

Special Innovation

Neue Wege zum Ziel

Outsourcing, also die Auslagerung einzelner Geschäftsbereiche, erlebt eine Renaissance. Milliarden schwere Etats werden vergeben, hoch professionelle Services verlangt. Die IT-Branche wittert Morgenluft.

Sonja Gerstl

Im Outsourcing-Business werden die Karten neu gemischt. Der Grund dafür: Viele bestehende Verträge laufen in absehbarer Zeit aus. Damit wird internationalen Studien zufolge in den kommenden zwei bis drei Jahren ein Vertragsvolumen von weltweit bis zu 100 Mrd. US-Dollar (76 Mrd. Euro) frei. Mit Good News kann der Marktforscher IDC auch für den österreichischen IT-Services-Markt aufwarten. Er prognostiziert bis 2010 ein durchschnittliches Wachstum von 3,9 Prozent pro Jahr. Outsourcing bleibt dabei mit einem Marktanteil von 36 Prozent der bedeutendste Geschäftsbereich. Aktuell haben mehr als 65 Prozent der heimischen Betriebe ihre Informationstechnologie ganz oder teilweise ausgelagert. Das mittels Outsourcing zu erzielende Einsparungspotenzial beträgt 15 bis 30 Prozent.

Facettenreiches Angebot

Die IT-Branche präsentiert sich angesichts des bevorstehenden Geldregens facettenreich wie nie zuvor – die Angebotspalette reicht von selektiven Einzeldiensten bis hin zum opulenten Full Service.

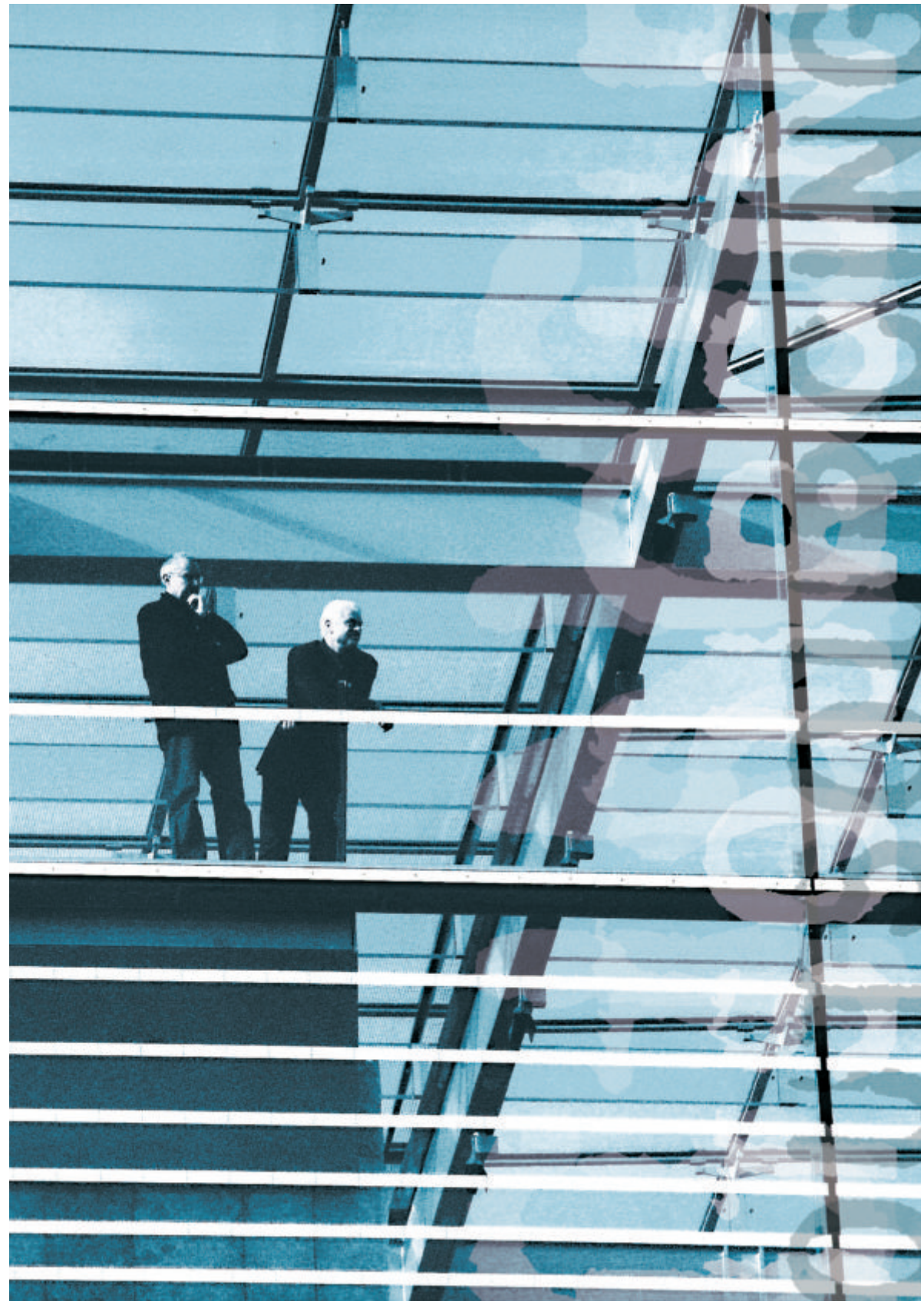
Dazugelernt hat zwischenzeitlich auch die Klientel. Kein Wunder, hat sich doch die allseits beliebte Strategie „So wenig wie möglich selber machen, so viel wie möglich verdienen“ in der Praxis relativ schnell als Rohrkrepiierer par excellence erwiesen. Mittlerweile ist eines jedenfalls amtlich: Wer von Outsourcing-Projekten profitieren will, muss seine Beziehungen zum externen Dienstleister organisieren und die erbrachten Leistungen konsequent und kontinuierlich kontrollieren, um unerwünschten Entwicklungen rechtzeitig gegensteuern zu können.

Mit der Beantwortung der Gretchenfrage „Make or Buy“ – also diverse Dienstleistungen selber erledigen oder zukaufen – alleine ist es längst nicht

getan. Nur sorgfältig geplante Projekte, so die Devise, versprechen den gewünschten Erfolg. Eine Fülle von Fragen, die man sich im Vorfeld eines Outsourcing-Projekts selbst zu stellen und zu beantworten hat, erleichtert dabei die Entscheidungsfindung.

Die grundsätzliche Überlegung lautet zunächst einmal: Warum Outsourcing und mit welchem Ziel? Unmittelbar damit zusammenhängend stellt sich die Frage, was, also welchen Bereich oder welche Bereiche man externen Partnern übertragen will und welche Konsequenzen dies für das Unternehmen mit sich bringt. Herrscht diesbezüglich Klarheit, erfolgt die sorgsame Auswahl des entsprechenden Dienstleisters. Ist schließlich dann auch der Vertrag, in dem sämtliche relevanten Punkte wie Leistungsumfang, Garantie, Haftung, Geheimhaltung, Fristen und etwaige Wartungsverpflichtungen geklärt und fixiert wurden, unterschrieben, gilt laufende Evaluierung und Kontrolle als Gebot der Stunde. Im besten Fall erfüllt ein eigenes dafür abgestelltes, internes Projektmanagement-Team diese Funktion – kleinere Unternehmen sollten zumindest einen fixen Ansprech- und Kooperationspartner für diese Aufgabe nominieren.

Mit derlei Erkenntnissen ausgestattet, fällt es ausgliederungswilligen Unternehmen auch wesentlich leichter, im schier undurchdringlichen „Sourcing“-Dschungel nicht die Orientierung zu verlieren. Dort finden sich nämlich neben dem bekannten Begriff Outsourcing auch noch zahlreiche andere anglizistische Wortschöpfungen findiger Marketingstrategen wie etwa Cosourcing, Homesourcing, Netsourcing, Offsourcing, Multisourcing samt nahezu bedeutungsidenter Kreationen wie Anyshoring, Offshoring, Bestshoring, Farshoring, Nearshoring, Oneshoring, Rightshoring oder Homeshoring.



Ausgliedern, ohne den Überblick zu verlieren, ist eine zentrale Forderung, die Unternehmen bei ihren Outsourcing-Projekten stellen. Foto: Bilderbox.com

Für welche Variante man sich schlussendlich entscheidet, liegt einzig und allein im Ermessen des Hilfe oder Unterstützung suchenden Unternehmens.

Mehrere Partner

Trends innerhalb der Angebotsvielfalt sind zweifelsfrei zu erkennen. Einer davon ist selektives Outsourcing. Darunter versteht man die partielle, also teilweise Ausgliederung von einzelnen IT-Bereichen wie zum Beispiel Homepage-Content, Storage und dergleichen. Der Vorteil daran: Die Hauptverantwortung bleibt weiterhin beim Unternehmen. Hand in Hand mit selektivem Outsourcing geht

oftmals das sogenannte Multisourcing. Multisourcing bedeutet, dass Leistungen gestückelt und die einzelnen Services in mehreren Ausschreibungen angeboten und an verschiedene Betreiber, sprich: externe Dienstleister, vergeben werden. Vor allem Nischenanbieter und regional agierende Player können hier oftmals mit Top-Angeboten punkten – ein Vergleich lohnt allemal. Die Kehrseite der Medaille: Je mehr Outsourcing-Verträge abgeschlossen werden, umso intensiver gestaltet sich der „Verwaltungsaufwand“. Ein exzellentes, unternehmensinternes Controlling-Management ist dann ganz besonders wichtig.

Info

● **Outsourcing.** Outside, resource and using – das ist der Stoff, aus dem das Zauberwort „Outsourcing“ gemacht ist. Am ehesten lässt sich Outsourcing mit „Nutzung externer Ressourcen“ übersetzen. In der Praxis spricht man von Outsourcing, wenn Unternehmensbereiche externen Firmen anvertraut werden. Kostensenkung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit gelten als die wichtigsten Gründe für eine derartige Maßnahme. Outsourcing betrifft Produktion und Dienstleistungen gleichermaßen.

Dienstleister auf Draht

Neue Outsourcing-Deals, von denen Anbieter und Nutzer gleichermaßen profitieren, stehen derzeit hoch im Kurs. In der Telekommunikationsbranche begegnet man den aktuellen Herausforderungen des Marktes mit einem breiten Spektrum an Angeboten, für die vor allem eines gilt, nämlich: „Small is beautiful.“

Sonja Gerstl

Eines vorweg: Die Goldgräberstimmung, die Glücksritter aus aller Herren Länder angezogen hat, ist in der Outsourcing-Branche definitiv vorbei. Mega-Deals, wie sie noch vor wenigen Jahren gang und gäbe waren, sind mittlerweile an einer Hand abzuzählen, und aus der einstmals medial viel beachteten Auslagerung von Tätigkeiten und Geschäftsbereichen ist ein konventioneller und im Grunde genommen unspektakulärer Geschäftszweig geworden. Einer, dessen Akteure – ohne dabei allzu großes Aufsehen zu erregen – routiniert und erfolgreich ihr Business abwickeln.

„Wie in jedem Unternehmen überleben jene mit den besten Konzepten, optimalen Kostenstrukturen und – das ist das Wichtigste – mit den besten Leuten“, ist Vladimir Mlynar, IT-Services-Geschäftsbereichsleiter bei IDS Scheer Austria, überzeugt.

So etwa werden Low-level-IT-Services wie beispielsweise die Bereitstellung von Storage zur Archivierung von Unternehmensdaten und dergleichen bevorzugt von den großen Anbietern und Hardware-Her-

stellern offeriert. Mit höherwertigen Services, die mehr Applikationskenntnisse und Branchen-Know-how erfordern, können indes sukzessive kleinere Anbieter mit klaren Betreuungsschwerpunkten bei potenziellen Kunden überzeugend punkten.

Martin Hell, Leiter des Bereichs Business Solutions IT bei Kapsch Business Com, betont: „Das umfangreiche Angebot an Services erlaubt es den Unternehmen, eine ‚Best of Breed‘-Auswahl zu treffen, also mit verschiedenen externen Partnern zusammenzuarbeiten. Denkbar wäre beispielsweise, die Betreuung von PC und Notebooks an den einen Spezialisten und die Verantwortung für die Security an einen anderen Fachmann auszulagern.“

Wachsender Markt

In der Informationstechnologie- und Telekommunikationsbranche hat man die Zeichen der Zeit rechtzeitig erkannt und entsprechend reagiert. Maßgeschneiderte, vor allem aber überschaubare Packages, die Unternehmen größtmögliche Flexibilität gestatten, prägen die Angebotspalette. Selektives Outsourcing, auch Outtas-



Bei Outsourcing-Projekten ist strategisches Denken dringend erforderlich. Auf den externen Partner sollte man immer ein wachsames Auge werfen. Foto: Bilderbox.com

king genannt, soll Firmen dabei unterstützen, sich auf die Erledigung des Kerngeschäfts zu konzentrieren. Der wesentlichste Punkt im Hinblick auf das Thema Outsourcing ist etwa für Edmund Haberbush, den Produktmarketingleiter im Bereich Business Solutions von Telekom Austria, die Steigerung

der Wettbewerbsfähigkeit (siehe Interview unten).

Große Nachfrage bei KMU

Nicht minder lukrativ gestaltet sich das Outsourcing-Business für die Telekommunikationsbranche selbst. Rund ein Viertel der aktuellen Geschäftsumsätze wird bereits

mit Outsourcing-Offerten erwirtschaftet – Tendenz steigend. Dafür sorgt das Segment der kleineren und mittelständischen Unternehmen (KMU). Dort ist die Nachfrage in Sachen Verlagerung einzelner Geschäftsprozesse und Sicherheitsdienstleistungen nämlich überproportional groß.

Edmund Haberbush: „Man besitzt ja auch nicht gleich ein eigenes Kraftwerk, sondern bezieht den Strom aus der Steckdose. So gesehen bieten wir Informationstechnologie beziehungsweise Telekommunikation ganz einfach aus der Steckdose“, erklärt der Produktmarketingleiter des Bereichs Business Solutions von Telekom Austria.

Ausgliedern steigert Kernkompetenzen

economy: Was kann Outsourcing, was andere Maßnahmen nicht können?

Edmund Haberbush: Eines ist bei Outsourcing das traditionelle Argument natürlich die zu erwartende Kosteneinsparung. Sehr oft liegt auch eine Kombination vor: Kommt doch im Zuge eines Outsourcings eine nicht unerhebliche Produktivitätssteigerung hinzu. In letzter Konsequenz ist Outsourcing ein Aspekt, der den Geschäftserfolg erhöht.

Wie wird Outsourcing von den österreichischen Unternehmen angenommen?

In größeren Firmen ist diese Form der Geschäftsgebarung bereits Usus. Kein Unternehmen hat mittlerweile genug Personal, um alle Themen abdecken zu können. Warum auch? Man besitzt ja auch kein eigenes

Kraftwerk, sondern bezieht den Strom aus der Steckdose. So gesehen bieten wir Informationstechnologie beziehungsweise Telekommunikation ganz einfach aus der Steckdose.

Ist Outsourcing ein profitables Geschäft für die Telekommunikationsbranche?

Im Durchschnitt machen wir derzeit bereits ein Viertel unseres Business mit dem Bereich Outsourcing. Man kann sicherlich sagen, dass diese Sparte aktuell die am stärksten wachsende ist.

Bei welchen Services besteht verstärkte Nachfrage auf dem Markt beziehungsweise welche Nischen gilt es zu füllen?

Eine sehr starke Nachfrage herrscht bezüglich Basis-Applikationen. Der Vorteil besteht darin, dass derartige Applika-

tionen mitwachsen können. Das ist vor allem für kleinere Unternehmen relevant.

Gilt es eigentlich Zahlen im Hinblick darauf, wie viele Unternehmen ihre IT beziehungsweise ihre Telekommunikation bereits ausgelagert haben oder dies mittelfristig zu tun beabsichtigen?

Grundsätzlich ist zu sagen: Je größer die Unternehmen sind, desto eher lagern sie Themen aus, betreiben sie selektives Outsourcing. Bei den mittleren Unternehmen liegt der Anteil der Kunden, die – selektiv – auslagern, bei knapp 50 Prozent und bei den kleineren Firmen so um die 20 bis 30 Prozent. Wobei bei Letzteren die Tendenz dazu besteht, tatsächlich ganze Bereiche auszulagern. Also da wandert mitunter die gesamte IT in externe Hände.

Wie hoch ist das Einsparungspotenzial in Sachen Outsourcing tatsächlich zu beziffern?

Das ist natürlich ganz unterschiedlich zu sehen. Grundsätzlich würde ich das Einsparungspotenzial im zweistelligen Bereich ansiedeln. 15 Prozent erscheinen mir dabei als absolutes Minimum. Aber das ist für mich nicht der Punkt. Der wesentlichste Punkt ist ganz sicherlich die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. Die Jahre 2000 bis 2003 waren Jahre, wo man verstärkt auf Einsparungen gesetzt hat. Derzeit befinden wir uns in einer offensiven Phase, in der Firmen Outsourcing zunehmend in Betracht ziehen. Weil ihnen nämlich durchaus bewusst ist, dass sie damit schneller wachsen können. Natürlich ist es ein angenehmer Nebeneffekt, wenn man dadurch 20 bis 30 Prozent

an Ausgaben sparen kann, aber viel wichtiger ist, dass man mit den frei gewordenen Potenzialen den Markt entsprechend bearbeiten und ein deutliches Plus an Profit erwirtschaften kann. Das ist der Punkt. *so*

Steckbrief



Edmund Haberbush ist Business-Solutions-Produktmarketingleiter bei Telekom Austria. Foto: Telekom Austria

Special Innovation

Mit Teamwork zum Erfolg

Im IT- und Telekommunikationsbereich gilt Outsourcing seit längerem als wichtige Maßnahme, um Kapazitäten und Personalressourcen im Unternehmen effizienter einzusetzen. Neuerdings vergeben Unternehmen bevorzugt kleinere und übersichtlichere Leistungen an externe Partner. Die Anbieter haben darauf reagiert.

Sonja Gerstl

Die Zeiten, in denen Unternehmen ihre gesamte Informationstechnologie (IT) an einen externen Partner übertragen haben, sind definitiv vorbei. Zu oft blieb der gewünschte Betriebserfolg aus – etwa weil die herbeigerufenen IT-Spezialisten nicht über das nötige Branchen-Know-how sowie Kenntnisse über interne Unternehmensprozesse verfügten. Selektives Outsourcing lautet deshalb nunmehr das Gebot der Stunde, bietet dieses doch die Möglichkeit, genau definierte IT-Teilbereiche von einem Partner betreuen zu lassen. Diese sogenannten „Managed Services“ offerieren maximale Flexibilität. Die einzelnen Dienstleistungspakete werden dabei in einem Service Level Agreement vereinbart, das exakt festlegt, welche Leistungen künftig extern erbracht werden sollen.

Großes Marktpotenzial

Wie lukrativ diese neue Form der Zusammenarbeit ist, dokumentiert eine aktuelle Studie des Beratungsunternehmens Pierre Audoin Consultants (PAC). Diese geht davon aus, dass der österreichische Markt in puncto selektivem Outsourcing bis 2009 um beachtliche elf Prozent pro Jahr weiter zulegen wird. „Als erfolgreicher Anbieter von Netzwerk und IT-Lösungen bie-

ten wir ein umfassendes Portfolio an maßgeschneiderten Managed Services im IT-Bereich an“, erläutert Martin Hell, Business-Solutions-IT-Leiter bei

Kapsch Business Com, die Strategie. Das Angebot selbst reicht dabei von Managed Services für die Hard- und Software-Komponenten der einzelnen Arbeits-

plätze im Unternehmen, über Dienstleistungspakete im Server- und Druck-Bereich bis hin zu Managed Services für Sicherheitslösungen wie etwa Fire-

walls. Wie selektives Outsourcing in der Praxis funktioniert, stellt Kapsch Business Com als Partner des Bundesamtes für Eich- und Vermessungswesen unter Beweis. Das Unternehmen ist für die Betreuung der Client-Computer (also PC, Notebooks und Bildschirme) verantwortlich. Dafür wurden eine zentrale Hotline zur Call-Aufnahme installiert, Techniker, die defekte Computer reparieren oder austauschen, bereitgestellt und ein Ersatzteillager in allen Bundesländern eingerichtet. Für die Software-Verteilung betreibt das Vermessungsamt ein Software-Verteilungssystem, das Kapsch geliefert hat und via Second Support auch nach wie vor mitbetreut.

Klare Vorgaben

Grundvoraussetzung für den erfolgreichen und zugleich auch kostensenkenden Einsatz von Managed Services für Teilbereiche der IT ist, so Hell, „eine klar definierte Informations- und Kommunikationstechnologie-Strategie“. Die Festlegung von Standards für Infrastruktur und Applikationen würde neben einer klaren Aufgabenverteilung die Basis für die Definition der gewünschten Managed Services bilden. Darauf aufbauend steht einer erfolgreichen Zusammenarbeit auf beiden Seiten nichts mehr im Weg.

www.kapschbusiness.com



Kompetente Hilfe und Unterstützung in jenen Bereichen, in denen diese auch tatsächlich benötigt wird, zeichnet modernes Outsourcing aus. Foto: Kapsch BusinessCom

Im Zeichen der Wirtschaftlichkeit

Auslagerung von IT-Dienstleistungen an externe Spezialisten reduziert die Kosten für Betrieb und Service.

Outsourcing ist eine strategische Entscheidung. Kunden klassifizieren je nach Geschäftsmodell potenzielle Outsourcing-Bereiche, und nach einer Analyse und Kosten/Nutzen-Gegenüberstellung werden diese in einer Ausschreibung an Partner abgegeben. Dabei wird dem Trend entsprechend selektives Outsourcing gewählt. Dieses ermöglicht dem Unternehmen eine bessere Streuung des Risikos. Vor allem Klein- und mittlere Unternehmen wollen interne Ressourcen, Mitarbeiter und Infrastruktur für den Betrieb der Applikationen nicht mehr bereitstellen. Dienstleister, die sich durch Konzentration auf bestimmte Gebiete besonderes Know-how, Infrastrukturen und Rechenzentrumsflächen aufgebaut haben, können hier speziell fokussierten Support an-



Selektives Outsourcing ermöglicht Unternehmen eine bessere Streuung des Risikos. Foto: Bilderbox.com

bieten. Wichtig ist dabei, dass IT-Leistungen optimal auf die IT-Strategie des Kunden eingestellt sind.

IDS Scheer Austria übernimmt dabei die gesamte Betriebsverantwortung. Vladimir Mlynar, IT-Services-Geschäftsbereichsleiter bei IDS Scheer Austria: „Entweder der Kunde

nutzt die Skalierungseffekte der von uns betriebenen Shared Infrastructure aus, oder seine Hardware wird in einem unserer Rechenzentren oder am Kundenstandort betrieben. Dabei wird das jeweilige Kundensystem über eine den Anforderungen entsprechende Leitungsverbindung in unseren

Rechenzentrumsleitstand eingebunden. Von diesem aus betreiben wir proaktives System-Management. Mit präventiven Maßnahmen können so Fehlersituationen vermieden werden.“

Zertifizierung

IDS Scheer betreut nationale sowie internationale Unternehmen mit Niederlassungen in allen Kontinenten und konnte sich im SAP-Outsourcing-Bereich als Spezialist auf dem Markt etablieren. Mit Coats, einem Weltmarktführer in der Näh- und Strickgarn-Erzeugung, konnte IDS Scheer seinen bisherigen Outsourcing-Vertrag im Jahr 2006 auf weitere fünf Jahre verlängern. In dem Abkommen wird IDS Scheer neben den SAP-Systemen für Finanz und Logistik auch SAP APO (SAP Advanced Planning and Opti-

mization, eine Software-Lösung für dynamisches Supply Chain Management) betreiben.

Mit der erneuten Zertifizierung nach einem Audit bestätigt SAP die hohe Qualität der betriebenen Rechenzentren sowie der Service- und Support-Leistungen rund um die Auslagerung von SAP-Umgebungen. Im Mittelpunkt der Re-Zertifizierung standen vor allem die verbesserten Prozesse nach ITIL (IT Infrastructure Library). Das Prozessvorgehen zielt hier speziell auf den serviceorientierten Betrieb ab. Alle anfallenden Aufgaben, Fehler und Veränderungen werden strukturiert und nach Priorität gereiht, sodass durch die Transparenz der Abläufe Verbesserungspotenzial sichtbar wird. sog

www.ids-scheer.at

Special Innovation

Jörg Otto: „Unternehmen, die ihre IT auslagern, können sich nachweislich besser auf ihr Kerngeschäft konzentrieren, sogar neue Märkte oder Marktanteile für sich erschließen und ein optimales Wertschöpfungsergebnis erzielen“, sagt der Leiter des Bereichs Business Development Outsourcing bei Capgemini.

Vorteilsreiche Firmen-Ehe

Linda Maschler

economy: Welche großen Trends im Outsourcing, also in der Übergabe von bestimmten Firmenbereichen an spezialisierte Dienstleistungsunternehmen, beobachten Sie derzeit in Österreich?

Jörg Otto: Viele österreichische Unternehmen haben in der Vergangenheit ähnlich wie in Deutschland ihre IT in Tochtergesellschaften zusammengefasst und ausgegliedert. Hintergrund solcher Entscheidungen ist vielfach das Ziel, sowohl die Qualität als auch die Produktivität der Service-Erbringung zu verbessern. Immer stärker wird jedoch erkannt, dass erst die Auslagerung an spezialisierte IT-Service-Anbieter echte, nachhaltige Wettbewerbsvorteile für das Unternehmen bringt.

Allgemein gesehen entwickelt sich der Outsourcing-Markt in Österreich langsamer als in einigen anderen europäischen Ländern, bietet aber dennoch Potenzial für die diversen Ausprägungen von IT-Outsourcing – wenn auch in geringerem Umfang. Dies kann unter anderem durch die Landesgröße und die damit tendenziell einhergehenden kleineren Unternehmen begründet werden. Die Einstellung zu Outsourcing wird immer offener. Immer mehr Firmen haben das Thema IT auf ihrer Agenda und versprechen sich davon Wettbewerbsvorteile. Dies gilt auch für die kleineren Unternehmen. Kennzeichnend für den derzeitigen österreichischen Markt ist die relative hohe Anzahl an kleinen bis mittelgroßen Outsourcing-Verträgen im Vergleich zu der bis dato



Capgemini Outsourcing Services berät internationale Unternehmen aus diversen Branchen – etwa den deutschen Stahlhersteller Corus. Foto: Corus

nur sehr geringen Anzahl an sogenannten „Big Deals“. Diesen Trend sehen wir auch in Zukunft weiterhin bestätigt. Insbesondere die kleineren Unternehmen werden vorrangig mit selektivem Outsourcing statt mit Komplett-Outsourcing erste Auslagerungsschritte machen.

Was ist neben dem wirtschaftlichen Faktor die Motivation für „Complete Outsourcing“, also für eine komplette Ausgliederung eines Unternehmens teils inklusive Belegschaft?

Unternehmen, die ihre IT auslagern, können sich nachweislich besser auf ihr Kerngeschäft konzentrieren, sogar neue Märkte oder Marktanteile für sich erschließen und ein optimales Wertschöpfungsergebnis erzielen. Durch ein Komplett-Outsourcing erhalten sie darüber hinaus Freiräume bei Management-Kapazitäten. Auf der Geschäftsseite ermöglicht ein Auslagern der IT eine größere Flexibilität und auch einen Zugang zum Know-how des Dienstleisters.

Für die betroffenen Mitarbeiter, die im Rahmen eines Full-Outsourcings zum Dienstleister wechseln, ergeben sich vielfach völlig neue Karrierechancen und neue Perspektiven für die berufliche Entwicklung.

Wie analysiert man die Bedürfnisse eines Unternehmens, um die richtige „Dosis“ an Outsourcing herauszufiltern?

Nach unserer Erfahrung ist es zunächst eine Management-Entscheidung im Hinblick auf Unternehmensziele, beteiligte Einheiten und Personen. Schlüsselfragen wie Personal-

übergang, Transformation von Anlagen und Vermögenswerten sowie grobe Service-Anforderungen sind dann Schritt zwei. Als Nächstes folgt eine Machbarkeitsstudie inklusive kaufmännischem Rahmen sowie Nutzen- und Risikobetrachtungen.

Welche Branchen lagern vorrangig aus?

Ähnlich wie in vielen anderen europäischen Ländern ist auch in Österreich die Fertigungsindustrie als reifste Branche zu sehen, gefolgt von der Telekommunikationsindustrie und dem öffentlichen Sektor. Etwa die Hälfte der Outsourcing Services wird für Unternehmen der Fertigungsindustrie erbracht.

Kann man eine generelle Aussage treffen, ob Komplett-Service oder selektive Dienstleistungen wirtschaftlicher sind?

Nur schwer. Bei komplexen Konzernstrukturen mit verschiedenen Geschäftsfeldern, Konzerngesellschaften und Absatzmärkten kann die Zusammenarbeit mit einem global agierenden Service-Anbieter sinnvoll sein. Dieser bietet dabei quasi „alles aus einer Hand“: sowohl den Service in der Heimatregion des Kunden wie auch an den entfernten Produktionsstandorten oder Märkten in anderen Ländern.

Dienstleister, die selektiv einzelne IT-Teilleistungen erbringen, tun dies meist sehr effizient und damit kostengünstig. Hier geht es oft um hochgradig standardisierte Transaktionen mit geringer Branchenspezifität, die in einer sehr großen Zahl abgewickelt werden. Der Dienstleister

agiert im Prinzip als „verlängerte Werkbank“ und hat nur einen geringen Einblick in die prozessualen Gesamtzusammenhänge. Damit ist es ihm auch nur begrenzt möglich, Verbesserungsvorschläge oder gar Innovationen in die Zusammenarbeit einzubringen. Oft fehlt auch das Rüstzeug zum „Generalisten“. Mit der Anzahl der beauftragten Dienstleister steigt dann auch der Grad der Komplexität in der Steuerung und Koordination – und das zehrt einen Teil der Kostenvorteile wieder auf.

Wenn ein gesamter Unternehmensprozess ausgelagert wird, entsteht klarerweise eine Abhängigkeit des Auftraggebers vom Dienstleister. Wie schützt

man sich davor, dass dies zu Problemen, etwa bei Vertragsverlängerungen, führt?

IT-Outsourcing kann man mit einer Ehe von zwei Unternehmen vergleichen. Kunde und Dienstleister arbeiten auf täglicher Basis über einen Zeitraum von drei, meistens fünf Jahren, wenn nicht sogar länger zusammen. Fehlerhaft ist es, IT-Dienstleistungen so einzukaufen wie Soft- oder Hardware und dabei den Faktor der intensiven, jahrelangen Zusammenarbeit zu vergessen. Die kommerziellen Rahmenbedingungen sind für beide Seiten ein wesentlicher kritischer Erfolgsfaktor. Diese müssen so ausbalanciert werden, dass das Unternehmen entsprechende Einsparungen geliefert bekommt, aber auch der Dienstleister profitabel agieren kann.

Dass der Einsparungseffekt nicht einen Tag nach Vertragsabschluss eintreten kann, scheint manchen Unternehmen auch nicht klar zu sein. Erst mal müssen die entsprechenden Voraussetzungen durch den Dienstleister geschaffen werden. Partnerschaftliche, ethische und respektvolle Zusammenarbeit durch beide Parteien ist ein weiterer Schlüssel zum Erfolg. Ein genauer Vertrag mit festgelegtem Umfang, Zielen und Service-Leveln bildet dafür die Grundlage. Aber zwischen beiden Partnern muss auch genügend Spielraum sein, um Dinge zu beider Vorteil zu lösen, die eben nicht im Vorfeld des Outsourcings absehbar waren. Und das sind viele. Genau wie bei einer Ehe.

Steckbrief



Jörg Otto ist Leiter des Bereiches Business Development in der Outsourcing-Sparte des Beratungsunternehmens Capgemini in Zentraleuropa. Er ist verantwortlich für die IT-Outsourcing-Vertriebsaktivitäten in Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie Osteuropa. Foto: Capgemini

Pionier im Bereich IT-Outsourcing

Capgemini zählt weltweit zu Top-5-Playern.

Das weltweit agierende Beratungsunternehmen Capgemini beschäftigt sich seit 1970 mit IT-Outsourcing. Durch Kombination der drei Disziplinen Consulting Services, Technology Services und Outsourcing Services ist das Unternehmen in der Lage, die komplette Wertschöpfungskette der Informationstechnologie von der Beratung über die Entwicklung bis hin zum Betrieb abzudecken. Aufgrund der starken weltweiten und insbesondere zentral-europäischen Entwicklung des Outsourcing-Geschäftes trägt diese Disziplin bei Capgemini bereits über ein Drittel zum

Gesamtumsatz bei. Das Unternehmen mit europäischem Ursprung berät Branchen wie Banken, Versicherungen, Handel, Transport, Chemie-, Energie-, Pharma-, Automobilindustrie, Maschinenbau, den öffentlichen Sektor, Telekommunikation und Medien – unabhängig von Hardware- und Software-Partnern. Capgemini zählt mehr als 400 Firmen zum Kundenkreis und beschäftigt im Bereich Outsourcing mehr als 13.000 Mitarbeiter. In der Region Zentraleuropa sind die Outsourcing Services in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Polen und Tschechien gebündelt. *masch*

Special Innovation

Infos im Handumdrehen

Die Apa-IT Informations Technologie GmbH, eine Tochter der Austria Presse Agentur, setzt erfolgreich auf das gigantische Apa-Medienarchiv und bietet Outsourcing in drei Produktgruppen an.

Linda Maschler

Die Informationsgesellschaft schafft neue Märkte – gut für jene, deren Geschäft immer schon die Information war. Die Austria Presse Agentur, gegründet vor mehr als 60 Jahren, gliederte 2002 die Technik als Apa-IT Informations Technologie GmbH aus, die nun ihrerseits Spezialist für Outsourcing-Modelle ist. Seit Jahren setzen Großkunden wie die Deutsche Presseagentur, der Verlag Gruner & Jahr, große österreichische Zeitungen, aber auch Versicherungen auf Daten und Know-how der Apa-IT.

„Speziell Unternehmen, die auf die hohe Verfügbarkeit Ihrer IT-Infrastruktur angewiesen sind, können durch das Outsourcing ihrer IT eine erhebliche Qualitätssteigerung erwirken“, führt Martin Schevaracz, Leiter von Vertrieb und Business Development, ein gewichtiges Argument ins Treffen.

Im Rahmen der Produktgruppe „Media Archives“ bietet der Outsourcing-Spezialist eine leistungsfähige Datenbank,

die Meta-Informationen eingepflegter Dokumente aus unterschiedlichen Quellen erschließt. Effiziente Suchfunktionen führen den Benutzer über Mio. von Dokumenten in Sekundenschnelle zur gesuchten Information. Die Kunden: vorrangig Unternehmen im Medienbereich und Medienumfeld, die auch Multimedia-Archive nutzen können: Diese verwalten sämtliche Dateiformate wie Texte, Bilder, Grafiken, Videos oder Audio-Files.

Volltextsuche mit Power

Die „Architektur“ dahinter bildet eine leistungsstarke Volltext-Suchtechnologie: „Hinter unseren Multimedia-Archivlösungen steht die mächtige Volltextdatenbank Apa-IT-Power-Search. Dabei handelt es sich um eine vollständige Eigenentwicklung, die speziell auf die Bedürfnisse der professionellen Anwender zugeschnitten wurde“, erzählt Schevaracz. Ein besonderes Feature der Medienarchive der Apa-IT ist das Themen-Clustering, bei dem inhaltliche Ähnlichkeiten inner-



65 Apa-IT-Mitarbeiter erwirtschaften mit Konzeption, Entwicklung und technischem Betrieb von IT-Lösungen rund 16 Mio. Umsatz. Foto: APA-IT

halb der Dokumente erkannt werden und diese in grafischen Darstellungen visualisiert werden. „Durch die eigens konzipierte Architektur und die Datenverteilung auf zwei örtlich von einander getrennten Rechenzentren ist ein Datenbankausfall nahezu ausgeschlossen“, lobt Schevaracz die Sicherheit des Systems.

Rund um die Uhr im Einsatz

Eine zweite Produktgruppe der Outsourcing-Lösungen ist das Server Hosting, das durch

eine Rund-um-die-Uhr-Überwachung aller Systeme einen besonders hohen Standard gewährleisten soll. Doch auch das wirtschaftliche Argument zählt: „Bedingt durch neue Technologien sind Datenleitungen mit hohen Bandbreiten bereits sehr kostengünstig erhältlich, sodass es für den Nutzer nicht mehr spürbar ist, ob sein Server im Nebenraum oder im mehrere Kilometer entfernten Rechenzentrum steht“, so Schevaracz.

Kleine und mittlere Unternehmen schließlich sind die

wichtigste Zielgruppe des Office Outsourcings: ein Service, das die laufende Wartung und Aktualisierung der gesamten IT-Infrastruktur beinhaltet und schon ab zehn bis 15 Desktop-Arbeitsplätzen einen Kostenvorteil bringen kann.

Schließlich ist die Apa-IT auch kompetenter Partner für Teillösungen: „Wir übernehmen die unterschiedlichsten IT-Dienstleistungen, damit sich die Kunden auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren können“, sagt Schevaracz.

Die goldenen Regeln für Outsourcing

Raiffeisen Informatik, Spezialist für „Big Deals“ im Outsourcing, setzt auf sieben entscheidende Erfolgsfaktoren.

Raiffeisen Informatik hat einen neuen großen Fisch an der Angel: Im Rahmen eines beachtlichen Outsourcing-Projekts betreut die Firma die Mannheimer Versicherung, eine Tochter des österreichischen Uniq-Konzerns. Anfang Oktober wurden die Großrechner-Services von Mannheimer zu Raiffeisen Informatik übersiedelt.

Mannheimer ist nicht der einzige Großkunde: Raiffeisen IT betreut beispielsweise auch den gesamten IT-Betrieb von Uniq und ist zudem Errichter sowie Betreiber des österreichischen Zentralsystems der LKW-Maut. Für Wilfried Pruschak, Geschäftsführer von Raiffeisen IT, ist es wichtig, strukturiert an ein Outsourcing-Projekt heranzugehen: „Entscheidend für den Erfolg eines Outsourcing-Projektes ist das Outsourcing-Management. Dazu gehören sowohl die Auswahl des richtigen Outsourcing-Partners sowie der Aufbau und die Pflege einer auf gegenseitiges Vertrauen gestützten Partnerschaft.“

Auf dem Weg zu einem gemeinsamen Ziel empfiehlt Pruschak „Sieben goldene Regeln des Outsourcings“:

1. Das passende Outsourcing-Modell

Komplett- oder Teil-Outsourcing? Überlegen Sie, ob Sie vollständig auslagern oder nur bestimmte Services zukaufen wollen. Letzteres bewirkt einen ungleich hohen Aufwand an Schaffung neuer Schnittstel-

len zu den im Unternehmen verbleibenden Systemen. Ganz zu schweigen von den neu entstehenden Schnittstellen zwischen Unternehmen und Outsourcing-Anbieter. Der ressourcenbezogene Aufwand für eine Teilauslagerung steht meist in keinerlei Relation zu echtem Outsourcing kompletter IT-Prozesse.

2. Langfristige Planung

Sie sollten bei Outsourcing die langfristigen Gründe be-

rücksichtigen und sich bewusst machen, dass die Beziehung zum Dienstleister von langer Dauer sein wird.

3. Richtige Partnerwahl

Suchen Sie sich unbedingt einen erfahrenen Partner, und teilen Sie Rechte und Pflichten fair untereinander auf.

Laut einer Umfrage der Interconnection Consult Group unter 225 österreichischen Geschäftsführern und IT-Entscheidungsträgern sind für die Wahl des Outsourcing-Partners folgende Kriterien von wesentlicher Bedeutung: Kompetenz, Know-how, Vertrauen und Service-Qualität.

4. Ehrliche Berechnung der Kosten

Stellen Sie ehrliche interne Kostenbetrachtungen an und vergleichen Sie diese dann mit den Outsourcing-Kosten. Allzu gerne werden die versteckten internen Kosten (Schulungen, Sicherheit, Stillstandskosten und so fort) vergessen.

5. Vertrag ist „just the start“

Ein Outsourcing-Vertrag stellt nur den Anfang dar: Nach Ermittlungen der Gartner Group müssen 70 Prozent der Firmen ihre Outsourcing-Verträge mindestens einmal nachbessern. Empfohlen werden daher Konzepte, bei denen mit dem Outsourcing-Partner eine langfristige, echte strategische Partnerschaft aufgebaut wird.

6. Rasche Umsetzung

Zeit ist Geld und bei einem Outsourcing-Projekt auch noch ein Risiko. Haben Sie sich für einen Outsourcing-Prozess entschieden, dann machen Sie Druck und Tempo.

7. Bedürfnisse der Mitarbeiter wahrnehmen

Seien Sie sich bewusst, dass ein Outsourcing-Prozess seitens der Arbeitnehmerschaft mit einigem Unbehagen gesehen wird. Hier gilt es, Ängste abzubauen und frühzeitig in einen konstruktiven Dialog mit den Mitarbeitern zu treten. *masch*



Eine gut überlegte Partnerwahl ist Teil des Erfolges beim Outsourcing. Foto: Bilderbox.com

Fair Trade im Waldviertel

Erfolgreich mit Kräuter-Spezialitäten und Hildegard von Bingen: die Bio-Kette „Sonnentor“.

Ernst Brandstetter

Die Marktgemeinde Großgöttfritz, etwas südlich von Zwettl ist nicht gerade ein dynamischer Wirtschaftsstandort. Auf den 40,14 Quadratkilometern Fläche der Marktgemeinde mit acht Katastralgemeinden leben in amtlich gezählten 400 Häusern derzeit noch 1600 Einwohner. Dennoch tut sich dort etwas, das beispielgebend für die Zukunft des ländlichen Raums sein könnte: Von Sprögnitz nach Engelbrechts führt das Kräuter-Dufterlebnis der Sonnentor-Kräuterhandels-gesellschaft, die als Bio-Unternehmen in den vergangenen Jahren eine echte Erfolgsgeschichte geschrieben hat.

Dem Trend voraus

Auf 2,5 Kilometern Wanderstrecke können selbst eingefleischte Pflasterhirschen mehr über das Waldviertel, seine Menschen und die Kulturgeschichte des Kräuterwissens erfahren – sozusagen von Hippokrates über Paracelsus und Hildegard von Bingen bis hin zu Sebastian Kneipp und den modernen Waldviertler Kräuterbauern, die sich gerade anschicken, die Welt zu erobern. Initiator des Projekts ist Johannes Gutmann, der 1988 die Marke „Sonnentor“ gründete. Der Bauernsohn wollte die Kräuter-Spezialitäten der Bio-Bauern im niederösterreichischen Waldviertel, in dem er geboren und aufgewachsen ist, unter dem Logo der lachenden Sonne (ein mittelalterliches Lebens- und Lichtsymbol mit 24 Strahlen, das bis heute viele Bauernhöfe ziert) überregional



Nach dem Erfolg mit zwei Pilotgeschäften in Zwettl und Krems startet Sonnentor auch mit einem Laden in Wien und mit einem Franchise-System für Bio-Läden. Foto: Sonnentor

und international vermarkten. Damit war Gutmann dem aktuellen Bio-Trend weit voraus. Ein wesentliches Merkmal seiner Idee war von Anfang an die weitgehende Veredelung der Rohstoffe direkt auf dem Bio-Bauernhof, um damit das Überleben der kleinen Bauernhöfe zu ermöglichen. Wichtige Elemente dabei sind die Betonung von Handarbeit und Tradition. „Die Spezialisierung und Handarbeit sind die naheliegendsten und einfachsten Gegenmaßnahmen zu der nach unten führenden Produktions- und Preisspirale in der Landwirtschaft“, betont Johannes Gutmann und

ergänzt: „Wir übernehmen als Unternehmen regionale Verantwortung für das Waldviertel. Hier ist unsere Heimat. Wir verzichten darauf, Arbeitsschritte zu automatisieren, um die Bauern und Bewohner hier an unserer Wertschöpfungskette teilhaben zu lassen.“ Für Sonnentor beginnt der faire Handel somit direkt im eigenen Haus.

Das Bio-Unternehmen beschäftigt derzeit rund 80 Mitarbeiter. Zudem beliefern rund 120 kontrollierte Vertragsbiobauern aus dem Waldviertel und Ostösterreich sowie weltweit anerkannte und zertifizierte Bio-Unternehmen den

stetig wachsenden Betrieb. Wer was liefert und woher die Produkte kommen, erfahren Interessenten dabei durchaus zeitgemäß auf der Homepage des Unternehmens.

Johannes Gutmann ist stolz auf das Engagement seines Teams: „Gemeinsam haben wir es geschafft, zu einem der größten Biohandelsbetriebe Österreichs und vom belächelten Spinner zum erfolgreichen Winner zu werden.“ Denn die Sonnentor Kräuterhandels GmbH ist längst nicht mehr nur auf dem österreichischen Markt aktiv. Zu den Hauptabsatzmärkten des Unternehmens gehören

auch Deutschland, die Schweiz und Tschechien. Und über die Grenzen Europas hinaus werden die Bio-Markenprodukte ebenfalls vertrieben. So sind die Kräutertee-, Kaffee- und Gewürzmischungen unter anderem auch in Kanada, Japan, Bali, Australien und Neuseeland erhältlich. Insgesamt werden die Spezialitäten in 40 Länder verschickt – der Exportanteil beträgt inzwischen 90 Prozent.

Seit dem Jahr 1992 betreibt Sonnentor außerdem auch eine Zweigstelle in Cejkovice (Tschechien) und seit 2006 eine in Reghin (Rumänien).

www.sonnentor.at

Expansion mit Partnern

Die Nachfrage nach Bio-Produkten steigt weiter stark an.

Sonnentor beschreitet aufgrund der starken Nachfrage nach Bio-Spezialitäten neue Absatzwege über ein eigenes Fran-

chise-Netz. Ziel sind vorerst ein bis drei neue Partner pro Jahr. Für die 60 bis 100 Quadratmeter großen Verkaufsflächen kann mit Investitionskosten von zirka 60.000 bis 100.000 Euro gerechnet werden. „Gestartet wird 2007 mit dem ersten Shop in Wien. Dadurch werden wir bis 2010 unseren Umsatz und Mitarbeiterstand verdoppeln“, erklärt Gründer und Geschäftsführer Johannes Gutmann.

Im Wirtschaftsjahr 2005/06 wurde ein Umsatz von elf Mio. Euro erzielt. Ein jährliches Wachstum von rund 20 Prozent, sowohl bezüglich Umsatz als auch Mitarbeiter, erfordert 2007/08 einen weiteren Ausbau der Lager- und Produktionskapazitäten am Firmenstandort im

Waldviertel. Das Investitionsvolumen wird sich auf zirka zwei Mio. Euro belaufen.

Im Mai 2006 erfolgte der Startschuss für das „Kräuter-Duft-Erlebnis Sprögnitz“. Eine hundert Jahre alte Greißlerei wird als neue größere Kräuter-Hofgreißlerei fungieren, und das Betriebsgelände wird durch den Ankauf eines Nachbargrundstückes um 10.000 Quadratmeter erweitert. Zusätzlich wird eine eigene Sonnentor-Akademie für die Mitarbeiter sowie für die bestehenden und künftigen Vertriebspartner eingerichtet. Bereits im ersten Jahr werden beginnend mit dem „Waldviertler Kräuterfest“ am 15. August 10.000 Besucher erwartet. *bra*

Stark durch Hildegard

Die Firma Sonnentor ist Hersteller von qualitativ hochwertigen, biologischen Lebensmitteln, mit Konzentration auf Kräuter, Tee, Gewürze sowie Hildegard-von-Bingen-Produkte, und ist längst über das Land der Wackelsteine hinausgewachsen. Derzeit werden über 600 verschiedene Artikel angeboten und in 35 Länder exportiert. Vor drei Jahren wurde ein Pilotgeschäft mit 200 Quadratmetern Verkaufsfläche im Zentrum von Zwettl errichtet, das Kunden aus der gesamten Region gewinnen konnte. In einem zweiten Schritt wurde 2005 eine Eigenfiliale in Krems eröffnet. Langfristig besteht das Ziel darin, die größte Bio-Franchise-Kette im deutschen Sprachraum zu werden. Sonnentor ist seit Langem Partner des Wellbeing Clusters Niederösterreich. Ecoplus hat Sonnentor wie viele andere Unternehmen beraten und durch Kontaktvermittlung bei der Finanzierung der Expansionsschritte unterstützt. Zudem wurde mit einem Partner eine rumänische Vertriebsfirma gegründet, womit ein weiterer Zukunftsmarkt erschlossen werden soll. Bisher hat das Unternehmen mehr als 250 Arbeitsplätze durch die Kräutervermarktung geschaffen. 120 Biobauern beliefern die Firma mit ihren Produkten.



Foto: Bilderbox.com

Steckbrief



Johannes Gutmann ist Gründer und Geschäftsführer von Sonnentor. Foto: Sonnentor

Special Innovation

Das Ei des Kolumbus

Innofreight wurde für die Entwicklung eines neuen Containers mit dem Innovationspreis Econovius ausgezeichnet.

Manfred Lechner

Mit dem Innovationspreis Econovius ausgezeichnet wurde ein vom steirischen Speditionsunternehmen Innofreight entwickelter faltbarer Container namens Innofold. Ausschlaggebend für die Entscheidung der Jury war, dass durch Verringerung der Leerfahrten positive Umwelteffekte erzielt werden können und der Container perfekt an die Bedingungen des Bahn- und Straßentransports angepasst werden kann.

Innofreight zählt zu jenen Betrieben, die durch innovative Lösungen ihre Marktstellung nicht nur festigen, sondern auch weiter ausbauen können. Bemerkenswert ist dies unter anderem auch deshalb, da die Speditionsbranche aufgrund der EU-Osterweiterung und des damit verbundenen Preisdrucks mit zahlreichen Schwierigkeiten

zu kämpfen hat. Wie das Beispiel Innofreight zeigt, lassen intelligent designte Nischenprodukte sowie ein umfassendes Dienstleistungsangebot ausländischer Billigkonkurrenz keine Chance. Spezialisiert ist das 2002 gegründete Unternehmen auf Holz, Agrar- und Chemietransporte. Tätigkeitsfelder sind derzeit Österreich, Tschechien und die Schweiz. Bereits im Jahr 2005 wurde Innofreight mit dem Staatspreis für Logistik ausgezeichnet. Der mit dem Innovationspreis Econovius ausgezeichnete faltbare Container ist die konsequente Weiterentwicklung des vom Unternehmen verfolgten Ziels, als Komplettanbieter maßgeschneiderte, kostenoptimale Dienstleistungen auf höchstem technischem Niveau zu realisieren.

Der faltbare Container lässt sich sowohl für Hackschnitzel- als auch Chemie- und Getreidetransporte verwenden. „Der Produktivitätszuwachs beträgt rund 50 Prozent, was in unserer Branche einen Quantensprung darstellt“, erklärt Innofreight-Geschäftsführer Peter Wanek-Pusset. Das Unternehmen organisiert als externer Dienstleister den Transport von Hackschnitzeln zu einer Halleiner Papierfabrik. In der Regel handelt es sich um Züge mit 18 Waggons. Bis zur Entwicklung des faltbaren Containers musste der Zug ohne Fracht wieder zurückgeführt werden. Nun können auf sechs Waggons die gefalteten Container und auf den restlichen zwölf Waggons Rundholzstämmen zum Sägewerk



Voll bepackt bietet der falt-Container die gleichen Vorteile wie starre Konstruktionen, während er im gefalteten Zustand Platz für zusätzliche Transportgüter schafft. Foto: Innofreight

Info

● **Lisec Maschinenbau.** Den Staatspreis „Innovation 2007“ erhielt die niederösterreichische Firma Lisec Maschinenbau GmbH, über die *economy* Nr. 27 ausführlich berichtete. Das Unternehmen erzeugt Sondermaschinen für die Flachglasindustrie und ist in diesem Segment Weltmarktführer. Lisec entwickelte eine vollautomatische Härteanlage, die es erstmals möglich macht, Flachgläser mit einer Dicke von unter drei Millimetern zu erzeugen. Durch ein spezielles System aus Keramikheißluftdüsen können Materialverformungen völlig ausgeschlossen werden. So lassen sich Flachgläser herstellen, die für den Einbau in LCD-Bildschirmen, aber auch als sturmfeste Sicherheitsgläser bei der Errichtung von Hochhäusern verwendet werden können.

● **Staatspreis „Innovation“.** Bereits zum 26. Mal wurde der Staatspreis „Innovation“ an Unternehmen, die Österreichs innovativste Technologieelite bilden, vergeben. Der Wettbewerb und die Veranstaltung werden vom austriawirtschaftsservice, Österreichs Förderbank für die unternehmensbezogene Wirtschaftsförderung, in Kooperation mit den Bundesländern im Auftrag des Wirtschaftsministeriums durchgeführt. Ziel ist es, innovative österreichische Betriebe bekannter zu machen und die Besten „vor den Vorhang“ zu bitten, damit auch einer breiten Öffentlichkeit bewusst wird, was innovative Unternehmen leisten.

www.aws.at

Mit der Miniaturisierung von Wireless-LAN-Modulen gelang dem steirischen Unternehmen Epos der Durchbruch auf dem Weltmarkt. Technische Ausgereiftheit und die Neuheit des Produkts verhalfen dem Unternehmen zu einer Nominierung für den Innovationsstaatspreis. Benötigten Wireless-LAN-Module einst eine Größe von rund 30 Quadratmillimetern, bringt Epos dies nun auf rund neun Quadratmillimetern zuwege.

„Wir beliefern den größten Halbleiterhersteller der Welt und haben einen 100-prozentigen Marktanteil“, erklärt Geschäftsführer Christian Hoffmann. Das Unternehmen setzt auf keramische Bauweise. Bisher erforderten auf herkömmlichen Leiterplatten angeordnete Schaltelemente platzraubende

transportiert werden. Bereits mit der 2005 durch den Logistik-Staatspreis ausgezeichneten Holz-Transportlogistik-Lösung konnte Innofreight einen völlig neuen Standard etablieren. Es gelang, den Holztransport in einem bis dahin nicht für möglich gehaltenen Umfang auf die Schiene zu verlagern und trotzdem zeitgenau alle Liefertermine einzuhalten. Wanek-Pusset: „Das Innofreight-System besteht aus dem Wood Railer, einem multifunktionalen Eisenbahnwaggon für Holztransporte, einem Wood Trailer, einem Sattelaufzieger für LKW sowie dem

Wood Tainer, einem Spezialcontainer, der sowohl auf der Schiene als auch auf der Straße verwendet kann.“ Die Container können je nach Bedarf von oben und unten sowie seitwärts entladen werden.

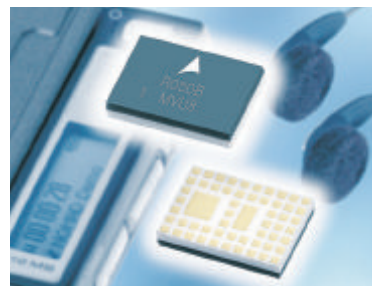
Kernzone Europa

Innofreight definiert Europa als seinen Kernmarkt. Hier erwartet Geschäftsführer Wanek-Pusset einen Bedarf an faltbaren Containern in der Größenordnung zwischen 500 und 1000 Stück. An eine Eigenproduktion ist nicht gedacht, da sich das Unternehmen aus-

schließlich als Logistik-Dienstleister versteht, der seinen Kunden optimale Lösungen anbieten will. Wachstumspotenzial sieht der Geschäftsführer in der Containervermietung. Mit rund 1000 Containern ist das Unternehmen derzeit Marktführer in Österreich. Geplant ist, in fünf Jahren auf 5000 Container aufzustocken. „Erreichen wir unser definiertes Ziel, zählen wir in Europa zu den vier größten Anbietern im sogenannten Landverkehr“, so Wanek-Pusset. Ein Einstieg in das stückmäßig weit größere Seefrachtgeschäft ist hingegen nicht geplant.

Leichter schalten mit Keramik

Heimische Unternehmen sind Marktführer in puncto Miniaturisierung und Schmiermittel.



Keramik ermöglicht Technik auf kleinstem Raum. Foto: Epos

Spannungsbrücken, um die mit unterschiedlichen Spannungen arbeitenden Bauteile synchronisieren zu können. Durch die Verwendung des Werkstoffs Keramik können Schaltelemente hingegen nahtlos angeordnet werden. Weiterer Vorteil ist, dass diese Module auch in Handys und MP3-Player eingebaut werden können und deren

Funktionsumfang erweitern. Miniaturisierung und Verringerung von Service-Intervallen sind Anforderungen, die derzeit in der industriellen Produktion den höchsten Stellenwert einnehmen. Vor allem im Bereich von Schmierstoffen benötigt die Industrie kostenoptimale Stoffe mit ausgereiften Eigenschaften und langer Einsatzbereitschaft.

Vorteile durch Synthetik

Dem ebenfalls für den Innovationsstaatspreis nominierten Kärntner Unternehmen Chemetal gelang in diesem Bereich ein Quantensprung. Statt der natürlichen Zuschlagstoffe Graphit und Molybdändisulfid, die in den vergangenen Jahren massive Preissteigerungen erlitten, setzt Chemetal auf synthetische Zuschlagstoffe. Nicht

nur, dass die neuen Zuschlagstoffe breiter gestreute Einsatzmöglichkeiten aufweisen, kommen sie auch günstiger, da sie geringer dosiert werden können. „Derzeit kommt das Produkt bei namhaften Herstellern zum Einsatz“, erklärt Peter Faulant, Leiter für Forschung und Entwicklung, „und nach Abschluss weiterer Prüfverfahren wird ab 2007 eine noch breitere Anwendungspalette verfügbar sein.“ *malech*

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

Redaktion:
Ernst Brandstetter