

Hightech statt Plastik

Technologie und Innovation sind nicht nur Schlüsselfaktoren für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens oder eines Landes. Intelligente Lösungen und Produkte tragen entscheidend zur Lösung jener Fragen bei, die durch globale Probleme wie den Klimawandel aufgeworfen werden.

Christian Stemberger

Betrachtet man die Auswirkungen, die das Verhalten der Menschheit auf das Gleichgewicht der Erde hat, scheint Verzicht die einzig richtige Antwort zu sein. Wer öfter das Auto stehen lässt und ein paar Schritte zu Fuß geht, trägt gewiss einen Teil zum Klimaschutz bei.

Die Liste individueller Maßnahmen lässt sich fast beliebig verlängern. Wer etwa ein kleineres Auto kauft, verbessert seine persönliche CO₂-Bilanz nicht nur durch den Treibstoff sparenden Betrieb, auch der Ressourcenverbrauch in der Herstellung ist geringer. Und wer seinen Computer öfter einmal ausschaltet, reduziert den Stromverbrauch.

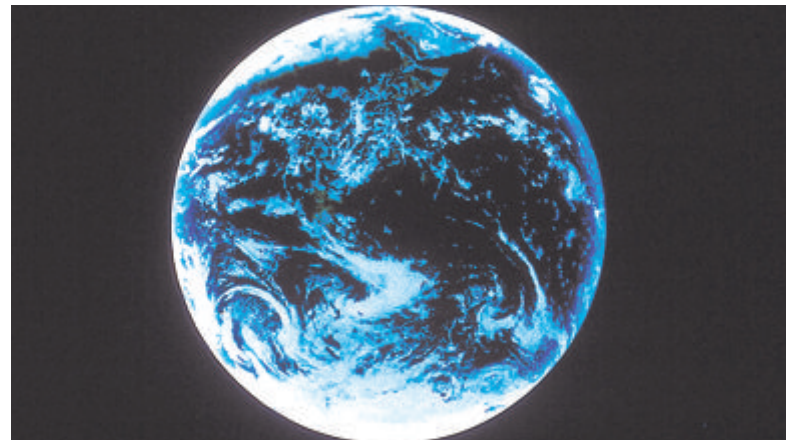
Kein Allheilmittel

Mit diesen persönlichen Strategien kann jeder einen bedeutenden Beitrag leisten, ein Allheilmittel sind sie nicht. Angesichts einer Unzahl von Menschen auf der ganzen Welt, die am Wohlstand teilhaben wollen und sich dabei am ressourcenintensiven westlichen Lebensstil orientieren, können sie immer nur ein Teil der Lösung sein.

Um die Herausforderungen des Klimawandels zu bewältigen, ist daher die nachhaltige Durchgestaltung der Produktlebenszyklen angefangen bei der Entwicklung über die Produktion und den Gebrauch bis hin zur Entsorgung nötig. Dabei muss auch der Benutzer unterstützt werden. Das Ausschalten eines nicht benötigten Gerätes ist zwar ein brauchbarer Ansatz, die Erfahrung zeigt aber, dass das aus Bequemlichkeit oft nicht getan wird. Damit ist gerade niedriger Stromverbrauch im Stand-by-Betrieb wichtig.

Nachvollziehbar

Obwohl gerade für weltweit agierende Unternehmen Nachhaltigkeit längst keine leere Phrase mehr ist, wird das noch oft anders wahrgenommen. Um das Vertrauen wiederherzustellen, sieht Harald Himmer, Generaldirektor von Alcatel-Lucent Austria, die Notwendigkeit tief gehender Veränderungen: „Auch wenn wir noch immer mit den Auswirkungen der Wirtschaftskrise konfrontiert sind, verlangt der dramatische Klimawandel unsere volle Aufmerksamkeit.“ Daher reduziert Alcatel-Lucent die Auswirkungen



Auch wenn es ein Paradoxon zu sein scheint: Technologie macht unseren blauen Planeten grüner. Foto: Photos.com

ihrer Produkte auf Umwelt und Klima so stark wie möglich, allein der CO₂-Fußabdruck des Konzerns soll bis 2020 halbiert werden. Im Mittelpunkt stehen der schonende Rohstoffeinsatz, der weitestgehende Verzicht auf Gefahrenstoffe wie etwa Blei und die Energieeffizienz der Geräte. Aktuelle Produkte von Alcatel-Lucent benötigen zwischen 30 und 50 Prozent weniger Strom als ihre Vorgängermodelle.

„Wir verfolgen einen umfassenden Ansatz“, betont Himmer, „und nehmen dabei auch unse-

re Zulieferer und Partner in die Pflicht.“ Entlang der ganzen Wertschöpfungskette von der Rohstoffgewinnung bis zum Kunden kommt das Nachhaltigkeitsprinzip zur Anwendung und beschränkt sich nicht allein auf den Schutz von Klima und Umwelt. Das zeigt auch der alljährlich ressourcenschonend erscheinende, da nur online verfügbare Nachhaltigkeitsbericht von Alcatel-Lucent, der sich unter anderem auch der Unternehmensethik und der Personalentwicklung widmet.

www.alcatel-lucent.at

1999**11 Jahre economyaustria.at****2010**

Alcatel-Lucent

APA

Cash-Ticket

IBM

IDS SCHEER
Business Process Excellencekapsch >>>
always one step ahead

KONICA MINOLTA

paybox

PayLife

paysafecard
pay cash. pay safe.

wirecard

XR

SER

A1 Telekom Austria

T-Systems

cure

EB

VTG

Cmk.

economyaustria.at

economy
Unabhängiges Thememagazin für Wirtschaft und Bildung

FORMAT

KURIER

WirtschaftsBlatt

Das Special Innovation wird von der Plattform economyaustria finanziert. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy. Redaktion: Christian Stemberger und Sonja Gerstl

Strategische Wohltätigkeit

Heute müssen Unternehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung noch stärker wahrnehmen. Denn im Web 2.0 ist der Ruf schon ruiniert, noch bevor das erste Dementi formuliert ist. Aber gesellschaftliches Engagement ist mehr als nur ein Kostenfaktor, denn es birgt Wachstumschancen.

Christian Stemberger

Blickt man 30 Jahre zurück und vergleicht jene Zeit mit den heute vorhandenen Möglichkeiten, Informationen zu beschaffen, mit anderen Menschen in Kontakt zu treten und sie für eigene Ideen und Ziele zu begeistern, dann erscheint die Vergangenheit armselig. Dieser Eindruck trägt natürlich. Jene Zeit war ebenso geprägt von einer Vielfalt an Meinungen wie sie es heute ist. Auch ohne Chat und Posting wurde heftig diskutiert. Dennoch offenbart der Vergleich wichtige Unterschiede. Früher wurden viele Informationen nur lokal ausgetauscht. Heute verbreiten sich Gerüchte und Meinungen innerhalb weniger Stunden weltweit. Dazu braucht es keine Nachrichtenagenturen.

Informationen fließen unkontrollierbar durch eine Vielzahl kleiner unsichtbarer Kanäle. Und wer heute eine Meinung hat und das Bedürfnis, diese anderen Menschen nahezu bringen, muss sich nicht mehr durch die Hierarchien arbeiten, um Gehör zu finden. Er stellt einfach ein Video auf dem globalen Megafon Youtube online. Wer einen Missstand aufdeckt, gründet eine Facebook-Gruppe und kann innerhalb weniger Tage Tausende Unterstützer finden.

Neue Rahmenbedingungen

Auch für Unternehmen haben sich die Zeiten geändert. Sie nutzen die Web-Technologie, um ihr Geschäft schneller und effizienter abzuwickeln. Aber nur wenige haben begriffen, dass das Web nicht nur ihre Arbeitsbedingungen, sondern auch ihre Rahmenbedingungen drastisch verändert hat.

Hat es vor 30 Jahren noch gereicht, sich an Vorschriften und Auflagen zu orientieren und sich sonst unauffällig zu verhalten, gerät man heute viel schneller und oft aus nich-



Anno dazumal diskutierten die Menschen im Wirtshaus und gingen dann auf die Straße, um ihrem Ärger Gehör zu verschaffen. Heute passiert das daheim vorm Computer – jeder für sich und alle gemeinsam. Foto: Photos.com

tigen Gründen in die Schusslinie. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Anschuldigungen richtig sind. Es stellt sich nur eine Frage: Ist dieses Unternehmen glaubwürdig genug, um den Vorwurf zu entkräften?

Schutzimpfung

Verfügt ein Unternehmen nicht über diese Glaubwürdigkeit, kann es schnell in einen Strudel weiterer Vorwürfe geraten, die Ansehen und damit Unternehmenswert beschädigen. Die einzige Schutzimpfung dagegen ist Corporate Social Responsibility (CSR), die gelebte Verantwortung gegenüber der Gesellschaft.

CSR darf niemals nur als defensive Strategie aufgefasst werden. Und schon gar nicht als ein reiner Kostenfaktor. Tatsächlich betrachten immer mehr Manager CSR als eine Grundlage für nachhaltiges Wachstum, wie eine weltweite Umfrage des IBM Instituts for Business Value ergeben hat. Mit einem dicken CSR-Konzept auf Öko-Papier allein ist es aber nicht getan. „Eine Neudefinition der Unternehmenswerte und ein darauf abgestimmtes lang-

fristiges Engagement ist gefragt“, sagt Leo Steiner, Generaldirektor von IBM Österreich, „dazu sind oft große Umstellungen der Unternehmenspraktiken notwendig.“

Die Anliegen der Kunden müssen besonders stark berücksichtigt werden, betont Steiner: „Aber die meisten Geschäftsführer geben offen zu, dass sie die Kundenerwartungen im gesellschaftlichen Kontext nicht ausreichend verstehen.“

Wer sich von der bloßen Erfüllung der Compliance-Verpflichtungen zur gelebten gesellschaftlichen Verantwortung weiterentwickelt, macht aus einem stark wachsenden Kostenfaktor eine Wachstumschance. Je stärker die CSR-Strategie in die Gesamtstrategie integriert wird, desto höher ist die CSR-Wertschöpfung. Geht man über die bloße Einhaltung der Vorschriften hinaus, gelangt man zur strategischen Philanthro-

pie. Die an der Geschäftsstrategie ausgerichtete Wohltätigkeit bekräftigt das gesellschaftliche Engagement eines Unternehmens. „Sie ist

„Sozial bewusstes Handeln kann und soll auch ein Instrument zum strategischen Wachstum sein.“

LEO STEINER,
IBM ÖSTERREICH

die beste Grundlage für den guten Ruf eines Unternehmens“, sagt Steiner.

Wie es geht, zeigt das World Community Grid: Mehr als 210.000 Menschen weltweit stellen die nicht genutzte Re-

chenkapazität ihrer Computer bereit, um einen virtuellen Supercomputer zu schaffen, der ausschließlich für humanitäre Forschungszwecke eingesetzt wird. Für IBM ist dieses Programm von strategischer Bedeutung. Damit übernimmt sie nicht nur gesellschaftliche Verantwortung, sondern zeigt, wie ihre Technologien zur Lösung globaler Herausforderungen beitragen und stärkt damit ihren Ruf als verantwortungsbewusstes und als innovatives Unternehmen.

www.ibm.at

Die schnelle Daten-Landstraße

Die Digitale Agenda der EU fordert bis 2020 Internet mit 30 Mbit/s für alle Europäer. A1 Telekom Austria investiert in den kommenden Jahren verstärkt in den Ausbau der Netzwerke und verbessert mit hybriden Technologien die Internetversorgung im Sinne der Nachhaltigkeit deutlich.

Christian Stemberger

Unternehmen sind ausschließlich ihrem Eigentümer verantwortlich und ihre einzige Aufgabe ist die Maximierung des Ertrags. So knapp und klar formuliert – so falsch. Natürlich dient ein Unternehmen einem ganz eindeutigen Zweck, und der steht bisweilen auch im Widerspruch zu den Interessen anderer. Aber genau so wie bei einem leibhaftigen Menschen ergänzt sich diese gewinnorientierte Seite mit einer zweiten, die philanthropische Züge aufweist.

Die Wenigsten gehen damit haarsieren. Wer aber einen Blick hinter den Vorhang wirft, ist überrascht ob der Fülle an Anstrengungen, die unter den Begriff Nachhaltigkeit fallen. Sei es die tatkräftige Unterstützung einer Hilfsorganisation, sei es ein Engagement für nachhaltige Mobilität – die Unternehmen bekennen sich zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung, und sie leben sie auch. In den Führungsetagen hat sich bereits die Überzeugung durchgesetzt, dass gesellschaftliche Verantwortung und nachhaltiges Wirtschaften keine kostspieligen Steckenpferde sind, sondern den Wert eines Unternehmens langfristig sichern und sogar stärken.

Hausaufgaben und Innovation

Dabei ist oft eine zweigeteilte Strategie zu beobachten. Einerseits leisten die Unternehmen einen Beitrag zu allgemein anerkannten Zielsetzungen, wie der Durchsetzung von Chancengleichheit am Arbeitsplatz oder der Reduktion von Klimagasen. Andererseits treiben sie die Entwicklung der Gesellschaft dort voran, wo sie besondere Kompetenz besitzen.

Diesen doppelten Ansatz verfolgt auch A1 Telekom Austria. Neben einer nachhaltigen Energiepolitik und

Aktivitäten im Jugendbereich – wie dem Engagement für die A1 Friedensflotte oder die Kinderuni – bemüht sich der größte Telefonie- und Internet-Dienstleister Österreichs um die weitere Verbesserung der Infrastruktur, besonders im ländlichen Raum.

Standortfrage

„Moderne Kommunikationsinfrastruktur hat heute dieselbe entscheidende Bedeutung, die vor 20, 30 Jahren der nahen Autobahnabfahrt und im 19. Jahrhundert der Bahnstation im Ort zukam“, betont Hannes Ametsreiter, der Generaldirektor von A1 Telekom Austria. Eine Gemeinde, die Anschluss an das Datennetz gefunden hat, erfüllt eine grundlegende Standortvoraussetzung und bietet damit bessere Arbeitsplatzchancen. Die Breitbandversorgung trägt aber nicht nur zur Attraktivität des Wirtschaftsstandortes bei, sie wird zunehmend auch als Faktor der Lebensqualität wahrgenommen.

Gleichzeitig kommen auf die Datennetze gewaltige Herausforderungen zu, denn Multimedia, aber auch Geschäftsanwendungen wie Videokonferenzen mit Telepresence brauchen immer mehr Bandbreite. In den vergangenen fünf Jahren hat sich das Datenaufkommen im A1 Netz jährlich verdoppelt, und diese Entwicklung geht ungebremst weiter. „Diese Zuwächse werden wir nur durch eine intelligente Kombination von neuesten Mobilfunktechnologien und Festnetz bewältigen können“, sagt Ametsreiter.

Auf die Datenautobahn

Mit LTE (Long Term Evolution) kommt das Mobilfunknetz der Zukunft schon dieses Jahr nach Österreich. Es ist so leistungsfähig, dass sogar eine Videokonferenz in HD-Qualität aus dem fahrenden Auto



Damit das dörfliche Idyll nicht zur Fassade verkommt, braucht es moderne Infrastruktur – sonst wandern die Jungen ab. Foto: Bilderbox.at

heraus möglich ist, wie bei einer Demonstration im Juni nachgewiesen werden konnte. Tatsächlich sollen Videokonferenzen aber für weniger Verkehr sorgen. Die Formel ist laut Ametsreiter einfach: „Datenverkehr statt Straßenverkehr.“ Durch die virtuelle Zusammenarbeit können dem WWF zufolge bis zu 30 Prozent aller Dienstreisen eingespart werden. Allein A1 Telekom Austria will pro Jahr 2000 eintägige Geschäftsreisen – also ein Viertel – durch Videokonferenzen ersetzen.

Damit Österreich die ambitionierten Ziele der Digitalen Agenda – Zugang zum Breitbandinternet mit zumindest 30 Mbit/s für alle Eu-

ropäer bis 2020 – erreichen kann, investiert A1 Telekom Austria in den kommenden beiden Jahren verstärkt in die Umsetzung des nationalen Breitbandplans. Neben LTE und dem weiteren Glasfaser-Ausbau in den urbanen Ballungszentren rückt dabei eine dritte Technologie ins Blickfeld: VDSL auf Basis bestehender Kupferkabel wird die Glasfaserinfrastruktur ergänzen.

Mit VDSL werden schon 2013 zusätzlich zwei Mio. österreichische Haushalte – und damit deutlich mehr als die Hälfte – mit den von der Europäischen Union geforderten 30 Mbit/s versorgt sein.

www.a1telekom.at

Das Recht auf Ausbildung

Technologiekompetenz verbessert die Zukunftschancen in der vernetzten Gesellschaft – für alle.

Christian Stemberger

„Connect the Unconnected.“ Das klingt nach einem der flotten Werbesprüche, die permanent aus dem Radio schallen. Tatsächlich verbirgt sich dahinter ein wichtiger Teil der Nachhaltigkeitsstrategie der Deutschen Telekom.

Für die Deutsche Telekom ist die Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) nicht nur das ureigenste Geschäftsfeld, sie ist vielmehr eine Schlüsseltechnologie zur Entwicklung und Stärkung der ganzen Gesellschaft und zur Steigerung der Lebensqualität und Wettbewerbsfähigkeit jedes Einzelnen. „Wir wollen möglichst viele Menschen an der vernetzten Gesellschaft teilhaben lassen“, sagt Georg Obermeier, Geschäftsführer der Telekom-Tochter T-Systems in Österreich. Durch Initiati-

ven der Telekom wie die Initiative „Ich kann was!“ erwerben auch Jugendliche aus wirtschaftlich und sozial schwierigen Verhältnissen IKT-Kompetenz und finden den Anschluss an die Informations- und Wissensgesellschaft.

Hoch motiviert

Besonders schwierig ist die Situation unbegleiteter jugendlicher Migranten. Gemeinsam mit dem Verein lobby16, der sich für das Recht junger Flüchtlinge auf Bildung und Ausbildung einsetzt, bietet T-Systems Computerkurse für Jugendliche im Alter zwischen 15 und 20 Jahren an. Die Teilnehmer kommen aus Ländern wie Angola, Somalia, Afghanistan und dem Kosovo. Sprachbarrieren gibt es keine zu überwinden, wie Obermeier erfreut zur Kenntnis nahm: „Alle sprechen sehr gut Deutsch.“ Dass



Gruppenfoto mit besseren Zukunftsaussichten: Die Kursteilnehmer mit Sponsoren, Organisatoren und Trainer. Foto: T-Systems Austria

die Motivation und das Interesse sehr hoch waren, wunderte ihn weniger: „Jugendliche und Computer, das funktioniert fast immer gut.“

„In dieser schwierigen Situation ist Bildung für die jungen Menschen die beste Unterstützung“, zeigt sich Obermeier überzeugt, „und die erfolgreiche Teilnahme am Kurs stärkt ihr Selbstbewusstsein.“ Sie-

ben Teilnehmer des ersten Kurses haben die Abschlussprüfung im Juli geschafft und drei von ihnen interessierten sich für die Lehrlingsoffensive der Deutschen Telekom. Anfang August haben sie bei T-Mobile eine Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann begonnen.

www.t-systems.at
www.lobby16.org

Verantwortung leben

Georg Obermeier über nachhaltiges Engagement für Gesellschaft und Umwelt.

economy: *In der Wirtschaft geht es um Gewinnmaximierung – ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Lippenbekenntnis?*

Obermeier: Die Deutsche Telekom lebt Verantwortung, und ich bin froh, in diesem Unternehmen tätig zu sein. Wir denken langfristig, und das zahlt sich auch aus – für die Allgemeinheit, aber auch für das Unternehmen.

Haben Sie dafür ein Beispiel?

Als Arbeitgeber müssen wir für junge Menschen attraktiv sein. Mit unserem Engagement – wir vergeben etwa einen eigenen IKT-Preis bei „Jugend Innovativ“ – fördern wir die Kompetenz der Heranwachsenden. Wir wecken aber auch bei dem einen oder anderen Talent das Interesse an unserer Branche und

damit einhergehend auch an unserem Unternehmen.

Wer treibt Nachhaltigkeit im Unternehmen voran?

Da treffen sich Führungsebene und Mitarbeiter auf halbem Weg. Generell ist jeder eingeladen mitzumachen. Gerade das aktive Engagement unserer Mitarbeiter überrascht mich immer wieder von Neuem. Auch der Computerkurs für unbegleitete jugendliche Migranten basiert auf dem Vorschlag einer Mitarbeiterin. Wir besprechen geplante Aktionen und sehen, ob sie zu unserem Unternehmen passen. Dann setzen wir sie in der Regel rasch um.

Unternehmen, die sich engagieren, geraten rasch in den Verdacht, auf

die Tränendrüse drücken zu wollen ...

Wir verstecken unsere gesellschaftlichen Initiativen nicht, sehen sie aber auch nicht als Mittel zur Selbstdarstellung. Vielmehr sehen wir uns als Citizen, als Bürger. Wir stehen in einem Austauschprozess mit der Gesellschaft und möchten auch etwas zurückgeben.

Innovationen wie Videokonferenzen haben großes CO2-Einsparungspotenzial. Sind sie die Antwort auf den Klimawandel?

Nur ein Teil der Antwort. IKT kann einen erheblichen Beitrag für eine sauberere Umwelt leisten. Wir alle müssen aber darauf achten, dass diese positiven Effekte nicht durch Mehrkonsum an anderer Stelle verpuffen. *cst*

Zur Person



Georg Obermeier ist Geschäftsführer von T-Systems Austria, einer Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom. Foto: T-Systems Austria

Johannes Bischof: „Vor ein paar Jahrzehnten wurden Tokio und Smog gleichgesetzt. Heute ist die Luft in Tokio besser als bei uns. Als japanischer Konzern orientieren wir uns an japanischen Standards und reduzieren unseren CO₂-Fußabdruck bis Ende dieses Jahres um 20 Prozent.“

Effizient und nachhaltig drucken

Christian Stemberger

economy: *Herr Bischof, Drucker und Kopiergeräte haben den Ruf der Umweltsünder. Zu Recht?*

Bischof: Einmal ein Stigma, immer ein Stigma. Aber das stimmt schon lange nicht mehr. Wir haben die Drucktechnologie in den letzten Jahren massiv verbessert, ein modernes Gerät lässt sich mit einem zehn Jahre alten Laserdrucker nicht mehr vergleichen. Das betrifft etwa den Stromverbrauch im Stand-by wie im Druck, auch die Toner sind heute wesentlich umweltfreundlicher.

Und der immense Papierbedarf?

Papier ist ein grüner, weil nachwachsender Rohstoff. Und die unreinigten Flüsse gehören der Vergangenheit an. Gemessen an den Umweltstandards ist die Papierindustrie heute eine Industrie wie jede andere auch.

Ich kann also ohne schlechtes Gewissen so viel ausdrucken, wie ich will?

Wir unterstützen unsere Kunden mit Optimized Print Services (OPS) dabei, ihre Geräte effizient einzusetzen. Was und wie viel der Kun-

de druckt, muss er selbst entscheiden. Aber alles auszudrucken ist sicher keine kluge Lösung. Das papierlose Büro auf der anderen Seite funktioniert auch nicht. Wir beobachten folgende Entwicklung: In absoluten Zahlen wird zwar immer mehr ausgedruckt. Aber die Anzahl der Dokumente, die wir – großteils elektronisch – produzieren, steigt wesentlich schneller. Wir drucken also einen immer kleineren Teil der produzierten Dokumente aus.

Wie werden Drucker effizient eingesetzt?

Effizient Drucken heißt zum einen, nur genau das zu drucken, was benötigt wird. Etwa Formulare nicht auf Vorrat auszudrucken – nur um sie ungenutzt wegzuwerfen, wenn sie veraltet sind. Zum anderen heißt es, den richtigen Drucker für die richtige Aufgabe einzusetzen. Wenn umfangreiche Dokumente auf einem kleinen Tischdrucker ausgedruckt werden, tut das weder der Geldbörse noch der Umwelt gut.

Wie Sie bereits angesprochen haben, hat sich bei der Technik viel getan.

Ja. Wir reden nicht von kleinen Fortschritten, sondern von sehr großen Schritten. Wir haben zum Beispiel Multifunktionsprinter (MFP), die eine um das Vierfache höhere Energieeffizienz aufweisen als die Geräte, die wir sechs Jahre zuvor auf den Markt gebracht haben.

Ist das ein Trend in der Branche?

Wir sehen uns hier als Vorreiter, wir legen schon sehr lang Wert auf die Umweltverträglichkeit unserer Produkte. Die meisten unserer Modelle sind mit dem Blauen Engel und dem Energy Star ausgezeichnet



Tokio – einst Welthauptstadt der schlechten Luft. Heute kommen aus Japan besonders umweltfreundliche Produkte. Foto: Photos.com

net, und manche verbrauchen nur halb so viel Energie wie die unserer Mitbewerber. Unser Polymer-Toner ist der einzige Toner, der ein TÜV-Zertifikat für Lebensmittelunbedenklichkeit erhalten hat, und wir haben Blei, Brom und Quecksilber aus unserer Fertigung eliminiert.

Woher kommt dieses Engagement?

Sie werden sich vielleicht noch an die Zeit erinnern, als Tokio und Smog gleichgesetzt wurden. Fahren Sie heute nach Tokio, ist dort die Luft besser als bei uns. Als japanischer Konzern orientieren wir uns an den besonders strengen ja-

panischen Umweltstandards. Konica Minolta hat sich bereits 2006 das Ziel gesetzt, seinen CO₂-Fußabdruck bis Ende 2010 um 20 Prozent zu reduzieren – und wir sind auf dem besten Weg.

Wie leben Sie persönlich, Herr Bischof, Nachhaltigkeit?

Privat betreibe ich mehrere Kachelöfen und verwende energiesparende LED-Lampen, wo immer es geht. Ich besitze selbst ein Elektrofahrrad, und im Unternehmen treibe ich persönlich das Thema Elektromobilität voran.

www.konicaminolta.at

Zur Person



Johannes Bischof ist Geschäftsführer von Konica Minolta Business Solutions Austria. Foto: Konica Minolta

SMS an den Stromtankwart

Damit sich nachhaltige Mobilität durchsetzen kann, braucht es mehr als nur moderne E-Mobile. Welche Rolle Mobilfunktechnologie beim Stromtanken spielen wird und warum wir einen virtuellen Mobilitätsmanager brauchen.

Christian Stemberger

Macht sich Axel Puwein auf den Weg zu einem Geschäftstermin, dann schwingt er sich meist auf eines der beiden Dienst-E-Bikes. Dabei treibt Puwein nicht unbedingt der Nachhaltigkeitsgedanke: „Egal wo ich hinfahre, ich komme jetzt entspannter an.“

Puwein beschäftigt sich auch beruflich mit nachhaltiger Mobilität. Sein Arbeitgeber, Paybox Austria, wirkt an der Entwicklung einer flächendeckenden Infrastruktur von Stromtankstellen mit. Damit E-Mobilität alltagstauglich wird, muss landesweit ein dichtes Netz von Ladestationen geknüpft werden, denn: „Den Tank meines Autos befülle ich in einer Minute. Stromtanken ist zeitintensiv.“ Die Errichtung einer Stromtankstelle darf also nicht teuer kommen.

Einfaches Design

Das Ballade-Konsortium, bestehend aus österreichischen Unternehmen wie Cirquent, Everynear, EOX und der Forschungseinrichtung FH Joanneum Kapfenberg, arbeitet an einer kostengünstigen Lösung. Paybox bringt seine bewährte Technologie ein: „Dabei geht es nicht nur um den Bezahlvorgang. Wir steuern mit Mobilfunktechnologie Snack-Automaten, auch dieses Know-how können wir nahtlos auf die Ladestationen übertragen.“

Das Design einer Stromtankstelle ist bemerkenswert simpel.

Kein Display, kein Bedienfeld, kein Schlitz für die Bankomatkarte und auch kein Münzeinwurf – im Grunde ist die Ladestation eine Steckdose mit einem eingebauten GSM-Chip. Das ist der Schlüssel zum Erfolg, betont Puwein: „Der einfache Aufbau bringt geringe Anschaffungs- und Betriebskosten.“ Die Überwachung der Ladestation erfolgt über das Mobilfunknetz, auf dem Weg werden die Tankkunden auch abgerechnet.

Genau so einfach wie das Design ist das Tanken. Wie beim bewährten Handyparken schickt der Kunde einfach eine SMS ab, nur muss er vorher sein E-Mobil an die Ladestation hängen. „Egal, wer die Ladestation betreibt, ich muss immer auf die gleiche Art bezahlen können“, fordert Puwein. „Wenn jeder regionale Anbieter eine Anmeldung verlangt und dem Kunden eine weitere Tankkarte in die Hand drückt, ist das sehr benutzerunfreundlich.“

Vielfalt bringt Lebensqualität

Es kann alles, aber nichts richtig gut: für die Parkplatzsuche zu groß, für den Wochenendausflug mit zwei

„Unkompliziertes Stromtanken ist für die E-Mobilität genauso wichtig wie gute Akkus.“

AXEL PUWEIN,
PAYBOX AUSTRIA

Kindern zu klein – dafür aber sehr kostspielig. Die Zukunft des Verkehrs sieht Puwein zwar nicht im Auto, aber auch das E-Mobil allein ist nicht die Lösung: „Was wäre denn das für eine Lösung, wenn wir ganz sauber im Stau stehen?“ Die Mobilität der Zukunft ist vielfältig – öffentliche Verkehrsmittel, E-Mobile und auch das gute alte Auto. Aber weder Auto



Axel Puweins Lächeln gilt nicht allein der Fotografin. Er lächelt immer, wenn er auf seinem E-Bike sitzt. Foto: Paybox Austria/Ramona Craciun

noch E-Mobil werden unbedingt ein Besitzgegenstand sein. Wir werden zu dem Fahrzeug greifen, das gerade am besten geeignet ist und Tickets oder Mietpreis bequem per Handy bezahlen.

Das Mobiltelefon wird noch mehr können. Es wandelt sich zu einem Mobilitätsmanager. Auf dem Weg zum Bestimmungsort zeigt das Navi am Display eine Verkehrsbehinderung an und leitet zu einer U-Bahn-Station um. Dabei werden nur Ladestationen angezeigt, die noch

nicht belegt sind und die gerade von keinem anderen E-Mobil angesteuert werden. Auf dem Weg zur U-Bahn teilt das Handy dann mit, wann der nächste Zug abfährt, und das Ticket wird beim Einsteigen automatisch gelöst. Im Umstieg vom Auto als alleinige Wahl auf vielfältige Mobilität kann Puwein keinen Verzicht erkennen – außer den Verzicht auf alte Gewohnheiten. Im Gegenteil bedeute mehr Auswahl letztlich auch mehr Lebensqualität.

www.paybox.at

Starkes Content-Management

Atex-Polopoly, eine spezielle Software für zugriffsstarke Medienportale, hält in Österreich Einzug.

Sonja Gerstl

Websites, die über einen umfangreichen und aktuellen Content verfügen und an denen darüber hinaus auch noch mehrere Redakteurinnen und Redakteure zeitgleich arbeiten, brauchen eine besondere Betreuung. APA-IT bietet für diese seit kurzem das Web-Content-Management-System (CMS) Atex-Polopoly an. Diese spezielle Software wurde von Atex, einem führenden Anbieter von Redaktionssystemen mit mehr als 1000 Kunden in 57 Ländern, entwickelt. Die APA-IT hat den Vertrieb und die technische Implementierung für Österreich übernommen.

„Für ein effizientes Management von Content – also Text, Bild, Audio und Video – genügt nicht nur das technische Wissen. Entscheidend ist, über den Workflow eines Kunden Bescheid zu wissen. Nur dann

kann man die bestmögliche Lösung erarbeiten“, erläutert Gerald Klima, Geschäftsführer von APA-IT, das Anforderungsprofil. Atex-Polopoly ist auf die kontinuierlich steigenden Anforderungen des digitalen Publizierens ausgerichtet.

Vernetzung inklusive

Das System ist derzeit bei umfangreichen und trafficstarken europäischen Sites wie etwa der *Neuen Zürcher Zeitung*, der *Süddeutschen Zeitung* und der ProSiebenSat.1-Gruppe im Einsatz. Ein großer Vorteil von Atex-Polopoly liegt auch in den einfachen Möglichkeiten der Vernetzung mit anderen Systemen, etwa zum Austausch von Content, Abrechnungsinformationen und anderen Unternehmensdaten – sofern das gewünscht ist. Klima: „Wichtig für uns ist der Weg zur Lösung. Es geht darum festzustellen, was der Kunde braucht und welches Ergeb-



Trafficstarke Sites benötigen eine spezielle Software. Foto: Photos.com

nis er letztendlich haben will. Erst wenn das abgeklärt ist, können wir

in einem weiteren Schritt sagen, welche Lösung am besten zu ihm passt. Es ist eher selten, dass wir eine Applikation aus der Schublade ziehen, die Lösungen müssen immer an die Bedürfnisse des Kunden angepasst werden – nicht umgekehrt.“

Klima freut sich, mit Atex eine starke Partnerschaft einzugehen: „Mit Polopoly können wir unseren Kunden eine absolute Top-Lösung für Medienportale und andere zugriffsstarke Websites anbieten.“ Und Franz Fleck, General Manager von Atex Deutschland, betont: „Wir sind froh, mit der APA-IT einen Partner gefunden zu haben, der in seinen Heimmärkten viel Erfahrung hat und – als Tochterunternehmen einer großen Nachrichtenagentur – die individuellen Bedürfnisse der Medien im Land sehr gut kennt.“

www.apa-it.at

Social Media als Meinungsbildner

Unternehmen entdecken Foren, Chatrooms, Blogs und Co als wichtige Informationsquellen.

Medienportale, Websites, Weblogs, Newsgroups, Foren, Chatrooms, Messageboards etc. Es wird immer schwieriger, im WWW den Überblick zu behalten. Vor allem gilt das für Social Media, den quasi privaten Bereich des Internets. Themen und Trends, die über diese Portale verbreitet werden, dienen aber nicht nur dem individuellen Entertainment, sie tragen auch entscheidend zur öffentlichen Meinungsbildung bei.

APA-DeFacto bietet als integralen Baustein ihrer umfassenden Medienbeobachtung seit kurzem einen speziellen Service für Business-Kunden, nämlich Internetbeobachtung inklusive Social Media. Waltraud Wiedermann, Geschäftsführerin von APA-DeFacto: „Je

komplexer die Informationsgesellschaft, desto stärker das Bedürfnis nach Überblick, nach einfachen, nutzerfreundlichen Lösungen. Insbesondere Social Networks und unzählige Blogs stellen Herausforderungen dar – effektiv für den Einzelnen, aber unkontrollierbar für Unternehmen? Modernes Wissensmanagement setzt genau hier an und bietet die Sicherheit, keine wesentliche Entwicklung der öffentlichen Meinung zu versäumen.“

Stimmungsbarometer

Der Social Media-Service funktioniert zumindest für den Kunden denkbar einfach: Er gibt bekannt, welche Begriffe wie Firmennamen, Produkte o.ä. ihn interessieren, APA-DeFacto liefert ihm den



Worüber in Weblogs, Foren und Chatrooms diskutiert wird, interessiert nicht nur User, sondern auch Unternehmen. Foto: Photos.com

benutzerfreundlich aufbereiteten Überblick. Im Hintergrund leisten Social Media-Experten freilich Schwerstarbeit, gilt es doch, jede Menge Kriterien zu berücksichtigen, Traffic ist nur eines davon. Durchsucht werden vorerst Inhalte

von öffentlich zugänglichen Social Media-Bereichen wie Facebook und Twitter. Interessierte können unter www.gutenmorgen.apa.at einen Blick auf die Tools von APA-DeFacto werfen. *sog*

www.apa-defacto.at

Automatisierte Arbeitsabläufe

Enterprise Content Management sorgt für einen optimalen Dokumenten- und Informationsfluss.

Sonja Gerstl

Die Raiffeisen-Leasing, eine Tochtergesellschaft der Raiffeisen-Bankengruppe, ist seit 40 Jahren erfolgreich im In- und Ausland tätig. Für einen reibungslosen Ablauf des Business sorgt im Hintergrund SER Solutions Österreich.

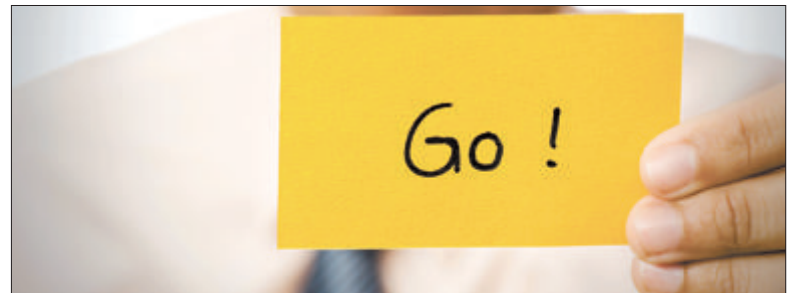
Schnelle Zugriffe

Der Spezialist im Bereich Business Process Management für Daten und Dokumente hat für Raiffeisen-Leasing die DOXiS iECM-Suite implementiert. Über diese laufen jegliche Dokumente, die Kunden und deren Leasingverträge betreffen. Das garantiert einen transparenten und schnellen Zugriff auf Kundeninformationen. Im Zuge eines weiteren Projekts, das die interne Geschäftsprozessoptimierung zum Ziel hatte, kam schließlich auch noch DOXiS Workflow hinzu. Durch die Verwendung der SER Workflow

Komponenten besteht nun die Möglichkeit, die Prozesse strukturiert abzuarbeiten. Darüber hinaus ermöglichen diese auch eine Management-Sicht auf die einzelnen Abläufe. So können sehr effizient die Erreichung der internen Qualitätskriterien gemessen und der Prozess laufend optimiert werden. Ein weiterer wesentlicher Schritt war die Einführung von Massenscanning. Bis zu diesem Zeitpunkt mussten Dokumente manuell eingescannt werden, was äußerst zeitintensiv war. Jetzt haben die Sachbearbeiterinnen und -bearbeiter wieder mehr Zeit fürs Kerngeschäft.

Gesteigerte Produktivität

Unstrukturierte Kunden- und Firmendaten können Unternehmen teuer zu stehen kommen. Enterprise Content Management, kurz: ECM, zählt deshalb mittlerweile zu den Basics moderner Geschäftsprozesse, schließlich sorgt es für einen



Auf Knopfdruck griffbereit: Wer nicht ewig in Aktenbergen kramen muss, arbeitet effizienter. Foto: photos.com

optimalen Dokumenten- und Informationsfluss. So etwa erspart allein der schnelle und einfache Zugang zu Informationen bis zu 30 Prozent wertvolle Arbeitszeit. Ebenso wird durch die Automatisierung von Arbeitsabläufen und die integrierte Informationsbereitstellung in vorhandenen Systemen die Produktivität gesteigert. Automatisierte Prozesse helfen aber nicht nur dabei, Zeit, Geld und meistens auch Nerven zu sparen, sie garantieren

zudem die Qualität der geleisteten Arbeit, die Erfüllung von Standards sowie rechtliche und regulative Anforderungen. DOXiS4 bietet gebrauchsfertige Lösungspakete für mittlere und große Unternehmen unterschiedlichster Branchen und sorgt für eine perfekte Büroorganisation auf Basis elektronischer Dokumente, Vorgänge und Akten. Die einfache Administration entlastet die firmeneigene IT-Abteilung.

www.ser.at

Effizientes Papier-Management

Mit „Alles-aus-einer-Hand“-Lösungen lassen sich Druck- und Kopierkosten sparen.

Eine über Jahre gewachsene – und in die Jahre gekommene – unternehmenseigene Drucker- und Kopierlandschaft verursacht meistens primär eines: nämlich exorbitant hohe Kosten.

Neben dem Anschaffungspreis, der in Regel nur etwa 20 Prozent dieser Summe ausmacht, geht es dabei vor allem um zeitaufwändige Wartung, Verwaltung und Administration. Unterschiedliche Systeme, Treiber und Bedienkonzepte beschäftigen die IT-Supportabteilung, Verbrauchsmaterialien werden teuer bei verschiedenen Herstellern gekauft und binden Kapital und Lagerfläche. Dass es auch deutlich günstiger und ressourcenschonender

gehen kann, zeigen „Alles-aus-einer-Hand“-Lösungen wie die Optimized Print Services, kurz OPS, von Konica Minolta. „Unser Optimized Print Services-Programm steht für ein umfassendes und effizientes Management von Druckerlandschaften. Ziel ist es, Kosten zu reduzieren und Prozesse zu optimieren“, erklärt Johannes Bischof, Geschäftsführer von Konica Minolta Business Solutions Austria.

Das OPS-Konzept vereint maßgeschneiderte Lösungen mit professionellem Support und eingehender Beratung. Die Möglichkeiten reichen vom einfachen Wartungsvertrag bis zum kompletten Outsourcing des Drucker-Managements.

Am Markt haben sich die Optimized Print Services von Konica Minolta bereits erfolgreich etabliert. Zuletzt galt es, die Outputlandschaft eines mittelständischen Wiener Unternehmens aus dem Bereich der Konsumgüterindustrie zu optimieren.

Mehr Leistung

Die Bestandsaufnahme von Konica Minolta ergab, dass im Unternehmen 63 verschiedene Drucker, Multifunktionsgeräte und Faxgeräte verschie-

dener Hersteller im Einsatz waren. Vier Monate später steht den 180 Büromitarbeitern nunmehr eine kleine, aber leistungsstarke Flotte an Multifunktionsgeräten zur Verfügung. Durch das neue System sind die Druckkosten um 23 Prozent und der CO₂-Verbrauch um 19 Prozent gesunken, während

„Ziel ist es, Kosten zu reduzieren und Prozesse zu optimieren.“

JOHANNES BISCHOF,
KONICA MINOLTA

gleichzeitig die Geräteverfügbarkeit um 35 Prozent gesteigert werden konnte. *so*

www.konicaminolta.at

Sicherheit hat absolute Priorität

Raiffeisen Informatik positioniert sich in den Sparten Internet Security und Identity Management.

Sonja Gerstl

Gezielte Maßnahmen gegen Sicherheitsbedrohungen durch die globale Vernetzung über das Internet und Identity Management zählen derzeit zu jenen Services, die bei Raiffeisen Informatik noch mehr als das bisher ohnehin schon der Fall war, nachgefragt werden. Unternehmenssprecherin Ursula Freiseisen-Pfneiszl: „Die Raiffeisen Informatik-Mitarbeiter können zu diesen Themen Erfahrungen und Know-how aufweisen wie kein anderes Unternehmen in Österreich.“

Wie ernst es Raiffeisen Informatik mit ihren Bemühungen ist, dokumentiert nicht zuletzt deren Beitritt zum internationalen Netzwerk FIRST. Dieses hat es sich zur Aufgabe gemacht, virtuelle Bedrohungen mit realen Konsequenzen, kurzum WWW-Sicherheitsvorfälle, zu erkennen, zu bearbeiten und

vorbeugende Maßnahmen dagegen zu treffen. Raiffeisen Informatik ist als erster österreichischer IT-Anbieter offiziell Mitglied von FIRST und reiht sich damit in die Liste namhafter Unternehmen wie unter anderem Google, Microsoft, Cisco und Oracle. Eine eigene Expertencrew, das „Raiffeisen Informatik Computer Emergency Response Team“, kurz: CERT, wurde dafür ins Leben gerufen. Wilfried Pruschak, Geschäftsführer der Raiffeisen Informatik: „Diese direkte weltweite Vernetzung in Bezug auf Sicherheitsvorfälle bedeutet, einen Vorsprung zu haben – nur wer diesen Vorsprung hat, kann den Wettlauf gegen die Computerkriminalität gewinnen!“

Raiffeisen Informatik ist darüber hinaus auf europäischer Ebene bei „Trusted Introducer“ gelistet und in das „Inventory der European Network and Information Security Agency“ (ENISA) als österreichischer Ansprechpartner und



Security bleibt für die IT das bestimmende Thema. Foto: photos.com

Security Agency“ (ENISA) als österreichischer Ansprechpartner und

Sicherheitsexperte eingetragen worden.

Sichere Bank

Nicht weniger erfolgreich präsentiert sich Raiffeisen Informatik im Bereich „Identity Management“. Im vergangenen Herbst konnte man die Ausschreibung zur Einführung neuer Mitarbeiterausweise bei der Österreichischen Nationalbank für sich entscheiden. Das Identity und Access Management Competence Center (IAM CC) überzeugte mit seiner Erfahrung und fachlichen Kompetenz und setzte sich bei einer europaweiten Ausschreibung gegen andere Big Player der Branche durch. Im April wurde der Pilotbetrieb aufgenommen, seit dem Sommer verfügen alle Mitarbeiter der Nationalbank über Dual-Hybrid-Karten. Insgesamt kommen rund 2000 Karten zum Einsatz.

www.raiffeiseninformatik.at

Durch die Bank die beste Lösung

Kapsch implementiert für Schoellerbank ein zukunftssicheres Zutritts- und Zeiterfassungssystem.

Prozessverbesserungen bilden die Basis für jedes erfolgreiche Projekt. Mit einer neuen Zutritts- und Zeiterfassungslösung hat Kapsch BusinessCom gemeinsam mit der Schoellerbank ein solches umgesetzt.

Die Schoellerbank ist eine österreichische Privatbank mit langer Tradition. An die Kapsch BusinessCom wandte man sich deshalb, weil das hauseigene Zutritts- und Zeiterfassungssystem zunehmend wartungsintensiver und damit auch zu einem immer größeren Kostenfaktor wurde. Eine neue Lösung musste also her – eine, die höchste qualitativen Anforderungen in puncto Sicherheit und Zuverlässigkeit erfüllt und zukunftssicher ausgelegt sein sollte.

Konkret: Die Investition in die neue Anlage sollte sich für einen Zeitraum von fünf bis zehn Jahren rechnen, eine einfache Wartung ermöglichen und auf die vorhandene Schlösser-Infrastruktur aufbauen. Außerdem sollten die bisher getrennten Systeme für Zutritt und Zeiterfassung zusammengelegt werden und die Verwaltung des landesweiten Systems künftig zentral erfolgen.

Massive Kostenersparnis

Gemeinsam mit der Miditec Datensysteme GmbH implementierte Kapsch ein System, das 65 Zutrittspunkte umfasst und 20 Zeiterfassungsterminals, ausgelegt auf rund 500 Mitarbeiter. Bernhard Litschauer, verantwortlicher Kapsch-Pro-



Gerade bei Banken sind erhöhte Sicherheitsmaßnahmen zu treffen. Das gilt auch für Zutritts- und Zeiterfassungssysteme. Foto: photos.com

jektmanager: „Durch die Zusammenlegung der Zutrittskontrolle und Zeiterfassung können massive Wartungs- und Verwaltungskosten eingespart werden.“ Die neuen Mitarbeiter-Karten wiederum bieten

neben den Basisfunktionalitäten für Zutritt und Zeiterfassung auch noch andere Optionen wie „Bargeldlose Zahlung“ oder „Zugriff auf Netzwerkdrucker“. sog

www.kapsch.net

Happy Birthday, Big Spender!

Während allerorts die Anzahl der Automaten schwindet, erfreut sich einer nach wie vor ungetrübter Beliebtheit. Einer der wenigen, der immer da ist, wenn man Geld braucht ... Heuer feiert der Bankomat seinen 30. Geburtstag.

Sonja Gerstl

Der allererste seiner Sorte stand bevorzugt der New Yorker Unterwelt Ende der 30er Jahre des letzten Jahrhunderts zur Verfügung, mangels breiterer Akzeptanz allerdings lediglich für ein halbes Jahr. In London freute man sich 1967 über die erste „automated teller machine“, aber seinen eigentlichen Siegeszug quer über den Globus trat der Geldautomat, so der offizielle Name, dann allerdings in den 1970er und 1980er Jahren an – ausgestattet mit ausgereifter Technik und simpler Handhabung.

Hierzulande wurde der erste Bankomat am 8. September 1980 in der Wiener Schottenfeldgasse seiner Bestimmung übergeben. 30 Jahre alt und immer noch heiß begehrt, ist der Bankomat mittlerweile nicht mehr aus unserem Leben wegzudenken. Einer seiner Erfinder konnte das österreichische Jubiläum nicht mehr mitverfolgen. John Shepherd-Barron starb einige Monate zuvor im Alter von 84 Jahren in Nordschottland. In einem BBC-Interview erklärte er, dass ihm die Idee dazu derin in der Badewanne gekommen sei: „Es musste einen Weg geben, wie ich an mein

Geld kommen konnte, überall in der Welt oder in Großbritannien.“ Shepherd-Barron dachte dabei an eine Art Süßigkeiten-Automaten, der mit Bargeld gefüllt werden sollte. Mittlerweile gibt es mehr als 1,7 Millionen Geldautomaten weltweit. Die

Funktionsweise ist bei allen Geräten, trotz unterschiedlicher Hersteller, dieselbe.

Sichere Transaktion

Wer Geld abheben will, schiebt seine EC- oder Kreditkarte in den Kartenleser, der Computer leitet die darauf gespeicherten Informationen an das Rechenzentrum der Hausbank weiter, welches ihrerseits dann die Geheimzahl anfordert. Nach Eingabe selbiger wählt man den gewünschten Betrag, im Gerät beginnt es zu rattern, aus den Geldkassetten werden so lange die einzelnen Scheine genommen, bis der gewünschte Betrag erreicht ist. Nach Entnahme der Karte erhält man die Scheine im Geldausgabefach. Vergisst man darauf, das Geld zu entnehmen, wandern die Scheine nach einer gewissen Zeit in eine separate Geldkassette. Die gesamte Transaktion wird von einer integrierten Kamera aufgezeichnet.

Österreichweit wurden 1980 insgesamt 35 Geräte angebracht, für eine Flächendeckung ging man damals von etwa 300 bis 400 Geräten aus. Fünf Jahre später folgten dann die ersten Foyer-Automaten. Heute gibt es 7650 Bankomaten im gesamten Land – und 7,7 Mio.

Maestro-Bankomatkarten. Im Vorjahr wurde 139,5 Mio. Mal mit österreichischen und 10 Mio. Mal mit ausländischen Karten Geld abgehoben. „Die österreichischen Banken und PayLife haben mit der flächendeckenden Einführung von Banko-

„Die Annehmlichkeiten des bequemen und sicheren Kartenzahlens sind nicht mehr wegzudenken.“

PETER NEUBAUER,
PAYLIFE



Egal, wann und wo: Bargeldloser Zahlungsverkehr via Bankomatkarte ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Foto: PayLife

maten und Plastikgeld vor 30 Jahren einen wichtigen Beitrag für Österreichs Konsumenten und die Wirtschaft in unserem Land geleistet“, ist Peter Neubauer, Vorsitzender der Geschäftsführung von PayLife, überzeugt. Und: „Die Annehmlichkeiten des bequemen, sicheren und modernen Kartenzahlens sind heute gar nicht mehr wegzudenken.“ 1987 wurde die Bankomatkarte um eine wichtige Funktionalität erweitert: das Bezahlen am Point of Sale (POS). Diese Zahlungsform hat sich

in den letzten Jahren im Tourismus, im Handel und Dienstleistungssektor Österreichs weitgehend durchgesetzt und schreibt Jahr für Jahr Pluszahlen bei Transaktionen und Umsätzen. Neubauer: „Seit 30 Jahren arbeitet PayLife an der Etablierung von Karte, Kasse oder Bankomat und war von Anbeginn an die Nummer eins rund um bargeldloses Bezahlen. Heute und in Zukunft profitieren die Konsumenten von diesen 30 Jahren Erfahrung.“

www.paylife.at

Zahlungen ohne Bankkonto

Prepaid-Zahlungslösungen garantieren maximale Flexibilität und Sicherheit.

Sonja Gerstl

Sicherheit wird in vielen Lebensbereichen groß geschrieben und ist, vor allem wenn es um Online-Shopping geht, ein Thema. Bezahlen im Internet ist nach wie vor keine Selbstverständlichkeit.

Exakt hier hat die Paysafecard Group vor zehn Jahren angesetzt: Mit der Entwicklung der Online Prepaid-Zahlungslösung paysafecard wurde es Konsumenten ermöglicht, einfach, schnell und sicher im Internet zu bezahlen.

Überziehung unmöglich

Mittlerweile bietet das Unternehmen eine breite Produktpalette an Prepaid-Zahlungslösungen an. Einerseits handelt es sich hierbei um Prepaid-Vouchers, die zum Beispiel bei Tankstellen oder Trafiken gekauft werden können, andererseits bietet das Unternehmen Pre-



Bargeldloser Zahlungsverkehr ganz ohne Bankomat- und Kreditkarte setzt sich immer mehr durch. Foto: paysafecard

paid MasterCard-Produkte an, wie etwa die YUNA Card und die Happy Schenkkarte. Alle Zahlungslösungen der Paysafecard Group haben eines gemeinsam: Sie sind nicht an ein Bankkonto gebunden und stehen vor allem bei sicherheitsbewussten Konsumenten hoch im Kurs.

„Wie wir aus Kundenbefragungen wissen, scheuen viele es, Daten einer klassischen Kreditkarte oder ihre Kontodaten im Internet anzugeben. Prepaid-Produkte, die nicht an ein Konto gebunden sind, sind deshalb eine gute Lösung“, erklärt Michael Müller, CEO der

Paysafecard Group. Ein weiterer Sicherheitsfaktor ist die Kostenkontrolle. Mit Prepaid kann man nur den Betrag ausgeben, um den man die Karte gekauft hat bzw. über die Summe, mit der man die Karte aufgeladen hat. Eine Überziehung ist nicht möglich. „Für viele Konsumenten ist das ein wichtiger Aspekt, da im Vorhinein entschieden werden kann, wie viel Geld für bestimmte Aktivitäten zur Verfügung steht“, so Müller. YUNA Card und Happy Schenkkarte können überall verwendet werden, wo MasterCard akzeptiert wird. Das sind weltweit 30 Mio. Akzeptanzstellen. Müller: „Alternative Zahlungsmethoden sind unaufhaltsam auf dem Vormarsch. Sicherheit und einfache Handhabung sind dabei Erfolgsfaktoren, die sowohl für den Konsumenten als auch für den Webshop entscheidend sind.“

www.paysafecard.com

Das Handy als Geldbörse

Rechnungen begleichen via Paybox: Hohe Sicherheitsstandards und Jugendschutzmaßnahmen.

Bezahlen mit dem Handy gehört zu den sichersten bargeldlosen Zahlungsmethoden. Erst im Vorjahr wurde das in einer Vergleichsstudie vom Österreichischen Institut für angewandte Telekommunikation, ÖIAT, bestätigt. Jochen Punzet, CEO von Paybox Austria: „Paybox erfüllt damit die zwei wesentlichen Kriterien für ein Online-Zahlungsmittel – rasche und unkomplizierte Abwicklung sowie höchste Sicherheit.“

Die Gründe dafür, warum eine Zahlung mit dem Handy so sicher ist, sind offensichtlich: Bezahlt man beim Online-Shopping mit dem Handy, werden keine Zahlungsdaten über das Internet übermittelt. Es muss lediglich die Handynummer eingegeben werden, wodurch keine

sensiblen Daten wie Namen oder Kontonummer gespeichert werden. Außerdem sind bei Paybox unzulässige Mehrfachbelastungen und Missbrauch durch Phishing, wie sie im Internet immer wieder vorkommen, technisch ausgeschlossen, da jede Zahlung per Anruf oder SMS bestätigt werden muss.

Hoher Sicherheitsstandard

Der Sicherheitsstandard ist so hoch, dass mittlerweile auch Banken das Handy als ein vom Internet getrenntes Instrument nutzen, um Online-Überweisungen zu bestätigen. Einen wichtigen Platz im Sicherheitskonzept nimmt der Jugendschutz ein. Das Handy ist im Alltag von Kindern und Jugendlichen zu einer Selbstverständlichkeit



Bei Zahlungen mit dem Handy werden keine sensiblen Daten wie Namen oder Kontonummern gespeichert. Foto: photos.com

geworden. Punzet: „Da ist es naheliegend, dass sie auch mit dem Handy bezahlen.“ Bei Zigarettenautomaten und anderen kritischen Bereichen wie Glücksspiele, Werten und Erotik gibt es eine alters-

abhängige Nutzungseinschränkung. Eltern können sich also – relativ – entspannt zurücklehnen, wenn ihre Sprösslinge wieder einmal online mit dem Handy bezahlen. www.paybox.at

Sicherer Online-Zahlungsverkehr

Bezahlen übers Internet ist nicht nur für Konsumenten ein Thema. Auch Händler stellen monetäre Transaktionen mitunter vor Herausforderungen. Wer auf Nummer sicher gehen will, nimmt die Hilfe von Spezialisten in Anspruch.

Sonja Gerstl

Die Wirecard CEE, vormals Qenta, ist Teil des international agierenden Wirecard-Konzerns und Kompetenzzentrum für Österreich und die CEE-Märkte (Central and Eastern Europe). Mit über 1000 Händlern ist Wirecard CEE Österreichs marktführender Payment-Service-Provider und hat Anbindung an mehr als 20 nationale und internationale Zahlungsmittel.

Roland Toch, Geschäftsführer von Wirecard CEE: „Aufgrund der steigenden Anforderungen im E-Payment macht es für Händler Sinn, auf Spezialisten zurückzugreifen, die tagein, tagaus in diesem

Bereich tätig sind. Dadurch erreichen Händler höhere Leistung und Qualität und sie können sich besser auf ihre Kernkompetenzen, nämlich den Verkauf von Waren und Dienstleistungen im Internet konzentrieren. Allein durch den Wegfall von eigenem Aufbau des Know-hows im Bereich E-Payment ergibt sich für den einzelnen Händler eine enorme Kostenreduktion.“

Risiken berücksichtigen

Klar kalkulierbare Kosten, eine schnellere Reaktion auf Veränderungen im Bereich E-Payment, keine Investments in Soft- und Hardware sowie deren notwendige Updates und klar definierte Ansprechpart-



Online-Geldtransaktionen setzen Vertrauen voraus. E-Payment-Experten zeigen Händlern, wie es geht. Foto: Photos.com

ner sind die Vorteile eines Outsourcings. „Vor allem dann, wenn ein Unternehmen im Internet-Business rasch Fuß fasst und ein schnelles Wachstum verzeichnet, verschafft es sich durch die Ausgliederung des E-Payments entsprechend Luft, um weitere Expansionsschritte zu setzen“, so Toch. Zudem wäre zu beachten, dass bei ansteigenden Transaktionen auch ein adäquates Risikomanagement berücksichtigt

werden müsse. Wirecard CEE bietet vier Standardlösungen für Unternehmen: QPAY, die Bezahlseite für Webshops, QTILL, die Software zur Zahlungsabwicklung, QCALL, die Lösungen für die Verarbeitung telefonisch übermittelter Bezahlungen und QFILE, die Alternative zur Faxeinreichung. Die einzelnen Pakete werden individuell auf den Kunden abgestimmt.

www.wirecard.at

Professionelles Outsourcing

APA-IT managt für Unternehmen die komplette IT und sorgt so für einen reibungslosen Workflow.

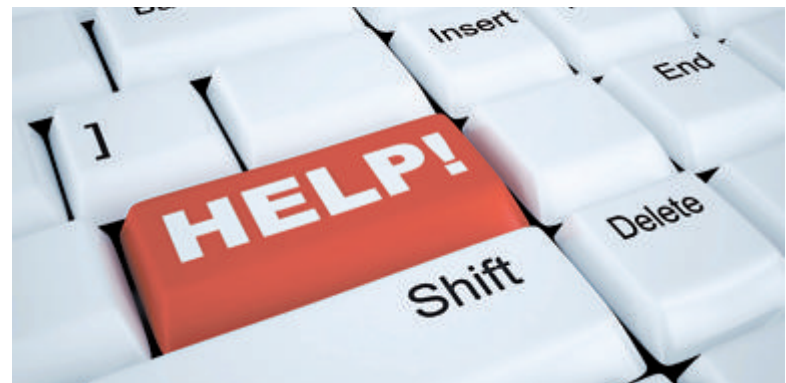
Insbesondere am Medienmarkt ist die APA-IT vor allem im deutschsprachigen Raum auf ausgezeichnetem Kurs.

Der technische Betrieb der Nachrichtenagentur selbst stehen dabei schon als Referenz für sich. Gerald Klima, Geschäftsführer der APA-IT: „Dieses spezifische Branchen-Know-how macht unsere Stärke aus. Wir bieten unseren Kunden unser fundiertes Wissen um die Abläufe in Redaktionen, Medien und mediennahen Unternehmen.“ Zuletzt konnte man den Verband Österreichischer Zeitungen, kurz: VÖZ, als Kunden gewinnen. Dort kümmern sich die Profis der APA-IT seither um die gesamte Hard- und Software sowie um das komplette IT-Netzwerk. Die Systeme werden

rund um die Uhr überwacht, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des VÖZ steht zudem eine 24-Stunden-Hotline zur Verfügung.

Rundum-Service

Das Outsourcing-Team der APA-IT nimmt Unternehmen sämtliche IT-Sorgen ab und bietet maßgeschneiderte Lösungen. Zur Verfügung gestellt werden die komplette Hardware für den Office-Betrieb, außerdem kümmert man sich um Neuanschaffungen oder Reparaturen. Und auch die Software kann auf Wunsch komfortabel aus einer Hand bezogen werden. Sie wird individuell den Kundenbedürfnissen angepasst. Alle zwei Jahre werden lizenzpflichtige Updates durchgeführt, für die Kommunikation über



Unternehmen, die sich nicht selbst um ihre IT kümmern wollen, finden Unterstützung bei professionellen Anbietern. Foto: Photos.com

das Internet steht das ausfallsichere Hochleistungsnetzwerk der APA-IT zur Verfügung. Vorteil dabei: Ein einheitliches EDV-System reduziert die Fehleranfälligkeit.

Sollten dennoch Probleme auftreten, sind die Profis der APA-IT-Hotline 24 Stunden täglich und sieben Tage die Woche erreichbar. sog

www.apa-it.at

Volle Wahlfreiheit

Immer mehr Unternehmen denken aus Kostengründen ans Auslagern ihrer Unternehmens-IT. Outtasking eignet sich für Unternehmen, die erste Erfahrungen mit Outsourcing machen und rasch Ergebnisse sehen wollen. Die Bandbreite der zu beziehenden Dienste deckt alle Bereiche ab.

Christian Stemberger

Bei den IT-Dienstleistern stapeln sich die Anfragen zum Thema Outsourcing. Noch nie haben sich mehr Unternehmen für das Auslagern der IT interessiert als heute. Die Anbieter sind dementsprechend erfreut, obwohl nicht alles eitel Wonne ist.

Die neue Kundenwelle ist eine Erscheinung der Krise, und viele Interessenten betrachten Outsourcing daher als reines Instrument zur unmittelbaren Kostenkürzung. Mit dem Outsourcing sollte aber auch eine Modernisierung der IT-Landschaft und Bereinigung der Unternehmensprozesse einhergehen. Erst dann kann es seine volle Wirkung entfalten und die Wettbewerbsfähigkeit der Kunden beträchtlich steigern.

Große Veränderungen sind aber immer mit Investitionen verbunden. Daher erweisen sich die Vorstellungen über kurzfristige Einsparungseffekte oft als überzogen. Ist die Unternehmens-IT nicht in Topform, muss man Outsourcing mittelfristig betrachten, um das ganze Potenzial zu erkennen.

Erste Schritte

Unternehmen, die sich eine rasche Umsetzung erwarten, sind mit der kleinen Schwester des Outsourcing, dem Outtasking, oft besser beraten. Dazu können Unternehmen, die mit dem Auslagern der IT an Dienstleister noch nicht vertraut sind, Erfahrungen sammeln und diese dann in ein großes, später folgendes Outsourcingprojekt einbringen.

Beim Outtasking werden nur einzelne Aufgaben außer Haus gegeben, für diese hat sich der Begriff der „Managed Services“ etabliert. Kapsch Business Com bietet über 30 verschiedene Module an, die Lösungspalette erstreckt sich



Outtasking ist fast wie Einkaufen im Supermarkt: Der Kunde holt sich die gewünschten Produkte aus dem Regal und zahlt nur für die Leistungen, die er auch wirklich benötigt. Foto: Bilderbox.at

über die gesamte Bandbreite der Informations- und Kommunikationstechnologie und schließt unter anderem Unified Communications, Datenspeicherung und den Betrieb von Netzwerken mit ein. Durch den modularen Aufbau des Portfolios von Kapsch können Kunden gezielt Leistungen zukaufen, wo sie sie benötigen, abgerechnet wird dann über den tatsächlichen Verbrauch.

Karin Nissl, Sales Expert Managed Services bei Kapsch Business Com, ortet beim Kunden großes Interesse an Managed Services: „Der Kunde schätzt die Flexibilität. Er kann aus den beliebig kombinierbaren Modulen auswählen und sich seine Lösung bedarfsgerecht zusammensetzen.“ Stark nachgefragt werden

laut Nissl Security-Dienstleistungen von der Firewall bis zum Spam- und Virenschutz für den Mailserver. Im Sicherheitsbereich ist viel Know-how erforderlich, nicht jeder Kunde kann und will sich dafür eigene Spezialisten leisten. „Ein Dienstleister kann das besser und billiger“, betont Nissl.

Fort Knox

Sicherheitsbedenken gehören beim Outsourcing und Outtasking der Vergangenheit an. Das beweisen gerade

Bankendienstleister, die trotz beziehungsweise wegen ihrer extrem hohen Sicherheitsanforderungen Kundendaten immer öfter außer Haus lagern. In einer Stollenanlage tief in den steirischen Bergen stehen die Server des Hochsicherheitsrechenzentrums von Kapsch. Dort

sind sensible Unternehmensdaten optimal gegen Naturkatastrophen, Terror und Hacker geschützt.

In zwei voneinander abgeschotteten Stollen betreibt Kapsch zwei unabhängige Rechenzentren. „Damit ist das Sicherheitsniveau so hoch, dass wir die Auflagen für doppelte Sicherheit an einem Standort erfüllen können“, sagt Nissl. Andere Anbieter erreichen die sogenannte Standortredundanz nur, indem sie zwei mindestens zehn Kilometer voneinander getrennte Rechenzentren betreiben.

Eine neue Entwicklung im Outtasking sind die Cloud Services, die Wolke aus dem Rechenzentrum. Damit weiß der Kunde im Unterschied zur globalen Cloud, wie sie etwa Google vorantreibt, ganz genau, wo seine Daten sind. Trotzdem hat er alle Vorteile der globalen Cloud: So wird etwa das Back-up seiner Daten über die tatsächliche Speichermenge abgerechnet.

www.kapsch.net

„Die Kunden schätzen die Flexibilität, die ihnen Outtasking bietet.“

KARIN NISSL,
KAPSCH BUSINESS
COM

Kleine groß machen

Der IT-Betrieb in Eigenregie ist für kleine und mittlere Unternehmen verhältnismäßig teuer. Wer dieses Management zu einem Dienstleister auslagert, gleicht diesen Wettbewerbsvorteil der Großunternehmen aus.

Christian Stemberger

Entgegen einer weitverbreiteten Meinung ist der Outsourcingmarkt schon lange nicht mehr ein exklusiver Tummelplatz für Großunternehmen. Heute lagern auch immer mehr Mittelständler ihre IT ganz oder teilweise aus. Eine von A1 Telekom Austria in Auftrag gegebene Studie belegt, dass bereits 14 Prozent der mittleren Unternehmen Outsourcing betreiben und weitere 36 Prozent sich darauf vorbereiten.

Selbst für Klein- und Kleinstunternehmer wird es immer attraktiver, IT-Dienste nach dem Prinzip von „Software as a Service“ (SaaS) aus dem Netz zu beziehen. Die Vorteile liegen auf der Hand: Anstatt des mitunter teuren Kaufes eines Softwarepakets, das der User vielleicht gar nicht allzu oft nutzt, wird per Mausklick abgerechnet. Und die webbasierten Dienste können über jeden halbwegs aktuellen Browser betrieben werden, die Frage der Kompatibilität mit der Hardware stellt sich also erst gar nicht.

Vermeintlich trivial

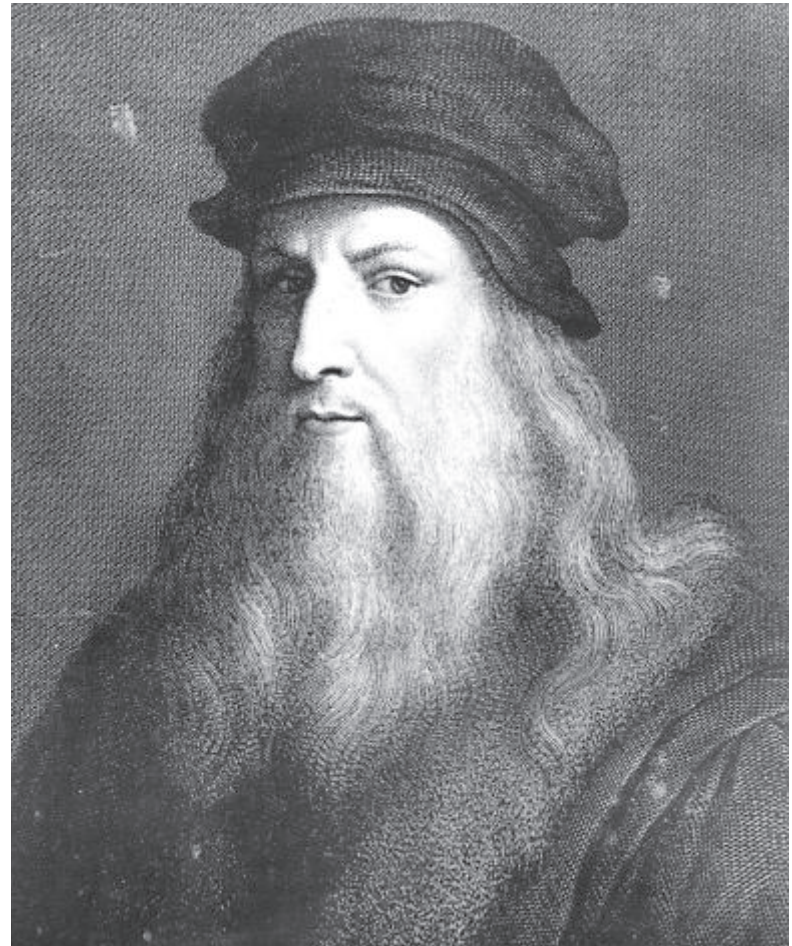
So einfach läuft es natürlich nicht ab, wenn ein mittelständisches Unternehmen ein Outsourcing-Projekt startet. Aber neben dem steigenden Kostendruck ist es gerade die immer weiter zunehmende Komplexität der Informationstechnologie, die das Auslagern der Unternehmens-EDV attraktiv macht, betont Christian Bauer, Leiter des Bereichs Business Marketing bei A1 Telekom Austria. Selbst vermeintlich triviale Vorhaben, wie etwa das Ausrollen eines neuen Betriebssystems für die Desktops, sind mittlerweile sehr

aufwändig und fordern gute Vorbereitung und hohen Wissensstand. Wissen, das sich der IT-Administrator eines kleineren Unternehmens erst mühsam erarbeiten muss – und das für ein einmaliges Projekt. Da sind große IT-Dienstleister, die solche Projekte gleichsam am Fließband abarbeiten, klar im Vorteil.

Gleichzeitig sehen Unternehmen immer weniger Möglichkeiten, sich mithilfe der IT einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz zu verschaffen. IT ist heute kein Differenzierungsfaktor mehr. Aber wenn die EDV-Systeme ausfallen sollten, steht das ganze Unternehmen, betont Bauer: „Damit rücken zwei Faktoren in den Mittelpunkt aller Betrachtungen: einerseits die Kostenfrage, andererseits Sicherheit und Verfügbarkeit.“

Waffengleichheit

Je höher die Stückzahl, desto niedriger die Produktionskosten. Diese einfache Wahrheit trifft nicht nur auf Produktionsbetriebe zu, sondern auch auf IT-Landschaften. Je mehr Server oder Desktops ein Unternehmen betreibt, desto günstiger kommen Anschaffung, Betrieb und Wartung pro Einheit. Das heißt aber auch, dass ein kleinerer Betrieb immer unverhältnismäßig viel Geld in seine IT investieren muss, um konkurrenzfähig zu bleiben. Zusätzlich kann ein Großunternehmen mit seiner vielköpfigen IT-Abteilung gut ausgebildete Spezialisten für jedes Fachgebiet anheuern. Die IT-Abteilung eines Mittelständlers kann die gesamte Bandbreite der notwendigen Kompetenzen nur schwer abbilden. Denn sie besteht oft aus nicht mehr als zwei oder drei Mitarbeitern. „Und falls es in der IT-



Muss ein Administrator alle Bedürfnisse eines kleineren Unternehmens abdecken, dann sollte es einer vom Schlage Leonardos sein. Foto: Photos.com

Branche noch Universalgenies geben sollte, wären sie unbezahlbar“, sagt Bauer.

Outsourcing ermöglicht damit kleinen und mittleren Unternehmen erstmals IT zu den selben Konditionen wie ein Großunternehmen zu beziehen. „In unseren Rechenzentren produzieren wir IT im großen Maßstab und können die Kostenvorteile an unsere Kunden weitergeben“, skizziert Bauer mögliche Einsparungseffekte, „und wir verfügen über hoch qualifizierte Fachkräfte, an die kleinere Unternehmen oft gar nicht mehr herankommen.“

Alles aus einer Hand

Heute kann bereits die komplette IT ausgelagert werden. Trotzdem wird Outsourcing noch immer vor allem mit der Infrastruktur und

mit Rechenzentrumsdienstleistungen in Verbindung gebracht. Das sind zwar die am stärksten nachgefragten Aspekte des Outsourcings, aber bei Weitem nicht alle. So kann ein Outsourcer auch das komplette Local Area Network (LAN) betreiben oder dem Unternehmen die Tischrechner inklusive Vorortbetreuung zur Verfügung stellen.

A1 Telekom Austria bietet seinen Kunden Komplettlösungen wie auch selektives Outsourcing, wobei Bauer in Komplettlösungen gewisse Vorteile sieht: „Wenn wir etwa für den Kunden eine Unified Communications-Lösung betreiben, müssen Netzwerk und Desktops gut darauf abgestimmt werden. Das funktioniert am besten, wenn alles aus einer Hand kommt.“

www.a1telekom.at

Ohne Blindflug in die Firmengründung

Der „Incubation Manager“ unterstützt Gründer bei der Umsetzung ihrer Geschäftsideen.

Christian Stemberger

Mit einer innovativen Idee ein Unternehmen zu gründen, ist entgegen landläufiger Meinung nicht so schwer. Meist ist lediglich ein Startkapital von rund 40.000 Euro nötig, die Fördertöpfe sind gut gefüllt und viele Institutionen bieten Unterstützung an. Doch die vielfältige Förderlandschaft erschwert die ersten Schritte der Gründer. Nicht nur Jungunternehmer, auch Klein- und Mittelunternehmen (KMU) mit einer neuen Produktidee schöpfen oft nicht alle Möglichkeiten aus.

„Nur wenige Gründer wissen, dass das Austria Wirtschaftsservice die Haftung für bis zu 80 Prozent des Betriebsmittelkredites übernimmt“, erzählt Wolfgang Rupp, Präsident des Verbandes der Technologiezentren Österreichs (VTÖ). Ein weiterer Stolperstein ist mangelndes Bewusstsein für die Bedeutung der Markteinführung:

„Der Markt ist die Nagelprobe. Auch die beste Idee und das tollste Produkt verkaufen sich nicht von allein.“ Oft wird das Pferd von hinten aufgezäumt, indem für eine vorhandene Technologie die passende Anwendung gesucht wird. Der ideale Innovationsprozess geht jedoch von einem erkennbaren Bedarf aus und sucht die passende technologische Lösung für dieses Problem.

Ideen-Geburtsheifer

„Je näher eine Idee zum Markt kommt, desto schwieriger wird es, für diese auch die passende Förderquelle zu finden“, erläutert Rupp das Spannungsfeld zwischen Innovationen, Förderungen und Markt. Außerdem werden Business Angels – Manager und Unternehmer, die ihr Kapital in neue Ideen investieren und gleichzeitig ihre Erfahrung mit einbringen – steuerlich nicht bevorzugt.



MP3 wurde in Deutschland entwickelt. Das Geschäftsmodell dazu fanden aber andere – und die machen heute die großen Profite. Foto: Photos.com

Aber Österreichs Gründer müssen nicht verzweifeln. Mit dem „Incubation Manager“ steht ihnen ein Berater zur Seite, der den Fördermarkt kennt, die Marktchancen einer Idee ermitteln kann und hilft, ein Produkt zur Marktreife zu bringen. Der VTÖ hat die Ausbildung zum „Incubation Manager“ ins Leben gerufen, da das Leistungsspektrum der Technologie- und Impulszentren sich nicht auf die Büroinfrastruktur beschränken darf, sondern ein maß-

geschneidertes Dienstleistungsangebot für Gründer bieten muss. Der Bedarf für diese Ideen-Geburtsheifer ist laut Rupp in Österreich mittlerweile gedeckt. Der VTÖ hat daher das Ausbildungsangebot an die Bedürfnisse der zentraleuropäischen Nachbarn angepasst und einen ersten Lehrgang mit Teilnehmern aus Tschechien, der Slowakei und Ungarn durchgeführt.

www.incubatrain.eu
www.vto.at

Region sucht Innovationssuperstar

Neue Ideen und Produkte werden mit Business pro Austria erfolgreich an den Markt herangeführt.

Es ist ein weiter Weg von einer ersten Idee bis zu einem erfolgreichen Unternehmen. Wer diesen gehen will, muss sich auf einige Fallstricke gefasst machen. Auf diesem Weg unterstützt die Wirtschaftskammer die breite Masse der Neunternehmer mit ihrem Gründerservice, am anderen Ende der Skala stehen die acht AplusB-Zentren, die Hochtechnologiegründungen aus den Universitäten heraus fördern. Dazwischen platzieren sich die 90 regionalen Impulszentren, die innovative Entrepreneurinnen auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit begleiten und bestehende Unternehmen bei der Umsetzung neuer Geschäftsideen fördern.

Um dabei den Zentren ein effektives Werkzeug in die Hand zu geben, hat der Verband der Technologiezentren (VTÖ) Business pro Austria (bpa) entwickelt. bpa ist ein standardisiertes Beratungsinstrument, das den gesamten Prozess von der Ausschreibung über die Beurteilung der eingereichten Ideen bis zu ihrer Umsetzung abdeckt.

Casting ohne Show

Ganz dem Zeitgeist entsprechend steht am Anfang ein Casting. Hier geht es aber nicht darum, sich vor Publikum lächerlich zu machen, sondern einer fachkundigen Jury sein Konzept darzulegen. Im ersten Jahr von bpa haben fünf Technolo-

giezentren den Ideenwettbewerb durchgeführt. Eine der siegreichen Innovationen ist Athrophon, das ohne Nebenwirkungen eine akustische Abklärung von Gelenkschäden im Frühstadium ermöglicht.

Die Sieger des Castings werden nun rund neun Monate bis zur Unternehmensgründung oder Produkteinführung begleitet. Dabei werden sie von drei Coaches aus den Bereichen Technologie, Marketing und Vertrieb sowie Fi-

nanzien unterstützt. „Der VTÖ plant, bpa zu einem jährlich in ganz Österreich stattfindenden Ereignis zu machen“, so Generalsekretär Clemens Strickner.

„Wer auf ein Expertennetzwerk zurückgreifen kann, hat gute Aussicht auf Erfolg.“

CLEMENS STRICKNER,
GENERALSEKRETÄR
VTÖ

„Der VTÖ plant, bpa zu einem jährlich in ganz Österreich stattfindenden Ereignis zu machen“, so Generalsekretär Clemens Strickner. Heuer wurde die Initiative mit 50 Prozent vom Wirtschaftsministerium finanziert. Auch für die Zukunft hofft man auf Unterstützung, etwa in Form eines Gründerschecks, den die Preisträger im Technologiezentrum einlösen können. cst

www.businessproaustria.at

Special Innovation

Eine Beilage des economy-Verlages

Wilfried Pruschak: „Outsourcing war noch vor wenigen Jahren mit starken Berührungspunkten behaftet. Heute sehen die Unternehmen das viel nüchterner. Aber entscheidend ist immer die Nähe zum Kunden“, sagt der Geschäftsführer des Outsourcing-Spezialisten Raiffeisen Informatik.

Globale Vorortbetreuung

Christian Stemberger

economy: Herr Pruschak, Raiffeisen Informatik hat mit der PC-Ware/Comparex Gruppe gerade einen großen Fisch geschluckt – weitgehend unbemerkt. Wir sprechen immerhin von einer Milliarde Euro Umsatz und 85.000 Unternehmenskunden.

Pruschak: Akquisitionen dieser Größenordnung gibt es in unserer Branche tatsächlich nicht jeden Tag. Die letzte vergleichbare Übernahme in Europa – die von Debis durch die T-Systems – ist schon ein paar Jahre her. Und ja, man hört wenig. Das mag daran liegen, dass PC-Ware/Comparex seinen Sitz in Leipzig hat und in Österreich ziemlich unbekannt ist. Aber wir hängen das auch nicht an die große Glocke.

Das Erfolgsrezept der IT-Industrie heißt Wachstum um jeden Preis?

Auch wenn wir heute der größte IT-Services-Anbieter in Österreich sind, ging es uns nicht um quantitatives Wachstum. Die Dienstleistungen der Raiffeisen Informatik basieren vor allem auf Rechenzentrumsausstattung und auf Standardsoftware. PC-Ware ist einer der größten Software-Reseller welt-

Zur Person



Wilfried Pruschak ist Geschäftsführer des IT-Dienstleisters Raiffeisen Informatik. Foto: Raiffeisen Informatik



Cloud Computing ist mehr als eine Vision. Anonyme, weltweit zur Verfügung stehende Angebote werden aber vor allem Privater nutzen. Die Wolke der Unternehmen wird ein regionales Phänomen sein. Foto: Photos.com

weit, Comparex ist stark als Rechenzentrumsausstatter. Durch die Übernahme haben wir also unsere Kompetenz gestärkt und können alle Anforderungen, mit denen ein IT-Dienstleister konfrontiert ist, sehr gut bewältigen.

Welche Rolle spielt dabei die Präsenz von PC-Ware/Comparex in 27 Ländern?

Es war uns in den letzten Jahren unmöglich, mit dem rasanten internationalen Wachstum innerhalb der Raiffeisen Gruppe mitzuhalten. Mit der Übernahme können wir nun auch die internationalen Kunden im Konzern servizieren.

Regionalität ist ein besonderes Merkmal von Raiffeisen. Aber ist das in einer global aufgestellten Industrie nicht ein Klotz am Bein?

Nein, ganz im Gegenteil. Natürlich können immer mehr standardisierte Services aus einem globalen Angebot bezogen werden – das gilt besonders für Privatkunden. Aber auf Unternehmenskunden ausgerichtete IT-Dienstleister müssen die Landessprache beherrschen und

die Kultur verstehen. Ohne lokalen Vertrieb und die Betreuung vor Ort kommt man nicht in den Markt.

Raiffeisen Informatik ist seit bereits 40 Jahre im Outsourcing tätig. Das Geschäft mit dem Auslagern ist mittlerweile das weitaus größte Marktsegment in der IT-Branche. Wie haben Sie den Boom erlebt?

Vor etwa sieben Jahren, als der Boom begann, gab es noch große Berührungspunkte. Die Kunden fürchteten sich davor, von einem Anbieter abhängig zu sein. Sie stellten sich Fragen wie: Was ist, wenn es diesen Dienstleister in zwei Jahren nicht mehr gibt? Oder: Sind meine Daten sicher? Das wird heute viel nüchterner gesehen. Auch weil die Kunden die Erfahrung gemacht haben, dass wir Dienstleister die Risiken des IT-Betriebs besser im Griff haben – und das zu geringeren Kosten.

Raiffeisen Informatik selbst ist ja auch aus einem Outsourcing-Projekt entstanden. Wie hat Sie der Schritt von der IT-Abteilung zum Unternehmen verändert?

Dieser Schritt in den Markt hat uns gestärkt. Wir konnten Erfahrungen sammeln, und wir mussten uns am Markt behaupten. Heute machen wir wesentlich mehr Umsatz außerhalb der Raiffeisen Gruppe als innerhalb. So beweisen wir auch unseren Eigentümern jeden Tag, dass wir unsere Arbeit gut machen.

Wir befinden uns mitten in der nächsten großen Umbruchphase – Cloud Computing. Wie wird das Ihr Selbstverständnis als Anbieter beeinflussen?

Die Cloud wird die Qualität unserer Services weiter verbessern und damit das Auslagern der IT noch attraktiver machen. Sonst wird sich erstaunlich wenig ändern. Wir werden zwar die Technologie der Cloud nutzen, aber wir werden sie regional nutzen. Die Nähe zum Kunden wird auch in der Cloud ein entscheidendes Kriterium sein. Auch in Zukunft werden Unternehmen eine kritische Anwendung wie etwa die Buchhaltung niemals einem anonymen Dienstleister in Übersee übergeben.

www.raiffeiseninformatik.at