

Special Innovation

Ein Netz für alle Fälle

Telefon, Internet und Fernsehen erfordern jeweils eigene Netzwerkinfrastrukturen. Die sogenannten Next Generation Networks sollen damit Schluss machen, indem sie alles über Datenpakete abwickeln.

Sonja Gerstl

Die Art und Weise, wie wir miteinander kommunizieren, ist einem rasanten Wandel unterworfen. Neue, immer ausgefeiltere Technologien bieten eine Unzahl von Möglichkeiten, miteinander in Kontakt zu treten. Next Generation Network (NGN), ein Netz für Sprache, Daten und Multimedia, wird, so lauten die Ankündigungen der IT-Branche, unsere Kommunikationsgewohnheiten nachhaltig revolutionieren. Und das gilt vor allem für Unternehmen.

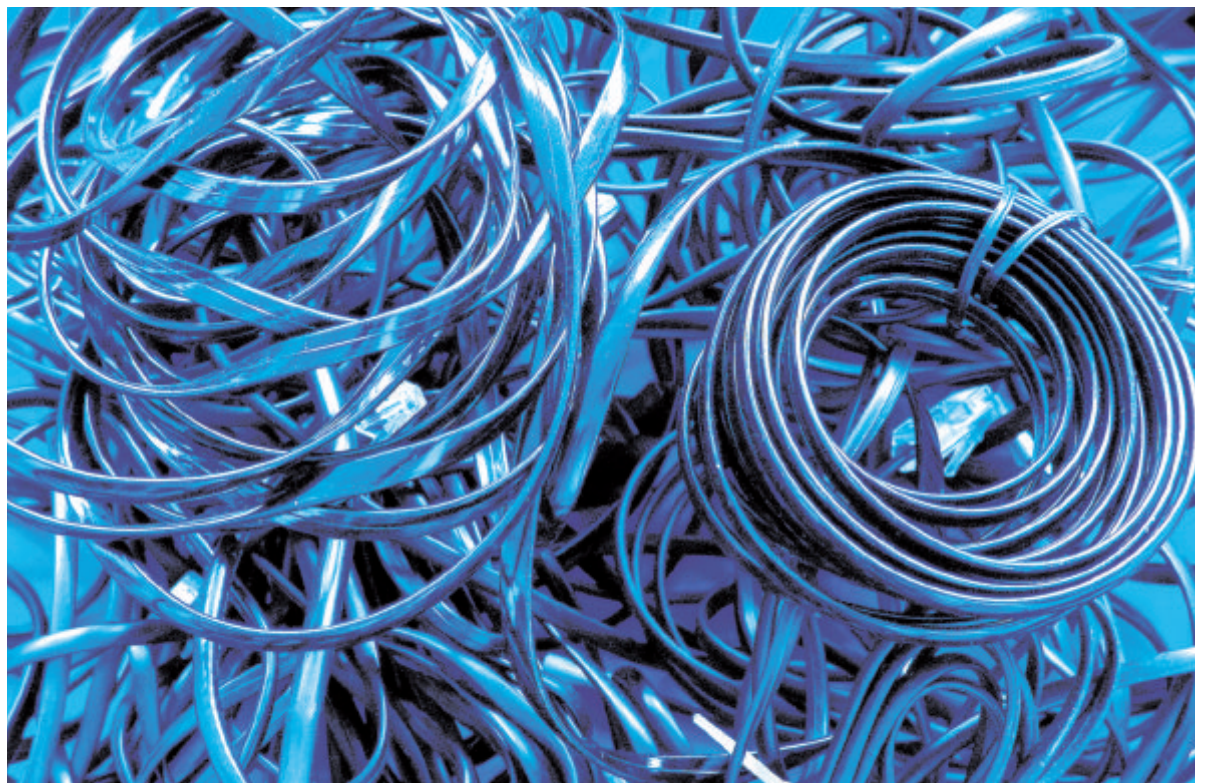
„Für uns ist NGN ein sehr weit reichender Begriff, der über die klassische Definition hinausgeht“, erläutert Alcatel-Lucent-Sprecherin Astrid Krupicka die Philosophie, die für den Kommunikationskonzern hinter dieser Innovation steckt. Ursprünglich wurde NGN als Terminus für die Ablöse des heutigen TDM-basierten Sprachnetzes durch ein modernes IP-basiertes Netz verwendet. „Es hat sich aber herausgestellt, dass damit nicht nur eine Transformation der Technologie stattfindet, sondern auch eine

Transformation des gesamten Unternehmens“, so Krupicka. Alcatel-Lucent sieht die Einführung eines NGN-Netzwerkes deshalb als umfassendes Transformationsprojekt, in dem neben der Netz-Transformation auch Geschäftsmodelle, Unternehmenskultur und Service mit einbezogen werden müssen.

Angeboten werden die notwendigen Produkte wie Router, Access-Technologie, Management-System und die begleitende Beratung der Kunden.

Netzwerksicherheit

Auch heikle Themenkomplexe wie Netzwerksicherheit werden entsprechend abgedeckt. Aktuell wird von Netzbetreibern und Lieferanten in verschiedenen Standardisierungsgremien darüber nachgedacht, welche Basics notwendig sind, um einen „störungsfreien“ Ablauf von Gesprächen in NGN-Netzen zu gewährleisten. Neben den bekannten Lösungen wie Firewalls schützen zum Beispiel auch sogenannte Border-Nodes das Core-Netz des Netzbetreibers vor Attacken aus dem eigenen, ebenso jedoch auch aus



Schluss mit dem Kabelsalat: Künftig sollen Sprache, Daten und Multimedia über ein schnelles und einfach zu nutzendes Netz transportiert werden. Foto: Bilderbox.com

fremden Netzen. Ein ganz wesentliches Argument für NGN ist jenes der Kostensenkung. Viele Netzbetreiber haben heute für verschiedene Anwendungen – Sprache, Daten – verschiedene Netze. „Dabei sprechen wir von einer sogenannten vertikalen Struktur. Die NGN-Architektur sieht hingegen eine horizontale Struktur vor, wo wenige Netze für sämtliche Dienste verwendet werden können. Und das ermöglicht in weiterer Fol-

ge eine wesentlich effizientere Kostenstruktur“, erklärt Sprecherin Krupicka.

Kostengünstig und effizient

Auch neue Dienste könnten so schneller und günstiger auf dem Markt angeboten werden, was die heiß umkämpfte Telekommunikationsbranche ganz besonders freuen wird. Aber natürlich nicht nur diese – auch deren Kunden profitieren von den schlanken Kostenstrukturen im

Zuge der Netzumstellung und in weiterer Folge auch im Betrieb des Netzes. Übrigens: Diese neue Technologie schleicht sich mit leisen Sohlen in die Offices und privaten Wohndomizile der User: Außer einer neuen (kleinen) Box namens „IAD“, die als Schnittstelle zwischen Endgerät, also dem Telefon, und NGN fungiert, sind in Sachen Hardware keinerlei weitere Adaptierungsarbeiten notwendig.

www.alcatel-lucent.at

Schnelle Hightech-Leitung

Next Generation Networks versprechen eine neue Qualität des Telefonierens und günstigere Tarife.

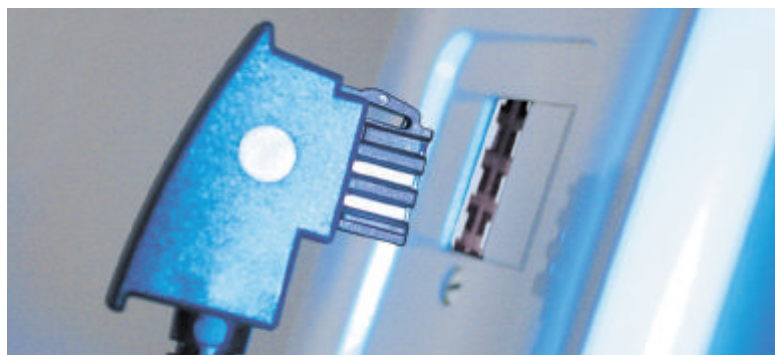
Wer kennt ihn nicht, den Kabelsalat unter dem Schreibtisch – möglicherweise sogar noch in Kombination mit Adapter, Modem, Splitter, Router und all den anderen Dingen, welche die persönliche Beinfreiheit mitunter ganz gewaltig einschränken. Mit dem Netzwerk der nächsten Generation gehören derlei Stillleben künftig der Vergangenheit an. Eine Leitung und ein Gerät als Schaltzentrale, die sogenannte IAD-Box, reichen dann aus, um Telefonieren und im Internet surfen zu können.

Einheitliche Konfigurierung

Und damit nicht genug: Über den PC kann man die Einstellungen der IAD-Box für Telefon und Internet einheitlich konfigurieren – also zum Beispiel via Internet-Browser Rufumlei-

tungen einrichten oder auf den Anrufbeantworter zugreifen. Auch das Telefonieren selbst soll durch Next Generation Networks (NGN) billiger werden, denn schließlich ersparen sich die Anbieter mit NGN mit dem Umstieg auf die IP-Technik eine Menge an Kosten – Spielraum für Preissenkungen sollte also durchaus drinnen sein, zumal auch der Konkurrenzdruck entsprechend steigen wird.

Welche Technik der Netzbetreiber anbietet, kann der Kunde nicht beeinflussen – steigt der Netzbetreiber auf NGN um, zieht er seine Klientel mit sich mit. Selbst Kunden mit einem klassischen Telefonanschluss werden mittelfristig via NGN telefonieren. Dabei ändert sich nur die Technik hinter der Telefonbuchse, über welche die



Telefonieren via Internet: Die Technik verbirgt sich hinter der Telefonbuchse. Foto: Bilderbox.com

Gespräche geleitet werden. Gefehlt wird indes noch an der Qualität der Telefonverbindung. Diese kann nämlich mitunter Schwankungen unterliegen, vor allem dann, wenn über ein und dieselbe Datenleitung nicht nur Gespräche, sondern auch große E-Mails und Video-Streams

fließen. Auch die teilweise schlechtere Sprachqualität gilt nach wie vor als Kritikpunkt. Die gute Nachricht: Leistung, Sprachqualität und Erreichbarkeit sind bekanntlich vertraglich festgelegt – Netzbetreiber müssen also Mindeststandards aufrechterhalten. sog

Info

● NGN. Mit Next Generation Network (NGN) wird ein Kommunikationsnetz bezeichnet, das sich durch die Konvergenz konventioneller Netze mit IP-basierten Netzen ergibt. Das heißt, alle Kommunikationsdienste wandern auf eine Plattform, die auf dem Internet-Protokoll (IP) basiert. Für dieses neue Netz ist eine eigene Netzarchitektur erforderlich. Bei NGN basiert diese auf der Trennung zwischen dienstbezogenen Funktionen und Transport-Funktionen. NGN soll als eine Art universelles IP-Netzwerk positioniert werden, das in sich sämtliche Applikationen heutiger Daten-, TV-, Mobilfunk- und Telekommunikationsnetze vereint.

Special Innovation

Nahtlos ins Netz

Die neuen Unified-Communications-Systeme von Kapsch und Microsoft für mobile Wissensarbeiter.

Ernst Brandstetter

Unified-Communications-Lösungen bieten Unternehmen durch die Konvergenz der Kommunikationssysteme die Möglichkeit, ihre Ressourcen optimal zu nutzen. Unabhängig von ihrem aktuellen Aufenthaltsort können sich Mitarbeiter damit stets in die Gesamtorganisation integrieren und alle Vorteile der unternehmensinternen Kommunikation nutzen. Die reibungslose Zusammenarbeit der Anwender dieser Systeme und die damit verbundene Sicherung der Produktivität erfordern jedoch nahtlose Kommunikationslösungen.

In Partnerschaft mit Microsoft bringt Kapsch Business Com demnächst eine neue Generation IP-basierter Echtzeit-Kommunikationssysteme für Unternehmen auf den heimischen Markt, die auf der Verbindung von Microsoft Office Communications Server 2007, Exchange Server 2007 und Telefonieanwendungen beruhen. Aufbauend auf bestehende Telekommunikations- und IP-Netzwerkinfrastrukturen werden alle Kommunikationskanäle wie Daten, Sprache und Bilder preiswert über eine systemintegrierte Plattform vereint. „Bei unserem neuen Unified-Communications-Angebot steht neben der effizienteren Auslastung der vorhandenen Unternehmensinfrastruktur das Anbieten multimedialer, mobiler Möglichkeiten wie etwa von Collaboration- und Personalisierungsfunktionen im Vordergrund“, erklärt Lukas Keller, Leiter des Bereichs Microsoft Business Division bei Microsoft Österreich.

Präsenzinformationen

Die Plattform für diese Echtzeitkommunikationslösungen ist der Microsoft Office Communications Server 2007. Das System zeigt an, ob ein Mitarbeiter gerade im Meeting, auf Geschäftsreise, im Urlaub oder am Arbeitsplatz ist und somit auch, ob und wie er oder sie am besten zu erreichen ist. Zielgerichtete Kontaktaufnahme via Telefon, Handy, IM oder E-Mail wird damit möglich. Weitere Funktionen sind beispielsweise einfach zu initiiierende Audio-

Video- und Web-Konferenzen. Auch Instant Messaging innerhalb bestehender Software-Anwendungen, Dienste und Geräte sowie mit Geschäftspartnern und öffentlichen Instant-Messaging-Diensten ist möglich.

Mit dem System werden beispielsweise Sprachnachrichten (Voice Mails) direkt in den E-Mail-Posteingang der einzelnen Mitarbeiter geschickt, die diese dann als Soundfile abhören können.

Einlangende Faxe werden automatisch zu einer Grafikdatei konvertiert und in den Posteingang weitergeleitet. Über die Spracherkennung können Nutzer von jedem Telefon aus auf ihren Posteingang und Kalender zugreifen. Um die Bedürfnisse der mobilen Wissensarbeiter zukünftig noch besser erfüllen zu können, werden von Microsoft spezielle Unified-Communication-Telefone auf den Markt gebracht. Sie können entweder an den

Arbeitsplatz-Computer angeschlossen oder via Ethernet- direkt über das Unternehmensnetzwerk genutzt werden. Die Anmeldung der Benutzer erfolgt über den im Telefon integrierten Fingerprint-Reader und Touch Screen. Allen Teilnehmern stehen anschließend die Präsenzdaten des Anwenders als auch gewünschte weitere Informationen zur Verfügung.

www.kapschbusiness.com



Programm und Anmeldung
www.cisco.at/expo2007

Cisco Expo 2007

Messe Wien · 26. Juni 2007

Willkommen an einem Ort, an dem wir alle miteinander verbunden sind. Wo die Möglichkeiten des Internets neu kombiniert werden. Das Human Network macht es möglich. Erfahren Sie, wie das Netzwerk zur Drehscheibe für maßgeschneiderte, personalisierte Dienste des 21. Jahrhunderts wird. Treffen Sie Cisco und kompetente Kenner der Branche bei einem der wichtigsten IT-Kongresse 2007.

Im Human Network bestimmen Menschen, was möglich ist.



Überall Netzzugang für moderne Wissensarbeiter. Foto: Bilderbox.com



Das Netzwerk ist die Plattform,
die Ihr Business verändert.

Welcome to
the Human Network.

CISCO

Kundenbindung per SMS

Mobile Services ermöglichen Zeitungsverlagen einen derzeit noch nicht ausgeschöpften Wachstumsmarkt. Die Minds-Plattform bietet Verlagen die technologischen Voraussetzungen, um solche Services verkaufen zu können. Geplant ist, in diesem Jahr eine internationale Gesellschaft zu gründen, um Synergien besser nutzen zu können.

Manfred Lechner

„Mobile Content-Services eröffnen Tageszeitungen neue Chancen, Leser zu binden und vor allem junge, nicht mehr regelmäßig lesende Zielgruppen punktgenau anzusprechen“, erklärt Wolfgang Nedomansky von der Austria Presse Agentur (APA). Zu mobilen Services zählen Votings, Gewinnspiele, SMS- und MMS-Aboservices oder mobile Leserbriefe. Zusätzlich können Anzeigenkunden innovative, crossmediale Werbeformate anbieten.

Erfolgreiche Kampagnen

Beispielsweise warb die Billigfluglinie German Wings in den Online-Ausgaben deutscher Zeitungen mit einem Gewinnspiel, an dem mittels SMS teilgenommen werden konnte. Die Kampagne wurde aufgrund des großen Erfolgs viermal wiederholt. Das Grundkonzept der Plattform entstand im Rahmen des von der EU finanzierten europäischen Mobilfunkprojekts Minds (Mobile Information and News Data Services for 3G).

Die innovativen Entwicklungen wurden von den nationalen Nachrichtenagenturen Deutschlands, Österreichs, der Niederlande, der Schweiz und Ungarns sowie von vier technischen Partnern entwickelt. Darauf



Einfache Bedienung und jederzeitige Verfügbarkeit des Handys schaffen für Tageszeitungen optimale Voraussetzungen bei der Vermarktung mobiler Content-Services. Foto: Bilderbox.com

aufbauend gründete die APA in Österreich und analog dazu die anderen Nachrichtenagenturen auf ihren Heimmärkten nationale Plattformen, die Zeitungsverlage die notwendige technologische Infrastruktur sowie Bezahlssysteme für die Verbrei-

terung mobiler Services zur Verfügung stellten. „Die Entwicklungsmöglichkeiten solcher Services stellen sich derzeit als nahezu unerschöpflich dar, da wir erst am Beginn eines sehr weit reichenden Transformationsprozesses stehen“, erklärt

Nedomansky. „Vorteil ist“, unterstreicht er, „dass Minds über ein eigenes Content-Management-System verfügt und daher von Redakteuren einfach zu bedienen ist.“ Die Technik läuft unsichtbar im Hintergrund, doch bedurfte es umfangreicher

Entwicklungsarbeiten, da die Geschäftsmodelle von Mobilfunkbetreibern sowie Technik- und Service-Providern nur in den seltensten Fällen mit den im Zeitungsgeschäft üblichen Modellen übereinstimmen. Zeitungsverlage, die die nationale Minds-Plattform nutzen, können durch das internationale Netzwerk auch Consulting-Dienstleistungen in Anspruch nehmen und die von Infocom, einer Tochter der Deutschen Presseagentur (DPA), entwickelten praxiserprobten Anwendungen und Best-Practice-Beispiele kennenlernen. Regelmäßige Workshops mit allen teilnehmenden Verlagen runden die Angebotspalette ab.

Internationaler Verbund

Im dritten Quartal 2007 wird von neun europäischen sowie mehreren amerikanischen Nachrichtenagenturen Mind International gegründet. „Im Vergleich zu Google sind sogar große Agenturen wie die DPA, was die Größe betrifft, kleine Player, deshalb ist es wichtig, dass wir diese Plattform unter internationaler Beteiligung schaffen, um uns in diesem Segment einen Vorsprung sichern zu können“, weiß Nedomansky, der Mind International als Geschäftsführer leiten wird.

www.mind-project.org

Das mobile Büro rückt in greifbare Nähe

Österreichische Entscheidungsträger erwarten bis zum Jahr 2010 nachhaltige Prozess-Umgestaltungen.

Eine neue Studie gibt Auskunft darüber, wie innovative Kommunikationslösungen bis zum Jahr 2010 das Arbeitsleben bestimmen werden. Auftraggeber war Cisco Austria, die Befragung österreichischer Führungskräfte erfolgte durch das Institut Karmasin.

„Die Studie zeigte, dass einer der zentralen branchenübergreifenden Erfolgsfaktoren die Kommunikation im weiteren Sinne ist, ob Face-to-Face oder über den elektronischen Datenaustausch“, erklärt Carlo Wolf, General Manager von Cisco Austria und Managing Director Alpine Region. „Die Mitarbeiter eines Unternehmens erhalten und versenden über eine Vielzahl von Kanälen eine Unmenge an Informationen. Das Management dieser Vielfalt ist eine der zentralen Herausforderungen unserer Zeit – denn wo nicht oder schlecht kommuniziert wird, entstehen Probleme.“

Wichtigster Erfolgsfaktor ist, effizient zu kommunizieren. Mitarbeitern muss die Möglichkeit geboten werden, gezielt den richtigen Ansprechpartner ausfindig machen und gleichzeitig den richtigen Kommunikationskanal – Internet, Handy, Festnetztelefon – definieren zu können.

Kommunikation optimieren

Notwendig dazu ist, die Vielzahl der Kommunikationswege richtig zu synchronisieren, um nicht umständlich nach wichtigen Nachrichten suchen zu müssen. „Ziel muss es sein, die dahinterliegende Komplexität von Usern fernzuhalten, denn im Mittelpunkt sollte der Mitarbeiter oder die Mitarbeiterin stehen – und nicht die Technik. Die Technik von heute kann diesen Herausforderungen mit Unified-Communications-Lösungen begegnen“, so Wolf. Wie die Studie ergab, konzentrieren

Unternehmen ihre Zukunftsvorstellungen vor allem auf Flexibilität und Mobilität. Aufgrund der weitgehend realisierten technischen Machbarkeit ist das Ende des konventionellen

Büros nahe. Mitarbeiter sollen nach individuellen Rhythmen arbeiten können, da das mobile Büro überall einsatzbereit ist. Persönliche Kontakte erfolgen in Meetings. Das dritte große

Thema ist die Verschmelzung der Technologien zur Multimedia-Kommunikation. Das Zusammenwachsen der verschiedenen Kommunikationskanäle – Audio, Video, Text und Bild – führt zu einer Reduktion der verwendeten Endgeräte. Entscheidend für den Markterfolg solcher Kommunikationstools wird aus Sicht der Unternehmen eindeutig die Usability sein.

Eine umfassende Lösung für Sprach-, Video- und Daten-Kommunikation stellt das Cisco-Unified-Communications-System dar, denn es erhöht die Produktivität mobiler Arbeitnehmer. Es integriert verkabelte, drahtlose und mobile Endgeräte nahtlos und bietet eine sichere Lösung für die gesamte Organisation, unabhängig vom Aufenthaltsort. Einsetzbar ist es in Unternehmen jeder Größe, egal welche Art von Endgerät zum Einsatz kommt. malech

www.cisco.at



Immer und überall arbeiten: Unternehmen setzen auf eine weitreichende Flexibilisierung der Arbeitsprozesse. F.: Bilderbox.com

Special Innovation

Judith Brunner: „Aufgabe der Christian Doppler Forschungsgesellschaft (CDG) ist es, anwendungsorientierte Grundlagenforschung zu fördern, was ihr innerhalb der österreichischen Förderlandschaft einen einzigartigen Stellenwert verleiht“, erklärt die neu bestellte CDG-Generalsekretärin.

Wissenschaft vom Feinsten

Manfred Lechner

economy: Welche Innovationen stammen aus Christian Doppler (CD)-Labors?

Judith Brunner: Beispielsweise die Entwicklung neuer Hartstoffschichten für den Werkzeug-, Auto- und Flugzeugbau, wie sie im CD-Labor für Werkstoffprüfung von Christian Mitterer an der Montanuniversität Leoben in Kooperation mit Plansee erforscht werden. Mitterers Gruppe zählt international zu den zehn besten Forschergruppen dieses Bereichs. In der Allergieforschung verfügen wir mit den CD-Labors von Fatima Ferreira an der Universität Salzburg und Rudolf Valenta an der Medizinuniversität Wien sogar über einen Mini-Cluster, der sich mit Diagnose und Therapie von Allergien befasst. Bei der Auswahl der zu fördernden Forschungsvorhaben verfolgen wir einen Bottom-up-Ansatz. Das bedeutet, dass ein Unternehmen eine praktische Fragestellung hat, die in die Grundla-

genentwicklung reicht. Und die jeweilige Aufgabe soll in der Zusammenarbeit mit der Wissenschaft bearbeitet werden.

Welche Veränderungen in der CDG peilen Sie an?

In der nächsten Zeit sollen drei Vorhaben umgesetzt werden. Bis zum Jahr 2010 will die CDG substanziell wachsen. Beabsichtigt ist, 2008 die Zahl der CD-Labors von derzeit 45 auf 50 zu erweitern, bis 2010 soll der Ausbau mit 70 CD-Labors vorerst abgeschlossen sein. Zweitens forcieren wir einen Internationalisierungskurs.

Wie soll der aussehen?

Ziel soll sein, dass alle Fragestellungen österreichischer Unternehmen von den weltweit besten Wissenschaftlern beantwortet werden können. Da wir im internationalen Maßstab ein kleiner Player sind, sehe ich es als unsere Aufgabe an, Netzwerke zu bilden, um dies zu ermöglichen. Auch in diesem Feld verfolgen wir einen Bottom-up-Ansatz, um thematisch und geografisch offen zu sein.

Existieren derzeit schon internationale Kooperationen?

In der Erforschung von Implantaten für taube und hörverminderte Menschen besteht beispielsweise derzeit schon eine Forschungskoooperation zwischen dem CD-Labor von Clemens Zierhofer an der Universität Innsbruck und der Capital University of Medical Sciences in Peking.

In welche Richtung zielt Ihr drittes Vorhaben?



Christian Doppler-Labors, die auf ihrem Gebiet zu den Weltbesten zählen, entwickeln unter anderem neue Werkstoffe, die im Flugzeug-, Auto- und Werkzeugbau eingesetzt werden können. F.: Bilderbox.com

In einem Satz gesagt: Wir wollen unseren Bekanntheitsgrad erhöhen. Wir folgen damit einer Empfehlung, die im Zuge einer kürzlich durchgeführten Evaluierung ausgesprochen wurde. Dieses Vorhaben ist auch deshalb notwendig, da wir nur dann auch die beiden zuvor genannten Ziele – Wachstumspfad und Internationalisierungskurs – erreichen können.

Wie wollen Sie diese Vorhaben umsetzen?

Wichtig für uns sind folgende Zielgruppen: Spitzenforscher, die als Kandidaten für die Leitung von CD-Labors in Frage kommen, und die dahinterstehenden Forschungseinrichtungen. Nachholbedarf besteht beispielsweise bei Kooperationen mit privaten Universitäten. Der zweite Fokus, uns bekannter zu machen, liegt auf den Unternehmen. Hier kann ich die Kontakte aus meiner Zeit bei der Österreichischen Industriellenvereinigung einbringen.

Beim dritten Punkt stehen wir erst am Anfang: Institutionen zu finden und anzusprechen, die mögliche internationale Partner für die CDG sein könnten.

Wie hoch ist das Budget?

Es macht 2007 rund 17 Mio. Euro aus. 95 Prozent fließen direkt in die Forschung. Jeweils die Hälfte wird von Unternehmen und von der öffentlichen Hand getragen. Das CD-Modell ist also ein PPP-Modell.

www.cdg.ac.at

Steckbrief



Judith Brunner, Generalsekretärin der Christian Doppler Forschungsgesellschaft.

Foto: CDG



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

Wegweiser durch das Internet

Intelligente Empfehlermechanismen helfen Internet-Nutzern ganz individuell bei ihrer Entscheidungsfindung.

Sonja Gerstl

Virtuelle Berater begleiten Menschen durch ihren Alltag. Auf Knopfdruck stehen sie zur Verfügung und helfen – dank programmierter Such- und Selektionsprozesse – bei der Suche nach persönlichen Vorlieben – zum Beispiel in den Bereichen Musik oder Belletristik. Im Kontext mit mobilen Endgeräten ersetzen sie sogar das Navigationssystem, nämlich dann, wenn es etwa darum geht, rasch den besten Italiener zu finden – und das auch dann, wenn man sich nicht gerade im eigenen Grätzl aufhält. Sogenannte Personalized Recommender Systems leisten hier wertvolle Dienste.

Hilfe im World Wide Web

Die Fülle der Informationen, die Nutzern über das Internet zur Verfügung steht, ist unüberschaubar. Mitunter kostet es sehr viel Mühe, herauszufinden, wo letztendlich was zu finden ist. Hier einen persönlichen Guide zu haben, der genau den individuellen Geschmack kennt und aufgrund dessen punktgenaue Vorschläge aus den unendlichen Weiten des World Wide Web hervorzaubert, wäre eine enorme Hilfestellung.

Im Research Studio für Smart Agent Technologies beschäftigt man sich bereits seit geraumer Zeit damit, wie „intelligente Empfehlermechanismen“ am effizientesten in den Alltag in-

tegriert werden können, und natürlich auch damit, was diese können müssen, um von den Endverbrauchern als virtuelle Helferlein überhaupt akzeptiert zu werden. Erich Gstrein, technischer Leiter vom Research Studio für Smart Agent Technologies: „Für uns steht die Optimierung des User-Nutzens – und

nicht die einer der verwendeten Techniken – im Zentrum der Bemühungen.“ Schließlich, so Gstrein, sollen diese Empfehlensysteme ja auch „beraten und nicht erraten“.

Die Personalized Recommender Systems orientieren sich dabei an den Vorlieben des Internet-Nutzers. Aufgrund von

früheren Aktivitäten (Bestellungen et cetera) offerieren sie diesem automatisch Ähnliches. Für den Nutzer bedeutet das eine gewaltige Zeitersparnis – für Unternehmen, die auf diese Technologie setzen, ein zusätzliches (verkaufsförderndes) Kundenservice. Gstrein: „Portalbetreiber erhalten damit Feedback

bezüglich des Kaufverhaltens ihrer Kunden, was Zielgruppenanalysen erleichtert und in der Kombination mit anderen Produkten den Weg für Cross Selling ebnet.“

Vielschichtige Analyse

Die Sicht auf den Kunden gestaltet sich dabei mannigfaltig. Wer jemals beim Internet-Händler Amazon gekauft hat, kennt die jeweiligen Mechanismen. Jede Bewegung auf der Homepage wird dokumentiert, und in Sekundenschnelle werden neue Angebote offeriert. Intelligente Empfehlermechanismen stellen auch Zusammenhänge zwischen unterschiedlichen Produktgruppen her, zeigen Trends und erstellen persönliche Warenkorbanalysen. Im Fokus ist dabei aber nicht nur die individuelle Interessenlage einzelner Kunden, sondern die Beobachtungen erstrecken sich über Käuferschichten hinweg. Das bedeutet: Hat Kunde XY dieses Produkt erworben, werden seine „Daten“ mit jenen Kunden verglichen, die dasselbe Produkt erworben haben. In weiterer Folge werden dem Kunden XY Produkte angeboten, die jene Käufer ebenfalls erworben haben. Entscheidend für das Funktionieren und die Akzeptanz des Systems sind laut Gstrein „Transparenz in den Empfehlungen sowie vertrauensstiftende Erklärungsmodelle“.

www.researchstudios.at



Mobile, virtuelle Helfer: Ob beim Einkauf oder der Musikauswahl – Personalized Recommender Systems bieten prompt Unterstützung auf Tastendruck. Foto: Bilderbox.com

Netzwerk-Kooperationen mit Zukunft

Cluster braucht das Land: In Niederösterreich setzt man auf gute Zusammenarbeit.

Dass regionale Einheiten gerade in Zeiten der Globalisierung wichtige wirtschaftliche Impulsgeber sind, demonstriert man bereits seit geraumer Zeit in Niederösterreich. Über 500 Betriebe mit insgesamt mehr als 56.800 Mitarbeitern sind hier zwischenzeitlich in Netzwerken und Cluster-Initiativen aktiv. Die Bandbreite reicht dabei von Automotive über Bau, Energie und Umwelt bis hin zu Well-being, Kunststoff und Lebensmitteln.

Gemanagt wird das weit verzweigte Netz an innovativen Klein- und mittleren Unternehmen von der niederösterreichischen Wirtschaftsagentur Ecoplus. Walter Freudenthaler, Ecoplus-Geschäftsfeldleiter für den Bereich Netzwerke und Cluster: „Die Basis für erfolgreiche Netzwerkarbeit bildet die geografische Nähe. Die Partner müssen sich räumlich nahe sein, um gemeinsames Wissen und Ressourcen sinnvoll teilen



Gelungene Wirtschaftssymbiose: Innovationen werden durch regionale Kooperation und Vernetzung gefördert. Foto: Bilderbox.com

zu können. Der zweite Punkt sind enge inhaltliche Verbindungen – im Kern die Nutzung gleicher Technologien oder der Fokus auf die gleichen Endkundenbedürfnisse. Das Wichtigste

ist aber die Bereitschaft aller Partner zur Zusammenarbeit. Dann erst kann man überlegen, wie man durch Teamwork das Produktivitätsniveau erhöhen kann.“ Was das in der Praxis be-

deutet, dokumentiert der jüngst erfolgte Zusammenschluss von Holz-Cluster und Ökobau-Cluster Niederösterreich. Neu formiert unter dem Namen Bau-Energie-Umwelt-Cluster, entstand eines der größten europäischen Expertennetzwerke für diesen komplexen Bereich. Die neue Wirtschaftsdrehscheibe vereint mehr als 200 Partnerunternehmen unter einem Dach. Wirtschaftslandesrat und Landeshauptmann-Stellvertreter Ernest Gabmann: „Mit dem Bau-Energie-Umwelt-Cluster Niederösterreich nehmen wir einmal mehr unsere Vorreiterrolle in Sachen Energieeffizienz, Klimaschutz und Nachhaltigkeit wahr. Unser Ziel ist es, Niederösterreich langfristig als Musterregion beim Klimaschutz im Baubereich zu positionieren.“

Neue Zusammenschlüsse

Dass derlei Kooperationen auch bundeslandübergreifend funktionieren, zeigt ein wei-

terer, erst Anfang Juni dieses Jahres erfolgter Zusammenschluss. Mit Niederösterreich, Oberösterreich und Salzburg sind nunmehr gleich drei Bundesländer im Kunststoff-Cluster vertreten – für die Unternehmen der Kunststoffbranche eröffnen sich so Möglichkeiten, überregional Fuß zu fassen. Zugleich wird damit auch der Forderung der Europäischen Union nach größeren, international wettbewerbsfähigen Clustern entsprochen.

In Zukunft will man in Niederösterreich strategische Schwerpunkte, wie etwa eine stärkere Ausdifferenzierung der Aufgabengebiete der einzelnen Cluster-Initiativen, entsprechend ihrem jeweiligen Reifegrad setzen. Das heißt im Klartext: weitere überregionale Zusammenschlüsse, um mittelfristig mehrere international konkurrenzfähige Cluster zu etablieren. sog

www.ecoplus.at