

Notiz Block



Luxusmarken sind Statussymbol

Zwei von drei Österreichern glauben, dass Menschen, die Luxusmarken kaufen, damit ihren sozialen Status zeigen wollen. Die Lieblingsmarken der Österreicher sind Calvin Klein und Diesel, gefolgt von Ralph Lauren, so das Ergebnis einer international durchgeführten Nielsen-Studie. Was ihren Hang zu Luxusmarken angeht, liegen die Österreicher im europäischen Vergleich aber im letzten Drittel. Nur jeder Siebente kauft hierzulande Designer Brands. „Fast die Hälfte der Österreicher glaubt nicht, dass Luxusmarken höherwertig als Standardmarken sind, und 60 Prozent sehen sie trotzdem als Statussymbole. Das Image der Marken ist ihnen also wichtiger als die Qualität“, erklärte Martin Prantl, Geschäftsführer von Nielsen Österreich. Laut der Befragung würden 19 Prozent der Österreicher ein Handy kaufen, wenn es mit dem Namen einer Luxusmarke versehen wäre – eine Geschäftsmöglichkeit, die sich Moderiesen wie Prada und Armani schon zunutze machen. International gesehen würden dies gar 35 Prozent der Verbraucher tun. Jeder zehnte Landsmann würde sogar ein Küchengerät mit Designer-Namen kaufen, global betrachtet liegt der Wert bei 15 Prozent.

Steuerzahler lassen Geld liegen

Das Finanzministerium hat kürzlich seinen mittlerweile traditionellen Jahresaufruf gestartet, einen Steuerausgleich durchzuführen. Unter dem Motto „Holen Sie sich Ihr Geld zurück“ machten Finanzminister Wilhelm Molterer und Finanzstaatssekretär Christoph Matznetter darauf aufmerksam, dass Jahr für Jahr Hunderttausende Österreicher Geld „liegen lassen“. Im vergangenen Jahr haben etwa 800.000 der 3,3 Mio. unselbstständig Beschäftigten keine Arbeitnehmerveranla-

gung durchgeführt. 2,5 Mio. haben es bisher sehr wohl getan, 2,2 Mio. davon haben dadurch 994 Mio. Euro zurückerhalten. Das entspricht rein rechnerisch einer durchschnittlichen Rückzahlung von mehr als 450 Euro pro begünstigter Person. Der Steuerausgleich ist auf fünf Jahre rückwirkend möglich. 29 Prozent oder 749.000 der Arbeitnehmer, die einen Antrag gestellt haben, haben dies über Finanz Online im Internet getan. Inklusiv der Firmen hat Finanz Online bereits 1,5 Mio. Nutzer. Laut Finanzminister Molterer werden nur drei bis fünf Tage benötigt, um nach dem Einlangen des Online-Antrags das Geld zu überweisen. Fast eine Mrd. Euro sei „ein gehöriger Batzen“ und eine „wichtige Entlastung“ für die Arbeitnehmer, meinte Molterer. Matznetter rief insbesondere einkommensschwächere Arbeitnehmer dazu auf, die Möglichkeit zu nutzen. Arbeitnehmer, die keine Lohnsteuer zahlen müssten, neigten dazu, darauf zu vergessen – obwohl sie trotzdem oft Anrecht auf eine Steuergutschrift hätten.

www.finanzonline.at

Kein Risiko bei Geldanlage

Die Österreicher gehen beim Geldanlagen gerne auf Nummer sicher: „Absicherung geht vor Risiko“ lautet das Resümee der jüngsten Umfrage des Meinungsforschungsinstituts GfK zum Sparverhalten der Österreicher. Auf einem Allzeithoch in der Beliebtheitskala befindet sich das klassische Sparbuch, das sich mittlerweile Platz eins nähert und nur mehr knapp hinter dem Bausparvertrag rangiert. Die Börsenkrise lässt die Österreicher unbeeindruckt, das Interesse an Aktien und Investmentfonds ist stabil. Gewachsen ist das Interesse an der Veranlagung in Immobilien. Mehr als ein Viertel (27 Prozent) der Befragten betrachtet Immobilien als interessante Anlageform. APA/kl

Social Networks: Vom Friend of a Friend zum Deal of a Deal

Der virtuelle Jahrmarkt der Eitelkeiten

Sobald man das Wort Sozialkapital verwendet, ist es nicht abwegig, auch über den finanziellen Wert des Bekanntenkreises zu sprechen. Drei Erfahrungswerte und ein wenig Übelkeitsgefühl.

Irina Slosar

Heute kann man alles in Geld ausdrücken und mit Preisschildern beziffern. Es wird zum Beispiel erfasst, in welchem Ausmaß Angestellte das Internet am Arbeitsplatz für ihre „privaten“ Zwecke verwenden. In weiterer Folge wird die Höhe der Unternehmensverluste errechnet, die durch die private Internetnutzung am Arbeitsplatz verursacht wird.

Es gibt natürlich Gegenargumente und Gegenrechnungen: Die Mitarbeiter, die am Arbeitsplatz herumsurfen, sind zufriedener, informierter und gebildeter. Solche Mitarbeiter wiederum arbeiten effizienter und steigern die Produktivität. Sie sind außerdem vernetzter, und über den Wert sozialer Netze und ihrer Online-Applikationen wird heute viel gesprochen. Ein wichtiger Aspekt dabei ist Geld.

Business-Beschleuniger

Die erste Frage der Wirtschaft lautet: „Kann man damit Geld verdienen?“ Selbstredend! Xing, das größte deutschsprachige Netzwerk, auch „Business-Beschleuniger“ genannt, konnte im Jahr 2007 laut eigenen Angaben mit 400.000 zahlenden Mitgliedern satte 19,61 Mio. Euro Umsatz erzielen. Andere soziale Netzwerke verdienen mehr mit der Werbung. Wenn es jedoch um den Wert solcher Plattformen wie Facebook oder My Space geht, generiert sich dieser auch aus vorhandenen Daten über die vernetzten Mitglieder. Sollte es prominente Käufer wie Yahoo, Microsoft oder Google geben, steigt der Wert solcher Plattformen in unerschwingliche Höhen.

Die spekulativ so wertvollen Daten werden, zum Entsetzen von Privacy- und Security-Experten, freiwillig und enthusiastisch von den Mitgliedern preisgegeben. Es würde jedoch nicht funktionieren, wenn nur die Betreiber der Plattformen für soziale Netzwerke an diesen verdienen würden, ohne dass dies den Mitgliedern einen Nutzen bringt. Natürlich einen Nutzen, der sich wiederum in monetären Werten ausdrücken lässt.

Am Anfang steht die Hypothese von „6 Degrees of Separation“: eine Idee, wonach jeder Mensch von jedem anderen durch höchstens fünf bis sechs Bekannte „getrennt“ ist. Das



„Sag mir, wen du kennst, und ich sag dir, was du wert bist!“ als Effekt der neuen Social Network Communities. Foto: Photos.com

Konzept hat auch einen „romantischen“ Touch, darum ist es nicht selten dem Potenzial der gemeinsamen Aktionen zu guten Zwecken verschrieben, oder auch einfach dem Spaß, Freunde über Freunde kennenzulernen. Vielleicht sind die Techniker das letzte „romantische Glied“ in dieser Kette, die „Friend of a Friend“ als eine Funktion zur Modellierung von sozialen Netzwerken entwickelten. Sobald das soziale Netz eine „kritische Masse“ erreicht hat, stürzt sich jeder Business-Analyst auf sein ökonomisches Potenzial.

Wert des Bekanntenkreises

Mynetworkvalue.com ermittelt den Wert eines Netzwerkes in Euro. Es handelt sich dabei um eine Werbekampagne von Xing, die Freunde in Bares umrechnen will. Es bleibt hier aber rätselhaft, wie diese „Währungsrechnung“ vor sich geht.

Wie man ein Bekanntnetz in Bares umwandelt, schildert an Literatur, Seminaren, Artikeln und Best-Practice-Analysen. Online erhältlich und kostenlos ist *Virtual Hand-*

shake – Opening Doors and Closing Deals Online von David Teten und Scott Allen. Seit den „6 Degrees of Separation“ geht es immer religiöser zu. Sie führen durch „sieben“ Schlüssel zum kraftvollem Netzwerk und in „zehn“ Schritten zum selben Ziel. Selbstverständlich ist auch das Kapitel „Improve Your Character“ nicht als ein moralischer Imperativ im biblischen Unterton, sondern als Business-Knigge zu verstehen.

Nicht die Geschäfte schließen Deals miteinander, sondern die Menschen. Business sei sowohl sozial als auch persönlich, meint Charlene Li vom Forrester Research. Gute Deals erfordern gute Netzwerke, nahe liegend ist deshalb, dass gut vernetzte Leute auch schneller alle erdenklichen Business-Deals abschließen können. Das ist nicht nur für die Ich-Aktie, sondern auch für das Unternehmen förderlich. Während noch vor ein paar Jahren die private Internetnutzung am Arbeitsplatz verpönt war, ist es heute umgekehrt. Das soziale Netz des Kollegen lässt sich ja schnell online überprüfen.