

Special Innovation

Alexander Wahler: „Binnen zwei bis acht Jahren soll die gesamte Informationstechnologie auf Semantic Web umgestellt sein“, erklärt der Organisator und Geschäftsführer des Wiener EDV-Dienstleisters und Forschungsunternehmens Hanival.

Personalisierte Web-Zukunft

Manfred Lechner

Am 31. Mai und am 1. Juni findet in Wien die European Semantic Technology Conference (ESTC) 2007 statt. *economy* sprach mit dem Organisator der Tagung über die Möglichkeiten der neuen Technologie.

economy: Welchen Stellenwert hat die ESTC?

Alexander Wahler: Sie ist ein wichtiger Event: Nach siebenjähriger Entwicklungszeit erreicht semantische Technologie zunehmend Marktreife und birgt in sich enormes Entwicklungspotenzial. Alle führenden Marktanalysten geben ihr großartige Zukunftschancen. Binnen zwei bis acht Jahren soll die gesamte Informationstechnologie

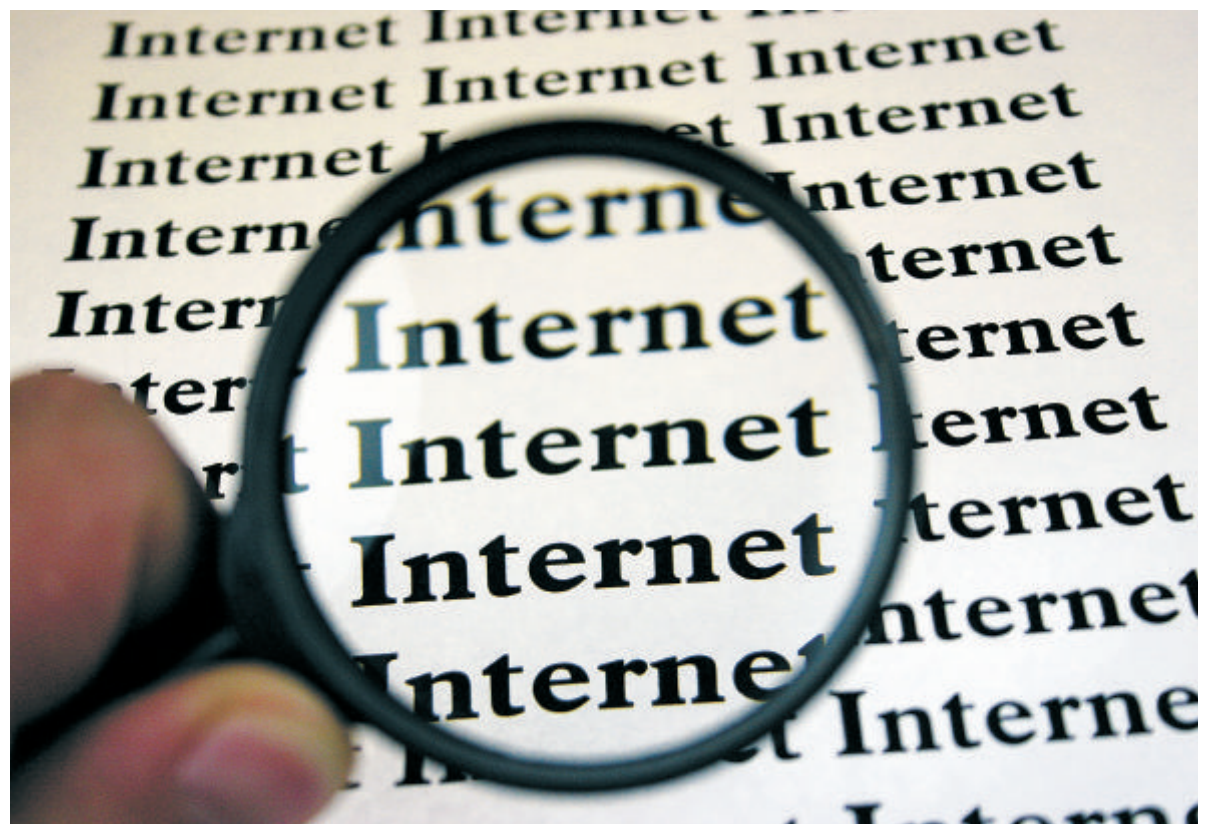
auf Semantic Web umgestellt sein, was je nach Einsatzgebiet und Anforderungsprofil IT-Einsparungen zwischen 30 und 80 Prozent innerhalb der nächsten Jahre ermöglichen wird.

Welches Zielpublikum soll angesprochen werden?

Die ESTC 2007 richtet sich in erster Linie an die IT-Branche, die Industrie und den Government-Bereich. Gleichzeitig haben wir bei der Programmgestaltung großen Wert auf ökonomische Faktoren gelegt. Es ist uns gelungen, führende Vertreter wie Benjamin Grosfom vom Massachusetts Institute of Technology, Ora Lassila von Nokia oder Dave Pearson von Oracle nach Wien zu holen.

Welche Anwendungsfelder eignen sich für semantische Technologie?

Semantic Web (eine Erweiterung des World Wide Web um maschinenlesbare Daten, die die Semantik der Inhalte formal festlegen, Anm.) wird auch vom „Internet-Erfinder“ Tim Berners-Lee favorisiert. Derzeit kommt es bei Suchmaschinen oder für die Verknüpfung unterschiedlich strukturierter Datenbanken zum Einsatz. Sucht man etwa mit Google nach Jaguar, werden alle Einträge gelistet, die sich auf das Tier, die Automarke oder eine Kombination



Semantische Technologien ermöglichen die nachhaltige Optimierung von Suchmaschinen und schaffen die Voraussetzungen für neue, personalisierte Netz-Services. Foto: Bilderbox.com

aus beiden beziehen. Neu ist, dass die Ergebnisse nach allen drei Kombinationen gruppiert werden können. Die Informationsverarbeitung lässt sich so besser mechanisieren, was einer Revolution gleichkommt: Der Internet-Dschungel wird in eine Wissensbank verwandelt. Ein anderer Aspekt ist der

Einsatz auf Applikationsebene. Bei der Konferenz werden wir auch ein von uns entwickeltes Produkt, E-Commerce 2.0, präsentieren. Damit können maßgeschneiderte persönliche Services angeboten werden.

Wie können solche Services beschaffen sein?

Angebote müssen zielgruppenspezifisch sein. Nötige Info kann durch User-Daten im Netz gewonnen werden. Betreibt ein User etwa einen Blog und ist er bei einem Social Network registriert, liegen bereits zwei Quellen für die Erstellung personalisierter Services vor.

www.estc2007.com

Steckbrief



Alexander Wahler ist Geschäftsführer von Hanival.

Foto: Hanival

Networking mit einem Engel

Top-Experten referieren im Rahmen der European Semantic Technology Conference beim Workshop für Start-ups.

Der in Wien geborene und in Großbritannien lebende Computer-Pionier Hermann Hauser teilt das Schicksal vieler heimischer Erfinder, die unbekannt in Österreich, dafür weltberühmt im Ausland sind. Er baute zeitgleich mit Apple die ersten Heim-Computer unter dem Markennamen „Acorn“. Zudem geht auf ihn der bis heute verwendete Risc-Prozessor zurück. Seit 1997 ist Hauser als Venture-Kapitalgeber und „Business Angel“ mit der Amadeus Capital Partners tätig, das heißt, er unterstützt Existenzgründer bei der Etablierung ihres Unternehmens. „Hauser ist sowohl als Forscher als auch als

Wissenschaftler auf der ersten European Semantic Technology Conference vertreten, nämlich als Vortragender und als Referent auf dem parallel zur Konferenz organisierten Workshop für Start-up-Unternehmen“, erklärt Gerhard Apfelthaler, Geschäftsführer der Firma AT Consult, die im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich die Veranstaltung ausrichtet.

Management-Know-how

Weitere Referenten sind Gerhard Plasonig von der Schweizerischen Finanzierungsgesellschaft E-Tech, Helmut Leopold, Technologiechef von Telekom Austria, und Georg Buchtela

vom Austria Wirtschaftsservice. Techniker, die aufbauend auf ihren Erfindungen Unternehmen

gründen, haben hohe Fachkompetenz. Was aber oft fehlt, ist Betriebswirtschafts-, Manage-



Knappe Ressourcen optimal einzusetzen, ist das Ziel der auf IT-Gründer zugeschnittenen Veranstaltung. Foto: Bilderbox.com

ment- und Marketing-Know-how. „Defizite sind besonders beim internationalen Verkauf festzustellen“, so Apfelthaler, „auf den österreichische Technologie-Start-ups aber existenziell angewiesen sind.“ Weiteres Manko in diesem Segment ist, dass hierzulande „Business Angels“ nicht in ausreichender Zahl vertreten sind. „Ziel ist es“, so Apfelthaler, „Gründern und Jungunternehmern Möglichkeiten zu bieten, tragfähige internationale Netzwerke zu knüpfen, damit sie die knappen Ressourcen, die ihnen zur Verfügung stehen, auch optimal einsetzen können.“ *malech*

<http://portal.wko.at/>

Hightech mit Potenzial

Austria Wirtschaftsservice fördert die Vermarktung von innovativem Know-how für das Web von morgen.

Sonja Gerstl

Für Georg Buchtela, beim Austria Wirtschaftsservice (aws) für die Spezialbereiche Patent- und Lizenzmanagement, Chemie und Verfahrenstechnik verantwortlich, ist die Verbindung zwischen seinem Einsatzgebiet und semantischer Technologie rasch hergestellt: „Austria Wirtschaftsservice unterstützt innovative Ideen, vermarktet Technologien

und überführt diese in die wirtschaftliche Realität. Neue technologische Herausforderungen wie das Semantic Web gehören zu den spannendsten Bereichen, die das Business derzeit zu bieten hat. Mein Part bei der First European Semantic Technology Conference ist es, Jungunternehmer auf Förderungen und Vermarktungsmöglichkeiten hinzuweisen. Das Potenzial dafür ist zweifelsohne vorhanden.“

Dass Österreich in der Entwicklung dieser Zukunftstechnologien eine wichtige Rolle spielt, manifestiert sich nicht zuletzt aufgrund der Tatsache, dass das Digital Enterprise Research Institute (DERI) in Innsbruck – neben Stanford (Kalifornien), Galway (Irland) und Südkorea – eine führende Rolle in der Entwicklung semantischer Lösungen einnimmt. Erste erfolgreiche Unternehmensgründungen der vergangenen Jahre

machen, ist Buchtela überzeugt, darüber hinaus sichtbar, dass die heimischen Förderstrukturen ein äußerst gründungsfreundliches Umfeld bieten.

Ideen gesucht

Im Rahmen der Konferenz werden nunmehr auch neue, innovative Geschäftsideen gesucht – allen voran semantische Netzlösungen und neue Formen von Web-Applikationen mit kommerzieller Verwertbarkeit. Die besten Vorschläge werden auf der Konferenz präsentiert und mit Geldpreisen ausgezeichnet. Zusätzlich haben die Siegerinnen und Sieger die Möglichkeit, bei einem Business-Lunch die Perspektiven ihres Projektes mit ausgewählten Investoren und Branchen-Insidern zu erörtern. In der Funktion als Finanzierungs- und Förderbank der Republik unterstützt Austria Wirtschaftsservice den Wettbewerb, zumal dieser ausdrücklich auf einen der Förderschwerpunkte des aws – nämlich Unternehmensgründung in Zukunftsfeldern – zutrifft. Für aws-Geschäftsführer Peter Takacs ist es wichtig, „Gründer zu motivieren und sie beim Aufbau eines Hightech-Unternehmens von Beginn an mit maßgeschneiderten Hilfestellungen zu unterstützen. Wir überprüfen die Machbarkeit technologischer Entwicklungen sehr umfassend, um mit dieser Maßnahme die Erfolgchancen der künftigen Unternehmer möglichst zu maximieren.“

www.awsg.at

Info

● **Austria Wirtschaftsservice.** Das Austria Wirtschaftsservice (aws) ist die zentrale Abwicklungsstelle für unternehmensbezogene Wirtschaftsförderung. Das Ziel der Anfang 2002 errichteten Gesellschaft mit beschränkter Haftung besteht in der Stärkung des heimischen Wirtschaftsstandortes und der Wettbewerbsfähigkeit seiner Unternehmen, die Sicherung von Arbeitsplätzen sowie die nachhaltige Entwicklung des Marktes. aws steht im Eigentum der Republik und erbringt als Spezialbank des Bundes Leistungen im öffentlichen Auftrag. Auftraggeber sind – neben den Eigentümern – Ministerien, Länder, öffentliche Stellen und Interessenvertretungen.



Fördern und Vermarkten von Web-Geschäftsideen. Foto: Bilderbox.com

 **software** AG

BRILLIANTE IDEEN, GLÄNZENDE AUSSICHTEN!

Software AG ist ein globaler Marktführer für IT-Infrastrukturlösungen mit offenen Standards.

Mit Technologien von Software AG können Sie:

- flexible Geschäftsanwendungen und Prozesse entwickeln
- die Nutzungsdauer von Altanwendungen verlängern – und damit ihren Wert erhöhen
- Daten über das gesamte Unternehmen hinweg effektiv bündeln
- Service-orientierte Architekturen aufbauen und steuern

Mehr als 3.000 Kunden in über 70 Ländern weltweit vertrauen unseren Lösungen, um den Wert ihrer IT voll auszuschöpfen.

SOFTWARE AG.
BRIGHT IDEAS, EVERYWHERE

Mehr brillante Ideen unter www.softwareag.com

Special Innovation

Peter Bruck: „Microlearning birgt die große Chance, dass sich die Frustration, die wir alle teilen – nämlich dass wir nicht genug von dem lernen können, was wir eigentlich wissen müssten – in Wohlgefallen auflöst“, erklärt der Gesamtleiter der Research Studios.

Kompliziertes einfach lernen

Sonja Gerstl

economy: Was genau hat man sich unter Microlearning vorzustellen?

Peter Bruck: Vereinfacht ausgedrückt: Große Lerninhalte werden auf kleinste Lernschritte heruntergebrochen. Und dadurch, dass man beim Lernen kleine Schritte macht, kann man auch lange Wege gehen. Viele von uns leiden darunter, dass das Volumen dessen, was man lernen muss beziehungsweise können sollte, immer größer und entgrenzter wird. Das ergibt in weiterer Folge eine Überforderung, und eine Überforderung wiederum blockiert das Lernen. Man lernt dann gar nichts. Auch ist es für die meisten von uns schwierig, sich über einen längeren Zeitraum hinweg mit Lerninhalten zu beschäftigen. Man unterbricht, macht eine kleine Pause und will dann wieder weiterlernen, hat aber zwischenzeitlich den Faden verloren. Microlear-

ning erfolgt in kleinen Schritten, das heißt, da kann man den Faden nicht verlieren. Ein weiterer Aspekt ist: Wir lesen eigentlich nicht mehr so genau – vielmehr scannen oder „überfliegen“ wir die Flut an Informationen, der wir Tag für Tag ausgesetzt sind. Dadurch nimmt das Erinnern und das eigentliche „Können“ sukzessive ab. Das heißt: Wir kennen vieles, aber wir können wenig. Auch hier ist Microlearning die Antwort.

Welche Chancen birgt Microlearning?

Microlearning birgt die Chance, dass sich die Frustration, die wir alle teilen – nämlich dass wir nicht genug von dem lernen können, was wir eigentlich wissen müssten – in Wohlgefallen auflöst. Durch Microlearning schaffen wir es. Die kleinen Lernschritte lösen den Frustrationsknoten auf – und das wiederum schafft neue Motivation. Microlearning hilft uns auch dabei, dass das Gelernte in weiterer Folge auch tatsächlich „sitzt“. Viele Menschen, die Seminare besuchen, haben Probleme, das Gelernte im beruflichen Alltag umzusetzen. Manche wissen oft nach 14 Tagen gar nicht mehr, wie das Seminar hieß, an dem sie teilgenommen haben. Woran sie sich bestenfalls erinnern, ist der Name des Seminarhotels und der neu geschlossenen Bekanntschaften an der Hotelbar. Und das Skriptum vom Seminar ist sowieso unauffindbar. Insofern stellt Microlearning auch eine Qualitätssicherung fürs Corporate Learning dar. Schließlich investieren zahlreiche Unter-



Wer konzentriert in kleinen, kompakten Portionen lernt, hat mehr vom vermittelten Inhalt. Foto: Research Studios

nehmen enorme finanzielle Mittel in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter.

Und welche Risiken sehen Sie in Zusammenhang mit Microlearning?

Einzig und allein, dass die Effektivität dieser Methode von sehr vielen Menschen nicht wirklich erkannt wird. Da heißt es oft: „Das ist mir zu primitiv und zu einfach – das kann ja nichts Gescheites sein.“ Microlearning wird von den Entscheidern oft unterschätzt – und das, obwohl es für die Lerner nur von Vorteil ist. Nehmen wir etwa die Universität zum Vergleich her. Je dicker die Diplomarbeit, umso besser muss sie sein. Wer mit einem dünnen Buch daher-

kommt, ist schon einmal von vornherein unten durch. Der ganze Bildungsbetrieb lebt ja davon, zu sagen, dass das, was gelernt werden muss, schwer ist. Ich halte das für einen kompletten Blödsinn. Man kann auch sehr komplizierte Dinge sehr einfach lernen.

Und mit Microlearning läuft man nicht Gefahr, sukzessive den Überblick zu verlieren?

Nein, genau das Gegenteil ist der Fall. Wir bekommen mit Microlearning endlich wieder Boden unter den Füßen. Zum Beispiel beim Erlernen einer Sprache: Unser speziell entwickeltes Programm „Knowledge Pulse“ läuft unter anderem auch übers Handy. Das

heißt, ich kann, wann immer ich Zeit habe, darauf zugreifen, kann wichtige Phrasen regelmäßig wiederholen – und zwar dann, wenn ich Lust dazu habe. Wenn ich einen Sprachkurs mache, ist dieser in den meisten Fällen zeitlich und örtlich gebunden. Dort muss ich dann hin. Vielleicht freut es mich gerade an dem Tag aber so überhaupt nicht, unter Umständen stecke ich vielleicht noch im Stau, und ich komme mit ziemlicher Verspätung dort an. An Ort und Stelle wird dann ewig lange bereits Gelerntes wiederholt, und für neuen Stoff bleibt kaum noch Zeit. Ja, und möglicherweise ist es dann mit meiner Konzentration ohnehin schon vorbei, weil ich in Gedanken bereits beim nächsten Termin bin, wo ich anschließend hinhetzen muss, und so weiter und so fort. All das fällt bei Microlearning flach. Eben dadurch ergibt sich eine neue, eine leichte Qualität des Lernens.

www.researchstudio.at
www.knowledgepulse.com

Info

● **Microlearning 2007.** Best-Practice-Beispiele und Trends zum Thema bietet die internationale Konferenz „Microlearning 2007 – Transforming Knowledge in the Digital Media Ecology“. Veranstalter sind die Research Studios/Austrian Research Centers GmbH – ARC und die Universität Innsbruck. Die Konferenz findet am 21. und 22. Juni 2007 in Innsbruck statt. Näheres unter:

www.microlearning.org

Steckbrief



Peter Bruck ist Gesamtleiter der Research Studios der ARC Seibersdorf Research.

Foto: Research Studios



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

Special Innovation

Peter Neubauer: „Die Zukunft des bargeldlosen Zahlens liegt sicher in der Kontaktlos-Technologie. Wir gehen davon aus, dass in zehn Jahren bereits jede zweite Zahlung eine Kartenzahlung sein wird“, erklärt der Vorsitzende der Geschäftsleitung von Europay Austria.

Nicht ohne mein Plastikgeld

Sonja Gerstl

economy: Sogenannte Prepaid-Karten gelten als die neuen „Überflieger“ im bargeldlosen Zahlungsverkehr. Was genau macht dieses kleine Stück Plastik so attraktiv?

Peter Neubauer: Allen voran der Umstand, dass es sich dabei um eine moderne Form des Geldguthabens oder Gutscheins handelt. Die Flexibilität und die Sicherheit durch Pin-Schutz

tragen sicher dazu bei, dass Prepaid-Karten künftig noch stärker zum Einsatz kommen werden.

Welche Varianten werden aktuell angeboten?

Seit 2006 gibt Europay Austria als weitere Alternative zu Bargeld eine neue Produktlinie für den weltweiten Einsatz aus: Maestro und Master Card Prepaid. Das bedeutet: vorgeladen, wiederbeladbar auch ohne

physische Präsenz der Karte, kontounabhängig, anonym und weltweit einsetzbar wie eine Maestro-Bankomatkarte. Das erste Produkt aus dieser Linie ist der Maestro Traveller, ein idealer Ersatz für Traveler Cheques. Seit Mai 2006 in der Produktlinie befindet sich die Austrian Prepaid Card. Sie löst die bisher üblichen Bargeld- und Gutscheinzahlungen in Österreich zur Passagierkompensation im internati-

onalen Flugverkehr ab. Seit 1. Februar 2007 gibt es ein neues Einsatzgebiet für Maestro-Prepaid-Karten von Europay Austria: „bargeldlose Präsenz- und Ausbildungsdienstabrechnung“ mit der Prepaid-Karte Maestro Allrounder. Aktuell haben wir eine sogenannte Co-Brand Prepaid Master Card gemeinsam mit Doc LX, einem der größten Maturareiseanbieter, entwickelt. Sie ist das offizielle Zahlungsmittel für Maturareisen in Tunesien und der Türkei mit vielen attraktiven Vergünstigungen.

Eine Renaissance erlebt derzeit auch die elektronische Geldbörse. Worauf führen Sie diese positive Entwicklung zurück?

Quick verdankt seinen Erfolg vor allem seiner Eigenschaft als Automatengeld für Parkscheine, Fahrscheine oder Zigaretten, für Waschmünzzähler oder Kopiergeräte. Die österreichische elektronische Geldbörse ersetzt das Bargeld insbesondere bei Klein- und Kleinstzahlungen. Quick wird aber auch bevorzugt in geschlossenen Bereichen wie beispielsweise Unternehmen, Schulen und Universitäten genutzt, wo man in Kantinen oder bei Snack- und Getränkeautomaten mit Quick schnell, sicher und bargeldlos bezahlen kann. Die elektronische Geldbörse befindet sich in starkem Aufwind. Allein im März 2007

Steckbrief



Peter Neubauer ist Vorsitzender der Geschäftsleitung von Europay Austria.

Foto: Europay

wurde Quick 2,9 Mio. Mal für Zahlungen verwendet – das bedeutet, jede Sekunde wird in Österreich eine Zahlung mit Quick durchgeführt.

Wird das Plastikgeld die Münzen und Scheine auf Dauer gesehen endgültig verdrängen?

Die Zukunft des bargeldlosen Zahlens liegt sicher in der Kontaktlos-Technologie. Dabei wird es voraussichtlich verschiedene Trägermedien geben – nicht nur Karten, sondern auch Schlüsselanhänger, Handys und anderes. Wir gehen davon aus, dass in zehn Jahren bereits jede zweite Zahlung eine Kartenzahlung sein wird – aber gänzlich aussterben wird das Bargeld sicherlich nicht.

www.europay.at



Automatengeld jederzeit griffbereit – ohne lästiges Münzensuchen. Quick mausert sich zum Favoriten im bargeldlosen Zahlungsverkehr. Foto: Europay

USECON
The Usability Consultants

let's turn our know how into your success

Usability
User Experience
User Interfaces

Optimierte Kundenzufriedenheit und effizientere Entwicklungen durch effektives Usability Engineering

www.usecon.com

Special Innovation

Besser suchen, rascher finden

Eine Vielzahl von neuen Features soll künftig das Recherchieren in den umfangreichen Datenbanken der Austria Presse Agentur (APA) noch attraktiver, effizienter und benutzerfreundlicher gestalten.

Sonja Gerstl

Wohl kaum ein anderes Recherche-Tool wird hierzulande öfter zu Rate gezogen als der APA-Online-Manager (AOM). Die Informationsplattform der Austria Presse Agentur umfasst aktuell etwa 70 Mio. Dokumente, in denen zu Spitzenzeiten mehr als 1600 User gleichzeitig recherchieren. Mit einer Reihe von neuen Features wie semantischen Suchmöglichkeiten und Informationsvisualisierungen sollen nun die Datenbanken künftig noch attraktiver und benutzerfreundlicher gestaltet werden.

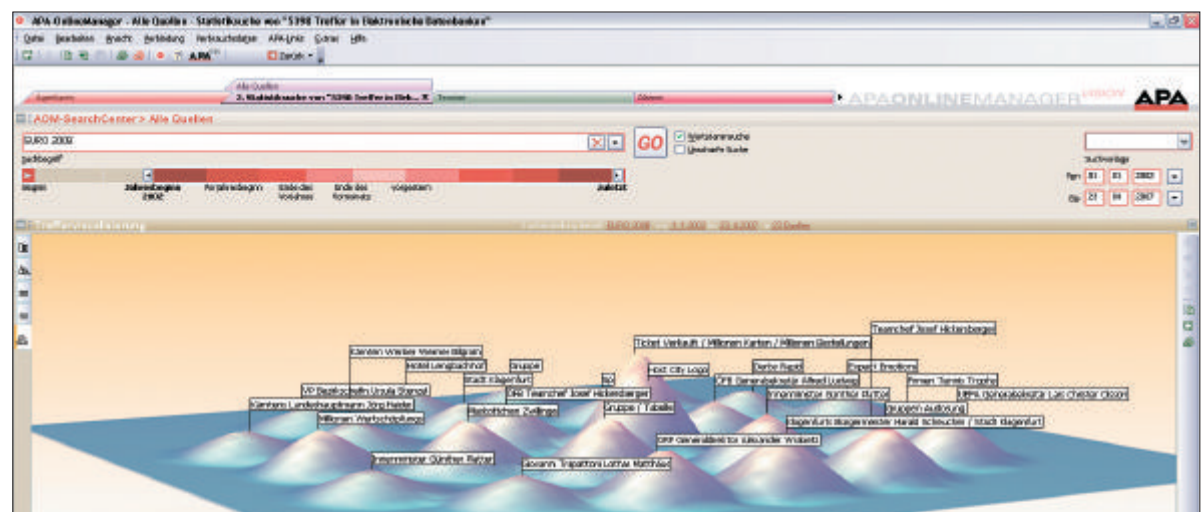
Verantwortlich für all diese technischen Neuerungen zeichnet eine 100-Prozent-Tochter der Austria Presse Agentur, die APA-IT. Diese arbeitet ständig an der Weiterentwicklung der Datenbank-Technolo-

gien, einerseits um die Usability ihrer Systeme zu erhöhen, andererseits um zeitgerecht Kanäle zu schaffen, die dem individuellen Informationsbedarf entsprechen.

Martin Schevaracz, Vertriebsleiter der APA-IT: „Informationen, Dokumente, Meldungen intelligent zu kombinieren, um neues Wissen zu generieren und dieses anschaulich darzustellen – das ist die Herausforderung, der wir uns zu stellen haben.“

Intelligente Kombinationen

In der Zukunftswerkstatt der APA-IT wurde in den vergangenen Wochen eine Reihe von innovativen Datenbankwendungen entwickelt, auf die Nutzer der APA-Plattformen demnächst schon zugreifen werden können. Eine Neuerung nennt sich „Semantic Queries“ – das heißt, die Datenbank ist



Neue, innovative Formen der Informationsvisualisierung werden Datenbanken künftig noch attraktiver und benutzerfreundlicher machen. Foto: APA-IT

künftig dazu imstande, den jeweiligen Suchbegriff in einen thematischen Kontext zu setzen. Fragt ein User das Thema „Innovation“ ab, dann spuckt die Datenbank auch all jene Worte aus, die am häufigsten in Zusammenhang mit dem Suchbegriff stehen – also zum Beispiel „Forschung“, „Investition“, „Entwicklung“ etc. Erweiterte Möglichkeiten stehen demnächst auch im Bereich der „Ähnlichkeitssuche“ (Enhanced Similarity Search) zur

Verfügung. Schevaracz: „Obwohl im Nachrichtenbereich sehr häufig eine chronologische Meldungsübersicht sinnvoll ist, zählen bei zahlreichen Recherchen die neuesten Artikel nicht unbedingt auch zu den relevantesten. Je nach Suchbedürfnis kann die Reihung in der Trefferliste künftig auch nach weiteren Parametern erfolgen.“ Ein weiteres Feature ist „Automatic Summarization“. Hierbei erhält der User nicht das gesamte Dokument vorgesetzt,

sondern eine automatisch generierte Zusammenfassung in Kurzform in zwei bis vier Sätzen. „Instant Overview Map“ schließlich empfiehlt sich für den Direkteinstieg in die wichtigsten Tagesthemen. Der User erhält zu jeder Kategorie (Wirtschaft, Kultur, Politik) die wichtigsten Meldungen des Tages und hat damit die Möglichkeit, auf einen Blick zu erkennen, welche Themen den medialen Tag bestimmen.

www.apa-it.at



WIR sind die BESTE Innovation für ÖSTERREICHS INNOVATOREN.

Auf der Basis innovativer, patentgeschützter Technologien widmet sich das Unternehmen Eucodis der Erforschung neuer Eiweißmoleküle: die Grundlagen für die Entwicklung innovativer Medikamente für heute noch schwer oder gar nicht therapierbare Erkrankungen. Die austria wirtschaftsservice begleitete das Unternehmen auf seinem erfolgreichen Weg zum Aus- und Aufbau eines Forschungslabors in Wien, unter anderem durch die Vermittlung von Räumlichkeiten und Kooperationen sowie der für die Ansiedlung ausschlaggebenden Gründungsförderung – ein entscheidender Beitrag für die Stärkung hochkarätiger Innovationskraft am Standort Österreich.

www.awsg.at



Traditionelles Zahlverhalten

Experten irrten, als sie vor Jahren prognostizierten, dass durch boomendes Onlineshopping ein völlig neues Zahlverhalten entstehen würde. Banküberweisung und Kreditkarte sind derzeit die gebräuchlichsten Zahlungsmittel im Internet, und es ist davon auszugehen, dass sich daran so schnell nichts ändern wird.

Manfred Lechner

Österreicher bevorzugen für Einkäufe im Internet traditionelle Zahlungsmittel. So lautet das Fazit einer Studie, die von der Oesterreichischen Nationalbank (OeNB) erstellt wurde. „Über 90 Prozent aller Zahlungen werden mittels Banküberweisungen, mit Kreditkarten oder per Nachnahme durchgeführt“, erklärt Thomas Lammer, Experte für den Zahlungsverkehr bei der OeNB.

Asset Onlinebanking

„Banküberweisungen nehmen mit 52 Prozent den Spitzenplatz ein, Kreditkarten werden von rund 30 Prozent als Zahlungsmittel verwendet. Nachnahmesendungen sind mit 13 Prozent vertreten und spielen ebenso wie die für das Internet entwickelten Bezahlformen – Paysafecard, Pay Pal oder Paybox – derzeit noch eine untergeordnete Rolle“, so Lammer. Die Häufigkeit von Banküberweisungen erklärt sich auch aus der breiten Marktdurchdringung von Onlinebanking. Lammer: „In Österreich nutzen bereits rund zwei Millionen User diesen Service, europaweit sind es über 80 Millionen. Die heimischen Banken erkannten den Trend frühzeitig und bieten mit der bankübergreifenden



Für das Geldausgeben und Geldverdienen im Internet bedarf es bequemer und sicherer Zahlungsmöglichkeiten, die das Vertrauen von Händlern und Kunden finden. Foto: Bilderbox.com

eps-Online-Überweisung eine auf Onlinebanking basierende Zahlungslösung für das Internet an.“

Wachstumsmarkt

Onlineshopping konnte in den vergangenen Jahren überdurchschnittliche Zuwachsraten erzielen. Lammer: „Hatten 1997 erst ein Prozent der Bevölkerung beziehungsweise sechs

Prozent der Internet-Nutzer Bestellungen im Internet getätigt, so waren es im zweiten Quartal bereits 34 Prozent beziehungsweise 61 Prozent der User.“

Auch die Bestellhäufigkeit erfuhr eine Steigerung. Waren es im Jahr 2002 rund 35 Prozent der User, die mehrmals in den jeweils letzten drei vorhergehenden Monaten bestellt hatten, tätigten im zweiten Quar-

tal 2006 bereits 43 Prozent der Österreicher im selben Zeitraum mehrere Online-Käufe. User, die im Netz kaufabstinent blieben, gaben zu 78 Prozent die fehlende Möglichkeit zur Besichtigung der Waren, zu 74 Prozent Unsicherheiten bei der Bezahlung, zu 62 Prozent Datenschutzgründe als Hemmnis an. Aus der OeNB-Studie geht weiters hervor, dass Netz-

nutzung und Onlineshopping sowohl von sozialen als auch demografischen Faktoren abhängig ist. So erklärt Lammer: „Aussagekräftige Daten über Onlineshopping ergeben sich auch über das Alter von Usern, das Geschlecht, die Größe des Wohnortes und das Bildungsniveau.“ Im zweiten Quartal 2006 tätigten beispielsweise 58 Prozent der Onlineshopper mit Universitätsabschluss Einkäufe im Netz, während es bei jenen mit Pflichtschulabschluss nur 34 Prozent waren, die davon Gebrauch machten.

Als Onlineshopper sind Frauen mit 42 und Männer mit 50 Prozent vertreten. Was die Demografie betrifft, nutzen 40 Prozent der Bevölkerung in Orten mit weniger als 2000 Einwohnern das Netz, während in den Ballungszentren über zwei Drittel davon Gebrauch machen. Rund 89 Prozent der Onlineshopper erachten die Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit, 87 Prozent die Zeitersparnis als ausschlaggebend, und 72 Prozent bezeichneten als Vorteil das größere Warenangebot. „Scheinbar nahe liegende Gründe wie Geldsparen, kürzere Lieferzeiten oder die Anonymität spielen hingegen keine große Rolle“, ergänzt der Experte von der Nationalbank.

www.oenb.at

Thomas Grabner: „Wichtig für Händler ist, Partnerschaften nur mit voll zertifizierten Payment-Dienstleistern einzugehen, da nur dann Service-Qualität und Sicherheit garantiert werden können. Unzertifizierte Lösungen können zur Folge haben, dass Händler im Schadensfall voll haftbar sind“, erklärt der Prokurist von Qenta.

Volle Sicherheit bei Onlineshopping

economy: Wie sicher ist Bezahlen im Internet?

Thomas Grabner: Für Zahlungssicherheit gibt es ein objektives Kriterium: den Payment Card-Industry (PCI)-Standard. Dieser ist ein gemeinschaftliches Regelwerk aller Kreditkartengesellschaften und bietet Dienstleistern und Händlern genormte Vorschriften. Vorteil für den Händler ist: Entscheidet er sich für einen PCI-zertifizierten Payment-Dienstleister, braucht er sich selbst nicht zertifizieren zu lassen. Dies deshalb, da Händler keine Kopie der Kreditkartennummer ziehen können, weil der gesamte Zahlungsvorgang im Hintergrund abläuft.

Sind bereits alle österreichischen Payment-Dienstleister zertifiziert?

Qenta ist derzeit der einzige zertifizierte österreichische Anbieter und entspricht dadurch allen gesetzlichen Vorschriften. Festgestellt werden muss, dass es einen Zertifizierungszwang für Dienstleister gibt. Sollte ein Schaden bei einem Händler eintreten, muss der unzertifizierte Händler den entstandenen Schaden ersetzen.

Wird das Outsourcing des Payments auch als strategische Management-Entscheidung erachtet?

Auf jeden Fall. Kürzlich erklärte Tim von Törne, der 2005 die Geschäftsführung der deutschen Cellity AG übernahm, dass Payment für ihn kein Kostenfaktor, sondern eine strategische Notwendigkeit sei, denn Kunden müsse die bequemste

und sicherste Zahlungsmöglichkeit geboten werden. Törne war, bevor er zu Cellity wechselte, Deutschland-Chef von Skype. Cellity ist ebenso im Telefongeschäft beheimatet und brachte vergangenen November den ersten automatischen Least Cost Router, der den preiswertesten Anbieter ermitteln kann, für das Handy auf den Markt.

Sehen Sie bei Händlern Nachholbedarf?

Wichtig ist es, Händler dafür zu sensibilisieren, dass für sicheren Zahlungsverkehr bezahlt werden muss. Dies deshalb, da die Kernkompetenz von Payment-Service-Providern darin besteht, Zahlungen so einfach wie möglich zu machen, und aufgrund der Raschheit die dahinterliegende Technik

für Nicht-Fachleute gleichsam unsichtbar ist. Für große Unternehmen ist dies mittlerweile völlig selbstverständlich, sie würden es sich nicht einmal im Ansatz überlegen, eigene Lösungen zu entwickeln. Anders sieht die Situation bei kleineren Unternehmen aus, hier meint man, es wäre möglich, den Zahlungsverkehr in Eigenregie abwickeln zu können, um einen Kostenvorteil zu lukrieren. Was aber vergessen wird, sind die dadurch entstehenden Sicherheits- und Service-Lücken.

Bieten Sie auch neue Zahlungsmittel an?

Seit Kurzem sind wir Exklusivpartner von Billiteasy. Einer unserer Kunden ist der Telefon- und Internet-Anbieter UTA. Vorteil ist, dass mittels User-

Name und Passwort bezahlt werden kann. Je nach Kundenwunsch erfolgt die Einkaufsabrechnung über die monatliche Telefonrechnung, Kreditkarte oder per Bankeinzug. malech

www.qenta.at

Steckbrief



Thomas Grabner ist Prokurist von Qenta. Foto: Qenta

Special Innovation

Sparen mit Sinn und Verstand

Gezieltes Outsourcing mit Augenmaß steigert Unternehmensperformance und Shareholder Value.

Sonja Gerstl

Die Suche nach Einsparungspotenzialen und Möglichkeiten, die innerbetriebliche Effizienz zu steigern, stehen bei vielen Unternehmern ganz oben auf der Prioritätenliste. Kein Wunder, gilt es doch schließlich unter sich kontinuierlich verschärfenden Marktbedingungen jene Umsätze und Gewinne zu erzielen, die das Business überhaupt erst rentabel machen. Um die eigene Kostenbasis zu optimieren, genügt oftmals ein kritischer Blick auf die Büroumgebung. Nicht selten sind die Offices mit einer Vielzahl an Kopierern, Druckern und Faxgeräten vollgestopft, von denen nur ein geringer Teil entsprechend ausgelastet ist.

Mangelndes Problembewusstsein

Das Problembewusstsein für diese unnötigen Kostenfresser ist allerdings in den seltensten Fällen gegeben. So etwa haben die Analysten von Info Trends/Cap Ventures in einer Studie erhoben, dass beachtliche 76 Prozent der untersuchten europäischen Unternehmen „kein angemessenes Verständnis hinsichtlich der Gesamtkosten der dokumentenbasierten Kommunikation haben“. Dabei bestünde gerade in diesem Bereich ein nicht unerhebliches Einsparungspotenzial. Der renommierte Marktanalyst Gartner geht davon aus, dass „westeuropäische Unternehmen bis zu 40 Prozent ihrer Dokumentenproduktionskosten einsparen können, indem sie einen Druckmanagement-Serviceanbieter mit der Verwaltung dieser Kosten beauftragen.“

Bernie Gooch, Services Development Manager von Xerox Global Services Europe: „Die Bürodruckumgebung war über viele Jahre hinweg durch unkontrollierten Wildwuchs gekennzeichnet. Heute haben große Unternehmen in diesem Bereich weit höhere Ausgaben als nötig – und das, obwohl sie gleichzeitig ehrgeizige Kostensenkungsziele erreichen müssen. Mithilfe eines vertrauenswürdigen Outsourcing-Dienstleisters für Managed Services im Bereich

Druckumgebung können Einsparungen in Millionenhöhe erreicht werden.“ Mehr als 5.000 Unternehmen hat Xerox bislang bei der Rationalisierung und Optimierung ihrer Bürodruckprozesse hilfreich unter die Arme gegriffen. Am Anfang steht dabei immer eine detaillierte Ermittlung der aktuellen Gesamtkosten. Diese stellt dann in weiterer Folge eine zuverlässige Ausgangsbasis für zukünftige Einsparungen dar. „Bei unseren Kunden hat es

sich bewährt, die traditionelle Strategie des Technologieeinkaufs durch ein umfassendes und hochwertiges Service-Angebot zu ersetzen, das die Überwachung der Gesamtbetriebskosten und die Realisierung vertraglich garantierter Ergebnisse und Einsparungen vorsieht“, erläutert Gooch das Konzept. Knackpunkt der Überlegungen ist, dass weder unzureichende Technologie noch unzureichende Leistungen einzelner Unternehmensbe-

reiche, sondern schlichtweg eine fehlende Kontrolle der Gesamtkosten Verursacher für den mitunter exorbitant hohen Finanzposten „Druckmanagement“ ist.

Wie effizient die Methode ist, belegen anschaulich die Zahlen. Rund 250 Euro pro Mitarbeiter und Jahr können durch eine optimierte Bürodruckumgebung an Einsparungen erzielt werden.

www.xerox.at

Warum sich mit Themen beschäftigen, die zuviel Ihrer wertvollen Zeit kosten? Wenden Sie sich gleich an den Spezialisten: Kapsch BusinessCom ist Marktführer im Bereich IT- und Kommunikationslösungen für Unternehmen jeder Größe und kennt daher sämtliche Anforderungen dieses Umfeldes. Von der Netzwerkarchitektur über moderne Sprach- und Datenlösungen bis zu umfassenden Sicherheitssystemen. Wenn Sie mehr über Kapsch wissen wollen, besuchen Sie uns unter www.kapsch.net.

kapsch >>>
always one step ahead

Überlassen Sie uns ruhig Ihre IT.
Denken Sie lieber an was Schönes.



Weniger ist oftmals mehr: Outsourcing hilft Geld sparen. Foto: Xerox

>>> Kapsch BusinessCom

