

Leben

Mario Koeppel**Erfindet das mal für uns**

Ideenreichtum und Forschungsdrang leben von Nachfrage, Bedarf und Wunschraum. Kaum eine Erfindung, eine tolle Geschäftsidee oder ein brandneues Service wäre sonst jemals entstanden. Wir haben uns an eine Fülle von neuen Technologien und Gadgets gewöhnt und gieren nach noch mehr Komfort, Produkten und Dienstleistungen. Das ist ideal für die Volkswirtschaft, denn laut Gesetz von Nachfrage und Angebot wird heute ja jedes Bedürfnis umgehend gestillt, oder?

Nicht ganz. Zeitgenossen wie ich wünschen sich bislang vergeblich einige Innovationen, die das Leben wirklich nachhaltig bereichern würden. Zwar gibt es etwa das einfache Mobiltelefon ohne alle Gadgets schon. Aber sagen Sie das mal dem Verkäufer, der Sie als weltfremden Idioten ansieht, wenn Sie das neueste Gratis-Überdrüber-Top-Modell mit Nulltarif ausschlagen wollen.

Andere künftig vorzunehmende Erfindungen wären zudem meiner Meinung nach auch viel dringlicher zu behandeln. Etwa die Erfindung eines intelligenten Computers, der täglich wertvolle Inhalte statt Doof-TV ins Fernsehen einspeist. Die Hotline, in der man nicht in der mit Eingabeaufforderungen gespickten Endlosschleife landet, sondern sofort von fachkundigen Menschen betreut wird. Toll wäre überdies ein verpflichtend zu tragendes stählernes Armband für Politiker, das bei jeder Lüge und jedem Bruch eines Versprechens sofort einen 10.000-Volt-Stromstoß durch den Körper schickt. Auch ein unter allen ökologischen Gesichtspunkten erschaffenes Auto, das unbelehrbare Trunkenbolde nach Gelagen sicher und vollautomatisch ans Ziel befördert, wäre sehr nett. Also los, helle Köpfe: Erfindet das alles mal für uns!

Michael Liebming**Trendforschung – wozu?**

Primär stehe ich Prophezeiungen jeglicher Art extrem vorsichtig gegenüber. Bestünde tatsächlich die Möglichkeit, Zukünftiges treffend vorherzusagen, müssten doch sämtliche Prognostiker längst ausgesorgt haben. Seit knapp drei Jahrzehnten versuchen uns nun Trendforscher die Strömungen von morgen bereits heute zu erklären. Ihre wissenschaftliche Arbeit unterscheidet sich nicht sehr wesentlich von beispielsweise Soziologen: Sie lesen Bücher und Zeitungen. Sie beobachten ihre Umwelt oder Studien-

objekte. Nach einiger Zeit der Analyse publizieren sie ihre Ergebnisse – wiederum in Form von verkaufbaren Büchern oder Zeitungsartikeln. Hier gibt es offensichtlich keine neuen Trends. Oder sie lassen sich von Unternehmen zu Vorträgen oder Seminaren einladen. So predigen sie die Tendenzen und geben zugleich ihren Wissensvorsprung freiwillig aus der Hand, um ihn mit anderen zu teilen. Anscheinend tragen unsichere Zeiten und schneller Wandel dazu bei, dass Menschen nach diesen Orientierungspunkten suchen. Die relative junge „Wissenschaft“ der Trendforschung gaukelt – umgeben vom weißen Mäntelchen – das dazu notwendige Maß an Seriosität vor. Komischerweise hat aber keiner das Aufkeimen einer möglichen Wirtschaftskrise erspäht. Wahrscheinlich beschäftigt Alltägliches Visionäre wie Matthias Horx, Faith Popcorn oder John Naisbitt nicht. Schließlich sind sie mit der Schöpfung neuer Begriffe wie „Yuppie“, „Lohas“ oder „Cocooning“ beschäftigt, wie dies der Soziologe Holger Rust in Werken wie *Das Anti-Trendbuch* oder *Zukunftssillusionen: Kritik der Trendforschung* dokumentiert hat. Vielleicht sollte für das Wort „Trendforschung“ einfach ein neuer Begriff erfunden werden.



Einer der zwei ersten produktiv eingesetzten LD-Tiegel aus dem Jahr 1952 aus dem Voest-Werk Linz, 120 Tonnen schwer, steht heute im Technischen Museum Wien. Foto: Technisches Museum Wien

Schiffsschraube und Torpedosteuerung

Bahnbrechende Pionierleistungen „made in Austria“.

Ralf Dziobowski

„Ändere die Welt. Sie braucht es“, forderte Bertolt Brecht. Innovationen, denen per se Originalität, Raffinesse und die Neuheit des Lösungsansatzes in Bezug auf Unternehmen, Branche, Markt, Region, Land und Wissenschaft immanent sind, gelten als Triebfeder jedes Wirtschaftssystems und als Grundlage für unternehmerischen Erfolg.

Das Zustandekommen einzelner Innovationen ist jedoch, so Karl-Heinz Leitner in seinem Buch *Von der Idee zum Markt. Die 50 besten Innovationen Österreichs*, das für die letzten 25 Jahre unter anderen Red Bull, das Armeeuniversalgewehr StG77, das Viscomatic-Getriebe der Magna Steyr Fahrzeugtechnik und den FSME-Impfstoff von Baxter anführt, „ein komplexes und riskantes Unterfangen“. Das betonte bereits

Thomas Alva Edison, der „Vater aller Erfinder“, indem er sagte: „Meine Erfindungen sind nie zufällig entstanden. Ich habe gearbeitet.“

Land der Ideen

Im Jahr 2007 wurden im Österreichischen Patentamt 3543 Erfindungen angemeldet. Damit blieb die Anzahl auf konstant hohem Niveau. Ein genauer Blick bringt die geschickten Nischenstrategien und die Ingenieurskunst ans Tageslicht, die österreichische Unternehmen zu großen Leistungen mit Weltruf befähigt haben.

Diese preist auch Barbara Hafok, PR-Leiterin des Technischen Museums Wien, in dem man förmlich auf Schritt und Tritt über bahnbrechende Pionierleistungen „made in Austria“ stolpert. Ressel, Hörbiger, Madersperger, Mitterhofer, Marcus, Etrich, Porsche, Kaplan und Co: Viele von ihnen wurden

zu Namenspatronen für Plätze und Gassen oder haben es auf Briefmarken und Schilling-Noten geschafft.

Österreich ist aber nicht nur die Heimat großer Söhne, in die Phalanx der Erfinder haben sich auch immer Frauen eingereiht. Beispielsweise die als Hedwig Eva Maria Kiesler geborene und in Hollywood unter dem Namen Hedy Lamarr agierende Schauspielerin. Sie erfand nicht nur eine 1942 patentierte Funkfernsteuerung für Torpedos, sondern mit dem sogenannten Frequency Hopping, dem Hin- und Herspringen zwischen den einzelnen Frequenzen in Sekundendbruchteilen, einen revolutionären technischen Ansatz, ohne den der österreichische Volkssport „Handyfonieren“ undenkbar wäre. In Würdigung ihrer Innovation wird seither in ganz Europa ihr zu Ehren an ihrem Geburtstag am 9. November der „Tag der Erfinder“ gefeiert.

Consultant's Corner**Visionary Leadership and the Age of Innovation**

As the US elections have shown, in crisis, a country – the biggest company one can lead – need charismatic and influential visionaries. As both president-elect Barack Obama and candidate John McCain pointed out one of the problems in the past which made all matter of „technical issues“ worse was the inability of the two political parties to work together. Without cooperation, people focus on their differences – and being „right“ becomes the focus. Not exactly the right solution for a country spiralling downward like the lessons of business, Barack Obama will now have to wisely select a team which is not only competent but can work together, work across parties and



have the skills needed to come up with effective and innovative solutions to the economic crisis, the war and other problems. Most importantly, he will have to send out a calming and restorative message to turn fear to good use, and create a team not only among his cabinet, the senate, the congress, but also the entire country. Because to help this country, all Americans will need to put aside ego and listen. And with the grace of our international friends, who may in time forgive us for the past eight years, perhaps slowly, America will rebuild itself and its dignity. And this will take true innovation.

Lydia J. Goutas, Lehner Executive Partners