexperte Smeral glaubt indes, dass die deutschen Urlauber zurückhaltend sind. „Vorsicht-Sparen ist bei den Deutschen immer noch angesagt.“ Und gleichzeitig steige beim Nachbarn die Sparquote. Ein Umstand, der angesichts der Arbeitsplatzmiserie aus Sicht des Einzelnen verständlich, aber gesamtwirtschaftlich

ungünstig ist. Statt durch Konsumausgaben die Wirtschaft anzukurbeln, was neue Jobs schaffen könnte, horten die Deutschen ihre Gelder auf dem Sparbuch. Dafür wird Österreich als Fernreiseziel für Chinesen, Koreaner und Inder zunehmend interessant. Auch bei den Touristen aus den neuen EU-Ländern wie Polen, Tschechien und Slowakei werden Zuwächse erwartet. Für heuer rechnet das Wifo mit einem Plus von vier bis fünf Prozent bei den Sommerbuchungen. Städtetourismus, Mozartjahr, EU-Präsidentschaft sowie die „Vorzieheffekte“ wegen der Mehrwertsteuererhöhung in Deutschland – die Deutschen buchen jetzt noch günstig ihre Reisen – sind heuer die drei wichtigsten Wachstumstreiber für den heimischen Tourismus.

Modernisierung

Dass man auch im Tourismus ständig investieren muss, hat sich bis in den letzten Winkel der Alpenrepublik herumgesprochen. „Ein Bett mit Frühstück und Blick auf ein Seeufer ist zu wenig“, sagt Wifo-Experte Smeral. „In Österreich hat man langsam, aber sicher begriffen, dass man neben moderner ‚Hardware‘ auch Zusatznutzen wie Events anbieten muss.“

Forschung

Der Blick über den Globus

Von der Sommerfrische zum All-Inclusive-Massentourismus: das Phänomen Reisen aus der Sicht der Forschung.

Christine Wahlmüller

Die Sommerferien sind – zumindest in Ostösterreich – schon da. Hand in Hand mit der Zeugnisverteilung rollt die Urlaubswelle los. Nur fünf Prozent der Österreicher werden 2006 zu Hause bleiben, heißt es in der „Urlauber-Studie“ der Grazer Meinungsforscherin Claudia Brandstätter-Matuschkowitz. 2005 urlaubte knapp ein Viertel der Bevölkerung in heimischen Gefilden.

Europaweit ist Österreich als Urlaubsland nach wie vor gefragt: Laut der (nach Eigenangabe) weltgrößten Tourismus-Studie World Travel Monitor liegt unser Land mit fünf Prozent Marktanteil auf Platz fünf der Reiseziele. Beliebteste Urlaubsdestination der Europäer ist übrigens Spanien (13 Prozent), gefolgt von Frankreich (elf Prozent), Deutschland und

Italien (je acht Prozent). Zurück zu den heimischen Urlaubern: Die vor wenigen Tagen publizierte Öamtc-Reisestudie klassifiziert drei Urlaubertypen: erstens den sicherheitsorientierten Pauschaltouristen, zweitens den Familientyp, der gerne selbst seine Reisen organisiert, sowie drittens den „Aufgeschlossenen“, der nach dem Baukasprinzip seinen Urlaub plant.

Alltag Massentourismus

Im Schnitt haben die Österreicher in den vergangenen zwei Jahren drei Reisen unternommen, heißt es in der Studie. Der Massentourismus ist Alltag geworden. Ganz im Gegensatz zum 18. Jahrhundert, wo „der Tourismus auf einen sehr kleinen Kreis begüterter Personen beschränkt war“, wie Roman Sandgruber, Vorstand am Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Linz

betont. „Die Sommerfrische ist ein Kind des 19. Jahrhunderts, zugleich mit der Landpartie und der Bergtour.“ Nicht von ungefähr wurden der österreichische und deutsche Alpenverein in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts gegründet.

Gehörige Einschnitte brachten die beiden Weltkriege und die Weltwirtschaftskrise, bevor dann die goldenen 50er Jahre endgültig den Durchbruch für den Tourismus brachten. Wichtig für den touristischen Aufschwung waren laut Sandgruber Heimatfilme wie „Mariandl“ und „Die Fischerin vom Bodensee“, aber auch Donauwalzer, Tirolerhut und Wachauer Haube machten Lust auf Österreich. „Österreich verdankt sein touristisches Image den 50er Jahren. Heimat und Folklore wurden zu Waren, die sich verkaufen ließen“, resümiert Sandgruber.



Moderne Globen zeigen nicht nur die Welt, sondern machen multimedial Lust aufs Reisen. Foto: Bilderbox.com

Heute urlauben im Sommer die Massen, Auto und Flugzeug haben große Mobilität gebracht. Auch ferne Länder sind jetzt mühelos für jedermann erreichbar. Eine große Veränderung hat das Internet in die Tourismus-

branche gebracht. Eine Tatsache, die auch die Forschung für sich entdeckt hat: So wird zum Beispiel gerade an einem Forschungsprojekt gearbeitet.

Fortsetzung auf Seite 4

Advertorial

Niederösterreich weiter auf Erfolgskurs

Niederösterreich hat Beachtliches zu bieten: Erfolg durch eine zukunftsorientierte, dynamische Wirtschafts- und Technologiepolitik und ein unternehmerfreundliches Klima.

Niederösterreich setzt nun weitere Maßnahmen für die Unterstützung von innovativen Betrieben.

„Niederösterreich punktet bei internationalen und österreichischen Firmen mit der zentralen Lage in Mitteleuropa. Die dynamischen Märkte der neuen EU-Länder liegen sprichwörtlich vor der Haustür“, erläutert LH-Stv. Ernest Gabmann. Niederösterreichs Wirtschaft ist schon jetzt führend in den Beziehungen zu den mittel- und osteuropäischen Ländern. So betragen beispielsweise die Exporte Niederösterreichs in diese Länder rund 23 %, österreichweit sind es in etwa 16 %.

Europaprojekt Innovative Maßnahmen – Neue Unterstützung für innovative Betriebe

Anfang Juni 2006 wird das niederösterreichische Programm zur Unterstützung von innovativen Betrieben erneut weiterentwickelt. In vier verschiedenen Bereichen werden neue Unterstützungsmodelle erprobt und das bestehende, von der EU ausgezeichnete Niederösterreichische Regionale Innovationssystem (RIS) ausgebaut.

„Die innovativen Leitbetriebe unter den Niederösterreichischen Unternehmen spielen eine wichtige Rolle als Zugpferde für die ganze Region. Eines unserer Ziele ist es, die Attraktivität Niederösterreichs für diese Unternehmen noch weiter zu erhöhen“, erklärt LH-Stv. Ernest Gabmann zum ersten Schwerpunkt der neuen Initiative.



Wirtschaftslandesrat Landeshauptmann-Stellvertreter Ernest Gabmann

Der zweite Schwerpunkt hat die Stärkung der strategischen Planung in Klein- und Mittelunternehmen (KMU) zum Ziel. LH-Stv. Ernest Gabmann zeigt sich überzeugt: „Klein- und Mittelunternehmen sind der Grundpfeiler unserer Wirtschaft und Motor für die Beschäftigungsentwicklung. Die langfristige Sicherung dieser Unternehmen durch Entwicklung von angepassten Geschäftsstrategien ist nicht nur für die Regionalwirtschaft, sondern auch für

das soziale Umfeld und die zukünftige regionale Entwicklung von immenser Bedeutung.“ Eine weitere Initiative wird zur Unterstützung von technologieorientierten Start Ups mit Wachstumspotenzial gesetzt. „Die Unterstützung von jungen Betrieben, die Innovationen auf den Markt bringen, ist uns ein besonderes Anliegen. Durch die neuen Maßnahmen soll die Anzahl der technologieorientierten Gründungen weiter gesteigert werden“, so Gabmann weiter. Für die Unternehmen wird einerseits ein Proof of Concept Fund eingerichtet und andererseits werden die jungen und dynamischen Start Ups beim Aufbau eines professionellen Management Teams durch die Bereitstellung von so genannten „temporären“ Managern unterstützt.

Im vierten Bereich der Innovativen Maßnahmen geht es um die Verwertung von Forschungsergebnissen in Form von marktfähigen Produkten. LH-Stv. Ernest Gabmann meint dazu: „Die mit öffentlicher Unterstützung erzielten Forschungsergebnisse sollen in Zukunft noch besser kommerziell verwertet werden. Damit erreichen wir eine Steigerung der in Niederösterreich hergestellten innovativen Produkte und sichern die zukünftige Entwicklung der gesamten Region im globalen Wettbewerb ab.“ Neben den etablierten Programmen stehen der NÖ Wirtschaftsförderung für die Umsetzung des neuen Projektes 2,8 Millionen Euro zur Verfügung.

NÖ Wirtschafts- förderung

Landhausplatz 1, Haus 14
3109 St. Pölten

Telefon:
+43/2742/9005-16101

E-Mail:
post.wst3-w@noel.gv.at

Internet:
www.wirtschaftsfoerderung.at



Forschung

Notiz Block



Anziehung durch Abstoßung

In der seltsamen Welt der Quanten geht sogar das: Physiker an der Universität Innsbruck und am Institut für Quantenoptik und Quantenkommunikation (IQOQI) der Akademie der Wissenschaften (ÖAW) haben erstmals so genannte abstoßungsgebundene Paare von Rubidium-Atomen nachgewiesen. Damit zwei Teilchen zusammenkommen, braucht es normalerweise irgendeine Art von anziehender Kraft. Doch in der Welt der Quanten gibt es auch hier Ausnahmen. So können Rubidium-Atome, die einander eigentlich abstoßen sollten, gerade durch die Abstoßung zu Paaren zusammenfinden. Was die Theoretiker um Zoller schon in Modellrechnungen erkannten, wussten die Experimentatoren um Grimm nun nachzuweisen.

Schlafhormone in Rotwein

Italienische Forscher haben einen Hinweis gefunden, warum Rotwein viele Menschen müde macht. Die Trauben mehrerer bekannter Rotweinsorten – darunter Nebbiolo, Merlot und Cabernet Sauvignon – enthalten

einer Studie der Universität Mailand zufolge hohe Anteile des „Schlafhormons“ Melatonin. Dies wird ansonsten in der Zirbeldrüse von Säugetieren produziert und trägt dazu bei, den Tag-Nacht-Rhythmus von Tieren und Menschen zu steuern. „Der Melatonin-Gehalt im Wein könnte helfen, die innere Uhr des Menschen zu regulieren, so wie es das von der Zirbeldrüse produzierte Melatonin bei Säugetieren tut“, meint der Untersuchungsleiter Marcello Iriti.

Forschungspolitik ohne Erfolgsrezept

Wie es mit der europäischen Forschungspolitik mittel- und langfristig weitergeht, ist nach Ansicht von Helga Nowotny, Vizepräsidentin des Europäischen Forschungsrates (ERC), völlig offen. „Erfolgsrezepte gibt es nicht“, betonte die österreichische Wissenschaftsforscherin bei einer vom Renner-Institut und vom Wissenschaftszentrum Wien veranstalteten Enquete. Nowotny ortet nach wie vor erhebliche Spannungen zwischen der europäischen Forschungspolitik und den nationalen Förderungen, zumal Wissenschaftlerkarrieren – wie zum Beispiel an Universitäten – bis vor Kurzem rein nationale Angelegenheiten gewesen seien. Als wichtiges Instrument zum Abbau der Spannungen sieht Nowotny den „Gedanken der Vergleichbarkeit“. Mitgliedstaaten sollten die Möglichkeit haben, von den besten Ländern, den besten Systemen oder natürlich den besten Unis zu lernen. *apa/kl*

Im Fördertopf

Die Anwendung des Prinzips der Nachhaltigkeit kann unseren Wohlstand und unsere Lebensqualität langfristig erhalten. Das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie beabsichtigt, mit dem Impulsprogramm „Nachhaltig Wirtschaften“ durch nachhaltigkeitsorientierte Entwicklungen wesentliche Innovationsimpulse für die österreichische Wirtschaft zu setzen. Damit soll ein Strukturwandel in Richtung ökoeffizienten Wirtschaftens durch Forschung, technologische Entwicklung, Demonstration und Verbreitungsmaßnahmen unterstützt werden. Ziel der Programmlinie „Energiesysteme der Zukunft“ des genannten Impulsprogramms ist es, die Umsetzung dieser Vision gezielt voranzutreiben. (Außer-)Universitäre Forschungseinrichtungen, Unternehmen, Wissenschaftler, Diplomanden und Dissertanten können sich unter www.energysystemederzukunft.at über die Unterstützungen informieren. So werden Projekte der Kategorien Grundlagenstudien, Konzepte, wirtschaftsbezogene Grundlagenforschung, Technologie und Komponentenentwicklung sowie auch Demonstrationsprojekte gefördert. Neben der Finanzierung von Projekten werden Synergien während der Projektdefinition genutzt sowie Aktivitäten zur Umsetzungsunterstützung angeboten. *kl*



Wissenstransfer: Absolventen der Unis stellen ihre Arbeiten vor

Wirtschaftsfaktor Schikurs

Schulschikurse beeinflussen das Reiseverhalten der Österreicher.

Eva Zettelmayr

Der österreichische Wintertourismus steht vor einem großen Problem: Es fehlt ihm an Nachwuchs bei den Schifahrern. Während früher noch fast jedes Kind den Schisport oder eine andere Wintersportart ausübte, ist dies heutzutage nicht mehr selbstverständlich. Auch geht die Anzahl der Schüler, die im Rahmen des regulären Lehrplanes an Schulschikursen teilnehmen, mittlerweile drastisch zurück.

Ein Grund dafür ist, dass die Teilnahme am Schulschikurs seit 1990 nicht mehr verpflichtend ist und zusätzlich die Sommersportwoche als Alternative zum Schulschikurs an Popularität gewinnt. Eine weitere Ursache für die sinkende Zahl an Schikursteilnehmern ist die Regelung, wonach 70 Prozent der Klasse am Schulschikurs teilnehmen müssen. Besonders Mitschüler aus Migrantenfamilien können einer solchen Veranstaltung nicht allzu viel abgewinnen, und so werden immer öfter die notwendigen 70 Prozent nicht mehr erreicht. Die Schulschikurse leisten einen erheblichen Beitrag zur österrei-

chischen Wirtschaft. Mit Übernachtungen, Liftwochenkarten, Schülertransporten und entsprechender Ausrüstung werden jährlich 58 Mio. Euro erwirtschaftet.

Viele Familien entschließen sich außerdem immer öfter zu einem Winterurlaub an sonnigen Meeresküsten. Billige Flugangebote und eine große Auswahl an preisgünstigen Zieldestinationen erleichtern die Entscheidung, die eisige Kälte hinter sich zu lassen.

Starke Konkurrenz

Für meine Diplomarbeit habe ich eine quantitative Befragung mit einer Stichprobe von 440 Personen durchgeführt. Diese hat ergeben, dass Österreicher, die während ihrer Schulzeit einmal an einem Schulschikurs teilgenommen haben, eine Affinität zur Ausübung von Wintersport und auch zu Wintersporturlauben in Österreich besitzen. 80 Prozent der befragten Personen haben zumindest einmal an einem Schulschikurs teilgenommen, und für 23 Prozent stellte dieser auch die einzige Möglichkeit dar, das Schifahren oder auch Snowboarden zu erlernen.

Fortsetzung von Seite 3

Am Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft der WU Wien wird die zunehmende Substitutionsgefahr untersucht, die durch die direkten Informations- und Buchungsmöglichkeiten im Internet den klassischen Reisebürovertrieb bedroht.

Neben dem Internet wird auch die Multimediale Technologie im Tourismus zunehmend eine größere Rolle spielen. „Das wesentlich Neue an Multimedia ist nicht die gleichzeitige Darbietung verschiedener Medien, sondern die computergestützte Interaktivität, das heißt also einen Dialog mit dem kartografischen Produkt führen zu können – und nicht wie etwa bei der Papierkarte einen Monolog“, erklärt Andreas Riedl vom Institut für Geografie der Universität Wien und Spezialist für multimediale Geokommunikation.

Heute schon im Einsatz sind unter anderem Web-Mapping-Applikationen wie zum Beispiel Stadtplansuche, die Vorausbeurteilung einer möglichen Urlaubsdestination mittels hochauflösender Satellitenbilder (wie Google Earth) oder die bereits allgemein beliebten Navigationssysteme, die beinahe schon zur Standardausrüstung eines neuen PKW zählen. „Erwähnenswert sind auch eine Reihe von Location Based Ser-

vices (LBS), die dem Reisenden beziehungsweise Wanderer spezielle ortsbezogene Infos seiner unmittelbaren Umgebung auf sein Handy oder seinen Personal Digital Assistant (PDA) zukommen lassen“, fügt Riedl hinzu. In einem Kooperationsprojekt mit dem Namen Geo Moses (Geo Mobile Services) mit der Wiener Multimedia-Firma Wandermann „haben wir eine LBS-Applikation entwickelt, die touristisch und kulturell interessante Standorte entlang der Donau interaktiv präsentiert“, erzählt Riedl. Das Tool wird auf Donauschiffen zwischen Passau und Budapest eingesetzt.

Moderne Geografie

Riedls weiteres Augenmerk gilt den Globen. Erst kürzlich wurde das Projekt Mugl (Multimediales Globenmuseum für die Globensammlung der Nationalbibliothek) abgeschlossen. Derzeit arbeitet Riedl an der Entwicklung der nächsten Generation von multimedialen Globen, so genannten taktilen Hypergloben. „Dabei wird ein digitales Abbild auf einem materiellen Globenkörper im realen Raum abgebildet“, erklärt Riedl.

In Zukunft werden vermehrt sprachgestützte Kommunikation mit der Karte sowie Virtual Reality (VR) an Bedeutung gewinnen. So können Reisende

Die Forschungsarbeit zeigte außerdem, dass Österreicher sehr wohl einmal in der Wintersaison etwas „Neues“ anstatt des traditionellen Winterurlaubes in den Alpen erleben möchten. 41 Prozent der Befragten haben schon mindestens eine solche Reise unternommen. Es bleibt zum Glück für den österreichischen Tourismus häufig nur beim Ausprobieren, bevor man sich wieder auf einen Winterurlaub in Österreich besinnt.

Noch vor 20 Jahren sorgten Schüler und Lehrer automatisch für eine gute Belegung während der Wintermonate. Waren Schülergruppen früher mehr geduldet als herzlich willkommen, ist dieser Markt heutzutage heiß umkämpft. Sind die Schüler mit dem vorhandenen Angebot, der Unterkunft, der Verpflegung und dem Schigebiet zufrieden, wird man sie auch später wieder als Wintersportgäste in Österreichs Wintersportorten begrüßen dürfen.

Die Autorin studierte an der IMC Fachhochschule Krems Tourismusmanagement und Freizeitwirtschaft. Sie ist künftige Sales- und Marketing-Managerin bei Consorzio Tirreno Promo Tour.

schon von zu Hause den Strand ihrer Träume in einer sie umgebenden 3D-Welt selbst erkunden. Für Forschungszwecke wird noch im Spätsommer am Institut für Geografie ein VR-Labor eingerichtet.

Wirtschaftsfaktor

Zurück zur Realität: Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Um up to date zu bleiben, wurde bereits 1972 die Österreichische Gesellschaft für Angewandte Forschung in Tourismus- und Freizeitwirtschaft (ÖGAF) gegründet (<http://tourism.wu-wien.ac.at/oegaf>). Zahlreiche Institutionen sind darum bemüht, gute Tourismussachkräfte und -manager auszubilden. „Wir inszenieren praxisnahe, akademische Ausbildung“, hat Michael Mair, Studiengangleiter der renommierten Tourismus-FH Modul in Wien (www.fh-modul.at), hohe Qualitätsansprüche. Die Studenten arbeiten vom Start weg mit Fallstudien aus der Wirtschaft. „Dafür verwenden wir als erste Einrichtung Österreichs bereits seit 2001 die Methode des Problem Based Learnings“, ist Mair stolz. Letztes Semester wurden Fallstudien zu Siemens, Coca Cola, Destination Weinviertel oder Hotel Bellevue „erarbeitet“. Ab 2007 wird am Modul übrigens mit einem Master-Programm gestartet.

Special Wissenschaft

Christian Seiser: „Die Teilnahme von österreichischen Forschern am EU-Rahmenprogramm bietet beste Voraussetzungen, durch internationale Vernetzung die eigene Konkurrenzfähigkeit weiter zu stärken“, erklärt der Leiter der Abteilung für EU-Forschungskoordination im Wissenschaftsministerium.

Forschung: Fördern und Evaluieren

Manfred Lechner

economy: Welche Vorteile hat der Forschungsstandort Österreich von der Teilnahme am EU-Rahmenprogramm?

Christian Seiser: Bisher wurden aus dem Budget des sechsten Rahmenprogramms rund 300 Mio. Euro österreichischen Forschern zur Verfügung gestellt. Das entspricht 2,5 Prozent der rückholbaren Mittel. In Relation zum Finanzbeitrag Österreichs handelt es sich dabei um ein Nettogeschäft, denn Österreich beteiligt sich am Budget des Rahmenprogramms mit rund 2,2 Prozent.

Welche Steuerungsaufgaben übernimmt das Wissenschaftsministerium?

Die Verantwortung für die Performance Österreichs im Rahmenprogramm liegt beim Wissenschaftsministerium. Wir wollen möglichst vielen Forschern die Teilnahme an den Rahmenprogrammen erleichtern. Dafür schauen wir uns genau an, wo die österreichischen Stärken und Schwächen liegen.

Welchen Einfluss haben Sie auf die Entscheidungsprozesse in Brüssel?

Seitens der Politik wird auf Basis unserer Analysen eine österreichische Grundsatzposition für die Verhandlungen über die EU-Rahmenprogramme festgelegt. Zu bedenken ist, dass Forschungspolitik nur innerhalb eines demokratiepolitischen Prozesses stattfinden kann und dieser nachvollziehbar sein muss. Ausgehend von



Die österreichische Luftfahrt-Forschung startete mittels nationaler Fördergelder einen Aufholprozess, der die Teilnahme an EU-Forschungsprojekten möglich gemacht hat. Foto: Bilderbox.com

der Grundsatzposition liegt es am österreichischen Verhandlungsteam, dem ich angehöre, die besten Voraussetzungen für österreichische Forscher zu schaffen.

In welchen Disziplinen belegen österreichische Wissenschaftler Spitzenpositionen?

Hierzulande existiert eine sehr breit gefächerte Forschungslandschaft, die eine Vielzahl von Beteiligungen am EU-Rahmenprogramm möglich macht. Stärkefelder sind Informationstechnologie, Weltraumforschung, Forschungen über nichtnukleare Energien und die Sozialwissenschaften. Der Bereich Luftfahrt ist im Kommen, denn dieses Segment wird seit zehn Jahren nachhaltig geför-

dert, und mittlerweile sind bereits Erfolge zu beobachten.

Wurde der Bereich Luftfahrt auf EU- oder nationaler Ebene gefördert?

Die Luftfahrt ist ein gutes Beispiel dafür, wie wichtig nationale Förderungen sind. Wissenschaftler können innerhalb der EU nur dann vollwertig mitspielen, wenn sie auch national gefördert werden. Förderprogramme machten den Aufholprozess möglich. Dieser beinhaltet sowohl nachhaltiges Forschen als auch das Errichten von Netzwerken.

Erwachsen aus der Vielzahl der Stärkefelder Vorteile?

Auf jeden Fall. Was die Teilnahmen am EU-Rahmenprogramm betrifft, gewährleistet

die pluralistische Struktur eine gewisse „Krisensicherheit“ und sichert die Internationalisierung österreichischer Forschung.

Welche zusätzlichen Maßnahmen sichern den Erfolg ab?

Dazu zählt das Monitoringprogramm Proviso. Alle Beteiligungen werden laufend beobachtet. Dadurch lassen sich konkrete Aussagen über die Performance treffen. Sollten sich negative Indikatoren bemerkbar machen, können sofort Maßnahmen gesetzt werden, um gegenzusteuern.

Was hat sich als zielführend erwiesen?

Es existiert eine Reihe von Beratungseinrichtungen. Dazu zählen die Forschungsför-

derungsgesellschaft sowie die Beratungsstellen der Länder – wie die TMG in Oberösterreich –, die auch vom Wissenschaftsministerium kofinanziert werden. Außerdem kümmern sich Fachleute aus den Ministerien um die strategische Vernetzung zwischen der heimischen Forschungslandschaft und der EU.

Welche Services können in Anspruch genommen werden?

Forscher können Beratungsangebote bezüglich der Antragsstellung bei EU-Projekten in Anspruch nehmen. Für den Fall, dass ein Projektwerber einen aufwändigen Antrag vorbereitet, kann er auch finanzielle Unterstützung, beispielsweise für Reisekostenzuschüsse, in Anspruch nehmen. Die Finanzierung erfolgt dabei über das Wissenschaftsministerium. In Summe helfen alle unsere Maßnahmen, dass sich Österreich erfolgreich in die EU integriert.

Steckbrief



Christian Seiser leitet im Wissenschaftsministerium die Abteilung für EU-Forschungskoordination.

Foto: bmbwk

Virtuelle Realität revolutioniert Tunnelbau

Simulation von Gesteinsschichten spart Kosten und ermöglicht schnelleren Tunnelvortrieb.

An der TU Graz startete im vergangenen September das auf vier Jahre angelegte, derzeit weltweit größte Projekt zum Bereich Tunnel- und Tiefbau. An dem EU-Projekt „Tunconstruct“ (Technology Innovation in Underground Construction) beteiligen sich 41 Partner – darunter auch die größten europäischen Baukonzerne – aus elf EU-Mitgliedsländern.

Die Forschungsgrößenoffensive ist mit einem Budget in der Höhe von 26 Mio. Euro ausgestattet und wird von Gernot Beer, Vorstand des Instituts für Baustatik an der TU Graz, geleitet. „Optimieren lässt sich die Errichtung von Tunneln durch den Einsatz von Simulationswerkzeugen“,

so Beer. Vorteil einer vorbereitenden Simulation ist, dass auch Worst-Case-Szenarien durchgespielt werden können. Ziel ist es, unerwartete Vorkommnisse beim Bau eines Tunnels, wie beispielsweise das Auftreten einer Störzone, durch Simulation vorherzusehen, um darauf mit entsprechenden Maßnahmen reagieren zu können. Zu den Problemen, die dadurch vermieden werden können, zählt etwa auch das Steckenbleiben der Bohrmaschinen oder deren Beschädigung bei einem Wassereintritt.

„Tunnelbau lässt sich nicht standardisieren, da jeder Tunnel aufgrund der unterschiedlichen geologischen Bedingungen

einem Prototyp vergleichbar ist“, so Beer. Aus diesem Grund wird vor dem Baubeginn eine Simulation mit allen bereits bekannten Daten erstellt, die während des Baus durch aktuell gewonnene laufend ergänzt werden muss. Beer: „Änderungen im Gestein können etwa auch über die Auswertung von Schallwellen, die von den Bohrmaschinen verursacht werden, identifiziert werden.“

Alles auf Knopfdruck

Auf Basis des Datenmaterials in Kombination mit neuesten Visualisierungsmethoden wie etwa der „virtuellen Realität“ sollen Tunnelbauingenieure künftig mit Hilfe eines tragbaren Computers

und eines Datenhelms einen umfassenden Überblick über alle benötigten Daten in Echtzeit bekommen können. Weiters ist im Rahmen des Grazer Großprojekts geplant, eine europaweite Tunnelbau-Datenbank zu erstellen, die umfassende Informationen über alle Projektphasen bereitstellen soll. Auf Knopfdruck können künftig alle relevanten Daten der europäischen Tunnels von der Planung bis zum Bau verfügbar sein. Auch die Wartungs- und Instandhaltungskosten, die oft ähnlich hoch sein können wie die Baukosten, werden in dem Projekt unter die Lupe genommen. Durch eingebettete Sensoren und andere Features soll hier eine wesentliche

Kosten- und Zeitersparnis möglich gemacht werden. Beer: „Wartungsarbeiten könnten in Zukunft von Robotern erledigt werden.“ malech

Grundlagen der Wissenschaft

(Teil 6 der Serie)

Erscheint mit finanzieller Unterstützung durch das Zukunftsministerium: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy. Redaktion: Ernst Brandstetter. Der siebte Teil erscheint am 14. Juli 2006.

Technologie

Kampfzone Wohnzimmer

Der Markt für Spielkonsolen treibt die Entwicklung von Prozessoren voran. Die neue Generation von Playstation, Xbox und Nintendo sind kleine Supercomputer, deren Herzen aus derselben Werkstatt kommen.

Klaus Lackner

Ein Sieger im Kampf der Spielkonsolen steht bereits fest: IBM wird auf dem Stockerplatz ganz oben stehen – wenngleich das Unternehmen keine Spielkonsole unter eigener Marke auf den Markt bringt. Denn „Big Blue“, wie IBM umgangssprachlich genannt wird, entwickelt und produziert die Prozessoren, die in der Sony Playstation 3 (PS3), im Nintendo Revolution und in der Microsoft Xbox 360 stecken. Normalerweise verrichten diese ihre Arbeit in Hochleistungsrechnern. Für die Arbeit in den Spielkonsolen werden sie so modifiziert, dass sie für die beeindruckenden Grafikleisten gerüstet sind.

Der weltweite Computerspiel-Markt hat im Jahr 2005 laut Informa Telecoms & Media ein Umsatzvolumen von 35,2 Mrd. US-Dollar (27,9 Mrd. Euro) erreicht und wird bis 2010 auf über 51 Mrd. US-Dollar anwachsen. Das Spielkonsolengeschäft macht etwa die Hälfte der weltweiten Game-Umsätze aus. Der

„ultimative Sieger der Konsolenkriege“ werden laut Informa trotz Frühstart der Xbox 360 dennoch Sony und die PS3 sein. „Wir gehen davon aus, dass die PS3 den größten Marktanteil bei der nächsten Konsolengeneration erreichen wird“, erklärt Zenobia Talati, Mitautorin der Studie von Informa. Doch werde der Abstand zu den Konsolen von Microsoft und Nintendo kleiner. Die Xbox 360 werde zwar vom Frühstart profitieren, und auch die innovativen Ideen von Nintendo für die neue Revolution-Konsole hätten Aufsehen erregt.

Dennoch denkt Informa-Analyst Adam Thomas, dass die PS3 das Rennen machen wird: 2010 erwartet er für die PS3 einen Marktanteil von 46 Prozent (PS2: rund 67 Prozent). Die Xbox 360 schafft es demnach auf 36 Prozent (Xbox: rund 17 Prozent), Nintendos Revolution auf 18 Prozent (Gamecube: rund 16 Prozent).

Die Krux für IBM: Die Entwickler erarbeiten mit jedem Kunden ein spezielles Prozes-



So heiß der Markt für Spielkonsolen umfodten ist, so cool ist IBM der einzige Anbieter, der alle Hersteller beliefert. Damit wird „Big Blue“ wieder ein wesentlicher Marktbegleiter. Foto: EPA

sordesign, von dem keine Details an die Konkurrenz weitergegeben werden dürfen. Eine schwierige Aufgabe, die laut John Cohn, Prozessorentwickler bei IBM, jedoch in den Griff zu bekommen ist. „Die technologischen Ansätze der Konsolenanbieter sind so unterschiedlich, dass ein Technologie-Transfer zwischen unseren Kunden nur schwer durchführbar ist“, behauptet Cohn im Gespräch mit *economy*.

„Big Blue“ in allen Kisten

Der zum Einsatz kommende Prozessor namens Cell ruht in seinem Innersten auf Altbekanntem: nämlich auf dem von IBM entwickelten, in Apples G5 (noch) eingesetzten 64 Bit Power PC. Doch steuert diese CPU (Central Processing Unit) bis zu 16 selbstständige Prozessoreinheiten, die so genannten Synergistic Processing Units (SPU). Und jeder dieser simultan arbeitenden Kerne des Cell Chips verarbeitet so viele Daten wie ein G5. Wahrscheinlich sogar noch mehr, da die einzelnen Kerne auf spezifische Anforderungen in Playstation und Co. adaptiert werden. Da alle Angaben der Entwickler noch vage sind, lässt sich über die endgültige Leistung des Cell nur spekulieren: Als Potenzial wird eine Leistung von einem Teraflop angenommen, das sind eine Billion Berechnungen pro Sekunde (zum Vergleich: ein PC Chip wie der Intel Pentium 4 mit einer Taktfrequenz von 2,5 GHz schafft gerade mal ein

Hundertstel davon). Würde man wiederum mehrere Cell-Prozessoren zusammenspannen, würde auf einfache Weise jeder weltweit eingesetzte Supercomputer übertrumpft werden. Durch die parallele Verarbeitung der Daten eignet sich der Chip besonders für umfangreiche Grafiken. Vor allem die realistische Darstellung dreidimensionaler Szenen wird enorm gewinnen. Darum wird Cell auch zunächst in der Unterhaltungselektronik eingesetzt werden.

Ein weiteres bisheriges Manko soll laut IBM-Entwickler Cohn in der nächsten Version in den Griff bekommen werden: der Stromverbrauch. Das war auch einer der ausschlaggebenden Gründe, warum Apple von der Power-Architektur zu Intel wechselt. Cohn: „Der Chip soll in Zukunft wesentlich weniger Strom verbrauchen. Wenn man alle derzeit auf dem Markt befindlichen Spielkonsolen zusammenzählt, lässt sich so ein ganzes Atomkraftwerk einsparen.“ Was Apple-Computer zu lange gedauert hat, soll nun den Spielern zugute kommen. Aber auch für die Entwicklung zukünftiger Endgeräte ist das ein wesentlicher Vorteil. So soll die nächste Nintendo-Spielkonsole mit Code-Namen Revolution nur so hoch wie drei DVD-Hüllen werden und auch nur wenig länger. Durch die geringere Hitze braucht die Konsole künftig weniger Kühlung und somit auch weniger Strom. Und außerdem werden die Spielkisten deutlich leiser.

Doch damit nicht genug. IBM will neben seinen lukrativen Kunden aus der Spielewelt noch weitere anziehen. So hat „Big Blue“ die Spezifikationen und Architekturdetails des Prozessors offen gelegt. „Je größer die Entwicklergemeinschaft ist, umso erfolgreicher wird das Projekt sein“, erklärte IBM-Manager Jim Kahle noch im Vorjahr.

Schon Ende 2004 haben 15 Unternehmen unter Führung von IBM in Peking die Power.org-Allianz ins Leben gerufen. Es handelt sich um eine „Open Standards Community“ für Chips und Systeme auf Basis der Power-Architektur. Zu den Gründungsmitgliedern gehören unter anderem IBM, Sony, Novell, Cadence Design Systems, Red Hat, Synopsis und Thales. IBM gelang es bisher tatsächlich, den Power Chip aus der Nische heraus ins Rampenlicht zu befördern. Ob und wie dem Intel-Imperium oder der aufstrebenden AMD-Marktmacht Paroli geboten werden soll, bleibt noch offen. Doch scheint IBM ein ernster Gegner zu sein.

Wie auch immer der Kampf um den Prozessor-Markt ausgehen wird: Das Konsolengeschäft wird bis 2010 deutlich wachsen. Der weltweite Umsatz mit Konsolen-Hardware betrug 2005 rund 3,9 Mrd. US-Dollar, mit den Games dafür (Verkauf und Verleih) wurden insgesamt 13 Mrd. umgesetzt. Bis 2010 soll der Hardware-Umsatz auf 5,8 Mrd. US-Dollar und das Geschäft mit Konsolen-Games auf über 17 Mrd. anwachsen.

Tool der Woche

Ob bei der Arbeit oder im Urlaub: Auf Reisen hat man einfach Besseres zu tun, als sich mit veralteten Straßenkarten oder undeutlichen Wegbeschreibungen zu plagen. Für die meisten Orientierungslosen ist die Anschaffung eines fix installierten oder externen Navigationssystems aber zu kostspielig, da die Investition oft die 1.000 Euro-Grenze überschreitet. Wer einen günstigeren Weg einschlagen will, findet in Navicore Personal den idealen Wegbegleiter und treuen Beifahrer. Der Vorteil dieser Lösung liegt auf der Hand: Sie ist immer und überall einsetzbar. Man kauft sich das Paket Navicore Personal 2006/1, das je nach Ausführung zwischen rund 250 Euro für die Alpen- und 330 Euro für die Europa-Version kostet. Dann steckt man die mitgelieferte Speicherkarte, auf der Software und Kartenmaterial gespeichert sind, in sein Mobiltelefon, und schon navigiert das Telefon, egal ob zu Fuß, im Auto oder auf dem Fahrrad, zur gewünschten Destination. Mit dem Mobiltelefon können während des Navigationsvorgangs wie gewohnt Anrufe getätigt oder entgegengenommen werden. Im Set ist auch ein Bluetooth-GPS-Empfänger enthalten. Dieser lässt sich an jeder beliebigen Stelle des Fahrzeuges platzieren. Für eine präzise Führung beim Joggen oder Fahrradfahren kann er in der Tasche oder im Rucksack mitgenommen werden. Planloses Herumirren ist damit in Zukunft passé. *kl* Foto: Navicore



Technologie

Notiz Block



Netzwerken für Spracherkennung

Die TU Graz, Philips und weitere Partner aus Forschung und Wirtschaft haben ein Kompetenznetzwerk gegründet, das sich mit der Forschung und Entwicklung von Spracherkennung und Natural Language Processing beschäftigt. Coast (Competence Network for Advanced Speech Technologies) soll den Wirtschaftsstandort Österreich im global wachsenden Sprachtechnologiemarkt stärken, wie es in einer Aussendung hieß. Die Zusammenarbeit zwischen Signalverarbeitung und Natural Language Processing sei eine große Chance: Die Applikationen der Zukunft werden Sprache nicht nur erkennen, sondern auch intelligent verarbeiten, indem sie Domänen- und Allgemeinwissen einsetzen.

Japanischer Trend aus der Steiermark

In Japan ist die Technologie bereits ein alter Hut – nun soll sie auch in Europa zum Renner werden: „2Codde“ heißt das Software-Programm eines oststeirischen Unternehmens, über das man dynamische Codes mit dem Handy abfotografieren

und entschlüsseln kann. Der Grazer Software-Entwickler Arnd Klocker und sein Partner von Styriaware (Gleisdorf) haben als Erste die Technologie für Europa adaptiert. 2Codde soll den täglichen Umgang mit elektronischen Daten für Privatpersonen und Unternehmen erleichtern. Das System funktioniert einfach: Informationen werden in Codes verschlüsselt an verschiedenen Stellen angebracht. Der Nutzer fotografiert die Zeichen mit dem Handy ab und erhält über ein zuvor installiertes Programm automatisch Zugang zur Information. „Hinter dem Code steht eine Zahl, über die dann die jeweilige Info über unseren Server abgeholt werden kann“, erklärt Klocker. „In den Codes können Informationen wie Kontakt- und Firmeninformationen eingebracht werden.“ Die Daten hinter einem einmal gekauften Code könnten jederzeit geändert werden.

Yahoo startet mit sozialer Suche

Das Internet-Portal Yahoo will im harten Ringen um das Werbegeschäft mit einem neuartigen Such-Service punkten. Mit Yahoo Clever hat das Unternehmen den Service der „sozialen Suche“ in einer vorläufigen Beta-Version auch auf Deutsch an den Start gebracht. Antworten werden anstelle einer anonymen Suchmaschine von der Gemeinschaft der Nutzer selbst geliefert. Damit erhielten die User Antworten auf Fragen, die ihnen bisher niemand beantworten konnte, sagt Yahoo-Manager Volker Glaeser. *apa/kl*

Teures Daten-Roaming

Die hohen Roaming-Tarife bei der Sprachtelefonie befinden sich im Fadenkreuz der EU-Kommission. Als Nächstes werden nun die hohen Gebühren für grenzüberschreitende Datendienste angegriffen.

Hannes Stieger

Wer es einmal gewagt hat, seine UMTS-Datenkarte auch im Ausland zu verwenden, wird dies wohl so schnell nicht wieder vergessen: Roaming-Gebühren von teilweise bis zu 15 Euro pro Megabyte schlagen sich schwer auf die Telefonrechnung. Ein Megabyte ist schnell verbraucht, mit den neuen, schnelleren HSDPA-Datenkarten kann man, legt man es darauf an, sogar auf Kosten von mehr als 10.000 Euro pro Stunde Download kommen.

Doch hier wird sich in der nächsten Zeit einiges ändern. Beim Mobilfunk One plant man bereits Tarifsenkungen. „Die Roaming-Kosten im Datenbereich sind derzeit prohibitiv“, erklärt One-Chef Jörgen Bang-Jensen. Nach Senkung der zu hohen Roaming-Kosten bei der Sprachtelefonie werde man sich auch dem Daten-Roaming zuwenden müssen.

Die EU plant, die hohen Roaming-Kosten stark zu reduzieren. Vor allem die EU-Telekom-Kommissarin Viviane Reding macht sich für eine Preiskürzung stark. Österreich ist von den EU-Roaming-Plänen besonders betroffen, da hierzulande die Roaming-Einnahmen von Urlaubsgästen aufgrund der starken Sommer- und Winter-saison besonders hoch sind und sogar die günstigen Inlandstarife erst ermöglichen. Die Roaming-Einnahmen eines Handy-Netzbetreibers in Österreich sind 20-Mal so hoch wie etwa in Skandinavien. Branchenschätzungen zufolge lukrieren die Betreiber mit ihren rund 380 Mio. europäischen Mobilfunkkunden im EU-Durchschnitt zehn bis 15 Prozent ihrer Umsätze aus dem Roaming. Im Tourismusland Österreich sollen es sogar bis zu 30 Prozent sein.

Mit einem mittlerweile entschärften Aktionsplan will die EU-Kommission ihre Ziele sowohl durch eine Regulierung der Betreibergebühren, die die Mobilfunkunternehmer untereinander verrechnen, als auch durch einen Eingriff in die Handy-Tarife für den Endkunden erreichen. Nach einem aktuellen Entwurf will die EU-Behörde vorschlagen, dass die internen Betreibergebühren für Roaming in Zukunft bei einem Lokalgespräch im Ausland maximal doppelt so hoch sein dürfen wie das durchschnittliche EU-Inlands-Terminierungsentgelt und maximal dreimal so hoch, wenn es sich um ein Roaming-Ferngespräch aus dem EU-Ausland in die Heimat handelt. Gemessen am der-



Im Ausland ab und zu die E-Mails via Datenkarte zu checken, hat seinen Preis. Dieser soll aber mittelfristig sinken. Foto: Bilderbox.com

zeitigen Niveau der Inlandsterminierung würde das Limit für betreiberinterne Roaming-Gebühren damit bei 24 beziehungsweise 36 Cent pro Minute liegen.

Telekom-Regulator Georg Serentschy erwartet durch den EU-Eingriff eine Verteuerung der Inlandsgespräche. Wenn die Roaming-Gebühren massiv gesenkt werden und die Passiv-Roaming-Kosten gänzlich entfallen, bestehe die Gefahr, dass die Inlandstarife steigen. Die österreichischen Betreiber würden die Verlierer der geplanten Preisregulierung sein, Preissenkungen würden dann nicht mehr leistbar sein, kritisiert auch Mobilkom Austria-Sprecherin Elisabeth Mattes.

Hutchison mit Gegenposition

Der UMTS-Anbieter Hutchison 3G („3“) hingegen unterstützt die geplante Reduktion der Roaming-Preise. Nicht ganz uneigennützig: Dadurch, dass es für „3“ kaum Roaming-Umsätze im Inland gibt, hat der Mobilfunk wenig von den hohen Gebühren. Die Quersubventionierung der Inlandstarife durch teure Roaming-Gebühren ist dem Mobilfunk daher ein Dorn im Auge. „Wir haben allen unseren Roaming-Partnern offeriert, zu einem Preis von 25 Cent die Minute Roaming zu betreiben, im Gegenzug würden wir denselben Preis bieten“, erklärt Berthold Thoma, Chef von Hutchison Österreich, im Gespräch mit *economy*. „Doch bis dato haben nur zwei Mobilfunkbetreiber in Luxemburg und Zypern zugesagt.“ Bei den Datenpreisen peilt Hutchison im Roaming 50 Cent pro Megabyte an – plus jeweils Umsatzsteuer und einen Aufschlag von 20 bis 25 Prozent. „Beim Thema Senkung der Roaming-Tarife sind wir aktiv an die EU herangetre-

ten“, sagt Thoma weiter. „Auch in punkto Datentarife wünschen wir uns eine Senkung, das gehört für uns in das gesamte Roaming-Thema hinein.“ Man sehe, dass die Datennutzung permanent zunehme, und plädiere für eine radikale Senkung der Roaming-Preise.

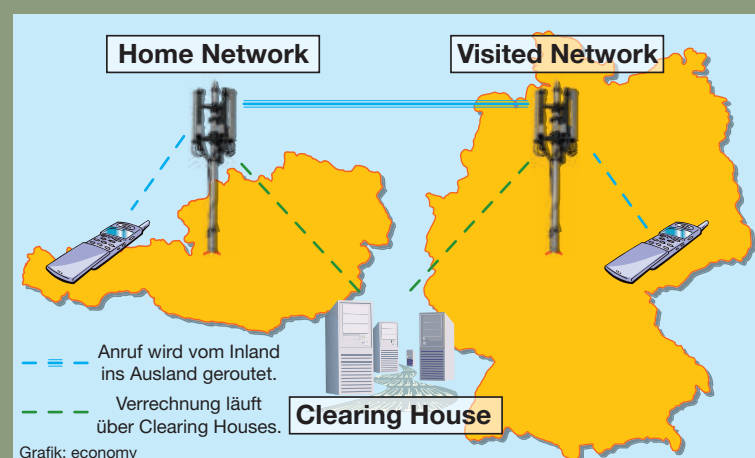
Von der geplanten Senkung der Roaming-Gebühren ist früher oder später nicht nur die Sprachtelefonie, sondern auch der boomende Bereich der Datenübertragung betroffen. Ein Drittel der rund drei Mio. österreichischen Haushalte ist bisher mit einem Laptop ausgestattet und gilt als potenzielle Zielgruppe für mobile Internet-Anbindungen.

One-Chef Bang-Jensen schätzt allein in Österreich das Potenzial auf 900.000 Datenkarten – bis dato wurden von allen Mobilfunkern zusammen aber erst 100.000 verkauft. Führend ist Mobilkom Austria, die bisher 50.000 UMTS-Datenkarten und 600.000 UMTS-Handys verkauft hat. Derzeit bewerben alle Betreiber die Einführung der neuen HSDPA-Datenkartengeneration. Damit sind bis zu 1,8 Megabit pro Sekunde möglich. Kürzlich hat T-Mobile den Ausbau seines Netzes auf 3,6 Megabit pro Sekunde angekündigt, Mobilkom Austria hat nachgezogen.

Laptop als Zugabe

In Deutschland gehen die Mobilfunkbetreiber sogar noch einen Schritt weiter und bieten Laptops als Zugabe zu Datenkarten an. Mit Hilfe von in der Mobilfunkindustrie gewohnten Subventionen könnten demnächst Laptops zu einem Preis von 100 Euro auf den Markt kommen, eingebautes UMTS/HSDPA-Modem inklusive. In punkto Tarifmodell halten sich die Betreiber aber noch bedeckt.

Wie funktioniert ein Mobilfunk-Roaming



Beim so genannten Roaming wird ein Anruf in das Land weitergeleitet, in dem sich der Teilnehmer mitsamt seinem Mobiltelefon aufhält. Sobald sich das Handy im ausländischen Mobilfunk-Netz („Visited Network“) einbuucht, erhält die inländische Zentrale eine entsprechende Information und routet die Gespräche künftig um. Selbiges passiert auch bei Anrufen vom ausländischen ins inländische Netz. Die Abrechnung erfolgt in den meisten Fällen über so genannte Clearing Houses. Bei der Gegenverrechnung der beiden Netzanbieter fließt nur der Differenzbetrag von einem Provider zum anderen. *sti*

Technologie

Keine gemähten Wiesen

Der Darmstädter Software-Konzern Software AG sucht seine Mission künftig in stärkerer Anlehnung am Markt und an den Anforderungen des Kunden. Altes soll mit Neuem verbunden werden. Interne Umstrukturierungen sind nun endgültig abgeschlossen.

Thomas Jäkle

„Wir haben unsere Kunden ein wenig aus den Augen verloren. Das ist nun aber anders“, erklärt Software-AG-Vorstand Alfred Pfaff. Das deutsche Software-Haus mit dem klangvollen Namen Software AG – nomen est omen, für Marketing-Experten kein einfaches Unterfangen, den Namen treffend zu positionieren – hat mit Umstrukturierungen zum Jahr 2005 einen Strich unter die Vergangenheit gezogen. Mehr Kundennähe, mehr Partnerschaften mit anderen Software-Unternehmen von Weltrang und die Intensivierung der profitträchtigen Beziehungen zu „Altkunden“ werden den Software-Konzern eigenen Aussagen zufolge nach vorne bringen.

Zudem soll das Aufspringen auf neueste Trends die Software-Schmiede für die Zukunft rüsten. Die Losung lautet SOA. Das nichtssagende Kürzel steht für software-orientierte Architektur. Schlauer? Es handelt sich um eine Herangehensweise, die darauf abzielt, eine gesamtheitliche Sicht auf die Bedürfnisse von Unternehmen anzuwenden. Und nicht nur IT-technisch, versichert Software-AG-Vorstand Pfaff: „Wir haben ja immer wieder exzellente Techniker und Programmierer gehabt. Sie haben schön vor sich hinprogrammiert.“

Tüfteln zum Selbstzweck

Dass da vieles programmiert wurde, was der Vertrieb nicht unbedingt brauchte, und der Vertrieb wiederum Anforderungen an die Ingenieursstuben richtete, deren Tüftler nicht wirklich erkannten, was „draußen benötigt wurde“, soll laut



Blühende Landschaften und „grüne Wiesen“ wünscht sich die zuletzt stark gebeutelte Software-Industrie. Die Software-Schmieden wollen sich stärker auf die Kunden einlassen. Foto: Bilderbox.com

Pfaff Vergangenheit sein. „Unsere Techniker konnten etliche Programmiersprachen. Die Fähigkeit, in Marktkategorien zu denken, war nicht so stark ausgeprägt, aber in den 1970ern bis fast zum Jahr 2000 auch zu der Zeit noch nicht wirklich gefordert“, erklärt Software-Vorstand Pfaff, der erst im November 2005 von IBM kam. Heute sei das anders. Die Programmierer in den Entwicklerstuben des Darmstädter Software-Konzerns müssen in neuen Marktkategorien denken, um zu verstehen, was wirklich gebraucht wird.

Software-Vorstandsvorsitzender Karl-Heinz Streibich hat mit der Stabübernahme ab dem Jahr 2005 mit derartigen Szenarien

aufgeräumt und den Software-Konzern neu geordnet. Noch im November 2005 erklärte Streibich, dass es nicht einfach wäre, geeignete Leute zu finden, um den 1969 gegründeten Konzern nach der New Economy-Blase in die richtige Richtung zu lenken. Und das trotz eines gut gefüllten Marktes an Jobsuchenden in der IT-Branche. „Die haben nicht die richtigen Fähigkeiten und sind nicht wendig genug“, streute Streibich nicht gerade Rosen.

Der Konzernherr über weltweit 2.700 Mitarbeiter in 60 Ländern forderte Ende 2005 gar die Einführung einer „Green Card“ für IT-Experten, um die Nachfrage nach „geeigneten Spezialisten“ befriedigen zu können.

Mit dem SOA-Konzept „Crossvision“ wollen die Darmstädter künftig die Bausteine aus Altem mit neuer Informationstechnologie verbinden. „Sicher ist es schöner, auf der grünen Wiese IT aufzubauen“, meint Pfaff. Aber in den Unternehmen gibt es noch jede Menge Altanwendungen, die in die Neuzeit geführt werden müssen. Gut die Hälfte der 3.000 Software-AG-Kunden, die auch auf die Datenbanksysteme Adabas des Unternehmens vertrauen, besitzen derartige Programme. Die Hälfte der Kunden setzt außerdem noch auf Großrechnersysteme. Im Vorjahr hat der Softwarekonzern weltweit einen Umsatz von 438 Mio. Euro erzielt.

Warenkorb

● **Kleiner Reisebegleiter.** 1,86 Kilogramm leicht, 12,1-Zoll-Widescreen, starker Intel Core Duo-Prozessor, 80 GB-Festplatte, Double Layer DVD: Das sind die Eckdaten des Toshiba U200, die ihn zum idealen Reisebegleiter für Beruf und Freizeit machen. Selbst in einem eng bestuhlten Touristenbomber findet das U200 den nötigen Platz auf dem Klappstisch. So bleibt man unabhängig und kann bequem die eigenen Filme ansehen. Dank eines mitgelieferten Adapters werden sechs verschiedene Speicherkartenstandards unterstützt, damit man gleich die Urlaubsfotos begutachten kann. Leider hat Mobilität ihren Preis: 1.550 Euro drücken auf das Urlaubsbudget. Foto: Toshiba



● **Weg mit dem Reiselärm.** Egal ob im Flugzeug, in der Bahn oder am Strand: Der Umgebungslärm trübt meistens den mobilen Musikgenuss. Der österreichische Kopfhörerhersteller AKG hat ein Mittel dagegen: Der 119 Euro teure K28NC reduziert den Lärmstress mittels einer aktiven, batteriebetriebenen Geräuscherdrückung, die zusätzlich am Kabel hängt. Das Ergebnis überzeugt: Im economy-Test konnte der Kopfhörer selbst bei leisem Betrieb überzeugen. kl Foto: AKG



ITnT

Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation

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

der branchenevent für ost und west

- nationale und internationale Aussteller
- erstklassiges Rahmenprogramm
- hochkarätige Fachbesucher
- CEE-Schwerpunkt

Jetzt
anmelden!

Reed Exhibitions
Messe Wien

www.itnt.at

Infos und Anmeldeunterlagen zur ITnT:

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

Special Innovation

Knut Consemüller: „Notwendig ist ein Förder-Mix, der sowohl mehr Forschungsqualität in der Breite als auch an der Spitze möglich macht“, erklärt der Vorsitzende des Rates für Forschung und Technologieentwicklung, der im Vorstand von Böhler Uddeholm für Forschung und Entwicklung verantwortlich ist.

Forschung als Standortsicherung

Manfred Lechner

economy: Was sind die Aufgaben des Rates für Forschung und Technologieentwicklung?

Knut Consemüller: Der Rat für Forschung und Technologieentwicklung berät die österreichische Bundesregierung in allen Fragen der Forschungs-, Technologie- und Innovationspolitik (FTI). Er empfiehlt in Kooperation mit den maßgeblichen Akteuren der FTI-Politik die strategische Ausrichtung und die Schwerpunktbildungen. Darüber hinaus trifft er Aussagen zur öffentlichen Mittelverwendung im FTI-Bereich. Im letzten Jahr hat der Rat die „Strategie 2010“ entwickelt, welche die Perspektiven für die österreichische Forschungspolitik für die nächsten fünf Jahre aufzeigt. Wir wurden von der Frage geleitet: „Wie kann Österreich die Lissabon-Ziele erreichen?“ In der Gesamt-EU ist die Zielerreichung bis 2010 unrealistisch. Für Österreich ist sie möglich.

Welche Schwerpunkte werden mit der Strategie 2010 gesetzt?

Die strategische Ausrichtung lässt sich in drei Leitsätze fassen: Qualität in der Breite forcieren und Exzellenz an der Spitze fördern sowie Vernetzung und Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft verstärken. Darüber hinaus soll die Effizienz und Effektivität des Förderungssystems gesteigert werden.



Bottom-up-Förderungen werden auch von Unternehmen als ein wirksames und innovationsförderndes Werkzeug anerkannt. Foto: Bilderbox.com

In welchen Forschungsfeldern nimmt Österreich einen Spitzenplatz ein, und wie kann dieser gehalten werden?

In vielen Bereichen werden in Österreich schon jetzt international anerkannte Spitzenleistungen erbracht. Zu erwähnen sind die Medizin – Transplantationschirurgie und Krebsforschung –, aber auch die Umwelttechnologie, die Biotechnologie, die Physik, die Materialwissenschaft und der Automotive-Bereich. Ein Land von der Größe Österreichs kann aber natürlich nicht in allen Forschungsfeldern führend sein. Daher ist es wichtig, unsere Stärken weiter auszubauen – und noch vorhandenes Potenzial auszuschöpfen.

Schlüsselsektoren für Österreich sind daher unter anderem Life Sciences – also die Bereiche der Medizin und Biotechnologie, weiters Umwelttechnologie und erneuerbare Energie, Nano- und Mikrotechnologie sowie Informations- und Kommunikationstechnologien. In diesen Feldern hat Österreich einen Vorsprung. Spitzenleistungen, die hier erbracht werden, sind international nachgefragt.

Wie sind Sie mit der derzeitigen Förderpolitik zufrieden?

Österreich ist im „World Competitiveness Report 2006“ vom IMD vom 17. auf den 13. Rang gereiht worden. Als Stärken Österreichs führt das Lausanner

Institut die nicht wettbewerbsverzerrenden Förderungen, das effiziente Wettbewerbsrecht und die Unternehmensbesteuerung an. Im Innovationsscoreboard der EU (2005) hat Österreich zur Spitzengruppe aufgeschlossen. Dies liegt sicherlich auch daran, dass wir die Brücke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft in den letzten Jahren konsequent verbreitert haben. Der kooperative Sektor ist seit 2001 um mehr als 170 Prozent gewachsen, und das ist gut so.

Existieren Defizite, was die öffentliche Wahrnehmung der Wichtigkeit von Forschung bezüglich der Standortqualitäten Österreichs betrifft?

Wir sollten uns überlegen, mehr privates Risikokapital zu schaffen. In Schweden sind es 0,87 Prozent des BIP, in Österreich 0,07 Prozent, also ein Faktor eins zu zehn. In Schweden gab es früher einen Fonds, in den jeder Lohnempfänger seinen Obolus eingezahlt hat.

Welchen Stellenwert hat Forschung in Österreich im Vergleich mit EU-Europa?

Der Stellenwert der Forschung ist gewachsen. Österreichs Forschungsinvestitionen steigen in den letzten Jahren äußerst dynamisch. Nur Finnland hat in Europa eine noch höhere Dynamik. Österreich ist in der Forschung auf einem guten Weg. Die öffentliche Hand hat seit 1998 ihre Forschungsausgaben um 7,2 Prozent gesteigert, die Wirtschaft sogar um 9,2 Prozent.

Steckbrief



Knut Consemüller ist Vorsitzender des Rates für Forschung und Technologieentwicklung. Foto: RFT

Förderungen anpassen – Innovationsbereitschaft stärken

Innovative Projekte mit erhöhtem Risiko sollen in Zukunft einfacher realisiert werden können.

Unternehmen sind die treibende innovative Kraft, denn sie schaffen mit ihren Partnern in unzähligen Wertschöpfungsketten unterschiedlichste Innovationen. Deshalb ist es wichtig bei der Innovationsförderung auf Maßnahmen zu setzen, die die Selbstorganisationskräfte des Systems stärken, sowie Anreize und Rahmenbedingungen zu schaffen, die das System als Ganzes kräftigen.

Aus der Sicht des Rates für Forschung und Technologieentwicklung (RFT) ist es für Innovationspolitiker hingegen wichtig, genau zu prüfen, welche Anreize und Steuerungsmecha-

nismen entwickelt werden, denn diese müssen der Strukturdynamik des Systems gerecht werden und künftige Entwicklungen antizipieren. „Handelt es sich um hoch komplexe Systeme mit stark nichtlinearem Verhalten, empfiehlt es sich, stärker auf die Selbstorganisationskräfte und die Kreativität solcher Systeme zu setzen und nicht der Illusion zu erliegen, man könne gezielt eingreifen“, erklärt Knut Consemüller, Vorsitzender des RFT. Eine Konzentration politischer Maßnahmen, die Forschung, Technologieentwicklung und Innovation betreffen, auf wenige Hochtechnologiebereiche entspricht

nur ungenügend der Branchenstruktur österreichischer Unternehmen. Aus Sicht des Rats wird durch verstärkte anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung insbesondere die Exportstärke wertschöpfungsintensiver Produkte im Unternehmenssektor gefördert.

Tatsache ist, wie aus einer Evaluierung der Förderlandschaft hervorgeht, die von einer national und international besetzten Kommission erstellt wurde, dass die thematisch offene Bottom-up-Förderung ein wirksames, innovationsförderndes Werkzeug darstellt. Darüber hinaus belegen wirtschaftswissenschaftliche

Analysen die hohe Akzeptanz seitens der Unternehmen hinsichtlich der Sondermittel und der dadurch ausgelösten Hebeleffekte.

Neuaustrichtung erforderlich

„Es sollte aber auch zu einer Neudefinition der Bottom-up-Förderung kommen, die die Basisprogramme in Abstimmung mit thematischen Schwerpunkt- und Strukturprogrammen in den Rahmen eines integrierten Gesamtkonzepts stellt“, so Consemüller.

Die Bottom-up-Förderung ist bisher zu sehr auf die Förderung inkrementeller Innovationen ausgerichtet, daher schlägt der Rat

vor, die Basisprogramme dahingehend auszurichten, dass ein stärkerer Schwerpunkt auf die Unterstützung riskanter und hoch riskanter Projekte zur Forcierung radikaler Innovationen mit Technologiesprüngen gelegt wird.

Aus diesem Grund hat auch die Weiterentwicklung und Anpassung der Förderinstrumente laut Ludovit Garzik, Geschäftsführer des Forschungsrates, eine hohe Priorität: „Für die Abwicklung von Projekten mit erhöhtem Risiko fehlen den Förderinstituten zum Teil die Instrumente. Diese werden wir in den nächsten Monaten gemeinsam entwickeln.“ malech

Special Innovation

Christoph F. Strnadl: „Schnittstellen-Optimierung beschleunigt die Abwicklung von Geschäftsprozessen. Zusatzeffekt ist, dass dadurch auch Informationen über die Performance gewonnen werden, die als Management-Entscheidungsgrundlagen dienen können“, erklärt der Chief IT Architect von Software AG Österreich.

Steuern mit Prozessmaschinen

Manfred Lechner

economy: Was kann man sich unter dem Begriff Prozessmaschine vorstellen?

Christoph Strnadl: Traditionell werden in Unternehmen zur Erledigung neuer Aufgaben Applikationen programmiert. Unser Ansatz ist, dass die derzeit in Unternehmen eingesetzten Applikationen zwar meist optimal laufen, es aber am Schnittstellenmanagement mangelt. Arbeitet etwa ein Unternehmen an drei Standorten, werden die Applikationen der Einzelstandorte wohl optimal funktionieren. Das sagt aber noch nichts über die Qualität des Wissensflusses zwischen den Standorten aus. An dieser Stelle empfiehlt sich der Einsatz der von uns entwickelten Prozessmaschine, durch die bestehende Optimierungspotenziale gehoben werden können.

Welche Vorteile ergeben sich aus diesem Vorgehen?

Festzustellen ist, dass bestehende Applikationen problem-

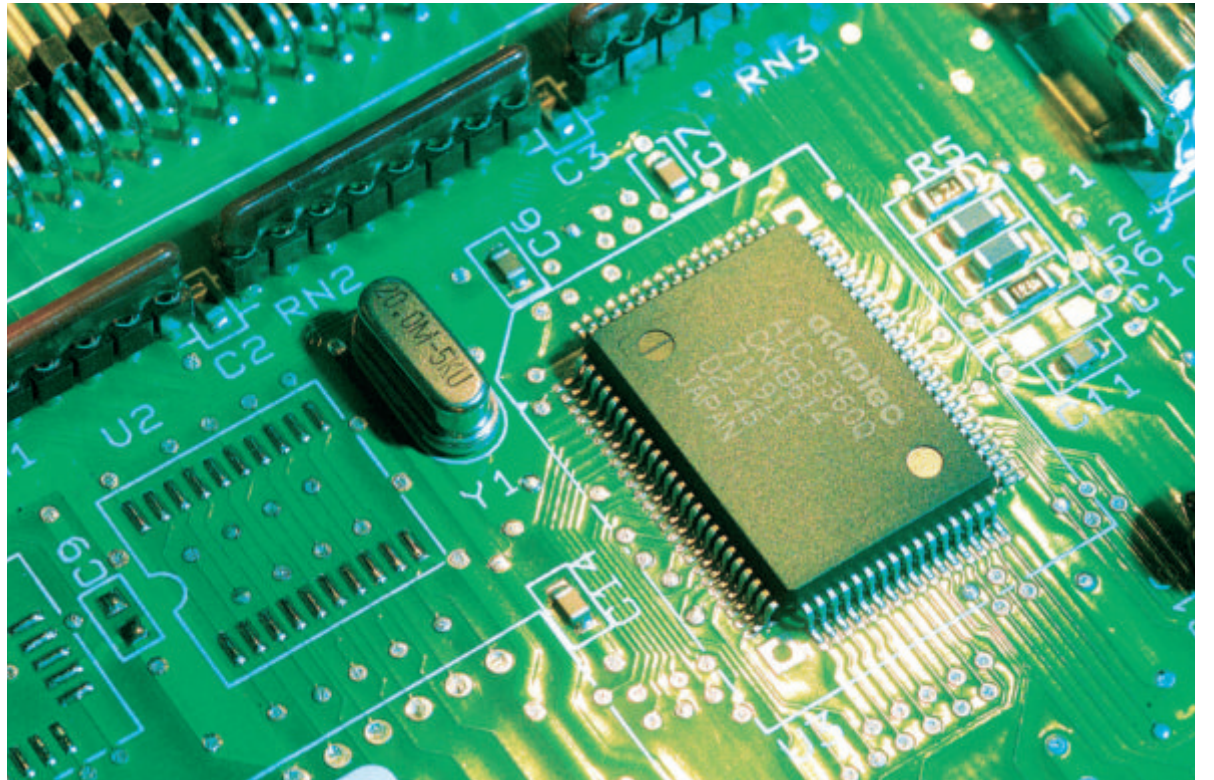
los weiterverwendet werden können. Consultingbedarf – diese Dienstleistung wird auch von uns abgedeckt – ergibt sich dahingehend, dass im Vorfeld einer Schnittstellenoptimierung Geschäftsprozesse hinsichtlich einer möglichen Beschleunigung und Verschlanung analysiert werden müssen.

Welche Umstände müssen gegeben sein, damit ein Unternehmen erkennen kann, ob der Einsatz einer Prozessmaschine sinnvoll ist?

Überall dort, wo Prozessschritte miteinander verbunden werden und dadurch Prozesse beschleunigt werden können, ergibt das Nachdenken über den Einsatz einer solchen Lösung Sinn. Vorteil ist, dass nicht mehr Prozesse programmiert werden müssen. Die Prozesse werden durch Kästchen symbolisch dargestellt. Ausgehend von dem so gewonnenen Struktur-Überblick zeigen sich jene Prozess-Felder, die durch den Einsatz der Prozessmaschine optimiert werden können.

Welche Bedingungen müssen für einen erfolgreichen Einsatz gegeben sein?

Wenn zwei der drei folgenden Punkte zutreffen, ist es empfehlenswert, eine Prozessmaschine einzusetzen. Punkt eins betrifft die Komplexität der EDV-Systeme. Trifft es zu, dass diese nicht weiter reduziert werden kann, da Veränderungen mit zu hohen Risiken oder Kosten einhergehen würden, ist ein Parameter bereits gegeben. Der zweite Punkt betrifft parallel laufende Geschäftsprozesse, die auf Akquisitionen oder ein



Prozessoptimierung eröffnet dem Management neue Wissensressourcen und trägt wesentlich zur Beschleunigung bei der IT-Abbildung neuer Produkte bei. Foto: Bilderbox.com

Auslandsengagement zurückführbar sein können. Im dritten Schritt konzentriert man sich auf die Flexibilität der Prozesse, denn Unternehmen sind darauf angewiesen, dass neue Produkte, etwa in der Versicherungsbranche, schneller als bisher in der Informationstechnologie abgebildet werden.

Lassen sich durch den Einsatz dieser Maschine Synergien lukrieren?

Der Einsatz einer Prozessmaschine produziert automatisch ein Mehr an Informationen, die, liegen sie in konsolidierter Form vor, auch zur Performance-Messung von Unternehmenspro-

zessen herangezogen werden können. Um diese Daten optimal auswerten zu können, ging die Software AG eine Partnerschaft mit dem Spezialisten IDS Scheer ein, der ein Prozess-Performance Tool anbietet. Das Management profitiert dahingehend, dass zusätzliche Wissensressourcen generiert werden, die als Grundlagen für die permanente Optimierung der Geschäftsprozesse herangezogen werden können.

Können durch die Anwendung dieser Software auch Prozesse der öffentlichen Verwaltung optimiert werden?

Die Software AG arbeitet nicht nur für Unternehmen,

sondern auch für einige Landesregierungen. Diese bekommen von Ministerien Vorgaben, Daten zu sammeln, die in der Regel auf Gemeinde-Ebene erhoben werden. In Österreich gibt es sieben Anbieter für Gemeinde-Software, die unterschiedliche Standards haben. Eine Prozessmaschine ist nun in der Lage, trotz unterschiedlicher Standards die auf Gemeinde-Ebene erhobenen Daten in der Form zu sammeln, dass seitens des Landes kein Nachbearbeitungsbedarf mehr entsteht und die Informationen sofort an die jeweiligen Ministerien weitergeleitet werden können.

Steckbrief



Christoph F. Strnadl ist Chief IT Architect von Software AG Österreich.

Foto: Software AG

Artificial Intelligence liefert Wunschklassik

Erstellen von Klangprofilen optimiert Servicequalität und Umsatzchancen von Musikportalen.

Musik-Portale müssen, um User zum Besuch der Website zu bewegen, mit einer großen Anzahl von Musik-Titeln punkten können, was hohe Investitionen in die erforderliche Informationstechnologie notwendig macht. Gleichzeitig nutzen User in der Regel aber nur einen Bruchteil des vielfältigen Angebots dieser Portale. „Rund 80 Prozent des Umsatzes werden mit rund fünf Prozent des Angebots gemacht“, erklärt Erich Gstrein, wissenschaftlicher Leiter für den Bereich Personalisierung/Recommender Systems von Smart Agent Technologies Studio. Erfolgversprechende Lösungen

müssen also sowohl mehr Serviceleistungen für User als auch eine bessere Auslastung des Angebots beinhalten. Gstrein: „Dazu ist es notwendig, die Vorlieben von Usern kennen zu lernen. Unser Ansatz bietet die Möglichkeit, User mit gleichen Interessen clustern zu können, was zur Verbesserung der Servicequalität – vergleichbar den Empfehlungen von Amazon – führt.“

Dieser im Fachjargon als „Social Filtering“ bekannte Prozess kann auch noch durch klassische Warenkorbanalysen ergänzt werden. „Verglichen mit Kaufhäusern“, so Gstrein,

„haben Internetportale den Nachteil, dass für Informationen kein Verkaufspersonal zur Verfügung steht.“ Anfragen wie etwa „Ich möchte ein Musikstück, das so ähnlich klingt wie die derzeitige Nummer eins der Hitparade“ sind in einem Online-Shop unbeantwortbar.

„Dieser Nachteil, zumindest was Musikportale betrifft, gehört nun der Vergangenheit an“, erklärt Gstrein. In einem aufwändigen Verfahren wurden mittels künstlicher Intelligenz die Musiktitel eines Anbieters bezüglich ihres Klangs untersucht. Dieses unter „Similar Sounding“ bekannte Ver-

fahren wurde gemeinsam mit Research-Partnern wie Gerhard Widmer, der an der Universität Wien am Institut für Artificial Intelligence tätig ist, durchgeführt.

Überraschende Ergebnisse

„Klänge werden mittels mathematischer Modelle abgebildet, was ihre Kategorisierung in Klangprofile möglich macht“, so Gstrein. In ersten Versuchsläufen gewonnene Erfahrungen boten unerwartete Ergebnisse. Als Referenzstück wurde eine Black Soul-Nummer ausgewählt. Neben zu erwartenden Vorschlägen, die durch

die Klanganalyse ermittelt wurden, schlug das System auch einen Titel von Angelo Branduardi vor. „Die Überraschung war groß, doch nach einer Hörprobe konnte ich feststellen, dass der ausgewählte Branduardi-Titel tatsächlich einen ‚Ausreißer‘ in seinem Repertoire darstellt“, so Gstrein, der von sich sagt, viele Branduardi-Titel zu kennen. Zusätzlicher Benefit neben Optimierung der Servicequalität ist, dass auch versteckte Perlen innerhalb des Angebots gehoben werden können, was wiederum eine weit effizientere Nutzung des gesamten Angebots möglich macht. *malech*

Special Innovation

Gerald Zeiner: „Die Unternehmen sind im Informationszeitalter angekommen. Das hat zur Folge, dass auch für KMU im Bereich Business Intelligence Aufholbedarf besteht, da diese die Wettbewerbsfähigkeit durch die Optimierung von Geschäftsprozessen verbessert“, erklärt der Product Manager von SAP Österreich.

Optimierung durch Beschleunigung

Manfred Lechner

economy: Welche Optimierungspotenziale können derzeit von Unternehmen realisiert werden?

Gerald Zeiner: Die Unternehmen sind im Informationszeitalter angekommen und können bestehende Potenziale nur durch Verbesserung und Beschleunigung von Geschäftsprozessen realisieren. Zurückzuführen ist diese Entwicklung auf die im vergangenen Jahrhundert – nicht zuletzt unter tatkräftiger Mithilfe von SAP – erfolgte Optimierung der Produktionsprozesse, die in den 90er Jahren von Verbesserungen der Vertriebsabläufe mittels Customer Relationship Management abgelöst wurde. Folge davon ist, dass Unternehmen immer mehr Daten produzieren, die nun durch den Einsatz von Business Intelligence (BI) Tools weitere Optimierungen ermöglichen.

Lassen sich Treiber für diese Entwicklung identifizieren?

Die Basis, auf der wir aufbauen, ist das Reporting. Unzufriedenheit in diesem Bereich wirkt sich in der Regel als Treiber für die Umsetzung von BI-Lösungen aus. Die von SAP entwickelten BI Tools stellen eine Vielzahl von Reports zur Verfügung, die auch an die individuellen Bedürfnisse angepasst werden können. Die vielfältigen IT-Prozesse, die für die Erstellung eines Reports notwendig sind, laufen unsichtbar im Hintergrund ab. Tatsache ist, dass die jederzeitige Verfügbarkeit aktueller Daten und die leicht fassbare Aufbereitung komplexer Sachverhalte zu einer Mitarbeiter-Performance-Steigerung führen.



Strategische Entscheidungen können mit Business Intelligence Tools auf Basis von topaktuellen Zahlen getroffen und rascher in der Organisation kommuniziert werden. Foto: Bilderbox.com

Sind es hauptsächlich Großbetriebe, die von BI Tools profitieren können?

Nicht nur. Business Intelligence wird auch für Klein- und Mittelbetriebe mit Umsätzen zwischen 20 und 120 Mio. Euro zusehends ein wichtiges Thema, denn dadurch können sie ihre Wettbewerbsfähigkeit nicht nur erhalten und stärken, sondern auch kontrolliert in größere Dimensionen wachsen.

Was kann ein komplexer Sachverhalt beinhalten, und wie sieht der daraus generierte überschaubare Report aus?

Nehmen wir als Beispiel eine Liste mit Aufträgen, die wegen Erreichen des Kreditlimits der einzelnen Kunden blockiert sind. Ohne die aktuelle Ansicht wechseln zu müssen, können heute zusätzlich aktuelle Kreditschutzverband-Daten abgefragt werden, die über die Bonität eines betroffenen Kunden Auskunft geben. Somit hat der Anwender unmittelbar eine fundierte Entscheidungsmöglichkeit über die Ausweitung eines bestehenden Kreditlimits, und in weiterer Folge kann ein betroffener Auftrag in der gleichen Ansicht wie

zuvor freigegeben oder weiter blockiert werden.

Welche Schritte sind für eine erfolgreiche Umsetzung notwendig?

Im Wesentlichen geht es um die Bewältigung dreier Herausforderungen. Erstens und grundlegend ist die Schaffung einer einheitlichen und konsistenten Datenbasis für analytische Anwendungen. Eine der beiden verbleibenden Herausforderungen ist es, über die Business Intelligence-Anwendung Zielvorgaben bekannt zu machen. Die dritte Herausfor-

derung ist die Bereitstellung der richtigen Informationen in richtiger grafischer Form für möglichst alle Abläufe im Tagesgeschäft. Abgesehen von der Schaffung einer konsistenten Datenbasis ist die Reihenfolge bei der Umsetzung der beiden anderen Ziele je nach Unternehmen unterschiedlich.

Welche Geschäftsprozesse können in weiterer Folge optimiert werden?

Business Intelligence Tools eignen sich auch dazu, die unternehmensinterne Kommunikation zu verbessern, damit Mitarbeiter rasch über strategische Management-Ziele informiert werden können. Beschließt beispielsweise der Vorstand, Märkte zu erobern, werden Verkäufer eher Rabatte gewähren als in dem Fall, dass Profitabilität als strategisches Ziel definiert wurde. Als Trend ist feststellbar, dass Berichte ausgehend von den Management-Ebenen immer mehr auch einer breiten Masse von IT-Anwendern im operativen Umfeld quer über alle Abteilungen zugänglich gemacht werden.

Steckbrief



Gerald Zeiner ist Product Manager von SAP Österreich.

Foto: SAP

BI-Accelerator analysiert Daten im Turbo-Mode

Eine bis zu 200-mal schnellere Datenauswertung ist selbst im Terabyte-Bereich möglich.

Der BI (Business Intelligence)-Accelerator von SAP ist Teil der BI-Infrastruktur in SAP Net Weaver und wurde gemeinsam mit Intel entwickelt. Ohne zusätzliche Spezial-Hardware oder kostspielige Systemanpassungen können binnen weniger Sekunden mehrere Terabytes Daten ausgewertet werden. Dadurch konnte der traditionelle Konflikt zwischen Abfragegeschwindigkeit und -flexibilität, insbesondere bei großen Datenvolumina, gelöst werden. Weiters lassen sich Analyse-Ergebnisse auch über Bereichs- und

Unternehmensgrenzen hinweg erstellen und können direkt in den aktuellen Geschäftsprozess eingespeist werden. „Durch den Einsatz des BI Accelerators erhalten Unternehmen maximale Leistungsfähigkeit bei reduzierten Kosten für ihre Business-Intelligence-Funktionen“, erklärt Klaus Kreplin, Executive Vice President SAP Net Weaver bei SAP.

Der BI Accelerator wird als vorinstallierte Anwendung auf Blade Servern von HP und IBM mit 64-Bit-Intel-Xeon-Prozessoren angeboten. Vorteil ist,

dass dadurch die Komplexität einer IT-Infrastruktur verringert wird, was IT-Administratoren von der Erledigung aufwändiger Routineaufgaben befreit.

Von Kunden vorab getestet

SAP-Kunden, die den BI Accelerator bereits vor Erscheinen testeten, stellten fest, dass Anwender eine deutliche Effizienz- und Produktivitätssteigerung erreichten. Insbesondere große Unternehmen mit hohen Datenvolumina können ihre bestehenden IT-Investitionen durch Verwendung des BI Ac-

celerators besser ausschöpfen. „Der Einsatz des BI Accelerators ermöglicht blitzschnelles Zugreifen auf Informationen und Datenauswertung“, erklärt Suzanne Dubois, Information Director for Financial Control and Accounting bei BP. Das Unternehmen verarbeitet täglich Abermillionen von Kunden-transaktionen in 100 Ländern. Dubois weist darauf hin, dass der BI Accelerator nicht nur schnellere Entscheidungen ermöglicht, sondern auch ertragssteigernde und kostensenkende Effekte generiert. Einen Test

unter Laborbedingungen führte das US-amerikanische Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Winter Corp, das sich auf Datenmanagement für Großunternehmen spezialisiert hat, mit dem BI Accelerator durch. Die Tester verzeichneten konsistente, schnelle Antwortzeiten auch unter hoch skalierter Abfragenbelastung. Der Testbericht hebt zudem hervor, dass der BI Accelerator einen kostengünstigen, einfachen Ansatz bietet, um starke Leistung ohne Zugeständnisse an die Flexibilität zu erzielen. malech

Special Innovation

Gert Keuschnigg: „Im Consulting-Bereich setzen wir die vom global forschenden Institute for Business Value, dem IBM-Think-Tank, entwickelten Lösungsmodelle um, die ein effizientes Vorgehen zur raschen Zielerreichung ermöglichen“, erklärt der Manager von SMB IBM Business Consulting Services Österreich.

Unternehmen als Kompetenzzentren

Manfred Lechner

economy: Ist bei Klein- und Mittelunternehmen (KMU) ein Consulting-Nachholbedarf festzustellen?

Gert Keuschnigg: Verglichen mit Großbetrieben nutzen KMU externe Beratung in einem geringen Ausmaß. Notwendig wird Consulting dann, wenn Unternehmen eine gewisse Größe erreichen. Erfahrungsgemäß ist die erste Sprunggröße, die Optimierungs- und Anpassungsbedarf erforderlich macht, mit 30 Mitarbeitern erreicht. Ab dieser Größe beginnen sich Kleingruppen zu bilden, und es entstehen neue Organisationseinheiten. Wächst das Unternehmen weiter, ergibt sich notwendiger Beratungsbedarf wieder, wenn 120 beziehungsweise 300 Mitarbeiter beschäftigt sind.

Wie können Unternehmen strategische Ziele besser umsetzen?

Aufbauend auf der von einem Unternehmen definierten Erfolgsstrategie analysieren IBM-Berater die Voraussetzungen, die für eine optimale Umsetzung notwendig sind. Die von IBM entwickelten Methoden haben den Vorteil, dass ihnen ein holistischer Ansatz zugrunde liegt. Dies gewährleistet optimale Zielerreichung und ständige Evaluation der laufenden Prozesse.

Wie gehen Sie dabei vor?

Mittels der von IBM entwickelten Express Value Creation wird das gesamte Unternehmen betrachtet. Neu ist, dass durch Express Value Creation alle Erfolgsfaktoren und Optimierungspotenziale aufgespürt



Prozesse können nach einem Reengineering schneller abgewickelt werden, was zu einer messbaren Steigerung der Unternehmensperformance führt. Foto: Bilderbox.com

werden können. Dieser Ansatz unterscheidet sich grundlegend von CRM Tools, die nur Kundenbeziehungen abbilden können, während andere Erfolgsfaktoren, wie beispielsweise die Beschleunigung der Supply Chain oder der Bereich Innovation, nicht erfasst werden können.

Welche Strategie hat sich als die beste erwiesen?

Am Beginn der Analyse stehen strategische und taktische Überlegungen. Darauf aufbauend wird so lange heruntergebrochen, bis die Kernkompetenzen klar hervortreten. Erst durch ein solches

Vorgehen können die definierten kritischen Erfolgsgrößen sowohl während der Umsetzung als auch danach mittels Messgrößen überprüft werden. Für die Überwachung der Messgrößen kommen Business Intelligence Tools zur Anwendung.

Wie werden die Messfaktoren definiert?

An dieser Stelle kommt ebenfalls eine von IBM entwickelte Methode, nämlich das Component Business Modelling (CMB), zur Anwendung. Unser Ansatz ist pragmatisch und geht von der Unternehmensorganisation

aus. Im Unterschied zur zeitraubenden Prozessanalyse, bei der hunderte Prozesse zu analysieren sind, definiert CBM einzelne Kompetenzbereiche auf der organisatorischen Ebene. Da durch die zuvor erfolgte Express Value Creation die Kernkompetenzen bereits bekannt sind, können die Kompetenzbereiche nach ihrer Wertigkeit in Bezug auf die Kernkompetenzen gereiht werden.

Welcher Schritt wird als nächster gesetzt?

Die ausgewählten Kompetenzbereiche werden auf ihre

Wichtigkeit bezüglich ihrer strategischen, steuernden und operativen Bedeutung durchleuchtet. An dieser Stelle ist der innovative Ansatz von CBM klar erkennbar, denn der Analyseaufwand ist weitaus geringer, als dies bei einer herkömmlichen Prozessanalyse der Fall wäre. Statt hunderte Prozesse zu untersuchen, findet man mit CBM 60 bis 70 überschaubare Komponenten. Aus diesem Pool werden jene ausgewählt, die zur Zielerreichung wichtig sind. Im Anschluss daran kann das Optimierungspotenzial punktgenau definiert werden.

Wie erfolgt die Kontrolle der Prozesse?

Für die einzelnen Prozesse werden Key Performance Indicators festgelegt, die aussagekräftige Daten liefern und so eine exakte Verlaufskontrolle möglich machen. Dadurch ist auch gewährleistet, dass bei Planabweichungen rasch gegensteuert werden kann, damit die gesetzten Ziele tatsächlich erreicht werden.

Steckbrief



Gert Keuschnigg ist Manager von SMB IBM Business Consulting Services Österreich.

Foto: IBM

Business Intelligence revolutioniert Informationsmanagement

Optimierung von operativen und strategischen Entscheidungen erleichtert Umsetzung von Unternehmenszielen.

Der Zukunftsforscher John Naisbitt stellte bereits vor Jahren fest, was derzeit noch in vielen Unternehmen täglich als Hemmschuh erfahren wird: „Wir ertrinken in Informationen und hungern nach Wissen.“ Business Intelligence (BI) Tools schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Informationen zu Wissenspaketen verdichtet werden können.

„Entscheidend für ein effizientes Vorgehen ist“, erklärt Werner Plessl, Sales Manager von IBM Software Group Österreich, „dass User keine Schnittstellen bedienen müssen, damit sie die für sie relevanten Informationen erhalten.“ Erfolg-

reiche BI-Lösungen zielen nicht nur auf die Vorstandsebene als User-Gruppe ab, sie müssen allen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden, damit ein reibungsloser Wissensfluss möglich gemacht wird.

Wissen wird dann zur Mangelware, wenn Informationen nur auf Abteilungsebene zugänglich sind. Erschwerend kommt hinzu, dass Daten in unterschiedlichen Formaten gespeichert werden. BI Tools bieten Lösungen für die komplexen Anforderungen. Mittels eines Layers, sozusagen einer Software-Zwischenebene, lassen sich Daten, unabhängig von ihrem Format – wie Excel-Files,

Word-Dokumente oder unterschiedliche Datenbankformate – auffinden. Erfolgsentscheidend ist aber, dass der Layer mit Spezifikationen ausgestattet wird, die eine zielorientierte Suche möglich machen. „Dazu müssen vor der Implementierung die relevanten Geschäftsprozesse analysiert und gegebenenfalls optimiert werden“, erläutert der IBM Sales Manager.

Implementierung ist wichtig

Prozessoptimierung ist deshalb wichtig, da BI-Lösungen bei suboptimal organisierten Prozessen ihr Optimierungspotenzial nicht entfalten können. „Der Erfolg einer solchen Maßnahme

steht und fällt – unter Einbeziehung der gewachsenen Unternehmenslandschaft sowie des Organisationsschemas – mit der Implementierung“, weiß Plessl. Hier verweist er darauf, dass vor der Implementierung daher zumeist immer auch ein Consulting-Bedarf gegeben ist, der von Plessl und seinen Mitarbeitern geleistet wird.

Eine taugliche BI-Lösung erfolgt über systemorientierte Software-Architektur. Diese muss modular aufgebaut sein, damit sie jederzeit erweiterbar ist. Bestehende Software wird bei der Applikationsentwicklung evaluiert. Das „Recyclen“ bereits vorhandener Software

beschleunigt die Implementierung einer Neuentwicklung und verringert die Kosten. Plessl: „Im Vergleich zu vor fünf Jahren konnte mit diesem Ansatz eine Beschleunigung der Entwicklungszeiten um den Faktor fünf erreicht werden.“ malech

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

Redaktion:
Ernst Brandstetter

Wirtschaft

Teure Schnäppchen-Tickets

Fliegen: Brutaler Preiskampf in Europa und hohe Kerosin-Preise setzen auch den Billig-Airlines spürbar zu.

Clemens Rosenkranz

Flugreisenden hat der Preiskampf am Himmel eine schöne neue Welt von Schnäppchen-Tickets beschert, den Airlines hingegen bereitet die Entwicklung Kopfzerbrechen. Denn während die Preise hinunterrasseln, hat sich der Flugzeugtreibstoff Kerosin massiv und nachhaltig verteuert.

Europas Fluglinien sind durch die sehr hohen Kerosin-Preise in ordentliche Turbulenzen geraten, ein Ende der ökonomischen Schlechtwetterfront ist noch nicht absehbar. Die Folgen des Luftverkehrseinbruchs nach den Terroranschlägen in den USA 2001 und der Vogelgrippe Sars sind noch immer zu spüren, auch weil es kräftige Überkapazitäten am Himmel gibt. Der Branchenverband Iata schätzt den Gesamtverlust der 265 Iata-Airlines heuer auf drei Mrd. US-Dollar (2,4 Mrd. Euro); ursprünglich wurde nur ein Minus von 1,7 Mrd. Euro erwartet. Kumuliert auf die vergangenen fünf Jahre, haben die Airlines annähernd 32 Mrd. Euro vernichtet, davon entfielen 68 Mio. auf die heimische AUA.

Getrieben wird das Flugverkehrswachstum in Europa von einem gnadenlosen Preiswettbewerb unter dem Motto „Jeder gegen jeden“. Statt stetiger Nachfrigestimulierung durch neue Anbieter und Routen tobt ein knüppelharter Verdrängungswettbewerb. „Ausgetragen wird der Kampf über die Ticket-Preise, die trotz hoher Treibstoffkosten weiter im Sinkflug sind“, sagt BA-CA-Chefanalyst Alfred Reisenberger.

Unterm Strich sind Billigflüge gar nicht so billig, weil Kerosin-Zuschläge und andere Aufschläge die Tickets verteuern. In vielen Fällen sind Airport-, Sprit- und Sicherheitsgebühren um ein Zifaches höher als der reine Ticket-Preis. „Im Schnitt kostet ein Billig-Ticket zwischen 100 und 150 Euro“, schätzt Reisenberger.

„Geschäftsmodell unter Druck“

Anders als vor einigen Jahren kommen nun auch die Billig-Airlines stärker ins Trudeln. „Wenn der Treibstoffpreis extrem steigt, dann gerät das gesamte Geschäftsmodell der Billigflieger unter Druck“, so der frühere Lufthansa-Chef Jürgen Weber, jetzt Aufsichtsratschef beim Kranich. Zumindest die Iata geht von keiner Kerosin-Verbilligung aus und rechnet mit weiteren Verteuerungen: 2007 sollen sie auf 95 Mrd. Euro steigen, das ist dreimal mehr als im Jahr 2002. Für heuer schätzt die Iata die Kerosin-Ausgaben auf 88 Mrd. Euro.

Die Entwicklung an der Spritpreisfront müssen auch die Billig-Airlines in ihren sehr schlanken Kalkulationen unterbringen. Und viele, gerade kleinere, wenig rentable Flieger können sich keine Absicherungen gegen

die stetigen Kerosin-Verteuerungen leisten. Die hohen Tankrechnungen lassen sich an den Bilanzen mancher Low Cost Airlines ablesen. So verlor Easy Jet im ersten Halbjahr 59 Mio. Euro. Selbst An-

leger sind bezüglich Billig-Airlines nicht mehr so euphorisch: Air Berlin musste den Börsengang verschieben und den Ausgabepreis wegen schwacher Nachfrage deutlich senken. Die Anleger glaubten

mit Blick auf den umkämpften Markt in Europa nicht an die von Air Berlin gemalte rosige Zukunft.

Fortsetzung auf Seite 14

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 Umwelt- und Agrarbiotechnologie 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



Wirtschaft

Notiz Block



Wirtschaftsmotor WM überschätzt

Die Stimmung bei der Fußball-WM ist sehr ausgelassen, doch in der deutschen Wirtschaft kommt nur wenig davon an. Zwar profitieren Gastgewerbe, Sportartikel- und Unterhaltungselektronik-Hersteller, Einzelhandel und Sicherheitsdienstleister von der WM, gemessen am Bruttoinlandsprodukt werde sich das Sportfest aber kaum bemerkbar machen, sagt Dirk Ulbricht vom Münchener Wirtschaftsforschungsinstitut Ifo. Auch Tourismusexperten gehen hinsichtlich der Weltmeisterschaft von einem Nullsummenspiel aus. Zum Schäumen hat die WM dagegen schon jetzt die Umsätze der Brauereien gebracht. *apa*

Privatkonkurse auf Vormarsch

Eine Entspannung bei Unternehmenspleiten und einen Anstieg von Privatkonkursen ortet der Kreditschutzverband von 1870 (KSV). Während die Zahl der Firmenpleiten im ersten Halbjahr um sechs Prozent gesunken sei, habe jene der Privatkonkurse um fast 14 Prozent zugenommen. Damit sind be-

reits mehr Private zahlungsunfähig als Betriebe. Für das Jahr 2006 rechnet der KSV mit einem Rückgang der Firmenpleiten und einem weiteren Anstieg der Privatkonkurse um 14 Prozent auf 7.400 Fälle. Bedenklich sei, dass bereits jede zehnte Unternehmenspleite absichtlich herbeigeführt werde. *apa*

Preisexplosion bei Heizöl und Sprit

Die Kosten für Energie sind weiter im Steigflug. Im Mai ist der Energiepreisindex gegenüber dem Vorjahr um satte zehn Prozent geklettert. Preistreiber waren einmal mehr Treibstoffe: Am stärksten seien die Zuwächse bei Heizöl gewesen, so die Österreichische Energieagentur. Ein Liter habe sich gegenüber Mai 2005 um 23,4 Prozent verteuert, bei Normalbenzin immerhin noch um 13,2 Prozent, bei Superbenzin um 12,9 Prozent. Viel geringere Preisausschläge habe es bei Strom gegeben, gegenüber Mai 2005 sei Strom um 3,6 Prozent teurer geworden. *apa*

Hochpreisländer Türkei und Italien

In den beliebtesten Ferienländern der Österreicher kostet Sprit oft mehr als hierzulande. Deutlich teurer ist Tanken in Italien, der Türkei, aber auch in Deutschland, Frankreich und der Schweiz, billiger hingegen in Ungarn, Kroatien, Slowenien, Spanien und Griechenland, meldet der Verkehrsclub Österreich (VCÖ). *apa*

Stürmische Ostfantasie

Die Änderung des Förderregimes hat den Ausbau der Windkraft in Österreich zum Erliegen gebracht. Nun sucht die Branche ihr Heil in Tschechien und Ungarn, wo höhere Vergütungen gezahlt werden.

Clemens Rosenkranz

Im Osten liegen bis auf Weiteres die Wachstumshoffnungen der heimischen Windstromerzeuger. Denn durch die Neueregulierung des Förderregimes ist der in den vergangenen Jahren fiberhafte Ausbau der Windenergie in Österreich fast komplett zum Erliegen gekommen. Dagegen locken insbesondere Ungarn und Tschechien mit attraktiven Einspeisbedingungen für Ökostromerzeuger.

„In Tschechien wird Windstrom mit 8,6 Cent vergolten, in Ungarn sogar mit 9,2 Cent pro Kilowattstunde – und das gesetzlich garantiert für 15 Jahre. In Österreich hat es bisher lediglich 7,8 Cent auf 13 Jahre gegeben, und nach der neuen Gesetzeslage werden es nochmals deutlich weniger sein“, sagt Ulfert Höhne, Vorstand der Oeko-strom AG über die aktuelle Ost-Fantasie. Daher schaue man sich schwerpunktmäßig in den beiden neuen EU-Ländern nach Standorten um. In Tschechien sondiere man gerade ein Dut-

zend Windkraftstandorte, rund die Hälfte seien in der Bewilligungszielgeraden oder bereits genehmigt, erläutert Höhne. Dabei pflege man eine sehr enge Kooperation mit tschechischen Partnern. Gemeinsam will man im nördlichen Nachbarland punkten. Seit dem Dezember des vorigen Jahres betreibt die Oeko-strom AG in Protivanov in Zentralmähren zwei Windkraftwerke mit jeweils 1,5 Megawatt Nennleistung. In Brezany (Südmähren) laufen fünf WEB-Windräder mit insgesamt 850 Kilowatt installierter Nennleistung: Sie produzieren jährlich 6,2 Mio. Kilowattstunden Strom, das entspricht dem Jahresverbrauch von fast 2.000 Durchschnittshaushalten.

Noch ambitioniertere Pläne in Tschechien haben die WEB Windenergie AG und Windkraft Simonsfeld KG: Sie planen gemeinsam mit einem tschechischen Planungsbüro nordwestlich von Znaim 40 Windräder an zwei Standorten. Insgesamt liefert die WEB Windenergie AG jährlich mehr

als elf Mio. Kilowattstunden Windstrom an die Oeko-strom AG. Produziert wird dieser an vier Standorten in Niederösterreich und einem in Wien. Rund ein Fünftel des von der Oeko-strom AG an ihre 7.500 Endkunden gelieferten Stroms stammt laut eigenen Angaben aus Windkraftanlagen, über 70 Prozent aus Kleinwasserkraft.

Beim Wind setzt die Oeko-strom AG auf West-Ungarn: Wenige Kilometer östlich von Österreichs besten Windstandorten auf der Parndorfer Platte will das Unternehmen ab dem Jahr 2008 mit 28 Windmühlen Wind ernten. In Österreich sieht Höhne vor allem Potenzial im Kleinwasserkraftbereich.

Das notwendige Kapital für den anstehenden Wachstumsschritt will die nicht börsennotierte Aktiengesellschaft mit einer Kapitalerhöhung einwerben. Ab Oktober 2006 werden rund 68.700 junge Oeko-strom-Aktien zur Zeichnung aufgelegt. Die WEB ist mit einem neunprozentigen Anteil der größte Aktionär der Oeko-strom AG.

Fortsetzung von Seite 13

Nichtsdestotrotz sind die Billigflieger weiterhin der größte Wachstumsmotor der Luftfahrtbranche, übertroffen nur vom Cargo-Geschäft. Alleine in Europa fliegen derzeit rund 60 Low Cost Carrier. Allerdings wird die Luft immer dicker: Der Markt ist teilweise schon gesättigt, die attraktivsten Routen sind besetzt, dort fliegen die Low Cost Airlines bereits heute im harten Wettbewerb, der die Erträge erodieren lässt.

Nicht nur die Billigflieger heizen den Preiskampf an, sondern auch etablierte Fluglinien buhlen mit Schnäppchen um neue Kunden. Laut europäischem Branchenverband haben Billig-Airlines in Europa einen Marktanteil von 30 Prozent der angebotenen Sitzplatzkapazität, Tendenz steigend. Der deutsche Charter-Flieger Condor erwartet, dass der Marktanteil der Low Cost Carrier bis zum Jahr 2012 auf 37 Prozent steigen wird.

Dennoch ist die von vielen erwartete Konsolidierung bei den Billig-Airlines bis jetzt weitgehend ausgeblieben, resümiert die Deutsche Bank. Gründe dafür seien die nach wie vor relativ geringen Marktzutrittsbarrieren für Newcomer, günstige Konditionen für Flugzeug-Leasing oder ausreichende Verfügbarkeit von Personal. Angeheizt wird der Verdrängungswettbe-

werb durch die massive Flottenexpansion der Low Cost Carrier. Während die etablierten Airlines 30 Flugzeuge geordert und Optionen auf 160 fixiert haben, haben die Top-3-Billigflieger (Easy Jet, Ryanair, Air Berlin) laut dem Unternehmensberater McKinsey 300 Jets bestellt und Optionen auf 350 weitere. Das sei drastisch mehr, als der Markt vertrage.

Am Himmel über Europa zeichnet sich folgendes Szenario ab: Die meisten Verbindungen werden gemäß der Struktur einer Billig-Airline bedient werden, entweder durch unabhängige Player oder Töchter der klassischen nationalen Fluglinien. Zugleich wird das Netz an Flughäfen vor allem in den dicht bewohnten Ländern in Zentraleuropa und den Ferienregionen rund ums Mittelmeer immer dichter. Dabei buhlen alle Airlines innereuropäisch um die gleichen preissensitiven Kundengruppen, nämlich Geschäftsreisende und Touristen.

Hoffnungsmarkt Osteuropa

Hoffnungsgebiet mit massiven Zuwächsen sind die Länder in der Mitte und im Osten Europas. Dort treffen Low Cost Carrier auf eine wenig verwöhnte, preissensible Kundenschaft und auf Strecken, auf denen noch Platz für neue Player ist: Laut Iata kann Polen bis zum Jahr 2009 mit einem jährlichen Plus bei den Passagierzahlen

von über elf Prozent rechnen: Das ist mehr als in China. Tschechien kann mit Zuwächsen von 9,5 Prozent per anno rechnen, Rumänien mit 8,5 Prozent.

Trotz dieser Wachstumsaussichten sind die Goldgräberzeiten in der Billigfliegerei passé. Die Zukunftserwartungen haben sich deutlich abgeschwächt, meint McKinsey: Bis 2010 gehe man von einem jährlichen Plus der Top-3-Billigflieger von 13 Prozent aus. Das sei zwar viermal mehr als bei den Linienfliegern, aber nichts im Vergleich zu den Wachstumsraten der Vergangenheit. 1998 seien die Passagierzahlen bei den Billig-Airlines um 67 Prozent gestiegen, 2001 immerhin noch um 40 Prozent.

Die Verschärfung des Wettbewerbs ist deutlich daran zu erkennen, dass innerhalb der vergangenen Jahre über 20 europäische Billigflieger, meist kleine Anbieter, ihren Betrieb einstellen mussten. „Der Markt wird sich weiter konsolidieren. Viele europäische Gesellschaften werden scheitern, bis 2010 werden nur zwei bis drei nachhaltig in der Gewinnzone fliegen“, meint McKinsey-Experte Lucio Pompeo. Die Profitabilität sinke wegen der zunehmend gesättigten Märkte, der Flugzeug-Orders, die den Bedarf übersteigen, sowie der immer stärkeren Konkurrenz der Linien-, Charter- und auch der Billigfluglinien untereinander.

Zahlenspiel

Das kostet ein Familienurlaub

(zwei Erwachsene und ein Kind, für zwei Wochen)

	günstig	mittel	teuer
GRIECHENLAND Korfu, Messonghi Hotel Apollo Palace**	Neckerman 2.752 €	Jahn 2.958 €	Bentour 3.207 €
SPANIEN Mallorca, Playa de Palma Hotel Gran Fiesta*	Neckerman 2.997 €	Tui 3.297 €	Dertour 3.520 €
TUNESIEN Sousse Hotel Karthago El Ksar**	Vasco 2.752 €	Thomas Cook 2.865 €	Tui 3.093 €
TÜRKEI Belek Club Ali Bey Belek***	Bentour 3.107 €	Thomas Cook 3.665 €	Tui 4.001 €
ZYPERN Larnaka Hotel Sandy Beach*	Neckerman 2.757 €	Jahn 2.847 €	Gulet 3.200 €

Wer für seinen Familienurlaub ein günstiges Pauschalangebot sucht, hat eine umfassende Arbeit vor sich. Ein intensiver Preis- und Leistungsvergleich kann viel Geld sparen, wie die Arbeiterkammer in ihrer Auswertung aufzeigt. Je nach Reiseveranstalter kann sich eine Familie mit einem Kind in ein und demselben Hotel etwa für zwei Wochen Türkei-Urlaub 900 Euro sparen. Dabei konnten die Konsumentenschützer auch feststellen, dass die Preise von Pauschalreisen im Vergleich zum Vorjahr durchschnittlich um rund fünf Prozent gestiegen sind. Der Vergleich lohnt sich also. *kl*

Wirtschaft

„Umschichtung der Mittel absolut fatal“

Wirtschaftskammer kontert Forderung der Hoteliersvereinigung nach Umverteilung der Marketing-Ausgaben.

Clemens Rosenkranz

Die Österreichische Hoteliersvereinigung (ÖHV) fordert eine komplette Neuorientierung der Vermarktungsaktivitäten der heimischen Fremdenverkehrsbranche. „60 Prozent der direkten Marketing-Ausgaben gehen in den deutschsprachigen Raum. Dabei werden die Hoffnungs- und Sphärenmärkte vergessen, so fließen gerade drei Prozent der Marketing-Ausgaben in den asiatischen Raum“, bemängelt ÖHV-Generalsekretär Thomas Reizenhahn.

„Eine Umschichtung der Mittel weg von den Hauptquellenmärkten Deutschland, Schweiz, Frankreich, Italien oder Benelux wäre absolut fatal“, kontert Klaus Ennemoser, der Bundesobmann des Fachverbands Hotellerie in der Wirtschaftskammer Österreich: „Ja zu zusätzlichen Mitteln für Nicht-EU-Märkte, klares Nein zu einer anderen Zuteilung.“

Derzeit fließen laut ÖHV 35 Mio. Euro in den deutschsprachigen Raum. In dieser Summe sind aber nur die direkten Marketing-Aufwendungen der Österreich Werbung enthalten. Inklusiv der Marketing-Ausgaben der Hotellerie, anderer Tourismusverbände und der Seilbahnwirtschaft würden die jährlichen Ausgaben für Werbemaßnahmen gar 129 Mio. Euro betragen.

„Die Marketing-Aktionen sind unkoordiniert. Es kann ja nicht sein, dass in Österreich neun Mal das Gleiche getan wird“, kritisiert Reizenhahn. Nicht nur diese Leerläufe und Doppelgleisigkeiten müssten vermieden, sondern im Sinne einer stärkeren Internationalisierung gezielt neue Märkte umworben werden. Österreich habe einen sehr schlechten Nationalitätenmix. Die hohe Abhängigkeit von einem Quellenmarkt (derzeit kommt die Hälfte der Gäste aus Deutschland) sei gefährlich. Die ÖHV setzt sich deshalb für eine verstärkte Bearbeitung der internationalen Märkte ein und plädiert für eine zweckgebundene Budget-Erhöhung der Österreich Werbung um zehn Mio. Euro jährlich.

Kritik an der Österreich Werbung sei immer angebracht, ergänzt Ennemoser von der Wirtschaftskammer. Dennoch: Über die Jahre sei verfolgbare, dass immer dann auf die Tourismusverbände losgegangen werde, wenn die Buchungslage nicht so gut ist, ortet der Obmann des Fachverbands ein Ablenkungsmanöver.

Visum als Flaschenhals

Selbst wenn man zig Millionen in die Hoffungsmärkte im Nahen und Fernen Osten (arabischer Raum, Indien, China) buttere, würde dies wegen der restriktiven Visa-Erteilung an Reisewillige aus diesen Ländern keine zusätzlichen Touristen bringen. „Alle Gäste müssen ein Schengen-Visum haben, das ist der Flaschenhals für Reisewillige.“ Seit den Skandalen um die Visa-Vergabe in mehreren österreichischen diplomatischen Vertretungen hätte das Innenministerium die Schrauben viel fester angezogen,

fester als andere EU-Länder. Ennemoser nennt das Beispiel eines Herrschers aus einem arabischen Land, der vor der Reise aufgefordert wurde, in der Botschaft mit den Dokumenten zu erscheinen. Um einen Eklat zu vermeiden, habe der österreichische Botschafter in diesem Land den französischen Kollegen gebeten, für das Schengen-Visum des Herrschers zu sorgen. Mit diesem sei er dann auch in Österreich eingereist.

ÖHV-Generalsekretär Reizenhahn wiederum mahnt so rasch wie möglich den versprochenen Tourismus-Rahmenplan unter der Verantwortung von Tourismusminister Martin Bartenstein ein. Dieser Masterplan soll die existierenden lokalen Schwerpunktprogramme einbinden und mit den tourismuspolitischen Zielen der Länder bündeln. Denn ohne diese Gegenmaßnahmen seien die Ausichten gerade im Sommer düster: „Der

Sommertourismus wächst schon länger nicht mehr, dieses Produkt hat klar an Attraktivität verloren. Daher gehen in diesem Bereich kontinuierlich Marktanteile an die europäische Konkurrenz verloren“, sagt Reizenhahn. Dilemma: Weil die durchschnittlichen Aufenthaltstage im Schnitt auf 3,5 gesunken sei, müssen die Tourismusbetriebe mehr Gäste ansprechen, um auf die gleiche Nächtigungszahl zu kommen.



Marketing Solutions
Zielgenaue Kommunikation für optimale Kundenbindung.

TELEKOM AUSTRIA
Business Solutions

Freiraum für Erfolg.

Ihre Kunden haben das Warten satt.

Dürfen wir Ihnen zeigen, wie Sie Ihr Kundenservice effizienter gestalten können? Einfach, indem Sie seltener das Telefon abheben.

Besseres Service durch Automatisierung.

Wir bieten Ihnen ein intelligentes automatisiertes Verfahren zur Unterstützung Ihres Kundenservices. Durch Vernetzung Ihres Telefons, Internets, Fax oder SMS-Dienstes mit Sprach- und Datencomputern können Anrufe nach von Ihnen festgelegten Kriterien geroutet werden. Der Kunde erreicht so immer die richtige Ansprechperson. Routineauskünfte, bei denen ein persönlicher Kontakt nicht notwendig ist, können gleich

automatisch beantwortet werden. Zusätzlich werden Informationen über den Anrufer abgefragt, noch bevor ein Mitarbeiter das Gespräch annimmt. Diese Lösung heißt Interactive Voice Response (IVR).

Interactive Voice Response ermöglicht neue Optionen für Marketingideen wie medienübergreifende Gewinnspiele oder bequeme Zahlungsmethoden via Telefon. Das steigert Ihren Umsatz.

Wenn Sie mehr über IVR oder andere Marketing Solutions erfahren wollen, rufen Sie uns einfach an.

Business Hotline: 0800 100 800

Kommentar

Clemens Rosenkranz

Rote Karte für Frühkapitalisten



Auch wenn der ÖGB seine Existenzberechtigung peu à peu in Frage stellt, darf man aus der Krise nicht den falschen Schluss ziehen. Denn ohne eine funktionierende Arbeitnehmervertretung herrschen in einer Volkswirtschaft frühkapitalistische Zustände, Rechtlosigkeit und totale Ausbeutung. Zugegeben: Für den Boss kann es schon sehr lästig sein, wenn er nicht schalten und walten kann, wie es ihm beliebt. Mit Kindern aus Kasachstan ginge sicher alles leichter. Aber solange Arbeitnehmer Rechte haben, ist es nur recht und billig, dass sie für diese eintreten und dabei auch ihre eigene Interessenvertretung wählen und nicht vom Arbeitgeber irgendwelche obskuren Vertrauensleute ernannt werden. Den Gedanken innerbetrieblicher Demokratie haben auch die meisten Firmen in Europa längst verinnerlicht. Aber es gibt schwarze Schafe, die sich dagegen wehren, eine organisierte Vertretung der Arbeitnehmer zuzulassen. Begründung: Wir wissen am besten, was für unsere Mitarbeiter gut ist.

Zwar ist das Argument nachvollziehbar, dass die Interessensgegensätze zwischen Arbeit und Kapital innerbetrieblich – ohne Einmischung der mächtigen Dachorganisation – besser zu lösen sind. Weil es sich aber die Bosse leichter als ihre Mitarbeiter leisten können, auf ihren Rechten zu bestehen, braucht es dazu einen Betriebsrat, der sich auch das Know-how aneignen kann, um die Belegschaft selbstbewusst vertreten zu können. Und wenn beide Seiten harmonisch miteinander leben, kann die Arbeitnehmervertretung gar zum Unternehmenserfolg beitragen.

Dass Zuckerbrot viel produktiver als die Peitsche ist, vergessen geistig im Frühkapitalismus verfangene Chefs wohl. Und wenn diese schwarzen Schafe angesichts der Existenzkrise des ÖGB darüber nachdenken, gleich den Betriebsrat abzuschaffen, muss man ihnen auf die Finger klopfen und die rote Karte zeigen.

Christine Wahlmüller

Von der Ferne zur Sommerfrische



Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen. Stimmt. Aber warum muss es in der heutigen Zeit um jeden Preis weit weg von zu Hause sein? Warum müssen Eltern ihre Kinder alljährlich vor der Schule mit laufendem Motor erwarten, um sofort in den Urlaub losdüsen zu können? Warum fliegen Familien in der ärgsten Hitze mit ihren Sprösslingen nach Griechenland, in die Türkei oder nach Spanien?

Der Massentourismus treibt sonderbare Blüten. Den Kindern wäre es ja egal. Die finden es auch lustig, in einem Bach oder See in Österreich herumzuplantschen oder auf einem Bauernhof Kühe, Katzen, Ziegen und Schafe zu erleben. Kinder sind da sehr genügsam, entdeckungsfreudig und erfinderisch.

Nur wir Erwachsene glauben immer, das (Urlaubs-)Glück an fernen Stränden suchen zu müssen. Und das ist falsch. Ganz falsch. Vielleicht wäre es vor allem für Familien, aber auch für ältere Semester besser, sich auf die gute alte Sommerfrische rückzubesinnen. Das muss gar nicht einmal so weit weg von zu Hause sein. Es empfiehlt sich, einfach eine gute Österreichkarte in die Hand zu nehmen (der Mittelschulatlas reicht völlig!), und schon kann vorerst die Reise mit dem Finger auf der Landkarte losgehen. Da findet sich dann bestimmt auch ein Plätzchen, das ein paar Urlaubstage lohnt. Österreich hat wunderschöne Ecken, neben den bekannten Touristenmagneten wie Salzkammergut oder Wörthersee gibt es ja noch viel, viel mehr. Natur pur sozusagen. Dazu noch komfortable Unterkünfte und gute österreichische Küche – Urlauberherz, was willst du mehr!

Kleiner Tipp am Rande: Beginnen Sie Ihre Urlaubsreise mit dem Auto vielleicht einmal an einem Wochentag und keinesfalls an einem Samstag. Dann könnte es sein, dass Sie viel geruhsamer in Ihre Sommerfrische starten.

Parallelschwung

Die Deutschen freuen sich nicht nur, weil ihre Ballesterer bei der WM offensiv Fußball spielen. Sie freuen sich, Gastgeber von Freunden zu sein. Der Stoff für neue Hoffnung.

Thomas Jäkle

Der Wahlösterreicher „Kaiser“ Franz Beckenbauer ist viel geist. Als Kosmopolit zeigte er sich in den vergangenen Monaten, hat er doch die 32 Länder der an der Fußball-WM in Deutschland teilnehmenden Teams besucht. Zurück in Deutschland schwärmt der „Kaiser“, der so gut wie kein WM-Spiel versäumt, dass Deutschland aus der Hubschraubersicht so schön ist. Ob man die Schönheit eines Landes aus der Heli-Sicht beurteilen kann, sei dahingestellt. Tatsache ist, dass beim großen Nachbarn im Zuge der Fußball-WM eine Welle der Euphorie losgetreten wurde, an der die deutsche Bevölkerung mit Lust teilnimmt, die aber auch Fans aus aller Welt mitträgt. Kein Granteln, kein Murren, einfach gute Stimmung.

Zu „Gast bei Freunden“ heißt das Motto der Deutschen hinsichtlich der Fußball-WM. Wie wahr. Nicht nur abseits der zwölf WM-Städte, sondern auch in Zügen der Deutschen Bahn werden Zwischenergebnisse der Spiele durchgegeben, in den Speisewagen werden typische Menüs aus den Ländern der teilnehmenden Länder kredenzt. Eine Fußnote nur, aber doch fein. Am Walsberg ist freilich dann Schluss mit der Herzlichkeit. Die ÖBB übernimmt, der Funke springt leider nicht nach Österreich

über. Es ist ja die WM der Deutschen, glaubt man, obwohl viele Ösis mit dem Zug von WM-Spielen in München und Nürnberg zurückfahren. Euphorisch versteht sich. Für die Euro 2008 in Österreich und der Schweiz hätte man sich bei den ÖBB schon einmal „warm laufen“ können. Schade. Ein vertane Chance.

Auch wenn viele Deutsche gemurrt haben, weil sie selbst nicht an die teilweise sündhaft teuren Tickets für die WM-Spiele ran gekommen sind, so zelebrieren sie geradezu mit Genuss ein Fest – zwischen Flensburg und Lindau.

Die Mannschaft der (fast) Namenlosen um den in den USA lebenden Team-Chef Jürgen Klinsmann trägt natürlich durch einen bescheidenen, aber im Vergleich zu vergangenen Jahren ansehnlichen Fußball dazu bei, dass sich das Land mit fast zehn Mio. Arbeitslosen wieder einmal freuen kann, wenn gleich die Bundeskanzlerin Angela Merkel erst kürzlich noch vom Sanierungsfall Deutschland gesprochen hat.

Dass Horst und Helga sich herzlich freuen, zeigt sich auch bei den Autokorsos, wo locker Fahnen in Schwarz-Rot-Gold geschwungen werden. Aufgrund der älteren Geschichte und dem Zuwachs bei Neonazis nicht gerade eine Selbstverständlichkeit, mit dem Nationalbewusstsein so umzugehen, wie dies

vielleicht Österreicher oder andere Nationen tun. Ein wenig Lockerheit, die fünf einmal gerade sein lassen, das hat man vielleicht von den in Deutschland lebenden Türken und Kroaten gelernt, die man allzu gerne in die Parallelwelt platziert. Vor zwei Jahren sind Türken und Kroaten nach Siegen bei der Fußball-Euro in Portugal und vor vier Jahren bei der WM in Japan/Korea mit Flaggen und Getöse an ihren stauenden deutschen Mitbürgern vorbei durch Berlin, Hamburg, Castrop-Rauxel oder Cottbus gefahren. Haben die Deutschen den Schwung aus der Parallelschwung aufgenommen, um vielleicht ihre Leitkultur anzureichern? Warum nicht.

Jedenfalls scheint das Rezept „Brot und Spiele“, initiiert von Beckenbauer, Klinsmann und Co, im positiven Sinn auch die Wirtschaftslenker zu beeindrucken. Wurde vor einer Woche von abschwächenden Konjunktur-Aussichten gesprochen, scheint sich das Geschäftsklima unter dem Eindruck der Fußball-WM auf einmal überraschend aufzuhellen, wie 7.000 befragte Unternehmen bestätigen.

Bleibt zu hoffen, dass der Geist der Fußball-WM für die Euro 2008 auch auf Österreich übergreifen wird. Deutschland hat exzellent vorgelegt. Vielleicht kommt der „Kaiser“ zu Hilfe.

Karikatur der Woche



Ich bin Deutscher: Na und?

Kilian K. ©2006

Zeichnung: Kilian Kada

Dossier *Reisen*

Zu Fuß um die halbe Welt

Der Franziskaner Odorico de Portu Naonis marschierte gleich nach Marco Polos Rückkehr los und brachte einen einmaligen Reisebericht zurück. Damit ist er der erste Weltreisende der österreichischen Geschichte.

Zwischen 1314 und 1320, kurz nach Marco Polos Rückkehr nach Venedig, trat ein „Österreicher“, genauer gesagt ein Ostarrichi-Bewohner, eine unglaubliche Weltreise an: Der Franziskaner Odorico de Portu Naonis ging von Portenau in Friaul bis nach China und kehrte nach einer etwa 16-jährigen Fußreise zurück nach Europa. Im Winter 1330/31 diktierte er einem Ordensbruder „die wunderlichen Geschichten aus dem Reich der Tartaren, die ich mit eigenen Augen gesehen in den Landen da ich inn gewesen“. Bald danach verstarb er.

Dass dieser – aus österreichischer Sichtweise – früheste Weltreisebericht und sein Verfasser bisher in der Öffentlichkeit unbeachtet blieben, könnte man in Anlehnung an Odoricos bevorzugte Sprache, das Lateinische, als „*fatum austriacum*“, als beispielloses „österreichisches Schicksal“ bezeichnen. Ein hartnäckiges Vorurteil besagt nämlich, dass der österreichische Anteil an der terrestrischen Entdeckung der Erde äußerst marginal wäre; kein Columbus findet sich in der nationalen Geschichtsschreibung. Umso mehr könnte die bislang unbekannt mittelalterliche Handschrift erstaunen.

Zwar verfasste bereits zehn Jahre nach Odoricos Rückkehr ein Prager Minorit, ein „minderer Bruder“, eine Überarbeitung des Reiseberichts, und um 1359 erschien eine mittelhochdeutsche Fassung von Konrad Steckel, die sich in Klosterneuburg befindet (Versicherungswert: 80.000 Euro). Es folgten italienische und französische Übersetzungen und sogar englische Fälschungen (Sir John Mandeville, der die Reise als seine eigene ausgab). Aber erst in der Neuzeit erfuhr der welt-

reisende Franziskaner eine gewisse Reputation und Rehabilitation: Er wurde 1755 selig gesprochen.

Das historische Verdienst, also der wissenschaftliche Nachweis, dass Odorico und sein lateinisches Dokument zur österreichischen und nicht zur italienischen Geschichte zu rechnen sind, gebührt dem Wiener Historiker Erich Feigl: Odoricos Geburtshaus befand sich in Portenau, einer alten Stadt in Friaul, die heute Pordenone heißt und als so genannter „mittelalterlicher Streubesitz“ einige hundert Jahre hindurch zweifelsfrei den Babenbergern gehörte. Im Interregnum wanderte sie in den Besitz Ottokars II., fiel nach dessen Niederlage an die Habsburger und ging bereits um 1508 wieder, nun endgültig, an Venedig verloren.

Das genaue Geburtsdatum Odoricos (zwischen 1265 und 1286) ist unbekannt, es könnte aber ins Interregnum beziehungsweise in die Regierungszeit des Przemysliden Ottokar II., König von Böhmen, fallen. Hinzu kommt, dass sich Odorico um 1300 und später sicherlich keinem Staat im modernen Sinn des Wortes, daher auch nicht „Ostarrichi“, somit nicht den Babenbergern respektive den Habsburgern, die nach seiner Rückkehr regierten, sondern einzig Gott und dem Franziskanerorden untertan und zugehörig fühlte. Deshalb werden Odorico und sein Itinerarium der Einfachheit wegen, historisch aber falsch, zur ruhmreicheren italienischen Entdeckungsgeschichte gerechnet.

Freier Weg durch Mongolei

Nicht nur kamen die Reiterheere der Mongolen bis ins heutige Ungarn; tartarische Abgesandte wurden schon Mitte des 13. Jahrhunderts bis zum Papst,



Foto: Bilderbox.com

ebenso zu König Ludwig IX. von Frankreich mit dem unmissverständlichen Auftrag gesandt, sich dem „großen hunt“, dem Dschinghis Khan zu unterwerfen.

Deshalb hatten die europäischen Herrschenden, allen voran die Kirche und der Papst, vorwiegend rationale und nicht nur missionarische Interessen, den völlig unbekannt Osten, die Peripherie der großen Welt-scheibe, zu erkunden. In den blutigen Berührungen christlich-

abendländischer Europäer mit den nach Westen stürmenden Reiterheeren finden wir aber die entscheidende geschichtssensitiven Spur, die das rätselhafte „Wie?“ einer etwa 16-jährigen Fußreise vor 700 Jahren nach Peking und retour erklären könnte: Das blindwütig expandierende Mongolenreich stand gleichzeitig im besonderen Rufe, dass Reisende es „gefahrlos“ durchqueren konnten. Im Stift Klosterneuburg befindet sich seit 600 Jahren die

erste mittelhochdeutsche Fassung des Weltreiseberichts. Diese Handschrift bietet dem modernen, durch „Information“ verwöhnten Leser aber keine sachliche Länderbeschreibung, sondern Mirabilien (wundersame Anekdoten); entsprechend beginnt das kurioseste Weltreisedokument der österreichischen Geschichte mit „Rebhühnern, die durch die Luft geführt werden“.

Fortsetzung auf Seite 18

Dossier – Reisen

Fortsetzung von Seite 17

Das erste Kapitel berichtet aus Trapezunt (jetzt Trabzon), einer nordtürkischen Hafenstadt am Schwarzen Meer. Im Osten der Türkei sieht Odorico einen Berg, auf dem er die Arche Noah vermutet. Da er von der Bevölkerung vor möglicher Gotteslästerung gewarnt wird, besteigt er ihn nicht. Die Fußreise führt in weiter nach Täbris im Iran, das er als „die geeignetste Handelsstadt der Welt“ bezeichnet, denn „die ganze Welt treibt Handel mit jener Stadt“. Odorico von Portenau wandert mit Karawanen durch Persien, das „Sarazenenland“, in Richtung Ormuz, einer Halbinsel und Hafenstadt am Eingang zum Persischen Golf, von der im 13. und im 14. Jahrhundert die meisten Schiffe nach Indien lossegelten. 250 Jahre später fanden sich ebendort zwei weitere österreichische

Weltreisende und frühe Abenteurer ein: Hans Christoph von Teufel von Krottendorf Freiherr von Guntersdorf-Eckhartsau und Georg Christoph Fernberger von Egenberg, wobei Letzterer 1589 allein weiter bis ins Reich Pegu, das heutige Myanmar beziehungsweise Burma, reiste. Bislang galt dessen Nefte Christoph Carl Fernberger, der 1621 bis 1628 von Amsterdam eine unfreiwillige Weltreise bis zu den Gewürzinseln in Indonesien antrat, in der Entdeckungsgeschichte als „erster österreichischer Weltreisender“ – korrekt wäre „erster österreichischer Weltumsegler“.

Noch ist Odorico in Persien, das vom mongolischen Kaiser Il-Khan Abu Said (1317–1335) beherrscht wird. Fast alle von ihm besuchten Städte haben mittlerweile geänderte Namen, „Casam“ ist nun Kashan zwischen Teheran und Isfahan. Odorico aus Portenau glaubt, ähnlich wie Marco Polo, dass es die Stadt ist,

aus der die Heiligen Drei Könige stammen. Er berichtet vom Reiche Chaldäa, einem Gebiet, das das südliche Mesopotamien beziehungsweise Bagdad bezeichnet und „wo die Frauen nur ein Untergewand und Hosen tragen und die Geschlechtsteile der Männer wegen der großen Hitze bis auf die Waden herunterhängen“. Bei der unglücklichen Beobachtung handelt es sich um eine im europäischen Mittelalter unbekannt, in subtropischen Gebieten aber weit verbreitete Krankheit namens Elephantiasis: Beine, Arme und seltener die Geschlechtsorgane sind durch Blutstau ungewöhnlich angeschwollen.

Als Odorico in Thana in der Nähe des heutigen Mumbai (Bombay) an Land geht, findet er vier Franziskanermönche vor, die als Märtyrer hingerichtet wurden. Ausführlich beschäftigt sich sein Bericht mit den seltsamen Einzelheiten ihres Todes, und er beschließt, die

Gebeine der Glaubensbrüder in nicht-muslimischer Erde, in der bereits seit dem 13. Jahrhundert bestehenden Franziskanermision in China, zu bestatten. Mit den sterblichen Überresten seiner Glaubensbrüder im Gepäck führt ihn die weitere Reise entlang der indischen Südküste nach Ceylon, lateinisch „Sylam“ (Sri Lanka), dann an die Ostküste Indiens, er hält sich auf den Nikobaren-Inseln im Andamanischen Meer auf und berichtet von kannibalischen Unsitten der „hunds-köpfigen Bevölkerung“ – viel später, zwischen 1778 und 1785, waren die Nikobaren sogar österreichische Kolonie.

Weiter über den Äquator

Zu Beginn des 14. Jahrhunderts überquert Odorico dann den Äquator. Mit Schiffen, „die nur mit Pech und ohne Eisen-teile zusammengefügt waren“, kommt er bis nach Sumatra, bezeichnet als erster Europäer überhaupt die Insel mit dem lateinischen Namen „Sumoltra“ und kommt möglicherweise auch nach Java, etwa in die Gegend von Batavia, heute Jakarta. Odorico wandert zu Fuß durch das mittlerweile verschwundene Königreich Champa (heute Kambodscha und Vietnam), um schließlich durch Südchina – im Mittelalter nur als „Oberindien“ bezeichnet – an den Hof des mongolischen Großkhans ins heutige Peking zu gelangen, wo bereits andere religiöse Repräsentanten, auch des Islam, gemeinsam mit Franziskanern am höfischen Zeremoniell des Welt-herrschers teilnehmen dürfen.

Einige Jahre hält er sich in Cathay, dies war der mittelalterliche Name für das nördliche China, auf, bis er seine Rückreise antritt, die ihn zuerst bis in die innere Mongolei, dann westlich an den Rand Tibets führt und vermutlich die Seidenstraße entlang über Afghanistan und Persien wieder nach Padua kommen lässt, wo er 1330 eintrifft. Dort diktiert er seine Erlebnisse einem Mitbruder in lateinischer Sprache und macht sich anschließend, Anfang 1331, auf den Weg zum Papst, um für eine China-Mission den Segen zu erhalten.

Odoricos Bericht erzählt von „Ochsen, die als Gott verehrt werden“, von Witwenverbrennungen in Indien, Kannibalismus (Nikobaren), vom Pfefferanbau in Indonesien, sexuellen Ausschweifungen in Champa, Kormoranfischerei in Südchina, buddhistischen Reinkarnationstheorien und vom mongolischen Hofzeremoniell im alten Peking. Er spricht von den noch heute in Tibet praktizierten Bestattungsmethoden durch Aasgeier und über den legendären „Alten vom Berge“, von dem es heißt, dass er sich in seinem Garten Meuchelmörder (Assassine) hielt, der später aber von den Tartaren entmachtete wurde.

Der Reiseabschnitt über Ceylon belegt am deutlichsten, dass Odorico die Reise selbst gemacht hat: „Von einer Insel namens Sylam, auf der ein Berg liegt mit einem See voller Edelsteine, von denen der König der Insel keinen einzigen nimmt, sondern alle an die Armen verschenkt. Von dem hohen Berge erzählen die Leute, dass Adam auf seinem Gipfel hundert Jahre lang um seinen Sohn trauerte. Auf halber Höhe liegt eine wunderschöne Ebene mit einem See. Er ist nicht sehr weit, birgt aber dennoch eine große Wassermenge. Man sagt, dies seien die Tränen, die Adam und Eva vergossen haben.“ Tatsächlich befindet sich im Süden Sri Lankas der 2.245 Meter hohe Adam's Peak, der in moslemischer (!) Tradition als der Ort gilt, den Adam nach der Vertreibung aus dem Paradies betrat.

Der internationalen Mittelalterforschung gilt das Itinerarium des Österreicherers Odorico als bedeutsame Ergänzung zu Marco Polos „Livre des merveilles du monde“ (Das Buch von den Wundern der Welt, 1298). In Italien wird er seit jeher als Heiliger verehrt, nur in der Kulturrepublik Österreich blieb der erste und früheste China-Reisende aus Portenau bis zum heutigen Tag, zuletzt in der großen Mongolenausstellung auf der Schallaburg, vollkommen unbeachtet und unbeachtet.

Michael Pand

Der Autor studiert Philosophie und ist Universitätslektor.



Politik – Wirtschaft – Medien – Kultur – Panorama – Technologien – Produkte

Message Delivered ...

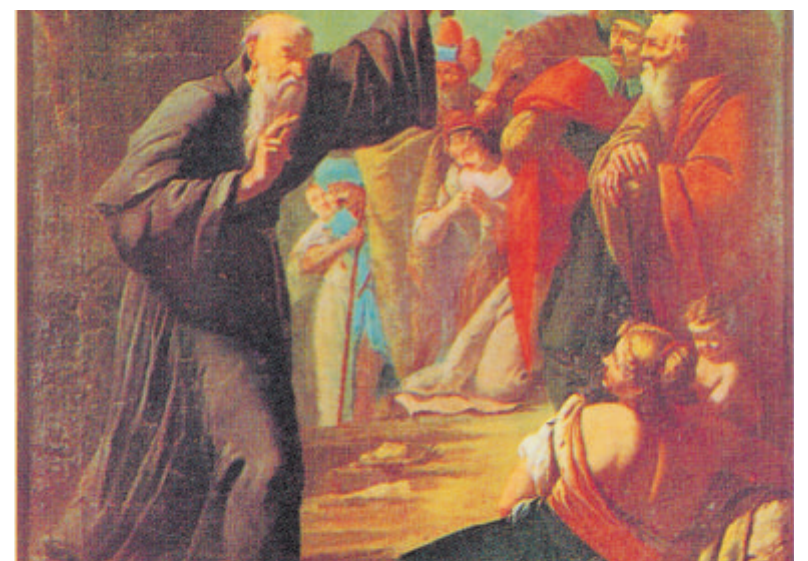
... denn wir sind die Ersten, die Sie treffsicher mit Original-Informationen versorgen – per Mailabo zum Nulltarif.

www.ots.at

Die multimediale Plattform für Presseinformationen.

APA OTS

Ein Unternehmen der APA-Gruppe



Der reisende Mönch Odorico aus Portenau in einem Bildnis in der Taufkirche Villa Nova in Pordenone. Foto: Michael Pand

Dossier – Reisen

Fliegen. Gehen. Fahren. Sehen.

Reisen bildet: Das Gewohnte sieht man erst von außen im richtigen Licht. Etwa: Wenn man mit anderen Kulturen und anderen Gewohnheiten konfrontiert wird. Naiv erlebte Episoden aus der Nichtraucher-Zone USA.

Eigentlich hatte ich ja vor, mir in den USA das Rauchen abzugewöhnen. Es gibt dafür kaum einen besseren Ort auf der Welt. Nirgendwo sonst fühlt sich ein Raucher dermaßen als personifiziertes Lungenkrebsgeschwulst. Und normalerweise hätte mir das Aufhören auch gelingen müssen: Ich halte mich für einen willensstarken Menschen. Vorweg genommen: Ich scheiterte. Und gar nicht grandios, sondern gleich nach der Landung am Dulles-Airport, Washington, USA. Im Nachhinein führe ich mein Versagen auf gesteigerte Nervosität zurück: Ich war nämlich gerade – so die probate Selbstlüge angesichts der soeben erfolgten Unterminierung meiner besten Absichten – in Washington, der „Mörderhauptstadt“, der Stadt mit den meisten Pro-Kopf-Tötungsdelikten der Vereinigten Staaten angekommen.

Dabei schmeckt die erste Zigarette, die ich beim Warten auf das Taxi hastig rauche, nicht wirklich. Und dies vor allem wegen der vorherrschenden Kombination von extremer Hitze und dampfbadartiger Luftfeuchtigkeit, welche mir spontane Schweißausbrüche mit begleitenden zarten Atembeschwerden beschert. Meine einzige Hoffnung: die Klimaanlage des hoffentlich bald eintreffenden Taxis. Erleichterung! Endlich wieder die gewohnten 20 Grad Celsius.

Von Räubern und Hunden

Das noble Marriott selber: eine Kreuzung aus Hotel und Shopping-Center, eine kleine „Mall“, der ganze gigantische Komplex selbstverständlich vollklimatisiert. Ich beziehe mein Zimmer, schalte den Fernseher auf CNN, stecke mein Notebook zum Aufladen an das Netz, genieße die erste Dusche – und zwar genau in dieser Reihenfolge. CNN meldet einen blutigen Raubmord in Florida. Ich hingehen bin (vorläufig) in Sicherheit. Für ein kurzes Wochenende zumindest. Danach will ich und muss ich weiter, aufbrechen zu einigen atmosphärischen Erkundungen im Silicon Valley, Kalifornien. Vorerst interessiert mich aber viel mehr, ein „Stück US-Normali-

tät“ kennen zu lernen. Ich löse also eine Tageskarte für die Metro. Und entdecke zu meiner Freude sogleich, dass selbst dieser unterirdische Mega-Verkehrsraum über weiteste Strecken klimatisiert ist.

Die naive Freude über diesen kühlenden Luxus endet unvermittelt. Und zwar durch eine absurde Wahrnehmung der Sonderklasse. Da prangt nämlich an einer Mülltonne („Trash“) unübersehbar ein ikonisches Symbol, das mir signalisiert, dass man hier keine Hunde hineinwerfen dürfe! Ich vergewissere mich noch vorsichtshalber, ob damit nicht vielleicht doch bloß die eigenmächtige Entsorgung von Hundekot gemeint sein könne. Nein, klar und unmissverständlich: ein durchgestrichener Hund! Eine ebenso unerwartete wie prägnante Botschaft: Man darf in der Metro keine Hunde wegwerfen! Zumindest nicht in diese Mülltonne.

Ich war von früheren Amerika-Aufenthalten ja bereits einiges gewohnt: Zum Beispiel dass auf jeder zweiten Bierflasche zu lesen ist, dass man davon betrunken werden kann und im Verkehr dann nicht mehr so sicher agiert. Ich kenne weiters die Aufkleber auf Bic-Feuerzeugen, mittels derer gewarnt wird, dass Kinder damit bei unachtsamem Umgang Brände auslösen können. Kurz: Ich kenne diese uns seltsam anmutenden Rückversicherungen der Industrie gegen die scharfen US-Produkthaftungsgesetze.

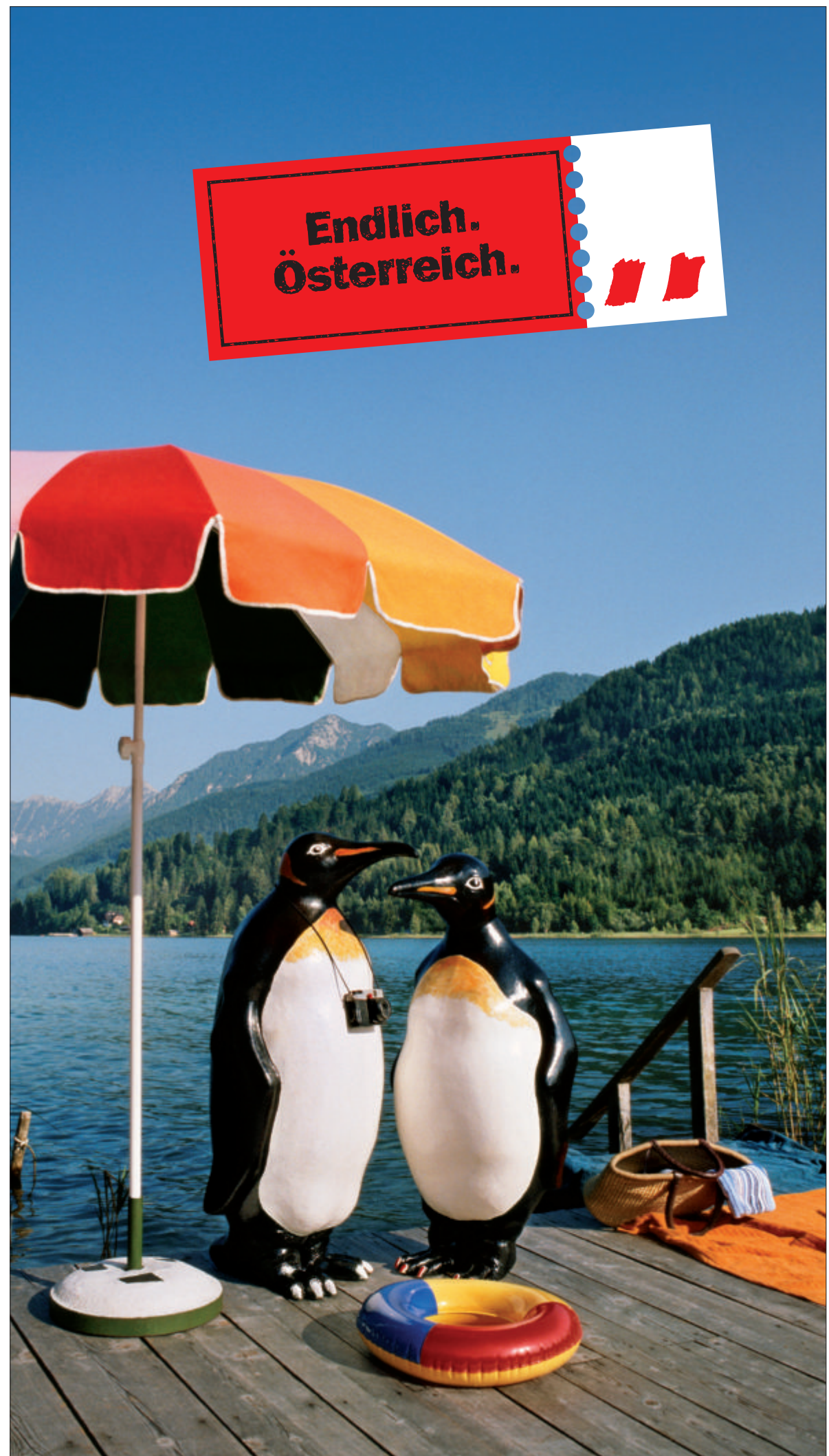
Aber das? Selbst die auf meiner vorigen Reise entdeckte Aufschrift auf einem Abfallkübel in einem Hamburger-Restaurant im Napa Valley nahe San Francisco mit der deutlichen Kernaussage, man dürfe nur die Speisereste hineinwerfen, keineswegs aber auch Besteck und Teller, verblasst unversehens neben der nunmehrigen Erkenntnis, dass es eines eigenen Hinweises bedarf, damit die Leute ihren ehemals geliebten „Hasso“ nicht zur Entsorgung in die nächste U-Bahn-Trash-Box werfen. Als ich mir später auf dem Rückweg von der Metro einen Farbnegativ-Film kaufe (ja, wirklich: ich fotografiere bisweilen noch analog), fällt mir erstmals der allseits übliche Abschiedsgruß besonders stark

auf: „Take care!“ Ich achte also auf mich, beschleunige meine Schritte auf dem Weg zurück zum Hotel. Und nehme prompt das Alltagsgeschehen viel deutlicher, somit leider auch erschreckender wahr. Denn: Vor einem hässlichen Monument im Regierungsviertel hat ein

Polizist gerade einen Verdächtigen gestellt. Der Mann steht mit erhobenen Händen und gegrätschten Beinen hilflos an den Denkmalsockel gelehnt. Irritierend daran: Von mir einmal abgesehen, scheint diese Szene jedoch niemanden zu kümmern. „Take care!“ – eine sinnentleerte

Floskel? Offensichtlich hat der US-Bürger gründlich „gelernt“, locker mit krassen Widersprüchen zu leben. Besser gesagt: sie in der Regel zu ignorieren, so zu tun, als wäre da nix Beachtenswertes.

Fortsetzung auf Seite 20



Und wann sagen Sie „Endlich Österreich“? Weitere Infos unter **0810 10 18 18** und **www.austria.info**

Dossier – Reisen

Fortsetzung von Seite 19

Wieder im Schutz des Hotelzimmers treffe ich zwei harte Entscheidungen: Erstens werde ich den Rest des Tages lieber im Marriott bleiben. Und zweitens: Für das geplante Aufhören mit dem Rauchen ist momentan nicht der geeignete Zeitpunkt. Nicht bei meinem angespannten Nervenkostüm, nicht in dieser irritierenden Fremde. Ich greife zur TV-Fernbedienung. Und switche in den nächsten Stunden zwischen skurrilen Prediger-Kanälen hin und her, genieße die großartige Rhetorik, die sich an banalen, geldgierigen, sich religiös gebärdenden Schwachsinn verschwendet.

Nach alledem bin ich erleichtert, als ich am nächsten Tag nach Kalifornien weiterfliege. Aber das „Take Care“ verfolgt mich weiter: In einer Kolumne des Bordmagazins meiner Maschine nach dem sonnigen Südwesten werde ich gestreng darauf hingewiesen, ich solle mein Notebook besser ausgeschaltet lassen. Es könne sonst eventuell zu elektromagnetischen Interferenzen mit dem Bordnavigationssystem kommen. Die Wahrscheinlichkeit sei minimal, man wolle aber jedes noch so geringe Restrisi-

ko vermeiden. Außerdem dürfe man unter keinen Umständen „Cellular Phones“ (sprich: Handys) während des Fluges verwenden. Kurz und schmerzhaft wird mir im engen Sitz der Delta Air sonnenklar: Gar so unbedenklich dürfte der ungebremste Fortschritt der Satelliten- und Funk-Kommunikation wohl doch nicht sein.

Szenenwechsel: Landung in San Francisco. Endlich von der Zwangsbeglückung mit picksüßen Donuts und labbrigem Pepsi erlöst. Ich rauche gleich eine und besorge mir einen Mietwagen. Ich habe wieder vertrauten Boden unter den Füßen. Im Silicon Valley – dort fühle ich mich wohler, da kenne ich mich aus. Ich weiß: Klimaanlage hoch regeln und eine Dreiviertelstunde über den Highway „101“ nach Palo Alto gleiten. Beim Exit zur Stanford University abbiegen. Das Motel in der Camino Real ansteuern. Duschen, essen, kurz ausspannen. Eine unbeschwerte Zigarette rauchen. Und alles, was dein Technogehirn begehrt, liegt unmittelbar in deiner Nähe. Vor allem aber: die sagenumwobenen Denkfabriken des digitalen Fortschritts.

Fährt man etwa vorbei am renommierten Stanford Campus, anschließend die Page Mill Road runter, vorbei an der eindrucksvollen Silicon-Valley-Depen-



Die Golden Gate Bridge: ein attraktiver Platz für den Selbstmord. Über 1.200 Todesspringer wurden in 70 Jahren gezählt. Foto: jake

dance des *Wall Street Journal*, vorbei am ausgedehnten Hauptquartier von Hewlett Packard, das einen ganzen Hügel okkupiert, dann taucht knapp vor der Auffahrt auf die „280“ ein leicht zu übersehender Wegweiser mit der wenig anheimelnden Aufschrift „Coyote Hill Road“ auf. Und schon steht man vor dem legendären Palo Alto Research Center von Xerox. Versuchen Sie jedoch nicht, dort der Neugier halber reingehen zu wollen: Man wird Sie sicher nicht einlassen. Auch nicht in die anderen Think-Tanks. Gehen Sie lieber abends in Stanford zum Italiener, ins „Il Fornaio“, da ist die Chance wesentlich größer,

rein zufällig neben Apple-Guru Steve Jobs an der Theke zu stehen – und vielleicht sogar ins Plaudern zu kommen. Aber das ist eine andere Geschichte.

Nach einer spannenden Woche mit manchen Begegnungen der „dritten Art“ kehre ich – diesmal über die malerische „280“-Route – zurück nach San Francisco. Die schönste Stadt der Welt liegt vor mir: bunt, lebhaft, vielgestaltig und multikulturell. An der Ausfahrt aus der Hügel-Stadt zum Airport muss ich zufällig an der gleichen Kreuzung kurz anhalten: Eine magere junge Frau lagert mit ihrem Kleinkind am Gehsteig. Das obligate Schild: „Bin hungrig.

Mache jede Arbeit. Helft mir!“ Ein paar Tage zuvor stand sie schon am selben Platz. Who cares? Abschied von den USA: Am Flughafen ist es kühl geworden. Ich sitze vor dem Eingang an der Zufahrt (neben dem großen Aschenbecher) und beobachte die eintreffenden Reisenden. Eine Limousine nach der anderen, ein Manager fliegt wieder irgendwohin, Papa kommt aus Singapur an, Großeltern kehren nach Florida zurück. Hohle Rituale, lieblose Gesten der Abschiede, dazwischen eine auffallend freudig-sinnliche Umarmung, und wieder: ein flüchtiger Kuss, leere Blicke. Ich hingegen kehre in den Bauch des Gebäudes zurück, in diese gigantische Nichtraucherzone. Das künstliche Welt-Klima mit seiner konstanten Welt-Temperatur umfängt mich sofort.

Erst in Frankfurt darf ich wieder hemmungslos rauchen, nun ganz ohne schlechtes Gewissen. Ich zünde mir eine an und sinniere, wie ich Michael Häupl davon überzeugen könnte, dass auch in der Wiener U-Bahn Wert darauf gelegt wird, dass keine armen Hunde mehr in der Mülltonne landen. Mir wird erst jetzt richtig bewusst: Reisen bildet einfach. Und man kann von den USA doch sehr viel lernen. Oder etwa nicht?

Jakob Steuerer



WIRD MATHEMATIK DAS HOCHWASSER VERHINDERN?

Innovationen aus Österreich geben Antworten auf die Fragen der Zukunft. Ein gutes Beispiel: Österreichische WissenschaftlerInnen haben neue mathematische Modelle entwickelt, die unseren Gemeinden helfen, sich besser vor Hochwasser zu schützen. Fragen Sie jetzt, was Forschung aus Österreich noch alles möglich macht!

innovatives-oesterreich.at

FORSCHUNG. WISSEN. ZUKUNFT.

innovatives-oesterreich.at ist ein Dialogprogramm, um das Verständnis für den Nutzen von Innovation, Forschung und Technologieentwicklung zu erhöhen. Das Dialogprogramm wird getragen von






und unterstützt von



Leben

Arbeiten im Ausland: Kulturelle Unterschiede sind größte Hürde für Expatriates

Der Lockruf der weiten Welt

Ein Lebenslauf ohne Hinweis auf Auslandserfahrung ist heute praktisch wertlos.

Klaus Lackner

In den vergangenen Jahrzehnten ist die Auswanderungswelle einer Auslandsarbeitswelle gewichen. Auf gehobener Management-Ebene oder vor allem im Forschungsbereich ist ein Lebenslauf ohne Hinweis auf Auslandserfahrung praktisch wertlos. Bereits während des Studiums sollte man zumindest ein Auslandssemester absolvieren. Andernfalls werden vor allem junge Akademiker ohne einschlägige Berufserfahrung bei Bewerbungen tendenziell nach hinten gereiht. Aber auch im Berufsleben wird Auslandserfahrung immer wichtiger. Die meisten schnuppern ein paar Monate, viele bleiben ein paar Jahre, und manche wollen nur noch von Land zu Land ziehen.

Sabine Schaden, derzeit in der Peugeot-Zentrale in Paris im Marketing tätig, bringt ihre Einstellung schnell auf den Punkt: „Eine Auslandserfahrung macht eigentlich nur Lust auf die nächste. Ich bekomme kaum genug davon.“ Nicht süchtig auf Ausland, aber eher als Schuhlöffel für die Karriere sieht es Christoph Ulmer, Vorstand bei der CE Oil & Gas Trading, der einige Zeit bei HSBC in London (siehe auch Karriere-Spalte rechts) tätig war: „Mich reizt vor allem ein attraktives berufliches Angebot. Das war auch der Grund, warum ich jetzt wieder in Österreich bin.“

Halbe Million im Ausland

Ständig außerhalb von Österreich leben rund 400.000 Inhaber der österreichischen Staatsbürgerschaft. Dazu kommen noch einige 100.000 gebürtige Österreicher, die bereits die Staatsbürgerschaft ihrer neuen Heimat angenommen haben. Oft werden die „klassischen“ Auslandsösterreicher als das „zehnte Bundesland“ bezeichnet. Die Mehrzahl der Auslandsösterreicher lebt und arbeitet in Deutschland (185.000) und in der Schweiz (40.000). Dazu kommen 36.000 in Mittel- und Südamerika, 30.000 in Australien, 28.500 in den USA und 22.500 in Afrika (vor allem in Südafrika). Weitere 62.256 haben zwar ihren ordentlichen Wohnsitz im Inland, arbeiten aber ebenfalls im Ausland, überwiegend in Deutschland und der Schweiz, als Tages- oder Wochenpendler. Die meisten österreichischen Auswanderer der Nachkriegs-



Egal ob Österreicher im Ausland oder Ausländer in Österreich: Weltoffenheit macht sich im Lebenslauf auf jeden Fall bezahlt. Foto: EPA

zeit verließen Österreich aus wirtschaftlichen Gründen. Bekannte österreichische Auswanderergemeinden befinden sich in Südamerika, zum Beispiel in Dreizehnlinden in Brasilien, Pozuzo in Peru oder Independencia in Paraguay. Dort wird auch heute noch österreichische Kultur gepflegt. So fühlt man sich in Dreizehnlinden eher in ein Tiroler Bergdorf versetzt.

Dass aller Anfang schwer ist, zeigen nicht nur die Erfahrungen der Auswanderer der 50er- und 60er Jahre. Heute zählt vor allem die berufliche Erfahrung. Persönlich macht vor allem der Mentalitätsunterschied vielen zu schaffen. „In Frankreich beginnen die meisten Besprechungen mit zehn bis 30 Minuten Verspätung. Und meistens gibt es keine Themenplanung. Kaffee- und Mittagspausen dauern wesentlich länger. Dafür ist es hier für jeden selbstverständlich, abends länger zu arbeiten – ohne bezahlte Überstunden. Der Vorteil ist, dass man seine Kollegen wesentlich besser kennen lernt. Der eindeutige Nachteil: weniger Freizeit“, resümiert Schaden. Ulmer hingegen empfiehlt, sich vor Job-Antritt Zeit im neuen Land zu nehmen, um sich besser einzuleben.

Aber auch Österreich wird als Arbeitsland immer attraktiver. Nicht nur der Tourismus zieht tausende Saisoniers an.

Im gehobenen Management lässt es sich in Österreich ebenso aushalten. So hat zum Beispiel der gebürtige Münchner und mittlerweile bekennende Wiener Michael Wengermayer, Country Manager beim Software-Anbieter Computer Associates, gute Erfahrungen in Österreich gemacht: „Mein Vorteil war sicher, dass für mich als Bayer kein wirklicher Mentalitätsunterschied zu den Wienern existiert. Münchner und Wiener sprechen doch weitgehend die gleiche Sprache. Der Umgangston muss nicht interpretiert werden. Schon oft habe ich miterlebt, dass Vertreter der nördlichen deutschen Bundesländer doch gravierende Schwierigkeiten hatten, ihr Anliegen verständlich und ohne anzuecken vorzutragen.“ Und das obwohl man dieselbe Sprache spricht. Überwunden wird diese Hürde oft mittels sozialer Kompetenz. „In Österreich wird in vielen Bereichen starkes Gewicht auf die Ausprägung von Sozialkompetenzen gelegt. Diese Erfahrungen können gerade beim Einstieg in eine neue Funktion sehr hilfreich sein“, argumentiert Ulmer. Ob das der Grund ist, dass viele österreichische Spitzenmanager lieber im Ausland arbeiten, sei dahingestellt.

Einig sind sich Schaden, Ulmer und Wengermayer in einer anderen Sache: Die größte Hürde ist für sie der Kontakt zu

Freunden und Verwandten. „Es ist schwierig, mit seiner Familie und Freunden in Verbindung zu bleiben. Es bleibt nach einer gewissen Zeit nur der Kontakt zu den engsten Freunden bestehen“, berichtet Schaden.

Kinder und Freunde leiden

Am meisten zu leiden haben sicher Kinder, „die ihre Freunde und die gewohnte Umgebung zurücklassen müssen“, bestätigt Wengermayer und ergänzt: „Und sicher war es nicht förderlich, dass zu diesem Zeitpunkt der Klassenvorstand in einem Wiener Gymnasium die aufkommenden Piefke- und sogar Nazi-Hetzparolen keinesfalls unterband, sondern noch unterstützte.“ Dieser Zustand konnte nur durch einen Schulwechsel überwunden werden.

Schwierigkeiten hatte jeder zu überwinden. Doch ist es im Grunde immer nur die Erfahrung, die zählt? „Ich kann mir im Moment gar nicht vorstellen, wieder nach Österreich zurückzugehen. Mir ist das Land derzeit zumindest zu klein“, erklärt Schaden offen, obwohl sich das sicher irgendwann wieder geben könnte. „Aber wenn ich wieder nach Österreich komme, zumindest für eine Zeit lang, dann wird der Anpassungsprozess sicher genauso schwierig wie die Anfangszeit im Ausland werden.“

www.auslandsösterreicher.at

Karriere

economy fragt: Wie vereinbaren Sie Job und Geschäftsreisen?

● **Sabine Goellrich** ist die neue Personal-Managerin bei T-Mobile Austria. Die gebürtige Deutsche startete ihre berufliche Laufbahn 1999 als Personal-Teamleiterin bei Lufthansa. Seit jeher gehören Geschäftsreisen zu ihrem Berufsalltag. „Geschäftsreisen und Job unter einen Hut zu bringen, bedarf einer guten Planung – die T-Mobile-Welt mit dem Blackberry und Mobile Internet macht es jedoch um vieles einfacher.“ Foto: T-Mobile



● **Christoph Ulmer** wurde neu in den Vorstand der in Wien ansässigen CE Oil & Gas Trading, einer Tochtergesellschaft der VCP, bestellt. Der 1970 geborene Milizoffizier studierte



Rechtswissenschaften und war zwischen 2000 und 2004 Kabinettschef im Bundesministerium für Inneres und danach im Corporate Finance für die HSBC in London tätig. Seit 2005 ist Ulmer Direktor für Investment Banking bei der Unternehmensberatung VCP Capital Partners und Mitglied des Vorstands der VCP Industriebeteiligungen. Geschäftsreisen gehören für ihn zum Job: „Die Notwendigkeit, am Arbeitsplatz zu sitzen, nimmt dank neuer Technologien stetig ab. Jeder Flughafen, jedes Hotel ist mittlerweile schon mit WLAN ausgestattet. Selbst aus Flugzeugen kann man Verbindung zum Unternehmen halten.“ Foto: CET

● **Young Chul Park** ist seit Juni Managing Director von Samsung Electronics Austria. Park ist seit über 18 Jahren im Elektronikonzern in verschiedensten Ländern tätig. „In meiner Funktion bin ich für Österreich, die Schweiz, Slowenien und acht weitere Länder verantwortlich. Daher reise ich sehr oft. Um auch auf Reisen in Kontakt mit meinem Büro zu bleiben, habe ich immer meine technischen Begleiter, ein Notebook und ein UMTS-Handy, dabei.“ kl Foto: Samsung



Notiz Block



Jeder zweite Job aus IKT-Branche

„Extremen Nachholbedarf“ beim Ausbau der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) in Österreich sieht Rudolf Fischer, der stellvertretende Vorstandsvorsitzende von Telekom Austria (TA). Die Erhöhung des Anteils der IKT-Anwender-Jobs von im Jahr 2003 rund 17 Prozent auf den britischen Wert von 28 Prozent der Gesamtbeschäftigten würde rund 300.000 neue Arbeitsplätze bringen, glaubt Fischer. Experten würden prognostizieren, dass in zehn Jahren jeder zweite Arbeitsplatz IKT-affin sei. Österreich liegt mit 124.000 IKT-Beschäftigten im europäischen Mittelfeld. *apa*

Mehr Produktivität in schönen Büros

Mit attraktiver Ausstattung von Büros lassen sich Zufriedenheit und Produktivität von Mitarbeitern steigern. Das ergab die Studie „Office 21“ vom Stuttgarter Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation. In der Erhebung „Soft Success Factors“ wurden die Erfolgsfaktoren für die Gestaltung von Büros untersucht. Die wichtigs-

ten Faktoren zur Steigerung des Wohlbefindens im Büro sind demnach hochwertiges Ambiente, Qualitätsmöblierung, frisches Klima und gute Lichtverhältnisse. Wenn das Büro für die Arbeit geeignet ist, steigt die Office Performance. In einer Untersuchung des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Gallup wurden diese Soft Facts von harten Zahlen untermauert: So empfänden nur rund 15 Prozent der Mitarbeiter von Unternehmen ihre Arbeit als befriedigend, sind loyal und produktiv. Die große Mehrheit der Beschäftigten sei unengagiert, mache Dienst nach Vorschrift oder habe die innere Kündigung bereits vollzogen. *kl*

Bier trinken gegen Alterungsprozess

Die deutsche Klosterbrauerei Neuzelle (www.klosterbrauerei.com) stellt ein Anti-Aging-Bier her, welches das körpereigene Schutzsystem bei der Regulierung der Sauerstoffversorgung in den Zellen unterstützt. Der neue Wellness-Trend enthält Inhaltsstoffe wie Sole, Spirulina-Algen und das Flavonoid Quercetin. „Mit Hilfe von natürlicher Nahrung und nicht mit Nahrungsergänzungsmitteln sollen damit Vitamine und Spurenelemente aufgenommen werden“, erklärt Stefan Fritsche von der Klosterbrauerei Neuzelle. Im Vergleich zu konventionellen Bieren sind das antioxidative Potenzial und die Radikalfänger-Eigenschaften im Anti-Aging-Bier rund zehnfach höher. Also: Trinken Sie sich jung. Na dann prost! *pte/kl*

Schnappschuss

ACP sprengte Party-Rekord zum 13.



Die Dreizehn brachte Glück: Zum 13. Geburtstag erlebte das Systemhaus ACP Schönwetter und ließ in der Wiener Freudenau die wohl größte Party der österreichischen IT-Branche steigen. Mehr als 1.100 Gäste, Kunden und Geschäftspartner strömten ins Festzelt gegenüber der Galopprennbahn. Die Logistik sprengte alle Rekorde. Doch jeder kam zu seinem Wein, Schnaps oder Zigarre. Und natürlich zu gut gekühltem Bier, das bei den Gästen Klaus-Jürgen Mandl von McAfee, Franz Fröhlich von Adobe und Gottfried Artner von Sun Microsystems (v.l.n.r.) in guten Händen war. *kl* Foto: ACP

Wohnen am Golfplatz: Bewohner wohnen mehr anstatt zu spielen

Die anspruchsvollen Siedler am dritten Grün

Golfplätze taugen tadellos als Vorgärten und lassen dabei auch noch die Immobilienpreise steigen: Warum Nordamerika den Umzug zum Golfplatz so anziehend findet.

Alexandra Riegler

Das Haus der Träume, hineingebaut in ein Stück perfekt gemähte Natur. In bequemer Gehweite dazu: ein Wasserfall nebst Wanderwegen, sechs Tennisplätze und ein Pool mit Olympiaabmessungen. Golfplätze mit maßgeschneiderten zugehörigen Siedlungen überziehen die USA. Je größer das Wachstum einer Region, desto höher ist auch ihre Dichte an bewohnten Grüns.

Bluegreen, ein Unternehmen, das seit Anfang der 1980er Jahre mehr als 50.000 Grundstücke in privaten Siedlungen an den Mann brachte, konzentriert sich bei seinen Golf-Communities auf die Ostküstenstaaten von Virginia bis Georgia. Eines der neueren Bluegreen-Projekte ist Chapel Ridge, günstig gelegen inmitten des North Carolina Research Triangle. Auf drei Quadratkilometern Land finden sich neben dem 18-Loch-Golfplatz ein Clubhaus, diverse Sportanlagen und sechs Familien in ihren Wohnhäusern: „Chapel Ridge ist mit seinen zwei Jahren noch ein recht junges Projekt“, erklärt Laura Levandoski, Marketing-Verantwortliche vor Ort.

Erst Brachland ...

Drei bis fünf Jahre würde es im Durchschnitt dauern, bis eine Community vollzählig sei. Dass man zur Halbzeit erst ein halbes Dutzend bewohnte Immobilien zählt, bringt den Betreiber nicht aus der Ruhe. Weil man nicht wie in anderen Privatanlagen fertige Häuser, sondern vor allem Grundstücke verkaufe und diese auch mit keinem zwingenden Bebauungsdatum versehe, hätten sich bereits zahlreiche Investoren Baugründe gesichert. „Golf ist augenblicklich ein Riesentrend in den USA“, sagt Levandoski, „ganz besonders im Süden.“ Und doch schwingen 70 Prozent der Bewohner von Golfplatz-Communities nicht einmal den Schläger. Der Hauch von Exklusivität, der den Sport umweht, setzt sich auch in den am Grün gelegenen Immobilien inklusive ihrer Bewohner fort: Golfplatz-Communities seien immer etwas netter, die Häuser hübscher, weiß Levandoski. Und schließlich würden Golfplätze stets einen gepflegten Vorgarten abgeben.

Der Fokus der Betreiber verschiebt sich indes von Ruheständlern in Richtung Familien,



450.000 US-Dollar als Einstiegspreis für ein Domizil neben dem 17. Loch. 16.000 Projekte gibt es in den USA bereits. Foto: Cuscowilla

folglich gilt es, die Attraktivität für Nicht-Golfer zu steigern. So entstehen themenparkähnliche Anlagen, die mit toskanischer Architektur oder frei herumlaufenden Wildtieren aufwarten.

Hinzu kommt die positive Ausstrahlung des Sports auf die Immobilienpreise: Ein Golfplatz im Garten sorgt für einen dauerhaft passablen Wert von Haus und Grund, und dafür sind die Bewohner auch bereit, tiefer in die Tasche zu greifen. Als zusätzliche Wertsicherung gilt schließlich, wenn bekannte Namen wie Fred Couples oder Golfplatzbauer Kyle Phillips für das Design des Platzes verantwortlich zeichnen. Chapel Ridge etwa nennt 450.000 US-Dollar (358.000 Euro) als Einstiegspreis für ein Domizil vor Ort. Ähnliche Kosten kommen auch auf die Bewohner von The Point, einer Anlage an den Ufern des Lake Norman in North Carolina, zu: Ab einer halben Mio. US-Dollar ist man dabei.

... dann Wirtschaftsfaktor

Vorsichtiger Trend ist das Dorf am Grün längst keiner mehr, immer mehr Plätze sehen in ihrer Planung ein Siedlungsprojekt vor. Vor fünf Jahren bereits zählte die National Golf Foundation (NGF) bei knapp der Hälfte aller Vorhaben einen Community-Aspekt – Tendenz steigend. Mitverantwortlich ist der steigende Landpreis, der Bauunternehmen in dichter besiedelten Regionen zusetzt. Gleichzeitig steigt mit mehr als 16.000 Golfplätzen im Land die Konkurrenz. Die von der NGF gezählten Golfspiele sind etwa in der San Francisco Bay-Region leicht im Sinken begriffen, während allein in Orange Coun-

ty 60 Plätze ihrer Bespielung harren. Die NGP führt die Entwicklung auf Wetter und Wirtschaft zurück, andere halten sie für eine Konsolidierung des Überangebots, das noch dem Tiger Woods-Hype entstammt.

Das Land braucht also weniger Golfplätze und mehr Sportler, die diese auch benutzen. Doch gerade hier stellt sich das Spiel der Wirtschaftlichkeit entgegen: Denn sogar Golfer wollen nicht von der Hand weisen, dass das teure Spiel auch zeit- und aufwändig zu lernen und zu praktizieren ist. 18 Löcher lassen sich bestenfalls in vier Stunden überwinden, Vorbereitung, Hin- und Rückfahrt, und schon ist ein ganzer Tag verbraucht.

Die finanzielle Hilfestellung kommt stattdessen von den Siedlern, die die Golfplätze nunmehr bewohnen. Zwar treiben sie die Platznutzung nur wenig voran, die verkauften Grundstücke liefern jedoch das entscheidende Zubrot. Und was sind schon 50.000 US-Dollar Mehrkosten bei einem Ausblick auf immerwährendes Grün.

Auf Nummer sicher gehen indes Golfplätze mit eingebautem Urlaubsort: Das Resort Cuscowilla etwa, Zweitwohnsitz für eine zahlungskräftige Klientel aus Atlanta, verfügt über ein modernes Konferenzzentrum, das sich für Hochzeiten und Familienfeste gleichermaßen eignet. Und mit 188 Zimmern, die Ende des Sommers verfügbar sein sollen, ist dann auch der Endausbau zum vollwertigen Urlaubsklub vollzogen. Elaine Harris, Marketing-Koordinatorin in Cuscowilla: „Wir haben alles in einem Paket inkludiert. Wäre es nicht so, würden die Leute anderswohin gehen.“

Leben

Reaktionen

Diskriminierung

Zu *economy*, Ausgabe 12 vom 16. Juni 2006: „Vergeudung als Prinzip“ von C. Rosenkranz. Gratulation zu der einleuchtenden Kritik an der kurz-sichtigen Arbeitsmarktpolitik der Regierung! Während seit 2002 im Hintergrund zahlreiche, von dem Europäischen Sozialfonds (ESF) – in Österreich vom BMWA koordiniert – im Rahmen der EU-Initiative Equal geförderte Projekte Wege zur Bekämpfung von Diskriminierung am Arbeitsmarkt entwickeln und erproben, wird hierzulande munter weiterdiskriminiert. Und das trotz der schönen Worte im österreichischen Equal-Programmplanungsdokument: „Die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens basiert (...) in hohem Maße auf (...) der Nutzung des gesamten Potenzials der Beschäftigten, indem jedeR unabhängig von Kriterien wie Geschlecht, Alter, ethnischer Zugehörigkeit u. Ä. seine individuellen Fähigkeiten und Stärken einsetzen kann.“

Andrea Leitner per E-Mail

Maue Bildsprache

Zu *economy*, Ausgabe 12 vom 16. Juni 2006: Die Ausgabe hat mir sehr gut gefallen, finde es gut, dass *economy* Themen aufgreift, die man sonst nicht zu lesen bekommt. Habe nur einen Einwand: Das Dossier-Bild hat wenig Aussagekraft, es wirkt gestellt und ziemlich lächerlich. Und der archaische, überdimensionierte Telefonhörer stammt wohl aus den 70er Jahren. Dafür finde ich das Titelbild (alternder Star Madonna) äußerst gelungen.

Peter Panther, Fürstenfeld

Fanatischer Biker

Zu *economy*, Ausg. 11 vom 2.6.2006: „Schuldenfalle Sportunfall“. Vielen Dank für die Story über den fehlenden Versicherungsschutz für Freizeitsportler. Dieses Problem war bis jetzt überhaupt nicht auf meinem Radar. Ich bin leidenschaftlicher Mountain-Biker, und trotz meiner guten Ausrüstung bleibt ja immer ein Restrisiko. Danke für den Tipp, eine Versicherung abzuschließen. Kann mir gut vorstellen, dass auch andere sportliche Leser Ihrer Zeitung Gleiches getan haben.

Wotan Pototschnig, St. Kanzian

Schreiben Sie an: *Economy*, Gonzagag. 12/13, 1010 Wien, reaktionen@economy.at oder kommentieren Sie Beiträge auf www.economy.at.

Im Test

Verpackungsmaterial für Reisende



Rollend einfach

Als Reisender bleibt einem leider nichts anderes übrig, als andauernd lästiges Gepäck mit sich herumzutragen. Stellen Sie sich vor, wie das wäre: Reisen ohne Gepäck. Kein langes Anstellen beim Check-in. Kein Herumschleppen von tonnenschweren Gepäckstücken. Kein Nachdenken über „Was nehm ich denn jetzt mit?“ Auf

der anderen Seite machen es einem die heutigen rollenden Wunder auch wirklich einfach. So wie der Scope von der „Luxusschiene“ Black Label von Samsonite. Endlich ein Samsonite, bei dem man nicht beim Gepäckband zusammenzuckt und glaubt: Das ist meiner – bis ein Blick auf das Namensschild offenbart: Ach so, ist er doch nicht. Ebenso Durchdachtes wie Funktionelles sowie ein knalliger Auftritt machen den Scope zum Hingucker und damit zum Lieblingsstück unseres Tests. Fades Gepäck gehört auf den Dachboden! Ach ja, der Preis: rund 280 Euro. Qualität hat eben ihren Preis.

www.samsoniteblacklabel.com

Punkte:



Starker Rücken

Seit der Generation X dürfen wir endlich anständige Tramper-Rucksäcke schleppen. Der Salewa Capehorn um 109,95 Euro fasst mehr als 60 Liter und wiegt 2,2 Kilo. Einzig die Tatsache, dass man immer zum Sperrgepäck muss, trübt den Gesamteindruck.

www.salewa.at

Punkte:



Weiche Schale ...

Die klassische Eastpak-Sporttasche ist eigentlich das ideale Reisegepäck. Sie ist leicht, flexibel, und man kann immer noch mehr hineinstopfen. Bei Ankunft heißt es aber leider oft dank Rasierschaumaustritts Wäsche waschen. Preis: unschlagbare 55 Euro.

www.eastpak.com

Punkte:

Klaus Lackner (Maximalwertung: 5 Punkte)

Fotos: Hersteller

Dieser Test spiegelt die persönliche Meinung des Autors wider.

Buch der Woche

Daniel Düsentrieb tüftelt für die Ablage

Den Siegern werden Ruhm und Ehre zuteil, den Verlierern bestenfalls Respekt für ihr aufopferndes Streben. Ganz zu schweigen davon, dass man sich mit dem Scheitern auseinandersetzt. Was eigentlich in Unternehmen eine Notwendigkeit wäre. Denn 85 Prozent der Entwicklungszeit werden auf Produkte verwendet, die auf den Markt kommen.

Das Buch *Gescheiterte Innovationen* befasst sich mit der „Technik der Verlierer“. Und gelangt zu dem Ergebnis, dass jeder erfolgreichen Neuerung unzählige gescheiterte Innovationen voransehen. In der historischen Forschung werde deshalb seit gut vier Jahrzehnten gefordert, sich mit fehlgeschlagenen Innovationen auseinander zu setzen. Ein technischer Darwinismus, bei dem nur die objektiv beste und die zum augenblicklichen Zeitpunkt ökonomische Technik der Weisheit letzter Schluss sei, könnte den Mythos einer Technologiegläubigkeit schaffen. Erfolgreiche Erfindungen oder überholte Theorien würden so als reine Irrwege gelten.

Aber sind sie das auch? Aus der Geschichte des Scheiterns, so der Autor, könne man neue Perspektiven ableiten, die für den technologischen Wandel und im Weiteren für das Wachstum einer Wirtschaft Bedeutung haben. Veranschaulicht wird das Thema durch Beispiele aus Lokomotivenbau, Hydrobergbau sowie Motorenkonstruktion. Die wechselhafte, turbulente Geschichte des Stirling-Heißluftmotors, erfunden von dem schottischen Geistlichen Robert Stirling im 19. Jahrhundert, hindurch

bis zum Ende des 20. Jahrhunderts zeigt auch Epochen der Industrie-Geschichte auf – von Hoffnungen der US-Automobilindustrie (GM, Ford, AMC) bis zum Elektronikkonzern Philips, der noch Patentrechte am Stirling-Motor hat. Die Gründe des Scheiterns sowie der Versuch einer Theoriebildung dazu werden ebenso aufgezeigt. *Jake Reinhold Bauer: Gescheiterte Innovationen, Campus Forschung, 2006, 41,10 Euro*

ISBN: 3-5933-7973-2



Termine

● **Authentisch führen.** Führungskräfte müssen sich oft genug an Herausforderungen und Rahmenbedingungen anpassen. Glaubhafte Führungsarbeit sollte aber auch zur eigenen Persönlichkeit passen. Wann müssen Sie als Führungskraft flexibel sein, ohne sich zu „verbiegen“, wann müssen Sie Rückgrat zeigen? Wie bleiben Sie dabei in Einklang mit Ihrem Charakter- und Persönlichkeitsbild? Das können Sie vom 12. bis 13. Juli beim passenden GFP-Seminar gegen 950 Euro (exklusive MwSt.) herausfinden.

www.gfp.at

● **Absolventenvermittlung.** Bis zum 16. November 2006 ist zwar noch lange Zeit. Doch bleibt zu hoffen, dass Studenten, die gerade mit ihren letzten Prüfungen ihr Studium abschließen, den restlichen Sommer auf den Putz hauen. Spätestens im November sollten sie dann die ZBP-Absolventenmesse 2006 besuchen. Hier können Informationen über Möglichkeiten und Perspektiven des Arbeitsmarktes für Universitätsabsolventen mit den Schwerpunkten Wirtschaft, Technik und Bodenkultur eingeholt werden. Die Messe findet im Austria Center in Wien statt. Voriges Jahr wurden übrigens 230 Stellen vermittelt. Der Eintritt ist kostenlos.

www.zbpabsolventenmesse.at

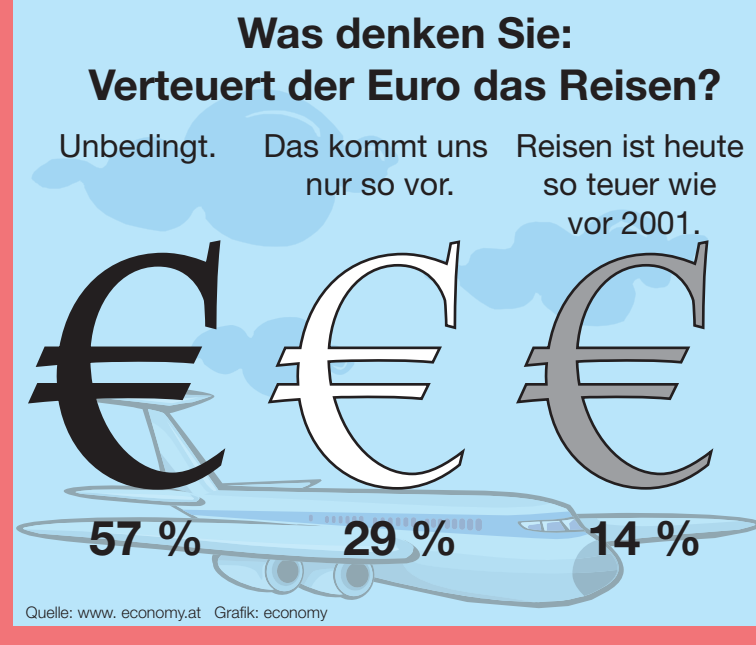
● **Manager mit Motorrad.** Leitende Persönlichkeiten mit Motorradbegeisterung, die selbst keine Zeit zum Organisieren ihrer Touren haben, können fertige „Pakete“ bei „Manager on Tour“ buchen. Die nächsten Termine führen über Alpenpässe, machen Halt zwecks Golfspiels, erkunden Sizilien oder führen ins ferne Bhutan. Die kulinarischen Genüsse bleiben dabei nicht auf der Strecke. Und das Beste: Man lernt bei der Ausübung seines liebsten Hobbys vielleicht auch noch zukünftige Geschäftspartner kennen. Somit lässt sich das Nützliche mit dem Angenehmen einfach verbinden. Die Devise heißt nur: Schnell buchen! Es gibt nur noch wenige freie Plätze.

www.manager-on-tour.at

● **Telekom-Branchentreff.** Vom 25. bis 27. September findet der 9. Telcon-Kongress in Wien statt. Er bildet eine Plattform, um sich die neuesten Informationen der Telekombranche einzuholen, spannende Themen zu diskutieren und Erfahrungen mit hochkarätigen nationalen und internationalen Sprechern und Kollegen auszutauschen. Vergeben wird auch der Telcon Award unter dem Motto „Digital Lifestyle – Business Models for Next Generation Media“. Einreichfrist ist der 28. August.

www.iir.at/telcon2006

Frage der Woche



Leben

Alexandra Riegler

Die große Lust am Golf-Business



Dass Golfplatzbewohner auch Golf spielen, scheint eine vernünftige Annahme, ist aber doch weit gefehlt: Sieben von zehn können dem Eisenschwingen nichts abgewinnen. Der 18-Loch-Platz mit der Handschrift eines Tiger Woods-Kollegen steht jedoch auch dem nicht-sportelnden Siedler gut zu Gesicht: Wer verschmägt schon einen Vorgarten, der stets gepflegt und gemäht ist? Amerika wohnt gern am Golfplatz, weil die Grünanlagen ansprechend und Nachbargemeinschaften netter sind.

In Europa scheint der Wunsch, der Stadt zu entkommen, sich erneut Wange an Wange mit Nachbarn niederzulassen, gewöhnungsbedürftig. Wohin mit den Vorhaben, die man sich fürs nachbarlose Leben aufgehoben hat, wenn diese doch wieder nebenan stören? Würde man also ein großzügiges Stück Land zwischen Zwettl und Litschau einzäunen, um ein Golf Resort einzustellen, ist dennoch nicht gesichert, dass sich genug Leute finden, die darin mit ihnen Nachbarn große Fleischstücke grillen. Amerika wohnt auch gern am Golfplatz, weil die dortige Immobilie dauerhaft hoch im Kurs steht. Ein Business, das allen Beteiligten Nutzen in Aussicht stellt, wird in den USA mit offenen Armen aufgenommen. Ist der Golfplatz dem Wert eines Hauses zuträglich und sichert das angesiedelte Dorf im Gegenzug das Bestehen des Grüns, ist das Geschäft unter Dach und Fach.

Österreich wehrt sich indes auch nicht gegen Gewinn und Business. Etwas Entscheidendes, um das Wohnen am Golfplatz hierher zu verpflanzen, fehlt jedoch: Das Verlangen der Bewohner, Geld zu genießen und dabei zur Schau zu stellen. Der Plan, eine Art gemähten Nationalpark zu besiedeln, scheitert nicht zuerst an der Landschaftsplanung oder dem Widerwillen, sich in Communitys zusammenzurotten, sondern an einer Verhaltenseigenschaft, auch süßeste Früchte zu beanspruchen – und zwar hier und jetzt.

Klaus Lackner

Auslandstraining für den Traumjob



Ab ins Ausland heißt die Devise, wenn der Lebenslauf von Anfang an „hübsch“ sein soll. Bereits während des Studiums wird man regelrecht dazu gezwungen, zumindest ein Semester am Erasmus-Programm teilzunehmen. Einmal beantragt, darf man sich mit den Studienkollegen um die begehrtesten Destinationen prügeln. Hier wird eindeutig schon einmal Ellbogentechnik für das spätere Erwerbsleben trainiert. Obwohl einem die Zuteilungsstelle zusichert, dass alles seinen fairen Lauf nimmt, geht es – wahrscheinlich nicht nur in Österreich – für Leute

mit Vitamin B oft „fairer“ zu als für Studenten ohne. Schneller als gedacht hat man sein Auslandssemester hinter sich gebracht. Wenn alles gut gegangen ist, hat man gerade einmal die Sprachbarrieren überwunden, sich so richtig eingelebt und an die lokalen Studentensexzesse gewöhnt. Gleich darf man seine Wohnung, die man in den ersten zwei Monaten gesucht hat, auch schon wieder verlassen und in die österreichische Tristesse zurückkehren. Spätestens jetzt verfügt man über die nötige Flexibilität, die für das kommende Arbeitsleben enorm wichtig ist. Österreich hat uns wieder! Das Studium ist fast abgeschlossen, und man schickt seine ersten Bewerbungen aus. Die Diplomarbeit ist fertig, die letzte Prüfung nur noch ein Klacks. Man fühlt sich gerüstet für die schöne Welt des Erwerbes. Außerdem gehen einem die ewigen Studentenfeste eigentlich schon auf den Keks. Ein Bewerbungsgespräch jagt das andere. „Was, Sie waren nur ein Semester im Ausland?“, fragt die Human Resources-Managerin. „Und dann noch dazu in Granada? Was haben Sie dort studiert? Wie man richtig Siesta hält?“ Nach einem halben Jahr wurde man zum 20. Mal von einem „Besseren“ ausgestochen. Ein Jahr in Texas hat er studiert. Schöne neue Arbeitswelt.



Je größer die Geschwindigkeit beim Reisen ist, desto weniger Zeit bleibt für Erlebnisse über. Als Folge entkommen viele auch im Urlaub nicht dem beruflich geprägten Zeitkorsett. Foto: Alstom

Auf der Suche nach der verlorenen Zeit

Urlaub als Chance des Einlassens auf das Abenteuer Zeit.

Clemens Rosenkranz

Jeder, der schon einmal eine Fernreise gemacht hat, kennt es aus eigener Erfahrung: Beim Aussteigen aus dem Jet ist der Körper bereits angekommen, der Kopf ist aber noch daheim. Denn durch das Reisen mit annähernd 1.000 Stundenkilometern wird das Zeitempfinden zugleich gedehnt und gestreckt. Diesem Phänomen verdankt die eilige moderne Reisegesellschaft den Jetlag und auch die bange Frage: Uhr vor- oder zurückstellen?

Dass sich die Zeit durch den Gang der Sonne eigentlich von selbst ergibt, ist für die meisten Fernreisenden nicht nachvollziehbar, zu weit hat sich Reisen schon von seinem Ursprung, dem normalen menschlichen Gang, entfernt. Dadurch ist die innere Uhr völlig durcheinander geraten. Folge dieser Entwicklung: Man ist zwar viel

rascher unterwegs, hat aber keine Zeit mehr, etwas dabei zu erleben. Schneller, höher, weiter, lautet heute das heimliche Motto vieler Reiseveranstalter. Dabei bleibt die Zeit zum Genießen und Erleben auf der Strecke. Selbst wer keine Rundreise unter dem Motto „Indien in acht Tagen“ bucht, ist in ein enges Zeitkorsett von Essen, Sport- und Kulturprogramm eingesperrt.

Gute alte Zeit

Reisende aus vorigen Jahrhunderten kannten dieses Problem noch nicht, denn ein Schiff legte in 24 Stunden maximal dieselbe Strecke zurück wie ein Jet heute in nur eineinhalb Stunden. Und per pedes oder auf dem Pferderücken geht es noch viel langsamer. Tausche Tempo gegen Muße, so das heimliche Motto der Moderne. Dabei sollte Urlaub jene Zeit sein, in der man Auszeit von der Zeit nimmt.

Doch dabei überkäme wohl viele die Angst vor der Leere, für die aber zum Glück Reiseleiter oder Animatoren stets einen Aktivitätstipp anbieten: Denn was soll man sonst daheim erzählen oder zeigen? Eine Auszeit lässt sich nämlich ebenso wenig wie das Kontinuum Zeit auf Video oder Film/Speicherchip bannen. Für viele sind Bilder, Töne und Souvenirs jedoch genau das, was den Urlaub ausmacht, auch wenn man dabei keine Zeit (zum Schauen) hat.

Dass man nur Zeit hat, wenn man sich aus dem Zeitlauf ausklinkt, gilt nicht nur für die Ausnahmezit Urlaub, sondern auch für einen manchmal zähen Alltag, wo man wie ein Hamster im Arbeitsrädchen viele leere Kilometer absputzt. Während der Luxus freier Zeit, der Luxus, Zeit zu haben, im Job eine unrealistische Vision darstellt, kann sich in Urlaub jeder auf das Abenteuer, Zeit zu haben, einlassen.

Consultant's Corner

Moms of the Workplace

Brewing since 2000, the conflict between moms and non-moms at work has now become public. First addressed in 2000, non-moms complained about the lack of equal benefits they received in comparison to childbearing colleagues including medical/dental coverage, school costs, additional vacation weeks, flex-time. After 9/11, family friendly became the buzzword: no one dared speak up but now the improved economy and Generation Y have forced the conflict out. Frank discussions between moms and non-moms at one company revealed that moms believed that they should get the Christmas week off but that childless people should work. A CEO em-



ploying 85 percent women stated that moms in her company think a 40 hour week is 22 hours, leaving colleagues behind as they run out to fulfill family obligations. Other CEOs felt moms were better leaders, better at prioritizing, more patient. Recent studies showed that indicating you are a mom decreases employment chances by 44 percent. Seeking peace, one mom suggested that non-moms are moms of the workplace, working after the kids go off to do their thing. How this fits with those whose role is imposed, not chosen and how to address the question of whether there is equal pay for unequal work will be the challenge.

Lydia J. Goutas, Lehner Executive Partners