

## Wirtschaft

**Rita Michlits****Kernkompetenz ist ein Fremdwort**

„Mich erreichen Sie nur persönlich.“ Mut zu kommerzieller Tätigkeit ohne jegliche Web-Präsenz zeigt heute kaum jemand. Jede Firma braucht einen Internet-Auftritt, so die Devise. Wer im Netz nicht ist, der ist nicht, lautet die einhellige Meinung. Muss wirklich jeder, der im Firmenregister steht, eine URL haben? Wozu braucht ein IT-Integrator, dessen Projekte bei 50.000 Euro beginnen, eine Website, auf der er News kommuniziert? Wenn er pro Monat eine einschlägige Erfolgsmeldung zusammenbringt, war das Geschäftsjahr wohl recht gut. An der Idee einer „aktuellen Neuigkeit“ geht ein solches Konzept jedenfalls vorbei.

Ein großer Elektrofachhändler österreichischer Provenienz hat sich bezüglich Kommunikation viel vorgenommen. Im Sommer 2005 lief eine Kampagne, die darüber informierte, dass in Zukunft online informiert werde. Das Unternehmen hält sich sogar eine eigene Content-Agentur, die die Inhalte für regelmäßige Newsletter produzieren soll. Die Betonung liegt auf soll, denn die renommierte Werbeagentur, die diesen Infobrief zu verschicken hatte, war dieser Aufgabe nicht gewachsen. Im vergangenen halben Jahr haben sich 5.000 Informationshungrige auf angegedeuteter Webseite registriert und warten bis heute darauf, zu erfahren, ob LCD-Fernseher schärfere Bilder liefern als Plasmaschirme. Moderne Arbeitsteilung nennt sich das.

Dass besagter Händler eine bewusste Strategie fährt, die explizit ohne Webshop auskommt, ist schön und gut. Wenn aber der größte heimische Buchladen die Entscheidung trifft, dass er seine Internetseite statt mit einem gut funktionierenden Bestellsystem mit kleinen bunten Briefmarken füllt, macht sich Ratlosigkeit breit. Wer will schon wissen, dass Dan Browns „Sakrileg“ 20 Euro 50 kostet, wenn er es nicht bestellen kann? Auch der Filialfinder bringt dem Konsumenten wenig, es sei denn, es gibt eine Version für mobile Endgeräte. Wo ich das Buch kriegen hätte können, wenn ich unterwegs gewesen wäre, weiß ich auch ohne Internet. Rechnen sich Investitionen in eine Webseite, wenn ernsthafte Kunden zur ausländischen Konkurrenz gehen? Ich glaube nicht.

**Thomas Jäkle****Die Party geht erst richtig los**

Wissenschaftler, Manager und Publizisten, die zur österreichischen Elite gehören und aus politisch unterschiedlichsten Lagern kommen, warnen in dem Buch „Die Zukunft Österreichs“ die Entscheidungsträger eindringlich davor, sich selbstzufrieden zurückzulehnen und die Dinge einfach so laufen zu lassen.

Und sie tun gut daran. Auch wenn der Weckruf mit düsteren Szenarien unterlegt wird. Nachdem sich Österreichs Minister im benachbarten Ausland, in Bayern und Deutschland, der Reihe nach abfeiern ließen, wie toll das „österreichische System“ doch sei, ist Ernüchterung im Lande eingekehrt. Die Arbeitslosigkeit ist auf Rekordhöhe. Die Wirtschaft wächst zwar wieder etwas schneller, weil die Deutschen heuer noch vor Erhöhung der Mehrwertsteuer Investitionen vorziehen, was sich auch auf Österreichs Ökonomie positiv auswirkt. Aber bei all denjenigen, die nicht vom Fleck kommen, die im Zuge der Verschlankung der Wirtschaft unter die Räder geraten sind, etwas zu alt sind (das beginnt ab 40) oder deren Wissen nicht mehr aktuell ist, ist die Ernüchterung groß. Für ein Land, das sich in den vergangenen 55 Jahren zu den zehn reichsten Nationen der Welt hochgearbeitet hat, das noch immer von Drittweltländern bewundert wird, ist es (fast) eine Schande, den hart erarbeiteten Kredit der Mütter und Väter derart aufs Spiel zu setzen.

Politik und Wirtschaft sind gefordert, eine moderne Leistungsgesellschaft zu formen, die auf den Grundpfeilern von Humanisierung und Effektivierung aufbaut – und zwar in dieser Reihenfolge und nicht umgekehrt. Demokratie braucht Mitwirkung der Bürger, aber auch eine verantwortliche Bildungspolitik, die auch Zuwanderer für die Zukunft willkommen heißt und fördert und nicht durch abstruse Sprachprüfungen wieder hinausboxt. Österreich ist wie andere EU-Mitglieder gefordert, die Dinge anzupacken. Budgets strikt zu kürzen, Nulldefizite als das unabrückbare Ziel zu verfolgen, ist nicht im Sinne der Gesellschaft. Die Menschen dieses Landes sind flexibel und packen jedenfalls an.

**Einen Gang zulegen**

In Europa ist der Zug, zur innovativsten Region aufzusteigen, noch nicht auf Touren gekommen. Die EU nimmt ihre Mitgliedsstaaten in die Pflicht, um das Lissabon-Ziel bis 2010 zu erreichen.

**Christian Rupp**

In nur wenigen Jahren ist es durch die Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) zu einem Wandel gekommen, der weit über die Technik hinausgeht. Die Nutzung von Computern in Verbindung mit dem Internet hat zu neuen Arten der Kommunikation und des Umgangs zwischen Bürgern, Unternehmen und Behörden sowie zu neuen sozialen und wirtschaftlichen Strukturen und neuen Führungsformen geführt.

Auch die EU-Kommission hat erkannt, dass IKT eine starke Triebfeder für Wachstum und Beschäftigung sind. Laut deren Berechnungen ist der Bereich IKT bereits heute für acht Prozent des Bruttoinlandsprodukts verantwortlich. Allein ein Viertel der Zunahme des Bruttoinlandsprodukts und 40 Prozent des Produktivitätszuwachses sind in Europa der IKT-Branche zu verdanken.

Bis zum Jahr 2008 wird sich der westeuropäische Markt für Internet Content verdreifachen und der Endverbrauchermarkt verzehnfachen. Europa ist in der elektronischen Kommunikation weltweit führend und steht für 40 bis 50 Prozent des Umsatzes der weltweit größten Unternehmen.

Darüber hinaus geben die neuen Technologien wichtige

Impulse zur Bewahrung und Förderung der europäischen Vielfalt und unseres Kulturerbes.

Der Europäische Rat, der im Frühjahr 2005 die Partnerschaft für Wachstum und Beschäftigung als Neubeginn für die ins Stocken geratene Lissabon-Strategie initiierte, bezeichnete Wissen und Innovation als Motoren für nachhaltiges Wachstum. Die neue EU-Kommissarin Viviane Reding erklärte daher den Aufbau einer vollständig integrativen Informationsgesellschaft, die auf der breiten Nutzung der IKT in öffentlichen Diensten, in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) und in Haushalten beruht, zur zentralen Aufgabe.

Dieses Programm nimmt nun in den Überschriften seine Formen an und wird unter dem Titel „i2010“ ein Wegbegleiter in den nächsten Jahren sein.

**Näher zum Bürger**

Die neuen Schlagworte sind „Information Space“, „Innovation and Investment“ sowie „Integration“. Die Kommission will also einen europäischen Informationsraum mit erschwinglichen, sicheren und schnellen Breitbandverbindungen, reichhaltigen und vielseitigen Inhalten und digitalen Diensten schaffen. Des Weiteren plant man, die Investitionen in die IKT-Forschung und den Transfer zu KMU zu erhöhen sowie die Vor-

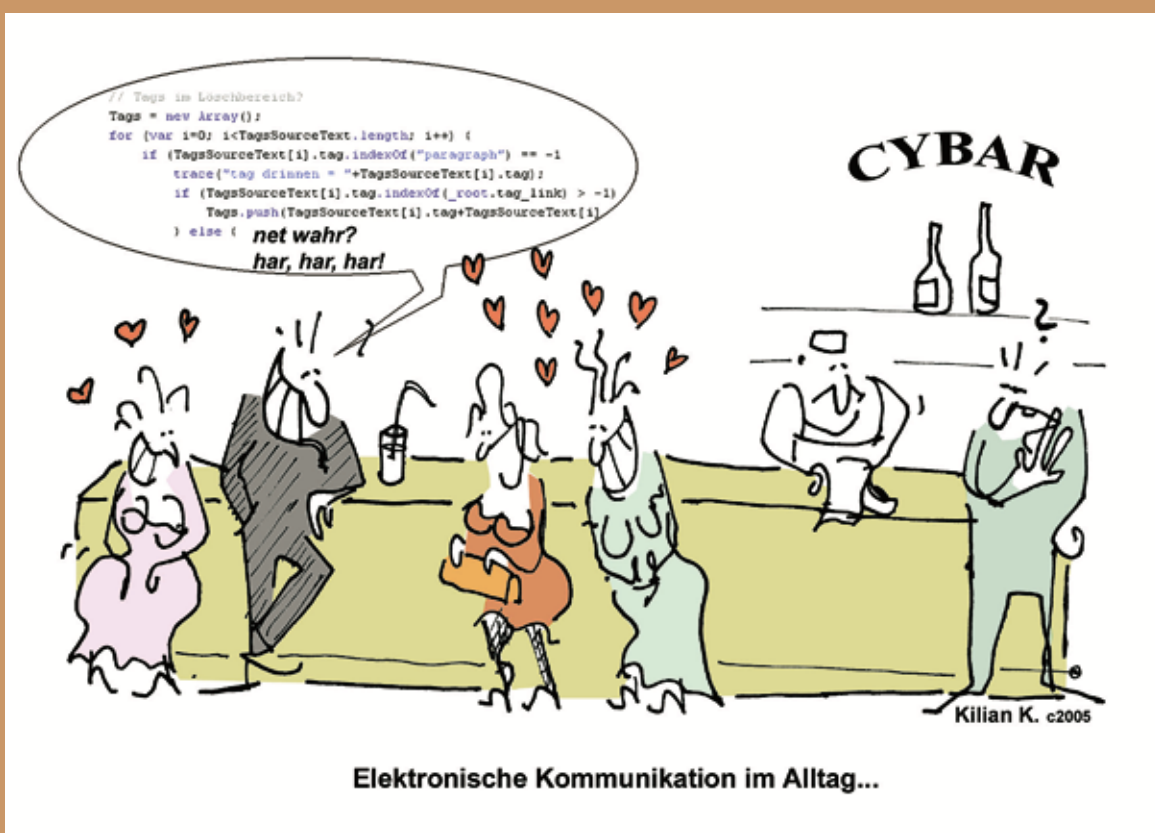
aussetzung für eine Informationsgesellschaft zu schaffen, die alle Menschen einbezieht, hochwertige öffentliche Dienste bietet und zur Anhebung der Lebensqualität beiträgt.

Schöne Überschriften, die jedoch erst mit Inhalten gefüllt werden müssen. Die Herausforderungen sind mannigfaltig und nicht auf eine Generaldirektion oder auf einen Mitgliedsstaat beschränkt, sondern erfordern Abstimmung und Kombination. Es gibt noch genügend zu tun wie zum Beispiel die Forcierung des Ausbaus der Breitband-Internetzugänge, der Schaffung reichhaltiger Inhalte, der Interoperabilität der Dienste, der Verbesserung der Sicherheit im Internet sowie hinsichtlich eines einheitlichen Rechtsrahmens in ganz Europa. Darüber hinaus soll die i2010-Initiative aktiv zum Abbau der Hindernisse bei der Überführung der Forschungsergebnisse in wirtschaftliche Erfolge beitragen.

Ein Mammutprogramm mit vielen Ecken und Hindernissen. Ein aktives Handeln von Politik und Wirtschaft wird notwendig sein, unter Einbindung aller Bürger und Unternehmer.

Informationen zu „i2010“ unter <http://europa.eu.int/i2010>

Der Autor ist seit Juni 2003 Exekutivsekretär für E-Government der Republik Österreich.

**Karikatur der Woche**

Elektronische Kommunikation im Alltag...

Zeichnung: Kilian Kada