

Special Innovation

Eine Beilage des economy-Verlages

Otto Petrovic: „85 Prozent aller Österreicherinnen und Österreicher nutzen regelmäßig ihr Handy. Kein anderes Medium hat eine annähernd vergleichbare Reichweite, und kein anderes wird hinsichtlich Alter und sozialer Schicht so gleichmäßig verteilt genutzt“, erklärt der Vorstandsvorsitzende der Evolaris Next Level Privatstiftung.

Soziale Kommunikation

Sonja Gerstl

economy: Welche konkreten Möglichkeiten bietet das Kommunikationsmedium Handy für Unternehmen?

Otto Petrovic: Die erste Möglichkeit ist Effizienzsteigerung. Außendienstmitarbeiter können etwa direkt beim Kunden auf zentrale Datenbestände zugreifen. Termine und E-Mails auf dem Handy verfügbar zu machen, das erscheint mir bereits mehr Pflicht denn Kür. Besonders spannend ist die zweite Möglichkeit. 85 Prozent aller Österreicherinnen und Österreicher nutzen regelmäßig ihr Handy. Von der Wiege bis zur Bahre. Und der Großteil nicht nur zum Telefonieren. Kein anderes Medium hat eine annähernd vergleichbare Reichweite, und kein anderes wird hinsichtlich Alter und sozialer Schicht so gleichmäßig verteilt genutzt.

Mobile Marketing ist ein Schlagwort, das in diesem Kontext oftmals zu hören ist. Was genau hat man sich darunter vorzustellen, und wie funktioniert Mobile Marketing?

Gutes Mobile Marketing nutzt genau diese neuen Kommunikationswelten für die Verfolgung seiner Marketing-Ziele. Im Relationship Marketing erhalten Kunden regelmäßig Informationen, die genau ihren Interessen entsprechen. Gutscheine werden aufs Handy übermittelt, dieses ersetzt die Kundenkarte an der Kasse. Es kann aber auch Marktforschung durchgeführt werden: Unmittelbar nach dem Einchecken beim Warten am Gate wird etwa der Vielflieger befragt, wie er mit dem



Viele Unternehmen nutzen immer stärker die unterschiedlichsten Kommunikationswelten ihrer Kunden. Das Handy bietet eine unmittelbare Verbindung zur Zielgruppe und verfügt darüber hinaus über eine enorme Reichweite. Foto: Bilderbox.com

Check-in zufrieden war. Und er bekommt für die Teilnahme gleich Meilen gutgeschrieben. Aber auch neue Kunden können gewonnen werden – Freunde werben Freunde. Immer ist es aber wichtig, dass nicht undifferenziert Werbe-SMS versendet werden, denn das ist wohl Spam, der für den Absender ganz besonders schädlich ist.

Welche Vorteile bietet diese Art der Geschäftsanbahnung?

Ich habe das schärfste Messer, dass das Marketing jemals hatte: einen direkten Kommunikationskanal zu Kopf und Herz jedes Einzelnen in meiner Zielgruppe. Das bietet völlig neue Chancen. Doch je schärfer das Messer, umso genauer muss man es einsetzen.

Mit welchen Herausforderungen oder potenziellen Fallstricken ist man in Sachen Mobile Marketing konfrontiert?

Eine Herausforderung ist die Gefahr des Trial and Error – das sollte man mit einem scharfen

Messer wohl nicht tun. International gibt es aber bereits umfassendes Wissen, was Kunden in welchem Zusammenhang wollen und wie man sie an diesen neuen Kommunikationskanal mit dem eigenen Unternehmen gezielt heranführt. Die zweite Herausforderung ist wohl noch größer. Die klassischen Strukturen im Marketing sind etabliert: Marketer, Kreativ- und Medienagenturen, Medien, Produktionsfirmen – sie alle sind eingespielt und verdienen mit dem Bisherigen gutes Geld. Das notwendige Change-Management, um den neuen Kommunikationswelten der Kunden gerecht zu werden, ist eine gewaltige Herausforderung.

Evolaris investiert jährlich fünf Mio. Euro in Forschung und Entwicklung. Welche Schwerpunkte setzen Sie?

Wir konzentrieren uns ganz auf den Einsatz des Mobiltelefons in der Kundenbeziehung. Wir haben in den letzten Jahren ein umfassendes System entwi-

ckelt, das es ermöglicht, rasch und kostengünstig alle wichtigen Formen des Mobile Marketings umzusetzen. Genauso wichtig ist uns aber, dass wir für alle Einsätze umfassende Geschäftsmodelle entwickeln und jedes Projekt durch Akzeptanzforschung begleiten. So dominiert nicht die Technik, sondern der Nutzen.

Ein wesentliches Produkt ist sicherlich die Kundenkarte für das Mobiltelefon. Sie verhindert, dass lästig viele Karten die Brieftasche füllen, und ermöglicht einen ständig offenen und individuellen Kommunikationskanal mit jedem einzelnen Kunden. Ein zweites wesentliches Produkt ist die Kombination des Mobiltelefons mit klassischen Medien: Das Foto eines Fußballtors wird zum Video des Torschusses auf dem Mobiltelefon, vom Plakat kann man sich direkt einen CD-Song herunterladen, und den Gutschein aus der Zeitung hat man auf Knopfdruck auf dem Handy und somit immer dabei. Weiters haben wir

ein System entwickelt, das sich ganz genau merkt, was welcher Kunde wann getan hat – so kann seinen Wünschen noch besser entsprochen werden.

www.evolaris.net

Info

● **Evolaris Next Level.** Ge-gründet als Evolaris Privatstiftung im Jahr 2001. Das jährliche Projektvolumen beträgt rund fünf Mio. Euro. Wirtschaftspartner sind etwa Raiffeisen, AVL-List, Mobilkom Austria, Spar Österreich, News Network und Epamedia. Wissenschaftspartner sind beispielsweise die City University of Hongkong, die Harvard University, die Universität Graz, die Technische Universität Graz, Joanneum Research und Salzburg Research. Seit 2008 Träger des im Rahmen von Comet durchgeführten Competence Center of Excellent Technologies zum Einsatz des Mobiltelefons im Kundenbeziehungsmanagement.

Zur Person



Otto Petrovic ist Vorstandsvorsitzender der Evolaris Next Level Privatstiftung.

Foto: evolaris

Special Innovation

Netzwerk für Kreativwirtschaft

Das Media Quarter Marx, Standort für Medienschaffende und Kreative, nimmt Gestalt an. Das Areal wird um weitere 35.000 Quadratmeter erweitert. Mit zusätzlichen Studio- und Büroflächen sollen so optimale Rahmenbedingungen für die enorme Dynamik in den Bereichen Medien und Creative Industries geschaffen werden.

Sonja Gerstl

Das Gebiet auf dem ehemaligen Schlachthof in St. Marx ist einer der wichtigsten innerstädtischen Wirtschaftsstandorte. In den letzten Jahren hat die Stadt Wien gemeinsam mit privaten Investoren auf dem 177.000 Quadratmeter großen Schlachthofareal Großprojekte wie das T-Center, das Campus Vienna Biocenter und das Medienzentrum Marx realisiert. Letzteres erfährt nunmehr eine ganz entscheidende Erweiterung. Mittelfristig soll hier ein attraktiver Standort für Medienschaffende und Kreative aller Art entstehen.

Attraktive Neubauten

Der Abbruch der nicht mehr genutzten Gebäude wird in Kürze abgeschlossen sein, der Abtransport der Schuttmassen ist im Gange. Im Herbst starten die Bauarbeiten für das neue Media Quarter Marx (MQM).

Claus Hofer, Geschäftsführer des Zentrums für Innovation und Technologie (ZIT): „Das Media Quarter Marx ist der Nukleus für Wiens Medienzukunft. Digitalisierung, Konvergenz, Crossmedia – um nur einige Trends zu nennen, die auf diesem Standort auch gelebt werden können. Vor allem kleine und dynamische Unternehmen finden hier starke und vielseitige Netzwerke und hoch spezialisierte Partner. Auch



Zahlreiche große Privatsender lagern zwischenzeitlich Produktionen aus. Im Wiener Media Quarter Marx finden vor allem kleine und dynamische Unternehmen starke Netzwerke und Partner, um diese Dienste künftig professionell anbieten zu können. Foto: Fotolia.com

in Hinsicht auf eine verstärkte Internationalisierung nationaler Medien wird das MQM ein wichtiger Hub sein – insbesondere als Medienmetropole in der Centrepe-Region.“

Im Jahr 2003 begann die Entwicklung des Media Quarter Marx mit kleinen und zugleich mutigen Schritten. Die ehemaligen Kassenhallen des Viehmarkts St. Marx wurden denkmalgerecht saniert und zu einem Medienzentrum ausgebaut. Auf 2200 Quadratmeter Fläche entstanden erste Studios und siedelten sich die ersten Pioniere eines heute starken und über das Media Quarter Marx hinaus verzweigten Netzwerks junger, dynamischer Unternehmen an.

Mehr Platz schaffen

Anfang 2007 wurde nunmehr die Media Quarter Marx Errichtungs- und Verwertungsgesellschaft gegründet, eine öffentlich-private Partnerschaft des ZIT und einer privaten Investorengruppe rund um Adolf Wala, den ehemaligen Präsidenten der Österreichischen Nationalbank. Die große Aufgabe und Herausforderung für das Team besteht in der Realisierung der Erweiterung des Media Quarter Marx mit einem Projektvolumen von rund 56 Mio. Euro und einer Gesamtfläche von knapp 35.000 Quadratmetern. „Das Ziel des Erweiterungsprojekts ist die Diversifizierung und die Weiterentwicklung des Media Quarter Marx. Mit zusätzlichen Studio-

und Büroflächen schaffen wir optimale Rahmenbedingungen für die enorme Dynamik in den Bereichen Medien und Creative Industries. Aufbruchstimmung und Pioniergeist sind sicherlich

die zwei prägenden Charaktereigenschaften des Standorts“, erklärt Hofer. Die Erweiterung des MQM soll bis 2009/10 abgeschlossen sein.

www.mediaquarter.at

Medienzentrum expandiert

Das Gebäude „Maria-Jacobi-Gasse 2“ war der erste Schritt hin zum Media Quarter Marx. Bereits 2003 konnten das Zentrum für Innovation und Technologie (ZIT) und die privaten Partner dieses Projekt fertigstellen.

Im denkmalgeschützten Verwaltungsgebäude des ehemaligen Schlachthofs St. Marx finden sich heute 2200 Quadratmeter Büro-, Produktions- und Event-Flächen sowie die Marx Restauration. Die Investitionssumme betrug rund fünf Mio. Euro, 840.000 Euro steuerte die Stadt Wien bei.

Eigentümerin des bestehenden Medienzentrums in der Maria-Jacobi-Gasse 2 ist Marx Realitäten, deren Gesellschafter das ZIT zu 86 Prozent sowie Martin Kraml zu 14 Prozent sind. Als Betreiberin fungiert Marx Media Vienna.

Erweiterungsprojekt Henneberggasse

Mit dem Erweiterungsprojekt Henneberggasse wird das Zentrum für Innovation und Technologie gemeinsam mit einem privaten Partner bis 2009/10 zusätzlich 35.000 Quadratmeter Fläche errichten. Damit werden Büroflächen für die Ansiedlung weiterer Unternehmen sowie Studio- und Produktionsflächen bereitgestellt. Die Investitionssumme dafür beträgt 57 Mio. Euro. Die Projektentwicklung obliegt der Media Quarter Marx Errichtungs- und Verwertungsgesellschaft.

MQM ist ein Public Private Partnership. Gesellschafter sind die VBM Beteiligungsmanagement zu 60 Prozent und das ZIT zu 40 Prozent. Geschäftsführer des Erweiterungsprojekts sind Adolf Wala und Claus Hofer.

Marx-Pioniere

Wiens Media Quarter und seine Akteure.

CCC Film: Von der Konzeption, dem Drehbuch und Storyboard bis hin zum fertigen Programm – die CCC Film produziert Live-Sendungen, Fernsehshows, Werbespots, Videoclips und vieles mehr.

Crosskom Media Lab & Services: Als Produktions- und Konzeptunternehmen steht das Unternehmen Crosskom Media Lab & Services für Bewegtbilder unterschiedlicher Formate sowie umfassende Beratung.

Koop Live-Marketing: Die Live-Marketing-Agentur inszeniert Erlebnisse, die alle Sinne ansprechen und Emotionen wecken. Geboten werden Gesamtlösungen in repräsentativen Lokalitäten.

Marx Media Vienna: Herausforderung für Marx Media Vienna ist es, große oder kleine Visionen effizient umzusetzen: von

der Produktionsorganisation über Sendeabwicklung bis hin zur Disposition.

Marx Restauration: Marx Restauration ist das Kultrestaurant von Karin Resetarits im Marx-Palast. Haubenkoch Patrick Müller setzt auf Qualität durch naturbelassene, unbehandelte und saisonale Produkte. Jeden Donnerstag steht Silent Cooking auf dem Programm.

Mass Response Service: Mass Response sorgt für die erfolgreiche Umsetzung von interaktiven Fernseh-Formaten in ganz Europa aus einer Hand.

MMK Media: Das Team von MMK Media bietet hochwertige Großproduktionen im Studio- und Außenbereich sowie Aufzeichnungen bis hin zu audiovisuellen Last-Minute-Rettungsaktionen und Live-Übertragungen. *sog*

20 Jahre Gründerberatung

Seit 1988 ist das RIZ Anlaufstelle für Unternehmensgründungen in Niederösterreich.

Ernst Brandstetter

An 16 Standorten in ganz Niederösterreich berät das RIZ Unternehmensgründer – ganz nah an der regionalen Basis. Gerhard Traub, der 2002 das Unternehmen „Netzwerktechnik Traub GmbH“ gründete, ist einer der vielen, die die Hilfe der Agentur in Anspruch nehmen konnten. „Ohne die Unterstützung des RIZ hätte ich diesen Schritt vermutlich nicht gewagt, hatte ich doch Bedenken wegen meiner kaufmännischen Schwächen“, erklärt Traub heute.

Auch von den vielen RIZ-Partnern und landesnahen Institutionen profitieren die Gründer. „Es zeigte sich, dass das RIZ nicht nur Hilfe zu klassischen Themen, wie etwa Businessplan und Finanzierung, bietet, sondern auch aktiv vernetzt“, ergänzt Florian Hüttenbrenner, der mit seinem Unternehmen „Cursor.skis – Individual Skiing Solutions“ im RIZ Waidhofen an der Ybbs ansässig ist. Darüber hinaus dürfen sich RIZ-Kunden über zusätzliche kostenlose Services und ein Versicherungspaket in Kooperation mit Partnern freuen.

Gründer-Boom

Mit flächendeckendem, bedarfsgerechtem und persönlichem Coaching hilft das RIZ den Jungunternehmern, den Sprung in die Selbstständigkeit so reibungslos wie nur möglich zu schaffen. Dabei können die Gründer auf volle Unterstützung zählen: Die RIZ-Berater analysieren das Geschäftskonzept und informieren zu Förderangeboten, Finanzierung



Dem Netzwerkspezialisten Gerhard Traub, der 2002 sein Unternehmen gründete, half das RIZ unter anderem seine „kaufmännischen Schwächen“, wie er es nennt, zu überwinden, sodass er den Schritt in die Selbstständigkeit wagen konnte. Foto: RIZ

und Standort. Zudem gibt es die in Kooperation mit der WKNÖ veranstaltete, kostenlose Seminarreihe „Der professionelle

Businessplan“. Das bedarfsgerechte Service-Paket, das sich durch Individualität und Nachhaltigkeit auszeichnet und bis zu

drei Jahre nach der Gründung in Anspruch genommen werden kann, kommt bei den Gründern Niederösterreichs gut an. 2007 verzeichnete Niederösterreich einen regelrechten Gründerrekord: Über 6100 Unternehmen wurden neu gegründet. Auch was den Frauenanteil betrifft, ist Niederösterreich Spitze: Unter den rund 5000 Einzelunternehmensgründern waren 2007 exakt 44 Prozent weiblich (Wien: 37,3 Prozent). „Besonders die Frauen schätzen die Flexibilität, die Gestaltungsfreiheit und nicht zuletzt die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf, die eine Selbstständigkeit bietet“, erklärt RIZ-Chefin Petra Patzelt.

„Durch die aktive Kontaktaufnahme mit jedem Gewerbeanmelder können wir sicherstellen, dass jeder Gründer und jede Gründerin in Niederösterreich die Services des RIZ in Anspruch nehmen kann“, erklärt die Geschäftsführerin der Gründeragentur.

Petra Patzelt: „Durch die aktive Kontaktaufnahme mit jedem Gewerbeanmelder können wir sicherstellen, dass jeder Gründer und jede Gründerin in Niederösterreich die Services des RIZ in Anspruch nehmen kann“, erklärt die Geschäftsführerin der Gründeragentur.

Strukturen für die Zukunft

economy: Das RIZ feiert 2008 sein 20-jähriges Jubiläum. Was hat sich seit seiner Gründung im Jahr 1988 verändert?

Petra Patzelt: „Das RIZ hat sich kontinuierlich verändert. Die wesentlichste Veränderung kam im Juli 2006, als die komplette Neustrukturierung mit dem Re-Branding abgeschlossen war und das RIZ als neue

Info

● **RIZ.** Die Gründeragentur für Niederösterreich versteht sich als umfassend agierender Partner für Unternehmensgründung und Wachstum. Kostenlose Beratung: 02622/26 3 26-0.

www.riz.at
www.wirtschaftszentrum.at

Gründeragentur Niederösterreichs in flächendeckenden Vollbetrieb ging.

Was waren die Gründe für die Neustrukturierung?

Unser Ziel war es, noch näher am Kunden zu sein und dort Hilfe anzubieten, wo sie gebraucht wird. Unsere Service-Pakete, wie etwa die Hilfe bei der Businessplanerstellung, bei Förderungs- und Finanzierungsfragen, wurden noch bedarfsgerechter zugeschnitten. Durch die aktive Kontaktaufnahme mit jedem Gewerbeanmelder können wir sicherstellen, dass jeder Gründer und jede Gründerin in Niederösterreich die Services des RIZ kennt und bei Bedarf in Anspruch nehmen kann. Zusätzlich zu den Gründerzent-

ren wurden die Beratungsbüros erweitert und Synergien mit allen landesnahen Institutionen geschaffen.

Hat sich die Umstrukturierung gelohnt?

Und wie! Allein 2007 verzeichneten wir über 10.000 Beratungskontakte sowie über 4100 Neukunden. In über 180 Veranstaltungen konnte das RIZ rund 8000 Menschen erreichen. Am allermeisten freut uns das Feedback der vielen Gründer, die uns versichern, wie sehr ihnen das RIZ geholfen hat.

Was nimmt sich das RIZ für die Zukunft vor?

Auch weiterhin gemeinsam mit den Jungunternehmern tatkräftig am Erfolg des Wirt-

schaftsstandortes Niederösterreich zu arbeiten. In den nächsten 20 Jahren gibt es noch viel zu tun. bra

Zur Person



Petra Patzelt ist seit 2006 Geschäftsführerin des RIZ, Niederösterreichs Gründeragentur. Foto: RIZ

Standorte

Gleichfalls wichtig für Unternehmensgründer ist, dass das RIZ neben der umfassenden Gründerberatung auch kostengünstige Start-Büros in den sieben Gründerzentren Wiener Neustadt, Ternitz, Berndorf, Lichtenegg/Ransdorf, Amstetten, Waidhofen an der Ybbs und Hollabrunn anbietet. Die weiteren neun Beratungsbüros sind in St. Pölten, Gänserndorf, Mistelbach, Strasshof, Wiener Neudorf, Gutenstein, Melk, Krems und Gmünd.

www.riz.at

Special Innovation

Solide Basis für die Zukunft

Innovative Betriebsansiedlungsprojekte haben in Niederösterreich Tradition. Bereits in den ersten Monaten des heurigen Jahres konnten zahlreiche Unternehmen für die Region gewonnen werden.

Sonja Gerstl

Niederösterreich setzt seinen erfolgreichen Weg in Sachen Betriebsansiedlung fort. Im Vorjahr waren es in Österreichs größtem Bundesland 83 Betriebsansiedlungen oder Erweiterungen, die mit tatkräftiger Unterstützung von Ecoplus realisiert werden konnten. Rund 2500 Arbeitsplätze konnten dadurch geschaffen oder gesichert werden. Das war ein neuer Rekord!

Und auch das heurige Jahr hat vielversprechend begonnen. So konnte man allein im ersten Quartal beachtliche 29 Ansiedlungen beziehungsweise Erweiterungen mit insgesamt 425 geschaffenen oder gesicherten Arbeitsplätzen verzeichnen. Beispiele für erfolgreiche Projekte gibt es viele, stellvertretend sollen hier zwei Beispiele erwähnt werden.

Das erste betrifft Austro Engine. Der Hersteller modernster Flugzeugmotoren siedelte sich im Ecoplus-Wirtschaftspark Wiener Neustadt an und investierte bislang rund 13 Mio. Euro in den neuen Standort. Mittelfristig sollen hier bis

zu 200 Arbeitsplätze geschaffen werden. Der Standort im Ecoplus-Wirtschaftspark Wiener Neustadt bietet optimale Voraussetzungen für Hightech-Betriebe. Hier befinden sich neben modernsten Produktionsbetrieben das Technologie- und Forschungszentrum Wiener Neustadt (TFZ), die Fachhochschule Wiener Neustadt sowie RIZ – Die Gründeragentur. Der 45 Hektar große Ecoplus-Wirtschaftspark besteht seit 1988. Insgesamt sind in ihm sowie im angrenzenden Ecoplus-Beteiligungspark CNG Civitas Nova rund 120 Unternehmen mit über 2400 Mitarbeitern angesiedelt.

Zentrale Lage

Für die Ansiedlung im Ecoplus-Wirtschaftspark Wiener Neustadt haben mehrere Gründe gesprochen. Ausschlaggebend waren laut Austro Engine-Geschäftsführer Thomas Müller die Infrastruktur und der Bildungs- und Forschungsstandort Wiener Neustadt, die raschen Genehmigungsverfahren in Niederösterreich sowie auch die unmittelbare Nähe zum Kunden Diamond Aircraft. Dieser Tage öffnete ein wei-



Erfolgreiche Betriebsansiedlungspolitik made in Niederösterreich: Unter den Neuansiedlungen 2008 befinden sich viele Unternehmen, die im Hinblick auf erneuerbare Energien aktiv sind. Foto: Biogest

teres innovatives Unternehmen seine Pforten. Die Biogest Energie- und Wassertechnik GmbH hat ihren Firmensitz von Wien nach Klosterneuburg verlagert – in St. Valentin entstand ein weiterer Produktionsstandort. Biogest ist ein internationales technologieorientiertes Engineering-Unternehmen, das in den Geschäftsbereichen erneuerbare Energie aus Biogas und

Abwasserreinigung tätig ist. Die Produktpalette reicht von der Entwicklung, der Planung, der Unterstützung bei Genehmigungsverfahren und der Errichtung bis hin zum Betreiben von Anlagen. Primär werden Lösungen realisiert, die aufgrund ressourcenschonender Verfahren wichtige Elemente für eine nachhaltige Umweltentwicklung darstellen.

Unter der Marke Biogest wurden in den vergangenen Jahren in Österreich, Tschechien, der Slowakei, Ungarn und Polen 27 Biogasanlagen sowie 100 Abwasserreinigungsanlagen erfolgreich abgewickelt. Derzeit beschäftigt Biogest 17 Mitarbeiter, die Hauptabsatzmärkte liegen in Zentral-, Ost- und Südosteuropa.

www.ecoplus.at

Hilfe für den innovativen Mittelstand

Das Land Niederösterreich fördert zusätzliche personelle Ressourcen für kleine und mittlere Unternehmen.

Tatsache ist: Unternehmenserfolg ist in der Regel ganz eng mit Entwicklung, Verbesserung und Innovation verbunden. Neue Trends und Technologien spielen dabei eine ganz entscheidende Rolle. Wer hier nicht den Anschluss verpassen will, tut gut daran, sich auf dem neuesten Wissensstand zu halten und einen Überblick über das Marktgeschehen zu haben.

Gezielte Förderung

So weit zur Theorie. Und wie schaut es damit in der Praxis aus? Vor allem für die hierzulande traditionellerweise stark vertretenen kleineren und mittleren Unternehmen ist es alles andere als eine leichte Übung, innovative Projekte und Ideen zu realisieren. Häufig werden derartige Vorhaben dadurch erschwert, dass die personellen Kapazitäten nicht ausreichen, um das Vorhaben zusätzlich zu den Anforderungen des Tagesgeschäfts zu verwirklichen.

Aus diesem Grunde wurde das niederösterreichische Förderprogramm „InnovationsassistentIn“ ins Leben gerufen, das Unternehmen bei der Durchführung von Innovationsvorhaben tatkräftig unterstützen, den Technologietransfer von den Universitäten in die Betriebe anregen und so die Innovationskultur in den einzelnen Betrieben stärken soll.

Gefördert wird dabei die Durchführung eines Projekts, für dessen Umsetzung ein junger Absolvent oder eine junge Absolventin mit einschlägiger akademischer Ausbildung (Universität, Fachhochschule) von einem Unternehmen als sogenannte Innovationsassistentin aufgenommen wird. Zwischen Innovationsassistentin und Unternehmen muss ein volles Beschäftigungsverhältnis im Ausmaß von 40 Wochenstunden bestehen. Das Förderprojekt selbst kann dabei entweder zur Entwicklung innovativer Produkte



Jungakademiker unterstützen Klein- und Mittelbetriebe tatkräftig bei der Umsetzung von innovativen Projekten. Foto: Bilderbox.com

oder zur Anwendung zukunftsweisender Technologien, aber auch zur Schaffung moderner, effizienter Organisationsstrukturen im Unternehmen durchge-

führt werden. Zweimal pro Jahr gibt es eine Ausschreibung, wo bis zu 15 Innovationsassistenten bewilligt werden können. Zudem ist eine EU-Kofinanzie-

rung möglich. Um den Herausforderungen ihres neuen Jobs gerecht zu werden, absolvieren die Innovationsassistentinnen und -assistenten im Rahmen dieser Förderung kostenfrei einen umfassenden Universitätslehrgang an der Donau-Universität Krems. Der Lehrgang dauert 18 Tage, die Teilnahme daran ist verpflichtend.

Innovationstag

Der Erfolg der niederösterreichischen Initiative kann sich jedenfalls sehen lassen. Mittlerweile wird bereits der 99. Teilnehmer ausgebildet. Mitte Mai fand an der Donau-Universität Krems ein gut besuchter „Innovationstag“ statt. Neben Impulsreferaten zum Thema wurden auch zahlreiche Workshops abgehalten. *sog*

Weitere Informationen gibt es beim Amt der NÖ-Landesregierung, Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie. Tel. 02742/9005-16101.

Die grüne Welle

Computer-Hersteller weisen ihren Kunden neue Wege für einen maßvollen Umgang mit Ressourcen.

Sonja Gerstl

Green IT steht für die umwelt- und ressourcenschonende Gestaltung und Nutzung von Informationstechnologie.

Das bedeutet einerseits, dass vom Design bis zur Wiederverwertung oder Entsorgung von Hardware auf die verwendeten Materialien und die anfallenden Schadstoffe geachtet wird. Andererseits soll der Energieverbrauch bei der Produktion und Verwendung der Produkte gesenkt werden. Die Anzahl der

eingesetzten Geräte kann darüber hinaus auch durch die optimale Auslastung der IT-Infrastruktur minimiert und somit noch mehr Energie gespart werden. Server zum Beispiel laufen Tag und Nacht durchgehend und benötigen neben dem eigentlichen Betrieb auch jede Menge Strom für die Kühlaggregate.

Selbst bei einer Auslastung von nur 20 Prozent verbraucht ein Server immer noch zwischen 65 und 70 Prozent an Energie. Übrigens: Weltweit

sind Server nur zu knapp 15 Prozent ausgelastet. Die Analysten von Gartner schätzen, dass die Informations- und Kommunikationstechnik-Industrie weltweit für rund zwei Prozent der globalen CO₂-Emissionen verantwortlich ist. So etwa überweist allein der Online-Gigant Google jährlich rund eine Mrd. US-Dollar an seinen Energieversorger. Ein anderes Beispiel: Schon vier Kunstfiguren beim Online-Spiel „Second Life“ verursachen aufgrund der benötigten Serverleistung ebenso viel CO₂ wie

ein realer Mensch. Laut IDC-Research ist für jeden Dollar, der in Computer-Hardware investiert wird, mit zusätzlichen Energiekosten in Höhe von 50 Cent zu rechnen; in vier Jahren werden es bereits 70 Cent sein.

Verbrauch reduzieren

Aber nicht nur der hohe Energieverbrauch, sondern auch Altgeräte belasten die Umwelt. So etwa schätzt die UNO, dass jährlich bis zu 50 Mio. Tonnen Elektronikschrott anfallen. Die gute Nachricht lautet: Bis zum Jahr 2010 werden drei Viertel der Unternehmen beim Einkauf von Computertechnik den Umweltaspekt berücksichtigen. Das erwartet sich zumindest das Marktforschungsunternehmen Gartner. Ein Umdenken in der Branche ist jedenfalls jetzt schon feststellbar. Und das sicherlich nicht zuletzt deshalb, weil bei effizienter Nutzung der Ressourcen ein Einsparungspotenzial von rund 40 Prozent möglich ist.

Jutta Hanle, Unternehmenskommunikationsleiterin bei Kapsch Business Com, betont: „Die Entwicklung und Implementierung von IT-Lösungen im Sinne der Nachhaltigkeit und im Hinblick auf die Reduktion von benötigter Energie ist uns ein großes Anliegen. Unser Ansatz liegt in einem durchgängigen Live-Cycle-Management der eingesetzten Hardware für Clients und Server ebenso wie in deren optimaler Auslastung.“

Virtualisierung und entsprechende Storage-Lösungen spielen hierbei ebenfalls eine große Rolle.“ Erklärtes Ziel all dieser Bestrebungen ist die Vereinfachung und Flexibilisierung der Unternehmensinfrastruktur. Geboten werden Gesamtlösungen in den Bereichen Server, Clients, Drucker, Betriebssysteme und infrastrukturnahe Applikationen. Schließlich bedeutet optimal genutzte IT-Infrastruktur gleiche Leistung bei weniger Stromverbrauch.

Ein weiterer Aspekt betrifft das effiziente Speicher- und Daten-Management. „Wir unterstützen in diesem Bereich bei der Konsolidierung und Virtualisierung aller Daten. Durch bessere Auslastung kann die Speicherinfrastruktur verringert und neue, Strom sparende Hardware eingesetzt werden“, erklärt Hanle.

www.kapsch.net



Ein deutlich reduzierter Energieverbrauch und eine verbesserte Auslastung der einzelnen Systeme stehen im Mittelpunkt der Bestrebungen von Green IT. Foto: Fotolia.com

Umweltfreundliche Sparmeister

Rentables Investment: Green IT-Maßnahmen rechnen sich oftmals binnen kürzester Zeit.

Durch den Austausch alter Hardware gegen Green IT-Komponenten und den Einsatz von Virtualisierungssoftware können Server-Landschaften effizienter gestaltet und die Gesamtanzahl der Server gesenkt werden. Dies bewirkt einen doppelten Effekt: Schließlich sparen Server mit deutlich geringerem Stromverbrauch nicht nur direkt Energie, sondern produzieren auch weniger Abwärme, was wiederum Kosten bezüglich der Klimaanlage reduziert.

Nicht zuletzt die ständig steigenden Strompreise und die anhaltende Klimadiskussion drängen immer mehr Firmen dazu, sich intensiver mit ihrer Stromrechnung und auch mit ihrem Image als umweltfreundliches Unternehmen zu beschäftigen.

Wie hoch das Einsparungspotenzial dank Green IT sein kann, dokumentiert anschaulich ein Rechenbeispiel aus der Praxis: In einem Unternehmen mit

900 Mitarbeitern, die sich über drei Standorte verteilen, soll das Rechenzentrum optimiert werden. Die Informationstechnologie dort umfasst derzeit 25 Server und 120 Blades in Racks, ein Storage-Volumen von knapp 10.000 Gigabyte und die konventionelle Infrastruktur (Network, Bandlaufwerke, Klimaanlage et cetera). In Summe verursacht all das Stromkosten von rund 165.000 Euro pro Jahr.

Enormes Sparpotenzial

Eine umfassende Server-Virtualisierung stand am Anfang der Einsparungsmaßnahmen. Damit wurden in einem ersten Schritt sechs Server und 36 Blades „abgebaut“. Zeitgleich konnte man das Storage-Volumen auf 7500 Gigabyte reduzieren. Fazit: Bereits Phase 1 brachte massive Einsparungen in Höhe von 47.000 Euro pro Jahr. Der zweite Schritt bestand in der Einführung von Green



Green IT-Komponenten und Virtualisierungssoftware drosseln den Stromverbrauch für die EDV. Foto: Fotolia.com

IT-Komponenten. Durch eine Reduzierung der Leistungsaufnahme bei Server (auf 350 Watt) und Blade Server (auf 175 Watt) konnten mit einem Schlag die Stromkosten noch einmal um weitere 35.100 Euro gesenkt werden. In Summe musste das Unternehmen rund 284.000

Euro für Hard- und Software sowie für diverse Services in ihre Rechenzentrumsoptimierung investieren. Dem gegenüber stehen Stromeinsparungen von 82.300 Euro jährlich. Fazit: Nach fünf Jahren beträgt die Gesamtersparnis über 127.000 Euro. sog

Weitere Links

Green IT ist für zahlreiche Infrastrukturhersteller ein wichtiges Thema. Einige sind aktiv an globalen Initiativen beteiligt, andere wiederum haben eigene Projekte zu dem Thema ins Leben gerufen.

„The Green Grid“ ist eine Initiative von IT-Konzernen, die sich für die Entwicklung energieeffizienter Rechenzentren einsetzen. Unter den Gründungsmitgliedern befinden sich Dell, HP, IBM, Microsoft und VMware.

Bei „Climate Savers Computing“ engagiert man sich gemeinsam mit dem WWF für energiesparende PC und Server. Cisco hat zusätzlich zu seiner Teilnahme an globalen Initiativen die Plattform „Grüne IT“ ins Leben gerufen. Hier werden Informationen über Green IT und Klimaschutz gesammelt.

Dem Thema Abfallentsorgung von Elektronik widmet sich „Solving The E-Waste Problem“. Im Rahmen eines UN-Projekts werden hier – neben zahlreichen Forschungsprojekten – vor allem Strategien entwickelt, aber auch Beratung und Unterstützung geboten. Mitglieder haben die Möglichkeit, gemeinsam mit anderen ihre Ideen zu diskutieren und zu evaluieren.

www.thegreengrid.org
www.climatesaverscomputing.org
www.gruene-it.org
www.step-initiative.org

Special Innovation

Rote Karte für das Bargeld

Experten empfehlen die Verwendung von Plastikgeld statt harter Euro bei der „Euro 2008“.

Astrid Kasperek

Nun ist es so weit: Die Menschenmassen strömen zur Fußball-Europameisterschaft 2008, um ihre Favoriten anzufeuern und das eine oder andere Tor bewundern zu können. Rund zwei Mio. Gäste werden hierzulande zu diesem Mega-Sport-Event erwartet. Der Ansturm von Fans und Gästen aus dem In- und Ausland sorgt bei manchem Österreicher aber für gemischte Gefühle. Viele befürchten einen Anstieg der Kriminalität.

„Dass es vermehrt zu Taschendiebstählen kommen kann, lässt sich bei Massenveranstaltungen nicht ausschließen“, sagt Alexander Marakovits, ein „Euro“-Sprecher des Innenministeriums. Er betont aber gleichzeitig, dass in absoluten Zahlen die Anzeigen zwar steigen werden. In Relation zu der höheren Anzahl an Menschen, die sich in den Spielstädten aufhalten, werden die Delikte aber nicht drastisch zunehmen, so die Prognosen der Polizei.

Karte statt Bargeld

„Vorsicht ist auf alle Fälle angebracht“, meint Walter Bödenauer, Leiter der Abteilung Sicherheit in der Pay Life Bank GmbH, die für den bargeldlosen Zahlungsverkehr mit den Karten Maestro, Quick, Master Card, Visa, JCB und CUP und die neue Bankomatkasse zuständig ist. Bei Pay Life nimmt man das Getümmel rund um das sportliche Großereignis zum Anlass, um auf die Vorteile des bargeldlosen Zahlungsverkehrs aufmerksam zu machen und vor der Mitnahme von zu viel Bargeld zu warnen. „Wertgegenstände und Geld sollten immer sicher verwahrt werden“, betont Bödenauer. „So emp-

fehle ich Männern immer, ihre Geldbörse besser vorne in der Hosentasche zu tragen, da es einfacher ist, jemandem unbemerkt die Börse zu entwenden, wenn sie im hinteren Hosensack steckt.“

Die sicherste Methode des Bezahls ist der bargeldlose Geldverkehr, versichert man bei Pay Life. Und Plastikgeld erfreut sich in Österreich steigender Beliebtheit. So rechnet Pay Life im Gesamtjahr 2008 mit einem Umsatzwachstum von zehn Prozent. Im EM-Monat Juni dürfte der Zuwachs gar satte 18 bis 19 Prozent ausmachen, lauten die Prognosen.

Staus bei Bankomaten

Obwohl sich bereits viele Fanshop-Betreiber und auch kleinere Unternehmen mit Bankomatkassen rüsten, wird man auf die Mitnahme von Bargeld bei der „Euro“ aber nicht gänzlich verzichten können, da die kleinen Gastronomiestände in den Stadien und Fan-Zonen nicht mit mobilen Bankomatkassen ausgestattet sein werden. Demnach wird an den Bankomaten rund um die Fan-Zone garantiert Hochbetrieb herrschen.

Doch auch die Banken sind längst „Euro“-reif und haben sich vorbereitet, die Geldautomaten täglich zu befüllen. Zudem sind die Bankomaten mit einer automatischen Wertbeobachtung programmiert, die ein Signal ausstrahlt, um eine rechtzeitige Neuladung zu gewährleisten.

Berührungslose Zukunft

Trotz Ressentiments kleinerer Unternehmer gegen mobile Bankomatkassen erfreut sich die GPRS-gesteuerte Zahlungsdatenübertragung vor allem bei Dienstleistern im Außendienst

(Post- und Zustelldienst) zunehmender Beliebtheit. Die langfristige Zukunft des mobilen Bezahls sieht man bei Pay Life allerdings in einem Technologiemix aus Handy und Near Field Communications (NFC). Damit wird ein berührungsloses Zahlen an Automaten oder Kassen-Terminals möglich.

„Dazu brauche ich nicht unbedingt ein Handy. Es reicht jede Karte, wo ein Chip drinsteckt. Aber natürlich muss man für alle Technologien nach möglichst globalen Lösungen suchen. Diesbezüglich steckt die Entwicklung noch in den Kinderschuhen“, betont Bödenauer.

Sicher im Internet

Relativ weit fortgeschritten ist man bei Pay Life hingegen in puncto Sicherheitsstandards im Bereich E-Commerce. Pay Life bietet für alle Kreditkarten ein Verfahren an, das das Bezahlen im Internet sicherer macht: Die 3D Secure-Technologie ist der neue Sicherheitsstandard für Transaktionen im Internet.

Bei jedem Einkauf weist man sich mit einem selbst gewählten, persönlichen Passwort aus, das den gleichen Stellenwert wie ein PIN-Code hat. Die Regis-



Mit Zahlungskarten zeigt man Dieben die rote Karte und schließt sie aus der „Euro“ aus. Foto: Bilderbox.com

trierung erfolgt rasch und kostenlos online. Sicheres Bezahlen im Internet ist auch mit den Maestro-Bankomatkarten möglich. So befindet sich seit zwei Jahren eine 16-stellige Zahl auf den Bankomatkarten. Den für Online-Zahlungen nötigen Maestro Secure Code können Kunden entweder über das Internet oder die ausgebende Bank be-

ziehen. Dabei bestellt man eine 16-stellige Nummer und einen einmalig gültigen Code (ähnlich einem TAN) für die Registrierung. Auf dem PC zu Hause kann man sich dann registrieren und einen persönlichen Secure Code frei wählen. Im Weiteren können Onlineshopper auch mit Maestro Secure Code zahlen.

www.paylife.at

Sicherheitstipps

- > Geben Sie Ihren Code niemals in ein anderes Gerät ein – nur an Bankomaten, Geldausgabeautomaten, Bankomatkassen und Quick-Lade-Terminals. Auch bei Onlinebanking und im Internet sind weder Code-Eingabe noch Eingabe der Kontodaten notwendig.
- > Bewahren Sie Ihre Maestro-Bankomatkarte sorgfältig auf!
- > Schreiben Sie niemals Ihren Code auf!
- > Beantworten Sie keine telefonischen, schriftlichen oder persönlichen Anfragen nach Ihrem Code oder Ihrer Kartennummer!
- > Achten Sie darauf, dass Ihnen niemand beim Zahlen oder Geldbeheben mit der Maestro-Bankomatkarte und Code über die Schultern sieht.
- > Decken Sie bei der Eingabe das Zahlenfeld ab.
- > Lassen Sie sich beim Zahlen oder Geldbeheben mit der Maestro-Bankomatkarte nicht von Dritten „helfen“!

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

Besserer Schutz für Computer

Neue Bedrohungen aus dem Internet erfordern neue Sicherheitsmaßnahmen für die Informationstechnologie.

Ernst Brandstetter

Die Sicherheit der Informationstechnologie (IT) in Unternehmen gewinnt vor dem Hintergrund zunehmender externer Bedrohungen sowie im Hinblick auf den Datenschutz im Inneren der Unternehmen immer mehr an Bedeutung. Die Fachwelt spricht in diesem Zusammenhang von „Blended Threats“, erklärt Wolfgang Schwarz, der bei Telekom Austria im Marketing Retail die Produktgruppe Business Internet & Services betreut.

Der neue Name der Gefahr wurde laut Schwarz deshalb üblich, weil sich Angriffe auf die Funktionalität und Integrität von IT-Anwendungen längst nicht mehr bloß auf virusinfizierte E-Mail-Dateianhänge konzentrieren. Heute würde sich quasi jeder einzelne IT-Nutzer allein durch die normale Internet-Nutzung einem riesigen und perfiden Gefahrenpotenzial bestehend aus Spyware, Trojanern, Würmern oder neuen und unbekanntem Viren aussetzen. „Durch die rasche und unentwegte Mutation dieser Arsenale wird das Risiko, Opfer einer Attacke aus dem Netz zu werden, zusätzlich potenziert“, konstatiert Schwarz. Gleichzeitig bieten häufig genutzte Applikationen wie P2P Filesharing, Instant Messenger und Remote Access in Firmennetzwerke weitläufige Angriffsflächen für Cyber-Kriminelle.

Mit Hinweis auf dieses Szenario geht die Gartner Group davon aus, dass Mail- und Web-Security bis 2010 zu ei-



90 Prozent aller ankommenden Mails sind bereits Spam. Mailboxen ohne entsprechenden Spam-Schutz sind unbrauchbar und wertlos. Firmen gehen verstärkt in Richtung Managed Services. Foto: Brandstetter

ner konvergenten Dienstleistung verschmelzen werden. Das ist auch durchaus sinnvoll, meint Schwarz: „Bei Privatkunden werden E-Mail-Dienste von den Providern mehrheitlich im Internet-Paket inkludiert angeboten. Hier bietet sich die Verschränkung von Viren- und Spam-Schutz einerseits und einer Filterung des

kompletten Internet-Datenflusses nach schädlichen und produktivitätshemmenden Inhalten in Echtzeit ganz besonders an.“ Die Schlagworte hinter einem künftigen umfassenden Web-Schutz lauten daher eingängig „saubere Leitung“ oder „Secure Access“.

Managed Services

Bei Business-Kunden, wo an die Stelle einzelner Mailboxen Mailserver mit mehreren elektronischen Postfächern treten, wird E-Mail-Schutz heute zu einem marktrelevanten Teil über gemanagte Services abgewickelt. Ein Upgrade hin zu konvergentem Kombischutz von Mail und Web kann im Outsourcing-Modell von hochprofessionellen ASP-Partnern anforderungsgenau auf die Bedürfnisse des Kunden hin durchgeführt werden. Schwarz erklärt: „Die Möglichkeiten für Web-Security umfassen zum Beispiel Schutz vor Malicious Codes (Schad-Software, Anm. d. Red.), vor Exploits (Ausnutzen von Sicherheitslücken in der Nutzsoftware), vor Trojanern (gezielt eingeschleuste „ferngesteuerte“ Schad-Software) und Würmern (in großer Menge und Kopien auftretende Schad-Software), eine mehrstufige Spyware-Abwehr (anhand von Signaturen Vermeidung unbewusster Installation, Blockierung von Downloads und Unterbindung der Spyware-Kommunikati-

on zwischen bereits infizierten PC mit dem Spyware-Server im Internet) und zu guter Letzt Application Filtering nicht autorisierter Anwendungen (etwa P2P Clients).“

Ungeschützt unbrauchbar

Experten gehen davon aus, dass bereits 90 Prozent aller ankommenden Mails Spam und Mailboxen ohne entsprechenden Spam-Schutz unbrauchbar und wertlos sind. Mailbox-Schutz und umfassende Sicherheit für die Nutzung von Web-Applikationen sind im Arbeitsalltag und auch zu Hause unverzichtbar geworden. Die existierenden Maßnahmen reichen jedoch noch immer nicht aus, weil mit der hohen Marktdurchdringung bei externen Medien und mobilen Endgeräten und ihrer stark verbreiteten Nutzung neue Angriffslinien für Hacker, Phisher und andere kriminelle Netzaktivisten eröffnet worden sind.

Beim Einsatz von CDs, DVDs, externen Festplatten, USB-Sticks und den mobilen Endgeräten Laptop, Personal Digital Assistant (PDA) oder Smartphone kommt dem Arbeitsplatzrechner in den Security Policies als „letzte Risikoinstanz“ besondere Beachtung zu. Die Antwort auf diese Form der Bedrohungen ist Desktop-Security, erklärt Schwarz. Hier werden dann alle Kunden-Clients proaktiv vor Sicherheitsrisiken und Netzwerkzugriffe

geschützt. Der Leistungsumfang umfasst dabei klassischen Virenschutz, Personal Firewall und Intrusion Prevention, Spyware-Schutz-Funktionalitäten, Viren- und Spamschutz für E-Mail Accounts, Kindersicherung, Antiphishing, Schutz vor Online-Identitätsdiebstahl und Website-Prüfung in Echtzeit.

Sicherheitstrends

Wichtigster Trend im Sicherheitsdenken ist Security-Konvergenz, also die Zusammenfassung ausgewählter Sicherheitslösungen und -komponenten zu einem Security-Paket auf Basis einer integrierten Hardware-Box. Im Fachjargon wird diese Entwicklung auch Security Appliance genannt. Großen Handlungsbedarf orten Experten und immer mehr IT-Verantwortliche in Unternehmen zudem beim Schutz mobiler Endgeräte: einerseits unmittelbar, durch Installation entsprechender Software, die gegen Datenverluste, die immer häufiger Folge einer mobilen Web-Anwendung sind; andererseits durch umfangreichen Schutz bei mobiler Client-Server-Einwahl über Firewalls, Verschlüsselung der Übertragungswege über VPN oder Extranet-Zugänge und andere Varianten.

Der dritte große Trend sind „Managed Security Services“, also die Auslagerung von IT-Schutz-Dienstleistungen an professionelle Anbieter.

IT-Sicherheit aus Unternehmenssicht

Telekom Austria hat gemeinsam mit neun weiteren IT-Anbietern bei Tech Consult eine entsprechende Studie in Auftrag gegeben, in deren Zuge IT-Entscheidungsträger von insgesamt 150 österreichischen Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern befragt worden sind. Die wichtigsten Resultate der Studie sind: verbessertes Bewusstsein für IT-Schutz, Vorbildrolle Österreichs beim Thema „Mobile Security“, Schutz vor Datenverlusten auf mobilen Geräten und Daten-Recovery (Datenschutz) sowie Identity Management (zielgerichteter Umgang mit Identitäten und Gestaltung von Zugriffsrechten über Authentifizierungstechnologien, proaktive Sicherheitstests über Security Audit, Ethical Hacking und Penetration Testing).

Ferner hat die Studie erhoben, dass sich IT-Security im Rahmen der Gesamt-IT-Investments mit einem Mittelwert von rund zwölf Prozent zu Buche schlägt. Zwei Drittel der befragten Unternehmen geben im Jahr mehr als 10.000 Euro für IT-Security aus. Auf Basis dieser Daten und vorhandener Daten des Marktmodells E-Analyzer hat Tech Consult den Markt für IT-Schutz in Österreich hochgerechnet und kommt für die untersuchte Zielgruppe (Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern) für 2008 auf ein Gesamt-Investment für IT-Security von rund 800 Mio. Euro. Für 2009 wird bei einem Wachstum von 14 Prozent ein Marktvolumen von 913 Mio. Euro erwartet.

www.telekom.at

Special Innovation

Der Ball ist rund

Alle sprechen darüber, jeder schreibt über sie: die „Euro 2008“. Wer am Ball bleiben und mitreden will, braucht Content. APA-Multimedia liefert prompt. Das APA-Sonderpaket zur „Euro“ spielt alle Stückerln.

Astrid Kasperek

Egal ob Nachrichtenportal eines großen Magazins oder Website eines kleinen Wirtschaftsunternehmens – seit Wochen gibt es ein Thema, das überall präsent ist: die „Euro 2008“.

Das öffentliche Interesse am größten Sport-Event in der Geschichte des Landes war bereits lange vor dem Anpfiff enorm. Aus diesem Grund hat die Austria Presse Agentur (APA) schon vor zwei Jahren mit der Planung und Recherchearbeit in den Redaktionen begonnen, um ein umfangreiches Content-Paket für Web, Screens, Print und Mobile anbieten zu können.

„Unzählige Mann-Stunden an Denk- und Recherchearbeit sind hier eingeflossen“, gesteht Marcus Hebein, der Leiter von APA-Multimedia und Geburtshelfer des APA-Content-Sonderpakets zur Fußball-EM 2008. „Es war eine echte Herausforderung. Denn es war von vornherein klar: Ein Text und ein Foto allein reichen schon lang nicht mehr aus, um als attraktives Informationsmedium wahrgenommen zu werden oder um Kunden und User an die Unternehmensweb-

site zu binden“, erzählt Hebein. Und: „Anders als früher steht nicht mehr nur der sportliche Aspekt im Mittelpunkt, sondern das gesamte Umfeld der Europameisterschaft. Berichte aus den Fan-Zonen, Infos über Hooligans, Länder- und Städteporträts et cetera sind genauso relevant für die Berichterstattung geworden wie das Spiel selbst. All diese Anforderungen galt es zu berücksichtigen.“

Info-Kick

Das fertige APA-Euro-Paket spielt jedenfalls alle Stückerln, die man sich als fußballinteressierter Mensch nur wünschen kann. Es beinhaltet Flash-Grafiken für Websites, die neben Porträts und Sehenswürdigkeiten aller acht Austragungsstädte auch Infos zu den Stadien, Einkaufsmöglichkeiten und Nightlife sowohl in englischer als auch in deutscher Sprache liefern. Die Flash-Grafik Live bietet neben sportlichen News zu jedem Spiel einen Live-Ticker und vermittelt so das Gefühl, auch wirklich dabei zu sein.

Bei der Video-Produktion liefern die Reporter der APA Clips von Fan-Meilen, Euro-Partys



Das APA-Europaket hat's in sich: Fußballspieler kommen direkt aufs Handy. Alle Torszenen werden realitätsgetreu nachgestellt. Foto: APA-Multimedia

oder mit Expertenmeinungen. Die Videos sind readymade und damit einfach in Websites oder Screens zu integrieren. Audio-Podcasts mit dem Neuesten vom und abseits des Spielfeldes sind im Angebot.

3D-Grafikanimationen bringen die Spieler aufs Handy-Display. Alle wichtigen Tore werden nachgestellt. Man kann beispielsweise dem Spieler zusehen, wie er aufs Tor zuläuft,

einen Pass annimmt, den Torhüter ausspielt und auf das Tor zielt. Zahlenfreaks können sich auch an statistischen Daten aller Art erfreuen. So wird beispielsweise die Anzahl von Schritten und Laufkilometern einzelner Spieler ausgewertet oder der faulste Spieler der Spielzeit gekürt.

Für den Print-Bereich bietet die APA ebenfalls Readymade-Lösungen: Texte, Interviews,

Bilder, Tabellen oder Grafiken werden als PDF zur Verfügung gestellt und lassen sich problemlos ins eigene Medium integrieren.

Das APA-Multimedia-Team hat aber auch an die Anti-Fußballer gedacht und ein Produkt-Feature namens „Fußballfreie Zone“ kreiert. Es beinhaltet Infos über Alternativprogramme für alle, die Pause vom Ball machen wollen.

Internet-Suche mit intelligentem System

Experte für Netzwerktechnik und Datenbanklösungen erweitert und verfeinert Suchtechnologie für Web-Portale.

Rasch soll es gehen, einfach zu bedienen und möglichst brauchbare Ergebnisse soll es bringen. Die Suche nach bestimmten Inhalten, Dienstleistungen und Produkten im Web hat sich zu einer der häufigsten Tätigkeiten des Geschäftslebens entwickelt. Portal- und Website-Betreiber müssen ständig attraktive Inhalte und Services bieten, um die Verweildauer von Nutzern und die Kundenbindung zu steigern. Es gilt das Gesetz: Je mehr Klicks, desto mehr Einnahmen.

Damit die Suche nach passendem Content nach endlosen Recherchestunden nicht im Nichts versandet, entwickelt die hundertprozentige Tochter der Austria Presse Agentur (APA), die APA-IT Informations Technologie, laufend Erweiterungen und Verfeinerungen ihrer bewährten APA-IT-Power-Search-Suchsystems. Hinter dem Namen APA-IT-Power Search steckt jenes Datenbank-System, das die größte Recherche-

plattform der österreichischen Medienlandschaft (APA-Online-Manager – AOM) füttert. Eine Plattform, die ihren Weg längst aus den Redaktionsstuben heraus gefunden hat und ein unentbehrliches Wissenswerkzeug für Politik und Wirtschaft geworden ist.

Mit Site Search + ist es nun gelungen, auch die von der APA-IT neu entwickelte automatische Spracherkennung und neue Features zur Textsuche benutzerfreundlich zu integrieren. Basierend auf der bewährten Volltextsuche „Power Search“ werden in Bruchteilen von Sekunden Millionen von Daten aus den Datenbanken durchforstet und präzise Ergebnisse geliefert. „Zusätzlich haben wir für Audio- und Video-Content eine Software entwickelt, die gesprochene Sprache erkennt und automatisch einen Index generiert“, erklärt Manfred Mitterholzer, der Leiter des Innovationsbereichs

der APA-IT. So werden derzeit schon rund 90 Prozent der gesprochenen Nachrichten (etwa „Zeit-im-Bild“-Sendungen und Radio-Journale) erkannt und als Text ausgegeben. Das ist vor allem eine große Hilfe für die Medienbeobachtung.

Auch im Bereich der Textsuche wurden mittels Site Search + völlig neue Funktionen wie beispielsweise ein neues

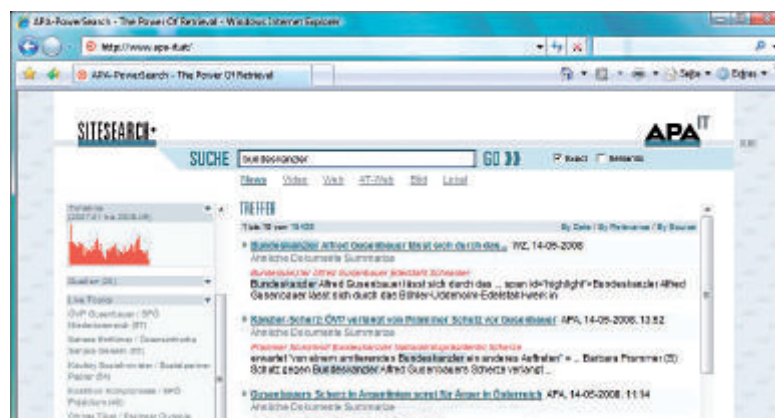
ausgefeiltes Text-Ranking und Themen-Clustering kreiert. Dabei werden die Suchergebnisse mithilfe semantischer Technologien in sogenannten Wissenslandkarten visualisiert, in Themengruppen gebündelt und übersichtlich aufbereitet.

Das Programm erkennt zudem automatisch Personen- und Ortsnamen und verlinkt zu geografischen Landkarten, pas-

senden Grafiken und weiterführenden Informationen über die jeweilige Person. Eine neue und besonders praktische Funktion wurde auch mit der automatischen Text-Zusammenfassung implementiert. Die „Automatic Summarization“ macht es möglich, aus einem beliebig langen Text automatisch eine Zusammenfassung erstellen zu lassen. Wie viele Sätze diese Zusammenfassung enthalten soll, ist frei wählbar. Mit einem Klick werden die wichtigsten Inhalte des Textes komprimiert wiedergegeben. Eine Aufgabe, die technisch extrem komplex, für den Nutzer aber einfach und rasch zu bewerkstelligen ist.

„Die Entwicklung von Site Search + wird kontinuierlich vorangetrieben“, betont Mitterholzer. „Neue Erkennungsmethoden von Video- und Bilddateien sind notwendig. Da wartet noch viel Entwicklungsarbeit auf uns.“ ask

www.apa-it.at



Visualisierung von Suchergebnissen sorgt für raschen Überblick über themenverwandte Inhalte. Foto: APA-IT

Innovationsschub für Kleine

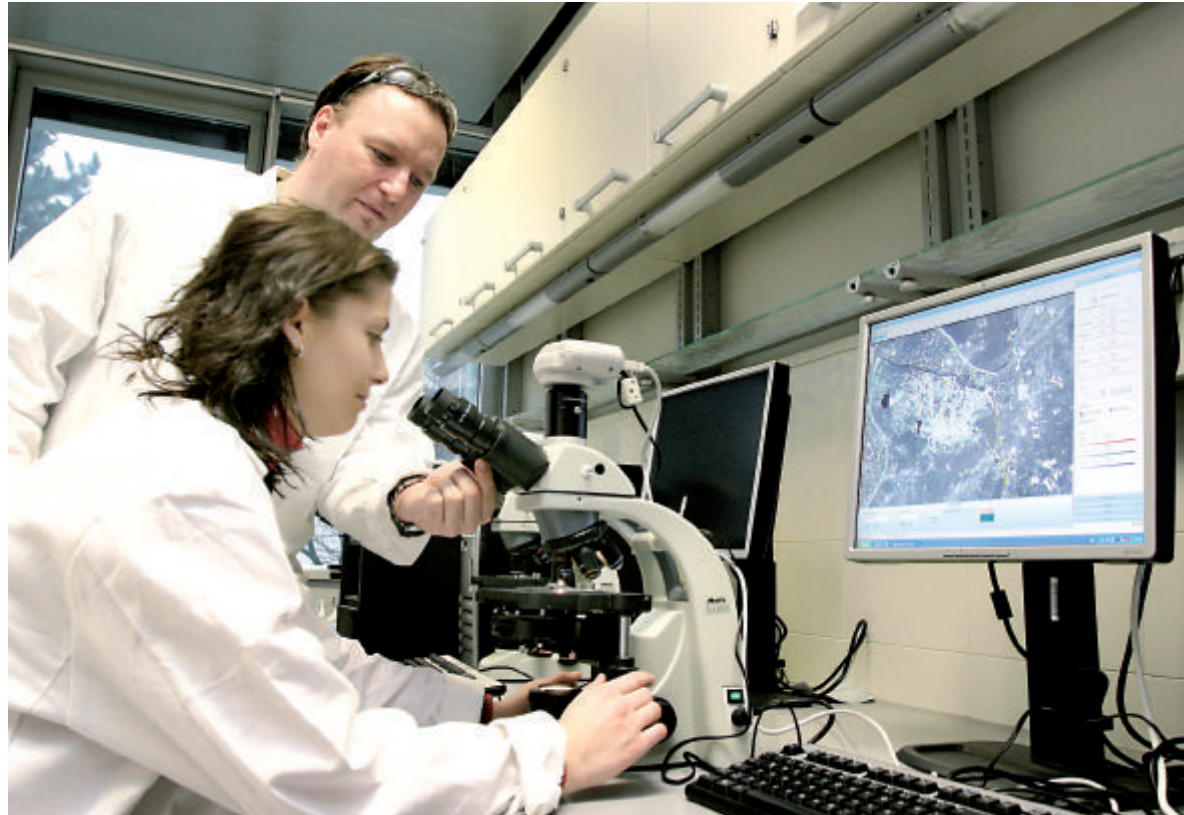
VTÖ und ACR wollen Kleinunternehmen künftig noch stärker in die Innovationslandschaft einbinden.

Ernst Brandstetter

Wenn Österreich seine Lissabon-Ziele erreichen und das Tempo bei technologieorientierten Unternehmensgründungen halten will, müssen verstärkt auch kleine und Kleinstunternehmen in die Innovationslandschaft einbezogen werden. Das bedeutet in vielen Bereichen eine Neu-Orientierung der Förderangebote. Den kleinen Unternehmen sollen verstärkt Hilfen und Anreize geboten werden, ihre innovativen Ideen und Projekte ganz individuell und bei Bedarf mithilfe von Experten entwickeln zu können.

Einen wesentlichen Schritt in diese Richtung bedeutet die Kooperation zwischen dem Verband der Technologiezentren Österreichs (VTÖ) und Austrian Cooperative Research (ACR), der Vereinigung von 17 kooperativen Forschungsinstituten der österreichischen Wirtschaft, erklärt Clemens Strickner, der Generalsekretär des VTÖ.

Im Rahmen einer ersten Informationsveranstaltung im TIC (Technology and Innovation Center) in Steyr wurde die Kooperation Anfang Mai aus der



Geballtes Know-how für zukunftsrichtige Start-ups: VTÖ und ACR wollen Kleinunternehmer künftig noch stärker in die heimische Innovationslandschaft einbinden. Foto: Bilderbox.com

Taufe gehoben. VTÖ-Präsident Wolfgang Rupp betonte dabei die Notwendigkeit, vermehrt auch für Kleinst- und Kleinunternehmen präsent zu sein. Bei

den Verbänden wollen im Rahmen der Kooperation ihre jeweiligen Stärken ausspielen. Rupp erklärte: „Der VTÖ ist die nationale Interessenvertretung des

Netzwerks der österreichischen Impulszentren und dient deren Vernetzung. Mit seinen vielfältigen Aktivitäten unterstützt der VTÖ die regionale Wirtschafts-

entwicklungsfunktion mit zahlreichen Dienstleistungen und Projektarbeiten und trägt so indirekt zur Sicherung und Schaffung innovativer Arbeitsplätze bei. Zusätzlich sieht sich der VTÖ als Verstärker technologiepolitischer Maßnahmen mit starker regionaler Verankerung und damit kompetenter Ansprechpartner für Akteure der Innovationspolitik.“

Gebündelte Kompetenz

Die ACR bündelt seit 1954 spezialisierte, sehr heterogene Forschungs- und Technologiekompetenzen, die vor allem kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zugutekommen, und ermöglicht und unterstützt vor allem besondere Innovationsleistungen des Gewerbes und der Industrie. Die Institute unter dem Dach der ACR kennen den Forschungs- und Entwicklungsbedarf sowie die Funktionsweisen der KMU und können gezielt auf deren Bedürfnisse und Anforderungen eingehen. Ihre langjährige Erfahrung mit der Materie soll nun mit der neuen Kooperation für eine noch breitere Basis zugänglich gemacht werden.

www.vtoe.at

Kompetenz für Tirol

Wechsel an der Spitze von Trans IT: Physikerin folgt Kurt Habitzel.

Sonja Gerstl

Sara Matt-Leubner ist die neue Geschäftsführerin von Trans IT, dem Entwicklungs- und Transfercenter der Universität Innsbruck. Sie ist seit dem Jahr 2004 als Patentberaterin im Projekt-Service-Büro tätig und bringt daher auch entsprechend viel Erfahrung im Bereich der Abwicklung von Kooperationsprojekten zwischen Wissenschaft und Wirtschaft mit. „Mein Ziel in Kooperationsverhandlungen

ist es stets, die Position beider Partner zu verbessern und Rechtssicherheit zu schaffen. Ich bin überzeugt, dass ich dieses Wissen sehr gut nützen kann, um die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Wirtschaft in Tirol und auch darüber hinaus zu stärken“, freut sich Matt-Leubner auf ihren neuen Aufgabenbereich.

Während ihrer Tätigkeit als Patentberaterin war sie darüber hinaus als Beraterin für die Projektantragstellung tätig und ver-

fügt somit auch über fundierte Kenntnisse der regionalen, nationalen und internationalen Förderlandschaft. „Fördergelder sind vor allem für Projekte mit kleinen und mittleren Unternehmen, die keine großen Forschungsbudgets haben, wesentlich. Ich sehe es als eine Kernaufgabe von Trans IT, mit den regionalen Unternehmen zu arbeiten und sie auch beim Einwerben von Fördergeldern zu unterstützen“, betont die neue Geschäftsführerin.

Sara Matt-Leubner wurde 1972 in Hall in Tirol geboren und studierte von 1991 bis 1995 Physik an der Universität Innsbruck. Nach dem 1998 mit Auszeichnung abgeschlossenen Doktorat folgte eine durch zwei selbst eingeworbene FWF-Projekte finanzierte Postdoc-Phase, die 2005 mit einer Habilitation im Fach Experimentalphysik endete. Seit 1999 hält Matt-Leubner Lehrveranstaltungen am Institut für Ionenphysik. Seit 2004 ist sie im Projekt-Service-Büro tätig und bietet dort zusammen mit zwei Kollegen die Vorlesung „Erfolgreiches wissenschaftliches Projektmanagement“ an.

www.transit.ac.at



Die Physikerin Sara Matt-Leubner folgt Kurt Habitzel in der Geschäftsführung von Trans IT. Foto: privat

Einfach lernen

Neue Wege in der Wissensvermittlung.

Von 25. bis 27. Juni findet heuer bereits zum 4. Mal die „Microlearning Conference“ in den Räumlichkeiten von Trans IT in Innsbruck statt. Experten und Praktiker des Microlearnings aus aller Welt treffen sich, um sich über die neuesten Entwicklungen im Bereich digitaler Technologien auszutauschen. Die Konferenz wird von den Research Studios Austria und der Universität Innsbruck veranstaltet.

Virtuelles Klassenzimmer

Das Thema der internationalen Konferenz in diesem Jahr ist „Microlearning & Capacity Building“. „Microlearning 2008“ informiert in diesem Zusammenhang über die neuesten technischen und marktbezogenen Entwicklungen in den Bereichen Classroom without Walls, Microcontent Technologies & Infrastructures, Changes in Workplaces & Enterprises, Mobile Learning & Mobile Web sowie der Evaluation von digitalem Lernen.

Micro Cafe Sessions wechseln sich mit Plenary Keynotes und Workshops ab und bieten den Besuchern der Konferenz vielfältige Kommunikationsfor-

men und Austauschmöglichkeiten. An der Microlearning-Konferenz nehmen Expertinnen und Experten aus Großbritannien, Österreich, USA, Kanada, Deutschland und der Schweiz teil, die sich mit neuen Formen des Lernens beschäftigen. sog

www.microlearning.org



Microlearning, wann und wo man gerade will. Foto: Fotolia.com