

Leben

Reaktionen

Knackige Infos

Wir erhielten zum ersten Mal eine Ausgabe von *economy*. Sehr positiv ist mir der Stil aufgefallen, der lange inhaltslose Geschichten weglässt und knackige Informationen von den unterschiedlichen Fronten liefert.

Ingmar Goetzloff, Linz

Bankomat im Netz

Ihr Bericht über „Bankomat-Kasse im Internet“ und E-Commerce im Allgemeinen ist ausschließlich Werbung für das angeführte Unternehmen Qenta und eine einseitige Darstellung. Ich würde im Sinne einer umfassenden Information erwarten, dass in ihrem Medium auch auf Kosten, Sicherheitsaspekte und Nachteile der elektronischen Bezahlung verwiesen wird.

Mario Prinz, Wien

Bankomat im Netz II

Der Artikel „Bankomat-Kasse im Internet“ ist in einem gesponserten Teil von *economy* erschienen, welcher auch als solches gekennzeichnet ist. Neben dieser Geschichte haben wir auf der Seite davor auch die generellen Trends bei E/M-Payment behandelt. Im Sinne der von Ihnen angeregten umfassenden Information werden wir uns aber auch bei gesponserten Specials bemühen, möglichst alle Sichtweisen objektiv kritisch darzustellen.

Christian Czaak, Herausgeber economy

Digitale Visionen

Gratulation einmal zu Ihrer vielfältigen und durchaus kritischen Auseinandersetzung mit dem Thema Digitale Medien. Die Bandbreiten und Datenhighways für die Nutzung aller nur erdenklichen Services und Inhalte sind nun bereits seit mehreren Jahren zumindest in urbanen Gebieten flächendeckend da. Gehen tut es jetzt „nur“ um gute (im Sinne von nutzenbringende) Inhalte, die man entweder beruflich oder privat brauchen und sinnvoll sowie ökonomisch einsetzen kann. Und da scheint mir immer noch das Hauptproblem der diversen Anbieter zu liegen.

Robert Hausmannsberg, Graz

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

Der Vitaminklassiker: Orangensaft



einen, ist der Griff zu Orangensaft im Supermarktregal. Doch der Geschmack der diversen Markengetränke kann unterschiedlicher nicht sein. Deshalb wollen wir unsere Lieblinge einmal kurz präsentieren. Eines vorab: Wir haben dabei nicht auf den Preis geachtet. Oberstes Kriterium war bester Geschmack bei unverdünntem Konsum. Und dabei hat „hohes C“ eindeutig am besten abgeschnitten. Es trifft den Geschmack eindeutig am besten und ist dabei nicht zu säuerlich. Auch der Fruchtfleischanteil ist genau richtig. Ein Genuss! Die 0,75 Liter-Glasflasche gibt es um 1,39 Euro. Erinnerungen an „damals“ inbegriffen.

www.hohes-c.at

Punkte:

Die hohe Cunst

Der Hals ist trocken, die Nase rinnt – richtig: der Winter ist wieder da! Und damit alle seiner unangenehmen Begleiterscheinungen. Was tut man normalerweise dagegen? Man versucht, so viele Vitame wie möglich zu sich zu nehmen und viel zu trinken. Das hält den Körper einigermaßen im Gleichgewicht. Die einfachste Methode, um beides zu ver-



Ohne Rauch ...

... geht's fast nicht mehr. „Fresh“ heißt unsere Wahl des Vorarlberger Getränkeherstellers und Blutorange die Lieblingsorte. Wow! Der schmeckt wirklich frisch. Doch manchen Menschen ist er ein wenig zu sauer. Der Preis für 0,75 Liter: 1,49 Euro.

www.rauch.cc

Punkte:

Pfanatisch

Fruchtsaft machen kann er! Oder doch nicht? Unser Kandidat „Orange Diät Nektar“ von Pfanner schmeckt ein wenig wässrig, und der Orangengeschmack dringt nicht so gut an unsere Geschmacksnerven. Der Preis dafür ist ein enttäuschtes Gesicht.

www.pfanner.com

Punkte:

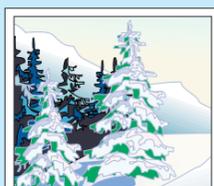
Klaus Lackner (Maximalwertung: 5 Punkte)

Fotos: Hersteller

Dieser Test spiegelt die persönliche Meinung des Autors wider.

Frage der Woche

Wie viel sind Sie bereit, für eine Woche Winterurlaub mit Familie auszugeben?



UNTER 2500 EURO
54,3 %



WIR LEISTEN UNS KEINEN WINTERURLAUB
28,3 %



ZWISCHEN 2500 UND 4000 EURO
15,2 %



MEHR ALS 4000 EURO
2,2 %

Quelle: www.economy.at Grafik: *economy*

Film der Woche

Ein Sommermärchen für den Winter

„Noch immer das hölzernen pedantische Volk, noch immer ein rechter Winkel, in jeder Bewegung, und im Gesicht, der eingefrorene Dünkel“ – schrieb der deutsche Dichter Heinrich Heine 1843 in *Deutschland. Ein Wintermärchen*. Und sein Verses war zumindest für Deutschlands Fußball bis zur Fußball-Weltmeisterschaft im Sommer brandaktuell: hölzernen, ungelent, gar mittelklassig.

Wäre Fußball ein Spiegel der Gesellschaft, Sönke Wortmanns Dokumentation *Deutschland. Ein Sommermärchen* wäre dennoch eine zu optimistische Fort-

schreibung von Heines Epos. Der einst drittklassige Ex-Fußballprofi – sein Film *Drei D* erhielt 1988 eine Oscar-Nominierung, später reüssierte der Filmemacher mit *Der bewegte Mann* oder *Das Wunder von Bern* – hat über 100 Stunden Film aus acht Wochen bis hin zur Fußball-WM in Deutschland zusammengeschnitten. Wortmann lebte in dieser Zeit mit dem deutschen Team, filmte Innen- und Außenwelt, um die Begeisterung, die



Foto: Kinowelt

Teamchef Klinsmann und seine Mannen in Deutschland entfachten, festzuhalten – bis zum Ausscheiden, mit dem die Doku beginnt. Ein Stück Wahrheit wird nach außen getragen, was auch Nicht-Fußballfans spannende Einblicke gewährt. Etwa,

wie ein fast namenloses, mittelmäßiges Fußballteam in wenigen Wochen rasend schnell auf internationales Niveau gebracht wird. Die Erfolgsformel: die Globalisierung des Trainings und des Denkens, verknüpft mit Management by Motivation & Flipchart sowie Abkehr vom verzapften Mythos „deutscher Tugenden“ – über Kraft und Kampf zum Erfolg. Und vor allem: Begeisterung und Freude. Am Tun! Und: Loslassen von Althergebrachtem und Mut haben, neue Wege zu gehen. Österreichs Politiker, aber auch Manager sollten das „System Klinsmann“ studieren. *jake Deutschland: Ein Sommermärchen*. Von Sönke Wortmann

Derzeit in ausgewählten Kinos in Österreich, der Schweiz und (fast überall) in Deutschland.

Termine

● **Hoteliers unter sich.** „Öftermal was Neues“, so lautet das Motto des ÖHV-Hotelierkongresses 2007, der vom 15. bis 17. Jänner im Kongress- und Theaterhaus Bad Ischl stattfindet. Die Vorträge und Diskussionen werden sich diesmal rund um das Thema Innovation bewegen. Dabei steht das Innovationsmanagement von der Ideengenerierung und -bewertung über die Angebotsrealisierung bis hin zur Marketing-Konzeption im Mittelpunkt. Die Frage, was passiert, wenn keine Innovationen stattfinden, wird ebenso behandelt. Frühbucher bis 20. Dezember sparen 25 Prozent.

www.oehv.at

● **Datenbanker.** Filemaker lädt in diesem Jahr vom 30. November bis 1. Dezember zur Filemaker-Konferenz an den Chiemsee ein. Anwender, Entwickler und Partner werden an diesen beiden Tagen Gelegenheit haben, sich ausführlich darüber zu informieren, welche Möglichkeiten Filemaker Pro 8.5 hinsichtlich Anwendungen und Vermarktung bietet. Um den Wissenstransfer möglichst breit zu gestalten, erstreckt sich die Veranstaltung in diesem Jahr über zwei Tage und wird erstmals im Seminar- und Workshop-Charakter gehalten.

www.filemaker.de/konferenz2006

● **Mehr als Compliance.** Fast zwei Drittel der Unternehmen haben in den letzten zwei Jahren vertragliche Fristen versäumt. Die Folge waren nicht nur wirtschaftliche Probleme oder klimatische Störungen im Verhältnis zu Kunden sowie Lieferanten, sondern sehr häufig rechtliche Auseinandersetzungen. Und dazu dreht sich die komplexere Welt der Paragraphen zwischen Compliance, IT-Governance und Verträgen immer schneller. Über aktuelle IT-Themen vor dem Hintergrund der Rechtssicherheit diskutieren am 22. November bei einer kostenlosen Veranstaltung von SER Experten im Kunsthistorischen Museum in Wien.

www.ser-solutions.net/events

● **Gespeichert.** Der Storage-Anbieter Network Appliance veranstaltet am 21. November den Datenmanagement Summit im Austria Trend Eventhotel Pyramide in Vösendorf bei Wien. Die Konferenz bietet ein umfangreiches Programm zu den Themen Storage, Datenmanagement und Datensicherheit. Interessierte werden neben Praxisvorträgen und Workshops Gelegenheit haben, sich direkt bei IT-Spezialisten und Kunden wie Magna Steyr oder dem Renault Formel 1-Team vor Ort zu informieren.

www.netapp-innovation.at