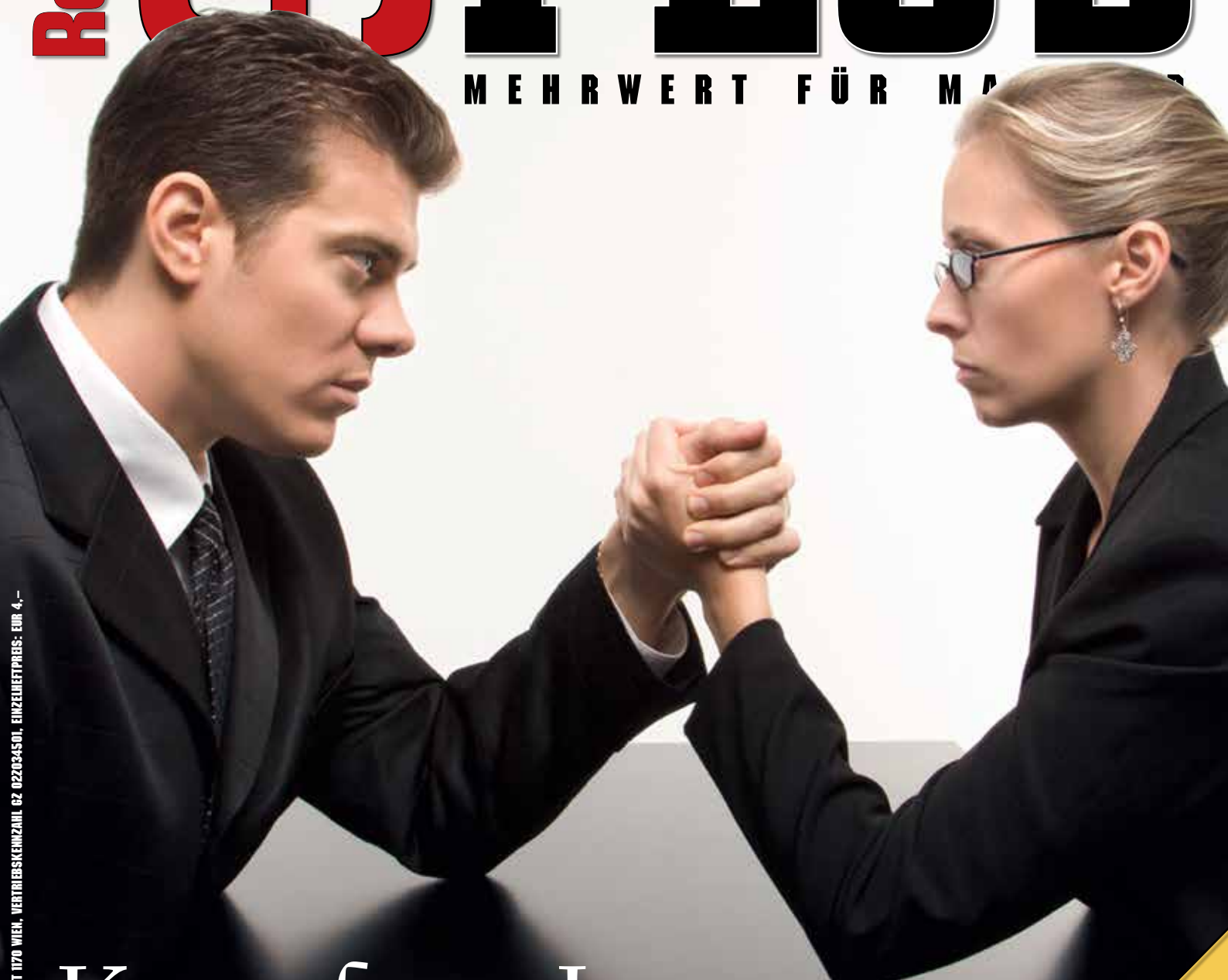


Report (+) PLUS

M E H R W E R T F Ü R M A



AUSGABE NR. 2/2013, 10. JAHRGANG, P. B. VERLAGSPOSTAMT 1170 WIEN, VERTRIEBSKONTO NR. 022034501, EINZELHEFTPREIS: EUR 4,-

Kampf um Image und Konsumenten

PR als Wunderdroge? Klassische Werbung gerät ins Hintertreffen.
Die Branche klagt über Konkurrenz und Kostendruck.

» AKUT «
E-Mail aus Übersee: Trend Homeschooling-Franklin Delano Roosevelt, John Travolta und Bode Miller haben eines gemeinsam: Sie wurden zu Hause unterrichtet. Mehr als zwei Millionen amerikanische Kinder folgen diesem Beispiel.



START-UPS

Junge Unternehmen brauchen Geld und Know-how.

Seite ...16

E-AWARD

Die besten IT-Projekte Österreichs.

Seite ...38

CULT

Alles, was das Leben schöner macht.

Seite ...42




MIST IST NICHT GLEICH MIST!

615.000 t
CO₂
 GESPART MIT DEM
 ARA SYSTEM



Richtiges Mülltrennen schützt die Umwelt und stärkt die Wirtschaft. Gemeinsam mit ihren Partnern konnte die ARA im letzten Jahr 615.000 Tonnen CO₂ einsparen und wertvolle Rohstoffe für die Zukunft sichern.

 facebook.com/ARA.recycling www.ara.at

SO MACHT RECYCLING SINN.

ARA 
 Altstoff Recycling Austria



Prominente Jubilare

36

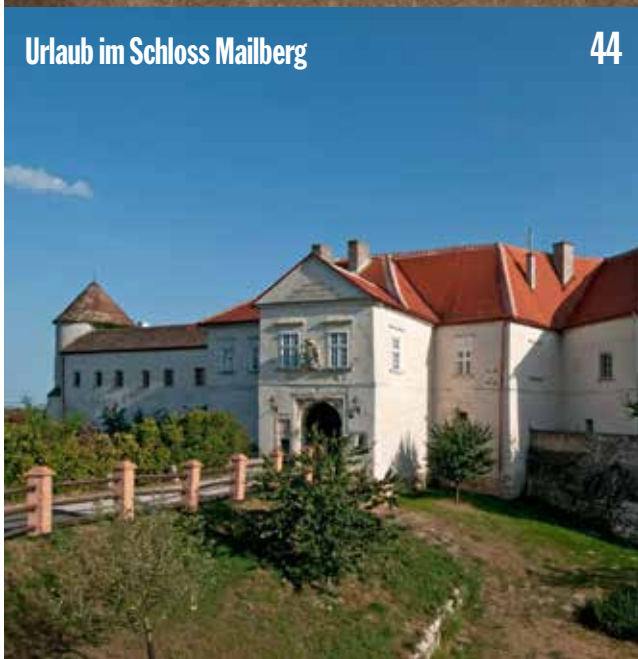


E-Award: Die besten IT-Projekte Österreichs

38

Urlaub im Schloss Mailberg

44



Inhalt

REPORT PLUS DAS
UNABHÄNGIGE
WIRTSCHAFTSMAGAZIN

AKUT

4 Mann des Monats. Finanzministerin Maria Fekter holte ihren ehemaligen Sekretär Klaus Kumpfmüller in den FMA-Vorstand.

10 E-Mail aus Übersee. Trend Homeschooling. Mehr als zwei Millionen amerikanische Kinder werden zu Hause unterrichtet.

TITEL

8 Kampf um Image und Konsumenten. PR wird als Wunderdroge gehandelt und ist gegenüber der klassischen Werbung angeblich im Vormarsch. Aber stimmt das wirklich?

ARBEITSWELT

12 »IT wird zur Kernkompetenz in Unternehmen.« Pavol Varga, General Manager von Dell Österreich, über das Verschwimmen von Arbeitswelt und Freizeit durch mobile Endgeräte und Cloud-Services.

UNTERNEHMEN

16 Starthilfe. Mit einer Idee allein ist es nicht getan. Um jungen Start-ups auf die Beine zu helfen, braucht es Geld und Know-how.

INTERVIEW

20 »Entwicklungshilfe ist in Österreich ein Minderheitenprogramm.« Mit Ralph Martens steht der Hilfsorganisation Care International erstmals ein Österreicher als Präsident vor.

BILDUNG

22 Hoch hinaus. Fachhochschulen präsentieren sich als kompetenter Partner von Forschung und Wirtschaft.

LOGISTIK

30 Alter Wein in neuen Schläuchen. Seit bald 20 Jahren wird bei Post und Bahn liberalisiert. Was dabei herausgekommen ist und was die Kunden davon haben.

IMPRESSUM: HERAUSGEBER/CHEFREDAKTEUR: Dr. Alfons Flatscher [flatscher@report.at] VERLAGSLEITUNG: Mag. Gerda Platzer (platzer@report.at) CHEF VOM DIENST: Mag. Bernd Affenzeller (affenzeller@report.at) REDAKTION: Mag. Angela Heissenberger (heissenberger@report.at), Martin Szelgrad (szelgrad@report.at) AUTORINNEN: Univ.-Prof. Dr. Johann Risak, Heinz van Saanen, Mag. Rainer Sigl, Valerie Uhlmann, Bakk. LAYOUT: Report Media LLC PRODUKTION: Report Media LLC, Mag. Rainer Sigl DRUCK: Styria MEDIENINHABER: Report Verlag GmbH & Co KG, Nattergasse 4, A-1170 Wien TELEFON: (01)902 99 FAX: (01)902 99-37 E-MAIL: office@report.at. www.report.at



»ausgesprochen«

»Wir haben nach wie vor keinerlei Bankschulden. Was also sollen wir mit dem erwirtschafteten Geld machen? Wir investieren es!«

DER KRISE ZUM TROTZ HAT INTERNORM-VORSTAND UND MITEIGENTÜMER CHRISTIAN KLINGER seit 2010 jährlich rund 30 Millionen Euro in Standortausbau, Fertigungstechnologien und Produktentwicklung investiert.

»Ich finde das völlig absurd. Wir haben uns daran auch nie beteiligt. Wenn Quadratmeterpreise von 30.000 Euro verlangt werden, dann ist das schlicht und einfach ein Wahnsinn.«

NORBERT WINKELMAYER, GESCHÄFTSFÜHRER DER AUF REVITALISIERUNG SPEZIALISIERTEN SANS SOUCI GROUP, hat in der Burggasse das 5-Sterne-Boutiquehotel Sans Souci inklusive Highend-Eigentumswohnungen eröffnet. An dem inoffiziellen Wettstreit um die teuerste Wohnung Wiens will er sich aber nicht beteiligen.

»Wenn uns die Arbeit aufgefressen hat, müssen wir uns möglichst früh in die Pension retten.«

FÜR SOZIALRECHTSEXPERTEN WOLFGANG MAZAL ist die wachsende Zahl an Frührenten durchaus nachvollziehbar.

»Ohne zu übertreiben – das Burgenland ist Windenergie-Weltmeister«,

BRINGT ES MICHAEL GERBAVSITS, VORSTANDSPRECHER ENERGIE BURGENLAND, AUF DEN PUNKT. Vor 15 Jahren war das Bundesland reiner Stromimporteure. 2013 wird der gesamte Strombedarf im Burgenland aus eigener Kraft erzeugt – ganz sauber.



KLAUS KUMPFMÜLLER.
Besetzung streng
nach Proporz.

■ MANN DES MONATS: KLAUS KUMPFMÜLLER

Der Wächter des Finanzmarkts

Lange hatte Finanzministerin Maria Fekter die Personalentscheidung für den Vorstand der Finanzmarktaufsicht (FMA) hinausgezögert. Dann musste es sehr schnell gehen: Montag Hearing, Dienstag Beschluss des Ministerrats, Mittwoch Unterschrift des Bundespräsidenten, Donnerstag Amtsantritt. Denn der scheidende FMA-Vorstand Kurt Pribil trat zeitgleich seinen Direktoriumsposten in der Nationalbank an. Helmut Ettl, als zweiter FMA-Vorstand der SPÖ zugerechnet, zitterte bis zuletzt um seinen Job. Sein Vertrag wurde schließlich um fünf Jahre verlängert.

Klaus Kumpfmüller ist ein langjähriger Vertrauter der Ministerin. Als Fekter Mitte der 90er-Jahre als Staatssekretärin im Wirtschaftsministerium wirkte, war Kumpfmüller ihr engster Mitarbeiter. Danach betreute er bis 2002 in der Raiffeisenlandesbank Oberösterreich institutionelle Kunden, später leitete er die Großkundenbetreuung der Hypo Oberösterreich. Im Oktober 2011 wechselte Kumpfmüller als Co-Geschäftsführer in das Staatsschuldenmanagement der Bundesfinanzierungsagentur (OeBFA). Im April wurde er auch in den Aufsichtsrat der ÖVAG gewählt. Trotz seines umfassenden fachlichen Know-hows war der studierte Betriebswirt nur Fekters vierte Wahl. Nachdem ihr Lieblingskandidat, der RZB-Manager Michael Höllner, ebenso wie Kumpfmüllers OeBFA-Kollegin Martha Oberndorfer abgesagt hatte, wurde zunächst Fekters Kabinettschef Gerhard Zotter als Favorit gehandelt.

Mit Kumpfmüller ist die FMA fest in oberösterreichischen Händen. Ettl ist gebürtiger Linzer. Zufall oder nicht, Fekter stammt aus Attnang-Puchheim. Die rot-schwarze Doppelspitze der Aufsichtsbehörde hat jedenfalls eine Imagekorrektur dringend nötig. Bei einigen Skandalen – Immofinanz, Hypo Alpe Adria, Auer von Welsbach u.a. – machte sie ihrem Namen nicht gerade Ehre. Bei den Banken ist die FMA ob ihres harschen Auftretens nicht sonderlich beliebt. Bankeninsider Kumpfmüller könnte hier durch Erfahrung und Kontakte punkten. Der 41-jährige verheiratete Vater eines Kindes gilt als sehr sachlich und zurückhaltend. Er sei »keine Führungskraft, die schreiend durchs Büro rennt«, hört man von ehemaligen Kollegen. Nicht unbedingt ein Nachteil.

■ EDITORIAL

Politiker gehen, Beamte bleiben



»Die Republik gehört den Beamten.«

ALFONS FLATSCHER,
HERAUSGEBER

» Rund um die Salzburger Finanzmisere ist in den Gazetten viel über Rücktrittskultur geschrieben worden und der Grundtenor der veröffentlichten Meinung lautete: Politisches Fehlverhalten sollte unabhängig von strafrechtlicher Relevanz zu Konsequenzen führen, weil mit einem Mehr an Macht höherer moralischer Anspruch einhergeht. Finanzlandesrat David Brenner ist – zu Recht – zurückgetreten. Einer aber bleibt: Der Leiter der Finanzabteilung Eduard Paulus ist wieder im Amt, nachdem eine Disziplinarkommission ihn wiedereingesetzt hat. Und das, obwohl man Paulus nicht nachsagen kann, dass er seine Funktion kompetent ausgeübt hätte. Die Republik gehört in Wirklichkeit den Beamten, die seit jeher Veränderungen an der Spitze der einzelnen Ressorts achselzuckend mit dem Satz quittieren: Minister kommen, Minister gehen, wir bleiben! Das hat auch Norbert Darabos erlebt, als er versucht hat, den Generalstabschef abzuberufen. Das Beamtendienstrecht hat das verhindert. Jeder Abteilungsleiter in der Privatwirtschaft kann sich seine Mitarbiert aussuchen – ein Minister nicht. 2013 ist Superwahljahr, eines steht jetzt schon fest: Die Spitzenbeamten regieren – egal, wer gewählt wird.



IFU-DIALOG. Brückenschlag unter Ägide von Johann Risak.

■ VERANSTALTUNGSTIPPS

Wissenschaft trifft Praxis

Das Institut für Unternehmensführung der Wirtschaftsuniversität Wien veranstaltet auch in diesem Semester wieder den IfU Dialog. Seit 2003 versucht der Dialog unter der Leitung von Professor Johann Risak den Brückenschlag zwischen Praxis und Wissenschaft. Dabei wird bei jeder Veranstaltung ein Thema aus beiden Blickwinkeln beleuchtet. Die daraus gewonnenen Lehren werden dokumentiert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Damit soll ein Beitrag zur Verbesserung der Führungslandschaft in Unternehmen geleistet und Initiativen für eine anwendungsorientierte Forschung gesetzt werden.

DIALOGABENDE IM ÜBERBLICK

» **Turbulente Zeiten erfolgreich meistern**

14. März 2013; 18.30 Uhr
Vortragende: Christopher Lettl, Co-Vorstand des Institutes für Entrepreneurship & Innovation der WU Wien; Gerald Grohmann, CEO der Schoeller-Bleckmann Oilfield Equipment AG.

» **Ansätze für die Steigerung der Performance**

18. April 2013; 18.30 Uhr
Vortragende: Armin Wiedenegger, Dissertant des Institutes für Unternehmensführung der WU Wien; Thomas Sima, Managing Director Austria der Horváth & Partners Management Consulting GmbH.

» **Führen mit Druck und Zug**

16. Mai 2013; 18.30 Uhr
Vortragende: Michael Paul, Gründer

und Geschäftsführer der Paul und Collegen Consulting GmbH; Georg Gunther Knill, geschäftsführender Gesellschafter der KNILL GRUPPE.

» **Führung und Unternehmensentwicklung**

13. Juni 2013; 18.30 Uhr
Vortragende: Johann Risak, Institut für Unternehmensführung an der WU Wien; Thomas Fahnemann, Vorsitzender des Vorstandes der Semperit AG Holding.

» **Alle Veranstaltungen** finden an der Wirtschaftsuniversität Wien, 1090 Wien, Nordbergstraße 15, Bereich D (gelb), 7. Stock, Raum 7.06 statt.

Anmeldungen: ifudialog@wu.ac.at oder 01/31336-5141.
 Die Teilnahme ist kostenlos.

■ AUSZEICHNUNG

Österreichs beste Recruiter

Die QUALITÄT der Personalentwicklung heimischer Unternehmen hat sich deutlich verbessert. Gleich um 15 Prozentpunkte legten die österreichischen Arbeitgeber zu, wie die Studie »Career's Best Recruiters« ergab. Experten der WU Wien und der FH Furtwangen nahmen die größten österreichischen und deutschen Unternehmen anhand von 55 Kriterien und mehr als 2.000 Blindbewerbungen unter die Lupe. Als bester Recruiter Österreichs punktete das Beratungsunternehmen Deloitte in nahezu allen Teilbereichen. Dahinter folgen der Personaldienstleister Trenkwalder und die Unicredit

Bank Austria. Vorjahressieger Bawag landete auf Rang vier. Trenkwalder – vor zwei Jahren noch auf Platz 173 gereiht, 2011 auf Platz 15 – profitiert auch als attraktiver Arbeitgeber. »Dafür braucht es gute Mitarbeiter, die sind schließlich unser wichtigstes Kapital«, sagt Klaus Lercher, CEO der Trenkwalder Personaldienste GmbH. Hohe Wertschätzung im Umgang mit den Mitarbeitern und überzeugende Präsenz im Social Web waren so auch die entscheidenden Kriterien für die Spitzenplätze. Dennoch gibt es noch immer »einen erschreckend hohen Prozentsatz von Unternehmen, die einfachste Standards des guten Benehmens und professionellen Agierens nicht einhalten«, so WU-Professor Wolfgang Elšik. 30 % der Initiativbewerbungen blieben beispielsweise auch nach zwei Wochen unbeantwortet. ■



qualityaustria

Erfolg mit Qualität

Quality Austria ist Ihr Partner für Erfolg mit Qualität.

19. qualityaustria Forum Mit Qualität einfach besser



Congress Salzburg
 Donnerstag
 14. März 2013



K+PLUS

Es wird angestrebt, die Veranstaltung nach den Kriterien des Österreichischen Umweltzeichens für Green Meetings auszurichten.

www.qualityaustria.com



Die Schule daheim

FRANKLIN DELANO ROOSEVELT, John Travolta und Bode Miller haben eines gemeinsam: *Ihre Schule war daheim, ihre Eltern organisierten den Unterricht.* Mehr als zwei Millionen amerikanische Kinder folgen diesem Beispiel.

VON ALFONS FLATSCHER, NEW YORK



LERNEN OHNE SCHULEN: Zwei Millionen Kinder werden in den USA zu Hause unterrichtet.

Katie ist jetzt elf Jahre alt. Sie ist ein aufgewecktes Mädchen, das treffsicher argumentiert und sich selbstbewusst in jede Konversation der Erwachsenen einbringen kann. Sie liest viel, spielt mit Begeisterung Klavier und lernt Deutsch, die Sprache ihrer Vorfahren.

Dabei hat Katie noch keinen einzigen Tag in einer Schule verbracht. Ihr Klassenzimmer ist im Elternhaus und ihre Lehrerin ist ihre Mutter. Dabei hätte sie mehrere, hervorragend bewertete öffentliche Schulen in unmittelbarer Nähe zum Wohnort, aber: »Der Unterricht daheim ist einfach so viel effizienter«, sagt Amy, Katies Mutter und Lehrerin. »Kein Schulweg, keine unnötigen Unterbrechungen, keine Bürokratie: Nur das Lernen steht im Mittelpunkt.«

Katies Tag ist genau eingeteilt: Um acht Uhr beginnt der Unterricht und ihre Mutter wacht peinlich genau darüber, dass die tägliche Routine eingehalten wird.

Katie ist eines von zwei Millionen Kindern, das in den USA daheim unterrichtet wird, und das hat eine lange Tradition und geht auf die Gründerväter zurück. Georg Washington und Thomas Jefferson zum Beispiel besuchten die Schule im Elternhaus. Als 1852 die allgemeine Schulpflicht eingeführt wurde, begann die Debatte darüber, ob der Unterricht daheim rechtlich gedeckt sei. Die Diskussion endete mit einer Entscheidung des obersten Gerichtshofes im Fall *Winsconsin gegen Yoder* aus dem Jahre 1972. Angehörige der Amish können nicht gezwungen werden, ihre Kinder in öffentlichen Schulen unterrichten zu lassen, entschied die Höchst-richter. Religionsfreiheit heißt das oberste Prinzip, das stärker zu gewichten sei als jede andere Norm. In zahlreichen Folgeentscheidungen der Gerichte setzte sich schließlich das Konzept durch, dass der Staat

nicht vorschreiben darf, welche Schule Kinder zu besuchen haben; er kann allerdings Bildungsziele definieren.

So waren es zu Beginn der wiedererstarkten Homeschooler-Bewegung hauptsächlich religiöse Gruppen, die das Recht in Anspruch nahmen. Heute ist eine breite Bewegung daraus geworden, die aus unterschiedlichsten Motiven den Unterricht der eigenen Kindern selbstständig organisiert und dabei unterschiedlichste Formen wählt.

In allen 50 US-Bundesstaaten ist »Homeschooling« legal, allerdings schaut die Praxis in jedem Bundesstaat anders aus. In Pennsylvania etwa müssen Eltern detaillierte wöchentliche Unterrichtspläne vorlegen. In New Jersey, wo Katie wohnt, ist die Auslegung völlig frei. »Ich habe den Schulbehörden gemeldet, dass ich meine Tochter daheim unterrichte. Das war vor fünf Jahren und seither hatte ich mit der Schulbehörde nichts mehr zu tun,« sagt Amy.

»Aber lädt das nicht zum Missbrauch ein? Es könnten ja Eltern behaupten, sie unterrichten ihre Kinder - und in Wirklichkeit arbeiten sie nur am Bauernhof«, frage ich als gelernter Europäer. »Das stimmt, aber auch die öffentlichen Schulen versagen. Nach acht Jahren Pflichtschule kann ein hoher Prozentsatz der Kinder weder lesen noch schreiben.«

Und Amy erzählt mir von Nathan, dem 18-Jährigen, der jetzt an der Eliteuniversität Princeton aufgenommen wurde. Er wurde immer von seinen Eltern unterrichtet und er bringt Spitzenleistungen. Nathans Vater ist Universitätsprofessor, ein Bilderbuch-Intellektueller, und was er seinen vier Kindern in erster Linie beigebracht hat, ist neugierig zu sein und das Lernen zu lieben. Nathan hat Glück gehabt.

■ ARBEITSWELT

Sieben Sünden

ALLE 24 STUNDEN steigt unsere durchschnittliche Lebenserwartung um sechs Stunden. »Das ist eine Bombe, sie wird aber nicht wahrgenommen«, sagt Unternehmensberater Leopold Stieger. Seine Plattform Seniors4success kämpft für eine Reform der Pensionsregelungen. »Das System bietet zu viele Möglichkeiten, früher auszusteigen«, meint Stieger. Im Sozialrechtsexperten Wolfgang Mazal hat Stieger nun einen prominenten Mitstreiter gefunden. Mazal prangert



WOLFGANG MAZAL: »Talente Älterer nicht vergeuden.«

»Sieben Sünden« an, die zur »Vergeudung der Talente älterer Menschen« führen. Darunter eine falsche Entlohnungskultur, die niedrige Einstiegsgehälter mit kräftigen Sprüngen vorsieht, weshalb ältere Mitarbeiter meist zugunsten jüngerer abserviert werden. Mazal setzt sich außerdem für »familienverträgliche Arbeitszeiten« ein – ausgebrannte Mitarbeiter seien einfach früher »pensionsreif«. Seine Vorschläge für eine bessere Team- und Fortbildungskultur werden vermutlich überall Anklang finden. Bei den Forderungen nach gleichem Pensionsalter für Frauen und Männer sowie der Streichung der Zuverdienstgrenze bei Frühpensionen ist Widerspruch jedoch geradezu vorprogrammiert.



ZERO-EMISSION-ELEKTROBUS. *Grünes Shuttle durch Schladming.*

■ SKI-WM

»Green Event« mit Folgekosten

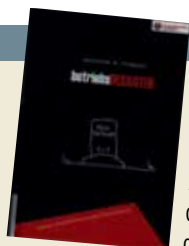
Die Medaillenbilanz fiel für Österreich letztlich doch noch recht erfreulich aus, aber auch abseits der sportlichen Erfolge wollte die Kritik in Schladming nicht verstummen. Rund 400 Millionen Euro wurden für das zwölf-tägige Spektakel investiert, 290 Millionen davon sollen von Bund und Land kommen. Die 4.500 Einwohner zählende Stadt trägt wohl noch lange an dem angehäuften Schuldenberg. Schladming nutzte die WM für eine Rundumerneuerung – Bahnhof, Zielstadion, Umfahrungsstraße, Kongresszentrum, Tiefgarage und Kläranlage wurden neu- oder umgebaut. »Schladming soll die beste Ski-WM aller Zeiten werden. Das geht nur, wenn Region und Umwelt auch langfristig davon profitieren«, lautete die Losung von ÖSV-Präsident Peter Schröcksnadel.

Auch wenn die spätere Auslastung einiger Bauten noch fraglich scheint, soll die Ski WM 2013 nach dem Willen der Veranstalter als Musterbeispiel für Energie- und Ressourceneffizienz in die Annalen eingehen. So entspricht das Kongresszentrum dem Niedrigenergiestandard und verfügt über eine Photovoltaikanlage und Flusswasserkühlung. Die Wärmeversorgung der WM-Gebäude erfolgt CO₂-neutral mit Nahwärme aus dem Schladminger Biomasseheizwerk. Um die Energiespitzen beim Stromverbrauch von Großveranstaltungen künftig besser vorausplanen und abfedern zu können, wurde gemeinsam mit dem WM-Technologiepartner Siemens erstmals ein Energie-Lastprotokoll erstellt. Über das Multiscreen Informationssystem konnten im Medienzentrum alle relevanten Informationen digital eingesehen und dadurch eine Menge Papier eingespart werden. Ergänzend zu den Gratis-Shuttle-Bussen im Großraum Schladming kam außerdem ein Zero-Emission-Elektrobus von Siemens zum Einsatz. Wie »green« die WM tatsächlich ausfiel, wird in einem im Frühjahr erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht nachzulesen sein.

BUCHTIPP

» Anleitung zum Untergang.

Am Beginn stand sein persönliches Jobdesaster. Pongratz, promovierter Absolvent der Rechtswissenschaften und Betriebswirtschaft, wurde wider Erwarten nicht »vom Fleck weg« engagiert. Seine Ochsentour durch diverse Chefetagen gab ihm dafür bereits einen ersten Einblick in die



unterschwellig Sabotageakte, die Unternehmen langsam, aber sicher ins Abseits befördern. Dass dies der heimliche Wunsch gar nicht so weniger Mitarbeiter ist, liegt auf der Hand. Sehr pointiert und mit viel Wortwitz beschreibt der Unternehmensberater und Wirtschaftskabarettist, wie sich der Untergang beschleunigen lässt.

Den wichtigsten Beitrag zum finalen Fiasko leisten seiner Meinung nach Führungskräfte – sie können ein Unternehmen durch Fehlentscheidungen verlässlich zum Scheitern bringen. Pongratz weiß, wie. Ein unterhaltsamer, paradoxer Ratgeber aus etwas anderem Blickwinkel.

CHRISTIAN A. PONGRATZ: *Betriebsdesaster, Verlag durchdacht.cc, ISBN 978-3-9503220-8-8*



Kampf um Image

PR WIRD ALS WUNDERDROGE GEHANDELT und ist gegenüber der klassischen Werbung angeblich im Vormarsch. *Aber stimmt das wirklich?* Was PR und Werbung leisten, wo die Grenzen sind.

VON HEINZ VAN SAANEN

KRISE? Wer das unsägliche K-Wort nach gut einem halben Jahrzehnt Dauerberieselung – oder sollte man besser »Dauerbekriselung« sagen – nicht mehr hören kann, ist sicher in guter Gesellschaft. Und kann vielleicht aufatmen: Trotz der schlimmen Arbeitsmarktzahlen könnte so etwas wie ein Ende der K-Wort-Inflation in Sicht sein. Die PR-Profis der Industriellenvereinigung wurden ob der vergleichsweise guten Aussichten fast schon lyrisch und griffen bei der Headline einer der jüngsten Presseaussendungen ordentlich in die Tasten: Konjunkturwinter mit ersten Aufhellungen! Ähnliche Stimmungsbilder vermittelt auch das deutsche Wirtschaftsministerium. Aufhellung auch dort, obwohl das BIP im vierten Quartal so stark einge-

brochen ist wie zuletzt 2009. Wie man gute Nachrichten so verpackt, dass die Medien darauf anspringen, weiß auch der Deutsche Industrie und Handelstag (DIHK). Das achte Jahr in Folge werden in der deutschen Industrie auch 2013 Arbeitsplätze geschaffen, wurde kürzlich vermeldet. Der DIHK verpackte die eher trockenen Arbeitsmarktzahlen mit dem Sager: »Das gab es in der Bundesrepublik zuletzt in Wirtschaftswunderzeiten.« Das war so griffig, dass Medien in halb Europa die Story gerne übernahmen.

Es geht also wieder aufwärts. Aber in den Branchen PR und Werbung ist es ohnehin nie so richtig abwärts gegangen, maximal seitwärts. Durch nackte Zahlen und Fakten ist dieser Umstand vor allem für den Sektor Werbung gut dokumentiert. Die heimischen

Werber haben so etwas wie einen ewigen Frühling, der schon ein paar Jahrzehnte andauert. Besonders beeindruckend nimmt sich etwa die Entwicklung der Beschäftigtenzahl aus, die der WKO-Fachverband »Werbung und Marktkommunikation« präsentiert (siehe Kasten). Bei der Skalierung hat der Fachverband ein bisschen in eine alte Trickkiste gegriffen, die eine Entwicklung besonders gut – oder auch schlecht – aussehen lassen soll. Die Einengung des Wertebereichs suggeriert hier, dass die Beschäftigtenzahl seit 2002 quasi von null auf hundert explodiert ist. Notwendig wäre der optische Trick nicht gewesen, denn auch so sehen die Zahlen gut aus.

Selbst im Krisenjahr 2009 konnte man maximal von einer Wachstumsdelle spre-

und Konsumenten



chen, die 2010 auch schon wieder ausgebügelt war. Werbung wirkt, das zeigen nicht nur die Beschäftigtenzahlen, sondern vor allem die Bruttowerbeumsätze. Die von Focus Marketing Research erhobenen Zahlen reichen weit in die Vergangenheit zurück und zeigen die gute Verfassung der Werbebranche. 1990 lag der Bruttowerbeaufwand noch bei 836 Millionen Euro pro Jahr. Was folgt, ist ein endlos langer und beinahe linearer Anstieg auf knapp 3,85 Milliarden Euro 2011. Von Dellen ist nichts zu bemerken, gerade einmal die New Economy und später die Finanzmarktkrise führen zu einer leichten Einbremsung des konstanten Wachstums. Auch aus anderen Blickwinkeln nimmt sich die Entwicklung positiv aus. Seit 2008 wachsen die Werbeausgaben etwa stärker als das BIP. Presse und TV, darauf entfällt der Löwenanteil der Ausgaben, entwickelten sich auch zuletzt recht ordentlich. Von 2010 auf 2011 stagnierten lediglich die Bereiche Außenwerbung und Radio, Online ging sogar von 134 auf 119 Millionen Euro zurück. Der Rückgang der Online-Werbeausgaben klingt zwar dramatisch, ist aber auch nur eine Frage des Blickwinkels, der den Einbruch schnell

WERBUNG WIRKT – DAS ZEIGEN nicht nur die Beschäftigtenzahlen, SONDERN VOR ALLEM DIE KONSTANT STEIGENDEN BRUTTOWERBEUMSÄTZE.

relativiert: 2006 lagen die Online-Ausgabe noch bei mickrigen 28 Millionen.

Quer durch alle Teilbereiche sagen die Zahlen vor allem eines: Werbung wirkt wirklich. Kein Wunder, dass der Markenartikelverband gerade seine 17. Kampagne zu »Achten Sie auf die Marke« anrollen lässt, die alleine einen Bruttowerbewert von rund drei Millionen Euro repräsentiert. Diese »Macht der Marke« ist ohne kontinuierliche Werbung und Imagepflege nicht vorstellbar. Weil die Zahlen so schön groß sind, sind auch die jährlichen Bestenlisten der Markenwerte sehr beliebt: Interbrand taxiert Apple aktuell auf 77 Milliarden Dollar, Millward Brown auf 183 Milliarden.

Das klingt ziemlich nach Kaffeesudlesen, zeigt aber, welche Werte im Spiel sind. Und wo die Grenzen von Werbung sind: Für ein Drei-Personen-KMU ist eine Werbekampagne kaum leistbar – oft nicht einmal im Bezirksblatt.

» Menschen für Menschen «

Die von Werbung transportierten Stimmungsbilder sind mittlerweile nicht nur für klassische Markenartikler interessant. Vor allem, wenn es imagemäßig kriselt. Die Telekom Austria zeigte dem Publikum in eindrücklichen Bildern etwa, dass das Unternehmen nicht nur aus Falotten und frechen Nehmern besteht. Quer durch die Bundesländer klettern da sympathische Mitarbeiter auf Funktürmen herum und kümmern sich rührend um das Wohl der Kunden. Menschen für Menschen sozusagen – wer kann so einem Konzern schon böse sein?

Aber für breite Imagekampagnen muss es nicht immer kriseln. Auch die voestalpine setzt bei ihrer jüngsten Kampagne auf den menschlichen Wohlfühlfaktor. »Einfühlsam und anschaulich« – so der Preetext dazu – werden die persönlichen Stärken und privaten wie beruflichen Seiten am Beispiel =>

⇒ von fünf Mitarbeitern ausgeleuchtet. Das Motto: »Wir nehmen die Zukunft in die Hand.« Das klingt ein bisschen schwammig, ist aber noch 1.000-mal konkreter und berührender als die SPÖ-Plakate der 90er. Erinnert sich noch jemand an den schönen und einsamen Baum in einer weiten Landschaft, der welche geheime Botschaft auch immer transportieren sollte?

Aber für Politik und Ministerien gelten ohnehin eigene Regeln. Die Kampagnen des Bundesheeres sind bisweilen so lustig, dass Feinschmecker des Skurrilen schon Fangemeinden im Netz bilden. Auch nicht schlecht war die Vergabe der letzten Wahlkampfwerbung der Wiener ÖVP an die befreundete Agentur Headquarter. Die Werbeprofis schafften es tatsächlich, einen sympathi-

UNVERGESSLICH IST ETWA die Grasser-Roadshow – BIS HEUTE EINE DER TEUERSTEN PR-KAMPAGNEN, DIE DIE BRANCHE JE GESEHEN HAT.

schen Michael Häupl flächendeckend so zu plakatieren, als ob die SPÖ die Kampagne ausgeheckt hätte.

Aber wenn Politik im Spiel ist, wird nicht nur Werbung etwas schräg. Unvergesslich ist etwa die Grasser-Roadshow – bis heute eine der teuersten PR-Kampagnen, die die heimische PR-Branche jemals gesehen hat. Bemerkenswert waren schon damals die Umstände der Ausschreibung. Ein Agenturchef zog sein Angebot – nach erheblichen Vorarbeiten – entnervt zurück, weil der Gewinner ohnehin bereits feststand.

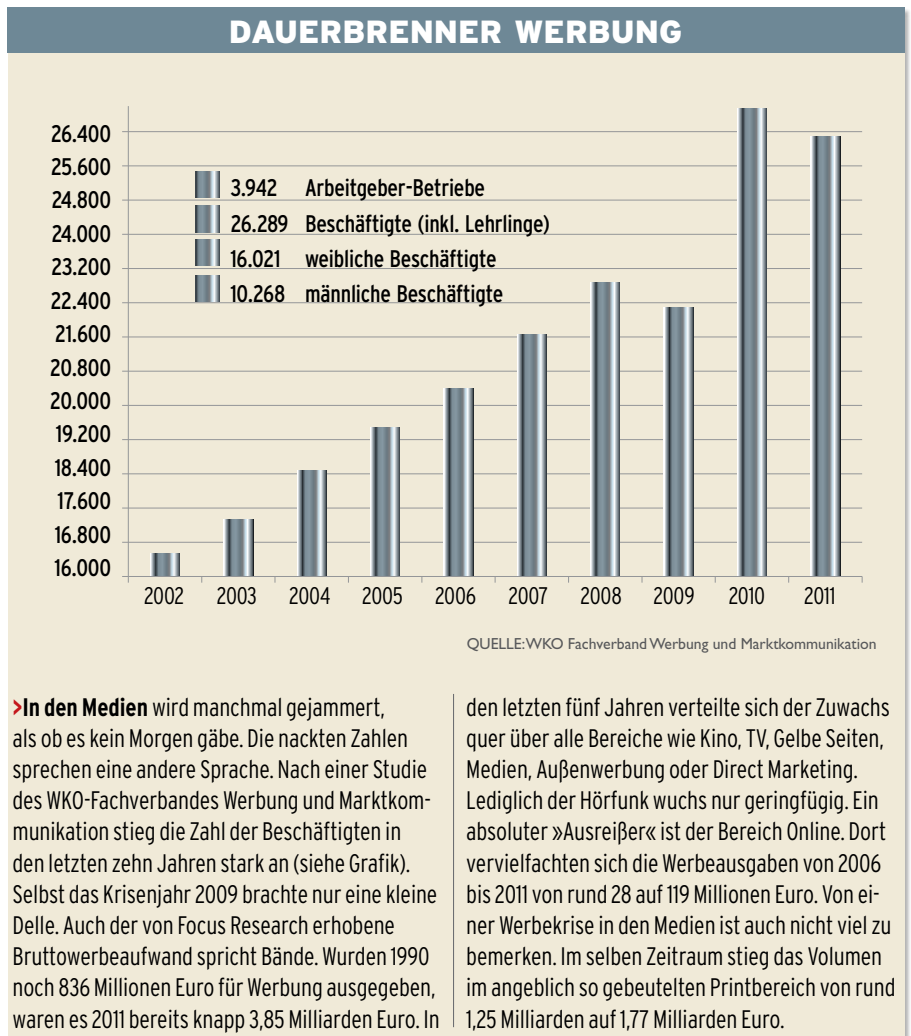
Auch noch so gute Werbung hat ihre Grenzen. Die Botschaft muss halten. PR hat aber noch ein anderes Problem: Lobbyismus der Marke »Wos woar mei Leistung«. »Da ist nichts schönzureden: Die Skandale und Aufregungen der letzten Jahre verursachten einen Imageschaden«, konstatiert Ingrid Vogl, Präsidentin des Public Relations Verband Austria (PRVA). Mit einem Ethikrat und Bewusstseinsbildung in Richtung Transparenz will der Verband gegensteuern. Ebenso mit einer rigiden Politik nach innen: Sind schwarze Schafe einmal erkannt, werden sie blitzartig aus dem Verband entfernt. »Die Spreu vom Weizen trennen«, sagt Vogl dazu. Transparenz wird auch am »Kommuni-



IMAGEKRISE. »Da ist nichts schönzureden. Die Skandale der letzten Jahre verursachen einen Imageschaden«, sagt PRVA-Präsidentin Ingrid Vogl. Mit einem Ethikrat und Bewusstseinsbildung in Richtung Transparenz will der Verband gegensteuern.



ANDRANG. »Im Medienbereich werden viele Leute freigesetzt. Und alle wollen im PR-Sektor unterkommen«, sagt Franz Temmel, Chef der Agentur Temmel und Seywald. Die Flut der neuen Einzelberater drückt auf die Preise. »Agenturen können da nicht mithalten«, so Temmel.



kationstag«, der heuer erstmals im Juni stattfindet, gepredigt werden. Das vermeldet Vogl aus Berlin – dort ist sie gerade, um gemeinsam mit Branchenkollegen über Transparenz und Lobbyismus nachzudenken. Berlin ist wie Brüssel ein Hotspot für Lobbyisten. Alleine in Brüssel sind geschätzte 30.000 »Einflüsterer« unterwegs, die der EU nicht nur gute Tipps geben. Laut einer aktuellen Meldung des kritischen Beobachters »Lobbyplag«, mit Max Schrems ist dort auch ein Österreicher prominent involviert, sollen die EU-Abgeordneten die jüngsten Änderungsvorschläge zur Datenschutzreform in weiten Teilen wortgleich von Lobbyisten übernommen haben.

Neu sind solche Vorwürfe nicht. Dass die Expertengruppen ziemlich industrielastig agieren, räumte überraschend freimütig EU-Binnenmarktkommissar Michel Barnier anlässlich der Privatisierungsdebatte um das Wasser laut Medienberichten erst kürzlich ein. Die Expertengruppen sollten laut Barniers tatsächlich ausgeglichener besetzt sein. Lobbyisten schreiben nicht nur in Brüssel die Gesetze gleich selbst. In Österreich wird – unter der Hand – etwa die Hausbriefanlagenverordnung als Werk von Konzernjuristen gehandelt. Dass die Briefkastln so



HOTSPOT FÜR LOBBYISTEN. In Brüssel sind 30.000 »Einflüsterer« unterwegs.

ausschauen, wie sie ausschauen, und so finanziert werden, wie sie finanziert werden, soll auf einen mächtigen Medienkonzern zurückzuführen sein.

» PR - das unbekannte Land «

PR und Lobbyismus werden gerne vermischt. Nach Peter Hajek von Public Opinion Strategies weiß fast die Hälfte der ⇒



Was haben alle erfolgreichen Unternehmen gemeinsam?

Seit über 27 Jahren gestalten wir die Zukunft der Arbeit und stehen für verlässliche Partnerschaften mit Kunden und MitarbeiterInnen. Wir sind Ihr kompetenter Partner in allen Personalfragen:

- **Zeitarbeit** (Klassische Zeitarbeit, Zeitarbeit mit Übernahme, On-Site-Management, Master Vending)
- **Personalberatung** (Suche und Auswahl, Bewerbermanagement, Internationales Recruiting)
- **Managed Services** (HR-Services, Administration, Sales/After-Sales)
- **Qualifizierungen/Trainings** (Standardisierte- und Kundenspezifische Trainings, Qualifizierungen)
- **Projektmanagement/Teams** (Projektmanager, Spezialisierte Projektteams, Projektmanagement)
- **Market Expansion Services** (Marktstudien, Standort/Partner-Assessments) u. v. m.

Kontaktieren Sie uns noch heute:
Trenkwalder Personaldienste GmbH
infoaustria@trenkwalder.com oder
☎ 05 07 07

■ INTERVIEW

Big Player und Problembären

PETER AIGNER IST CHEF UND GRÜNDER DER AIGNER PR. Aigners Agentur ist seit 1994 am Markt und *vertritt seit 2009 in Österreich* das internationale PR-Netzwerk ComVort Group.



PETER AIGNER:
»Viele glauben, PR ist billiger.«

(+) PLUS: Wie haben Sie die Krise erlebt?

Aigner: Von Krise war nicht sonderlich viel zu spüren, zumindest bei uns. 2010 ist unser bislang bestes Jahr gewesen.

(+) PLUS: PR als Viagra in der Krise?

Aigner: Der Kostendruck steigt ohnehin permanent, dieser Trend wird in Krisenzeiten nur verstärkt. Viele Firmen nutzen vermehrt PR, weil sie glauben, dass das billiger ist als Werbung. Für viele österreichische KMU stimmt das auch. Die könnten sich eine klassische Kampagne gar nicht leisten.

(+) PLUS: Sind die Werber eher Partner oder Konkurrenten?

Aigner: Teils, teils. Tatsächlich gibt es ein gewisses Spannungsfeld zwischen Werbung und PR. Die Werber wollen PR aus Kostengründen vermehrt inhouse abdecken, also quasi nebenbei. Das geht aber nicht immer gut, wie prominente Beispiele in der Vergangenheit zeigen. Ich glaube, dass die klassische Aufgabenteilung ganz gut funktioniert.

(+) PLUS: Ist die Agenturszene gesund?

Aigner: Die Branche ist sehr kleinteilig strukturiert. Der Löwenanteil der Agenturen sind Einzelkämpfer. Wer in Österreich zehn Leute beschäftigt, ist schon ein Big Player. Problematisch sind die immer gleichen Problembären, die ständig vor Gericht auftauchen. Diese »Promis« prägen in der Öffentlichkeit das Bild von PR, obwohl sie damit eigentlich nichts zu tun haben.

⇒ PR-Treibenden, dass PR die »Beziehung einer Organisation zur Öffentlichkeit« bezeichnet. Aber nur 37 % aller CEOs können davon auch Lobbyismus unterscheiden, der als Informationsaustausch zwischen politischen Entscheidungsträgern definiert ist. Gut die Hälfte weiß Werbung und PR auseinanderzuhalten.

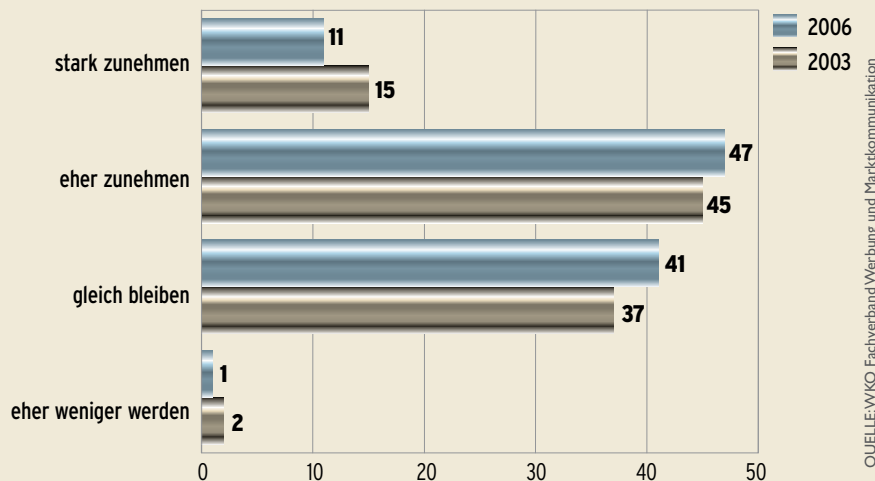
PR hat großen Einfluss auf Medien und Meinungsbildung. Das gilt umso mehr, als in den Redaktionen gespart wird. Wer blitzschnell eine »Story« liefert – und abseits des Boulevards dann noch mit Fakten, Zahlen und Hintergründen aufwarten kann –, hat medial fast schon gewonnen. Zumal die Zahl der Unternehmen und Verbände, die in Österreich mit wirklich professioneller PR aufwarten, überschaubar ist. Professionell heißt auch: Wir liefern die Infos, auf den Output nehmen wir keinen Einfluss.

Ganz Friede, Freude und Eierkuchen ist auch die perfekte PR-Welt nicht. Einer der Topkonzerne schaffte es etwa via ungeplantem CC in einer Presseausendung, den Journalisten erstaunliche Details zu offenbaren. Da konnte man nachlesen, wie und warum der Konzern die Journalisten in die



NISCHEN: Als kleine und feine Agentur sieht Sabine Duchaczek ihre »Advantage Strategy & Public Affairs«.
Umsatzmäßig spielt Duchaczek freilich auch schon in der oberen Liga. Ihr Rezept, um dem Preisdruck auszuweichen, ist eine Spezialisierung auf Bereiche wie etwa Change Management oder Litigation PR für Anwälte.

DER UNSCHARFE MARKT PR



Basis: PR-treibende Unternehmen (n=664) in %

» **Wirklich harte** - und vor allem aktuelle - Zahlen über den PR-Markt gibt es kaum. Die letzte Grundlagenstudie des Public Relations Verbands Austria (PRVA) ist von 2006. Einblicke gibt die Studie trotzdem. So war damals der Großteil der PR-treibenden Unternehmen der Ansicht, dass die Bedeutung von PR zunehmen werde. Ein Befund, der auch 2013 von allen befragten Insidern weitgehend geteilt wird. Gewachsen sein dürfte die Größe der PR-Abteilungen. Immerhin 38 Prozent der PR-treibenden Unternehmen beschäftigen fünf oder mehr PR-Mitarbeiter.

Das Marktvolumen - interne Kosten und Agenturhonorare - dürfte insgesamt bei rund einer Milliarde Euro liegen. Die PR-Unternehmen sind überwiegend One-Man-Shows. Bei der WKO sind 2.700 Agenturen gemeldet, rund 700 davon ruhend. Gerade einmal vier oder fünf Agenturen sind groß genug, um die Ausschreibungskriterien vieler öffentlicher Stellen zu erfüllen. An manchen Ausschreibungen scheitern selbst die Branchengrößen. »Die heimische PR-Szene ist eines EU-Landes nicht würdig«, meint ein Agenturchef off records.

QUELLE: WKO Fachverband Werbung und Marktkommunikation

»Guten« und die »Bösen« trennt. Die Guten sind willfährig und leicht steuerbar, die Schlechten kritisch. Eher peinlich für die Medien: Die »Guten« waren massiv in der Überzahl. Wahrscheinlich mit ein Grund, warum darüber nicht viel zu lesen war.

Aber die heimische PR-Branche hat ohnehin andere Sorgen. Transparenz ist ein heißes Thema, Glaubwürdigkeit ein anderes. »Nie glauben, was als das Gelbe vom Ei verkauft wird. Und schon gar nicht das Blabla der Agenturen, das in Fachzeitschriften abgesondert wird«, so ein Agenturchef. Die heimische Szene sei eines zivilisierten EU-Landes nicht würdig, das »Pitching« oft politgesteuert und sinnlos. Tatsächlich kann die Branche anders als etwa Werbung nicht mit aktuellen Zahlen und Fakten aufwarten. Die letzte Grundlagenstudie ist schon einige Jahre alt (siehe Kasten), ein Manko, das der PRVA demnächst ausbügeln will. Die Uni Salzburg arbeitet gerade an einem Update, das auch konkrete Umsatz- und Beschäftigtenzahlen transparenter machen soll.

Aber bereits die alten Zahlen geben einen Einblick in die Branche. So wurde damals festgestellt, dass der Einfluss von PR insgesamt zunehmen werde. Ein Befund, dem

auch die aktuell Befragten Marktteilnehmer zustimmen. Gründe dafür liefert etwa Peter Aigner, Chef der Aigner PR (siehe Interview). Nicht nur dass der Kostendruck ohnehin permanent steige, die Krise befeuert den Trend noch. PR sei »billig« und im Vergleich zu klassischen Kampagnen auch für die kleinen heimischen KMU leistbar. Aber gerade die Kleinteiligkeit hat auch Nachteile. Bei der WKO sind aktuell rund 2.700 PR-Agenturen gemeldet, ca. 700 davon ruhend. Bleiben immer noch 2.000 aktive. »Im Medienbereich werden etwa viele Leute freigesetzt. Und alle wollen im PR-Sektor unterkommen«, sagt Franz Temmel, Chef der Agentur Temmel und Seywald. Die Flut der neuen Einzelberater drücke auf die Preise. »Echte Agenturen können da nicht mithalten«, so Temmel. »Die Umstände, aber auch die Politik, drängen immer mehr Leute in die Selbständigkeit, weil dort angeblich Milch und Honig fließen. Das ist aber nur unverantwortlich«, moniert ein anderer Agenturchef. Was abseits der Einzelkämpfer übrig bleibt, sind in Österreich gerade vielleicht ein Dutzend Agenturen. Geht es um internationale Ausschreibungen, wird die Luft noch dünner. Gerade ein, zwei Agen-

turen erfüllen die Bedingungen von einem Mindestumsatz. Die anderen sind automatisch draußen. »Hohegger? Der wurde nur durch einen anderen ersetzt«, raunzt ein Agenturboss. Der Preisdruck kommt auch von »Promis« in der Branche selbst. Elisabeth Mattes wollte sich nach ihrem TA-Abgang eigentlich selbständig machen, geworden ist daraus nichts. TA-Kollege Martin Bredl hat seine Take Off PR gegründet. Wie man der Flut von Einzelkämpfern und dem Preisdruck ausweicht, glaubt Sabine Duchaczek für ihre kleine und feine »Advantage Strategy & Public Affairs« gefunden zu haben. Umsatzmäßig mischt Duchaczek freilich auch schon oben mit. Ihr Rezept, um dem Preisdruck auszuweichen, ist eine Spezialisierung auf Bereiche wie etwa Change Management oder Litigation PR für Anwälte. Fade Folder, Einladungen oder Pressekonferenzen macht und organisiert eh bald jeder. Aber nicht jeder spielt in Gerhart Rumpolds Liga, wo eine schnöde Pressekonferenz auch schon einmal 96.000 Euro kostet. Aber mit PR gibt sich Rumpold ohnehin nicht mehr ab. Wie er dem *Report (+) PLUS* schon vor längerem bekanntgab, ist er jetzt Immo-Investor. ■

Für ein Lachen im Spital.



Ihre Spende hilft!

Spendenkonto: **ROTE NASEN** Clowndoctors
 Erste Bank, BLZ 20111 | Kontonummer: 82224146701
 Mehr Infos unter www.rotenasen.at



PAVOL VARGA, GENERAL MANAGER DELL: »In der IT ist der jeweilige Status quo ein schlechter Ratgeber. Die Zukunft sieht doch immer komplett anders aus, als die Gegenwart ahnen lässt.«

»IT wird zur Kernkompetenz in Unternehmen«

PAVOL VARGA, General Manager von Dell in Österreich, über das *Verschwimmen von Arbeitswelt und Freizeit* durch mobile Endgeräte und den Trend zu Cloud-Services.

(+) PLUS: Herr Varga, welche IT-Trends beherrschen das Jahr 2013?

Varga: Mehr Power für die User – mehr Produktivität und Mobilität. Im Bereich der Datacenter erwarten wir weitere Anstrengungen zur Steigerung der Kosteneffizienz. Hier werden nun auch Kosten in den Fokus gerückt, die in den Input-Output-Rechnungen bislang kaum beachtet worden sind, wie etwa Umweltauswirkungen. Die IT entwickelt sich quer durch alle Branchen zunehmend zu einem Kerngeschäft in den Unternehmen. Unsere Arbeitsplätze und auch unser Freizeitleben werden immer digitaler. Ich kenne niemanden, der lediglich mit einem Endgerät online ist. Viele haben ein Handy, ein Notebook zum Generieren von Content sowie ein Tablet zum Konsumieren von Inhalten.

(+) PLUS: Wird dazu auch mehr IT-Kompetenz im Management von Unternehmen gefragt sein? Meist ist die Unternehmensführung in vielen Bereichen von HR bis Legal Affairs firm – aber eben nicht bei IT-Themen.

Varga: Das ist eine gute Frage. Die Position des CEO kann man auch als »Chief of Everything Officer« bezeichnen – er ist am Ende des Tages für alles zuständig. Wenn IT nun allorts zur Kernkompetenz in Unternehmen wird, ist es natürlich auch die Aufgabe für die Unternehmensführung, sich diese Kompetenzen anzueignen.

(+) PLUS: Wie ist die Positionierung von Dell in Österreich?

Varga: Wir sehen uns primär als Anbieter von End-to-end-Lösungen für kleine über mittlere bis hin zu sehr großen Unternehmen. Auf Anwenderseite und auch in der Konsumentenschiene betrachten wir unsere Gegenüber als »Prosumer«, die nicht nur unterhalten werden wollen, sondern auch aktiv viel mit ihren Highend-Geräten beitragen und liefern. Hier werden auch die Grenzen zum Arbeitsplatz verwischt: In der neuen Welt des Arbeitens, auch entlang des Konzepts »Bring Your Own Device (BYOD)«, wird Privates und Geschäftliches nicht mehr zwingend getrennt betrachtet. Auf der anderen Seite haben wir bereits viele Firmen mit bestimmten Erwartungen an das Design von Arbeitswerkzeugen für ihre Mitarbeiter. Dazu bietet Dell sehr gute und vielfach ausgezeichnete Produkte an. Unser Fokus dazu sind klar Geschäftskunden, wenn auch Consumer-Produkte ebenfalls immer mehr in eine Nutzung am Arbeitsplatz hineinwachsen. Als Hersteller bieten wir eine End-to-end-Integration einer kompletten IT-Palette für unsere Kunden, die

auch die Einbindung von Hardware anderer Hersteller nahtlos ermöglicht. Gerade im Management von mobilen Endgeräten ist es für ein Unternehmen wichtig, Sicherheits-Features, Updates und Anwendungen über alle Gerätearten hinweg einheitlich verwalten zu können. Wir bringen im Frühjahr ein Systemmanagement-Tool für die Verwaltung von mobilen Enduser-Geräten inklusive Tablets und Smartphones auf den Markt. Auf solch eine Lösung warten viele Unternehmen.

(+) PLUS: Zum Thema Cloud Computing: Wie sicher sind Daten, die außerhalb des Zugriffs der Unternehmen gespeichert liegen?

Varga: Sorgen zur Datensicherheit, besonders wenn Daten außerhalb der Landesgrenzen gespeichert liegen, gibt es immer wieder. Doch bedeutet ein Cloud Service nicht zwingend, dass die Daten in einer Serverfarm in Irland liegen müssen. Eine Cloud-Infrastruktur ist ja auch mit entsprechenden Lösungen im eigenen Datacenter in Unternehmen möglich. Wir haben dazu einen sehr offenen Ansatz, der den Kunden die Wahl des Speicherorts von Daten lässt, und von welchen Punkten aus Services erbracht werden. So bietet Dell Public-Cloud-Services aus einem Datacenter in Großbritannien. Für KMU bieten wir eine integrierte Cloud-Lösung in einem Rack mit Storage und Virtualisierung-Layer, Switch und auch einer Firewall. Diese »Cloud-in-the-box« ist einfach konfigurierbar und wird in einem Stück geliefert. Unternehmen können damit einen ersten Schritt in die Cloud-Welt machen, wobei die Infrastruktur bei ihnen selbst im Serverraum steht.

(+) PLUS: In welcher Marktphase befinden sich Cloud-Angebote in Österreich?

Varga: Vor einem Jahr wurde überall über die Cloud diskutiert. Viele wussten nicht, was es ist. Heute ist dies in vielen Unternehmen ein konkretes Einsatzthema. Ich sehe vor allem einen Trend zu Private-Cloud-Diensten: Die Kunden verstehen, dass es Sinn macht, Daten zu zentralisieren. Es lässt sich dadurch einiges einsparen, Unternehmen machen sich so auch



VOR EINEM JAHR wurde überall über die Cloud diskutiert. Heute wird dies in vielen Unternehmen bereits konkret eingesetzt.

bei Mitarbeiterwechsel oder dem Verlust von Endgeräten weniger angreifbar. Backups können auch in einer Public-Cloud gemacht werden – die Live-Daten eines Unternehmens bleiben aber im eigenen Einflussbereich einer Private-Lösung.

(+) PLUS: Sind Sie der Meinung, dass die Vorteile überwiegen, Daten und Dienste in die Wolke zu geben respektive daraus zu beziehen?

Varga: Auf jeden Fall. Ein Bekannter, der eine Firma mit Schwerpunkt auf Social Media und Web Analytics gegründet hat, hat dies mir gegenüber auch gut argumentiert. Er hat zwar immer noch einen eigenen Mailserver und Datenbankserver in Betrieb. Benötigt er aber rechnerintensive Analysedaten, mietet er sich IT-Ressourcen für 20 Tage bei einem Cloud-Dienst. Gerade junge, kleinere Unternehmen ohne IT-Altlasten profitieren davon, ihre Fixkosten absolut überschaubar zu halten. Es scheint, dass sich nun die Prognosen der Branche bewahrheiten, die bereits schon vor einigen Jahren die Zeit der IT aus der Steckdose vorausgesehen haben.

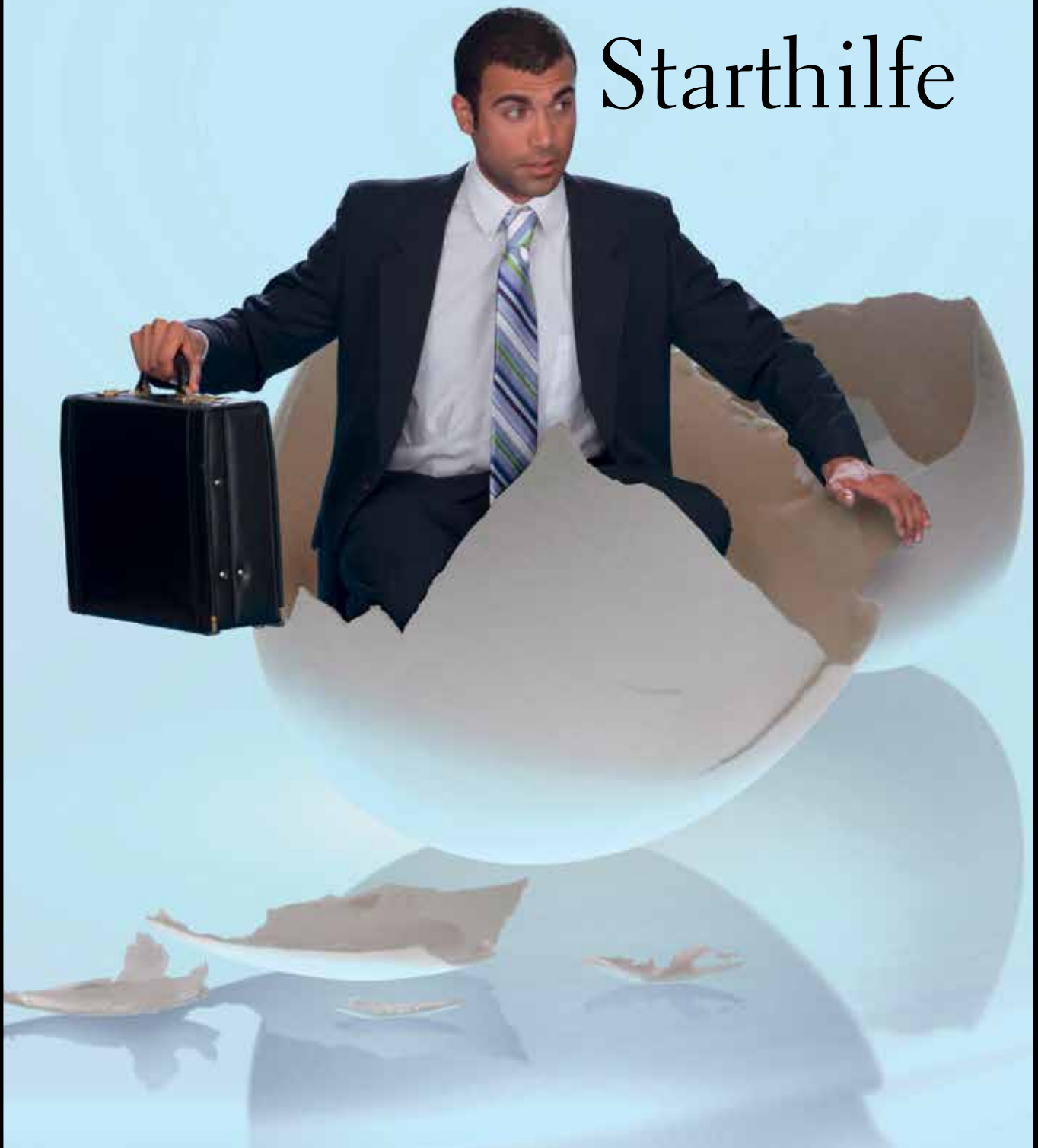
(+) PLUS: Wie sieht Ihr persönlicher Arbeitsplatz aus?

Varga: Dell bietet seinen Mitarbeitern einen »Connected Workspace«, der ein Arbeiten von jedem Punkt der Welt aus ermöglicht. Als Geschäftsführer von Dell in Österreich und in der Slowakei pendle ich zwischen den Standorten. Dazu verwende ich vier Arbeitsgeräte: ein Notebook, eine Funkmaus und als Traditionalist einen herkömmlichen Kalender und einen Kugelschreiber.

(+) PLUS: Bietet Dell seinen Mitarbeitern bereits BYOD?

Varga: Ja – zumindest bei Mobiltelefonen können die Mitarbeiter ihre eigenen Geräte verwenden. Unsere IT unterstützt dabei die Plattformen RIM, iOS und Android – Windows bislang noch nicht. Die meisten nutzen ohnehin noch den BlackBerry. Er ist für E-Mail und Telefonie einfach zuverlässig. Eines ist prinzipiell aber klar: Je kleiner eine Firma, desto mehr Freiheit kann den Mitarbeitern bei der Wahl ihrer Geräte gegeben werden. Ein Unternehmen mit tausenden Beschäftigten wird eher eine Auswahl von vielleicht fünf bis acht Endgeräten bereitstellen. Hunderte verschiedene Marken und Lösungen einzubinden, wäre dagegen ein teurer Spaß. ■

Starthilfe



MIT EINER IDEE ALLEIN IST ES NICHT GETAN. Um jungen Unternehmen auf die Beine zu helfen, *braucht es Geld und Know-how* – beides liefern Gründerplattformen, Innovationsbörsen und Business Angels.

VON ANGELA HEISSENBERGER

DER RECHTSSTREIT zwischen Heini Staudinger und Finanzmarkt-aufsicht (FMA) hat neben einer Sympathiewelle für den Waldviertler Schuhunternehmer ein grundsätzliches Problem aufstrebender junger Unternehmen aufgezeigt: Bankkredite sind wegen der erforderlichen Besicherungen für sie meist unerreichbar, alternative Finanzformen bewegen sich aber in einer rechtlichen Grauzone. »Die Entwicklungen der letzten Monate rund um das Thema Crowdfunding haben vor Augen geführt, wie groß die Notwendigkeit für klare rechtliche Regeln ist«, sagt Markus Roth, Bundesvorsitzender der Jungen Wirtschaft.

Crowdfunding boomt derzeit in den USA und wird von kreativen Unternehmern wie auch Künstlern genützt, um einzelne Projekte zu finanzieren. Über eine Plattform können sich Interessierte mit beliebigen Beträgen an der Umsetzung beteiligen. Kickstarter, eines der bekanntesten Internetportale mit Sitz in New York, sorgte im Frühjahr 2012 für großes Aufsehen, als gleich mehrere Projekte – u.a. der Nachdruck eines Comibuches sowie die Entwicklung eines Computerspiels – in kurzer Zeit mehr als eine Million US-Dollar anzogen und die gewünschte Finanzierungssumme um ein Vielfaches überschritten.

»Engel mit Geld«

Österreichische Jungunternehmer müssen sich nach anderen Geldquellen umschauen. Für technologielastige Projekte sei Crowdfunding ohnehin kein geeigneter Weg, meint Bernd Litzka, Leiter der Grün-

derbörse i2 des austria wirtschaftsservice (aws). »Das sind keine banalen Dinge. Die kann ich der Crowd nicht kommunizieren.« i2 fungiert als Vermittlungsplattform zwischen Start-ups und privaten Investoren. Allerdings sind nur etwa 10 % der rund 600 Projekte, die jährlich an die aws-Börse herangetragen werden, tatsächlich für Investments geeignet. Seit 1997 haben Business Angels elf Millionen Euro in 73 Firmen Gründungen gesteckt. Die »Engel« – meist selbst Unternehmer mit technologischem Background – lassen in der Regel Beträge zwischen 100.000 und 300.000 springen.

Ein Beispiel für das erfolgreiche Zusammenwirken ist die Tiroler Firma AMiSTec. Josef Peter Guggenbichler, ehemaliger Leiter der Abteilung für Infektionskrankheiten und Präventive Medizin an der Kinder- und



JOHANN HANSMANN. Der »Business Angel of the Year 2011« investiert mit Leidenschaft in junge Unternehmen.

Jugendklinik der Uni Erlangen, hatte eine völlig neuartige Methode zur Bekämpfung multiresistenter Keime auf Oberflächen entwickelt und weltweit patentieren lassen. Über die i2-Börse fand der Mediziner bereits nach einem Monat einen Business Angel, der fachliche Expertise und finanztechnisches Know-how für den nächsten Schritt zur industriellen Produktion einbringen konnte. Maximilian Lackner ist habilitierter Verfahrenstechniker und Inhaber eines Ingenieurbüros für technische Chemie. 2011 erfolgte die Unternehmensgründung der beiden Co-Geschäftsführer. Die auf Basis der Säure-Technologie entwickelten antimikrobiellen Materialsysteme und Additive bleiben ohne weitere Reinigung keimfrei und stellen für den Gesundheitsbereich eine wesentliche Innovation dar, finden aber auch in der Industrie, im öffentlichen Bereich oder etwa in Tourismusbetrieben Anwendung.

»Ideen mit Potenzial«

Auch Johann Hansmann ist leidenschaftlicher Investor mit Faible für junge Unternehmen, die vor oder knapp nach der Marktreife stehen. Der 60-Jährige gründete in seinem Leben mehr als 45 Firmen und wurde 2011 zum »Business Angel of the Year« gekürt, nachdem er gleich mit sieben Start-ups für den Award – darunter die Sprachenlernplattform busuu.com, das Versicherungsportal durchblicker.at, die Sport-App Runtastic und der Medikamenteninfodienst Diagnosia – nominiert war.

Hansmann investiert nach eigener Aussage »ausschließlich in Leute, die ich =>



MYSUGR. Die Diabetiker-App soll zur regelmäßigen Kontrolle der Blutzuckerwerte anspornen.



FINDERLY-TEAM. Katharina Klausberger, Armin Strbac und Stefan Fleig (v. li.) gründeten 2011 den Online-Beratungsdienst. Im November 2012 wurde das Portal zum besten Internet-Start-up des Jahres gekürt.

⇒ mag und die voll motiviert sind«. Sein jüngstes Steckenpferd ist der Webdienst MySugr, der eine Diabetiker-App für Smartphones entwickelt hat. Spielerische Elementen sollen die Nutzer anspornen, ihre Blutzuckerwerte regelmäßig zu erfassen, um die Therapie zu optimieren. »Das Diabetes-Monster ist das gemeine Viech, das es zu besiegen gilt«, beschreibt Mitgründer Fredrik Debono die Unternehmensphilosophie, »das nötige Übel mit einer Portion Spaß zu verbinden«. Seit 2010 ist das Wiener Unternehmen auf elf Mitarbeiter angewachsen. Mit Sanofi, A1 und T-Mobile, die ihren Kunden die App gratis zum Download anbieten, konnten wichtige Partner gewonnen werden. Eine eigene Kids App befindet sich in der Testphase.

Eingefädelt wurde die Liaison zwischen »Monster-Truppe« und Business Angel von INiTS, einer Servicestelle für Gründer aus dem universitären Bereich. Im Rahmen eines 18-monatigen Inkubationsprogramms stellt INiTS Finanzierung, Beratung, Infrastruktur und Netzwerke zur Verfügung, um die rasche Umsetzung der Ideen in ein wachstumsstarkes Unternehmen zu ermöglichen.

Eines der erfolgreichsten INiTS-Projekte ist finderly.com, ein Internet-Portal, das Entscheidungshilfe beim Kauf von Elektronikgeräten bietet. »Wer nach einer Digitalkamera sucht, findet in Testberichten, Kundenmeinungen und Reviews oft widersprüchliche Angaben. Bei uns geben Freunde und Händler Feedback auf indi-

DER GROSSTEIL DER START-UPS IST **im Bereich Software und Kommunikation angesiedelt** – HIER INVESTIEREN AUCH 91 PROZENT DER PRIVATEN GELDGEBER.

viduelle Anforderungen«, erklärt Gründer Armin Strbac. Neben der stetig wachsenden Finderly-Community sind inzwischen zahlreiche Elektronik-Händler, darunter Niedermeyer und DiTech, durch Kooperationen mit an Bord. Auf eine konkrete Anfrage – z. B. »Suche einfache, günstige Digitalkamera für eine Motorradtour durch die USA« – erhält man innerhalb weniger Stunden maßgeschneiderte Empfehlungen von anderen Usern und Experten, dazu gibt es passende Angebote vom nächstgelegenen Fachhänd-



MAXIMILIAN LACKNER. Der Verfahrenstechniker verhalf einer bahnbrechenden antimikrobiellen Technologie zur Marktreife.

ler. Das Ratgeber-Portal wurde beim »futurezone Award 2012« zum besten heimischen Internet-Start-up des Jahres gewählt.

Auf Platz zwei des Awards landete eine nicht minder originelle Geschäftsidee. Der Lebensmittellieferant kochabo.at greift Menschen, denen Zeit und Muße zum Einkaufen fehlen, helfend unter die Arme. Die Kochabonnetten bekommen gegen eine vereinbarte Gebühr (ab vier Euro) frische, gesunde Zutaten samt passenden Rezepten direkt ins Haus geliefert. CEO Michael Ströck, ehemaliger Geschäftsführer der Großbäckerei Ströck, konnte den Lieferservice im Laufe des vergangenen Jahres von Wien bereits auf fünf weitere Bundesländer ausweiten. Eine von Speed Invest organisierte Finanzierungsrunde brachte 250.000 Euro Kapital, in einer weiteren soll eine Million Euro zusammenkommen. Einen prominenten Mitstreiter hat Ströck in Ex-Rewe-Vorstand Werner Wutscher gefunden, der sich seit seinem Ausstieg beim Handelskonzern als Mentor und Investor diverser Start-ups engagiert.

» Risikoaversion «

So erfolgreich sich diese Vorzeigefirmen entwickeln, sie bleiben noch seltene Einzelfälle. Österreich ist kein Land der Gründer, die Risikoaversion ist stark ausgeprägt.



WERNER WUTSCHER (LI.) UND MICHAEL STRÖCK. *Der Ex-Rewe-Vorstand brachte Kapital und Know-how in die originelle Geschäftsidee Kochabo von Bäcker-Spross Michael Ströck ein.*

Zwar ist die Zahl der Firmengründungen laut »Austrian Startup-Report« seit 1993 von rund 14.000 auf 35.000 im Jahr 2011 gestiegen. Im EU-Vergleich sind das aber noch immer recht wenig: Während nur 8 % der erwerbstätigen Österreicher ein Unternehmen gründen, sind es im EU-Raum im Durchschnitt mehr als 13 %. Der Großteil der Start-ups ist im Bereich Software und Kommunikation angesiedelt – hier investieren auch 91 % der privaten Geldgeber. Events wie das Pioneers Festival, das zuletzt Ende Oktober in Wien stattfand, fungieren zunehmend als Drehscheibe zwischen Jungunternehmern und potenziellen Geldgebern.

Die Wurzeln für den verhaltenen Unternehmergeist sieht Nikolaus Franke, Leiter des Instituts für Entrepreneurship und Innovation an der Wirtschaftsuniversität Wien, in unserem »kulturellen Wertesystem«, das »große Probleme mit dem Thema Scheitern und Fehlermachen« habe. Gerade ein Jungunternehmer in Schwierigkeiten, drohe neben dem finanziellen auch der »soziale Ruin«. Zudem seien die Fördermaßnahmen zwar vielfältig, aber im Prinzip auf Gründungen ausgerichtet, »die schon unterwegs sind«.

»Es gibt viele staatliche Förderprogramme und die Entrepreneure orientieren sich sehr stark daran. Das halte ich für keine gute Entwicklung«, kritisiert auch Bernhard Niesner, der sein Sprachenportal busuu.com in Madrid gründete und später nach London verlegte – für ein IT-Start-up im Education-Bereich ein idealer Standort,

wie Niesner meint. In einer Finanzierungsrunde konnten über 3,5 Millionen Euro an Land gezogen werden. Im November konnte das Konzept von busuu.com beim Seven Ventures Pitch Day Jury wie Publikum überzeugen und gewann vier Millionen Euro Medienbudget.

Investor Markus Wagner, früher selbst erfolgreicher Start-up-Unternehmer und nunmehr Betreiber des Inkubators i5invest, sieht in der IT-lastigen Ausrichtung vieler Unternehmensideen zugleich die große Schwierigkeit, da gleichzeitig mehrere Branchen tangiert werden: »Ist ein Online-Schuhhändler jetzt ein IT-Start-up oder ist das ein Einzelhandelsunternehmen? Ist ein Koch-Abo ein E-Commerce-Unter-



MARKUS WAGNER. *Der Betreiber des Inkubators i5invest ist eine Schlüsselfigur der heimischen Start-up-Szene.*

BERATUNG & FÖRDERUNGEN

» **Austria Wirtschaftsservice (aws):**

www.aws.g.at

i2 - Börse für Business Angels, PreSeed-Programm, Seed-Financing, Impulsprogramme

» **Forschungsförderungsgesellschaft (FFG):** www.ffg.at

www.ffg.at

Technologieförderungen, Innovationsscheck, Markt.Start-Programm

» **Wissenschaftsagentur Wien:**

www.departure.at

» **Förderprogramme für kreative Ideen**

www.zit.co.at

Technologieförderungen

» **BmVIT:** www.bmvit.gv.at/innovation/

strukturprogramm

Impulsprogramm »Academia plus Business« des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie

» **WKO:** www.gruenderservice.at

Gründerservice der Wirtschaftskammer Österreich

» **INITS (Universitäres Gründerservice):**

www.inits.at

Beratung, Förderung, Training, Infrastruktur, Netzwerk von Mentoren, Experten und Investoren

» **Inkubator:** www.i5invest.com

Know-how und Starthilfe von Markus Wagner für Internet-Start-ups mit Wachstumspotenzial

» **Speed invest:** www.speedinvest.com

Der von Oliver Holle initiierte Fonds bündelt das Risikokapital von privaten Investoren und Business Angels und investiert vorwiegend in IT-Start-ups.


» **Fraunhofer Venture:**

www.fraunhoferventure.de/leistungen

Finanzierung von Technologievorhaben

nehmen oder ist das ein Supermarkt mit Zustellung?»

Eines der wenigen Unternehmen, die nicht aus der IT-Branche kommen, setzte sich überraschend beim Salzburger Wirtschaftspreis 2012 als bestes Start-up durch. Drei Jahre zuvor wurde die 31-jährige Sportwissenschaftlerin Claudia Seidl noch belächelt, als sie Rikschafahrten durch die Salzburger Altstadt anbot. Die Fahrradtaxi kommen jedoch sehr gut an. Wie die Fiaker prägen inzwischen bereits fünf Rikschas das Bild der Mozartstadt. Touristen und Einheimischen schätzen das umweltfreundliche Verkehrsmittel gleichermaßen – erste Reihe fußfrei. ■



RALPH MARTENS: »Das Tolle ist:
Es verändert das Leben.«

RALPH MARTENS, AUFSICHTSRATSVORSITZENDER DES MISCHKONZERNES RIH, will als Präsident von Care International die internen Strukturen straffen. *Über das beschämende Verhalten* österreichischer Politiker, zerstörte Mangrovenwälder und strahlende Frauen spricht er im *Report(+)*PLUS-Interview.

VON ANGELA HEISSENBERGER

(+) PLUS: Sie sind seit 1995 ehrenamtlich für Care tätig. Wie sind Sie dazu gekommen?

Ralph Martens: Ich war damals Mitarbeiter bei Merrill Lynch und eine Studienkollegin, die für Care tätig war, hat mich angesprochen, ob ich ihr bei einem Projekt in Simbabwe behilflich sein kann. Ich habe dort ein »Saving and Loans«-Projekt für 70.000 Frauen in eine betriebswirtschaftliche Form gebracht. Das war mein Einstieg. Ich bin seither auf vielen Wüstenböden gegessen und habe in begeisterte Augen von

Frauen geschaut, die in einer kleinen Spargruppe aktiv sind und aus dem monatlichen Überschuss Kleinkredite an die Mitglieder der Gruppe vergeben. Das Heft mit den aufgelisteten Einnahmen und Ausgaben und die Truhe mit dem Geld werden von zwei oder drei Frauen verwaltet. Das Tolle ist: Es verändert das Leben. Die Frauen können sich ein Huhn anschaffen, in weiterer Folge vielleicht eine Ziege, eine Kuh ist schon Luxus. Mit den Produkten daraus können sie ihre Familie erhalten und die Kinder zur

Schule gehen lassen. Die Menschen nehmen ihr Leben in eigener Verantwortung in die Hand. Egal ob in Südamerika, Afrika oder Asien – es funktioniert immer.

(+) PLUS: Der Beitrag Österreichs zur Entwicklungshilfe beträgt nur 0,27 % des BIP. Schämen Sie sich dafür?

Martens: Ich schäme mich für unsere Politiker, die seit Jahrzehnten völkerrechtliche Versprechungen machen und sie nicht einhalten, weil es dafür keine Wählerstimmen gibt. Entwicklungshilfe ist in Österreich ein Minderheitenprogramm. Es ist sehr peinlich, dass ein so reiches Land im Ranking hinterher hinkt. Dabei haben wir eigentlich auch eine moralische Verpflichtung. Gerade Österreich hat nach dem Krieg so viel bekommen und sollte den Sinn von Hilfe besser kennen als andere Länder. Das berühmte Care-Paket hat die ältere Generation noch sehr gut in Erinnerung. Viele verknüpfen damit die erste Schokolade oder die erste Orange, die sie gegessen haben.

(+) PLUS: Welche Schwerpunkte wollen Sie als Care-Präsident setzen?

Martens: Care ist eine der größten Entwicklungshilfeorganisationen der Welt

»Entwicklungshilfe ist in Österreich ein Minderheitenprogramm«

und historisch als Konföderation nationaler Spenderorganisationen gewachsen. Jedes Land hat durch seine Donoren eigene Programme und Richtlinien geschaffen. In mehr als 80 Staaten entstanden Care-Organisationen, die Projekte umsetzen. Diese Länderorganisationen stehen unter der Personalhoheit der Geberländer und werden dort mit den nötigen Eigenmitteln ausgestattet. Wir haben vor einiger Zeit begonnen, die Strukturen zu bereinigen, Finanzsysteme zu vereinfachen, Kontrollmechanismen durchlässig zu machen. Care wird effizienter, eine moderne Organisation.

(+) PLUS: Bei vielen Hilfsorganisationen wird kritisiert, dass ein großer Teil der Gelder in der Administration versickert. Sehen Sie bei Care diesbezüglich noch Handlungsbedarf?

Martens: Die staatlichen Donoren verfolgen bestimmte Entwicklungshilfeziele. Heute werden 100.000 Euro in ein klar definiertes Projekt investiert, die Hilfsorganisationen müssen aber 20.000 Euro davon selbst beisteuern. Die Eigenmittel liegen nicht auf der Straße. Das sind neue Herausforderungen, die den Projektrahmen limitieren. Bei den Administrationskosten liegt Care unter 10 % – trotzdem muss dieser Bereich ständig verbessert werden. Wir kaufen alle nötigen Hilfsmittel in der Region ein und stützen dort die Wirtschaft. Durch die höhere Kaufkraft entsteht ein zusätzlicher Hebel. Ein Euro, der hier gespendet wird, hat dort einen Wert von sieben Euro. Wir haben ein Handbuch für professionelle Katastrophenhilfe entwickelt, das inzwischen auch in vielen anderen Organisationen als Standard verwendet wird. Care ist eine Wissensgesellschaft: Wir wissen, mit welchen Instrumenten man Menschen in den verschiedensten Situationen effizient helfen kann. Du kannst immer nur Initialzündler sein, »role models« liefern, die in anderen Ländern bereits erfolgreich waren.

(+) PLUS: Care besetzt auch komplexe Themen wie HIV-Prävention. Lässt sich

das im Gegensatz zu Kinderpatenschaften schwerer kommunizieren?

Martens: In Kambodscha ist es gelungen, die Aidsrate durch ein Fünfjahresprojekt von 3,4 auf 1,8 % zu senken. Das sind schon greifbare Größen, tausenden Menschen wurde die Not gelindert. Natürlich ist die Hose meistens näher als das Hemd. Wie erklärt man den Mangrovenanbau? Wenn in der Zeitung steht, dass 80 % der Meeresfauna vor der chinesischen Küste mittlerweile zerstört sind, welche Auswirkungen hat das für einen österreichischen Bürger? Gar keine. Aber was dort geschieht, ist unfassbar. Es sind oft einfache Dinge: Weil die Dörfer im Küstengebiet von Vietnam oft überschwemmt werden, bringen wir den Menschen bei, statt Hühnern Enten zu züchten. Die Ente schwimmt, das Huhn ertrinkt.

(+) PLUS: Was passiert mit den Projekten später?

Martens: Wir entwickeln Projekte immer gemeinsam mit der Community. Losgelöst funktioniert das nicht. Ein Beispiel aus Mali: Ich saß dort in der Subsahelzone im Sand mit dem Bürgermeister und einigen Vertreterinnen aus der Dorfgemeinschaft. Wir stellten ein paar Projekte vor, wie man den Ernteertrag erhöhen kann, Verbesserung der Hygiene, eine Schule – aber der Bürgermeister sagte, das brauche er nicht. Im Nachbarort hatte die Schweizer Regierung ein Musterdorf mit Satellitenfernsehen, Badezimmer usw. hingestellt. Das wollte er auch haben, obwohl es dort nicht einmal Strom gibt. Das Problem ist: Bei der nächsten physischen Auseinandersetzung wird das Musterdorf niedergebrannt. Wenn man den Menschen aber beibringt, wie man Häuser baut, können sie es wieder aufbauen. Deshalb ist Bildung so wichtig.

(+) PLUS: Als besonders erfolgreich hat sich das Modell der Mikrokredite erwiesen. Leider haben auch Spekulanten dieses System vereinnahmt. Ein weiterer Kritikpunkt lautet, dass durch die finanzielle

Selbstständigkeit der Frauen soziale Spannungen erzeugt werden. Greift hier Entwicklungshilfe zu stark in die Gesellschaft ein?

Martens: Das lokale Kreditgeschäft in Afrika wird von Kredithaien gesteuert, die 30 % Zinsen pro Tag verlangen. Für professionelle Kreditgeber, die das zu einer Wertpapierstruktur bündeln, sind die riesigen Margen bei relativ geringem Ausfallrisiko natürlich interessant. Unser »Saving and Loans«-Projekt ist viel kleiner dimensioniert, es geht nur um Beträge zwischen zwei und 100 Dollar. Die Kontrolle erfolgt durch die beteiligten Frauen selbst. Das ist auch eine Genderfrage. Wir werden oft zu einer Versammlung eingeladen – da sitzen vor uns hundert Männer, irgendwo spielen Kinder und die Frauen sieht man nicht. Ich bevorzuge die Frauen, denn die kaufen von dem Geld eine Ziege. Und durch den Verkauf der Milch können sie ihre Kinder in die Schule schicken. Das machen die Männer nicht. Die Frauen gewinnen aber an Selbstbewusstsein. Sie sitzen stolz in ihren Festtagsroben mit strahlenden Gesichtern da, weil sie es selbst geschafft haben. Natürlich greifen wir in das gesellschaftliche Gefüge ein, auch bei den Themen HIV/Aids oder genitale Verstümmelung. Das hat viel mit Respekt vor dem Individuum und vor der Natur zu tun. Wir geben den Menschen Instrumente in die Hand, die ihr Leben verändern. Ohne die Zustimmung der Männer geht das nicht – wir brauchen die örtlichen Entscheidungsträger an Bord. ■

ÜBER CARE

» Care International ist in 84 Ländern aktiv und erreichte 2011 mit 1.051 Projekten weltweit mehr als 122 Millionen Menschen. Mit dem Finanzexperten Ralph Martens steht seit Juni 2011 erstmals ein Österreicher an der Spitze des Führungsgremiums der zwölf nationalen Care-Organisationen. Nach langjähriger Tätigkeit im internationalen Bankwesen gründete er 2001 gemeinsam mit Investoren den Lack- und Büroartikelkonzern Ring International Holding. Sein Bruder Gerald Martens fungiert als Vorstand.



HOCH HINAUS

UNIVERSITÄTEN SIND SCHON LANGE NICHT MEHR DER EINZIGE ORT für tertiäre Weiterbildung. Fachhochschulen begleiten ebenso zu *Bachelor und Master* und präsentieren sich dabei Forschung und Wirtschaft als kompetente Partner.

VON KARIN LEGAT

UNIVERSITÄTER PFADE – FACHHOCHSCHULPFADE. Klingt ähnlich, ist es aber nicht. Bachelor und Master gibt es zwar in beiden Lehrinrichtungen, der Weg dahin unterscheidet sich jedoch. Viele Uni-Absolventen müssen für ihr Studium an keinem Tag Wien verlassen, Kontakte in die Wirtschaft sind nicht vorgesehen. FH-Absolventen hingegen absolvieren Auslandspraktika, bei denen sie für Unternehmen zum Beispiel Projektpläne erstellen und hilfreiche Kontakte in den für sie interessanten Wirtschaftsbereich knüpfen können.

»Fachhochschulen arbeiten anwendungsorientiert und praxisnah«, betont Helmut Holzinger, Präsident der Fachhochschulkonferenz. Die Kooperation mit Unternehmen entsteht u.a. durch Praktikumsplätze, Ausbildungspartnerschaften im Rahmen von Projektarbeiten, Diplom- und Bachelorarbeiten sowie Kooperationsprojekte im Bereich angewandter Forschung und Entwicklung. Als Facharbeiter will Holzinger FH-StudentInnen nicht verstanden wissen. »Die Fachhochschule betreibt Lehre und Forschung auf wissenschaftlicher Grundlage

mit anwendungsorientiertem Schwerpunkt. Facharbeiter sind eine andere Berufsgruppe.«

PROJEKTE

»Die FH-Forschungsprojekte entsprechen dem breit gestreuten Lehrgangsportfolio. Das FH Technikum Wien hat u.a. einen Prototypen für ein HF-Satellitenmodem und ein Gateway für ein Verkehrsleitsystem entwickelt. Die FH Joanneum berichtet von einem Biotop-Projekt und einem modularen Zugkonzept. Szenarien regionalwirtschaftlicher Entwicklung werden derzeit an der FH Salzburg erarbeitet. Die FH St. Pölten forscht u.a. am Projekt der Evaluierung nachhaltiger Unternehmensführung. Die FH Oberösterreich beschäftigt sich mit der optimierten Planung und Steuerung der Bahntransporte im multimodalen Knoten Linz. An der Entwicklung zerstörungsfreier Prüfmethode für Materialien kooperiert sie in einem Konsortium von vier wissenschaftlichen und 15 Firmenpartnern.

»FH LIEFERN INNOVATIVE LÖSUNGEN, die exakt auf die Bedürfnisse von Wirtschaft und Gesellschaft abgestimmt sind und die rasche Umsetzbarkeit in marktfähige Produkte und Prozesse ermöglichen.«

» Themen des 21. Jahrhunderts «

Die Bandbreite der Themen ist sehr groß. Chipdesign, E-Commerce, Bioinformatik, Controlling, Green Building, Energietechnik und Umweltanalytik bilden nur einen kleinen Auszug aus dem breiten Angebotsportfolio. An den 21 Fachhochschulen Österreichs laufen 430 Studiengänge, wobei die FH unterschiedliche Schwerpunkte setzen. Die FH Technikum Wien überzeugt etwa mit den Kerngebieten Embedded Systems, E-Health, Erneuerbare Energie und Tissue Engineering. An der FH Salzburg bilden u.a. Future Energy und Intelligente Ressourcennutzung die Kernkompetenz. Die FH Oberösterreich nennt 15 Forschungsschwerpunkte, darunter Leben im Alter, Bioenergie und Lebensmitteltechnologie sowie Innovations- und Technologiemanagement. Der Schwerpunkt der FH des BFI Wien liegt im Bereich Wirtschaftswissenschaften. »Hier haben wir etliche Projektarbeiten im Rahmen von Solvency II durchgeführt. Im Bereich Projektmanagement arbeiten wir derzeit mit einem IT-Unternehmen zusammen, das in die Türkei expandieren möchte. Seit einigen Jahren haben wir bereits den Schwerpunkt Black Sea Region. Dieses Unternehmen profitiert nun davon, dass wir über Markteintritt, Logistik, rechtliche Herausforderungen, Marktumfeld und Arbeitskräftesituation vor Ort informieren können.«

» FH-Forschung «

Projektarbeiten bilden einen Kern der FH. Jährlich werden etwa 1.000 Forschungsprojekte durchgeführt – in Kooperation mit Betrieben, NGOs, Forschungseinrichtungen sowie in- und ausländischen Hochschulen. (Einige der Projekte werden in nebenstehendem Kasten vorgestellt.) An der FH Technikum Wien fanden im Studienjahr 2011/12 60 Forschungsprojekte statt, die FH Wr. Neustadt berichtet von 93. Die FH OÖ verweist auf über 300 laufende F&E-Projekte. Der Unterschied von FH zu Universitäten in der Forschungsarbeit: »Wir betreiben nur experimentelle, anwendungsorientierte Forschung und sprechen damit Klein- und Mittelbetriebe an«, informiert Holzinger. Diesen Weg beschreiten die FH sehr erfolgreich. Eine SORA-Umfrage bestätigt die Bedeutung der FH für Unternehmen. Margareta Seiser, Leiterin Corporate Communications an der FH Wr. Neustadt, sieht ein steigendes Interesse der heimischen Wirtschaft an Kooperationen mit FH. »Derzeit haben wir 160 Partner, Tendenz steigend.« Eine Übersicht über Studienangebote, Kernge-



MARKUS PUCHEGGER, *Forschungsscoach der FH Burgenland, bei der Messung einer elektrischen Schaltung im Forschungslabor des FH-Studienzentrums Pinkafeld.*

biete und Ansprechpartner der österreichischen Fachhochschulen ist unter www.fachhochschulen.ac.at nachzulesen.

» Von der Wirtschaft für die Wirtschaft «

Die Kooperationen zwischen FH und Unternehmen resultieren in den mei-

sten Fällen aus der Anerkennung der forschungsbezogenen und fachlichen Kompetenzen der FH durch die Wirtschaft. Als entscheidend hierfür wird die Einbindung der Unternehmen in die praxisorientierte Ausbildung über das externe Lehrpersonal gesehen. Die Fachhochschulkonferenz ◊

FACHHOCHSCHULEN

Fachhochschulen in Österreich	Studiengänge
CAMPUS 02 Fachhochschule der Wirtschaft	12
Fachhochschule Kärnten	37
Fachhochschule Salzburg GmbH	24
Fachhochschule Vorarlberg GmbH	15
Ferdinand Porsche FernFH-Studiengänge	4
FH Campus Wien	47
FH des bfi Wien	13
Zentrum für Gesundheitsberufe Tirol GmbH	14
FH Gesundheitsberufe OÖ	9
FH Joanneum	46
FH KufsteinTirol	19
FH Oberösterreich - Campus Linz	6
FH St. Pölten	27
FH Burgenland	16
FH Technikum Wien	33
FH Wien-Studiengänge der WKW	18
FH Wr. Neustadt	40
IMC Fachhochschule Krems	21
Lauder Business School	2
MCI Management Center Innsbruck	26
Theresianische Militärakademie	1

» Die Umstellung auf das Bachelor- und Mastersystem bindet das österreichische Hochschulsystem in das europäische ein. 99 Prozent aller Studiengänge entsprechen laut Fachhochschulkonferenz bereits dieser Struktur.

ENTWICKLUNGSPROZESS			
	von der IDEE		bis zur WERTSCHÖPFUNG
	Idee	Umsetzung	Markterfolg
			Geschäftstätigkeit
Automatisierungstechnik	Ideenbewertung Machbarkeitsanalyse Konzepterstellung → Prototyp	Zuverlässigkeitstest	Zuverlässigkeitstest Problemanalyse und Lösungskonzepte
Informationstechnologie und Wirtschaftsinformatik	Service-Strategie Service Creation → Service Design Anforderungsanalyse	Co-Design - Software Design	Prozessoptimierung Prozesssteuerung Service Management Service Assessment
Innovationsmanagement	Systematische Ideenfindung Strukturierte Ideenentwicklung Entwicklung KMU-tauglicher Methoden zur strukturierten und effizienten Umsetzung		KMU-Tools (z.B. optimale Integration von Kundenanforderungen)
INNOLAB	Ideenwertung Strukturierte Ideenentwicklung	Entwicklung bis zum Businessplan für Ideen	
International Marketing und Sales Management	Marktforschung	Markteinführungskonzepte	Marktforschung wiss. Studien und Analyse Monitoringkonzepte
Rechnungswesen und Controlling	Businesspläne Controllinglösungen für KMU Lösung für externe Rechnungslegung, Risikomanagement und Nachhaltigkeitskonzepte	IT-Tools für (webbasiertes) Controlling	Umwegrentabilitäts-Studie

JE NACH ANFORDERUNG unterstützen FH die Wirtschaft im Rahmen von Studienarbeiten, eigenständigen Projekten der angewandten F&E oder in Mischformen.

QUELLE: CAMPUS 02

430 Studiengänge WERDEN AN DEN 21 FACHHOCHSCHULEN ÖSTERREICHWEIT ANGEBOten. Die Schwerpunkte der FH liegen dabei z.B. auf ERNEUERBAREN ENERGIEN, WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN ODER FUTURE ENERGY SYSTEMS.

⇒ kann von Kooperationen u.a. mit AC-styria Autocluster, Andritz, Asfinag, Austrian Airlines, Lenzing, der BMW Group, Böhler Edelstahl, Semperit und Volkswagen berichten.

»Der Kontakt zur Wirtschaft wird in den Fachhochschulen mehrdimensional gelebt«, betont Holzinger. Schon bei der Entwicklung eines Fachschulstudienganges gibt es durch die Einbeziehung der Unternehmen in das Entwicklungsteam eine Verlinkung mit der Wirtschaft. Führungskräfte aus der Praxis, GastdozentInnen aus aller Welt und anerkannte Experten aus Wissenschaft, Consulting und freien Berufen sorgen neben Hochschulpersonal für einen ausgewogenen Mix im Lehrkörper, der Theorie und Praxis synergistisch verbindet.

FH-AbsolventInnen sind demnach keine eggheads, also fachfremde Spezialisten, die nur Theorie gepaukt haben und sich in theoretischen Überlegung erschöpfen. Das Wesen der FH ist das Arbeiten in Labors. Gerade im technischen Bereich bilden die Abschlussarbeiten oft Praxisbeispiele für die Entwicklung und Verbesserung eines Produkts.

» Die FH-Plus «

Den entscheidenden Nutzen zieht die Wirtschaft aus der relevanzorientierten Forschung der Fachhochschulen, die die aktuellsten und wichtigsten Themenbereiche des 21. Jahrhunderts behandelt. »Wir liefern innovative Lösungen, die exakt auf die Bedürfnisse von Wirtschaft und Gesellschaft abgestimmt sind und die rasche Umsetzbarkeit in marktfähige Produkte und Prozesse ermöglichen«, betont Sabine Arnoldner von der FH Oberösterreich. Unternehmen profitieren laut Holzinger weiters dadurch, dass FH im Gegensatz zu Universitäten, die manchmal stark untergliedert sind, überschaubare Einheiten bilden. »Wir kommen schnell zu Entscheidungen, Ansprechpartner in einer FH werden rasch gefunden.« Hinzu kommt der regionale Bezug. »Auch wenn es noch so viel digitale Kommunikation gibt: Face-to-face kann und darf bei Forschungsprojekten nicht vernachlässigt werden. Es braucht persönliche Begegnungen und es benötigt direkte und rasche Rückkopplung.«

» Nachschub ist gewährleistet «

Die Gefahr des »Austrocknens« besteht bei FH nicht. »Das Interesse der angehenden

StudentInnen ist sehr hoch und im Steigen«, berichtet Holzinger. »Pro freiem Studienplatz verzeichnen wir derzeit durchschnittlich drei BewerberInnen. In den Wirtschaftswissenschaften kommen acht BewerberInnen auf einen Platz, im Bereich Technik gestaltet sich die Situation für Studierende besser.« Und Fachhochschulen bleiben am Puls der Zeit. Sehr viele Fachhochschulen führen laufend Rückkoppelungsschleifen durch und beleuchten das eigene Angebot in periodischen Abständen kritisch. Oft führen abgehende StudentInnen diese Analysen durch. Auch die Schwerpunktsetzungen werden ständig in Kooperation mit der lokalen Wirtschaft hinterfragt. ■

FINANZIERUNG

» Die Durchführung von F&E-Projekten ist laut FH Wiener Neustadt mangels Basisfinanzierung stark an die Einwerbung von Drittmitteln gebunden. Diese erfolgt einerseits über die Teilnahme an Ausschreibungen und Förderprogrammen der EU, der FFG und anderer Fördergeber der öffentlichen Hand auf Landes- und Bundesebene. Andererseits werden Projekte direkt durch die Wirtschaft finanziert.

Leiharbeitsverweigerung

DAS SKANDALGESCHREI um Amazon *ist maßlos übertrieben* – ein moderner, flexibler Arbeitsmarkt sollte derartige Wehleidigkeit nicht nötig haben.

EIN APPELL ZUR VERNUNFT VON RAINER SIGL.

Als wirtschaftlich denkender Unternehmer muss man sich oft die Haare raufen, wenn man mit der Ignoranz der Öffentlichkeit konfrontiert wird. Jahrelang wurde das kostenbedingte Abwandern der Produktionsstandorte hin zu günstigeren fernöstlichen Standorten beklagt, doch wenn man es wagt, so wie jüngst Amazon, vorbildhaft auch hier, im Herzen Europas, eine den modernen globalen Produktionsmethoden angepasste Arbeitsstätte zu errichten, dann wird erst recht wieder überall scheinheilig gemault.

Dabei sollte aber vor lauter gutmenschiger Empörung nicht vergessen werden, dass hier Arbeitsplätze gerade für jene zur Verfügung gestellt werden, die sonst in unserer Welt notorisch zu kurz kommen. Ja, die unterprivilegierten, schlecht und recht mit windigen Universitätsabschlüssen ausgestatteten Unterschichten aus den wirtschaftlich zerzausten südlichen Euroländern, die hier fleißig und ohne zu klagen ihre 18-Stunden-Schichten verrichten und mitternachts rechtschaffen müde in ihre freundlicherweise vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellten Containerbetten fallen, sie erhalten hier ihre Chance, am modernen, flexiblen Arbeitsmarkt der Zukunft teilzuhaben!

Und, das muss auch einmal gesagt werden: Sie tun das ja aus freien Stücken! So hat selbstverständlich jeder Ar-

beitnehmer, dem die Teilnahme an der nordeuropäischen Hochleistungsgesellschaft aus welchen romantisch-folkloristischen Wahnvorstellungen über Lohn oder Arbeitszeiten auch immer nicht passt, die Möglichkeit, sich jederzeit seinen Pass zu holen - aus Sicherheitsgründen werden die Reisedokumente der Belegschaft gesammelt im Keller der Security-Firma gleich hinter der Starkstromabspernung im Pitbullzwinger aufbewahrt - und die läppischen sechzig Kilometer bis zur nächsten Kreisstadt zu wandern, von wo regelmäßig leere Gemüselaster zurück nach Spanien oder was weiß ich wohin abfahren.

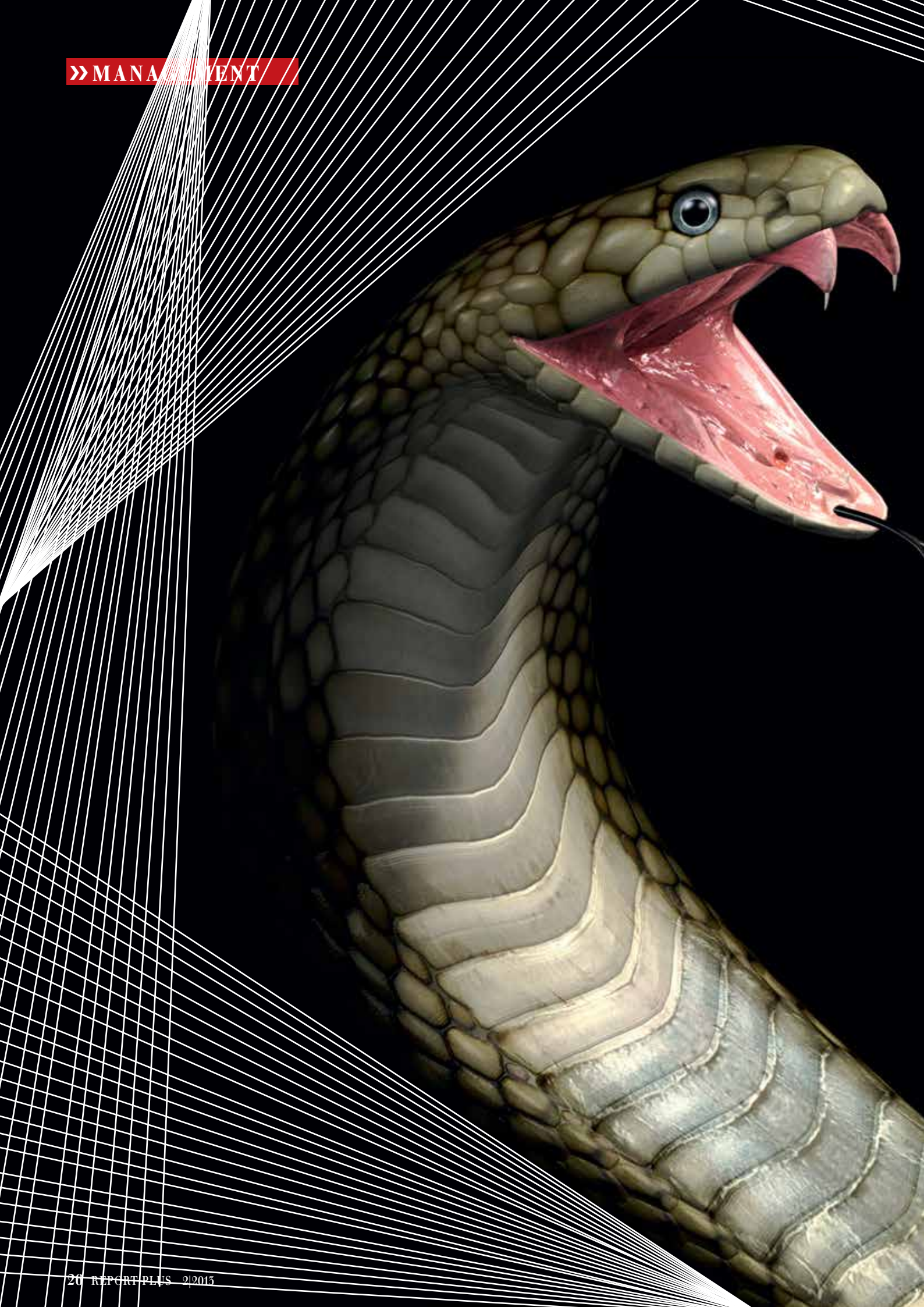
Ja, an Logistikstätten wie diesen wird der soziale Gedanke groß geschrieben, denn hier kommen vor allem jene Arbeitskräfte, die anderen Branchen zu schmalbrüstig oder kleingewachsen wären, zu ihrem Recht: Wie aus anderen topmodernen Produktions- und Logistikstätten der globalisierten Wirtschaft etwa in China oder Südostasien bekannt, findet die moderne Warenwirtschaft mit ihren perfekt optimiert automatisierten Lagerhallen, engen Kriechgängen und effizient zusammengeschrumpften Regalsystemen ausgerechnet für jene Menschen Verwendung, die sonst überall wegen ihrer körperlichen Schwächlichkeit benachteiligt sind - wenn das kein Beitrag zur Förderung sozial und physisch benachteiligter Randgruppen ist!

Schon klar, die Kompaktheit etwa kambodschanischer Jung- und Jüngstarbeiter erreicht auch ein schwächiger Andalusier nur selten, vor allem wegen der in Südostasien für diese Berufsbranche immer noch vorteilhaften traditionellen Unterernährung, aber als sozial verantwortlicher Globalkonzern muss man halt das nehmen, was gerade da ist - so viel Corporate Social Responsibility ist auch für Global Player selbstverständlich und wird traurigerweise immer noch zu wenig gewürdigt.

Ja, Undank ist der Welt Lohn - eine Ungerechtigkeit, die die gnadenhalber in den wirtschaftsfeindlichen Wohlfahrtsstaatshöllen Europas verbliebenen Firmen mit Würde tragen müssen. Aber Vorsicht: Angesichts laufender Schmutzkübelkampagnen kommt auch der langmütigste Shareholder irgendwann ins Grübeln, ob sich der Verbleib in Europa überhaupt noch rentieren kann - denn was kommt wohl als Nächstes? Verpflichtendes bezahltes Nichtstun? Wirtschaftsfeindliche Mindestlohn-Knebel? Steuern zahlen? Ich weiß, ich weiß, man soll nicht immer schwarz malen - dennoch sollte man die Öffentlichkeit auch hin und wieder mal dran erinnern, was wirklich wichtig ist.

Eben, genau: Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut. Dafür muss man halt auch mal Opfer bringen.





DER KOBRA-EFFEKT

EIN BRITISCHER GOUVERNEUR SETZTE zur Zeit der Kolonialherrschaft eine Prämie für getötete Kobras aus, um die Schlangenplage in Indien einzudämmen. *Geschäftstüchtige Inder begannen daraufhin, Kobras zu züchten.* Wenn Entscheidungen ein Problem verschärfen statt sie zu lösen, spricht man auch in der Wirtschaft vom »Kobra-Effekt«. Aber welche Anreize funktionieren und wo wirken sie kontraproduktiv?

VON ANGELA HEISSENBERGER

INDIEN ZUR KOLONIALZEIT: Das Land leidet unter einer Kobraplage. Der britische Gouverneur setzt eine Kopfprämie für jede getötete Giftschlange aus. Doch die Inder gehen nicht wie erhofft auf Schlangenjagd, sondern züchten sie. Als ihr Geschäftsmodell auffliegt, wird die Prämie aufgehoben. Mit fataler Wirkung: Die Züchter lassen die Tiere frei, da sie nun keinen Nutzen mehr haben – die Schlangenplage ist ärger als je zuvor.

Die kleine Anekdote – vom deutschen Wirtschaftswissenschaftler Horst Siebert in seinem gleichnamigen Buch aufgegriffen – beschreibt einen Anreiz, der eine genau gegenteilige Wirkung auslöst. Siebert bezog seine Kritik auf den deutschen Sozialstaat, der es nahezu unmöglich mache, niedrig qualifizierte Arbeitslose mit Kindern in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Auch der geringste Verdienst würde nämlich auf die Transferleistungen angerechnet – die Betroffenen wären also dumm, Arbeit anzunehmen, wenn dann netto weniger herauskommt.

Die Sozialreform der deutschen Bundesregierung unter Gerhard Schröder geriet so gesehen zum negativen Lehrbeispiel. Das 2002 präsentierte Maßnahmenpaket zur Arbeitsmarktpolitik, besser bekannt unter dem Namen »Hartz IV«, sollte kürzere Verwaltungsabläufe und die Halbierung der Arbeitslosenzahlen bewirken. Das Gegenteil war der Fall. Anfang 2010

stellte das Bundesverfassungsgericht fest, dass die pauschalierten Leistungssätze völlig falsch berechnet waren. Die knapp sieben Millionen Arbeitslosen konnten eine Einzelprüfung ihres Aktes beantragen, bis dahin hatten sie zusätzlich zur Sozialhilfe Anspruch auf ergänzende Leistungen – abgesehen vom immensen bürokratischen Aufwand ein finanzielles Debakel.

»Minusgeschäft«

»In der Wirtschaftsgeschichte gibt es zahlreiche Beispiele, in denen die Wirtschaftspolitik in mehr oder minder großem Ausmaß fehlschlug. Zugrunde lag in allen Fällen eine verfehlte Vorstellung darüber, wie Wirtschaft funktioniert«, urteilt Horst Siebert. Auch die Agrarförderung der EU, die uns teuer finanzierte Milchseen und Fleischberge beschert hat, folgte ähnlich fehlgeleiteten Intentionen.

Die »Abwrackprämie« (das österreichische Pendant lautete »Verschrottungsprämie«), am Höhepunkt der Wirtschaftskrise geschaffen, um der Autoindustrie unter die Arme zu greifen, wäre ebenfalls ein würdiger Kandidat. Das Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH) zog jedenfalls eine fatale Bilanz: Rund zwei Millionen Neuwagenkäufe wurden 2009 gefördert, 95 % hätten sich in diesem Jahr aber ohnehin ein neues Auto gekauft. Selbst wenn die Untergrenze für den Mitnahmeeffekt krisenbedingt mit 75 % niedriger angesetzt wird, bleibt »ein



ökonomisch schlechter Wert«, analysierte IWH-Präsident Ulrich Blum. Wenn bei einem Autoabsatz von drei Millionen Neuwagen pro Jahr zwei Millionen Käufe gefördert werden, können die Mehreinnahmen durch Steuern und Abgaben die Kosten für die Subventionen nicht aufwiegen. Dazu kommt, dass ein Autokauf erfahrungsgemäß die Anschaffung anderer größerer Konsumgüter, beispielsweise Möbel, verdrängt. Während die Autohändler jubelten, blieb unterm Strich ein Minus.

» **Fatale Belohnung** «

Der »Kobra-Effekt« ist jedoch auch in anderen Bereichen, abseits volkswirtschaftlicher Zusammenhänge, zu entdecken – in der Regel dann, wenn quantitative Anreize nicht gleichzeitig mit qualitativen Anforderungen verknüpft werden. Unternehmensberater Carsten Deckert berichtet von einer Variante des Kobra-Effekts, die dem deutsch-niederländischen Paläoanthropologen Ralph von Königswald widerfuhr. Der Forscher untersuchte auf Java Knochen von Urzeitmenschen. Um mehr Material zu bekommen, bot er den Einheimischen eine Geldprämie pro Knochenfragment. Mit Entsetzen musste er wenig später entdecken, dass die Dorfbewohner die gefundenen Knochen in winzige Teile zertrümmerten, um ihren Profit zu maximieren.

Ein Belohnungssystem für erhöhten Output in der Produktion führt zwangsläufig zu höherem Ausschuss, wenn der Bonus nicht ausschließlich auf Gutteile bezogen wird. Doch selbst dann droht ein Kobra-Effekt – wenn nämlich die Mitarbeiter Maschinen und Werkzeuge so stark strapazieren, dass sie rascher verschleifen und längere Instandhaltungsarbeiten notwendig werden.

Wird im Kundenservice ein Mengenbonus vereinbart, sind die Auswirkungen ebenso fatal. Leichte Aufträge werden vor allem gegen Monatsende vorgezogen, um den Bonus zu erreichen. Die unbeliebten aufwendigen Aufträge, die aber die höchsten Deckungsbeiträge bringen würden, bleiben liegen. Die Kunden sind verärgert und wechseln möglicherweise sogar zu einem Mitbewerber.

Anreizsysteme wirken somit vielfach kontraproduktiv. Je rigidere Regeln ein Unternehmen aufstellt, desto erfinderischer werden Mitarbeiter dabei, das Messsystem auszutricksen. Die Leistungen steigen nicht, obwohl die Kennzahlen auf Grün stehen. Unbrauchbare Ergebnisse können auch Prämien für Innovationen liefern. Gilt nur die Anzahl der eingereichten Ideen als In-

BONUS MIT FOLGEN. Skrupellose Mitarbeiter profitieren.



JE RIGIDERE REGELN EIN UNTERNEHMEN AUFSTELLT, desto erfinderischer werden die Mitarbeiter dabei, DAS MESSSYSTEM AUSZUTRICKSEN.

dikator für die Innovationsaktivität, ist mit einer Flut an uninspirierten Vorschlägen ohne Aussagekraft zu rechnen. Der administrative Aufwand für die Bearbeitung steht in keinem Verhältnis zum Gewinn aus dieser Aktion.

» **Nur der Umsatz zählt** «

Überhöhte Manager-Boni haben den gesamten Finanzsektor in Verruf gebracht. Doch letztlich waren auch sie die logische Folge einer Verknüpfung von einseitigen Zielvereinbarungen und variabler Vergütung. Die höchsten Boni warfen nun einmal riskante Investments ab. Die Aktienkurse wurde somit in astronomische Sphären getrieben – die Blase war für die Banker offensichtlich, aber solange die nicht platzte, konnten sie weiter abkassieren. Ohne persönliches Risiko, denn für die Verluste hafteten die Anleger.

So ist es auch zu erklären, dass Finanzdienstleister ahnungslosen Kunden hoch-

riskante Wertpapiere aufschwatzten, deren Tragweite sie nicht verstanden und die auch nicht ihrem Anlegerprofil entsprachen. Ob etwa eine 20-jährige Laufzeit bei einem 60-jährigen Pensionisten Sinn macht, war den Beratern zumeist egal. Im internen Vertriebsranking zählten die Zahl der Abschlüsse und die Höhe der Investitionssumme. Rüdiger Hossiep, Organisationspsychologe an der Universität Bochum, bringt noch einen weiteren Aspekt ins Spiel: »Durch hohe Boni kommen die falschen Mitarbeiter nach oben.« Jene, die für den eigenen Vorteil über Leichen gehen – ohne Rücksicht auf den Kunden oder die Firma, die für kurzfristige Erfolge geradestehen muss, wenn Schadenersatzforderungen fällig werden. Statt den Umsatz als einzige Zielgröße festzulegen, sollte beispielsweise die Kundenzufriedenheit einbezogen werden. Denn der Erfolg eines Unternehmens misst sich auch an der Anzahl der Kunden, die wiederkommen und ein zweites oder drittes Mal kaufen. ■



Ticken wir noch richtig?

WERTE, RESPEKT UND HAUSVERSTAND sind mehr als je gefragt, *stellt Hermann Holzer-Söllner*, Geschäftsführender Gesellschafter von Communication Skills International, in einem Gastkommentar fest.

DIE ÖFFENTLICHEN Diskussionen der letzten Zeit haben eines zu Tage gebracht: Wir leben wirklich in einer Zeit der Veränderungen. Das gilt vor allem auch für Politik und Wirtschaft. Beispielhaft sind es Themen wie die Eurokrise und das damit verbundene Sparen, die hochaktuelle Sexismusdebatte, der Umgang mit der direkten Demokratie und nicht zuletzt die Diskrepanz zwischen Jung und Alt. Wie gehen wir mit diesen Themen um, wohin führen die Wege? Wie diskutieren wir die Inhalte?

Fakt ist, dass gesellschaftliche, aber auch persönliche Werte, welche einmal gegolten haben, nicht mehr zählen. Aktionismus steht vor Nachhaltigkeit, Populismus vor mittel- und langfristigen Zielen. Unsere Sprache hat sich diesen Entwicklungen angepasst. Die Kunst des Formulierens ist nicht mehr gefragt. Elemente aus der elektronischen Kommunikation der sogenannten sozialen Netzwerke bestimmen unseren Sprachgebrauch. Nachdenken, Reflektieren und Überprüfen von Inhalten ist nicht mehr so wichtig. Entscheidend ist die Aktion, die Vereinfachung von Inhalten. Man kann durchaus Zitate wie: »Wichtig ist, dass



»VERÄNDERUNGEN sind Teil unserer Gedankenwelt, sich an Bewährtem aus der Vergangenheit orientieren, kann aber nicht schaden«, ist Hermann Holzer-Söllner überzeugt.

wir laufen. Wohin, ist eigentlich egal« oder »Ich zuerst und dann die anderen« in diesem Zusammenhang sehen. Natürlich kann man das Rad der Zeit nicht zurückdrehen,

das macht auch keinen Sinn. Aber warum werfen wir erfolgreiche Erfahrungen über Bord? Wo ist der gegenseitige Respekt? Wo ist der rücksichtsvolle Umgang mit den Mitmenschen? Offensichtlich kommen wir mit dem durchaus vorhandenen Wohlstand unserer Gesellschaft, der allgemeinen Sicherheit nicht zurende. Was ist passiert? Die sehr »ichbezogene« Entwicklung gerade der letzten Jahre hat dazu geführt, dass die Unterschiede zwischen den Gesellschaftsschichten größer geworden sind und nicht kleiner. »Leistung muss sich lohnen«: Aussagen wie diese haben unseren Blick über den Teller rand eingeschränkt. Ja, Leistung ist notwendig und muss auch immer eingefordert werden. Sie ist gesellschaftspolitisch ein Beitrag und nicht Zwang.

» Nicht immer nur nehmen «

Es ist sehr einfach, öffentliche Leistungen zu fordern. Wie sieht es aber mit unserer Beitragswilligkeit aus? Wir sehen immer sofort die Fehlleistungen Einzelner oder des Systems. Wie sieht es aber mit den Vorteilen aus? Nehmen wir sie noch wahr? Hier schließt sich wieder der Kreis. Aktionismus vor Nachhaltigkeit, Populismus vor realen Zielen, dort stehen wir heute.

Ein Blick in die politische Debatte unterstreicht dies. Wenn irgendetwas passiert, gilt es Forderungen aufzustellen, welche die nächste Meinungsumfrage beeinflussen. Das Ergebnis dient ja nur der persönlichen Befriedigung, der Absicherung und nicht der Zielerreichung. Es geht offensichtlich nicht darum, Probleme zu lösen, sondern sie einfach formalen Systemen zu unterwerfen. Hier kommt der Ruf nach einem neuen Gesetz, einer Reglementierung, aber nicht nach Lösungsansätzen. Beispielhaft sei die Sexismusdebatte angeführt. Gesetzliche Regelungen lösen das Problem nicht. Den respektvollen Umgang mit anderen Menschen stelle ich damit nicht sicher. Hier bedarf es einer Besinnung auf eine gute Erziehung. Einfach eines Nachdenkens, wie ich mit meinen Mitmenschen umgehe, dies in Wort und Schrift aber auch zu tun. Natürlich ist dieser Weg nicht einfach, weil er auch nicht bequem ist.

Gedanken sind immer im Fluss, sich an Werten, auch aus der Vergangenheit, zu orientieren hat noch nie geschadet. Lasst uns mal einfach nachdenken, bevor wir uns zu einer Äußerung, einer Stellungnahme hinreißen lassen. Sich zu besinnen, hat noch nie geschadet – ohne dabei zu vergessen, dass Veränderung ein wesentlicher Teil unserer Gedankenwelt ist. ■

ALTER WEIN IN NEUEN SCHLÄUCHEN

VON HEINZ VAN SAANEN

SEIT BALD 20 JAHREN wird in der EU bei Post und Bahn liberalisiert. Was dabei *herausgekommen ist*, wie sich das auf die Logistikbranche auswirkt. Und was die Kunden davon haben.



LOGISTIK? Das ist für viele Menschen wahrscheinlich so spannend wie eingeschlafene Füße. Zumindest solange die Post nicht einen wichtigen Brief verschlampt und das sehnlich erwartete neue Tech-Spielzeug von DiTech oder Amazon auch pünktlich an der Haustür abgeliefert wird. Klappen die Lieferketten einmal nicht, dann gehen im Internet schnell die Wogen der Empörung hoch. »Post oder Hermes« und »DPD oder GLS« wird dann fast so heftig debattiert wie »Apple oder Android« und »Rapid oder Austria«.

Besonders empfindlich reagiert die Öffentlichkeit auf Verspätungen im Zugverkehr. Leisten sich die ÖBB ein paar Schnitzer, wird die Bahn tagelang durch die *Kronen Zeitung* geprügelnt – und kassiert dort von Seite eins bis zu den Leserbriefen ihre Watschen. Noch schneller Feuer am Dach wäre wohl, falls die komplexen Lieferketten in Industrie oder Handel stocken sollten. Durch Just-in-Time-Lieferungen und Kostendruck sind große Lager etwas aus der Mode gekommen. Fällt der kontinuierliche Nachschub länger aus, stünden schnell die Bänder der Autocluster still oder beim Billa gäbe es kein Brot mehr.

Die Logistik ist – wie IT, Energieversorger oder Banken – ein Backbone der Infrastruktur und moderner Volkswirtschaften. Die großen Mitspieler in den Logistikmärkten haben mit den verschlafenen Staatsunternehmen der Vergangenheit auch nichts mehr zu tun – und backen keine kleinen Brötchen. Die Deutsche Post etwa verfiel nach der Privatisierung in den 90ern in einen Expansionsrausch. Der Konzern rollt heute mit weit über 420.000 Mitarbeitern wie eine Dampfwalze quer durch Europas Märkte. Wo solche Riesenkonzerne unterwegs sind, geht es um viel Geld, Macht und Wirtschaftspolitik.

Ein brandaktuelles Beispiel: Eigentlich sollte das »4. Eisenbahnpaket« der EU-Kommission bereits seit Dezember letzten Jahres unter Dach und Fach sein. »Eisenbahnpaket« klingt schon wieder wie eingeschlafene Füße, aber hinter den Kulissen dürften in Brüssel auf höchster Ebene die Fetzen fliegen. Zuerst wurde die Umsetzung auf den 23. Jänner verlagt, jetzt steht nach Medienberichten eine weitere Verschiebung an. Offiziell war zu Redaktionsschluss nichts, aber ein schlüssiges Szenario lieferte *Spiegel Online*: Rüdiger Grube, Konzernchef der Deutschen Bahn und Herr über

rund 285.000 Mitarbeiter, war angeblich mit Details des Paketes unzufrieden – und spielte über die Berliner Lobby-Bande. »Seine« Kanzlerin Angela Merkel dürfte in Brüssel daraufhin ihr Veto eingelegt haben. Bestätigt ist das nicht, aber es klingt sehr plausibel. Das 4. Eisenbahnpaket der EU-Kommission soll die Liberalisierung des Schienenverkehrs weiter vorantreiben und so den Wettbewerb ankurbeln. Für die zu 100 Prozent im Staatseigentum befindliche Deutsche Bahn – mit über 1.000 Tochterunternehmen nicht nur der größte Spieler im mitteleuropäischen Eisenbahnmarkt, sondern auch international tätig – klingt das nicht gerade wie ein Wunschkonzert. Wo es um die Deutsche Bahn geht, ist auch immer die hohe Politik involviert. Gut ein halbes Jahrzehnt lang wurde in Berlin über die Privatisierung des Logistikriesen gestritten und gefeilscht. 2008 kam die Finanzkrise dazwischen, 2011 wurde der Börsengang endgültig begraben oder zumindest auf den Sankt-Nimmerleinstag verschoben. Aber schnell geht bei Liberalisierung oder Privatisierung von europäischen Bahn- oder Postunternehmen ohnehin nichts. In Brüssel weiß man davon ein Lied zu singen.



⇒ » Liberalisierung im Schneckentempo «

Wer sich etwa noch an die Anfänge der europäischen Liberalisierungsbemühungen erinnern kann, hat ein Gedächtnis wie ein Elefant und dürfte auch schon etwas älter sein. Der Startschuss für die Bahnliberalisierung fiel bereits 1991 mit der Richtlinie 440/91/EW – weil das gar so unaussprechlich und schwer erinnerlich ist, besser bekannt als »Weißbuch zur Liberalisierung des Personen- und Güterverkehrs«. Seither wird unablässig gefeilt. Die Marksteine: Seit 2003 muss der Zugang zu den Trassen der



ATEMPAUSE. *Infrastrukturministerin Doris Bures ist kein Fan von überbordender Bahnprivatisierung. Jetzt hat sie eine Atempause. Die Umsetzung des 4. Eisenbahnpakets der EU wurde gerade überraschend vertagt. Angeblich hat sich Angela Merkel quergelegt.*

Staatsbahnen auch für private Anbieter ohne Benachteiligung gewährleistet sein. Nach jahrelangem Ringen ging Ende 2007 schließlich das »3. Eisenbahnpaket« über die Bühne. Damit waren die Bahnnetze auch für den grenzüberschreitenden Personenverkehr geöffnet und ein EU-weit einheitlicher Lokführerschein realisiert. Das gerade mehrfach verschobene 4. Eisenbahnpaket soll etwa mit der Schaffung einer europäischen Eisenbahnagentur oder die verpflichtende Ausschreibung von Personenverkehren die Marktöffnung vorantreiben.

Darüber hinaus ist die klarere Trennung von Errichtung und Erhalt der Infrastruktur ein Thema. Und zwar ein umstrittenes. Was auf dem Papier noch gut aussieht, ist in der Praxis nicht ganz unproblematisch. Der Rechnungshof kritisierte mehrfach die Bahnreform der Schlüssel-Ära. Bereits 2003 äußerten die Prüfer weitsichtig Bedenken, dass die Trennung zwischen Infrastruktur, Bau und Betrieb »bestehende Synergien und die bestehende Ablauforganisation un-



ENDLOSE GESCHICHTE DER EU-LIBERALISIERUNGEN

» Die Liberalisierung der Bahn- und Postmärkte gestaltet sich zäh. Wie zäh, zeigen die jüngsten Pressemeldungen zur Verabschiedung des 4. Eisenbahnpaketes. Eigentlich hätte dieses bereits längst umgesetzt sein sollen, der jüngste Termin vor wenigen Tagen ist wieder geplatzt. Aber nicht einmal das war klar: Einzelne Medien hatten bereits Vollzug vermeldet. Der Inhalt des Pakets: eine weitere Liberalisierung der Schienenmärkte, die Schaffung einer europäischen Eisenbahnagentur zur Überwachung derselben, die weitere Öffnung der Personenverkehr durch deren verpflichtende Ausschreibung oder die weitere Trennung von Errichtung und Erhalt der Infrastruktur. Trotz Übergangsfristen bis 2023 kam die EU-Kommission massiv unter Druck. Kolportierter Grund

für die jüngste Verschiebung: Die mächtige Deutsche Bahn hat sich quergestellt – worauf die deutsche Kanzlerin in Brüssel ihr Njet deponierte. Wer den Anfängen der Schienenliberalisierung nachspüren möchte, braucht ein gutes Archiv. Den Startschuss lieferte die EU mit der Richtlinie 91/440/EW aus 1991. Seither wird gefeilt und gefeilscht. Auch die Liberalisierung der Postmärkte geht schon auf Anfang der 90er zurück und wurde mit der EU-Postrichtlinie 1996 fixiert – zumindest halbwegs. Auch hier wurde über Jahre hinweg nachverhandelt und justiert. Die finale Öffnung des lukrativen Briefsektors wurde etwa mehrfach verschoben. In Österreich fiel das Briefmonopol 2011. Erst seither kann die heimische Post zu Recht als »Ex-Monopolist« bezeichnet werden.

HOFFNUNG. *Postchef Georg Pözl darf heuer auf einen außertourlichen Umsatzschub hoffen. Bereits »normale« Wahljahre spülen zusätzlich Geld in die Postkassa. 2013 wird ein »Superwahljahr« mit vier Wahlen und einer Volksbefragung.*

berücksichtigt« lasse. Mit der Bahnreform 2009 wurde die Trennung zwischen Infrastruktur, Bau und Betrieb wieder rückgängig gemacht. Was das Experiment unterm Strich gekostet hat, ist leider nicht genau bekannt. Billig dürfte es nicht gerade gewesen sein. Solche allzu forschen Experimente möchte die deutsche Kanzlerin vermeiden.

Dass Merkel strikt gegen die von der EU forcierte Abspaltung des staatlich finan-



zierten Netzes von der Deutschen Bahn ist, wurde von ihrem Sprecher bestätigt.

Schneller als bei der Bahnliberalisierung kommt die EU bei der Liberalisierung der Postmärkte voran. Zumindest im Vergleich, da auch die Anfänge der Postmarktliberalisierung schon bis Anfang der 90er zurückreichen. Der Startschuss fiel mit der EU-Postmarkttrichtlinie 1996. Ohne Quer-



GEJAGT. In der öffentlichen Wahrnehmung gilt die Bahn als Monopolist schlechthin. Dabei fahren ÖBB-Chef Christian Kern knapp vier Dutzend Mitbewerber um die Ohren. Darunter auch Schwergewichte im profitablen Ganzzugsverkehr und der Industrie.



MOHIKANER. Gebrüder-Weiss-Vorstandsvorsitzender Wolfgang Niessner zieht gerne über das kurzsichtige und börsengetriebene Quartalsdenken her. Er kann sich das auch leisten: Gebrüder Weiss ist eines der letzten großen Speditionsunternehmen in Familienbesitz.

schüsse seitens der Mitgliedstaaten oder mächtiger Unternehmen ging die Umsetzung aber auch nicht über die Bühne. Die Öffnung des einträglichen Briefsektors für Private wurde über Jahre hinweg und mehrfach verschoben. Der Briefsektor war über Jahrzehnte derart einträglich, dass die goldene Gans im österreichischen Beamtenjar-

gon einen höchst zutreffenden Namen bekam: die »Briefrente«. Via Briefrente dürften einige elegante Umwegfinanzierungen der Republik erfolgt sein. Steuererhöhung klingt schließlich deutlich hässlicher als die Erhöhung des Briefportos. Jetzt, wo die Kuh gemolken ist und das Briefgeschäft zurückgeht, kommen auch die Privaten zum Zug. Erst 2011 fiel das Briefmonopol endgültig. Der Andrang ist freilich genauso überschaubar wie die Aussicht, dass die Leute wieder mehr Briefe schreiben. Das Briefgeschäft der Postgesellschaften erodiert zwar langsam, aber beständig. Jüngster Dämpfer für die Post: Seit Anfang des Jahres dürfen Unternehmen ihre Rechnungen mit dem Segen des Finanzamts auch via einfacher E-Mail verschicken. Papier ist dafür obsolet, ebenso die komplizierte elektronische Signatur, die bislang für den Rechnungsversand vorgesehen war.

» Dramatische Marktverschiebungen «

So langsam die regulatorischen Maßnahmen der EU auch gegriffen haben mögen, die Auswirkungen könnten trotzdem nicht dramatischer sein (siehe auch Kasten). Das gilt vor allem für die Post-Märkte und den damit eng verbundenen Kurier-Express-Paket-Markt, im Branchenjargon kurz KEP genannt. Vor allem KEP gehörte die längste Zeit zu der expansivsten Märkte überhaupt. Von den Anfängen bis vor wenigen Jahren war alles andere als ein höchst sattes zweistelliges Umsatzplus fast schon eine Sensation. Wie raketenhaft die Volumina gestiegen sind, zeigt etwa der heimische Platzhirsch DPD. Bereits ein Jahr nach der Gründung 1988 wurden jährlich 1,5 Millionen Pakete transportiert, 2000 waren es 25 Millionen, 2008 knapp 36 Millionen – allein in Österreich.

DPD zeigt aber auch ein anderes Phänomen: Im KEP-Bereich gilt der erfolgreiche heimische »Branchenolddie« schon als Methusalem. Durch Globalisierungs- und Konzentrationseffekte wuchs die Branche nicht nur wie kaum eine andere, sie wurde auch durchgeschüttelt wie kaum eine andere. Das gilt im EU-Maßstab. Der europäische KEP Markt wird im wesentlichen durch fünf »Global Player« bedient: die Deutsche, Französische, Niederländische und Englische Post sowie – quasi als territorialer »Outsider« – der amerikanischen Logistikkriese UPS. Erst recht gilt das EU-Muster für den kleinen österreichischen Markt. Da wurde nicht nur konzentriert und durchgeschüttelt, sondern auch noch gerührt. Wie radikal, zeigt eine Di-



DRAMATISCH. So langsam die regulatorischen Maßnahmen der EU auch gegriffen haben mögen, die Auswirkungen auf den Postmarkt waren dramatisch.

⇒ plomarbeit des Institutes für Transportwirtschaft und Logistik der Wirtschaftsuniversität Wien auf. Aus Sicht der Eigentumsverhältnisse gesehen hielten Österreicher 1999 noch rund zwei Drittel des heimischen B2B-Paketmarktes. Nur fünf Jahr später hatte sich das Verhältnis genau umgekehrt. Bereits 2004 war der B2B-Markt zu zwei Dritteln in der Hand ausländischer Konzerne.

Durchgeschüttelt wurde auch der heimische Speditionsmarkt. Die erste Zäsur erfolgte durch den EU-Beitritt und den damit verbundenen Wegfall des einträglichen Zollgeschäfts. Zusätzlich gerieten die Speditionen unter Preis- und Konzentrationsdruck. Die Diplomarbeit der WU vermerkt dazu trocken, dass auch im Speditionsbereich »inhabergeführte Unternehmen am

AUSWIRKUNGEN DER MARKTÖFFNUNGEN

» Die EU-Liberalisierungen mögen sich wie ein Strudelteig gezogen haben, trotzdem haben sich die Märkte fundamental geändert. Vergleichsweise wenig spürt davon die österreichische Post. Der Briefmarkt ist jetzt zwar offen, der befürchtete Einstieg großer Player wie der Deutschen Post blieb trotz jahrelangen Spekulationen jedoch aus. Im Bereich Kurier-Express-Paket (KEP), der sich im Wesentlichen an die B2B-Kunden richtet, hat die Post ohnehin schon seit den 90ern massive private Konkurrenz. Der KEP-Markt gehört zu den dynamischsten und härtesten überhaupt. Der Preisverfall freut die Kunden. Das Bild war von traumhaften Wachstumsraten und extremen Veränderungen - Konzentration und Globalisierung lassen grüßen - geprägt. Bei den ausgesprochenen Expressanbietern wie DHL, UPS und TNT ist ein Zusammenwachsen mit dem KEP-Bereich festzustellen. Oft unter dem gleichen Konzerndach werden natürlich auch die »Hubs« und Verteilzentren gemeinsam genutzt. Bei den Speditionen war der Wegfall des Verzollungsgeschäftes durch den EU-Beitritt eine Zäsur. Auf den von »Global Playern« dominierten Märkten kämpfen vor allem kleinere Stückgutspeditionen mit harten Bandagen. Wettbewerb ist auch im Bahnsektor nicht neu. Bereits jetzt listet der Rail-Regulator einige Dutzend Unternehmen auf, die den ÖBB Konkurrenz machen. Sieht man von - durchaus erfolgreichen - Schmalspur- und Dampfbahnen ab, sind darunter auch Schwergewichte; die Logistiktöchter der Voestalpine etwa oder die Steirer LTE und STLB, die im Industriegeschäft oder bei Ganzzugsverkehren operieren. Den Personenverkehr mischt wiederum die WESTbahn des Bauindustriellen Hans Peter Haselsteiner auf.



UNGEWISSE GEGENWART. Ob die Privatisierungen in Österreich ein Segen oder eher ein Fluch waren, ist noch nicht ausgemacht.

Aussterben sind«. Einer der letzten österreichischen »Mohikaner« ist Gebrüder Weiss, das es als eine der wenigen Unternehmen weltweit auf eine Firmengeschichte bringt, die schon 500 Jahre zurückreicht.

Die schrankenlose Liberalisierung hat auch ihre Schattenseiten. Der KEP-Markt arbeitet ohnehin aus Kostengründen schon lange mit Franchise-Unternehmen - zu meist Einpersonen-Unternehmen, die unter sklavenartigen Bedingungen für lächerliche Entgelte schufteten. Das behauptete etwa der

nicht unumstrittene deutsche Aufdeckungsjournalist Günter Wallraff in seinem jüngsten Enthüllungsbuch über Paketdienste.

Ganz falsch dürfte Wallraff nicht liegen: Der ORF berichtete via Science-Channel vor knapp einem Jahr, dass selbst die österreichische Post nicht vor solchen Praktiken gefeit ist. Laut der Wissenschaftlerin Bettina Haidiger liefert auch die Post bereits rund ein Drittel ihres Paketvolumens via »Subcontractors« aus. Nebenwirkungen inklusive: So gab es in den Verteilzentren der Post



ABGANG. Für Branchenbeobachter fast unvorstellbar, aber Anfang des Jahres war es so weit: Schenker-General Elmar Wieland ist im Ruhestand. Wieland war vier Jahrzehnte lang eine der Eminenzen der Speditionsbranche. Sein Nachfolger ist Kurt Leidinger.



LANGLÄUFER. Georg Karoh und Rainer Schwarz sind das Geschäftsführerduo von DPD. DPD ist Platzhirsch im heimischen KEP-Markt und existiert seit 1988. Im Paketmarkt, der extremen Umwälzungen ausgesetzt war, ist das eine Ewigkeit.

FOTO: UPS



GUT DING BRAUCHT WEILE. Schnell geht bei Liberalisierung oder Privatisierung in der EU nichts.

auch schon Razzien durch Finanzamt und Arbeitsinspektorat. Eine gelungene Imagekampagne sieht anders aus. Der volkswirtschaftliche Segen von Privatisierungen im Logistik-Bereich ist übrigens auch nicht außer Streit. Dafür sorgen alleine schon die völlig missglückten Privatisierungen der englischen oder neuseeländischen Staatsbahnen. Die Privaten haben günstigst ge-

kauft, sich persönlich blitzartig saniert – und die Restsanierung den Steuerzahlern überlassen die die abgewirtschafteten Betriebe wieder zurückkaufen durften.

Ob die Privatisierungen in Österreich ein Segen oder eher ein Fluch waren, ist noch nicht ausgemacht. Die Experten der Arbeiterkammer haben 2012 in einer Studie versucht, eine volkswirtschaftliche Rechnung der he-

mischen Privatisierung aufzumachen. Das Resümee der AK: Für öffentliche Haushalte sind lediglich kurzfristige Verbesserungen der Liquidität wirklich sicher. Langfristig müsse man von Fall zu Fall unterscheiden. Im Fall der Post: Der Einmalrös des Bundes war zwar nett – aber langfristiger Einnahmenfall und Zinseffekte haben die positiven Budgeteffekte zunichte gemacht. ■

Podiumsdiskussion

»Urban Mining«

Die Rohstofflager der Zukunft

Begrüßung: Christoph Scharff, Vorstand ARA

Das Podium:



■ Günter Gretzmacher, Baustoff Recycling Verband

»Die Häuser von gestern sind die Rohstoffe von heute. Werden die Häuser von heute das Deponiematerial für morgen?«



■ Gerhard Koch, Wienerberger

»Ressourceneffizienz ist das neue CO2 – den Verbrauch an natürlichen Rohstoffen zu reduzieren und diese weitgehend durch Recyclingmaterialien zu ersetzen, ist eine der großen Herausforderungen der Zukunft.«



■ Robert Holsteiner, Wirtschaftsministerium

»Die Schätze in der Stadt tragen zur Rohstoffversorgung der Zukunft bei.«



■ Helmut Rechberger, TU Wien

»Urban Mining ist der nächste, notwendige Schritt zur umfassenden Recyclingwirtschaft.«

... und andere

■ Moderation: Martin Szelgrad, Report Verlag

Teil 1*: Schwerpunkt »Baustoffe + Metalle«

Wann: 21. März 2013
14.30 Uhr bis 16 Uhr
Einlass: 14 Uhr

im Anschluss Buffet & Networking

Wo: Gironcoli Kristall, Strabag-Haus
Donau City Straße 9
1220 Wien

Gratis Parkmöglichkeit in der Strabag-Tiefgarage

Anmeldung unter office@report.at
(Betreff: Urban Mining) oder unter 01/902 99

*** Teil 2:** Schwerpunkt »Konsumgüter«
(Juni 2013)

*** Teil 3:** Schwerpunkt »Rechtliche Rahmenbedingungen und Umsetzung« (September 2013)

Eine Veranstaltung des Report Verlags in Kooperation mit der Altstoff Recycling Austria AG

Report Verlag
Magazine | Bücher | Publishing | New Media

ARA
20 Jahre Altstoff Recycling Austria

VON DER CORVETTE ÜBER MERCEDES 230 SL bis hin zum Porsche 911: Viele legendäre Modelle berühmter Hersteller feiern 2013 ein rundes Jubiläum. **Report(+)**PLUS präsentiert prominente Geburtstagskinder.

2013 – das Jahr der Jubiläen

VON BERND AFFENZELLER



■ **Corvette C1:** Es war zwar nicht der erste, für viele Experten aber der erste ernstzunehmende amerikanische Sportwagen. Dem Vergleich mit der europäischen Konkurrenz aus England oder Italien hielt die Corvette aber trotzdem lange nicht stand. Folgerichtig war die C1 aus wirtschaftlicher Sicht ein Flop. Statt der geplanten 10.000 Stück wurden jährlich nur knapp 4.000 Autos gebaut, und selbst davon erwies sich rund ein Drittel als Ladenhüter. Erst 1958 konnten erstmals schwarze Zahlen geschrieben werden. Der Grundstein für die Legende wurde aber bereits 1953 mit der Präsentation der Corvette C1 gelegt.



■ **Mercedes 230 SL:** Es gibt ja viele Sternträger mit dem Kürzel SL. Der berühmteste ist wahrscheinlich der 300 SL, aber direkt dahinter reiht sich wahrscheinlich schon der 230 SL ein. Das 1963 präsentierte zweiseitige Cabriolet erhielt wegen seines zusätzlich lieferbaren, nach innen gewölbten Hardtops den Spitznamen »Pagode«. Schon damals punktete der SL ganz Mercedes-typisch mit reichhaltiger Komfort- und Sicherheitsausstattung. Der 230 SL verfügte über eine steife Fahrgastzelle, Knautschzonen und leicht verformbare Bug- und Hecksegmente. Zudem war die Lenksäule mit Knickelementen ausgestattet, um den gefürchteten Lanzeneffekt zu verhindern.



■ **Maserati Quattroporte:** Fast so etwas wie britisches Understatement hat die heutige Fiat-Tochter Maserati bei der Präsentation ihres neuesten Modells im Jahre 1963 durchsickern lassen. Schlicht »Viertürer« nannten die sonst durchaus überschwänglichen Italiener ihre viertürige Sportlimousine, die unter ihrem eleganten Blechkleid rasante 260 Pferdestärken versteckte. Mit einer Spitzengeschwindigkeit von 220 km/h war der Maserati Quattroporte die schnellste Limousine ihrer Zeit. Die sechste Generation des Viertürers wurde eben in Detroit vorgestellt. Das Topmodell leistet 530 PS, die Tachonadel bleibt erst jenseits der 300er-Marke stehen.



■ **Opel Olympia Rekord:** 1929 kaufte General Motors 80 Prozent von Opel, bis 1931 wurde das Unternehmen zur Gänze übernommen. Nach dem zweiten Weltkrieg dauerte es drei Jahre, bis 1948 GM wieder das Ruder bei Opel übernahm. Deutlich sichtbar wurde der amerikanische Einfluss beim 1953 vorgestellten Opel Olympia Rekord. Neben der sogenannten Pontonkarosserie ohne aufgesetzte Kotflügel waren es vor allem die angedeuteten Heckflossen und die verschwenderische Verwendung von Chromteilen innen und außen, die unmissverständlich auf den amerikanischen Geschmack deuteten. 1957 wurde der Olympia Rekord vom Opel Rekord P1 abgelöst.



■ **Audi 80 GT:** Mit dem Audi 80 begann der Aufstieg der Ingolstädter zum Premiumhersteller. Heute hört die Reihe auf den Namen A4 und ist das meistproduzierte Fahrzeug des Unternehmens. 1972 wurde der erste Audi 80 produziert, im Oktober 2011 folgte das zehnmillionste Exemplar der langlebigen Reihe. Schon ein Jahr nach dem Marktstart feierte der Audi 80 Gran Turismo Premiere. Beworben wurde der GT als schnelle, sichere und komfortable Reiselimousine. Für die damalige Zeit ordentliche 100 PS trieben den Gran Turismo in 10,2 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Heute ist der GT ein Sammlerstück, denn gebaut wurde er nur bis 1975.



■ **Porsche 911:** Der Begriff Legende wird ja im Zusammenhang mit Autos recht inflationär verwendet. Über viele Legendendefinitionen ließe sich demnach auch vortrefflich streiten. Nicht so beim 911er: Mit über 820.000 gebauten Einheiten ist der Porsche 911 der erfolgreichste Sportwagen der Welt. Die unverwechselbare Linienführung des 911 ist das wahrscheinlich bekannteste Design der Automobilwelt. Der Ur-Elfer startete 1963 auf der Frankfurter IAA als Typ 901. Die Umbenennung in 911 erfolgte 1964 zur Markteinführung. Heute wird der 911 in der bereits siebten Generation gebaut. Und auch wenn die Porsche-Ingenieure aus Zuffenhausen das Fahrzeug mit jeder Generation ein bisschen neu erfanden und immer neue Innovationen präsentierten, das berühmte Design wurde nur evolutionär weiter entwickelt.

■ **Peugeot 205:** Nach einer fast fünfjährigen Entwicklungszeit brachte Peugeot im Februar 1983 den 205 auf den Markt. Und der schlug richtig ein, was ziemlich wichtig war, denn der Mutterkonzern bewegte sich Anfang der 80er-Jahre in sehr unruhigen Gewässern. Kurz: Der Erfolg des 205 rettet PSA Peugeot-Citroen vor dem Ruin. Schon im ersten Jahr wurde der kleine Löwe mit zahlreichen internationalen Auszeichnungen überhäuft. Legendar wurde vor allem die Rallyversion 205 Turbo 16. Die hatte zwar mit Ausnahme der Bodenplatte und in Ansätzen dem äußeren Erscheinungsbild kaum etwas mit der zivilen Version zu tun, entpuppte sich aber als echter Marketingsegen. Insgesamt verkaufte Peugeot mehr als fünf Millionen Exemplare des Kleinwagens, bevor 1998 der letzte 205 vom Band lief.



■ **Aston Martin DB5:** Es gibt viele legendäre Modelle der britischen Nobelschmiede Aston Martin, aber keine weckt so starke Emotionen wie der DB5. Das Bond-Fahrzeug schlechthin feiert heuer seinen 50. Geburtstag. Für den ersten Bond-Auftritt 1964 in »Goldfinger« wurde der Original-Prototyp des DB5 eingesetzt, ein weiteres Fahrzeug wurde für die Stunts genutzt. Zu den spektakulärsten Extras der DB5 zählen ein MG hinter den Blinkern, eine Radaranlage, Schließersitz, Wechselnummernschilder und eine schussichere Verglasung. Auch im neuesten Bondstreifen, »Skyfall«, feierte der Aston Martin DB5 einen Kurzauftritt inklusive explosivem Abgang.



eAward DIE BESTEN

DIE BESTEN IT-PROJEKTE DES JAHRES 2012 STEHEN FEST. Bundespreisträger ist das Kärntner Unternehmen *Augmensys mit Augmented-Reality-Anwendungen* für die Industrie. Sieger in Wien ist das Gebäudensprachprojekt SiMAX von Signtime, IBM und matrixx.
VON MARTIN SZELGRAD

Der IT-Preis eAward hat sie wieder versammelt – die besten Projekte und Services aus Wirtschaft und Verwaltung. Gastgeber T-Systems lud bereits zum zweiten Mal zum großen Finale am 31. Jänner 2013 ins T-Center am Wiener Rennweg. Vor knapp 300 Besuchern präsentierte der Report Verlag Unternehmen und spannende Services aus allen Wirtschaftsbereichen.

»Die rasante Entwicklung des IKT-Bereiches muss stärker in das Bewusstsein der Öffentlichkeit dringen, denn Investitionen in Innovation sind Investitionen in unsere Zukunft. Innovative IKT-Unternehmen können den Wirtschaftsstandort Österreich nur weiterhin stärken, wenn diese Tatsa-

che auch entsprechend anerkannt und unterstützt wird«, betonte Martin Katzer, Ge-



»DIE RASANTE ENTWICKLUNG des IKT-Bereiches muss stärker in das Bewusstsein der Öffentlichkeit dringen«, betonte Gastgeber Martin Katzer, Geschäftsführer T-Systems.

schäftsführer T-Systems. Der eAward (vormals »biz eGovernment award«) zeigt die Möglichkeiten von Technik und Informationstechnologie bei der Neugestaltung von Geschäftsprozessen. Die Plattform wird von T-Systems, OKI, dem Bundeskanzleramt, Plattform Digitales Österreich, BRZ sowie in den Bundesländern von unit-IT und der bit gruppe unterstützt.

Ebenfalls bereits zum zweiten Mal wurden Unternehmen auch mit dem »T-Systems Innovation Award« ausgezeichnet. Mit dem Preis soll die Bedeutung von Innovation und Entwicklung im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie für den Wirtschaftsstandort Österreich in der Öffentlichkeit verankert werden.

»Der Jury ist auch heuer wieder schwergefallen, einzelne Projekte vor die anderen guten Nominierungen zu stellen«, erklärte auch Christian Rupp, Sprecher Plattform Digitales Österreich, Bundeskanzleramt. »Wir betrachten alle Nominees als Sieger. Die Projekte zeigen das großartige En-



EN PROJEKTE

agement und die kreative Kompetenz heimischer Betriebe.«



Augmensys

Projekt: Augmented Reality für die Prozessindustrie

Kern des Projekts ist die Entwicklung eines marktreifen Softwarewerkzeuges zur Nutzung des »Augmented Reality«-Konzepts in industriellen Anwendungen. Durch bloßes Anvisieren eines Objekts in großen Industrieanlagen stellt die Augmensys-Software auf Mobilgeräten wie Tablets und Smartphones einen Kontext zum Objekt her. Relevante Objekte werden als »Bubbles« in das aktuelle Livebild der jeweiligen Gerätekamera eingeblendet. Über diese Bubble können



PLATZ 1 IM BUNDESFINALE für Augmensys-Geschäftsführer Helmut Guggenbichler.

dann die entsprechenden Objektdaten – die aus verschiedensten Bestandssystemen kommen können – abgerufen, verändert oder ergänzt werden. Im industriellen Umfeld eröffnet sich damit ein vollkommen neues

Anwendungsgebiet: Anlagendaten können künftig von jedermann komfortabel mobil genutzt und bearbeitet werden.

INFO: www.augmensys.com

>> Die Jury:

- >> »fortschrittliche und innovative Idee«
- >> »Einsatz neuer Technologien«
- >> »hohes Marktpotenzial in der industriellen Anwendung«



more&g e-Health, Landeskrankenhaus Donaueggen

Projekt: Leitlinienbasierte Tumornachsorge
ÄrztInnen und ComputerlinguistInnen haben eine Software für die leitliniengesteuerte



2. PLATZ BUNDESWEIT: *Monika Chladek, Landeskrankenhaus Donauregion Tulln, bekommt Urkunde und Gutschein.*

rechte Krebsnachsorge entwickelt, die einen automatischen Benachrichtigungsmechanismus über SMS, E-Mail oder Brief für PatientInnen und eine Informationsfunktion für ÄrztInnen direkt am Arbeitsplatz impliziert. Das steigert die PatientInnen-treue, senkt die Fehlerhäufigkeit, die Versorgungsvarianz und die Zahl vermeidbarer Rezidive und Metastasen. Damit steigt die Chance, den Tumor zu überleben und eine gute Lebensqualität zu erzielen. Nach einem Jahr werden die gesunden PatientInnen zur weiteren Betreuung automatisch zu ihren HausärztInnen geleitet. Diese sind mit dem Krankenhaus vernetzt und wissen ebenfalls, über M.E.M.O.R.E.S., was evidenzbasiert zu tun ist. Dies stärkt den niedergelassenen Bereich, entlastet die Ambulanzen und senkt Kosten.

INFO: www.moreandg.com

» Die Jury:

- » »lebensrettende Services«
- » »großartiges Beispiel für Vernetzung und Kommunikation im Gesundheitsbereich«
- » »heimische State-of-the-art-Entwicklung«



ekey biometric systems, Telekom Deutschland

Projekt: Pay-At-Match – bargeld- und kartenloses Bezahlsystem

Ist der Kunde in einem Geschäft mit Aufnahmestation wie etwa einem Supermarkt oder einer Drogerie einmalig registriert, kann er an allen Bezahlterminals mit Fingerscanner ortsunabhängig und auch in unterschiedlichen Geschäften bargeldlos und kartenlos bezahlen. Ein Fingerstreich über den ekey-Fingerscanner eines Bezahlterminals und die Eingabe des mehrstelligen Pay-At-Match-Codes genügen, um sicher, bargeldlos und vor allem kartenlos bezahlen zu



CHRISTIAN RUPP, Plattform Digitales Österreich, gratuliert Signot Keldorfer und Leopold Gallner, ekey, zum 3. Platz des Bundespreises.

können. Im Gegensatz zu Kreditkarten kann der menschliche Finger nicht gestohlen, verloren oder vergessen werden. Mit dem System der Deutschen Telekom und Fingerscanner-Technologie von ekey hat die Sorge um Plastikgeld ein Ende.

INFO: www.payatmatch.de

» Die Jury:

- » »Cashless Payment als aktuelles und relevantes Thema«
- » »hohes Marktpotenzial«
- » »Mit dem Fingerabdruck zu bezahlen zeigt, was künftig möglich ist«

T-Systems Innovation Award

Amt der Burgenländischen Landesregierung



ANDREA HAMM, WHR Gerhard Tschurlowitz und Margarethe Kralits, Amt der Burgenländischen Landesregierung, mit T-Systems-Preis.

Projekt: Pflegeplatzbörse Burgenland

Über ein neues, österreichweit einzigartiges Service können sich Pflegebedürftige und deren Angehörige über freie Plätze in Pflegeeinrichtungen im Burgenland rasch und einfach informieren. In tagesaktueller Qualität sind die Verfügbarkeiten von Langzeit- und Kurzzeitpflege, Seniorentagesbetreuung sowie Spezialangeboten wie etwa

Hospizbetreuung abrufbar. Die Pflegeplatzbörse wurde von der Stabsstelle LAD-EDV in Zusammenarbeit mit der Sozialabteilung des Landes Burgenland umgesetzt. Die laufende Aktualisierung der Internetseite erfolgt von den Heimbetreibern selbst. Eine mit Google Maps integrierte Kartendarstellung der Heimstandorte und freien Plätze gewährleistet dabei besondere Benutzerfreundlichkeit.

INFO: www.e-government.bglgld.gv.at/pflegeplatzboerse

» Die Jury:

- » »hoher Nutzen für Betroffene«
- » »ein ausgesprochen einfach zu bedienender Dienst«
- » »wäre auch für andere Regionen sinnvoll«

Signtime, IBM und matrixx IT Services
Projekt: SiMAX – The Sign Language Avatar Project



Das SiMAX Konsortium, bestehend aus den Unternehmen signtime, IBM und matrixx, hat ein Tool entwickelt, mit dem es möglich ist, die Übersetzung von Texten in



1. PLATZ FÜR SiMAX. *Martin Katzer, T-Systems, Helmut Ludwar und Nazli Pilz, IBM, Monika Haider, Signtime, Hans Müller und Sebastian Kopf, matrixx IT Services, sowie Christina Laggner, IBM.*

Gebärdensprache flexibel, rasch und in hoher Qualität durchzuführen. Dabei wird der Output durch einen computeranimierten Avatar dargestellt, der in seinem Aussehen flexibel angepasst werden kann. Mithilfe von SiMAX ist es erstmals möglich, kostengünstig barrierefrei in der Muttersprache der Gehörlosen zu kommunizieren. SiMAX wird zukünftig zur Übersetzung von Texten im Internet, zur Synchronisation von Filmen und Fernsehproduktionen sowie für Übersetzungen von Lautsprecherdurchsagen in Gebärdensprache eingesetzt.

INFO: www.simax.tv

» Die Jury:

- » »Spitzenlösung, die Chancengleichheit fördert«
- » »gelungene Mixtur aus Hightech und Kundennutzen«
- » »weltweites Vorzeigeprojekt made in Vienn«



Bundesrechenzentrum, Bundeskanzleramt, Bundesministerium für Finanzen

Projekt: Open Government Data Plattform – DATA.gv.at

Mit dem vom BRZ entwickelten Online-Katalog Data.gv.at wurde die bundesweite Open-Data-Plattform etabliert, die es den BürgerInnen und der Wirtschaft ermöglicht, digitale Datensätze der Verwaltung über das Internet zu beziehen. Open Government Data verfolgt das Ziel, anonyme Daten der öffentlichen Verwaltung nach nationalen und internationalen Standards zu publizieren. Die Daten werden in maschinenlesbarer Form aufbereitet, damit diese größtmöglich automatisiert verarbeitet werden können. Für die Umsetzung von DATA.gv.at wurde das BRZ vom Bundeskanzleramt und dem Bundesministerium



2. PLATZ FÜR DATA.GV.AT. Christine Sumper-Billinger, BRZ, freut sich mit SC Gerhard Popp, Bundesministerium für Finanzen.

für Finanzen beauftragt. Man setzte dabei auf das fundierte IT-Wissen und umfassende Verwaltungs-Know-how des BRZ.

INFO: www.data.gv.at

» Die Jury:

- » »breite öffentliche Wirksamkeit und Nutzen«
- » »Initiative mit viel Engagement«
- » »Riesienpotenzial für Anwendungen und Services«



iVoting – Harald Trautsch
Projekt: iVoting



MARTIN KATZER, T-Systems, gratuliert iVoting-Vertretern Gerald Aichholzer und Florian Kondert, Blue Monkeys.

Das Leben ist zu kurz für schlechte Präsentationen: Vorbei sind die Zeiten, wo man in langweiligen Vorlesungen oder Präsentationen eingeschlafen ist. Mit iVoting können Vortragende ab sofort mit ihrem Publikum interagieren. Sie können Fragen stellen, die von den Teilnehmern mittels ihrer Smartphones – iPhone, Android, Blackberry – in Echtzeit beantwortet werden können. iVoting macht Spaß, ist einfach zu nutzen und auch noch kostenlos. Während früher Fernbedienungen und Empfangsstationen gemietet oder gekauft werden mussten und einen logistischen und finanziellen Aufwand mit sich brachten, ist iVoting für jeden nutzbar.

INFO: www.ivotingtool.com

» Die Jury:

- » »Qualitätsschub für Präsentationen und Vorträge«
- » »erstmalig einfache Kommunikation mit Publikum«
- » »erhöht Aufmerksamkeit, erfüllt oft trockene Materie mit Leben«

T-Systems Innovation Award



datenwerk innovations-agentur

Projekt: Opinion Tracker



INNOVATIONSPREIS für »Opinion Tracker« von Helmut Lehner, Nata-scha Rinder, Julia Gross und Wolfgang Zeglovits, datenwerk.

Der Opinion Tracker aggregiert täglich etwa drei Millionen Artikel aus mehr als 50.000 Web-News-Quellen und aus über 800.000 Social-Media-Quellen wie Blogs und Foren, Twitter und Facebook. Diese Informationen lassen sich durch selbstangelegte Tracks, die man sich als gespeicherte Suchen vorstellen kann, ganz einfach verwalten. Die simple Bedienbarkeit sowie ein tägliches Status-Update E-Mail machen es leicht, den Überblick zu behalten. Die interaktive Visualisierung ermöglicht die Darstellung der Entwicklung der Interessenthemen im Zeitverlauf. Die intelligente Suchfunktion erkennt auch verwandte Themenbereiche innerhalb der Beiträge. Ausgewertet werden die wichtigsten Themen, Personen und Organisationen, die im jeweiligen Track vorkommen, wobei jeder Artikel bis zum Ursprung verfolgt werden kann. Der Zugriff auf die persönlichen Daten ist verschlüsselt und geschützt durch Username und Passwort.

INFO: www.opiniontracker.net

» Die Jury:

- » »wichtiges und zeitgemäßes Instrument«
- » »punktet durch die unkomplizierte Bedienung«
- » »wertvoller Service für Unternehmen«

MEHR ZUM EAWARD und allen Preisträgern und Nominees in den Bundesländern unter award.report.at

■ NEW POTATO'S CLASSIC MATCH FOOSBALL

Wuzzeln am iPad

Tischfußball spielen in der biergetränkten Stimmung verraucherter Bars und jedesmal einen Euro einwerfen? Das war gestern. Die neue Generation des Wuzzel-Sports heißt Classic Match Foosball und wird am iPad ab iOS 5.0 gespielt. Das iPad wird einfach mit dem Display nach oben in die Dockingstation, in Form eines kleinen Tischfußball-Tisches mit jeweils vier Drehgriffen pro Seite, eingepasst. Die dazugehörige App gibt's als kostenlosen Download.

INFO: www.newpotatotech.com



■ ANYMODE MARVEL COMIC COVERS

Heldenhafte Handy-Cover

Dass die Superhelden und Figuren aus dem Comic-Universum gar nicht kindisch sind, sondern modern und ziemlich cool, zeigen nicht nur verschiedene Kino-Remakes und Verfilmungen der letzten Jahre. Die Motive der starken Typen und bunten Szenen aus den Comics werden auch zu Designobjekten gemacht. So auch fürs Handy: Wer seinen persönlichen Superhelden immer bei sich tragen möchte, kann aus den Marvel Comic Covers von Anymode zwischen Spiderman, Captain America, Iron Man und Thor wählen.

INFO: www.anymode.de



■ POLAROID IM1836

Image-Wechsel



Weg vom staubigen Image der Sofortbildkamera kommt die Marke Polaroid mit der neuen Systemkamera IM1836. Sie ist die erste Kompaktkamera mit auswechselbaren Objektiven, die mit Android-Betriebssystem (Jelly Bean 4.1) läuft.

Die Kamera hat 18 Megapixel und ist mit einem Zoom-Objektiv mit 10-30mm Brennweite ausgestattet, das jederzeit gewechselt werden kann. Außerdem verfügt die IM1836 über eine HD-Videofunktion mit 1080p. Auf dem 3,5-Zoll großen Touch-Display navigiert man durch die verschiedenen Einstellungen, mit der Android-App können die Bilder bearbeitet und anschließend auf Facebook, Twitter und Co geteilt werden.

INFO: www.polaroid.com

■ GARMIN EDGE 810

Online am Fahrrad

Mit dem neuen Fahrradcomputer Edge 810 von Garmin erhält man dank Echtzeit-Onlineverbindung während der Radtour Live-Informationen. So weiß man stets Bescheid über das Wetter, seine genauen GPS-Daten und findet sich mit detaillierten Straßen- und Satellitenkarten überall zurecht. Sämtliche relevanten Daten wie Geschwindigkeit, Distanz, Höhenmeter und GPS-Position werden kontinuierlich erfasst, gespeichert und über die Smartphone-Link-Technologie aufs Handy übertragen. Über die Garmin Connect MobileApp könne alle Infos und Daten für die Live-Verfolgung über Web und Social Networks genützt werden.

INFO: www.garmin.at



■ PETWALK

Tierische Tür

Wenn möglich, lässt man seinen Vierbeinern gerne die Freiheit, sich in Haus und Garten unabhängig zu bewegen. Wichtig ist dabei, dass Hund und Katz nach dem Spaziergang nicht vor verschlossenen Türen stehen. Die innovative Lösung, den haarigen Lieblingen – auch ohne altmodische Hundeklappe – ständigen Zugang zum Haus zu gewähren, ist das Türsystem petWalk. Die luftdichte, wärmege-dämmte Tür öffnet sich voll-automatisch und ohne Be-rührung - dank eines RFID-Tier-Chips, der entweder im-plantiert oder am Hals-band des Tier plat-ziert wird. Die Tür fürs Tier gibt es in verschie-densten Designs und ist alarmge-sichert.



INFO: www.petwalk.at

■ IPAD SKIATLAS

SkiPad-App

Wir sind Ski! Bei der ganzen Aufregung um die Ski-WM 2013 in Schlad-ming könnte man sich dazu verleitet fühlen, Wintersport nur mehr passiv vor dem Fernseher zu betreiben. Doch wer diese Saison selbst nochmal zum Skifahren kommt, wird sich über die iPad-App »Schnee und mehr – Der Atlas« freuen. Der digitale Atlas stellt über 1.500 Ski-orte und Skigebiete in über 40 Ländern weltweit vor: So kann man unter mehr als 250 Pistenplänen wählen und diese mit hoher Auflösung heranzoo-men. Außerdem findet man Beschreibungen und Bewer-tungen der verschiedenen Pisten und Gebiete, Gastro-nomietipps für Hütten und Restaurants sowie einen Preis-Ratgeber für Schnäp-chen bei den Skipass-Prei-sen. Zusätzlich informieren Webcam und Wetterservices über den aktuellen Pistenzu-stand.



INFO: www.deratlas.schneeundmehr.de

CX2000 – Multicore auf der Hutschiene.

Die modular erweiterbare Embedded-PC-Steuerung.



POWER-DAYS

Salzburg | 13.–15.03.13
Halle 10, Stand 0804

www.beckhoff.at/CX2000

Mit der CX2000-Baureihe bringt Beckhoff Multicore-Prozessoren auf die Hutschiene: Damit decken die Embedded-PCs für SPS und Motion Control Leistungsbereiche ab, die bislang den Industrie-PCs vorbehalten waren. Die modular erweiterbare Embedded-PC-Serie im robusten Metallgehäuse basiert auf drei CPU-Grundmodulen:

- CX2020** | 2nd Generation Intel® Celeron® @1,4 GHz, single-core (lüfterlos)
- CX2030** | 2nd Generation Intel® Core™ i7 @1,5 GHz, dual-core (lüfterlos)
- CX2040** | 2nd Generation Intel® Core™ i7 @2,1 GHz, quad-core

Das CPU-Grundmodul enthält:

- 1 DVI-I-, 4 USB- und 2 Ethernet-Ports
- Multi-Options-Interface für Feldbusmaster- und -slaves oder serielle Schnittstellen
- Modulare Schnittstellen-Erweiterung: 8 x Ethernet 1 GBit, 8 x seriell oder bis zu 16 USB 3.0
- Modulare I/O-Erweiterung: Beckhoff Busklemmen oder EtherCAT-Klemmen (IP 20)

IPC
I/O
Motion
Automation

tipps

Spitzenplatz für die
Weinregionen Niederösterreichs



WO DIE BESTEN REBEN WACHSEN, lässt man sich auch gerne zum Urlauben nieder.

»Wir Österreicher wissen, wo unsere besten Tröpfel herkommen. Nun ist es bis zu den Wein-enthusiasten vorgedrungen. Das renommierte US-amerikanische Fachmedium *wine enthusiast magazine* wählte kürzlich die Regionen an der niederösterreichischen Donau auf den zweiten Platz unter die Top 10 der Weinreisedestinationen in aller Welt. Damit mussten sich die Weinbaugebiete von der Wachau bis Carnuntum nur der spanischen Weinregion Rioja geschlagen geben. So berühmte Destinationen wie das Douro in Portugal oder das italienische Apulien rangieren in der Wertung weiter hinten. Die Top-Platzierung ist auch Resultat der Bemühungen, Niederösterreich als Wein- und Genussregion zu etablieren. So wurde etwa mit dem »Wachau Gourmet-Festival« ein zusätzlicher Anreiz für Weinreisende geschaffen. Die landschaftlich und kulturell einzigartige Region – bestätigt in der Auszeichnung zum UNESCO-Weltkulturerbe – bietet zudem eine Vielzahl an lohnenden Ausflugszielen. Im Frühling beginnt nun das neue Weinjahr. Schon ab März warten die über den Winter gereiften Tropfen auf Verkostung. Anfang April öffnen sich zum »Weinfrühling« allorts die Kellertüren.

INFO: *Niederösterreich-Information;*
Tel.: +43/2742/9000-900
info@noe.co.at
www.niederoesterreich.at

■ AUS DER SERIE: SCHLOSSHOTELS UND HERRENHÄUSER

Schlosshotel Mailberg

IM PULKAUTAL IM NÖRDLICHEN WEINVIERTEL, eingebettet in eine sanfte Hügellandschaft, liegt das Schlosshotel Mailberg. *Seit 1146 ist das Anwesen im Besitz des Souveränen Malteser-Ritterordens.* Nach einer behutsamen Sanierung lockt das Hotel jetzt mit dem Komfort eines 4-Sterne-Hauses in einem authentischen historischen Ambiente.

VON BERND AFFENZELLER, MAILBERG



DAS VON EINEM VOLLSTÄNDIG ERHALTENEN BURGGRABEN umgebene Schloss Mailberg beherbergt neben dem 4-Sterne-Schlosshotel, dem Haubenrestaurant Schlosskeller und einer gut sortierten Vinothek auch die Pfarrkirche von Mailberg.

DAS WEINVIERTEL trägt seinen Namen nicht zu Unrecht. Rund 14.000 Winzer produzieren im Norden Wiens ein Drittel des österreichischen Weines. Ob beim gemütlichen Zusammensein beim Heurigen, bei Ausflügen in eine der vielen pittoresken Kellergassen oder Spaziergängen durch die Weingärten – Grüner Veltliner, Weißburgunder, Zweigelt und Blauer Portugieser sind allgegenwärtig. Auch die Herren von Schloss Mailberg haben sich dem Weinbau verschrieben, allerdings legt man nicht mehr selbst Hand an die Rebe. Seit 1969 bewirtschaftet die Weinkellerei Lenz

Moser im Auftrag des Souveränen Malteser-Ritterordens die derzeit 48 Hektar Weinberge der Kommende Mailberg. Die wichtigsten Rebsorten im Mailberger Weingut sind die traditionellen Österreicher wie Grüner Veltliner und Blauer Zweigelt. Darüber hinaus finden hier Chardonnay, Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon, Merlot und Blauer Burgunder ideale Voraussetzungen vor. Als Geheimtipp gilt der Malteser Brut Gutssekt, eine Cuvée aus Grüner-Veltliner-, Chardonnay- und Blauburgundertrauben, der mit feiner Säure und einem jungen, fruchtig-elegantem Aroma überzeugt.



IN DEN FRISCH RENOVIERTEN großzügigen Suiten lässt es sich ganz gut aushalten.

Die modernen Ritter treten aber nicht nur als Winzer in Erscheinung, mit dem Ausbau der ursprünglichen Zimmervermietung zu einem waschechten Schlosshotel mischen die Malteser auch in der gehobenen Hotellerie mit. Seit März



IM KAMINZIMMER können Seminare, informelle Gespräche oder gemütliche Abendessen abgehalten werden. Mehr Platz gibt es bei Bedarf im 270 m² großen Wappensaal.

letzten Jahres bietet das Schlosshotel seinen Gästen neun frisch renovierte Doppelzimmer und zwölf elegante Suiten. Vor allem die Suiten verfügen über jenen verschwenderischen Luxus, den man sich von einem waschechten Schloss erwartet. In der 105 m² großen Imperial Suite genießt man nicht nur einen traumhaften Rundumblick über die umliegenden Weinberge und in den Schlosshof, sondern kann sich im Wohnsalon mit offenem Kamin, einem großzügigen Bad mit Whirlbadewanne und Runddusche und einem hübschen Schlafzimmer wahrhaft fürstlich fühlen. Nicht viel bescheidener präsentiert sich die 77 m² große Luxury Suite »Graf Colloredo«, die in der ehemaligen Kapelle des Schlosses untergebracht ist.

Für das leibliche Wohl sorgt das Restaurant Schlosskeller unter der Leitung von Verena Schneider und Christoph Schüller. Schneider wirkte sechs Jahre lang im Service des Steirerecks, Schüller verdiente sich seine Sporen als Souschef von Harald Riedl im RieGi. Das Ergebnis dieser privaten und beruflichen Liaison kann sich mehr als sehen lassen und wurde von Gault Millau mit einer Haube ausgezeichnet (siehe Kasten).

» Seminare, Events und Hochzeiten «

Schloss Mailberg hat sich aber nicht nur bei Erholung su-

chenden Ausflüglern mit Hang zum Rebensaft einen Namen gemacht, das mittelalterliche Schloss mit Elementen aus der Spätrenaissance und dem Barock bietet auch eine perfekte Kulisse für festliche Anlässe. Besonders beliebt ist Schloss Mailberg als Hochzeitslocation. Der Empfang der Hochzeitsgäste und die Agape finden im großzügigen Innenhof statt, die Trauung geht direkt in der frühbarocken Schlosskirche über die Bühne. Gespeist und gefeiert wird entweder im 270 m² großen Wappensaal oder etwas kleiner im 90 m² Kaminzimmer mit einem offenen, barocken Kamin.

Der Wappensaal, das Kaminzimmer und die vielen weiteren Räumlichkeiten machen das Hotel aber auch zum idealen Austragungsort für Seminare und Firmenevents. So kann etwa der Wappensaal mit 20 Tischen und 210 Stühlen bestückt werden, das beinahe quadratische Kaminzimmer kann für Veranstaltungen im kleinen Kreis, informelle Gespräche und Workshops unterschiedlich möbliert werden.

KONTAKT

» Schlosshotel Mailberg
2024 Mailberg 1
»Tel.: 02943/303 01
»www.schlosshotel-mailberg.at
»mail: reservierung@schlosshotel-mailberg.at

SCHLOSSHOTELS & HERRENHÄUSER



ALLE HÄUSER bieten eine eigene Geschichte und einzigartiges Flair (im Bild: Burg Feistritz am Wechsel).

» Stilgerecht auf Schloss Leontain in Pörschach wurde am 27. Juli 1965 die Kooperation »Schlosshotels & Herrenhäuser« gegründet. Heute gehören der Hotelkooperation 77 Mitgliedsbetriebe in Österreich, Ungarn, Tschechien, Slowenien, Kroatien, Italien und Bayern an. Kein Haus gleicht dem anderen, weder im Stil noch in seiner persönlichen Geschichte. Aber immer bewegen sich die Gäste auf historischem

Boden und lassen sich von erlesenen Antiquitäten und stilvoll-behaglicher Atmosphäre inspirieren. Die Gastgeber verstehen sich als Erben historisch gewachsenen Kulturgutes und wollen mit ihrem Bemühen um die Erhaltung der Originalität der Gebäude einen wichtigen Beitrag zum Qualitätstourismus leisten.

WEITERE INFOS:
www.schlosshotels.co.at

SCHLOSSKELLER MAILBERG



IM SCHLOSSKELLER wird in herrlichem Ambiente mit regionalen Produkten auf Haubenniveau gekocht.

» Kulinarische Highlights sind im nördlichen Weinviertel dünn gesät. Umso erfreulicher, dass Mailberg gleich zwei gute Adressen zu bieten hat. Neben dem Restaurant Weingut Hagn lockt vor allem das Restaurant Schlosskeller mit einer spannenden Karte. Der Mailberger Fasan wird gebraten mit Bohnen, Quitten und einem hervorragenden Wurzelgemüsepurée serviert, der Feldhase kommt im Brotmantel mit Schwarzwurzeln und Maroni-Ingwerhonig. Auch Fischfreunde kommen bei einem Huchenfilet mit gebratenen Erdäpfelscheiben und roten Rüben oder einer in Joghurt pochierten Bachforelle mit Zitrusfi-

lets und Rollgerste auf ihre Kosten. Zum Runterspülen gibt es eine feine Weinkarte, die den Schwerpunkt vor allem auf regionale Tropfen legt, inklusive dem Schlossweingut Malteser Ritterorden. Vom Gault Millau gibt's dafür aktuell eine Haube und das Urteil »Sehr gute Küche auf Haubenniveau, die mehr als das Alltägliche bietet«. Dem ist nichts hinzuzufügen, außer vielleicht der Hinweis auf das herrliche Ambiente in den Kellerräumlichkeiten des Schlosses. Bei Schönwetter wird im Schlosshof aufgetischt.

WEITERE INFOS:
www.schlosshotels.co.at

Nicht die Branche, sondern die eigene Performance ist das Problem

WIE DER ZUFALL ES WOLLTE, hielt der Schreiber dieser Kolumne Anfang Jänner 2013 einen Vortrag im IfU Dialog¹ an der Wirtschaftsuniversität Wien mit der Themenstellung *»Was die Besten von den Zweitbesten unterscheidet«* und las zwei Wochen danach, bei der Vorbereitung der Kolumne für den Februar 2013, den Artikel *»The Grass Isn't Greener«* von Evan Hirsh und Kasturi Rangan² im Jänner-Februar Heft 2013 der Harvard Business Review. Dann machte es Klick im Kopf und die beiden Inhalte fanden zusammen. Über das Ergebnis dieses Klicks soll nachstehend kurz berichtet werden.

VON JOHANN RISAK

In dem Artikel weisen, gut empirisch fundiert, die beiden Autoren darauf hin, dass weniger die Branche, sondern die Arbeit an der Verbesserung der Performance im Unternehmen für den Erfolg ausschlaggebend ist. *»So instead of switching industries, concentrate on moving to the top of your own«*.³ Zu dem Streben zum Ausweichen in eine *»bessere«* Industrie tragen nach deren Befund drei Fehlannahmen bei. Die erste ist, dass Unternehmen, die in einem Bereich erfolgreich sind, rasch auch in einem anderen erfolgreich sein können. Die zweite ist, dass Unternehmen, die heute erfolgreich sind, dies auch morgen sein werden. Und die dritte ist, dass Branchen, die als zum Abstieg verdammt angesehen werden, sich oft bei Vornahme von Veränderungen als längerfristig überlebensfähig erweisen. Sie schlagen daher vor, sich anzustrengen, um sich an die Spitze annähern zu können. Der Autor ergänzt auf seinen Daten und seinen Erfahrungen aufbauend, dass mittelmäßige Unternehmen, die sich von innen heraus selbst nicht verbessern können, nur in einem besseren, sei es als Ganzes oder mit Teilen aufgehen können, oder rechtzeitig, was viel zu selten passiert, zu beenden sind.

In dem bereits erwähnten Vortrag wies der Autor dieser Kolumne datengestützt darauf hin, dass bereits der Unterschied zwischen den Besten und den Zweitbesten sehr deutlich ausfällt. Dieser Unterschied spiegelt sich insbesondere im Schaffen von Opportunitäten wider. Dazu wird ein hohes Maß an Gelassenheit gebraucht, die eine Voraussetzung darstellt, um sich auf die Suche und Entwicklung und dann später auf deren Auswahl und Nutzung unverkrampft einlassen zu können. Wer verkrampft agiert, wird dabei große Probleme haben⁴. Die Besten sind insbesondere durch eine starke Willenskraft, große Selbstgestaltungsräume und ein konsequentes Agieren bei der Umsetzung gekennzeichnet. In der Selbstbewertung der Führungskräfte liegen die Bewertung der Aktivitäten bei dem Opportunitätschaffen bei sehr gut und bei den übrigen bei eins bis zwei bzw. zwei. Alle genannten Gestaltungsfelder liegen also auf einem ausgeglichenen hohen Niveau. Bei den Zweitbesten fällt auf, dass sie in den Gestaltungsfeldern bei der Bewertung deutliche Unterschiede aufweisen und sie sich dem Mittelmaß annähern. Hier kommt die Dominanz des Minimumsektors ins Spiel. Diesen stellt der Innovationsprozess dar, also die Verbindung von



JOHANN RISAK: *»Zu den Besten zu gehören ist freudvoll, aber manchmal auch schmerzhaft.«*

Suche nach Neuem, der Auswahl der umzusetzenden Opportunitäten und der Umsetzung der ausgewählten.

Ist die Bewertung der Güte des Innovationsprozesses bei den Zweitbesten noch mittelmäßig, dann ist sie bei den Drittbesten schon schlecht. Der Beitrag soll dem Leser am Jahresbeginn Ansätze für eine Orientierung zum Finden von Wegen zum richtigen und wirkungsvollen Denken und Tun in Unternehmen aufzeigen. Unternehmen, die sich als zu den Besten ihrer Branche gehörend einstufen, sollten sich die Frage stellen, ob ihre Kernkompetenzen, die sie heute besitzen, für das erfolgreiche Bestehen in der Zukunft ausreichen und sich von Altlasten und Überholtem weitestgehend befreien. Überdies sollten sie weiterhin die Durchlässigkeit des Unternehmens für Neues von außen und im Inneren fördern. Vorhandene Fehlannahmen wären abzumildern bzw. zu beseitigen.

Zu den Besten zu gehören ist freudvoll, aber manchmal auch schmerzhaft und bedarf permanenter Anstrengung, dort bleiben zu können (oder zu dürfen). Bei den Zweitbesten geht es vorerst um das Erkennen der Situation und die Schaffung der Voraussetzungen, zur Verbesserung der Relation zu den Besten, damit ein höheres und ausgeglicheneres Niveau in den Gestaltungsfeldern erreicht werden kann. Der Auftrag an die Zweitbesten lautet: Erlangen Sie eine gute Position unter den Zweitbesten mit einem Potenzial zur Zugehörigkeit zu den Besten.

Für die Drittbesten gilt es einen klassischen Turnaround einzuleiten und die Alternativen für den Weiterbestand, das Aufgehen in stärkeren Unternehmen oder das Beenden auszuloten. Weitere Hinweise zur Annäherung an die Besten können Sie in dem Buch von Franz Bailom, Kurt Matzler und Dieter Tschernjak finden⁵.

¹ www.wu.ac.at/ifu/network/ifudialog.

² Hirsh, E./Rangan, K. (2013): The Grass Isn't Greener, in: Harvard Business Review, January-February, S. 21-23.

³ Hirsch, E./Rangan, K. (2013), S. 22.

⁴ Vgl. die Skispringer mit ihrem Pendeln zwischen den Besten und Zweitbesten.

⁵ Bailom, F./Matzler, K./Tschernjak, D. (2006), Wien.

Hamacher
PRIVATHOTELS

ABFAHRT BIS INS HOTEL * SCHNEESICHERE PISTEN BIS NACH OSTERN

OSTER-SKIWOCHEN

GOURMET * WELLNESS UND 4 STERNE-SUPERIOR-KOMFORT

*7 Nächte
ab 650,-
pro Person

Pulverschnee, Sonne, blauer Himmel und Abfahrten mit Panoramablick auf die majestätische Alpenwelt – genießen Sie die Oster-Skiwoche im romantischen Defereggental, einem der schneesichersten Skigebiete Osttirols.

Ein Paradies für Wintersportler mit breiten Pisten und urigen Hütten. Mit modernen Gondel- und Sesselbahnen geht's bis auf rund 2.500 Meter. Und von dort in schönen Schwüngen direkt bis vor die Türe des Hotel & Resort Defereggental. In dem exklusiven Verwöhnhotel erwarten Sie zauberhafte Ostertage mit Skispaß total, wohltuender Wellness und vielen kulinarischen Highlights. Wir freuen uns auf Sie!



DEFEREGGENTAL
HOTEL & RESORT
★★★★ SUPERIOR

www.hotel-defereggental.com

A-9962 St. Veit i.D. | Tel.: +43 4879-6644-0

*Buchbar vom 23.03. bis 07.04.2013. Weitere Details auf www.hotel-defereggental.com



DYNAMIK AUF GUTEM FUNDAMENT

STRABAG SE ist einer der führenden europäischen Baukonzerne. Mit 76.900 Mitarbeitern wurde im Geschäftsjahr 2011 eine Leistung von € 14,3 Mrd. erbracht. Ausgehend von den Kernmärkten Österreich und Deutschland ist STRABAG über ihre zahlreichen Tochtergesellschaften in allen ost- und südosteuropäischen Ländern, in ausgewählten Märkten Westeuropas sowie auf der Arabischen Halbinsel präsent. STRABAG deckt dabei die gesamte Leistungspalette (Hoch- und Ingenieurbau, Verkehrswegebau, Spezialtief- und Tunnelbau) sowie die Bauwertschöpfungskette ab. Infos auch unter www.strabag.com.

STRABAG SE
Donau-City-Str. 9, 1220 Wien
Tel. +43 1 22422-0

STRABAG