

Leben

Reaktionen

St. Tropez und zurück

Da mein Herz für französische Autos schlägt, haben wir heuer das Abenteuer unternommen, mit unserem mehr als 30 Jahre alten Citroën Mehari nach St. Tropez zu fahren (Mehari war ja „Dienstwagen“ von Louis de Funès im „Gendarm von Saint Tropez“). Bei einer Maximalgeschwindigkeit von 90 km/h und ohne g'scheite Seiten- und Heckscheiben war das manchmal schon ein Abenteuer. Jedenfalls hatten wir jede Menge Spaß und verstehen jetzt den Werbeslogan von Citroën viel besser: Der Weg ist das Ziel.

Franz Kühmayer, Wien

Fördertrug

Auch wenn es mich als ehemaligen österreichischen Wissenschaftler schmerzt, dass die öffentliche Hand trotz Evaluierungssparkurs für die österreichische Forschungslandschaft nun allem Anschein nach einen deutschen Forschungsriesen unterstützt: Die österreichischen Forschungszentren werden nun vielleicht vermehrt draufkommen, dass man sich auch international orientieren kann. Auch den Kampf um Industriepartner wird die neue Konkurrenz bei Qualität und Anwendungsorientiertheit beleben und die nach wie vor vorhandenen Elfenbeintürme noch transparenter und wettbewerbsorientierter machen.

Gustav Friedl, Graz

Weiter so

Ich habe zwar zugegebenermaßen immer noch nicht verstanden, welche Lücke ihr füllen wollt beziehungsweise was ihr genau bieten wollt, aber dennoch sind immer wieder einige wirklich gute Artikel zu finden. Sehr gefallen, denn solche Informationen findet man sonst nirgends, hat mir der Beitrag „Pesticola in Indien“. Auch sehr gut links davon der Kommentar „Provinzposse ...“ vom selben Autor. „Gewünschte Katastrophe?“ ist ebenfalls höchst informativ, wie das gesamte Dossier Flut. Weiter so, und wenn's geht, nicht noch einmal mit der Anzahl der Seiten sparen. Bitte kennzeichnet Werbung im Sinne eines seriösen Journalismus deutlicher. Manche Lobhudelei ist oft schwer erkennbar.

Hans Pauser, Wien

Schreiben Sie Ihre Meinung an Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., Gonzagagasse 12/13, 1010 Wien. Sie können Ihre Anregungen aber auch an redaktion@economy.at schicken.

Im Test

Digitale Sprachkünstler



Diktate nicht mehr missen. Eins sei vorausgeschickt: Die Arbeit wird dadurch nicht weniger, sondern nur anders, effizienter strukturiert. Besonders ins Auge sticht die Technologie und Handhabung bei Philips. Das Workflow Management mit bis zu zehn frei definierbaren Schlüsselwörtern ermöglicht effiziente Organisation und Verarbeitung der Sound-Dateien vom Diktat bis zur Archivierung. Über das USB-Kabel lassen sich die diktierten Aufnahmen direkt auf den PC übertragen, wo sie von einer professionellen Schreibkraft oder per Software weiterverarbeitet werden können. Preis: ab 350 Euro.

www.dictation.philips.com

Punkte:

Sprich mit mir

Wer heute diktiert, hat nicht einfach nur ein Tonband. Moderne Diktiergeräte können mehr. Man kann sie mit der eigenen Stimme steuern. Es stehen Ordnerstrukturen zur Verfügung, um Diktate und Memos von vornherein zu organisieren. Klingt nicht wirklich rasend fortschrittlich, aber einmal angewendet, möchte man elektronische



Notizblock

Sicher in einer anderen Liga spielt die besser als digitale Notizblöcke zu bezeichnende VN-Serie von Olympus. Für den Alltagsbetrieb sind sie bestens durch lange Akkulaufzeiten und eine gute Sprachqualität gerüstet. Preis: ab 60 Euro.

www.olympus.at

Punkte:

Verspeichert

Das Sony ICD-MX20 macht zwar haptisch den solidesten Eindruck. Auch die Qualität stimmt. Einzig die Tasten sind für großbefingerte Menschen einfach zu klein. Auch der sonytypische Memory Stick macht das Gerät um ein Eck spezieller. Preis: ab 256 Euro.

www.sony.at

Punkte:

Klaus Lackner (Maximalwertung: 5 Punkte)

Fotos: Hersteller

Dieser Test spiegelt die persönliche Meinung des Autors wider.

Frage der Woche

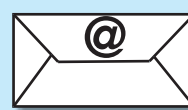
Welchen Einfluss haben Internet-Technologien auf Ihre Kommunikation?

45 %



E-Mail, Instant Messaging und Voice over IP sind zum Mittelpunkt meines Lebens geworden.

40 %



E-Mail ist wichtig, aber der Rest ist mir zu viel.

10 %



Telefon, Fax und Brief sind einfach unersetzlich.

5 %



Ich drucke mir jedes E-Mail aus und lasse es beantworten.

Quelle: www.economy.at Grafik: economy

Buch der Woche

Marketing mit System

Jährlich geben Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz mehr als 46 Mrd. Euro für Marketing aus. Ein erheblicher Teil dieser bemerkenswerten hohen Geldsumme wird jedoch – darin sind sich praktisch alle Experten einig – mehr oder weniger zum Fenster hinausgeworfen: für Werbung, die nicht wirkt, für Marketing, das nichts verkauft. Milliarden, die einfach verpuffen.

In seinem neuen Buch „Triple A Marketing 2006“ beschreibt Georg Kolm, seit mehr als 30 Jahren erfolgreicher Inhaber eines österreichischen Marketing-Unternehmens, wie derartige Verluste einfach vermieden werden können.

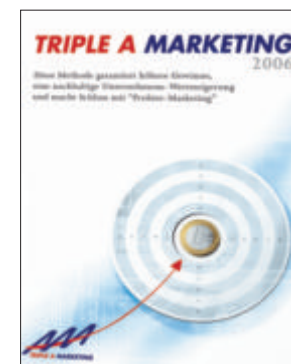
Der Schlüssel zum Erfolg besteht für ihn anfangs nicht nur darin, die Ausgaben eines Unternehmens für Marketing höherer Gewinne und eine nachhaltige Unternehmenswertsteigerung garantiert werden. kl Georg C. Kolm: Triple A Marketing 2006, Dismedia, 1995, 26 Euro, ISBN 3-200-00510-6

Investitionen in Marketing werden erstmals genauso behandelt wie Investitionen in eine Maschine oder ein Produkt: von Anfang an ist der „Return on Investment“ (ROI) der Marketing-Investition somit nachvollziehbar und bekannt.

Leicht lesbar, gut verständlich und ohne das übliche Marketing-Kauderwelsch wendet sich das Buch direkt an die Marketing-Praktiker in Geschäftsführung oder Vorstand, die nicht länger im Stil des „Probiermarketings“ Geld für

etwas ausgeben wollen, ohne zu wissen, ob und was es bringt. Die Triple A-Marketing-Methode ist klar, einfach und anwenderfreundlich in zwölf Schritte gegliedert und setzt bei den Ertragstreibern eines Unternehmens an. So können bei richtiger Umsetzung der Methode höhere Gewinne und eine nachhaltige Unternehmenswertsteigerung garantiert werden. kl

Georg C. Kolm:
Triple A Marketing 2006, Dismedia, 1995, 26 Euro, ISBN 3-200-00510-6



Termine

● **Multimedia-Business.** Am 19. September findet im Rahmen der Verleihung des „Staatspreises für Multimedia & E-Business“ in Kooperation mit Telekom Austria erstmals ein Branchentalk zum Thema „Next Generation Media“ statt. Eine ausgewählte Expertenrunde diskutiert Trends, Perspektiven und neue Herausforderungen der Branche. Trendthema Nummer eins ist dabei Web 2.0 und Social Software. Im Rahmen von zwei Panels wird die Thematik aus dem Blickwinkel von Medienexperten, Mitgliedern der Open Community und Business-Managern betrachtet. www.multimedia-staatspreis.at

● **Informationsmanagement.** Unter dem Motto „Maximize Information“ lädt EMC Computer Systems Austria am 3. Oktober gemeinsam mit Partnern zum „EMC Information Storage Day“ ein. Die kostenfreie Veranstaltung für IT-Entscheider und Systemverantwortliche im Hotel Marriott Vienna am Parking bietet ein umfangreiches Programm, bestehend aus insgesamt 20 Fachvorträgen und Projektbeispielen zu den aktuellen Themen Informationsmanagement und -infrastruktur. Ergänzt wird das Vortragsprogramm durch Firmenstände und Breakout Sessions. www.emc-isd.at

● **Haus der Forschung.** Im Haus der Forschung, das am 18. September eröffnet wird, bildet sich Österreichs gesamtes Innovationssystem ab. Im Gebäude verdichten und vernetzen sich die Informations- und Kommunikationssysteme im Innovationssystem. Das ermöglicht neue Perspektiven und Qualitäten in der Forschungsförderung. Das Eröffnungsfest steht daher auch unter dem Motto „Reach out for New Dimensions“. Die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG), der Wissenschaftsfonds (FWF), die Christian Doppler Gesellschaft (CDG) und die Austrian Cooperative Research (ACR) laden als Mieter des Hauses zur Eröffnung des „Gates into the future“ ein. www.ffg.at

● **Paradigmenwechsel der IT.** Die internationale Technologiekonferenz „Semantics 2006“ findet heuer vom 28. bis 30. November im Wissenschafts- und Technologiepark Techgate Vienna statt. Zentrales Thema der hochkarätig besetzten Konferenz (zum Beispiel Denny Vrandečić von Wikipedia und Ora Lassila vom Nokia Research Center) ist der Eintritt in die Semantic Web 2.0-Generation mit neuen, praxisorientierten Anwendungen für die Wirtschaft. www.semantics2006.net