



Ich bin kreativ, also bin ich

Künstler sind kreativ. Software-Entwickler auch. Musiker sind es, und Maschinenbauer. Das Gehirn ist der wichtigste Produktionsfaktor in der Ideenwirtschaft.

Technologie: Elektronische Bücher – Die Digitalisierung von Literatur hat begonnen Seite 11

Wirtschaft: Medienmacht – Fünf der größten Medienkonzerne sitzen in den USA Seite 13

Dossier: Kunst – Eine Definition des „schlechten Gewissens“ unserer Gesellschaft ab Seite 21

Leben: Weltmeisterlich – Die Spaßgesellschaft misst sich in abstrusen Wettbewerben Seite 29





Quickconomy

Nachrichten



– **Bergauf und höher hinaus** 4
Der Künstlerberuf regt zum Schwärmen an, wäre da nicht die finanzielle Realität.

Die Zukunft des Internets 10
Der Telekom-Experte David M. Kennedy im Interview über europäische Initiativen.

Pokern ist virtuell 12
Das Internet hat dem Kartenspiel in Europa eine neue Grundlage bereitet.

Analoge Wellen 15
Das UKW-Radio wird in Österreich auch die nächsten zehn Jahre überdauern.

Geschäftsmodell Supermuseum . 18
Das Moma erfand sich neu und wurde zu einem Vergnügungspark für Kunst.

– **Interkulturelle Kommunikation** ... 27
Die Globalisierung fordert die Kommunikation mehr als heraus.



Kommentare

Der veränderte Blick auf Linz 32

Wieso darf Google stehlen? 32

Ergötzliche Pleitiers 32

Sponsoring in der Krise 33

Ausbruch aus dem Off 33

Kunst braucht Freiheit 33

Standards

Im Test 30
Warenkorb 30
Buchtipps 31
Termine 31
Karriere 31
Special Innovation ab 34

IMPRESSUM

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., 1010 Wien, Gonzagagasse 12/12
Geschäftsführender Herausgeber und Chefredakteur: Christian Czaak
Chef vom Dienst: Klaus Lackner

Redaktion und Autoren: Ralf Dzioblowski, Margarete Endl, Sonja Gerstl, Lydia J. Goutas, Astrid Kasperek, Klaus Lackner (kl), Michael Liebming, Arno Maierbrugger, Clemens Neuhold, Emanuel Riedmann, Alexandra Riegler, Markus Stenzel, Christine Wahlmüller, Anna Weidenholzer
Illustrationen: Carla Müller, Kilian Kada; Titelbild: Photos.com

Special Innovation: Sonja Gerstl, Gerhard Scholz

Produktion und Artdirektion: Tristan Rohrhofer

Lektorat: Elisabeth Schöberl

Druck: Luigard, 1100 Wien

Druckauflage: 24.788 Stück (Jahresschnitt 2008)

Internet: www.economy.at

E-Mail: office@economy.at

Tel.: +43/1/253 11 00-0

Fax: +43/1/253 11 00-30

Alle Rechte, auch nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz:

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H.

Abonnement: 30 Euro, Studentenabo: 20 Euro



Cool, trendig, provo

Jugendliche über die Bedeutung von Kunst und Kultur.

Astrid Kasperek

Tina, 16: „Kultur? Kunst? Hm, gute Frage. Weiß nicht. Ist überall. Mode, Musik, Medien. (kurze Nachdenkpause) Sport. Spiel. Spaß. Alles ist irgendwie Kultur.“

Namenloser Punk, 18: „Kunst is’ a Schas. A Hawara von mir kaunn zwa Minuten nonstop furzen. Wir hob’n des mit da Stoppuhr g’stoppt. Des is’ echt a Hammer. Der kaunn des so dosieren, dass des Gas net auf amoi außefahrt, sondern ganz langsam – der Sound is’ bombastisch. Des is’ Kunst, find i.“

Laura, 23: „Kultur ist die Menge an sinnstiftenden Praktiken, die Menschen sich aus ihren materiellen Gegebenheiten ableiten und die mit diesen in Interaktion stehen. Kunst würde ich definieren als bewussten Versuch, diese sinnstiftenden Praktiken zu beziehungsweise bearbeiten oder zu unterminieren.“

Bianca, 17: „Ich verbinde Kultur mit Beständigkeit – aber die existiert derzeit nicht. Es tauchen ständig neue Trends, neue Stil- und Musikrichtungen auf und verschwinden ebenso rasch wieder. Klassische Musik ist für mich Kultur. Auch Rockmusik. Die hört man schon seit Generationen. Das is’ was Bleibendes, Beständiges.“



Was für manche „a Schas“ ist, ist für andere Kunst. Der Kulturbegriff der Jungen ist bunt und facettenreich. Foto: Bilderbox.com

Auch wenn sich die Antworten der befragten Jugendlichen stark voneinander unterscheiden, erkennt man doch einen gemeinsamen Nenner. Sie verbinden Kunst und Kultur mit ihrem Alltag. Unterhaltung im Theater, Oper oder Museum wird kaum bis gar nicht genannt.

Während sich Laura mit einem Hauch von Zynismus für ihre wissenschaftliche Herangehensweise ans Thema entschuldigt: „Sorry, zwei Semester Cultural Studies, das kriegt man nie mehr raus aus dem Kopf“, provoziert der Jung-Punk mit deftigen Körpertönen, die unabhängig von sozialen Hierarchien und Altersstufen Bestandteil des Alltags sind.

Bianca ist auf der Suche nach ihrer Identität und wehrt sich gegen die permanente Be-

einflussung durch Eltern, Lehrer und Medien. „Dauernd will mir jemand vorschreiben, wie ich leben, wie ich aussehen und was ich denken soll. Ich will aber meinen eigenen Weg finden. Ich versuche jetzt mal alles auszublenden. Kein Stress, keine Termine, kein Leistungsdruck. Drum geh’ ich von der Schule ab und mach’ eine Nachdenkpause.“

Tina nimmt’s einfach hin, wie es ist. Sie sagt nicht viel und verwendet kurze Zweiwortsätze. Das ist ihre Art von Gegenkultur und Subversivität. Sie rebelliert nicht mit Worten. Im Gegenteil. Schweigen ist gerade groß angesagt. Frei nach einer Textpassage der Punkrockband Die Ärzte: „Bleib höflich und sag nichts – das ärgert sie am meisten!“

Editorial

Kultur, Kunst und Unterhaltung als Schwerpunkt der vorliegenden Ausgabe verlangen nach einem passenden Editorial. Wenn geht, literarisch wertvoll, vielleicht sogar epochal auf- oder zumindest erregend. Wie halt auch Kunst sein sollte. „Chaos in die Ordnung bringen“, wie seinerzeit Theodor W. Adorno meinte. Endlich einmal keine vorgegebene Einleitung mit Hinweisen auf besondere Geschichten wie Alexandra Rieglers internationalen Vergleich über Erfolgsfaktoren für Künstler oder MAK-Direktor Peter Noevers Gastkommentar zum Thema „Kunst braucht Freiheit“. Auch Klaus Lackners Reportage über die Graffiti-Szene wäre durchaus erwähnenswert gewesen. Und das Interview mit der Kostümbildnerin Annette Beaufaÿs ebenso. Detto das neue Förderpro-

gramm des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung zur Stärkung der Forschungstätigkeit in Museen. All das geht diesmal nicht. Wie auch der Hinweis auf das Thema „Kunst“ als Schwerpunkt im Dossier, auf die Analyse der Situation der weltweit größten Medien- und Unterhaltungskonzerne von Arno Maierbrugger und auf die Bestandsaufnahme unseres neuen Autors Clemens Neuhold, wie sich das Medium Radio im digitalen Zeitalter entwickelt hat. Oder auf die Story über den internationalen musealen Vorzei-

gebetrieb Museum of Modern Art. Und schon gar nicht auf den beiliegenden Sonderdruck anlässlich der Prämierung der besten Projekte beim diesjährigen Internet-Schulwettbewerb „Cyberschool“. Obwohl ein reines Mädchen-Team wiederum den ersten Preis machte. Und bei Österreichs Schülern neben Technik und Innovation auch soziales Engagement und umweltbewusstes Verhalten angesagt sind. Echt schade. Die Erwähnung, dass Sie auf unserer Website nun das komplette Archiv mit allen bisher erschienenen economy-Ausgaben finden, wäre ebenfalls angebracht gewesen. Aber auch das geht in diesem Editorial nicht. Klugscheißen, äh schreiben, damit es ordentlich stinkt, ist angesagt. Aufregend genug? Dann wünschen wir beruhigt informativen Lesespaß. Christian Czaak



Ideenwirtschaft: Das Gehirn ist die wichtigste Produktivkraft im 21. Jahrhundert

Tanz die Toleranz



Die Kreativwirtschaft löst die Industriegewirtschaft ab. Sie blüht dort, wo es Technologie, Talent und Toleranz gibt. Doch weil es schön ist, die Kreativität auszuleben, sind die Kreativen in Gefahr, schlecht bezahlt zu werden.

Margarete Endl

Der Mann trägt einen metallenen Hirschschädel samt Ge-weiß auf dem Kopf. Jodelnd und etwas Afrikanisches singend führt er eine Gruppe von rund hundert Leuten von einer Spielstätte zur nächsten: In einer Schneiderei singt die kurdische Sängerin und Asylwerberin Sakina, in einem Espressoladen spielen afrikanische Asylwerberinnen Fragmente von *Die Schutzfliehenden* des griechischen Dramatikers Aischylos, in der Werkstatt eines Glasersers spielt ein Bassgeiger zu Glasschneidegeräuschen.

„Kunst trifft Wirtschaft trifft Migration“ heißt dieses Projekt des Experimentaltheaters namens Fleischerei im siebenten Bezirk in Wien. Dort, wo Wien der Lower Eastside von Manhattan nahekommt – ansatzweise. Wo das Museumsquartier moderne Kunst massentauglich macht, wo freie Theatergruppen das Off-Off-Broadway-Theater Wiens machen, wo junge Designer ihre Kreationen verkaufen, wo, wie im Laden von Advanced Minority, T-Shirts von 150 internationalen Künstlern und Designern gestaltet werden.

Technologie, Talent, Toleranz

Dort ist das kreative Gewusel, das Wirtschaft und Gesellschaft in die „Kreativökonomie“ führen und mit den „Creative Industries“ die neuen Arbeitsplätze schaffen wird. Das ist zumindest die Theorie des US-Wirtschaftsprofessors Richard Florida, der mit seinem 2002 erschienenen Buch *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life* ein Hohelied der Kreativität sang. Sie blühe, so Florida, an jenen Orten, wo es die drei Ts gibt: Technologie, Talent und Toleranz.

Kaum gab es die „kreative Klasse“ als Begriff, wurde sie allerorts vermessen. In Österreich gehören 30.000 Unterneh-

men zur Kreativwirtschaft, davon 20.000 zum hochkreativen Kern, errechnete das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in einer 2008 veröffentlichten Studie. Die Kreativwirtschaft macht mit rund 18 Mrd. Euro mehr Umsatz als die Maschinenbauindustrie mit 13 Mrd. Euro und die Energieversorgung mit elf Mrd. Euro. Rund 105.000 unselbstständig Beschäftigte arbeiten im Kreativsektor, dazu eine schwer zu kalkulierende Zahl freier Mitarbeiter. Die Anzahl der Beschäftigten wuchs zuletzt, bis 2007, um jährlich fünf Prozent und damit doppelt so stark wie in der Wirtschaft insgesamt. Die Zahlen stammen jedoch aus der Zeit vor der Finanzkrise, neuere Daten liegen nicht vor.

Die Definition, was zur Kreativwirtschaft oder Ideenwirtschaft zählt, ist im Kern klar, schwimmt aber an den Grenzen. Jede Art von Design zählt dazu, Content wie Film, Journalismus und Schauspielerei, Architektur, Werbung. Das leuchtet ein. Gemäß ZEW gehören auch Software-Entwicklung, Verlage und Druckereien, technische Büros sowie Beratung, etwa Unternehmensberatung, Coaching und Erwachsenenbildung dazu.

„Es gibt einen Zusammenhang zwischen Wahrgenommen-Werden und Sich-verkaufen-Können.“

WOLF LOTTER, AUTOR

Die Abgrenzung zu ähnlichen Tätigkeiten ist diffus – es fragt sich, warum es kreativer sein soll, Unternehmen zu beraten als Kinder zu unterrichten, und weshalb ein rechtlich selbstständiges technisches Büro kreativer ist als ein im Unternehmen integriertes Forschungslabor. Aber immerhin ist klar, dass



Zwei Wassergötter auf dem Life Ball 2009. Der karitative Zweck, Spenden für Aids-Projekte, ist ein Teil der Mission, der andere ist Toleranz. Das entfesselt ein Feuerwerk an Kreativität. F.: epa/Hochmuth

zur kreativen Wirtschaft mehr gehört als Filmstars samt Hollywood-Maschinerie, als Operndivas, Wundergeiger, Popstars, Rapper und DJs, als die Hochkultur und ihr Gegenentwurf.

Kreativität ist überall. Zwar nicht in jedem Produkt, in jedem Unternehmen. Doch im globalen Wettbewerb behaupten sich langfristig die umstürzlerischen Ideen eher als die zahmen Anpassungen. Kreativ sind dabei nicht nur die Designer der äußeren Hülle. Sondern auch die Erfinder, die Maschinenbauer, die Software-Entwickler.

Kreative Software-Schreiber

Die Elektronik-Freaks, die in den frühen 1970er Jahren Maschinen zusammenbastelten, aus denen später die Personal Computer wurden, und Programmiersprachen für sie entwickelten, waren kreative Köpfe. Daraus entstand die mächtige Computer-Industrie, die die gesamte Wirtschaft revolutioniert hat.

Software-Schreiber sind nun überall, in der industriellen Produktion wie in der Kunst. Die Künstler-Programmierer des Ars Electronica Futurelabs in Linz kreieren Digitalkunst für das eigene Haus und visualisieren Musikstücke wie *Le Sacre du Printemps* von Igor

Strawinski für Orchester in aller Welt. Daneben arbeiten sie an Projekten für Unternehmen wie Siemens und Voest. Mit diesen Aufträgen verdient das Futurelab Geld für die Kunst.

Vier Euro Stundenlohn

Das Schreiben von Software kann banale Alltagsroutine oder ein schöpferischer Akt sein. Wenigstens ist es gut entlohnt. Das ist beim Schreiben von Texten nicht so. Public-Relations-Gebrauchstexter werden anständig bezahlt, angestellte Journalisten ebenso, und wer einen literarischen Megaseller schafft, verdient auch ordentlich. Doch Medien werden immer häufiger von freien Journalisten gemacht, die kümmerlich verdienen. Wenn man die Leistung der Kreativarbeiter in eingesetzte Zeit und erzieltetes Geld umrechnet, kommen dabei oft Stundenlöhne heraus, die mit jenen von ausgebeuteten Erdbeerpflückern vergleichbar sind.

Hier müssen Kreativarbeiter umdenken, fordert der Journalist Wolf Lotter, der kürzlich das Buch *Die kreative Revolution* veröffentlicht hat. Kreative Arbeit wird häufig in unternehmerischer Selbstständigkeit geleistet. Kreativarbeiter sollen diese Unternehmensform eben mit allen nötigen Konsequenzen

annehmen. Lotter: „Das inkludiert, dass man weiß, wie man sich verkauft.“ Wer es nicht kann, soll es lernen. „Es gibt einen Zusammenhang zwischen Wahrgenommen-Werden und Sich-vermarkten-Können.“

Staatliche Förderstellen wie Departure in Wien setzen genau dort an. Kreative, die sich mit einem Unternehmen selbstständig machen, erhalten betriebswirtschaftliche Beratungen und Coaching. Viele Bundesländer und das Austria Wirtschaftsservice haben mittlerweile Förderprogramme für Kreative.

Designer haben auch von einem Event profitiert, der nicht zu ihrer Förderung konzipiert wurde, sondern für ein anderes Anliegen: dem Life Ball. So wie der Ökonom Richard Florida betont: Nur wenn sich Technologie und Talent in einem Klima der Toleranz entfalten können, fließt die Kreativität.

So erlebt es auch die Leiterin des Experimentaltheaters Eva Brenner bei ihrer partizipativen Arbeit mit theaterunerfahrenen Asylwerbern und Geschäftsleuten: „Die Leute sehen, dass Kunst nicht etwas Abgehobenes ist, das nur die Elite kann. Sie können es auch selbst.“ Wie der Glasschneider, der während der Jamsession erlebte, dass auch er Kunst macht.

Bergauf und höher hinaus



Sie sind auf der Suche, getrieben und pfeifen auf das Business. Sie wollen es in der Welt da draußen schaffen und folgen nur ihrer Bestimmung. Der Künstlerberuf regt viele zum Schwärmen an, wäre da nicht die finanzielle Realität. Doch das digitale Zeitalter mischt alte Berufsbilder neu auf.

Alexandra Riegler Charlotte/USA

Die Kunstwelt erzählt sich die Geschichte seit vergangenem Herbst immer wieder. Als im September bei Sotheby's in London 223 Exponate von Damien Hirst 140 Mio. Euro einspielten, räumten in Manhattan die Mitarbeiter von Lehman Brothers gerade ihre Büros. Die Blase von Finanz- und Kunstwelt war geplatzt. Von nun an sollten sich die Zeiten ändern.

„Hungernd“ wird Künstlern gern als erstes Adjektiv beigelegt. Überhaupt scheinen Kunst und Krise ein enges Verhältnis zu pflegen – persönliche Krise oder jene der Weltwirtschaft. In den USA sind Kunstkenner inzwischen der Ansicht, dass die Rezession die Kunst in die Qualität zwingt. Die Entscheidung für den Künstlerberuf wird dennoch abseits vom Marktzustand getroffen. Nötig sind Überzeugung und Getriebenheit, am besten eine gute Portion davon. Der Maler Philip Guston soll seinen Studenten gesagt haben: „Wenn man es jemandem ausreden kann, Künstler zu sein, hätte er von vornherein keiner sein sollen.“



Christian Winkler, Regisseur

In Christian Winklers Theater-Soap *Life of Graz Vol. 1-6* singen ein gewisser Ralf Hitler und seine Schwester Liebeslieder, Pfirsichspritzer werden entkorkt, im Radio spielt die Band Nirvana. Die Soap war Winklers erste Auftragsarbeit für das Schauspielhaus Graz. Der gebürtige Steirer lebte in London, nun zieht er nach Hamburg. In Graz studierte er Germanistik, in London Regie und Kulturmanagement. Dass er schreiben würde, wusste er schon früh. Gedacht, dass sich damit Geld verdienen lässt, hat er da aber noch nicht. Viel, sagt Winkler, hänge damit zusammen, wie man sozialisiert werde: „Wer immer hört, dass er damit kein Geld verdienen kann, lässt es vielleicht wieder.“ Während seines Kunststudiums in London wusste er es schließlich „so ganz richtig“. Gleichzeitig wurde die Konkurrenz auf dem Markt deutlich. Viele studierten

„Es ist vielleicht nicht schwierig, im administrativen Teil der Kunst zu arbeiten. Aber das ist nicht Künstler sein. Das hat immer mit Selbstverwirklichung zu tun“, sagt Christian Winkler. Foto: Burgtheater

Regie, alle mit ähnlichem Ziel. „Es ist vielleicht nicht schwierig, im administrativen Bereich der Kunst zu arbeiten. Das ist aber nicht Künstler sein. Das hat immer mit Selbstverwirklichung zu tun“, stellt Winkler klar. Es ginge nicht, sich als Künstler auszuweisen und gleichzeitig fürs finanzielle Überleben in einer Bar zu arbeiten. Irgendwann muss der Sprung ins kalte Wasser sein, alles oder nichts, allerdings mit Deadline. „Wenn ich ein halbes Jahr oder ein Jahr wirklich kein Geld damit verdiene, muss ich etwas anderes machen.“

Winklers Karriere begann mit einer Chance. Beim Regiestudium hatte er den Auftrag bekommen, ein Stück für das Edinburgh Festival Fringe zu inszenieren. Der Produzent ging mit dem Neuling schon ein kleines Risiko ein, doch alles wurde gut. Das Stück erhielt Auszeichnungen, und Winkler

bekam Jobangebote. 2007 gewann er den Retzhofer Literaturpreis: „Da hab ich dann richtig zu schreiben angefangen.“

Umgehen können muss man vor allem mit Kritik. Die Selbstsicherheit nicht verlieren, wenn gleich hinter der Arbeit meist ein ganz persönlicher Grund steckt. Kalt lässt einen schlechte Kritik freilich nicht: „Jeder lügt, der sich nicht einmal gefragt hat: Bin ich hier richtig, kann es vielleicht jemand besser?“ Selbstzweifel sieht Winkler als Antriebsmotor. Weil Kunst eben sehr viel mit einer Suche zu tun hat.

Anfängern rät Winkler, bei Wettbewerben mitzumachen, ein Netzwerk aufzubauen, es in der freien Szene zu probieren. Mit Förderungen lässt sich zumindest genug Geld bekommen, um nichts daraufzuzahlen. Wer es zuerst bei kleinen Bühnen versucht, wird auch nicht sofort vor die große Kritik gestellt:

„Dass man nicht gleich am Anfang den Hunden ausgeliefert ist.“ Sein Stück *Don Quixote und die Helden der Mantscha* hatte im April Premiere am Schauspielhaus Graz. Für die nächste Spielzeit entsteht das Auftragswerk *Die Entstehung der Arten*. „Ich weiß also, was ich bis Oktober 2010 mache“, sagt Winkler.

Martin Fuchs, Fotograf

Martin Fuchs ist gerade nach New York gezogen. „For good“, wie er in seinem Blog schreibt. Vor dreieinhalb Jahren begann er in Österreich zu fotografieren und ist dort ganz schön weit gekommen. Durch harte Arbeit, viel Glück und Fotoredakteure, die seine Arbeit mochten. „Ich habe für so ziemlich alle Medien fotografiert, die für meine Arbeit relevant sind.“ Manchmal lenkt er ein und meint: „Ich weiß, das klingt arrogant.“

Jetzt jedenfalls ist Fuchs in der Stadt, in der er leben und arbeiten möchte. Medienlandschaft und Fotografenszene sind in New York ganz anders als in Österreich. Tolle Magazine gebe es, sagt Fuchs, und die beste Zeitung der Welt. Ob es ein bisschen wie der Rezession ins Gesicht spucken sei, als Künstler gerade jetzt hierherzukommen, verneint er. Den Abschwung hat er auch schon in Österreich gespürt. Es gab deutlich weniger Aufträge, wenngleich er sich um sein Auskommen keine Sorgen machen musste. „Ich hatte meine Kunden, teilweise sehr gute Kunden.“ Hier in den USA wird die Krise nicht morgen und vielleicht auch nicht in einem Jahr vorbei sein. Aber irgendwann kommt alles zurück: „Bei dem Schwung will ich dabei sein. Dass ich dann mit bergauf fahre und noch ein bisschen höher hinaus.“

2005 kam Fuchs erstmals nach New York, als Praktikant für Magnum Photos. „Es war ein Wahnsinn. Das erste Mal bin ich mit zitternden Knien ins Büro gegangen“, erinnert er sich. Heute ist er wieder bei Magnum angestellt. Die Mystik um die von Henri Cartier-Bresson und drei seiner Fotografenkollegen gegründete Kooperative hat sich verflüchtigt. Drei Tage die Woche arbeitet Fuchs dort als Designer. Dazwischen wird er schon einmal zu einem Fotografenforum nach Malaysia eingeladen, fotografiert für Zeitungen und Magazine und geht seinen Projekten nach, wie einer Fotostory über Co-Op City im Stadtteil Bronx. Über 15.000 Wohneinheiten gibt es dort in 35 Hochhäusern. In Co-Op-City ist die Mittelklasse zu Hause, es ist ein ganz normaler, langweiliger Ort, an dem nicht viel passiert. Dort redet Fuchs mit den Leuten, hört sich ihre Geschichten an, fotografiert mit Mittelformatfilm.

Als Künstler sieht er sich weiterhin nicht. Aber Fuchs möchte sich nicht zu sehr auf Bezeichnungen versteifen: „Ich bin einfach Fotograf.“ Zweifel, ob sein Talent ausreicht, hat er dauernd. „Und ich bin noch lange nicht dort wo ich sein möchte“, sagt er. „aber ich mach das was ich liebe“

Malena Bergmann, Bildhauerin

„Ja, sicher würde ich verkaufen!“, lacht Malena Bergmann, „aber die Kunst, die ich mache, verkauft sich nicht.“ Bergmann baut Skulpturen aus Regenwürmern, manchmal mit einer toten Katze, Bewegungsmeldern, ihren eigenen Haaren, Wachs oder Samt. Sie lebt im amerikanischen Süden, wo Kunst möglichst noch als Bild an der Wand hängen sollte. Hier käme den Leuten ihre Materialwahl noch exotischer vor, als dies vielleicht in Europa der Fall wäre, glaubt Bergmann.

Dabei begann sie mit Malerei, und ihre Bilder verkauften sich. „Ich studierte Malerei, unter anderem weil ich nicht wusste, dass es viele andere Möglichkeiten gibt“, erzählt sie. Als sie das Studium abschloss, war es auch mit ihrem Interesse an der Malerei vorbei. Danach folgte eine Zeit der Suche. Sie wollte etwas mit ihren Händen herstellen, Objekte aus der Umgebung verwenden, auch, wie sie meint, weil ihr die Fertigkeiten zur klassischen Bildhauerei fehlten. „Mein Hund fand immer diese Skelettstückchen von kleinen Tieren. Die begann ich zu sammeln“, erzählt Bergmann. Zur Plastik kam sie schließlich „schrittweise und durch Zufall“.

Malena Bergmann unterrichtet am Institut für Kunst und Kunstgeschichte an der University of North Carolina at Charlotte. Die Uni-Karriere ist mehr als ein Brotjob. Die Stabilität, zu unterrichten, und die finanzielle Sicherheit, die die Stelle mit sich bringt, sind überaus wichtig. „Ich könnte es gar nicht anders machen. Immerhin muss ich Leute engagieren, weil ich Dinge mache, von de-



„Ich wollte immer schon Kunst machen, auch wenn es finanziell oder logistisch sinnlos gewesen wäre“, erklärt Malena Bergmann. „Ich schaffe Sinn, indem ich Kunst produziere.“ Foto: M. Bergmann

nen ich nicht weiß, wie man sie macht.“

Wie zum Beispiel Film. Als sie eines Nachts von einer Frau träumt, die Boote mit ihren Haaren hinter sich herzieht, weiß sie, dass sie das Bild irgendwie umsetzen muss. Zunächst will sie die Szene für ein Foto anordnen, verwirft dies aber wieder, weil ihr das „geradezu tot“ erscheint. Es muss eine echte Frau im Wasser sein, eine bewegliche Szene. Da sie keine Filmemacherin ist, beantragt sie eine Förderung, bekommt den Zuschlag und engagiert schließlich Kameramann und Schauspielerin. Bergmann führt beim Experimentalfilm *Fleeting* Regie und produziert.

„Mein größtes Problem ist die Zeit“, sagt sie. Konzentriert arbeiten kann sie nur im unterrichtsfreien Sommer. In den restlichen neun Monaten bleibt ihr, über die Projekte nachzudenken. „Zwei Vollzeitjobs und das restliche Leben zu vereinen, ist extrem herausfordernd.“ Ihre Arbeit unter die Leute zu bringen, wäre ein weiterer Vollzeitjob. Marketing, Verhandlungen mit den Gale-

rien, das will sie nicht machen. „Ich mache mir nichts aus dem Business hinter der Kunst“, sagt sie, lenkt dann aber ein: „Ich finde einfach nicht genug Zeit, um meine Kunst bekannt zu machen.“ Daher verlegt sie sich lieber auf deren Produktion.

Zweifel, dass Kunst nicht das Richtige für sie ist, hatte Bergmann nie. „Ich wollte es immer schon machen, auch wenn es finanziell oder logistisch sinnlos gewesen wäre“, sagt sie bestimmt. Was sie macht, gibt ihrer Welt Bedeutung. „Ich schaffe Sinn, indem ich Kunst produziere.“ In einem Statement auf ihrer Website schreibt Bergmann von einer Deadline. Der, tot zu sein. Die Dringlichkeit, die sie daraus schöpft, lässt sie in ihre tägliche Arbeit einfließen: „Ich müsste einfach nur noch herausfinden, wie ich alles auf einmal machen kann.“

Michael Wirth, Medienkünstler

Michael Wirth ist Filmemacher und Medienkünstler, er kreiert Tanzvisualisierungen, interaktive Bilddatenbanken und arbeitet an einem Opernprojekt. Keine traditionelle Ausbildung konnte ihn auf die Kunst vorbereiten. „Es gibt so viel zu lernen, so viel kommt von dir selbst“, sagt er. Ein Buchhalter könne sich zumindest an seiner Ausbildung festhalten und sich von da weg verbessern. „Bei der Kunst musst du mit Talent beginnen“, sagt Wirth. Für 60-Stunden-Wochen und Schreibtischjobs sei er nicht gemacht. „Ich habe diesen Killerinstinkt nicht in mir“, grinst Wirth.

Im Bereich digitaler Kunst sind die allermeisten Leute Generalisten. „Seit Technologie die Kunstwelt erreicht hat, ist Multitasking zur neuen Methodologie geworden“, begründet er die Bandbreite seiner Arbeiten und auch die vieler Kollegen. Sich



„Seit Technologie die Kunstwelt erreicht hat“, meint M. Wirth, „ist Multitasking zur neuen Methodologie geworden.“ F.: Mike Wirth

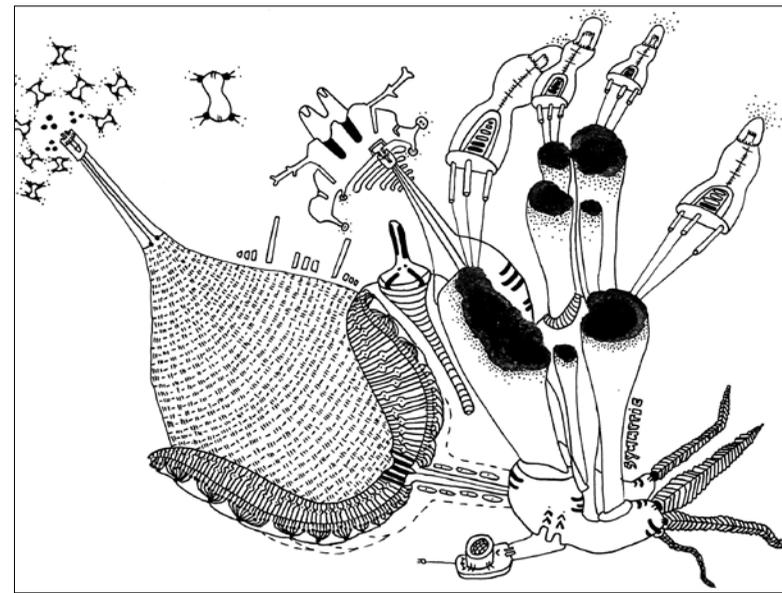


Georg Russegger, Theoretiker

Wenn Georg Russegger künstlerisch arbeitet, verwendet er sein Synonym Grischinka Teuff. Wenn er das Festival „Coded Cultures“ organisiert, eine Veranstaltung im Rahmen des Österreich-Japan-Jahres 2009, heißt er Georg Russegger. Er hat vier Studien an vier Universitäten belegt. „Ich stehe nicht für klassische Künstler, die in Galerien ausstellen“, sagt er.

Bei „Coded Cultures“ geht es um neue künstlerische und kreative Fähigkeitsprofile. Die digitale Welt verlangt nach Leuten mit einem innovativen Mix an Fertigkeiten. Russegger könnte geradezu ihr Aushängeschild sein. Er arbeitet im theoretischen Kunstbereich – dieser Tage erscheint sein Buch *Vom Subjekt zum Smartject* –, kuratiert und organisiert Veranstaltungen, erstellt Illustrationen. „Ich wende die Praxis des Kreativseins auf verschiedene Felder an“, erzählt er. Wie Wirth ist Russegger der Ansicht, dass die Entscheidung für einen künstlerischen Beruf nicht so einfach zu treffen ist wie für eine herkömmliche Ausbildung. „Der Zugang zur Kunstwelt ist wesentlich freier geregelt. Es gibt kein einheitliches Berufsbild, sondern handwerkliche, konzeptuelle und kulturelle Zugänge“, erklärt er.

Zurzeit wohnt Russegger in Japan, wo er an der Tokyo National University of the Arts arbeitet. Er betreut Doktoranden, die zu ihrem künstlerischen Abschluss eine Theoriearbeit leisten wollen. Es für immer zu machen, würde für ihn einem programmatischen Stillstand gleichkommen. Denn festlegen will sich der Künstler noch nicht.



„Ich stehe nicht für klassische Künstler, die in Galerien ausstellen“, meint Georg Russegger. Hier ein Selbstbildnis. Illustr.: G. Teuff

Seilschaften in die Pflicht genommen

Strategisch betriebene, wissenschaftliche Karriereplanung bringt Jungforscher rascher ans Ziel. Österreich hinkt in der Entwicklung noch etwas nach. Verschiedene Mentoring-Programme sollen das nun ändern.

Alexandra Riegler

„Eigentlich hat sich schon viel zum Guten verändert. Als wir angefangen haben, gab es kein großes Verständnis für das Thema“, sagt Evi Genetti vom Referat für Frauenförderung und Gleichstellung an der Universität Wien. Das Konzept, Nachwuchswissenschaftlern karrieremäßig auf die Sprünge zu helfen, ist in Österreich noch jung. Die Universität Wien rief mit dem Programm „mu:v“ im Jahr 2000 als Erste eine solche Mentoring-Initiative ins Leben – für weibliche Wissenschaftler. Eine Reihe anderer Hochschulen, darunter die Universität Salzburg und die Medizinische Universität Innsbruck, folgten nach. „Mittlerweile“, ist Genetti überzeugt, „leben wir das.“

Mentoring ist für die Karrieren junger Wissenschaftler von entscheidender Bedeutung. Vor allem in den USA ist das Konzept seit den 1970ern überaus verbreitet. In Mitteleuropa wird Mentoring gern mit einer Art institutionalisiertem „Vitamin B“ gleichgesetzt. Auch wurde in der Vergangenheit Kritik laut, dass dabei ungesunde Elitenbildung betrieben würde. Seit sich Europa im internationalen wissenschaftlichen Wettbewerb jedoch auf Exzellenz ausrichtet, ist davon nicht mehr viel zu hören. Tatsächlich geht es beim Mentoring darum, die Besten nach vorne zu bringen. Eine strategisch aufgezogene Laufbahnplanung inkludiert auch das Aufräumen mit intransparenten Aufstiegsmechanismen.

Keine Steigbügelhalter

Mentoren geben ihren Schützlingen – Mentees – Einführung in die wissenschaftlichen Gebräuchlichkeiten und damit Zugang zu informellem Wissen, das die Welt bedeuten kann. Sie stehen bei Karriereentscheidungen beratend zur Seite und holen die Mentees in das eigene Netzwerk herein.

Eva Schernhammer ist Krebsforscherin an der Harvard University, wo Mentoring einen hohen Stellenwert genießt. Schernhammer streicht die Bedeutung beim Karrierewechsel heraus. „Mentoren sind gut vernetzt und können für ihre Mentees alle möglichen Register ziehen“, so die Medizinerin. Mit Steigbügelhalten hat das nichts zu tun. Mentoren, so Schernhammer, seien von der Qualität der wissenschaftlichen Arbeit der Schützlinge überzeugt. Die Beziehung basiere auf gegenseitigem Respekt.

Die Beziehung zwischen Mentor und Mentee muss nicht immer, wie die Bezeichnung „Doktorvater“ andeutet, beruflich-elterlich sein. Mentoring findet in unterschiedlichen Ausprägungen statt, als Einzel- oder Gruppenmentoring, von der Uni aufgetragen oder nicht. Helwig Hauser, Professor für Visualisierung an der Universität Bergen, weist auch auf die Bedeutung weniger expliziten Mentorings hin: „Manche tun es, ohne es so zu nennen.“

„Als wir angefangen haben, gab es kein großes Verständnis für das Thema.“

EVI GENETTI,
UNIVERSITÄT WIEN

Während in Übersee die Förderung des Forschungsnachwuchses längst institutionalisiert war, herrschten an einigen heimischen Universitätsinstituten noch andere Sitten. Nachwuchsförderung mit dem Ziel, tatsächlich das Fortkommen der Jungakademiker voranzutreiben und diese nicht nur unter dem Deckmantel des Mentorings für die eigenen Publikationen einzuspannen, gab es dort nicht. Für Wissenschaftlerinnen kam erschwerend hinzu, dass informelle Netzwerke



Mentoring hat weder mit bedenklicher Elitenbildung noch mit Freunderlwirtschaft zu tun. Es ist Teil der Karriereplanung junger Wissenschaftler und weltweit verbreitet. Foto: Photos.com

weiterhin ungleich leichter für Männer zugänglich waren.

Doch die Zeiten haben sich geändert. Anlass zur Hoffnung geben zum Beispiel die Naturwissenschaften. Durch die Arbeit im Team sei es dort längst gang und gäbe, den Nachwuchs auf Tagungen hinzuweisen, beschreibt Genetti einen Mentoring-Zugang. Anders die Situation in den Sozial- und Geisteswissenschaften: „Da herrscht stärkere persönliche Konkurrenz“, sagt Genetti.

Mentoring als Jobpflicht

Für den Informatiker Hauser, der an der Technischen Universität Wien studierte und sich auch dort habilitierte, ist Mentoring Bestandteil aller erfolgreichen Forschungsgruppen: „Das ist ein Erfolgsmerkmal und notwendig, um vorne herauszuragen“, ist er überzeugt. Ihm selbst sei das Mentoring, das ihm in seiner Anfangszeit widerfahren sei – etwa während seiner Dissertation – sehr wichtig: „Es hat maßgeblich beeinflusst, was später aus mir geworden ist“, so Hauser.

In Harvard ist Mentoring Teil der Evaluierung von Wissen-

schafftlern. „Es wird ja auch im Lebenslauf reflektiert, was aus der Person geworden ist. Schon dadurch wird verlangt, dass es ernsthaft betrieben wird“, erklärt Schernhammer.

„Bei einer ehrlichen Ausrichtung auf Exzellenz ist Mentoring die logische und natürliche Folge.“

EVA SCHERNHAMMER,
HARVARD UNIVERSITY

Dass auch in Österreich bald Mentoring Teil der akademischen Evaluierung werden könnte, hält Genetti für eher unwahrscheinlich: „Das wäre natürlich schön. Es ist ja auch der Wunsch von Mentoren, dass ihre Leistung berücksichtigt wird.“ Bis zur Umsetzung würde es aber wohl noch einige Zeit dauern. Zuerst gilt es noch das Thema Evaluierung der Forschungsleistung unter Dach und Fach zu bringen. Dass die Ausrichtung auf Exzellenz eine Mentoring-Kultur herbeizwin-

gen könnte, glaubt Schernhammer nicht. „Vielmehr ist bei einer ehrlichen Ausrichtung auf Exzellenz Mentoring die logische und natürliche Folge“, so die Österreicherin.

Liebesbeziehung

Dass die Beziehung zwischen Mentor und Mentee durchaus schwierig sein kann, argumentiert der Psychologe Daniel J. Levinson in seinem 1979 erschienenen Buch *Das Leben des Mannes*. Demnach müsste dem Mentee ein Balanceakt zwischen „Bewunderung, Achtung, Verständnis, Dankbarkeit und Liebe“ auf der einen und „Hass, Minderwertigkeit, Neid und Einschüchterung“ auf der anderen Seite gelingen.

Levinson vergleicht in seinen Ausführungen das Verhältnis zwischen Förderer und Schützling mit einer Liebesbeziehung, die sich nur schwer höflich beenden ließe. Daher stehen am Ende oftmals ausgeprägte Konflikte und böse Gefühle, und zwar auf beiden Seiten. Und wie auch in einer romantischen Beziehung wüssten die Beteiligten erst im Nachhinein, ob das Ganze den Aufwand wert war.

PayLife

Demmer, Merfeldt & Bergmann



Wer auf den Größten vertraut, macht das größte Geschäft.

Steigender Umsatz und zufriedene Kunden? Sie haben es in der Hand! Mit der PayLife Bankomat-Kasse wird Bezahlen einfach und sicher. Die Akzeptanz aller Karten garantiert außerdem, dass Ihre Kunden immer genügend Geld dabei haben. Kein Wunder, dass schon jetzt der Großteil von Österreichs Unternehmen auf PayLife vertraut.

PayLife. Bringt Leben in Ihre Kasse.



Wie Sie zu Ihrer PayLife Bankomat-Kasse kommen, erfahren Sie unter der Telefonnummer 01/71701-1800 oder im Internet unter www.paylife.at/vertragspartner

Special Wissenschaft & Forschung

Thomas Köhler: „Als neue Anforderung für den Sektor der Geistes- und Kulturwissenschaften stellt sich, diese aus einer Defensive gerade gegenüber den Technik- und Naturwissenschaften in eine ausgewogene Balance zu führen“, erklärt der Leiter der Abteilung für Gesellschaftswissenschaften und Begabungsforschung.

Wege der Humanwissenschaften

Sonja Gerstl

economy: Welche Aufgabenschwerpunkte hat die Abteilung für Gesellschaftswissenschaften und Begabungsforschung konkret?

Thomas Köhler: Wofür sind wir eigentlich nicht zuständig? Die in der Forschungssektion des Wissenschaftsministeriums angesiedelte Abteilung II/3 vertritt in ihrem Portfolio ein weites Spektrum an Themen und Institutionen. Was den disziplinären Teil betrifft, fallen alle Forschungsagenden der Geistes- und Kulturwissenschaften beziehungsweise Sozial- und Wirtschaftswissenschaften in unsere Kompetenz. Dieses Portfolio erreicht rund 60 Prozent aller Studien beziehungsweise circa 40 Prozent aller Studierenden.

Den interdisziplinären Teil unserer Aufgaben stellen hingegen Begabungsforschung und Begabtenförderung dar. Begabungsforschung und Begabtenförderung wurden deswegen im Auftrag von Bundesminister Hahn während einer Kompetenzneuverteilung im Rahmen unserer Abteilung angesiedelt, weil sie insbesondere von Forscherinnen und Forschern aus Pädagogik und Psychologie, zudem aber auch aus Philosophie, Theologie, Soziologie und Ökonomie behandelt werden. Die gesellschafts- und wirtschaftspoli-



Die Profilierung der Geistes- und Kulturwissenschaften soll durch transnationale Pilotprojekte forciert werden. Literatur und Sprache sowie Geschichte und Politik werden dabei zentrale Themen sein. Foto: Bilderbox.com

tische Relevanz dieser Themen ist enorm und gerade heute, da immer mehr Exzellenz verlangt wird, aktueller denn je.

Welche Themen wurden in der noch relativ jungen Vergangenheit bearbeitet?

Zum einen gab es befristete Programme wie etwa „New Orientations for Democracy in Europe (node)“, ein Programm, das sich mit politischer Bildung und demokratischer Partizipation beschäftigt, das Programm „fForte“, welches sich auf Maßnahmen rund um das Thema Gender konzentriert, oder das Programm „forMuse“, welches die interdisziplinäre Forschung an Museen stimuliert. Zum anderen gibt es permanente Aktionen, die auf Maßnahmen rund um den Kanon der Awareness fokussieren – etwa die „Kinder-Universitäten“ oder die „Lange Nacht der Forschung“ – mit Blick nicht nur auf Spitzen-, sondern auch Breitenwirkung.

Mit welchen neuen Anforderungen und Aufgaben sehen Sie sich aktuell konfrontiert?

Als neue Anforderung vor allem für den Sektor der Geistes- und Kulturwissenschaften, aber auch für jenen der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften stellt sich vor allem, diese aus einer gelegentlich konstatierten „Defensive“ gerade gegenüber den Technik- und Naturwissenschaften in eine ausgewogene Balance zu führen. Eine weitere „Challenge“ für die Abteilung stellen Begabungsforschung und Exzellenzsicherung dar, die als die zwei Seiten derselben Medaille darzustellen sind.

Gibt es Themen, denen man sich verstärkt widmen wird?

Ein wichtiger Punkt ist in diesem Zusammenhang sicher die Generationenforschung im Hinblick auf Jugend- und ganz besonders, weil aktueller denn je, Alter(n)sforschung: Welche Potenziale/Kapazitäten haben ältere Menschen gerade rund um den Pensionsantritt? Was bedeutet das für die Vor- und Fürsorge, was für die Entwicklung der Pflege, was für die Würde des Alterns bis zum Tod? Hier werden sowohl strukturelle als

auch thematische Maßnahmen zu setzen sein, die über Österreich hinausreichen und eine internationale Kooperation – zum Beispiel im Rahmen der EU-Infrastrukturprogramme ESFRI – notwendig machen. Die einschlägige Community hat dabei viele Vorarbeiten geleistet, für die wir danken und die aufgegriffen werden sollen.

Was konkret hat man sich eigentlich unter Begabungsforschung vorzustellen?

Ausgehend von der Definition, dass Begabungen keine statischen, sondern dynamische Potenziale sind, die einer sensiblen und flexiblen Zuwendung bedürfen, und dass Exzellenz seine „Performanz“ in allen zu suchen beziehungsweise zu finden hat, haben Maßnahmen in diesem Bereich Folgen sowohl für das Individuum in seiner persönlichen Entwicklung und Entfaltung als auch für das Kollektiv im gesellschaftlichen – im Zentrum steht nicht nur das Wohl des Einzelnen, sondern auch der Gemeinsinn – und wirtschaftlichen Sinn. Die einschlä-

gige Forschung wird sich hier nicht nur auf die Disziplinen der Pädagogik und Psychologie konzentrieren können, sondern auch Aspekte der Medien- oder Geschichtsforschung einbeziehen müssen. Einschlägige Professuren und/oder Lektorate sind zu stärken. Die betroffene Infrastruktur wie das Österreichische Zentrum für Begabtenförderung und Begabungsforschung oder das Institute of Science and Technology Austria sind synergetisch zu vernetzen. Gleichzeitig ist die Meinungsbildung zu stimulieren: etwa durch Kongresse, Symposien, Vorträge und andere Veranstaltungen. Nicht zuletzt ist die Ausschreibung von zusätzlichen Preisen und die Vergabe neuer Auszeichnungen mittelfristig zu überlegen.

Sie haben die Profilierung der Geistes- und Kulturwissenschaften erwähnt. Wie soll das umgesetzt werden?

Die Profilierung vor allem der Geistes- und Kulturwissenschaften wird in einer Kombination aus Bottom-up- und Top-down-

Zur Person



Thomas Köhler ist Leiter der Abteilung für Gesellschaftswissenschaften und Begabungsforschung im Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung.

Foto: privat

Special Wissenschaft & Forschung

Forschung in Museen forcieren

Das Förderprogramm „forMuse“ will Impulse für eine zukünftig verstärkte Forschungstätigkeit in Museen setzen.

Die zahlreichen Anforderungen und Erwartungen, die an Museen heute herangetragen werden, verändern die gewohnten Zielsetzungen der musealen Arbeit grundlegend. Zunehmend sind Museen mit Ansprüchen an Wirtschaftlichkeit und quantifizierbaren Kriterien konfrontiert.

Durch diesen Druck laufen Museen Gefahr, den so wesentlichen Aufgabengebieten der Erforschung, Bearbeitung und Erhaltung ihrer Sammlungen nicht in ausreichendem Maß nachkommen zu können. Der lange als verbindlich angesehene Kanon der Kernaufgaben eines Museums – Sammeln, Bewahren, Forschen und Dokumentieren, Präsentieren und Vermitteln – wurde oft zugunsten von Besucherorientierungen aufgegeben, die durch „Eventkultur“ und „Edutainment“ charakterisiert sind.

Impulse setzen

Forschung in Museen droht demnach zunehmend marginalisiert zu werden. Forschung ist jedoch die grundlegende Basis für jede Sammlung und für das darin gespeicherte Wissen. Sie ist auch die Grundlage für die Kompetenzen und Werte von Museen. Um die Forschung zu



Museen sind Publikumsmagneten. Die Basis dafür bildet die Forschungsarbeit hinter den Kulissen. In Österreich will man diese nunmehr verstärkt fördern und unterstützen. Foto: Bilderbox.com

stärken und weiterzuentwickeln, hat das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung mit dem Förderprogramm „forMuse – Forschung an Museen“ einen Impuls gesetzt.

Zu den Zielsetzungen zählen die Erhöhung der Sichtbarkeit der österreichischen Museumsforschung sowie die Institutionalisierung und Verstetigung von – auch internationalen – Forschungs Kooperationen und Netzwerken. Mit anspruchsvollen wissenschaftlichen Projekten sollen die Forschenden an Museen in ein produktives

Zusammenspiel des öffentlichen und fachlichen Diskurses gebracht werden.

Offene Ausschreibung

Erstmals wurden im Zuge der thematisch offenen Ausschreibung des Förderprogramms „forMuse“ Anfang Juni 2008 Informationsveranstaltungen nicht nur in Wien, sondern auch in Innsbruck, Graz und St. Pölten angeboten, um möglichst viele interessierte Museumsforschende zu erreichen.

Mit Einreichfrist am 18. August 2008 sind 82 Projektskizzen

von Museen, aber auch Universitäten, außeruniversitären Forschungseinrichtungen und Vereinen eingelangt. Davon wurden die 72 formal korrekten Projektskizzen von einem fünfköpfigen Programmbeirat evaluiert und 36 zur Einreichung von ausführlichen Projektansuchen bis zum 12. Jänner 2009 eingeladen.

In einem Peer-Review-Verfahren unter Beteiligung von insgesamt rund 45 Gutachtenden (allesamt nicht in Österreich tätige unabhängige Fachexperten und -expertinnen) wurden letztlich zwölf Projekte vom Pro-

grammbeirat dem BMWF uneingeschränkt zur Förderung empfohlen (die Förderquote beträgt 17 Prozent). Derzeit laufen die Vertragsverhandlungen mit den einzelnen Projekten.

Neue Plattform

Im Herbst 2009 sind schließlich alle zwölf Projektteams zu einer Auftaktveranstaltung eingeladen, um dem Anspruch von „forMuse“ Rechnung zu tragen, mehr zu sein als bloß die Summe aller Einzelprojekte.

Vernetzung und potenzielle Kooperationen sowie erhöhte Präsenz sollen einen Mehrwert für die geförderten Projekte sowie für das Programm „forMuse“ generieren.

In Kürze werden die Eckdaten zu den geförderten Projekten auf www.formuse.at nachzulesen sein. sog

Special Wissenschaft und Forschung erscheint mit finanzieller Unterstützung durch das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung.

Teil 49

Die inhaltliche Verantwortung liegt bei *economy*.
Redaktion: Sonja Gerstl

down-Maßnahmen stattfinden, jeweils in Wahrung der Balance zur ebenso großen Bedeutung der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften.

Hier ist sowohl ein neues Mapping zur quantitativen Sichtung und qualitativen Wertung des Bestandes beziehungsweise des Bedarfs zu erwägen als auch eine Initiative zu transnationalen Pilotprojekten wie beispielsweise in Geschichte und Politik oder in Literatur und Sprache.

Last but not least soll unterstrichen werden: Die im Umfeld unserer Abteilung angesiedelten jeweils exzellent arbeitenden Institutionen der Forschung, Wissenschaft und Bildung, mit deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern schon bisher eine beste Kooperation stattgefunden hat, werden dabei synergetisch eingebunden werden, um nachhaltig ein Optimum an Ergebnissen zu erzielen.

Awareness

Im Rahmen des Dialogs zwischen Wissenschaft und Gesellschaft finden jährlich unter anderem Kinder-Universitäten statt, an denen im Jahr 2008 mehr als 85.000 Menschen teilgenommen haben. Die Schwerpunkte wurden nicht zuletzt auf bildungsferne Schichten, Gender-Aspekte und Migrationshindergründe gelegt. Weiters: Die „Lange Nacht der Forschung“ besuchten im Jahr 2008 über 60.000 Personen in ganz Österreich.

ÖZBF

Das Österreichische Zentrum für Begabtenförderung und Begabungsforschung (ÖZBF) ist eine dem Wissenschafts- und dem Unterrichtsministerium gleichermaßen zuarbeitende Ins-

titution der Exzellenzsicherung. Es hat rund 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betreut sowohl schulische als auch hochschulische Programme.

www.begabtenzentrum.at

Basissubvention

Die im Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung (BMWF) angesiedelte Abteilung für Gesellschaftswissenschaften und Begabungsforschung unterstützt knapp 50 Institutionen der Geistes- und Kultur- sowie der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften durch Basissubventionen zur Aufrechterhaltung der Infrastruktur und der Programmschienen. In ihrer verschiedenen Größe und Ausrichtung bilden sie die Vielfalt des Sektors ab und leisten einen wesentlichen Beitrag zur Qualitätssentwicklung.



Die Begabtenförderung und Begabungsforschung zählt zu den Arbeitsschwerpunkten. Foto: Bilderbox.com

Das Internet der Zukunft beginnt jetzt

Die Europäische IKT-Forschung ist bereits international führend. Mehr Wertschöpfung und Wohlstand sind gefragt.

Markus Stenzel

Die Future-Internet-Konferenz in Bled (Slowenien) 2008 legte den Grundstein für eine neue, gleichnamige Forschungsinitiative in der Europäischen Union. Das 400 Mio. Euro schwere Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)-Forschungsprojekt des 7. EU-Rahmenprogramms soll gemeinsam mit den Europäischen Technologieplattformen den Anstoß geben. Viviane Reding, die zuständige EU-Kommissarin, kündigte dazu im Februar 2009 die Schaffung eines Public Private Partnerships zwischen Industrie und Europäischer Kommission an. David Kennedy, Direktor der Eurescom (European Institute for Research and Strategic Studies in Telecommunications), ist seit den Anfängen in die europäische Future-Internet-Initiative involviert.

economy: *Es gibt bereits zahlreiche Forschungsinitiativen. Warum noch eine neue?*

David Kennedy: Richtig, es gibt in der Tat bereits viele Forschungsinitiativen. Allein im Telekommunikationssektor haben wir zusätzlich zu den EU-geförderten Projekten mehrere europäische Technologieplattformen, den Celtic-Eureka-Cluster für Ende-zu-Ende-Telekommunikationsforschung und in jedem Mitgliedstaat auch noch nationale Programme. Die Future-Internet-Initiative unterscheidet sich dadurch, dass sie nicht technologiezentriert ist. Sie orientiert sich vielmehr an gesellschaftlichen Bedürfnissen und Problemen. Diese Initiative geht von unterschiedlichen sozialen und ökonomischen Anwendungsbereichen wie zum Beispiel Gesundheit, Energie und Wissensgesellschaft aus. Im Unterschied zum Celtic-Cluster werden die Themen nicht bottom-up, sondern top-down definiert. Das ist sehr mutig, denn die Themen festzulegen, die das Internet von morgen prägen sollen, ist mit dem Risiko von Fehleinschätzungen verbunden.

Warum dieser Perspektivenwechsel?

Es wurde in den letzten Jahren sehr viel in die Technologieforschung investiert. Der wirtschaftliche Effekt dieser Investitionen ist aber nicht sichtbar genug geworden. Der Wert der technologieorientierten Forschung liegt in der Schaffung von technologischen Voraussetzungen und dem Wissen darüber, was man mit den Technologien machen kann. Was dann wirklich später damit gemacht wird, also wie diese Technologien wirtschaftlich verwertet werden und in neue Produkte einfließen, ist kaum nachvollziehbar. Der öffentlichen Hand ist es per Gesetz nicht erlaubt, in die Produktentwicklung zu investieren. Daher sind die wirtschaftlichen Effekte von Forschungsinvestitionen für Arbeitsplätze und Wohlstand oft kaum ermittelbar. Meist lassen sich dann nur allgemeine Zusammenhänge erkennen. Als Beispiel: In den letzten Jahren wurde in Euro-

Zur Person



David Kennedy ist seit 2005 Direktor der Eurescom. Der irische Ingenieur hat jahrelange internationale Erfahrung im Forschungsbereich von Telekommunikationstechnologien. Foto: Markus Stenzel

Forschungsergebnissen in Zukunft greifbarer machen. Die Anwendungsorientierung verspricht hier mehr als die Technologieorientierung. Beide Ansätze sind jedoch wichtig und ergänzen sich letztendlich.

Wie ist der aktuelle Stand zum Thema Future Internet?

Momentan werden in der EU zwei Initiativen von Wissenschaft und Industrie vorangetrieben. Im Rahmen des European Institute of Technology soll ein Knowledge and Innovation Center gegründet werden. Seine Aufgaben werden vor allem in den Bereichen strategische Studien und Langzeitprojekte liegen. Als Gegenpart wird eine Public Private Partnership zwischen der europäischen Industrie und der Europäischen Kommission gegründet. Ihre Aufgabe wird eine stärker wirtschaftsorientierte Forschung sein, mit dem Ziel, in weniger als fünf Jahren ökonomische Effekte durch Innovationen zu erzielen.

pa massiv in die Forschung zu mobiler Hardware und mobilen Diensten investiert. Heute hat Europa im Mobilfunk weltweit Marktführerschaft. Doch solche allgemeinen Forschungseffekte reichen nicht aus. Wir müssen die ökonomischen und gesellschaftlichen Effekte von

Notiz Block



PhD-School of Informatics an TU

Mit kommendem Oktober startet die Fakultät für Informatik der Technischen Universität (TU) Wien die internationale PhD-School of Informatics. Pro Jahr werden bis zu 15 Stipendien an Nachwuchsforscher und -for-

schnerinnen aus aller Welt vergeben. Die Finanzierung erfolgt durch die TU Wien, die Stadt Wien und private Sponsoren. „Ziel der PhD-School ist es, auf internationalem Niveau erstklassigen wissenschaftlichen Nachwuchs im Bereich Informatik auszubilden“, so Gerald Steinhardt, Dekan der Fakultät

für Informatik. Das Curriculum der PhD-School umfasst die fünf Forschungsschwerpunkte der Fakultät für Informatik: Computational Intelligence, Medieninformatik und Visual Computing, Technische Informatik, Verteilte und Parallele Systeme sowie Wirtschaftsinformatik. Die PhD-School ist, wie auch alle anderen Doktoratsstudien an der TU Wien, als dreijähriges Vollzeitstudium konzipiert.

www.informatik.tuwien.ac.at/phdschool

Forschungsstrategie 2020

Bereits mehr als 200 interessierte Personen haben sich in der ersten Woche nach Veröffentlichung der Forschungsstrategie des Rates für Forschung und Technologieentwicklung auf der Diskussionsplattform www.forschungsstrategie.at registriert und rund 1000 Online-Abstimmungen abgegeben. Das Interesse sieht man laut Ge-

schaftsführer Ludovit Garzik insbesondere an den 22.000 Zugriffen auf die Homepage. Dabei sind vor allem die Agenda der Strategie sowie Fragen der Bildungsförderung, der Wissenschaftsvermittlung und der Leitprinzipien im Fokus der Diskussion. Diese Form der Online-Diskussion zu einem nationalen Strategieprozess stellt eine absolute Neuheit in Österreich dar. Bis 7. Juni 2009 können alle an der österreichischen Forschungspolitik und deren Zukunft Interessierte daran teilnehmen und ihre Anregungen einbringen.

Bester Betriebswirt ausgezeichnet

Das deutsche *Handelsblatt* hat erstmals ein Ranking der besten Forscher im Fach Betriebswirtschaft in Deutschland, der Schweiz und Österreich ausgearbeitet und veröffentlicht. In der Kategorie „Lebenswerk“ ging Platz eins an Franz Wirl von

der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Wien. Erfasst wurden 2100 Wissenschaftler, die Beurteilung erfolgte nach Aufsätzen in 761 Fachzeitschriften. Unter den besten fünf dieser Kategorie ist die Uni Wien dreimal vertreten, neben Wirl finden sich Adamantios Diamantopoulos (Platz vier) und Richard Hartl (Platz fünf). Mit Josef Zechner landete der beste Vertreter der Wirtschaftsuniversität (WU) Wien auf Platz zwölf. Ein Grazer Betriebswirtschaftsprofessor (Uni Graz) findet sich mit Hans Kellerer erstmals auf Platz 70, der beste Linzer Betriebswirt (Uni Linz) mit Günther Zäpfel auf Rang 89. Weiters vertreten sind Angehörige der Technischen Universität (TU) Wien mit Michael Kopel auf Rang 97 sowie der Uni Innsbruck mit Andrea Hemetsberger auf Rang 189. Extra gewertet wurden Forscher unter 40 Jahren. Dabei landete als bester österreichischer Vertreter Damir Filipovic von der Uni Wien auf Platz neun. *APA/kl*



Bibliothek in der Hosentasche

Es wird geklickt statt umgeblättert. Bis zu 13.000 Bücher finden auf dem seit April erhältlichen E-Reader PRS-505 von Sony Platz. Der Verkauf ist gut angelaufen. Naht das Ende des gedruckten Buches?

Anna Weidenholzer

Es riecht nicht nach Papier, hat keine Seiten, zwischen die Zettel geklebt werden können, und ist trotzdem ein Buch. Das E-Book steht vor der Tür und mit ihm die Diskussion, wie lange das gedruckte Buch noch dem digitalen standhalten wird. Es gibt Stimmen, die prophezeien, dass Bücher über kurz oder lang ähnlich den Vinylschallplatten nur noch in Spezialgeschäften zu haben sein werden. „Es wird auf alle Fälle immer gedruckte Bücher geben“, sagt Markus Toyfl, Digitalisierungsbeauftragter des Hauptverbandes des Buchhandels. „Aber die nächste Generation, die E-Books schon aus der Schule kennt, wird denen vermutlich anders gegenüberstehen.“

Einen großen Schritt hat das digitale Lesen mit den neuen E-Readern gemacht, die seit Kurzem auch den österreichischen Markt erobern. Das Wiener Start-up Hixbooks bietet seit vergangenem Jahr zwei elektronische Lesegeräte an, die über den Buchhandel vertrieben werden. Der E-Book-Reader von Sony ist seit Anfang April in Österreich erhältlich. Verkaufszahlen gibt es bislang weder zu den Lesegeräten noch zum Download von E-Books. „Der Verkauf der Reader ist aber sehr gut angelaufen. Die Downloads von E-Books halten sich noch in Grenzen, das liegt zum einen am eher geringen Angebot, aber auch daran, dass es gegenüber dem gedruckten Buch keinen Preisvorteil gibt“, sagt Gerald Schantin, der Präsident des Hauptverbandes des Buchhandels und Geschäftsführer des Buchvertriebs Morawa.

Teure Lesegeräte

Die neuen Lesegeräte bringen wesentliche Vorteile. Anders als beim Lesen auf einem Computer-Bildschirm ist das Display lese- und augenfreundlich. Die E-Ink-Technologie ver-

spricht ein Lesegefühl wie auf Papier und arbeitet ohne Hintergrundbeleuchtung. Bis zu 160 Titel können auf dem internen 192 Megabyte großen Speicher des Sony-E-Readers abgelegt werden, der Speicher lässt sich auf maximal 16 Gigabyte erweitern. 13.000 Bücher können so auf einem Gerät archiviert werden, was wohl der maßgebliche Vorteil des E-Readers gegenüber dem guten alten Buch sein dürfte. Auf einem Gerät, das die Größe und das Gewicht eines Taschenbuchs hat, kann eine ganze Bibliothek mitgetragen werden. Ideal für Reisende, Pendler oder Vielleser wie etwa Lektoren.

Nichtsdestotrotz stecken die E-Reader noch in den Kinderschuhen. Das Umblättern und Navigieren sei gewöhnungsbedürftig und ein Nachteil beim Lesen von komplexeren Werken mit Fußnoten, meint Markus Toyfl: „Das wird sich aber schnell ändern, wir stehen hier vor der ersten marktreifen Generation.“ Sony setzt bei seinem Reader neben PDF auf das E-Book-Format E-Pub, ein Standardformat, aber bei Weitem nicht das einzige. Und ein gravierender Punkt, in dem die E-Reader dem Buch nachstehen, ist die Haptik – für Bücherfreunde ein wesentliches Kriterium.

„Es wäre nicht schlecht, wenn wir uns zu einer papierlosen Gesellschaft hinbewegen würden.“

JEFF BEZOS,
CEO AMAZON

Einen Verkaufsschub werden E-Books bei einem Gerätepreis von 150 Euro erlangen, meinte der E-Book-Vertreiber Falk Kühnel bei der Frankfurter Buchmesse im vergangenen Herbst. Davon ist man in



Geht die Ära des gedruckten Buches zu Ende? Neue, augenfreundliche Lesegeräte sollen den E-Books zum Durchbruch verhelfen. Foto: Epa/Weitast

Österreich derzeit noch ein Stück entfernt. Die von Hixbooks angebotenen Reader kosten 279 beziehungsweise 509 Euro, der Sony Reader ist um 299 Euro zu haben. Angesprochen wird damit eine Käuferschicht, die ohnehin bereit ist, Geld für das Lesen auszugeben. „Wenn ich 300 Euro für ein Gerät zahle, ist das im Vergleich zum Gesamtbudget, das im Schnitt für Bücher ausgegeben wird, ein starkes Kriterium“, sagt Toyfl vom Hauptverband des Buchhandels.

Schutz vor Raubkopien

Auch bei den E-Books zeigt sich kein wesentlicher Preisvorteil gegenüber gebundenen Büchern. Sie kosten zwischen zehn und 15 Prozent weniger als die Druckausgaben. Sony bietet ein Download-Portal mit rund 1200 Titeln an. Anlässlich der Buchmesse Buch Wien soll im Herbst das österreichische Portal Libreka.at online gehen, ein Ableger der deutschen Voll-

text-Datenbank Libreka.de. Über Volltextsuche können dort lieferbare, gedruckte und digitalisierte Bücher durchsucht werden.

Auch im Hinblick auf die E-Books werden Raubkopien von den Vertreibern gefürchtet. Sony setzt auf einen restriktiven Kopierschutz. Geräte und gekaufte E-Books sind identifizierbar. E-Books, die über Libreka gekauft werden, tragen ein Wasserzeichen, durch das sie gekennzeichnet sind. „Der Käufer ist damit nachvollziehbar, was zu einer Hemmschwelle führt, ein Buch illegal weiterzugeben“, sagt Markus Toyfl.

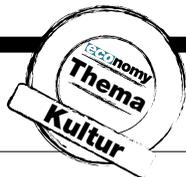
Bis zum Jahr 2015 wird sich in Österreich der Marktanteil von E-Books zwischen sechs und sieben Prozent bewegen, meint Gerald Schantin, Präsident des Hauptverbandes des Buchhandels: „E-Books werden in Teilbereichen mehr Marktanteile erzielen. Ich glaube aber kaum, dass im Bereich der Kinderbücher, Sachbücher und Belletris-

tik eine Substitution stattfinden wird.“

Papierlose Gesellschaft

Anders sieht das allerdings Jeff Bezos, der CEO des Online-Händlers Amazon: „Es wäre nicht schlecht, wenn wir uns zu einer papierlosen Gesellschaft hinbewegen würden“, sinnierte er Anfang Mai bei der Vorstellung der nächsten Generation seines elektronischen Lesegeräts Kindle in New York. Im Herbst 2007 präsentierte Amazon das erste Modell seines E-Readers Kindle. Trotz seines Verkaufspreises von 359 Euro war dieser über Monate hinweg ausverkauft.

Der Start von Kindle im deutschsprachigen Raum ist derzeit noch ungewiss, erwartet wurde er schon für die Frankfurter Buchmesse 2008. Gerüchten zufolge soll der Kindle ab Herbst in Europa erhältlich sein.



Spielen am virtuellen Pokertisch

Im Rahmen einer Studie wurde erstmals ein wissenschaftlicher Blick auf das Online-Spielverhalten geworfen.

Klaus Lackner

Die Ergebnisse der weltweit ersten epidemiologischen Studie über das Online-Poker-Spielverhalten liegen vor. Dabei wurde ein umfangreiches Sample von 3445 Online-Pokerspielern über die Dauer von zwei Jahren untersucht. Durchgeführt wurde die Studie von der Division on Addictions der Cambridge Health Alliance. Diese Zusammenarbeit erfolgte im Rahmen der langjährigen Partnerschaft mit dem in Österreich und Gibraltar beheimateten Online-Gaming-Anbieter Bwin.

Die Partnerschaft mit der Division on Addictions wurde im Jahr 2005 mit dem Ziel gegründet, eine wissenschaftliche Basis zur Beurteilung von auffälligem Spielverhalten und dessen Konsequenzen für verantwortungsvolles Spielen zu schaffen. Zwei wesentliche Erkenntnisse, die sich aus der Forschungsinitiative abzeichnen, sind: Erstens wurde der Mythos, dass Online-Gaming eine starke Verfüh-

rungskraft besitzt, empirisch widerlegt. Online-Gaming weist kein höheres Problempotenzial als Offline-Gaming auf. Zweitens zeigen die Maßnahmen im Bereich Responsible Gaming Wirkung.

„Diese Forschungsarbeit förderte weitere Beweise zutage, die unsere früheren Untersuchungen untermauern, nämlich, dass die meisten User, die im Internet spielen, ein gemäßigtes Spielverhalten haben. Korrelationsanalysen zeigten, dass sich bei höheren Verlusten die Dauer und Anzahl der Sitzungen sowie die insgesamt gesetzten Beträge verringerten, was darauf hinweist, dass die Spieler ihr Verhalten ihren Gewinnen und Verlusten entsprechend anpassten und damit ‚rationales‘ Wettverhalten an den Tag legten“, erklärt Howard Shaffer, Professor an der Harvard Medical School.

Das Durchschnittsalter der untersuchten Personen betrug 27,9 Jahre; fast 95 Prozent davon waren Männer. Der typische

User war seit rund sechseinhalb Monaten aktiver Pokerspieler und nahm im Durchschnitt alle drei Tage an einer Pokersitzung teil. Gesetzt wurden im Schnitt 13 Euro pro Sitzung. Die Durchschnittskosten des Pokerspiels betragen 1,80 Euro pro Sitzung.

1,80 Euro pro Spiel

Das Spielverhalten der aktivsten Spieler zeigte, dass diese Gruppe, die fünf Prozent aller Spieler ausmachte, 18,5 Monate lang aktiv war und an zehn Sitzungen pro Woche teilnahm. Diese Untergruppe von fünf Prozent verzeichnete einen geringeren Prozentsatz an Verlusten als die Mehrheit des Samples, was darauf hindeutet, dass Können ein Faktor beim Pokerspiel ist und Spieler in der Lage sind, ihre Leistung zu verbessern, was bei Glücksspiel nicht der Fall wäre. Bei der Untersuchung der aktivsten Spieler, die mehr Zeit und Geld in ihr Spiel investierten, fand die Studie heraus, dass auch diese User



Internet-Spieler haben ein gemäßigtes Spielverhalten, es dient mehr dem Zeitvertreib. Foto: Photos.com

genau wie der Rest des Samples die Kosten pro Sitzung und den Gesamteinsatz reduzierten, wenn ihr Verlust anstieg.

„Im Zuge unserer Bemühungen, Mutmaßungen durch wissenschaftliche Belege zu ersetzen, bringt uns diese Studie einen großen Schritt näher an unser Ziel, das Verhalten von

Online-Pokerspielern zu verstehen. Letztendlich möchten wir Algorithmen entwickeln, die in der Lage sind, Verhaltens- oder Risikomuster zu erkennen, die in Verbindung mit Spielproblemen auftreten“, beschwichtigt Manfred Bodner, Co-Geschäftsführer von Bwin.

www.divisiononaddictions.org

Notiz Block



260 Millionen Skirennläufer

Mit dem unübersehbaren Übergang des Winters in den Sommer fand die Ski Challenge 09 ihren würdigen Abschluss. Die fünfte Saison in Folge bestätigte die Erfolgsstory: Höchstes Lob für die grafische Über-

arbeitung, acht Länder, neun Lizenzpartner, 260 Mio. registriert gefahrene Rennen. Seit Beginn des „größten Skirennens der Welt“ im Winter 2004 zählt die Ski-Challenge-Fangemeinde nunmehr knapp sechs Mio. Spieler. Insgesamt acht Länder (plus einem gegenüber dem Vorjahr) waren bei der Ski Challenge 09

am Start: Neben Österreich hatten Fernsehanstalten und Medienpartner aus Deutschland, der Schweiz, Norwegen, Slowenien, Kroatien und – erstmals – Frankreich und Italien das beliebte Gratisspiel lizenziert. Die meisten Spieler kamen traditionsgemäß aus dem deutschsprachigen Raum. Die Ski Challenge wird über sogenanntes dynamisches In Game Advertising finanziert. „Aktuell wird die ursprünglich von Greentube entwickelte Technologie auf eine neue voll-dynamische Ebene gebracht“, gibt Eberhard Dürschmid, Geschäftsführer von Greentube, bereits jetzt einen Ausblick auf die Zukunft der Ski Challenge 10.

Man achtet auf Online-Reputation

Insgesamt 2408 Internet-User haben sich an der aktuellen Online-Umfrage der Personensuchmaschine Yasni beteiligt. Österreichische, deutsche und

Schweizer Online-Surfer gaben Antwort auf ihr Verhalten seit den jüngsten Datenschutzskandalen in Deutschland. Der viel zitierte leichtfertige Umgang mit den eigenen Daten im Netz scheint langsam Geschichte zu sein. Immerhin achten rund 69 Prozent der befragten Österreicher darauf, welche Spuren oder private Daten sie im Netz hinterlassen. Lediglich 16 Prozent der User sind sich der Gefahren nicht bewusst. Die restlichen 15 Prozent der Befragten fühlen sich machtlos. „Die Ergebnisse unserer Umfrage zeigen uns, dass Online-Reputation-Management immer mehr gefragt ist. Trotzdem herrscht Aufklärungsbedarf. Denn über 15 Prozent der User sehen keine Möglichkeit, sich zu schützen. Möglichkeiten gibt es beispielsweise, indem man Suchergebnisse im Internet der eigenen Person zuordnet“, erläutert Yasni-Geschäftsführer Steffen Rühl. Die deutschen Nachbarn sind den Österreichern in puncto Datensensibilität übrigens

voraus. In der Bundesrepublik achten fast 80 Prozent der Befragten darauf, welche Daten sie im Internet hinterlassen. Dieses Ergebnis lässt sich darauf zurückführen, dass der deutsche Datenschutzskandal Österreich nicht betroffen hat. Das Online-Reputation-Management gilt als neue Management-Disziplin, die im Social-Media-Umfeld dafür sorgt, dass vermehrt positive Eindrücke bewusst hinterlassen werden. In Zeiten von Facebook, Twitter, Studi-VZ und Youtube gilt natürlich auch für Privatpersonen, digitale Spuren zu überprüfen und gezielt weiterzuentwickeln. Eine praktische Hilfe bietet Yasni. Wer seinen Namen auf www.yasni.at checkt, sieht sofort, welche Daten über die eigene Person im Internet öffentlich abrufbar sind. Mittels Profil kann man sich von falschen Daten abgrenzen, wodurch die eigene Reputation gewahrt bleibt. Somit bietet das Unternehmen eine Dienstleistung sowohl für Suchende als auch für Gefundene. *kl*



Im Würgegriff der Meinungslenker

Fünf der größten Medien- und Unterhaltungskonzerne der Welt haben ihren Sitz in den USA, wo sie ihren Aktionären dienen und weniger dem Bürger dabei helfen, Demokratie zu leben. Geballte Medienmacht führt zu Meinungsmonopol, Geschmacksdiktat, Kommerzialisierung und Unterdrückung des freien Geistes.

Arno Maierbrugger

Wer nimmt der Welt den größten Teil der Meinungsbildung ab, und wer bestimmt, was Unterhaltung – zumindest im kommerziell verwertbaren Sinne – ist? Erraten: Amerika. Die fünf größten Medien- und Unterhaltungskonzerne haben ihren Sitz in den USA. Mit einem Umsatz von 46,5 Mrd. Dollar im Jahr 2008 steht Time Warner unangefochten an der Spitze. Zum Medienriesen gehören neben dem Nachrichtensender CNN und den Filmstudios von Warner Brothers auch verschiedene Fernsehkanäle wie HBO und Magazintitel wie *Time*, *People* und *Fortune*.

Gut geht es dem Dinosaurier nicht: Im Schlussquartal 2008 schockte Time Warner seine Shareholder, darunter Capital Research, Axa, Barclays und Morgan Stanley, mit einem Rekordverlust von 16 Mrd. Dollar, die durch Abschreibungen verursacht wurden. Es kriselt an allen Ecken und Enden: bei der Kabelsparte, im Internet und im Verlagsgeschäft.

Disneys Medienwelt

Der zweitgrößte Medienkonzern der Welt ist die Walt Disney Company mit 36,4 Mrd. Dollar Umsatz. Doch die kommen schon lange nicht mehr von den Comics, sondern von den Filmstudios, darunter Miramax und Touchstone, den Animationsstudios inklusive Pixar sowie Fernsehkanälen wie ABS, Disney Channel und Super RTL als auch natürlich den Themenparks. Zwar machte Disney 2008 einen Gewinn, doch dieser fiel 2008 um sechs Prozent auf 4,4 Mrd. Dollar.

Es folgt die News Corp von Richard Murdoch, ein Konzern mit mehr als 400 Firmen rund um die Welt, mit so schillernden Zeitungen wie *The Times* und *The Sun* in London, *New York Post*, *Boston Herald*, *Chicago Sun* und, nicht zuletzt, das Fox Network und in Europa mit einem Minderheitsanteil an Premiere (bald Sky). Mit 31,4



Börsennotierte Medienriesen in den USA fabrizieren genau das Gegenteil davon, was sich die Gründerväter des Landes in der Verfassung als „freie Presse“ vorgestellt haben. Foto: dpa/Disney/Gene Duncan

Mrd. Dollar Umsatz im Jahr 2008 musste Murdoch aber doch einen 30-prozentigen Gewinnrückgang auf immerhin noch drei Mrd. Dollar hinnehmen.

„Medienkonzentration bringt Kommerzialisierung und Vernachlässigung des Bürgers.“

ROBERT MCCHESENEY,
US-MEDIENKRITIKER

Auf Platz vier der Rangliste folgt Viacom, 28 Mrd. Dollar an Umsatz schwer (inklusive des abgespaltenen CBS-Networks). Hier tummelt sich alles, was hip und cool ist: MTV, Paramount, Dreamworks, Nickelodeon, Sega of America, Viva, Comedy Central sowie der Blockbuster-Videoverleih. Der Nettogewinn schrumpfte 2008 um stattliche 32 Prozent auf 1,25 Mrd. Dollar; unter anderem belastete die Videoverleihkette Blockbuster sehr stark.

Comcast, der fünftgrößte Medienkonzern, ist hauptsächlich im Kabelnetzgeschäft und den dazugehörigen Inhalten, vor allem Sportübertragungen, tätig. Mit rund 25 Mrd. Dollar und 2,6 Mrd. Dollar Gewinn läuft das Geschäft ganz gut. Comcast ist einer jener Konzerne, die massive Störsignale für Filesharing-Nutzer von BitTorrent aussenden, um den Datenaustausch zu unterbinden.

Freiheitsberaubung

Die Konzentration von Öffentlichkeitsmacht in vier Medien- und einem Infrastrukturkonzern ist ein Zustand, der seit jeher Kritik hervorgerufen hat. Von einer „freien Presse“, die die Gründerväter der USA in die Verfassung geschrieben haben, kann dabei keine Rede mehr sein, von wenigen Ausnahmen abgesehen.

„Die Medienkonzentration führt zu zwei zentralen Problemen: extremer Kommerzialisierung und Vernachlässigung des Dienstes am Bürger“, schreibt

der US-Medienkritiker und Professor an der Universität von Illinois, Robert McChesney.

Die US-Medien bestünden aus einer „Handvoll enormer Konglomerate, die sich die monopolistische Kontrolle über weite Teile der Medienlandschaft gesichert haben“, so McChesney. „Die Oligopole spotten der traditionellen Vorstellung einer freien Presse, in der jeder am freien Markt der Ideen teilhaben kann. Dabei werden die Monopole von Jahr zu Jahr erdrückender.“

„Wir liefern konkrete Beiträge zur Lösung aktueller gesellschaftlicher Probleme.“

REINHARD MOHN,
BERTELSMANN

Das Grundproblem sieht er in der kommerziellen Struktur der Medienkonzerne als Aktiengesellschaften, wodurch sie

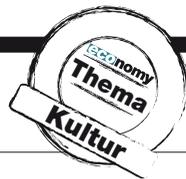
nicht mehr dem Bürger und damit der Demokratie dienen würden, sondern den Aktionären. Und um das tun zu können, müssen sie profitabel sein und die Interessen der großen Konzerne vertreten, die den Großteil der Medien mit ihren Werbegeldern finanzieren. Die politische Kaste revanchiert sich mit der Zuteilung von Lizenzen für Wohlverhalten. Dass dabei kritischer Journalismus zur Demokratieförderung hinter zahnlosem Medienbrei und stumpfer Dauerunterhaltung zurückbleibt, ist die logische Folge, so McChesney.

Deutscher Mogul

Zurück zu den Medienriesen: Auf Platz sechs folgt mit Bertelsmann der erste europäische Medienkonzern in den Reihen der ganz Großen. Das Unternehmen mit Sitz in Gütersloh kontrolliert Gruner + Jahr, RTL, Random House sowie die Infrastrukturtochter Arvato und Buchgemeinschaften, Buchhandlungen und Online-Vertriebe.

Der Umsatz betrug im Jahr 2008 16,1 Mrd. Euro mit gleichbleibender Tendenz, doch der Vorsteuergewinn ging hauptsächlich durch Abschreibungen um fast neun Prozent auf 1,6 Mrd. Euro zurück. In Österreich ist Bertelsmann über Gruner + Jahr an der News-Gruppe (*E-Media*, *Format*, *News*, *Profil* und andere) beteiligt.

Der Oberlobbyist hinter der Bertelsmann-Gruppe ist der 80-jährige Medienmogul Reinhard Mohn, ein ehemaliger Buchhändler und heute Eigentümer der Bertelsmann-Stiftung, die 76 Prozent an Bertelsmann hält – der Rest gehört der Familie Mohn direkt. Der Zweck der Stiftung lautet nach Eigendefinition: „konkrete Beiträge zur Lösung aktueller gesellschaftlicher Probleme“. Schöner könnte man die Absicht, die Willensbildung in einer Demokratie durch Ausübung medialer Macht zu beeinflussen, kaum beschreiben. Und das Erstaunliche daran ist: Es funktioniert.



Dauergerangel um Glücksspiele

Die österreichische Regierung bastelt seit geraumer Zeit an einer Novelle des Glücksspielgesetzes. Vor allem die Automatensalons sollen in Zukunft strenger überwacht werden.

Klaus Lackner

Noch in diesem Jahr soll das Glücksspielgesetz reformiert werden. Wann das neue Gesetz genau eingeführt wird, ist derzeit unklar. Die Begutachtungsfrist ist bereits am 4. Dezember 2008 abgelaufen. Unumstritten ist die Reform aber nicht. Der vom Ex-Finanzminister Wilhelm Molterer (ÖVP) entsandte Entwurf begünstigt Großkonzerne gegenüber kleinen Automaten- und Pokeranbietern, lautet die Branchenkritik.

Das Finanzministerium begründet den unstrittenen Vorstoß mit erhöhtem Spielerschutz und der Beseitigung von Rechtsunsicherheit. Diese ist tatsächlich gegeben: Während das „kleine Glücksspiel“ in Wien, Niederösterreich, Kärnten und der Steiermark erlaubt ist, ist es im Rest von Österreich verboten. Mit dem Gesetz würde nun eine einheitliche Regelung in Kraft treten.

Mit der Reform verbunden ist auch eine „Bundesautomatensteuer“ von 25 Prozent. Durch diese Steuer wird mit Mehreinnahmen zwischen 130 und 150 Mio. Euro pro Jahr gerechnet. Ein Körbergeld, auf das der amtierende Finanzminister sicher nicht verzichten möchte.

Millionenrücklagen nötig

Konkret sieht der Gesetzesentwurf für das Automatengeschäft mit limitierten Einsätzen („kleines Glücksspiel“) eine bundesweite Konzession vor, wenn in einem Salon mehr als 15 Geräte stehen. Wer sich um eine Konzession bewirbt, muss ein Stammkapital von 50 Mio. Euro und zudem einen Haftungsbeitrag von mindestens zehn Mio. Euro vorweisen. Für derartige Summen kommen lediglich die Casinos Austria und der Novomatic-Konzern infrage, so der Branchenvorwurf.

Wenig glücklich sind auch die Poker-Anbieter. Der Entwurf definiert das Kartenspiel

als Glücksspiel, und damit unterliegt es der Monopolgesetzgebung. Ausnahmen gibt es laut Entwurf nur für Ausspielungen „in Turnierform zum bloßen Zeitvertreib“.

Die Abgeordneten des Europäischen Parlaments haben vergangenen März mehrheitlich eine Resolution zur Regelung des gesamten europäischen Glücksspielmarktes verabschiedet. Bei den Österreichischen Lotterien und den Casinos Austria stößt die Resolution erwartungsgemäß auf Zustimmung.

EU bestätigt Regulierung

Für den gesamten Glücksspielmarkt hat das EU-Parlament unter anderem verabschiedet, dass die Mitgliedsstaaten das Recht haben, ihre Glücksspielmärkte strikt zu regulieren und zu kontrollieren, um die Verbraucher vor Sucht, Betrug, Geldwäsche und Spielabsprachen zu schützen. Des Weiteren sollen die EU-Institutionen bei der Bekämpfung aller angebotenen nicht genehmigten oder illegalen Online-Glücksspiele eng mit den Mitgliedsstaaten zusammenarbeiten. Das Europäische Parlament empfiehlt laut den Casinos Austria, die Möglichkeit zu prüfen, einen Höchstbeitrag einzuführen, den eine Person pro Monat für Glücksspiele einsetzen kann.

In der Verabschiedung der Resolution sieht Dietmar Hoscher, der für EU- und Rechtsangelegenheiten zuständige Vorstand von Casinos Austria, „eine stringente Fortführung der bisherigen Linie“. Vom Positionspapier „höchst erfreut“ zeigt sich auch Friedrich Stickler, der stellvertretende Generaldirektor der Österreichischen Lotterien. Das Votum sei „zweifelloso ein Meilenstein“ in der Geschichte des europäischen Glücksspielwesens. „Es zeigt, dass sich das EU-Parlament der besonderen Sensibilität des Glücksspiels bewusst ist und strikte nationale Regle-



Die österreichischen Glücksspielmonopolisten haben Rückenwind aus Brüssel bekommen. Foto: Photos.com

mentierungen zur Eindämmung der Spielsucht für unerlässlich hält.“

Knapp entgangen ist Österreich auch einer drohenden Schelte aus Brüssel. Die EU-Kommission hat ein Vertragsverletzungsverfahren gegen Österreich wegen Problemen bei den Spielerschutzbestimmungen eingestellt. Die entsprechenden Regeln wurden bei der Mininovelle des Glücksspielgesetzes im Vorjahr geändert. Die Brüsseler Behörde hatte kritisiert, dass die Schutzklauseln nur für Österreicher gegolten und damit EU-Recht widersprochen haben.

Die Einstellung betreffe nur genau diesen Aspekt, sagte der Sprecher von EU-Binnenmarktkommissar Charlie McCreevy dazu. Die Prüfung der im österreichischen Glücksspielgesetz enthaltenen Werbebeschränkungen für ausländische Anbieter laufe dagegen weiter. Auch diese waren in der Minireform von August 2008 teilweise gelockert worden.

Aus Kommissionskreisen hieß es, dass bis zur geplanten großen Novelle des Gesetzes keine weiteren Schritte zu erwarten sind. Ein Entwurf war noch unter dem früheren Finanzminister Molterer in Begut-

achtung versendet worden. Ein Sprecher von Finanzminister Josef Pröll (ÖVP) sagte, die entsprechende Regierungsvorlage werde noch vor dem Sommer eingebracht. Offen sei nur noch die Aufteilung der Einnahmen zwischen Bund und Ländern. Doch zurück zum Geschäft mit Glücksautomaten.

Nebensache für Politik

Während die SPÖ mit Bundeskanzler Werner Faymann an der Spitze das Vorhaben durchaus rasch erledigt haben will, soll sich die ÖVP dagegenstemmen, berichtete *Die Presse* im Jänner aus Regierungskreisen. Dabei sollen beide Parteien ihre Position mit dem Hinweis darauf, dass es derzeit Wichtigeres zu tun gebe, untermauert haben.

Auf der Bremse sollen nicht nur Finanzminister Josef Pröll und der für das Glücksspiel zuständige Finanzstaatssekretär Reinhold Lopatka (ÖVP) stehen, sondern auch Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner (ÖVP). Dieser soll sich – eingedenk seiner „Herkunft“ als Wirtschaftskammer-Generalsekretär – vehement gegen den Plan aussprechen, den kleinen Automatensalons sowie Pokercasinos den Garaus zu machen.

Was zu mehr Kontrolle im Jugendschutz führen soll, wird von der Wirtschaftskammer (WKÖ) als Todesstoß für 1500 Unternehmen gesehen. Im Mittelpunkt dieser Regelung müsse allerdings der Spieler- und Jugendschutz und nicht – wie im Gesetz auch vorgesehen – eine Maximierung der Bundeseinnahmen stehen, kritisiert Gerhard Span, der Obmann des Fachverbandes der Freizeitbetriebe in der WKÖ. Die Novelle sehe jedoch drastische Eingriffe vor, die weit über das Ziel hinausschießen, und beinhalte Regelungen, die völlig unausgereift sind, gibt der stellvertretende Obmann und steirische Landtagsabgeordnete Wolfgang Kasic (ÖVP) zu bedenken. Darüber hinaus bestehen unter Experten massive europa- und verfassungsrechtliche Bedenken gegen diesen Entwurf. Kenner des Marktes warnen insbesondere vor einer Quasi-Monopolstellung zweier großer Konzerne. Wo sich nun der Kreis wieder schließt.



Analoge Wellen im digitalen Meer

Das gute alte UKW-Radio wird in Österreich auch die nächsten zehn Jahre überdauern. Der Bedarf der Hörer an multifunktionalem Digitalradio ist gering und wird von den Sendern erst gar nicht geweckt.

Clemens Neuhold

Sehen Sie sich im Raum um, in dem Sie sich gerade befinden. Irgendwo müsste zumindest ein analoges Radio stehen. Pro Haushalt sind es laut Statistik fünf bis sieben Geräte. Ist es ein Küchenradio mit Ausziehanthene, Schieberegler und einem Drehrad zur Auswahl von heißen zehn Sendern? Gehen Sie hin und streichen Sie langsam darüber. Überkommt Sie ein nostalgisches Gefühl der Zeitlosigkeit? Das analoge Radio, immer schon und weiterhin da, der Digitalisierung des Fernsehens zum Trotz.

Analoges Radio ist die letzte Bastion des Analogens – eine ziemlich feste. Wenn das aktuelle iPhone in zehn Jahren wirken wird wie ein Vierteltelefon, könnte Ihr Radio immer noch jenem ähneln, über das Sie gerade streichen. Petra Heidegger von der Rundfunkregulierungsbehörde RTR sieht die Quoten für den Durchbruch des digitalen Radios in Österreich in den nächsten zehn Jahren bei „50:50“. Derzeit läuft eine Bedarfsprüfung mit allen Beteiligten. Wie der Name schon sagt, geht es in erster Linie um den Bedarf und nicht um technische Fragen. Denn technisch ist das digitale Radio ein alter Hut.

In Großbritannien hat die BBC 1995 das digitale Radiozeitalter ausgerufen. Heute besitzt ein Drittel der Briten ein DAB-Radio; DAB heißt Digital Audio Broadcasting. In Deutschland wurde bereits Ende der 1980er Jahre mit der Ausstrahlung von digitalem Radio für den Antennenempfang begonnen. 90 private und öffentlich-rechtliche Hörfunksender sind digital. Marktanteil des Digitalradios: 0,3 Prozent. „Dafür hat Deutschland Millionen Euro versenkt, das würden wir Österreich gerne ersparen“, erklärt Heidegger die Zurückhaltung des ORF, der Privatradios und der Politiker in Österreich.

Warum kommt digitales Radio nicht an? Dafür muss zunächst die Frage gestellt werden, was es kann: 1. bessere Qualität, keine Funklöcher, 2. viel größere Auswahl, 3. Texte und Bilder auf das Radio-Display, 4. eine eigene Programmgestaltung und 5. direkter Download von Musiktiteln.

Aus Gewohnheit

Die entscheidende Frage ist, ob der Hörer ein DAB-Radio um 100 Euro kauft, weil er all das braucht: den perfekten Klang ohne Funklöcher zum Beispiel. Im lauten Auto geht der Unterschied zwischen fast perfektem analogen und perfektem digitalen Klang unter, tiefe Täler mit ihren Funklöchern sind schnell durchquert. Wie viele Hörer wollen außerdem Radio Salzburg in Wien, BBC in Gerasdorf oder Radio Jerusalem in Klagenfurt empfangen?

„Deutschland hat für geringe Marktanteile Millionen versenkt, das würden wir Österreich gerne ersparen.“

PETRA HEIDEGGER,
RTR

Musiktitel auf dem Display sind per Radio Data System (RDS) schon jetzt möglich, und Bilder auf dem Radio sind bei der visuellen Reizüberflutung nicht wirklich nötig – beim Autofahren sogar lebensgefährlich. Zur eigenen Programmgestaltung, zu Downloads und sonstigen Spielereien wird der Mediennutzer im Internet gedrängt – per Podcast, iTunes oder Last FM. Da kann das Radio eine Oase des Nichtstuns sein. Der Moderator des Vertrauens liefert Scherze und eine Handvoll Songs, die den ganzen Tag rotieren, Stau- und Wettermeldungen kommen zur fixen Zeit.

Der Medienwissenschaftler Thomas Bauer von der Univer-



Ein Mehr an Funktionalität und Interaktivität bringt das digitale Radio. So könnten die Sender einen Rückkanal nutzen und ihre Hörer an der Programmgestaltung aktiv mitwirken lassen. Foto: Photos.com

sität Wien fasst die Beziehung der Österreicher zu ihrem Radio so zusammen: „Das Radio ist weniger Informationsmedium als Begleitmedium. Die Nutzer definieren sich über den Sender, den sie regelmäßig einschalten, der Sender bietet ihnen Rückhalt.“ Bauer hört beim Frühstück und Autofahren Ö1 und bezeichnet sich als klassischen Radionutzer. Nach einem ganz persönlichen Programm bouquet, ein Feature von DAB, hat er keine große Sehnsucht. „Es ist technisch mehr möglich, als kulturell als sinnvoll empfunden wird“, zitiert er ein Phänomen unserer Zeit.

Das digitale Radio könnte dafür ein Paradebeispiel sein. Oder auch nicht. Vielleicht sind die Österreicher gar nicht so konservativ und würden gerade über das so vertraute Radio Neues ausprobieren: dem Moderator der Morning-Show auf dem Display über die Schulter schauen, den Ö3-Schmäh in der Endlosschleife hören und manchmal Krone Dänemark statt Krone Hit oder Radio Energy aus Berlin statt aus Wien an-

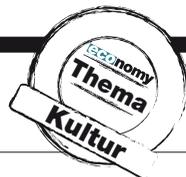
steuern. Über das alphabetische Verzeichnis des DAB-Radios wäre die Konkurrenz aus aller Welt leicht abrufbar, die Hörer könnten internationaler werden. Das birgt wirtschaftlich eine große Gefahr für heimische Privatradios, die mit Platzhirsch Ö3 schon genug zu tun haben. Sündteuer wäre für sie auch die Umstellung. Über Jahre müssten Analog- und Digitalradio parallel laufen, inklusive doppelter Ausstrahlgebühren. Beides mag mit ein Grund sein, warum die Privatradios bei der laufenden Prüfung keinen großen Bedarf an Digitalradio anmelden. Auch der ORF wird in Zeiten der Krise – der eigenen und der globalen – die Umstellung nicht mehr aus der Portokasse bezahlen können und es vorerst bei Testversuchen in Wien und Innsbruck belassen.

Privat oder Staat

Der Kampf zwischen Privatradios (25 Prozent Marktanteil) und Ö3 (45 Prozent Marktanteil) tobt also weiterhin in der analogen Arena. „Partner der Hörer sein, Event und Programm ver-

schränken“, damit versuchen sich die Privaten von Ö3 abzuheben, erklärt Christian Stögmüller vom Verband der Privatsender. Als Geschäftsführer des oberösterreichischen Life Radios gibt er Beispiele: Sein Sender habe einen Wettbewerb zwischen Gemeinden um den größten Schneemann initiiert oder Austropop-Wochenenden mit Wunschlisten veranstaltet.

Im digitalen Radio könnten die Hörer den Schneemann der Konkurrenzgemeinde auf dem Display bäugeln, die Austropop-Wünsche würden auf Knopfdruck an die Sender ergehen. Stögmüllers Erfolgsrezept, die Hörerbindung zu vertiefen, wirkt wie maßgeschneidert fürs digitale Radio. Vielleicht kommt es doch schneller als erwartet, weil die Hersteller der DAB-Radios den Markt mit sehr günstigen Geräten öffnen. Dann müssen die angestammten Radiostationen ihre Hörer so stark an ihre Marke gebunden haben, dass trotzdem Krone Hit statt Krone Hot, Arabella statt Anabella und Life Radio statt Live Radio gehört wird.



Hochkarätige Kunstwerke im Visier

Hut ab: Stiftungen suchen, finden und bewahren unermessliche Kunst- und Kulturschätze für die Allgemeinheit.

Ralf Dzioblowski

„Die Kunst ist unsere eigentliche Bestimmung“, behauptete der russische Literaturnobelpreisträger Joseph Brodsky. Wohl dem, der welche Kunst auch immer praktiziert, und jenen, die fest davon überzeugt sind, keinem Beruf, sondern einer Berufung nachzugehen. Ihnen möge die Weisheit Molières erspart bleiben: „Ich lebe von guter Suppe und nicht von schöner Rede.“

Lange Rede, kurzer Sinn: Kunst bedarf frühestens, seitdem es sie gibt, und spätestens, seitdem sie erfunden wurde, der Förderung. Gefördert wird die Kunst in Österreich vom zuständigen Kulturministerium, das im Kulturbericht die einzelnen Maßnahmen nach Abteilungen exakt auflistet. 2007 sei „ein gutes Jahr für die Kunst gewesen“, konstatiert Ministerin Claudia Schmied (SPÖ) und meint das wohl in beiderlei Hinsicht. Ein kulturpolitischer Schwerpunkt wurde in der Filmförderung gesetzt, auf die 20,74 von insgesamt 88,48 Mio. Euro entfielen; im Bereich bildende Kunst und Musik wurde hingegen eingespart.

Vergabe genau geregelt

Wiens kreative Energie scheint unerschöpflich. Kein Wunder, denn gleich zwei Hochschulen ziehen aufstrebende Künstler aus ganz Europa an: die Akademie der bildenden Künste und die Universität für angewandte Kunst. Schätzungen zufolge bekommen aber nur 20 Prozent aller Wiener Künstler einen festen Vertrag von einer Galerie – in der Regel der einzige Weg, um die Öffentlichkeit zu erreichen und Geld zu verdienen. Obwohl oder gerade deshalb, weil die Vergabe öffentlicher Fördermittel genauestens geregelt ist, habe, so die Kritik, staatliche Kulturförderung einen ästhetischen Mittelstand geschaffen, in dem mittlere Angestellte des originellen Einfalls, der treffenden Formulierung, des künstlerisch vermittelten Dabeigewesenseins ihr nicht ganz unbeachtliches Auskommen gefunden haben.



Picasso wäre amused: Privatstiftungen wie jene der Familie Batliner machen Kunst für die Allgemeinheit zugänglich – wie hier das Bild *Nackte Frau mit Vogel und Flötenspieler* (1967). Foto: Albertina

Staatliche Kulturförderung darf keine scharfen Unterscheidungen treffen. Sie darf nicht zielen wie der feudale Mäzen, der die Kunst nach eigenen Vorlieben und Bedürfnissen traktiert, mit harten und womöglich ungerechten Urteilen, die den Künstler im Zentrum seiner Existenz treffen. Stattdessen behandelt sie jeden Künstler und jedes Kunstwerk, so spinnenfeind sie auch miteinander sein mögen, als Freund und Gefährten aller anderen Künstler und Kunstwerke. Denn alle besitzen in ihren Augen gleiches Recht auf Existenz. Die Gießkanne ist also das einzige ihr angemessene Förderinstrument.

Beim Bewässern aber entsteht ein Problem: Was ist förderungswürdig und was nicht? Wann, wie und warum entsteht aus dem Mittelstand der Kunst ästhetisch Herausragendes? Denn was dargestellt wird und wie man sich ausdrückt, ist

der in der bürgerlichen Gesellschaft autonom gewordenen Kunst selbst überlassen. Was eine künstlerische Leistung ist, lässt sich demokratisch nicht so definieren, dass es danach unanfechtbar wäre. Den öffentlich-rechtlichen Instanzen, von

„Das Jahr 2007 war ein gutes Jahr für die Kunst.“

CLAUDIA SCHMIED,
KULTURMINISTERIN

denen die Kunst gefördert wird, steht kein Urteil darüber zu. Sie schaffen zwar kraft Zuweisungen von Geld einen Rahmen für die Kunst, können und dürfen aber über Inhalte nicht verfügen.

Neben altruistisch orientierten Förderarten wie etwa dem traditionellen Mäzenaten-

tum oder dem Spenden-, Stipendiaten- und Stiftungswesen bietet sich diesbezüglich aber auch das dem Marketing nahe stehende, eigennützige Erwägungen des Förderers einschließende Sponsoring an, mit dem ein positiver Wertetransfer von der Kunst auf das Unternehmen, das heißt vom Gesponserten auf den Sponsor erfolgen kann – und soll. Eine offizielle Liste aller Privatstiftungen gibt es laut Verband Österreichischer Privatstiftungen nicht. Der Grund: Wahrung der Diskretion. Die daher mithilfe verschiedener Quellen (vor allem Krediterschutzverband, Kreditforum Österreich und Hoppenstedt) erstellte Liste der bedeutenden Privatstiftungen in Österreich ist nahezu identisch mit der Liste der reichsten Österreicher.

Eine Vielzahl widmet sich Kunst und Kultur. Deren bekannteste, gleichwohl nicht unumstrittene ist die der liechten-

steinischen Familie Batliner, die zu den wichtigsten Privatsammlungen der Welt gehört. Geschicktem, weitsichtigem Management ist es zu verdanken, dass sich die Wiener Albertina dank Batliner durch über 500 Hauptwerke von Monet über Picasso, Cézanne, Modigliani, Renoir und Matisse bis zu Mark Rothko und Anselm Kiefer, vom französischen Impressionismus über den deutschen Expressionismus und die russische Avantgarde in die Phalanx der internationalen klassischen Moderne katapultieren konnte.

Ein Leben für die Kunst

Auf ein Leben für die Kunst kann das Sammlerehepaar Karlheinz und Agnes Essl zurückblicken. Im Ranking von *Art Review* auf Platz 34 der 100 einflussreichsten Personen in der internationalen Kunstwelt gereiht, hat die Familie seit 1975 eine Sammlung geschaffen, die von Anfang an nicht für den Privatbereich bestimmt war. „Wir sind ein Unternehmen, das erfolgreich auf dem internationalen Markt agiert, und ich bin daher überzeugt, dass wir auch etwas weitergeben sollten an die Gesellschaft. So wie jeder Baumarkt, ob in Österreich oder auch im osteuropäischen Raum, eine Patenschaft für ein Behindertenheim übernimmt, so ist auch die Kunst ein Mittel, gesellschaftlich-soziale Verantwortung zu übernehmen“, erklärt Patriarch Karlheinz Essl sein Engagement.

Ambitioniert ist auch die Erste Stiftung, die 20 Jahre nach 1989 das im Mumok Wien gezeigte Projekt „Gender Check“ (von 25. September 2009 bis 31. Jänner 2010) nicht nur finanziert, sondern auch initiiert hat. Doch machen wir uns bei aller Schöngesteuer nichts vor: Allzu menschlich scheint es, wenn es dem Österreicher im Allgemeinen und dem Wiener im Besonderen „wurscht“ ist, ob er das kulturelle Highlight privaten Gönnern oder dem Staat zu verdanken hat. Darauf angesprochen, fragen sich ohnehin viele Kulturbeflissene mit Karl Valentin: „War es gestern, oder war’s im vierten Stock?“

Wo die ASFINAG auf reibungslosen Datenfluss setzt ...

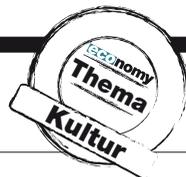
... und mit IT Operations Zuverlässigkeit und Leistung verknüpft.

- **IT Operations**
- Outsourcing
- Security Services
- Software Solutions
- Client Management
- Output Services

Die Raiffeisen Informatik entwickelte und betreibt die zentrale IT-Infrastruktur des LKW-Mautsystems der ASFINAG. Täglich werden über 2,6 Millionen Maut-Transaktionen verarbeitet. Moderner IT-Betrieb beinhaltet Echtzeit Monitoring, mehr Überblick über Infrastruktur, höchste Verfügbarkeit sowie Optimierung der Abläufe. Dies ermöglicht dem Kunden Kostentransparenz und Effizienzsteigerungen. Wir übernehmen die gesamte Verantwortung für Ihren IT-Betrieb. Damit Ihr Geschäft wie am Schnürchen läuft und Sie somit wettbewerbsfähig bleiben.



Nähere Informationen und Ansprechpartner auf www.r-it.at oder unter 01-21136-3870



Geschäftsmodell Supermuseum

Mit seinem Umbau erfand sich das New Yorker Museum of Modern Art neu. Kritiker schimpfen das Museum einen Vergnügungspark für Kunst. Kunstmanager bewundern die gut geölte Geschäftsma- schinerie.

Alexandra Riegler Charlotte/USA

Den Freitagabend spendiert Target. Wer nach 16 Uhr ins New Yorker Museum of Modern Art (Moma) kommt, kann sich seine 20 Dollar Eintritt sparen. Für den Warenhausbetreiber bedeuten diese Spendierhosen vor allem eines: Renommee.

Hier, mitten in Manhattan, wird nicht karitativ Kunstzugang finanziert, was allerdings weniger an der Umgebung als dem Museum selbst liegt. Das Moma gilt als eine der bedeutendsten Einrichtungen für moderne Kunst und ist vermögend wie kaum ein anderes Museum. 2007 belief sich das Stiftungsvermögen auf geschätzte 650 Mio. Dollar. Ein bisschen „Charity“ könnte man sich also schon leisten. Doch solange Sponsoren Schlange stehen, besteht dazu keine Notwendigkeit.

Lowrys Vision

Moma-Direktor Glenn Lowry baute das Museum in den letzten 15 Jahren zum Kunstgroßunternehmen aus. Dabei lief im Moma auch vorher schon alles wie geschmiert. Als Lowry zwei Jahre nach seiner Amtsübernahme mit dem Plan vor den Aufsichtsrat trat, das Museum für die Zukunft neu zu erfinden, kamen jährlich 1,5 Mio. Besucher zu den Ausstellungen. In was also wollte sich ein Museum verwandeln, das vorher schon alles hatte? Nichtsdestotrotz schwebte Lowry ein Gewaltakt vor. Und rückblickend scheint es, dass sein Plan gerade zur rechten Zeit kam.

Ende der 1990er Jahre begann sich der Kunstboom auf seinen Höhepunkt zuzubewegen. Städte, die etwas auf sich hielten, vertieften sich in ehrgeizige Museumsprojekte. In Los Angeles eröffnete das Getty Center, Paris runderneuerte sein Centre Pompidou, und in London wurde ein altes Heizkraftwerk an der Themse zur

Tate Modern umgebaut. Kunst lag im Zeitgeschmack wie nie zuvor, Museen wurden zu Touristenmagneten. Noch viel größer war das Gerangel um die Besucher in New York. Ein halbes Dutzend Häuser, darunter das Metropolitan Museum of Art, das Whitney Museum of American Art und das Solomon R. Guggenheim Museum, ritterten um die kunstsinnige Klientel.

Die Neuerfindung

Als im Jahr 2000 die Presslufthammer losdonnerten, blickte die Kunstwelt gespannt auf die Baustelle in Manhattans 53. Straße. „Die Erwartung erklärt sich teils durch den quasi-religiösen Status der Kunst in der modernen Gesellschaft, teils einfach durch eine Zurschaustellung, die aus der Notwendigkeit resultiert, dass Museen ihre Besucherzahlen steigern müssen“, schreibt Witold Rybczynski, Professor für Stadtplanung an der University of Pennsylvania.

Krisenzeiten waren es, als das Moma erstmals seine Pforten öffnete. Man schrieb November 1929, und die Wall Street war gerade zusammengebrochen. „The Daring Ladies“, Abby Aldrich Rockefeller, Lillie Bliss und Mary Quinn Sullivan, hatten zunächst recht bescheidene Räumlichkeiten in Manhattan für das Museum angemietet, das als Erstes in den USA moderne Kunst zeigen sollte. 70 Jahre später erhielt der japanische Architekt Yoshio Taniguchi den Auftrag für den Umbau, der 858 Mio. Dollar kosten sollte.

Weil Lowrys Zukunftsvision keine halben Sachen inkludierte, wurden für das Bauvorhaben angrenzende Häuser angekauft, darunter das Dorset Hotel. Heute gehört dem Moma der gesamte Block zwischen Fifth und Sixth Avenue. Während in Midtown Manhattan gebaut wurde, siedelten die Kunstschätze in eine umgebaute Fabrik im



Sie gilt als Meisterstück des Kunstmarketings: Die Ausstellung „Das Moma in Berlin“ lockte über eine Mio. Besucher an. Jeder siebente darunter war davor noch nie in einem Museum. Foto: epa

Stadtteil Queens. 385 Fahrten wurden für den Transport veranschlagt, schreibt Andy Young 2002 im New Yorker, jede davon ein Hochsicherheitsprojekt.

Zum 75. Geburtstag des Moma war schließlich alles fertig. Weltberühmtes hing neben Unbekanntem, und vieles in den weiten Hallen mutete nach benutzerfreundlicherem Kunstgenuss an. Partout monierten Kritiker, dass ein Vergnügungspark für Kunst entstanden sei.

Trotzdem kamen im ersten Jahr 2,5 Mio. Besucher, um sich die museale Neuerfindung anzusehen – eine Million mehr als davor. Und das, obwohl der Eintrittspreis von zwölf auf 20 Dollar gestiegen war.

Vorzeige-Kunstmarketing

Wie kaum einem anderen Museum gelang es dem Moma, seinen Namen zur Marke zu

machen. Der Shop, der einen großen Teil des Erdgeschoßes einnimmt und auch im alten Bau schon Produkte mit dem eigenem Logo darauf verkaufte, ist für viele die erste Anlaufstelle beim Museumsbesuch. Ein zweites Geschäft im Stadtteil Soho versorgt jene, die es nicht nach Midtown schaffen.

Einen Schub für die internationale Bekanntheit der Marke brachten Ausstellungen wie „Moma in Berlin“. Die Schau in der Neuen Nationalgalerie wurde 2004 zum regelrechten Straßenfeger: 1,2 Mio. Eintrittskarten wurden verkauft, jeder siebente Besucher war ein kompletter Museumsneuling. Das Bravourstück des Kunstmarketings prägte in der Szene den Begriff „Moma-Effekt“. Lowry bewies, dass er sein Geld wert war. Trotz millionenschwerem Neubau verdoppelte sich das

Vermögen des Moma unter seinem Management.

Leiser tritt man erst, seit sich die USA in der Rezession befinden. Experten scheinen sich ziemlich einig, dass der Kunstboom zumindest bis auf Weiteres gebremst ist. Immer weniger Museen leisten sich teuer zugekaufte Wanderausstellungen und verlegen sich stattdessen auf Schauen aus der eigenen Sammlung.

Das Moma sieht sich gleichfalls nach alternativen Pfründen um und bietet neuerdings auch Yoga-Kurse an. Das Stretching neben Meisterwerken der Moderne soll die Kassen füllen und gleichzeitig eine neue Klientel ansprechen. Die Neuerfindung des Museums, die Mitte der 1990er Jahre fast noch wie eine Fleißaufgabe wirkte, wäre inzwischen längst Notwendigkeit geworden.



Sponsoring in Zeiten der Krise

Geben ist seliger denn nehmen. Nur: Woher nehmen, wenn die Unternehmensbilanzen dürftig sind?

Sonja Gerstl

Zugegeben, so ganz uneigennützig geht Kunst- und Kultursponsoring nicht über die Bühne. Es ist eben ein Geschäft, das auf Gegenseitigkeit beruht. Die einen steuern ihren kreativen Output bei, die anderen kassieren das Geld.

Dass sich die Wirtschaft diesen Output so einiges kosten lässt, beweisen eindrucksvoll die Zahlen. So haben im Vorjahr die weltweit eingesetzten Sponsoring-Mittel beachtliche 43,5 Mrd. Dollar ausgemacht, Europa bringt davon immerhin 11,7 Mrd. Dollar auf. Freilich, das Liebling des Business-Sponsoring heißt nach wie vor Sport, doch bereits auf Platz zwei rangieren Kunst und Kultur.

Hierzulande werden nach Schätzungen der Initiativen Wirtschaft für Kunst rund 43

Mio. Euro für Kunst- und Kultursponsoring von der österreichischen Wirtschaft aufgebracht, wobei ein beträchtlicher Teil der getätigten Sponsoring-Leistungen über Sachsporing oder Know-how-Transfer erfolgen. Bezieht man diese mit ein, so würde sich das Unterstützungsvolumen um etwa ein Drittel erhöhen.

Musik an vorderster Front

Wirft man nun einen Blick darauf, welche Sparten bevorzugt monetär unterstützt werden, ergibt sich folgendes Bild: Bildende Kunst: 27 Prozent, Musik: 25 Prozent, darstellende Kunst: 21 Prozent, Literatur: acht Prozent, Film/Fotografie: acht Prozent, Architektur/Design: sieben Prozent, Neue Medien: sechs Prozent.

„Sponsoring ist in Zeiten immer knapper werdender staatl-

cher Kulturförderung zum viel zitierten Zauberwort geworden“, weiß Brigitte Kössner-Skoff, Geschäftsführerin der Initiativen Wirtschaft für Kunst, um die Relevanz der Thematik Bescheid. Doch was geschieht, wenn nicht nur der öffentlichen Hand, sondern auch der Wirtschaft schön langsam das Geld ausgeht? Kössner-Skoff: „Angesichts der aktuellen Finanzkrise sollte gerade jetzt der Staat für Sponsoren im Kulturbereich die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen beziehungsweise ausdehnen.“

Grundsätzlich, so Kössner-Skoff, bestünde derzeit noch keine Veranlassung, Alarm zu schlagen, zumal ein Großteil der Sponsorenverträge für einen längeren Zeitraum abgeschlossen wurde. Allerdings: Wenn sich der konjunkturelle Negativtrend fortsetzt, wirkt sich das in spätestens ein bis zwei Jahren auch auf den Sponsoring-Bereich aus.

Schwierige Kooperationen

Ähnlich sieht das Annemarie Türk, Leiterin des Bereichs Kultursponsoring bei Kulturkontakt Austria: „Am Kern der bestehenden Kooperationen ändert sich derzeit noch nichts. Kann sein, dass die Buffets zwischenzeitlich etwas schlichter werden, aber das bewirkt wenigstens, dass sich die Ablenkung vom eigentlichen Highlight, nämlich der Kunst und der Kultur, in Grenzen hält.“ Neue Kooperationen abzuschließen wäre laut Türk derzeit aber sicherlich schwieriger als noch vor einem Jahr. Türk: „Die Firmen überlegen länger und genauer, in welcher Form und in welche Künstler sie investieren wollen. Zeitgleich bemerken wir, dass neue Branchen, vor allem aus dem Bereich der Konsumgüterindustrie, als potenzielle Sponsoren an uns herantreten. Tatsache ist, dass die Kunst- und Kulturseite im Moment sicherlich mehr gefordert ist als noch vor einigen Jahren. Das heißt, sie muss sich überlegen, wie künftige Kooperationen aussehen könnten. Insofern findet hier sicherlich ein Wechsel statt.“

Dass das allerdings nicht zwangsweise immer mit einer

Prostitution jeglicher künstlerischer Kreativität einhergehen muss, steht sowohl für Türk als auch für Kössner-Skoff außer Zweifel. Türk dazu: „Diese Entwicklung kann durchaus neue Qualitäten beleben.“ Und Kössner-Skoff meint: „Indivi-

duelle, strategisch abgestimmte Kunstkonzepte sind künftig ebenso wichtig wie die professionelle, vernetzte Umsetzung mit dem Unternehmen.“ Wie meinte schon Walther von der Vogelweide: „Wes' Brot ich ess', des' Lied ich sing'.“

(K)Ein großer Wurf

Als Kulturministerin Claudia Schmied (SPÖ) Ende April ihr Kulturbudget für die Jahre 2009 und 2010 präsentierte, hatte sie zugegebenermaßen ganz andere Sorgen. Mit der Lehrgewerkschaft im Nacken lässt es sich nun mal nicht locker-flockig argumentieren, dass hierzulande noch nie so viel Geld für Kunst und Kultur zur Verfügung gestellt wurde wie soeben – nämlich durchschnittlich plus 20,9 Mio. Euro pro Jahr.

Konkret: Die Bundesbudgetmittel für Kunst und Kultur steigen im Vergleich zu 2008 heuer um 32,7 Mio. auf 447,1 Mio. Euro. Das Plus für 2010 (ebenfalls im Vergleich zu 2008) beträgt 16,6 Mio. Euro, das heißt, 2010 stehen in Summe 431 Mio. Euro bereit.

Hauptprofiteure der Erhöhungen sind die Bundesmuseen samt Österreichischer Nationalbibliothek mit einem

Plus von 8,5 Mio. Euro, also in Summe 105,01 Mio. Euro. Deutlich mehr erwartet haben sich indes die Bundestheater (142,15 Mio. Euro) und das Österreichische Filminstitut (16,57 Mio. Euro mit einer in

Aussicht gestellten Aufstockung auf 20 Mio. Euro innerhalb dieser Legislaturperiode).

So weit, so gut. Oder auch nicht. Im mehrjährigen Vergleich zeigt sich nämlich, dass die öffentliche Kunst- und Kulturfinanzierung in den letzten Jahren allein durch die Inflation deutlich mehr als 20 Mio. Euro verloren hat. Im Klartext: Wären die Nettoausgaben des Jahres 2000 jährlich um die Inflationsrate erhöht worden, so hätten bereits im Jahr 2006 (hier enden die verfügbaren Zahlen) insgesamt 36 Mio. Euro oder fast neun Prozent mehr Mittel zur Verfügung stehen müssen, als netto veranschlagt waren.



Foto: Photos.com






multimedia & e-business

STAATSPREIS 2009

➔ einreichen bis 5. Juni

ONLINE einreichen:

www.multimedia-staatspreis.at



Unkontrollierbare Massennutzung

Der Nachrichtenindustrie droht ein böses Erwachen, wenn Urheberrechtsfragen im Internet ungeklärt bleiben.

Arno Maierbrugger

Noch spottet das Feuilleton über die Musik- und die Filmindustrie, die das Internet „verschlafen“ haben und vor dem File-sharing im World Wide Web, wie es aussieht, klein beigegeben müssen. Doch das böse Erwachen kommt noch. Auch der klassischen Nachrichtenindustrie wird ein solches Schicksal nicht erspart bleiben, was sie wohl mehr oder weniger ahnt, doch die Kernfragen sind noch immer unbeantwortet: Wie legt man das traditionelle Business-Modell der Medienindustrie auf das Internet-Zeitalter um?

Österreichische Chefredakteure lernen gerade neue fremdartige Ausdrücke wie Blog, Twitter oder Newsfeed. Die Antworten der Medienindustrie auf das Internet-Zeitalter sind seit Jahren die gleichen: Guter Hintergrundjournalismus, ausrecherchierte Geschichten, fundierte Meinungen und „Lese-genuss“ auf raschelndem Papier werden Zeitungen auch in Zukunft unabkömmlich machen.

Blödsinn. Das Internet feigt schon jetzt darüber hinweg. Der Zeitungsconsulter Mario García berichtet von der chilenischen Tageszeitung *El Mercurio*, die ihre Meinungsseite den Lesern „übergeben“ hat, indem sie sie aufforderte, unentgeltlich einen Meinungsblog zu verfassen, der dann in seinen besten Auszügen auch abgedruckt wird. Und was geschah? 400 freiwillige Blogger füllen nun die Zeitungsspalte und das dazugehörige Web-Portal gratis in einer vom Publikum überaus geschätzten Vielfalt an unterschiedlichen Beiträgen. Die Negativseite: Zehn angestellte, angesehene Meinungsjournalisten verloren ihren Job.

Aussterbende Rasse

Oder: Wie lange wird das Argument noch gelten, Journalisten seien als „Nachrichtenaufbereiter“ unabkömmlich? Schon jetzt erledigen maßgeschneiderte Suchalgorithmen diese Aufgabe, die „Gatekeeper“ im alten publizistischen Sinn wird bald keiner mehr brauchen, das

erledigen Maschinen. Bleiben also noch die originäre Reportage vor Ort und der Investigativjournalismus im Sinne demokratischer Kontrolle. Doch können Zeitungen davon leben? Im kommerziellen Sinn wohl kaum. Das Prinzip „Online First“ und sein Versuch, die Wertschöpfung journalistischer Arbeit ins Internet zu verlegen, ist eine Antwort darauf, aber keine kommerziell nachhaltige. Wenn es Zeitungen schaffen, 20 Prozent ihrer Werbeumsätze aus dem Internet zu schöpfen, ist das schon sehr viel.

Und was bleibt für den einzelnen Journalisten? Ein Beitrag für eine Zeitung oder ein Magazin, einmal ins Internet gestellt, verbreitet sich in Windeseile. Die Wertschöpfungskette intellektuellen Eigentums bricht genauso schnell. Content ist heute umsonst. Hier setzt die österreichische Urheberrechtsvereinigung Literar-Mechana an, die Autoren und Journalisten mit Reprografievergütung und Bibliothekstantieme zumindest ein kleines Trostpflaster anbietet.



Die klassische Zeitung, ein haptischer Genuss. Leider gerät die Wertschöpfungskette aus den Fugen. Foto: Bilderbox.com

Wie der Name „Reprografievergütung“ aber bereits sagt, handelt es sich dabei um ein schon lange überholtes Prinzip, nach dem Käufer und Betreiber von Fotokopiergeräten eine Abgabe leisten müssen, früher „Kopierschilling“ genannt. Was ist mit dem Internet? Die Literar-Mechana bemüht sich nun

immerhin um eine Rechtewahrung bezüglich Google Books, wie Geschäftsführerin Sandra Csillag kürzlich mitteilte. Und ein Geschäftsmodell für die „unkontrollierbare Massennutzung im digitalen Bereich“ soll gemeinsam mit der deutschen VG Wort ausgearbeitet werden. Man darf gespannt sein.

Notiz Block



Mehr Breitband für Österreich

Deutschland investiert frische 200 Mio. Euro in die Errichtung eines landesweiten Glasfasernetzes. Frankreich bringt den Breitbandausbau durch den offenen Zugang zu ungenutzten Leerrohren in Schwung. Auch

Österreich hätte schon jetzt die Möglichkeit, auf den kommenden EU-Rechtsrahmen bei der Regulierung zu reagieren, um dringend nötige Ausbauimpulse zu schaffen. Passiert ist bis dato aber kaum etwas. „Inaktivität beim Breitbandausbau bringt dem Land klare Standortnachteile“, sorgt sich Andreas

Wildberger, der Generalsekretär von der ISPA (Internet Service Providers Austria). „Politik und Regulierungsbehörde sind aufgefordert, rasch bessere Voraussetzungen zu schaffen.“ Um zu vermeiden, bei Zukunftstechnologien ins Hintertreffen zu geraten, hält Wildberger zwei sofort umsetzbare Maßnahmen für zentral: erstens die Stärkung wirksamen Wettbewerbs, auch bei den künftig zu errichtenden Glasfasernetzen. Als zweite Maßnahme im Sinne des Wirtschaftsstandortes sollte ebenso in Österreich der Zugang zu Kabelschächten und Leerrohren (Ducts) zur Verlegung von Glasfaserleitungen zeitnah eingeräumt werden.

Verschwendetes Potenzial

In Unternehmen schlummert ein großes, ungenutztes Potenzial zur Generierung innovativer Ideen. Dies offenbart die Innovationsstudie 2009 der Innovation

Navigators, einer Tochtergesellschaft der Managementberatung Horváth & Partners. Die Umfrage unter über 100 Führungskräften macht deutlich: Viele Unternehmen haben großen Nachholbedarf bei der Aktivierung des Einfallsreichtums ihrer Führungskräfte und Mitarbeiter. Dabei mangelt es nicht an der Erkenntnis hinsichtlich des hohen Stellenwerts von Innovationen. 87 Prozent der Studienteilnehmer gaben an, dass bedeutende Innovationen nötig sein werden, um die Ergebnisse der nächsten Jahre zu erreichen. Auf der Suche nach neuen Ideen werden aber Kreativität und Schöpferkraft im Unternehmen nicht ausreichend gefördert. So sind 88 Prozent der Teilnehmer der Meinung, dass das kreative Potenzial der Mitarbeiter deutlich intensiver genutzt werden könnte. 71 Prozent sehen dies auch in Bezug auf die Innovationskraft von Führungskräften. Eine innovationsförderliche Kultur wird von den meisten Studienteil-

nehmern als wichtigster Hebel zur Verbesserung der Innovationskraft gesehen. Nach Einschätzung der befragten Führungskräfte ist nur jedes zweite Unternehmen „eher offen“ gegenüber Innovationen. Spielraum für entscheidende Verbesserungen gibt es besonders bei der Förderung einer kreativeren Ideengenerierung. So werden beispielsweise lediglich bei einem Drittel der befragten Unternehmen Mitarbeiter dazu angeregt, Probleme in kreativer Art und Weise zu lösen. Nur in jedem zehnten Unternehmen kennt sich eine größere Anzahl von Mitarbeitern gut mit Kreativitätstechniken aus. „Tüftler und Erfinder findet man häufig nur in Forschungs- und Entwicklungsabteilungen“, erklärt Studienleiterin Sylvie Römer. Zur Aktivierung des Ideenreichtums aller Mitarbeiter sei ein neues Denken im Innovationsmanagement erforderlich. „Kreatives Denken ist eine erlernbare Kompetenz“, sagt Römer. kl

Dossier

Kunst

Zeichen der Zeit



Zeitgenössische Kunst gibt Wahrnehmungen in der Gesellschaft wieder, die anders als durch Kunst nicht darstellbar sind. Muss Kunst deshalb aber auch automatisch das „schlechte Gewissen“ der Gesellschaft sein?

Was man gemeinhin im ästhetischen Diskurs unterschlägt, ist die Tatsache, dass Kunst stets eine Funktion der Gesellschaft ist. Der mittelalterliche Sakralbau war es, die Auftragsmalerei des Michelangelo, die Romantik, das englische Landschaftsbiedermeier, der Kubismus, der Futurismus, die Postmoderne. Auch die Kommerzialisierung der Kunst ist nichts anderes als ein Abbild der gesellschaftlichen Wandlungen, vorweggenommen durch die Pop-Art, verfeinert durch den Kunsthandel, pervertiert durch „Kunst-anleger“ und Auktionäre.

Was soll also Kunst? „Kunst bietet keine Lösungen an, aber sie erhebt Einspruch“, sagt Peter Noever, Direktor und künstlerischer Leiter des Museums für Angewandte Kunst in Wien. „Der Künstler ist das schlechte Gewissen seiner Zeit.“

Kann sein. Das könnte sie jedenfalls, und ab und zu schafft sie es auch, man erinnere sich etwa an die Salzburger „Penisstatue“, die zufällig kurz vor Start der Festspiele eine Skulptur eines nackten jungen Mannes zeigte, der nach hinten eine Brücke schlägt und sich selbst in den Mund urinert. Die Folge: Halb Salzburg stand kurz vor dem Herzinfarkt, und die ausführende Künstlergruppe Gelatin fand sich am Pranger der *Kronen Zeitung* wieder.

Oder der Container der Kunsthalle Wien am Karlsplatz, der immerhin zehn Jahre auf

seinem Platz gestanden und für so etwas wie Kunst im öffentlichen Raum gesorgt hat. Für die Avantgarde war der Container ein erfrischender Akzent im Stadtbild, für die FPÖ und konservative Kulturkritiker eine Beleidigung für das Auge und die Aufforderung zum Kulturkampf.

Wenn die Welt der zeitgenössischen Kunst nur so einfach wäre – Avantgarde hier und Spießertum dort. Die Sache ist aber etwas komplexer. So könnte man zeitgenössische Kunst als etwas beschreiben, das die Fähigkeit hat, Wahrnehmungen in die Gesellschaft miteinzubeziehen, die anders als durch Kunst nicht kommunikabel sind. Und darüber hinaus will heutige Kunst darauf abzielen, die Welt in eine reale und in eine imaginäre Realität zu spalten.

Codes und Programme

Das war natürlich nicht immer so. Im Mittelalter war die Kunst in die Verhältnisse von Herrscherhäusern und Kirche eingebettet, danach in die Spannungen der Aufklärung, der Industrialisierung, der beginnenden Marktwirtschaft, später in Selbstreflexion und Weltflucht, dann in Abkehrung von der bildlichen Darstellung zu Symbolen, Zeichen und Formen bis hin zu Codes und Programmen in der heutigen Zeit.

Damit hat sich Kunst weit von dem entfernt, was lange Zeit als entscheidendes Kriterium für sie gegolten hat: Schönheit,

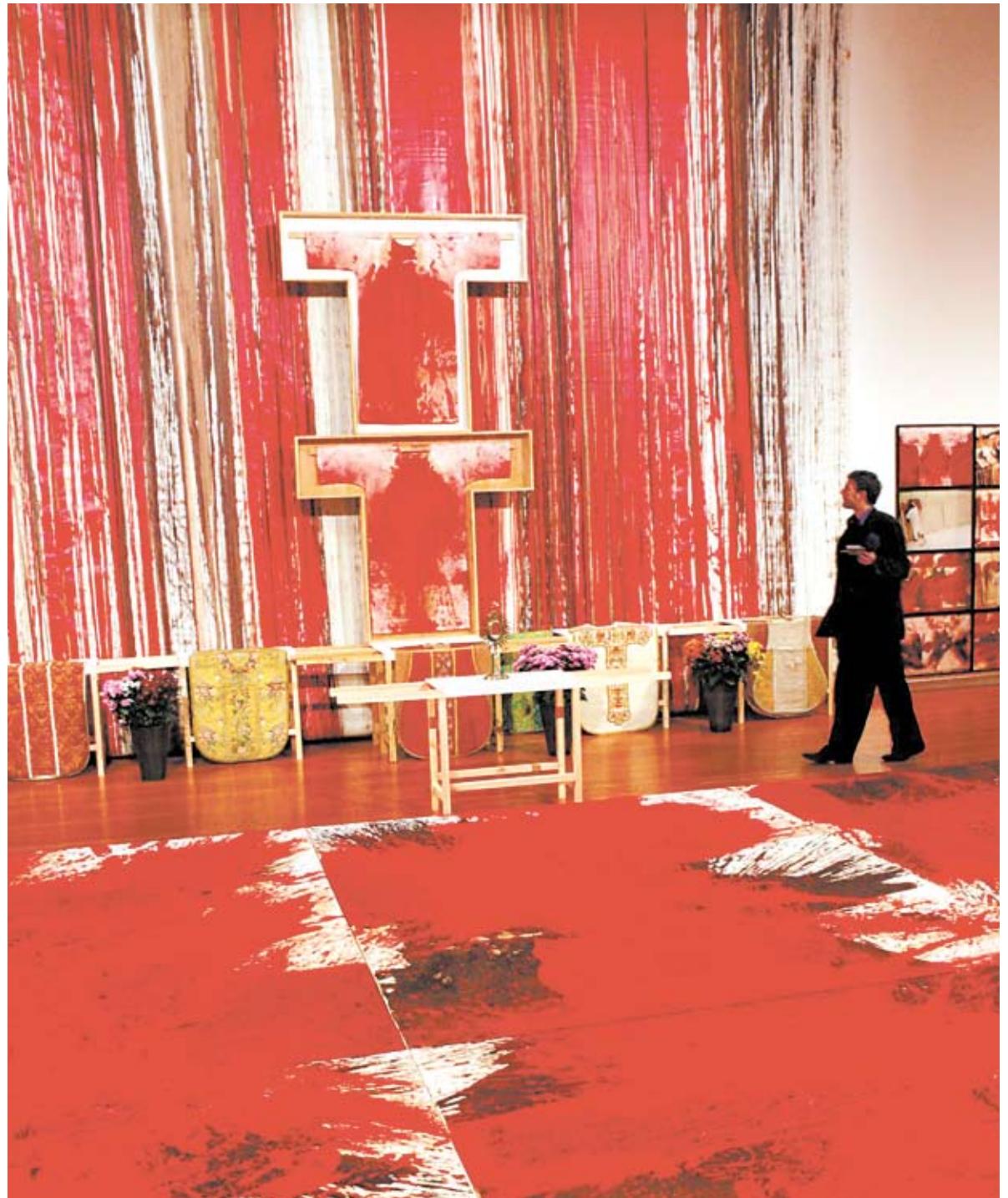


Foto: epa

erlesene Formen, Geschmack. In ihrer Entwicklung bis heute hat sich die Kunst größtenteils einen völlig anderen Programmcode gegeben, und in ihrer gesellschaftlichen Funktion langt sie also dort an, wo Noever „das schlechte Gewissen der Zeit“, den „Einspruch“ reklamiert.

Ähnlich sieht es der Systemtheoretiker Niklas Luhmann. Er kommt in seiner Untersuchung *Die Kunst der Gesellschaft* zu dem Schluss, dass moderne Kunst das Paradigma der moder-

nen Gesellschaft“ sei. Das heutige Kunstsystem, so Luhmann, zeige, auf was die Gesellschaft sich eingelassen habe, als sie es einer autonomen Selbstregulierung überließ. Die Suche nach dem Neuen verleihe dem Kunstsystem dabei aber seine „eigene Dynamik“. Was aber nicht die Frage klärt: Muss also Kunst im noeverschen Sinn unbedingt das „schlechte Gewissen“ sein? Anders gesagt: Ist die Provokation durch Kunst ein Bestandteil des Codes moderner Kunst? Es wäre

wohl etwas zu plakativ, modernes Kunstschaffen singulär unter einer „Ästhetik des Widerstands“ zu subsumieren, andererseits ist es wiederum verständlich, dass in kultursensitiven Gesellschaften wie Österreich staatlich getragenes Kunst- und Ausstellungswesen seiner provokativen Funktion nachkommen will, als Autonomiebeweis. Und das ist gut so, schließlich braucht Demokratie auch politische Ästhetik.

Dossier

Fortsetzung von Seite 21

Worin liegt aber die Rolle des Staates bei der Kultur- und Kunstförderung?

In Österreich gab es immer schon eine starke Betonung des Kulturdiskurses, sei es nun zwischen den progressiven und konservativen Medien oder den programmatischen Auseinandersetzungen zwischen der Kultur im „roten Wien“ inklusive Skandalinszenierungen von Claus Peymann im Burgtheater und jener im „schwarzen“ Westen bei den betulichen Salzburger Festspielen?

Die Ernsthaftigkeit, mit der man sich in Österreich am Kulturdiskurs ergötzt, wird von ausländischen Gästen mitunter mit Amüsement betrachtet. Kaum vorstellbar, dass man sich in den USA oder auch in Deutschland über eine Peymann-Inszenierung oder kulturelle Provokationen anderer Art derart aufregen würde wie in Österreich, was andererseits aber wieder auf das nicht aufgearbeitete Erbe einer Kulturnation hinweist. Allerdings muss Diskurs nicht immer gleich qualitative Auseinandersetzung bedeuten, da Kunst und Kultur in Österreich nicht selten auf der Ebene politischer Kameralistik, auf dem Medienboulevard oder in primitiver Wahlwerbung abgehandelt werden.

Heißes Eisen

Das führt auch dazu, dass Kunst- und Kulturförderung in Österreich ein heißes Eisen ist. Wie Gerhard Ruiss, Geschäftsführer der Schriftsteller-Interessenvertretung IG Autoren, betont, war Kulturpolitik seit den 1970er Jahren in Österreich stets ein Thema höchster Priorität, und Politiker, die etwas werden wollten, taten gut daran, sich auch als Kulturfunktionär zu verdingen. Dieser Zeit folgten einige Rückschritte in den beiden Regierungsperioden der Konservativen ab dem Jahr 2000, als insbesondere die Kulturförderung zurückgedrängt wurde.

Die neue Kunstministerin Claudia Schmied (SPÖ) hat sich allerdings eine Rückkehr zur alten Generosität auf die Fahnen geheftet, wie sie Mitte Mai über den SPÖ-Pressedienst ausrichten ließ. So werde sie „für eine bestmögliche Förderung der heimischen Kunst und Kultur“ sorgen, versprach Schmied. Dazu gehören unter anderem



Über die Aufgabe der Kunst in der Gesellschaft gehen die Meinungen der politischen Lager auseinander. Und so ist Kunstförderung ein steter Quell parlamentarischer Auseinandersetzung. Foto: APA/Hans Klaus Techt

90 „Startstipendien 2009“, Auslandsstipendien und auch geförderte Atelierwohnungen für Künstler. Diesen solle der Schritt in die nationale und internationale Kunstszene erleichtert werden, so Schmied, schließlich seien gerade „junge heimische Künstler und Künstlerinnen die Visitenkarte der lebendigen und produktiven Kulturnation Österreich“.

„Der Künstler ist das schlechte Gewissen seiner Zeit.“

PETER NOEVER,
MAK-DIREKTOR

Die österreichische Schriftstellerin und Literaturnobelpreisträgerin Elfriede Jelinek sieht dies pragmatischer: „Kunstförderung mit Steuergeldern ist die Pflicht, des Staates, keine Gnade.“ Bleibt die Frage: Ist Kunst somit ein politischer Wegweiser, eine Form der gesellschaftlich-ästhetischen Kommunikation, die sich durch ihre Autonomie von der Propaganda unterscheidet?

Diese Abgrenzung ist essenziell. Es gibt ja doch in der jüngeren Zeitgeschichte Fälle von Vereinnahmung der Kunst

durch die Politik, und damit sind nicht nur die Nazikunst oder die stalinistischen Propagandaplakate gemeint. Im Zuge der russischen Revolution kam es zu einer grundlegenden Erneuerung des Kunstverständnisses an sich, in erster Linie in dem Versuch, alles Bürgerliche an der Kunst abzustreifen, einzigartig in der bisherigen Menschheitsgeschichte.

Nach der Oktoberrevolution von 1917 befassten sich Künstler mit der Umgestaltung der Gesellschaft. Kunst und Leben sollten miteinander verbunden werden, so die Zielsetzung. Die Ideen der Revolution, die Entwürfe eines neuen Lebensumfeldes und der Veränderungsprozess in der Gesellschaft fanden sich in den verschiedensten Kunstgenres wieder. Die Kunst wurde ausdrücklich in den Kontext der Revolution gestellt, ohne von vornherein propagandistisch sein zu wollen.

Letzte Konsequenz

Die letzte Konsequenz der Zerstörung bürgerlicher Ästhetik in der Kunst wurde von Kasimir Malewitsch und Wladimir Tatlin vorangetrieben, in der Stilrichtung des Konstruktivismus und später des Suprematismus. Letzterer war vollkommen gegenstandslos und baute nur mehr auf Formen

und Farben. Der Höhepunkt dieser Strömung war Malewitschs *Schwarzes Quadrat auf weißem Grund*, das für viele das Ende der gegenständlichen Kunst und aller darstellerischen Ambitionen bedeutete.

Sosehr allerdings diese Kunst in der Theorie mit der bisherigen Kunsttradition brach, so wenig stieß sie auf Verständnis in der breiten Bevölkerung. Die Idee, mit der neuen, revolutionären Avantgarde die Kunst auf die Straße zu holen, ging nicht auf. Das war auch mit ein Grund, warum sich die stalinistische Propagandakunst der 1930er Jahre wieder verstärkt dem übertrieben symbolhaften Heroenstil zuwendete, dem „Sozialistischen Realismus“.

„Kunstförderung mit Steuergeldern ist die Pflicht des Staates, keine Gnade.“

ELFRIEDE JELINEK,
SCHRIFTSTELLERIN

Dieser vereinte im Ausdruck alle Eigenschaften totalitärer Herrschaft: Kunst wurde unter Stalin nicht gefördert oder gar subventioniert, sondern gelenkt und benützt. Sie erzeugte eine Scheinwirklich-

keit, um den Blick der Gesellschaft zu verändern und zu trüben.

Dagegen steht heute eine Auffassung über das fragile Verhältnis zwischen Politik und Kunst im Vordergrund, der sich die meisten demokratischen Staatenlenker anschließen können, formuliert vom französischen Philosophen Jacques Rancière. Das Politische an der Kunst, sagt Rancière, liege darin, dass sie „die Bedingungen der alltäglichen Wahrnehmung thematisiert, neue Einteilungen des Sinnlichen vorschlägt und damit die Grenzen des Wahrnehmbaren verschiebt.“

Zuletzt erhitzte sich in Österreich das Politische in der Kunst Ende April am Projekt „In Situ“ in Linz, das sich mit der NS-Vergangenheit von Adolf Hitlers Jugendstadt auseinandersetzt und mit weißer Farbe, in der ganzen Stadt verteilt, 65 Orte des nationalsozialistischen Terrors markiert.

Einspruch kam postwendend von der FPÖ, den die SPÖ-Abgeordnete Sonja Ablinger in erfrischender Weise konterte: Kunst, so Ablinger, müsse die Grenzen gesellschaftlicher Verträglichkeiten ausloten, die Kulturpolitik sei ein Wegbegleiter. „Was sein kann oder nicht, bestimmt das Gesetz und nicht der Geschmack.“

Arno Maierbrugger

Edle Manufaktur ist Olymp der Kostüme

Es ist die wahrscheinlich beste Kostüm-
adresse der Welt: Vis-à-vis von Wiener
Staatsoper, Albertina und Schmetterlings-
haus werden in meisterhafter Perfektion aus
Stoff wahre Träume gemacht.

Besser als erwartet war „nicht nur die Auftragslage, sondern auch das wirtschaftliche Ergebnis“, heißt es im Geschäftsbericht 2007/2008. „Der Erfolg der Art for Art Theaterservice beruht auf der ausgezeichneten Zusammenarbeit mit der Wiener Staatsoper, der Volksoper Wien, dem Burg- und Akademietheater sowie der Bundestheater-Holding, dem Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und auf der gezielten Investitionstätigkeit, die zu einer Steigerung der Effizienz des Personal- und Mitteleinsatzes führt“, erläutert Alleingeschäftsführer Josef Kirchberger.

In der Tat: Nicht nur der Umsatz kletterte von 40 auf rund 43 Mio. Euro, auch der Gewinn konnte gegenüber dem Vorjahr von 2,88 auf 3,07 Mio. Euro leicht gesteigert werden. Freilich hat jeder der rund 430 in den Geschäftsfeldern Dekorationswerkstätten, Facility Office und Kartenvertrieb tätigen Mitarbeiter Anteil am Betriebsergebnis; doch für den Erfolg gibt es auch „stichhaltige“ Gründe. Denn ein besonders gerüttelt Maß daran haben zweifelsfrei die von Annette Beaufaÿs, auf deren Namen gleich zwei i-Tüpfelchen tanzen, geleiteten Kostümwerkstätten.

Weltweites Renommee

Die einstige Modedesignerin, von André Heller für dessen Projekte „Circus Roncalli“ und „Flic Flac“ entdeckt, gilt nach beruflichem Quereinstieg ins Fach und 22-jähriger freischaffender Tätigkeit für über 120 Produktionen für Theater, Oper, Film und Fernsehen in Europa, Japan und China heute als *die* Kostümbildnerin der Österreichischen Bundestheater, wenn nicht sogar *die* aller Bühnen der Welt. Ihr hundertköpfiges, ebenso leistungsfähiges wie motiviertes Team genießt seit

Jahren einen fast legendären Ruf. Pro Jahr stattet es über 50 Opern-, Theater-, Film- und Fernsehproduktionen aus. Hinzu kommen Opern-Events, Life Ball oder Mega-Veranstaltungen wie die Eröffnung der Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Schnell entwickelte Beaufaÿs ein fast übersinnliches Gespür für Stoffe und schöne Schnitte. Ihre Lust, andere Menschen mit Verve und Esprit zu verkleiden, wurde zur Triebkraft für ihre glänzende Karriere. Können, Fleiß, aber auch Fortüne forcierten ihren beruflichen Lebensweg.

Wie niemand sonst kleidet Beaufaÿs Opernsänger und Schauspieler ein und entwickelt ein subtiles Gespür für die „zweite Haut“, ob aus Samt, Seide, Brokat oder Spitzen. Der gebürtigen Sauerländerin, die sich selbst gern als „Troubleshooter“ definiert und „besonders dann richtig gut wird, wenn es richtig rundgeht“, fordert von sich, ihren Mitarbeitern und Lieferanten nichts mehr und nichts weniger als Perfektion in jeder Beziehung. Nicht Selbst-, sondern Detailverliebtheit, Perfektion, Besessenheit und Genialität prägen ihre Arbeit.

Als Beaufaÿs 1993 ihr Amt übernahm, fand sie im damaligen Staatsbetrieb Kostümwerkstätten in puncto Organisation und Ausstattung ein Unternehmen vor, das, wie sie sagt, „zutiefst in den 50er Jahren stecken geblieben war. Organisationsfähigkeit ist nicht nur Talent, es ist harte Arbeit.“ Nach intensiver betriebswirtschaftlicher Analyse, Restrukturierung und -organisation hat sie nicht nur Gemächlichkeit und museale Patina verbannt, sondern ihr gelang darüber hinaus in kürzester Zeit das Kunststück, Motivation und unternehmerisches Denken und Handeln im Bewusstsein ihrer Mitarbeiter zu verankern.

Heute wird ein ganzes Füllhorn aus handwerklicher Krea-



Für die Volksoper-Inszenierung *Orpheus in der Unterwelt* wurden originelle Kunstwerke geschaffen, die auch den Belastungen des täglichen Bühnenbetriebes standhalten. Foto: Dimo Dimov

tivität, Innovationen und eigens entwickelten Techniken sowie das unschätzbare Know-how von tradierten, kunstfertigen Näh-techniken, die schwelgerische Fülle Tausender Stoffe aus der ganzen Welt, viele davon exklusiv angefertigt, Schuhe, Accessoires und meisterlich gefertigte Haute-Couture-Mode für Privatkunden – schlichtweg das gesamte Leistungsportfolio – mit hoher Professionalität optimal und wirtschaftlich erfolgreich genutzt.

Kommerzialisierter Fundus

Weiters hat Beaufaÿs den gigantischen Theaterfundus mit über 200.000 Kostümen wohl geordnet und kommerzialisiert. „Ich muss frei sein“, bekennt sie offen, „denn ich bin nicht gut, wenn man mich nicht lässt“, und gibt dieses Credo – flankiert von flachen Hierarchien und schnellen Entscheidungswegen und mit ausdrücklichem Dank für die Gewährung

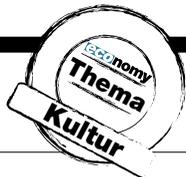
dieser Freiräume an ihren Vorgesetzten Josef Kirchberger, auch an ihre Mitarbeiter weiter. Der Vertrag mit den Art for Art Kostümwerkstätten sei im Übrigen neben dem Mietvertrag der Einzige, den sie in ihrem Leben unterschrieben habe.

Heute, auf dem Zenit ihres Schaffens, führt die 60-jährige Grande Dame ihrer Zunft ein gut bestelltes Haus, für das sie mit unternehmerischem Weitblick bereits zwei, drei potenzielle Kandidaten für ihre Nachfolge „in vier, fünf Jahren“, wie sie sagt, aufbaut. Seit Jahren gibt sie ihr nahezu universelles Wissen am Konservatorium der Stadt Wien als Lehrbeauftragte an die jüngere Generation weiter. „Die Kostümwerkstätten realisieren, ich sage dazu immer ‚lesen‘, die Fantasie des Kostümbildners. Wir setzen deren individuelle Vorstellungen um, deren Design. Auf der Bühne ist ein geschlossenes Kunstwerk zu sehen, das vom Kostümdesigner

erdacht wurde und von uns Gestalt bekommen hat. Jede Inszenierung stellt für das Team eine stets willkommene, neue Herausforderung dar.“ Beaufaÿs' Engagement und ihre Genialität wurden im Jahr 2008 mit der Verleihung des Professorentitels durch Kulturministerin Claudia Schmied (SPÖ) honoriert. „Man kann in Österreich nicht mehr erreichen, als wenn André Heller die Laudatio hält und die Wiener Philharmoniker in privatissime für einen konzertieren“, gesteht sie mit einem Augenzwinkern und nicht ohne Stolz.

„Ob und wie weit sich die weltweite Finanzkrise auf die Theaterservice GmbH auswirken wird, ist derzeit noch nicht abschätzbar“, so Kirchberger. Sie hat aber gezeigt, dass Gewinne nur langfristig werthaltig sind, wenn sie, wie bei der Theaterservice GmbH, durch solide Arbeit erwirtschaftet werden.

Ralf Dziobowski



Graffiti begleiten unser städtisches Leben. Für viele ist diese Kunstform nicht mehr wegzudenken. Manche hingegen würden sie lieber heute als morgen eliminiert sehen. Was für die einen Sachbeschädigung ist, ist für andere pure Kunst. Wien hat vor mehr als zehn Jahren eine Gegenstrategie eingeleitet und öffentliche Wände freigegeben.

Vandalismus und etablierte Kunst

Längst verfügen Graffiti und Streetart über die nötige Anerkennung, um auch von der österreichischen Bevölkerung als etablierte Kunstrichtung und nicht als Akt des Vandalismus wahrgenommen zu werden. Den Sprung in Museen, Magazine, wissenschaftliche Archive und ins World Wide Web hat der einstige „Kunstaufreger“ auch schon längst geschafft. Graffiti, aus dem Italienischen „il Graffito“ für „das Gekratzte“, bedeutet „in Wände eingeritzte Inschriften“.

Dass Graffiti keine Erfindung unserer Zeit sind, beweisen Funde in der antiken römischen Stadt Pompeji. Bei Ausgrabungen stießen Forscher auf Wandparolen und -bilder – Werbeslogans einerseits, andererseits aber auch Sprüche und Kommentare nicht-kommerzieller Art. Also durchaus keine Erfindung neuerer Zeit. Es war lediglich die moderne Graffiti-Tradition, die erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts entstand. Und sich zu dem entwickelte, was wir heute unter Graffiti verstehen.

Kunst, nicht Nervenkitzel

Ursprünglich waren die „Pieces“, wie die Sprühereien genannt werden, geheime Nachrichten von Gang- und Cliquenmitgliedern, die so verziert waren, dass nur jeweils sie wussten, was damit gemeint war. Heute haben sich Graffiti zu einer Kunstform mit einer eigenen Fachterminologie entwickelt. Die meisten Sprayer, so hat eine Untersuchung der Universität Potsdam ergeben, sprühen übrigens nicht wegen des Nervenkitzels, den sie sich durch solche illegalen Aktionen verschaffen wollen. Ausschlaggebend sind für sie eher Aspekte wie Kreativität, Gruppengefühl oder Ruhm und Wettkampf mit anderen Sprüherern.

Zurück nach Wien. Zwei Jugendliche stehen am Wiener Donaukanal, jeder bewaffnet mit einer Spraydose, im Gepäck noch weitere. Es ist heiß, es ist



Sprayer, Tagger, Writer, Scratcher: Es gibt viele Arten von Graffiti, deren Abgrenzung oft nicht eindeutig möglich ist. Besonders die Unterscheidung zwischen Writing und Streetart ist heutzutage schwierig, da sich die Techniken oft überschneiden. Foto: epa

Sommer, sie lassen sich Zeit, und sie haben alle Zeit der Welt, denn an diesem Ort ist Sprayen legal. Hier befindet sich eine von mittlerweile sieben legalen „Wiener Wänden“, die es Graffiti-Künstlern erlauben, ohne Polizei im Nacken ihrer Tätigkeit nachzugehen.

Seit mehr als zehn Jahren stellt die Stadt den Jugendlichen Flächen zur Ausübung ihrer Kunst zur Verfügung. Seit zwei Jahren existiert das Projekt „Wiener Wand“. Die mit einer Taube gekennzeichneten Wände sollen den „Dialog zwischen den Writern und der Öffentlichkeit“ fördern, betont Wiens Bürgermeister Michael Häupl (SPÖ), der sich fachkundig zur Bedeutung dieser Kunstform auf der Homepage des Projekts äußert.

Ständig befinden sich weitere Wände in Planung. Was sich auf den ersten Blick jedoch leicht anhören mag, entpuppt sich bei näherer Betrachtung als gar nicht so einfach, wissen auch die Mitarbeiter von „Net-bridge“, jener Servicestelle für außerschulische Jugendarbeit,

der die Verwaltung der Wände obliegt, zu berichten.

Wien ist nicht nur anders bei der Freigabe von legalen Wänden, sondern verfügt ebenso über die umfangreichste Dokumentation von Bildmaterial in Form des seit Ende der 1970er Jahre bestehenden Wiener Graffiti- und Streetart-Archivs, das heute in der Form des Instituts für Graffiti-Forschung weiterlebt. Hier befinden sich rund 40.000 Bilder zu allen Bereichen und Aspekten von Graffiti und Streetart. Denn unter Graffiti versteht man keineswegs nur jene bunten und großflächigen Schriftzüge. Das Spektrum reicht von historischen Graffiti und Dipinti (illustrierten Inschriften) über „Walls of Fame“ bis hin zu Graffiti zur deutschen Wiedervereinigung, zu Liebe, Sexualität oder diversen Unmutsäußerungen auf öffentlichen Straßen oder Toilettenanlagen.

Doch neben der Kunst bleibt noch immer der Vandalismus, den die Polizei auf der ganzen Welt oft strategisch bekämpft.

Auf der Jagd nach den illegalen Sprüherern geht die Polizei systematisch vor. Viele Graffiti-Künstler verwenden immer dieselben Figuren oder Buchstabenkombinationen – sie hinterlassen also eindeutige Hinweise ihrer Urheberschaft. So lassen sich verschiedene Graffiti häufig einem Sprayer oder einer Gruppe zuordnen.

Problem Sachbeschädigung

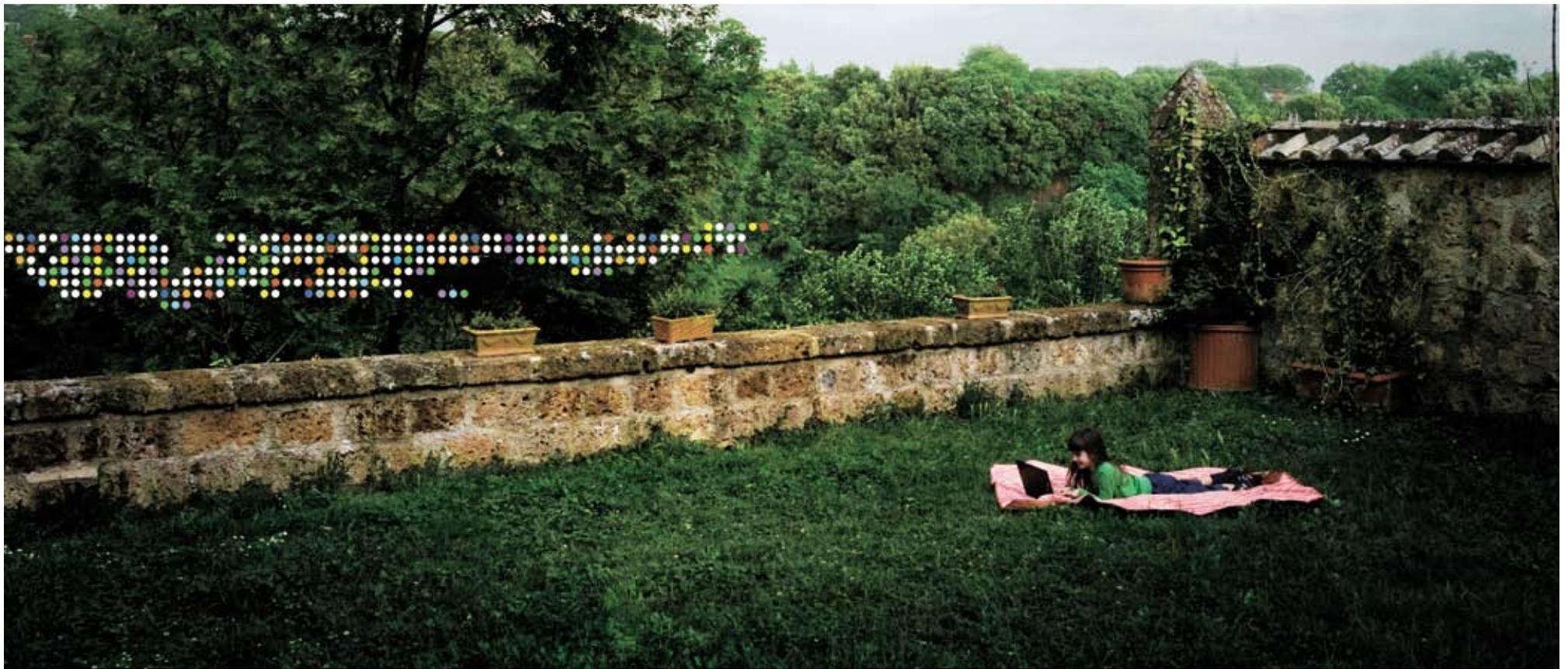
Wo liegt die Grenze zwischen Kunstwerk und sinnloser Sachbeschädigung? Die Antwort fällt nicht leicht. Meistens kommt es dabei auf den Blickwinkel an. Für die Eigentümer der bemalten Immobilie, die gegen deren Willen „verschönert“ wurde, ist der Fall meist klar: Sachbeschädigung. Denn auf den Kosten der Graffiti-Beseitigung bleiben sie so lange sitzen, bis der verantwortliche Sprayer gefasst wird. Für den Fahrgast in der U- oder S-Bahn können die oft fantasievoll gestalteten Schriftzüge und Figuren eine willkommene Abwechslung zwischen den grauen Häuser-

wänden und den trostlos hässlichen Bahnanlagen bieten, die auf der Fahrt in den Alltag am Fenster vorbeiziehen.

Strafrechtlich gesehen werden Graffiti – unbefugtes Bemalen von Wänden, Fensterscheiben, Zügen und anderen Objekten – als Sachbeschädigung eingestuft. Auch sind sie so manchem als Schmierereien ein Dorn im Auge, ganz besonders die kurzen „Tags“ (Unterschriftskürzel). Wer beim illegalen Sprühen, Taggen oder Zerkratzen von Scheiben erwischt wird, muss damit rechnen, zu Schadenersatz verurteilt zu werden.

Letztendlich wird es über Graffiti immer geteilte Meinungen geben. Die Gesellschaft wird wohl weiterhin mit dem Phänomen leben müssen, da man Dosen nicht verbieten und von Sprayern nicht fordern kann, dass sie die Kunst, für die sie leben, von einem auf den anderen Tag aufgeben.

Klaus Lackner
www.graffitieuropa.org
www.wienerwand.at



Er schafft Brücken, wo früher Mauern waren. Er lässt ein Kind, einen Nobelpreisträger und einen CEO gemeinsam einen Gletscher retten.

Er verbindet Ideen.

Interessen.

Und Menschen.

Er ist der Human Network Effekt.

Ein Effekt, der die Welt verändert.

Denn im Human Network bekommt

Technologie ein menschliches Gesicht.

Und das verändert unsere Art zu arbeiten.

Unsere Art, zu leben.

Es verändert alles.

Das ist der
human network effekt

Erfahren Sie mehr auf www.cisco.at



Spurensuche: Kunst und Kultur im Exil

„Große Künstler haben kein Vaterland“, wusste schon der Romantiker Alfred de Musset. Dass es auch große Länder ohne nennenswerte Künstler gibt, ist heute Realität. Kunst und Kultur sind auf der Flucht.

Gleichgültig ob aufgrund von Ausweisung, Verbannung, Vertreibung, Ausbürgerung, Zwangsumsiedlung, religiöser oder politischer Verfolgung durch den Staat sowie aufgrund von unerträglichen Verhältnissen im Heimatland hervorgerufen: Das Verlassen der eigenen Heimat ist ein steiniger Weg mit oft ungewissem Ausgang. Laut einer Statistik des Hohen Flüchtlingskommissariats der Vereinten Nationen (UNHCR) werden aktuell weltweit knapp 32 Mio. Menschen, die vor Krieg, Verfolgung und massiven Menschenrechtsverletzungen geflohen sind oder sich in flüchtlingsähnlichen Situationen befinden, geschützt und betreut.

Schätzungen zufolge ist die Gesamtzahl aller von Flucht Betroffenen aber wesentlich höher. Wie viele Menschen darunter sich der Kunst und Kultur verschrieben haben, ist ungewiss. So gibt es auch keine verlässlichen Angaben, wie viele Künstler mit ausländischem Reisepass im freiwilligen oder unfreiwilligen österreichischen Exil leben. Das Exil jedenfalls, so Madame de Staël, „verdammte dazu, sich selbst zu überleben: Der Abschied, die Trennung, alles geschieht wie im Augenblick des Sterbens, und doch wohnt man dem allen in voller Kraft des Lebens bei.“

Gamsgeweihe trifft Afrika

Das trifft auch auf Georges Adéagbo aus Benin zu, der zu den bedeutendsten Künstlern Westafrikas gehört und derzeit im Wiener Museum für Angewandte Kunst (MAK) „archivarische“ Installationen zum Thema „Die Kolonisation und die Geschichte der Kolonisierten“ ausstellt. Zeitungsartikel, antiquarische Bücher, verschlissene Textilien und handschriftliche Notizen. Wände und Boden des Raums hat der für seine

Assemblagen bekannte Künstler mit seinen Objekten bedeckt und eine Installation geschaffen, die als miteinander verwebtes, dreidimensionales Textuniversum gelesen werden kann. Kulturelle Codes und Zeichen geraten durcheinander. Ein Gamsgeweihe trifft auf eine afrikanische Maske.

Indem der afrikanische Künstler Fundstücke aus Europa in seine Arbeiten integriert, wird die Deutungshoheit des Westens unterwandert. Wenn Adéagbo Skulpturen in seine Arbeit integriert, die aus europäischer Perspektive mit den Begriffen „Stammeskunst“ oder „Primitivismus“ etikettiert sind, geht es dabei jeweils um symbolische Aneignungen und Inbesitznahmen von bereits „kolonialisierten“ Objekten. Sein aufwendiges künstlerisches Verfahren überschreitet Grenzen zwischen Epochen, Kontinenten, Kulturen und Genres, ausgehend von der Geschichte der Kunst Afrikas und Ozeaniens, wobei er Themen wie Religion, Krieg, Sozialismus, Sklaverei, Kunst und die Geschichte – meist männlicher – Persönlichkeiten aufgreift. „Wenn ich diese Stücke in meine Installationen integriere, können die Leute Objekte aus Wien mit den Stücken aus Afrika zusammen sehen. Dadurch wird die Frage aufgeworfen, warum diese Objekte eine Ähnlichkeit mit jenen haben, die aus Afrika kommen“, so der Künstler.

Die Installationen von Adéagbo sind immer eine Auseinandersetzung mit dem Ausstellungsort. Auch für die aktuelle Ausstellung im MAK ist er zwei Wochen lang auf Spurensuche gegangen und hat auf Flohmärkten und in Buchläden spezifisch Österreichisches gesammelt. Adéagbo sucht den gemeinsamen Nenner der Kulturen und macht gleichzeitig auf das Leben im postkolonialen Afrika aufmerksam. „Wenn man über



Georges Adéagbo setzt sich in seinen Installationen immer auch mit dem Ausstellungsort, in diesem Falle Wien, auseinander, reiht Gamsgeweihe neben afrikanische Maske. Foto: MAK/Peter Kainz

Immigration spricht, muss man die Hintergründe berücksichtigen. Wir finden in Afrika keine Arbeit, also entscheiden sich die Menschen dafür, ihr Leben nicht dort zu verbringen, wo sie geboren sind. Ich zum Beispiel mache Installationen, bin weder Bildhauer noch Maler. In Afrika kennt man solche Arbeiten kaum. Für mich gibt es keinen Platz in Afrika.“

Trotzdem hat er, Jahrgang 1942, den Großteil seines Lebens in Cotonou im westafrikanischen Benin verbracht. 23 Jahre hat er im Verborgenen gearbeitet. Nur durch Zufall wurde Adéagbo von einem französischen Kurator entdeckt. Von da an ging alles sehr schnell. 1995 stellte er in der Londoner Serpentine-Galerie aus, 1999 nahm er an der 48. Biennale di Venezia, wo seine Arbeit mit dem „Premio della giuria“ ausgezeichnet wurde, und 2002 an der Documenta 11 (unter Okwui Enwezor) in Kassel teil. Als erster zeitgenössischer Künstler konnte er 2008 in den Räumen des Museo di Palazzo Vecchio

in Florenz eine Intervention durchführen.

Eine gänzlich andere Kunst präsentiert die 1952 in Beirut im Libanon geborene, seit 1975 in London und Berlin lebende und arbeitende Mona Hatoum. Das Leben unterwegs, außerhalb ihrer Heimat, hat sie für die Themen Macht und Identität sensibilisiert, die sich durch ihr gesamtes Werk ziehen.

Keimende Sandsäcke

„Als Erstes erlebt man ein Kunstwerk körperlich. Bedeutungen, Konnotationen und Assoziationen entstehen erst nach der ursprünglichen körperlichen Erfahrung, wenn Fantasie, Intellekt und Psyche durch das, was man gesehen hat, entflammt werden“, erklärt sie. Noch bis 9. August wird ihr Werk „Hanging Garden“, eine acht Meter lange Wand von Jutesandsäcken, am Karlsplatz im wahrsten Sinn des Wortes bewässert. Die Anordnung der Säcke scheint auf den ersten Blick vertraut – als allgegenwärtiger Teil der Architektur von Kon-

flikten, aus den Nachrichten, aus Dokumentarfotos von Kriegsgebieten. Im pulsierenden Zentrum Wiens irritiert die Arbeit, scheint sie doch durch die hervorsprossenden grünen Gras- und Unkrautbüschel bereits länger dort zu stehen.

Kriegs- und Exilerfahrungen prägen viele von Hatoums Arbeiten. Sie entsprechen ihrer Strategie, Gegenstände zu verfremden, indem sie diese in neue, irritierende Zusammenhänge setzt. Vertrautes und Fremdes tauschen Platz. Hatoum sät genau zwischen jenen Dingen, die wir am meisten als gegeben hinnehmen, Keime des Zweifels. Bekanntes nimmt Bedrohliches an, während die Ausstattung des Krieges zu etwas Elegantem, Attraktivem, ja Verführerischem wird. Auch die Sandsäcke stechen mit der Zeit nicht mehr ins Auge, sie gehen in der Landschaft auf und werden zu Orten eines anderen, von Unkraut heimgesuchten Ökosystems, das zwischen den Spalten des Krieges gedeiht.

Ralf Dziobowski

Babels Turm und Europas Wirtschaft

„Österreich und Deutschland trennt nichts so sehr wie die gemeinsame Sprache“, lautet ein berühmter Aphorismus. Interkulturelle Kommunikation wird nicht nur unter Nachbarländern immer wichtiger.

Emanuel Riedmann

Wer es eilig hat und von seinem Mitarbeiter zu hören bekommt, er erledige die Sache „sofort“, kann unter Umständen ob der inhaltlichen Schwammigkeit dieses Begriffes verzweifeln. Der Chef denkt: „Jetzt sofort.“ Der Mitarbeiter denkt: „Eh sofort.“ Selbst die gemeinsame Sprache kann so am Arbeitsplatz Konfliktpotenzial bergen.

Jetzt stelle man sich vor, die Arbeitssprache wäre nicht die eigene Muttersprache beziehungsweise Geschäftspartner kämen aus einem anderen Kulturkreis. Die Folge davon: Das Potenzial für Missverständnisse schnell in die Höhe. Wer sich mit einem Lächeln belohnen möchte, suche über Google den Grund, weshalb der Mitsubishi Pajero in Spanien auf Montero umgetauft wurde oder das Internet-Paket mit dem Namen Hui auf dem russischen Markt schlechte Karten hätte. Die Suchergebnisse mögen für Außenstehende unterhaltsam sein, doch für Unternehmen können solche Kommunikationsfehler Millionenverluste bedeuten.

Kommunikationsebenen

Dabei ist die unterschiedliche Sprache noch das kleinste Problem, da nur ein Bruchteil der Kommunikation verbal, also über Worte erfolgt. Den Rest macht eine komplexe Mischung aus Körpersprache, Tonalität, Kontext und anderen nonverbalen Elementen aus.

So ist etwa je nach Herkunftsland die Sprechgeschwindigkeit unterschiedlich, und die Pausen in einem Gespräch, die potenzielle Einstiegstellen für den Gesprächspartner signalisieren, sind nicht immer gleich lang. Generell fallen sie im Süden kürzer als im Norden aus. Trifft sich also im Extremfall ein Finne mit einem Südtaliener, wird Ersterer an den Unterbrechungen, Zweiterer am für ihn „zähen“ Sprechtempo seines

Gegenübers verzweifeln. Bei einem Verhandlungsgespräch laufen somit beide Gefahr, dies als Desinteresse des anderen zu interpretieren. Der Deal könnte platzen – sofern sich keiner der beiden dieses kulturellen Unterschiedes bewusst ist.

Wichtige Prioritätensetzung

Zwar teilen sich etwa die westlichen Kulturen alle Grundwerte – deren Gewichtung ist jedoch unterschiedlich. Nicht jede Kultur hat dasselbe Konzept von Zeit, Hierarchie, Autorität oder Effizienz. Diese Unterschiede werden oft gar nicht bewusst wahrgenommen, können aber gerade dadurch stark verunsichern und erfolgsentscheidend sein. Auf dem internationalen Markt wird sich also immer derjenige durchsetzen, der die kulturellen Spielregeln des anderen beherrscht.

Im deutschsprachigen Raum wird generell stark zwischen Arbeits- und sozialem Umfeld unterschieden. Dieses Kulturspezifikum äußert sich im Ausdruck „Feierabend“, der sich nicht übersetzen lässt. In anderen Ländern, zum Beispiel Spanien, ist diese Trennlinie nicht so strikt definiert. Durch die häufigeren Arbeitsunterbrechungen zugunsten sozialer Kontakte am Arbeitsplatz (sprich: Kaffeepause) entsteht der Eindruck von Faulheit. Tatsache ist aber, dass in Spanien generell länger gearbeitet wird als etwa in Deutschland. Während man sich in Deutschland jedoch tendenziell stärker auf den Feierabend freut, um soziale Kontakte zu pflegen, so geschieht dies in Spanien generell schon in höherem Ausmaß am Arbeitsplatz – dafür verlängern sich eben die Arbeitszeiten ein wenig.

Lösungsansätze und Trends

Wer geschäftlich viel reist, wird sich zwangsläufig damit auseinandersetzen müssen. Spezifische Situationen wie Ge-



Unternehmen bauen auf internationale Teams, wodurch es tagtäglich zu interkultureller Kommunikation kommt. Hier ist es besonders wichtig, Konfliktpotenzial frühzeitig zu erkennen. Foto: Photos.com

schaftessen müssen dabei gemeistert werden. Verhältnismäßig kurzfristige Seminare sowie Fachliteratur können hierbei schon nützliche Hilfe bieten, um diese Situationen in den Griff zu bekommen. Botschaften können ebenfalls hilfreiche Anlaufstellen sein.

Dochnicht nur unternehmensextern kommt es zu kultureller Interaktion. Immer mehr Unternehmen haben auch internationale Teams, wodurch es tagtäglich zu interkultureller Kommunikation kommt. Hier ist es besonders wichtig, Konfliktpotenzial frühzeitig zu erkennen und ihm entgegenzuwirken.

Die Aufgabe beginnt schon bei der Teambildung. Personal mit internationaler Erfahrung oder auch Berufseinsteiger mit entsprechenden Zusatzausbildungen wie etwa einem interdisziplinären Wahlfachmodul an der Universität oder Ähnlichem sind schon stärker auf das Thema sensibilisiert. Darü-

ber hinaus setzen immer mehr Unternehmen auf längerfristige, begleitende Trainings statt auf kurzfristige Seminare, da diese einen länger andauernden Effekt haben.

Mut zu neuen Methoden

Die kulturvergleichende Managementforschung ist noch eine sehr junge Disziplin mit enormem Entwicklungs- und Wirkungspotenzial. Folglich ist nicht alles Altbewährte zwingend das Beste, Mut zu neuen Methoden kann sich lohnen. Derzeit liegen eklektische Methoden im Trend sowie kulturspezifische Trainings. Beispielsweise werden informatorische Trainings, die etwa über kulturspezifische Führungsstilmerkmale oder alltagskulturelle Handlungssituationen aufklären, und interaktive Trainings, die Rollenspiele, Situationsschulung oder Ähnliches aufweisen, oft in Kombination angeboten, um die Theorie durch die Praxis zu ergänzen.

Solche Trainings sollten sich nie auf Beschreibungen oder stereotypisierende Dos-and-Don'ts-Listen beschränken, sondern immer auch kulturhistorische Zusammenhänge erklären, um ein besseres Verständnis von und Gespür für die Zielkultur zu entwickeln. Offenheit und Sensibilisierung für Kulturunterschiede sind zu erwerbende Grundlagen. Doch man muss sich auch der eigenen Kultur bewusst sein, um zu erkennen, wie man auf Angehörige einer anderen Kultur wirkt.

Da es schlicht unmöglich ist, ein ganzes Team auf einen Nenner bei Sprache, Tonalität, Mimik, Gestik und anderen kulturspezifischen Kommunikationsgrößen zu bringen, kann es nicht darum gehen, den Mitgliedern gewisse Verhaltensmuster anzugewöhnen, sondern ihnen die Fähigkeit mitzugeben, sich selbst konstruktiv mit dem Thema auseinanderzusetzen und somit für Eigendynamik und -initiative im Team zu sorgen.

Wir haben nicht das Geringste gegen bewährte Methoden. Aber wer eins und eins zusammen zählen kann, der setzt vor allem bei der Unternehmenskommunikation auf zukunftssichere Instrumente: Auf Lösungen, Infrastrukturen und Applikationen von Kapsch BusinessCom. Denn wir beherrschen das große Einmaleins moderner IT und Telekommunikation: Kommunikation in komplexen Netzwerkarchitekturen. Simultan mit vielen Gesprächspartnern. Weltweit, flexibel, unabhängig von Ort und Zeit. Das Zauberwort heißt „Unified Communications“. Und hier sind wir führend in Österreich und „Always one step ahead“, wenn es darum geht, Lösungen zu realisieren, die sich für Unternehmen rechnen | www.kapsch.net

kapsch >>>
always one step ahead

Wer damit noch Bilanzen erstellt,
darf zu unseren Kommunikationsnetzwerken
auch „Telefonanlage“ sagen.



Kapsch BusinessCom





Seltsame Weltmeister im Abseits

Luftgitarren-WM, Handy-Weitwurf-WM, Sauna-Sitz-WM, WM im Frauentragen – kreative Finnen tragen einen wesentlichen Teil zur modernen Spaßgesellschaft bei. Die Anzahl derartiger Events steigt rasant, und immer mehr österreichische Teilnehmer mischen dabei kräftig mit.

Michael Liebming

Das Wasser spritzt meterhoch nach allen Seiten, die Zuschauer johlen auf den Rängen. Die Wertungsrichter benoten die eben gezeigte Sprungfigur relativ unspektakulär. Technik, Absprung, Inszenierung des Athleten, Lautstärke beim Aufprall und Spritzhöhe des Wassers fließen in ihre Bewertung ein. Nur manchmal ziehen sie sich den Unmut des Großteils jugendlichen Publikums zu.

Dass dieser Wettbewerb eine lange Tradition besitzt und schon im 17. Jahrhundert von den Ureinwohnern Hawaiis mit Klippensprüngen praktiziert wurde, interessiert hier niemanden. Seit der Wiederentdeckung genießt die Arschbomben-WM als Funsportart hohes Ansehen. 2008 bestiegen mehr als 80 Titelkämpfer den Zehn-Meter-Turm im Nürnberger Stadionbad, um als Weltmeister der Arschbombe aus dem Sprungbecken zu steigen.

Ein Einzelphänomen? Wohl kaum, denn beinahe jedes Land entwickelte in den letzten Jahren seine eigenen weltmeisterlichen Wettbewerbe. Die Franzosen üben sich beispielsweise im bretonischen Örtchen Moguerie im Strandschnecken-Spucken, wobei die Rekordmarke vom fünffachen Weltmeister Alain Jourden (48) bei 10,40 Meter liegt. Nahezu angenehm gemütlich geht es vergleichsweise alljährlich am Karfreitag im britischen Tinsley Green bei der Austragung der Murrel-WM zu. Und während am 30. März dieses Jahres in Thailand die Weltmeisterschaften im Elefanten-Polo zu Ende gingen, wurden 14 Tage zuvor im deutschen Winterberg die Four-Gates-Aua-Handballer aus Menden bei Bochum zu Weltmeistern in der Schneeballschlacht gekürt.

Ob Sumpfschnorcheln in Llanwrtyd Wells (Wales), Kakerlaken-Wettrennen in Brisbane, Zehen-Wrestling in Derbyshire, Extrembügeln – auch unter Wasser sowie in Felshängen – oder Tabakschnupfen, der

Kreativität im Erfinden neuer Wettbewerbe scheinen keine Grenzen gesetzt zu sein. Es gibt nicht wenige, die mal Erster in der Kategorie Bürostuhlrennen sein möchten oder sich zum Papierflug-Weltmeistertitel in den Disziplinen der weiteste Flug, die längste Flugzeit und die schönste Performance gratulieren lassen wollen. Von insgesamt über 37.000 Anwärtern weltweit qualifizierten sich 253 aus 85 verschiedenen Ländern für das Finale, das Anfang Mai dieses Jahres im Hangar 7 in Salzburg stattfand.

Wettbewerbserfinder

Puterrot verschwitzt verließ Bjarne Hermansson nach 18 Minuten und 15 Sekunden im finnischen Heinola nach 36 Aufgüssen als Weltmeister 2008 die 110 Grad Celsius heiße Sauna. „Der Schmerz ist dieses Mal ein bisschen größer gewesen als das Vergnügen“, meinte er nach der hitzigen Sitzung. Ins selbe Lied könnten wohl die Teilnehmer der WM im Frauentragen einstimmen, die heuer am 4. Juli bereits zum 17. Mal in Sonkajärvi ausgetragen wird. „Daran wollte ich einmal teilnehmen“, erzählt der österreichische Anzeigenberater Micky Klemsch (42), „aber dafür musst du verheiratet sein.“ Dass er trotzdem als Drittplatzierter in die WM-Annalen einging, verdankt er der Handy-Weitwurf-WM.

„Ich war damals lange mit einer Finnin verlobt, und wir haben eine Website aufgebaut, die Skurrilitäten aus beiden Ländern publizierte. Darunter waren diese Weltmeisterschaften.“ Bei seiner ersten Teilnahme im Jahr 2004 war er neben 20 Finnen einer von sieben weiteren Europäern.

Zufälligerweise fand am Folgetag „nur 500 Kilometer entfernt“ auch die Luftgitarren-WM statt, zu der sich Micky Klemsch umgehend anmeldete, um diese Idee als Veranstalter nach Österreich zu exportieren. Mit seinen WM-Teilnahmen schaffte es der in Medienkreisen Beheimatete auf die Titelseiten der Zeitungen, war



Hemmungslos wild und rockig: Bei der Luftgitarren-WM wird die imaginäre Gitarre gewürgt und geschlagen. Foto: dpa/Ratilainen

Gast in Kölner Fernsehstudios, gab Radiointerviews, und auch der Kultursender Arte widmete dem Drittplatzierten im „Österreich-National-Team“-T-Shirt einige Fernsehminuten. „Für mich ging es mehr darum, eine Gaudi zu haben und bestenfalls die Musikindustrie zu verarschen oder Sportveranstaltungen als nicht ganz so ernst zu nehmende Events darzustellen.“

Sieben Jahre lang organisierte der ebenfalls als DJ tätige Klemsch die österreichischen Meisterschaften in der Kategorie Luftgitarre, um ernüchert festzustellen: „Nach drei bis vier Jahren war der Spaß vorbei. Wir waren zwar im Nach-

richtenblock das Bonmot am Ende, aber es stellt sich auch die Frage nach der Sinnhaftigkeit, wenn 16-Jährige in einer Waldviertler Disco nur mehr besoffen die Bühne betreten, weil sie sich sonst nicht trauen.“

Erlebe dein Leben

Als Meister der Vermarktung derartiger Veranstaltungen gilt der deutsche Fernsehmoderator Stefan Raab. Seine medientauglichen Realisierungen bringen nicht nur hohe Einschaltquoten, sondern auch Prominente dazu, einen Eiskanal, der üblicherweise mit Bob oder Rodel absolviert wird, in einer hohen, durchgängig gewölbten Wok-

Pfanne runterzufahren oder an der Autoball-EM teilzunehmen. Hier muss man im Auto sitzend versuchen, einen überdimensionalen Ball im Tor des Gegners unterzubringen.

Die Soziologie hat für diese Form der massenhaften Selbstinszenierung die Begriffe „Erlebnisgesellschaft“ und „Spaßgesellschaft“ determiniert. Glückseligkeit zählt dabei zum obersten Ziel der Teilnehmer, die sich auf die individuelle Suche nach einem besonderen Erlebnis begeben, um das eigene Leben möglichst interessant zu gestalten. Egozentrische Selbstverwirklichung und individuelle Erlebnissuche summieren sich zum alles bestimmenden Handlungsimpuls: „Erlebe dein Leben!“

Dabei sein ist alles

„So leicht komme ich nie wieder zu einer WM-Teilnahme“, begründet Gerald Gruber (40) seine Motivation für die Teilnahme an der Snowkajak-WM 2008 in Lienz. Sich selbst bezeichnet er als Sportler, der Extremsportarten betreibt, ohne einen Wettbewerbsgedanken zu hegen. Und so nahm er auch schon mit Freunden am „Dolomitenmann“ teil, übt das Paragleiten und Eisklettern aktiv aus oder nahm ohne Vorbereitung am Wien-Marathon teil, denn: „Laufen lernst du ja schon als kleines Kind.“

Bereits 2006 probierte der spätere WM-Teilnehmer Gruber die Fortbewegungsmöglichkeit, einen schneebedeckten Hang mit einem Kajak hinunterzufahren, nachdem er diese eigentümliche Sportart im Internet gesehen hatte. Als einer von 140 Power-Paddlern aus zwölf Nationen erinnert er sich: „Das Material war vorhanden, und Zeit hatte ich auch. Die Vorbereitung absolvierte ich auf einer Autobahnraststätte, indem ich den mit Rissen durchgezogenen Bootsrumph noch rasch eine halbe Stunde lang pflegte.“ Zum Sieg reichte es logischerweise nicht. „Der Gesamtsieger hatte sein Kajak mit Kerzenwachs eingewachsen.“

Im Test: Linz, Kulturhauptstadt



Der gelbe Bummelzug, der Touristen durch die Linzer Innenstadt fährt, ist dieser Tage gut gefüllt. Bis hinüber zum Ars Electronica Center (AEC) zieht er seinen Kreis und ist dort bei der Hälfte der Stadtrundfahrt angelangt. Ein halbes Jahr nach der Eröffnung hat auch „Linz 09“ die Hälfte noch vor sich. Das Angebot an 220 Projekten füllt ein

dickes ProgrammBuch, dessen Aufbau gewöhnungsbedürftig ist. Ein Großteil der Projekte ist nach fünf Monaten „Linz 09“ noch nicht abgehakt, einige Höhepunkte kommen erst.

„Höhenrausch“ heißt einer davon, er führt über die Dächer von Linz und darüber hinaus. Von Ende Mai bis Ende Oktober kann dort auf Holzstegen über Dächer gewan-

dert werden. Und damit nicht genug. Ein 26 Meter hohes Riesenrad auf dem obersten Geschoß eines Parkhauses eröffnet einen einzigartigen Blickwinkel auf die Stadt. Ein seltsames Gefühl, von da oben auf die Welt hinunterzusehen und danach wieder dorthin zurückzukehren.

Wie Graz mit seiner Murinsel wird auch Linz sein Plat-

zerl im Fluss bekommen und damit eine ebenso neue Perspektive auf die Stadt eröffnen. Das „Linzer Auge“ ist bereits jetzt Gesprächsthema und wird direkt vor dem AEC ab Juli auf der Donau schwimmen. Die rotierende Plattform wird begehbar sein und rund 200 Menschen Platz bieten. Zwei sich langsam gegenläufig drehende Kreisläufe ermöglichen es, die Stadt von allen Seiten zu sehen. Ob man das „Auge“ zum neuen Linzer Wahrzeichen küren wird, wird sich zeigen.

Stille als Kunstform

Fix etabliert hat sich hingegen der Ruhepol in einem ehemaligen Kino auf der Linzer Landstraße. 8000 Besucher wurden bis Anfang April dort gezählt. Der Ort, an dem nicht gesprochen, nicht Musik gehört, sondern ganz der Stille nachgegangen wird, hat mit Ende Mai einen Ableger be-

kommen. Im Mariendom kann in einem neu gestalteten Raum jetzt ebenso dem Lärm aus dem Weg gegangen werden.

Alles andere als still wird es hingegen bei der zweiten Runde des „Linz 09“-Theaterfestivals zugehen. *Theaterlust 2: Sonnenbrand* folgt von 28. Juli bis 2. September dem ersten Zyklus *Theaterlust 1: Schneesturm*, an dem bemängelt wurde, dass die Vorstellungen nur an einigen wenigen Spielterminen zu sehen waren. Ändern wird sich das im Sommer nicht wesentlich – ein maßgeblicher Wandel widerfährt dem Theaterfestival hingegen an seinen Spielorten. Es verlässt den geschlossenen Raum und erobert sich öffentliche Spielstätten wie die Autobuslinie 27 oder eine eigens aufgebaute Bühne unter der Autobahnbrücke Linz-Urfahr. Foto: Linz 2009

Anna Weidenholzer
www.linz09.at



Festplatte angeboten. Jetzt hat der Hersteller eine Version mit 512 Gigabyte SSD angekündigt. Der Preis ist noch offen.

● **Fester Speicher.** Das Toshiba Portégé R600 wiegt rund 1,1 Kilogramm und ist mit einem transflektiven 12,1 Zoll-Display ausgestattet. Zur Grundausstattung zählt ein internes HSDPA-Modem, das auch HSUPA unterstützt. Bisher wurde nur eine Variante mit 320 Gigabyte großer

● **Schön soll's sein.** Schön, schnell, leicht und einfach – so präsentieren sich die drei neuen Sony-Spiegelreflexmodelle für Einsteiger. Die Alpha 230, 330 und 380 legen Wert auf eine intuitive Menüführung, gute Bildqualität und Flexibilität beim Fotografieren durch einen schwenkbaren Monitor. Die Alpha 230 und 330 bieten wie ihre Vorgänger 10,2 Megapixel-CCD-Sensoren, die Alpha 380 14,2 Megapixel – alle Modelle sind mit im Gehäuse integrierten Bildstabilisatoren ausgestattet. Gehäusepreise: 579, 629 und 789 Euro (nach Modellnummer aufsteigend).



● **Kompakter Weitwinkel.** Kodak hat seine Serie digitaler Kompaktkameras mit der neuen Weitwinkelkamera Easyshare M420 erweitert. Ausgestattet ist sie mit einem Schneider-Kreuznach-28 Millimeter-Weitwinkelobjektiv mit 4-fach optischem Zoom und mechanischer Bildstabilisierung. So sind 16:9-HD-Fotos mit maximal 7,5 Megapixeln oder Fotos im 4:3-Format mit maximal zehn Megapixeln möglich. Der Preis für die in Rot oder Schwarz erhältliche Kamera: 179 Euro.



● **Würfeloberfläche.** LG trumpft nun mit seinem neuen Touchscreenhandy auch in Österreich auf, das vor allem mit seiner Menüführung punkten soll. Das LG Arena KM900 hat nämlich eine Benutzeroberfläche, die auf einem dreidimensionalen Würfel basiert. Dieser Würfel kann mit Fingerwisch gedreht werden und bietet so vier Screens, die individuell gestaltet werden können. Zudem liegt das Hauptaugenmerk auf Multimedia. Der Hauptspeicher ist acht Gigabyte groß und per SD-Karte auf 40 erweiterbar. Der Preis: reguläre 449 Euro, bei „3“ zurzeit ab drei Euro.

● **Für jedes Terrain.** Auf der Picknickdecke, auf dem Teppichboden oder auf der Steinterrasse – Mäuse mit Bluetrack-Technologie funktionieren auf nahezu jeder Oberfläche und liefern dadurch eine große Flexibilität bei der Wahl des „Arbeitsplatzes“. Das erste Desktop-Set mit Bluetrack-Maus erscheint in Form des Wireless Desktop 3000. Die Wireless Mouse 5000 wird zusammen mit der Tastatur und Plug-and-Play-Minitransceiver auch zum Urlaubsbegleiter. Preis: 49,90 Euro. kl Fotos: Hersteller



Leben

Buchtipps

Wenn Bücher mitgenommen werden wollen

Verlassen liegt ein Buch auf der Bank einer Bushaltestelle, kein Besitzer weit und breit. Ein Etikett klebt auf dem Cover: „Nimm mich mit! Lies mich!“ steht darauf. Das Buch wurde nicht vergessen, es wurde absichtlich liegen gelassen. Book-Crossing heißt die Idee dahinter und bedeutet, Bücher „freizulassen“, nach ihnen zu suchen, ihre Reise verfolgen zu können.

Zu Redaktionsschluss waren es 5,6 Mio. registrierte Bücher.

Das Prinzip ist einfach: Ein Buch wird auf der Website www.bookcrossing.com registriert, wo es eine Book-Crossing-Identifikationsnummer (BCID) erhält, die auf das Cover geschrieben oder geklebt wird. Über diese wird der Weg des Buches via Internet nachvollziehbar. Finder können auf der Website nachsehen, wer dieses Buch wann ausgesetzt hat und



wo es zuvor gewesen ist. Das Werk kann bewertet werden, seine Leser können Erlebnisse mit ihm eintragen oder nachsehen, wohin die Reise ihr einstiges Eigentum geführt hat.

Wurde ein Buch gelesen, sollte es wieder in die Freiheit entlassen werden. Künftige Leser stoßen entweder zufällig darauf oder begeben sich aktiv über die Website auf die Suche.

Book-Crossing hat mittlerweile über 770.000 registrierte Nutzer in mehr als 130 Ländern. Ein Großteil davon kommt aus den USA. Aber auch im deutschsprachigen Raum wächst die Zahl der Mitglieder stetig. Waren es vor einem Jahr hierzulande noch 4200 registrierte Book-Crosser, ist die Zahl nun bereits auf rund 5200 gestiegen.

Foto: Bookcrossing.com

Anna Weidenholzer
www.bookcrossing.com

Schnappschuss

IT-Innovationen im Rampenlicht



Der 7. Mai 2009 stand dieses Jahr ganz im Zeichen der Innovation: Der zweite Microsoft Innovation Day rückte mit mehreren Veranstaltungen die heimischen technischen Innovationsleistungen ins Rampenlicht. Highlight dieses Jahres war die Abendgala: Mehr als 100 prominente Gäste aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik nahmen an der erstmaligen Verleihung des mit 10.000 Euro dotierten Microsoft Innovation Awards teil. Überreicht wurde der Preis von Microsoft-Geschäftsführerin Petra Jenner (Bildmitte) und Wissenschaftsminister Johannes Hahn (ÖVP) (Zweiter von rechts). Preise vergeben oder entgegen nehmen durften (von links nach rechts) Daniel Furrer (Country Manager Polycom), Martin Vasko (3. Platz, Expressflow.com), Stefan Wagner (2. Platz, Heuristic Lab), Matthias Grünberger (Innovation-Award-Sieger, Edocta, Preisgeld von 10.000 Euro) und Rudolf Kemler (Generaldirektor Hewlett-Packard Österreich). kl Foto: Microsoft

Termine

● **40 Jahre FWF-Forschung.** Von 2. bis 17. Juni macht die Jubiläumsausstellung „40 Jahre FWF“ (Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung) an der WU (Wirtschaftsuniversität Wien) Station. Als Reverenz gegenüber den österreichischen Universitäten präsentiert die Wanderausstellung erfolgreiche FWF-Forschungsprojekte.

● **Einreichfrist.** Zum 13. Mal wird heuer der Staatspreis für Multimedia und E-Business vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend in Kooperation mit der Wirtschaftskammer Österreich vergeben. Noch bis 5. Juni können Unternehmen, Organisationen, Agenturen und private Initiativen ihre kreativen Projekte einreichen. Die Preise werden in sechs Kategorien vergeben.

www.multimedia-staatspreis.at

● **Wirtschaftstrainer.** Der für 28. bis 30. Juni geplante Jahreskongress der Wirtschaftstrainer wird ganz dem Kongress Thema „Veränderung“ entsprechend in die Wirtschaftskammer Österreich verlegt und auf einhalb Tage verkürzt. Die Kosten für die Teilnahme belaufen sich auf 150 Euro.

www.wirtschaftstrainerkongress.com

● **Tanz mit mir.** Im Juni tourt das Adobe-Event „Dance with me“ durch Österreich und macht an den Unis Wien, Graz, Linz, Salzburg und Innsbruck Station. Dabei handelt es sich um eine etwas andere Dance-Competition für Studenten: Die Teilnehmer tanzen, kreieren Songs, erstellen aus diesen und den Tanz-Clips Musikvideos.

www.dancewithme.at

Tipp: Minidatenbank auf dem Handy

Nun hat auch Bento das iPhone für sich entdeckt: Die Apple-Tochter Filemaker hat die Datenbank für zu Hause in einer Version für das Handy herausgebracht. Dabei leuchtet die Idee des Herstellers ein: Bento soll auf dem iPhone – im Rahmen von dessen Möglichkeiten – alles können, was auch die große Version kann. Und das für 3,99 Euro.

Wer sich den App-Store einmal genauer ansieht oder seine eigenen Gewohnheiten analysiert, wird feststellen: Bei einem großen Teil der benutzten Anwendungen handelt es sich um Datenbanken im weiteren Sinne. Um Datenbanken, in denen sich Restaurants finden, in denen der Anwender Einkaufslisten und Notizen einträgt. Eine weitere

Tatsache: Auf dem Heimrechner würden die meisten Anwender für all diese Aufgaben nicht jeweils ein eigenes Programm verwenden, sondern in einer Datenbankanwendung mehrere Datensätze anlegen. Filemaker hat offensichtlich eins und eins zusammengezählt und ist zum Schluss gekommen: Auch auf dem iPhone bedarf es einer komfortablen Datenbankanwendung, schließlich ist die



Sammelwut der iPhone-Besitzer groß. Das kann man nur bestätigen. kl Foto: Filemaker

Karriere

● **Peter Badura** (55) zeichnet ab sofort für den kompletten Technik- und Infrastrukturbereich des Multimedia-netzbetreibers UPC verantwortlich. Als Chief Technical Officer (CTO) übernimmt er den Bereich Network Operations und Infrastructure. Badura ist bereits seit 1978 bei UPC tätig.

Foto: UPC



● **Johanna Hörtl** (29) verstärkt nun als Rechtsanwältin das Merger & Acquisition-Team von CMS Reich-Rohrwig Hainz. Die promovierte Juristin ist auf internationale Transaktionen spezialisiert und bringt neben internationaler Erfahrung exzellente Sprachkenntnisse in Englisch, Französisch und Spanisch mit.

Foto: CMS



● **Nicole Maier** (34) ergänzt seit Kurzem das Team des österreichischen Produktivitätsdienstleisters Raas (Results as a Service). Dort verantwortet sie die Kundenbereiche Human Capital Management und Document Compliance Management. Davor war Maier bei Unternehmen wie Bene, UTA Telekom oder OMV tätig.

Foto: Raas



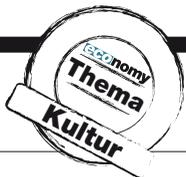
● **Dagmar Seidl** und **Michael Forobosko** leiten seit April 2009 die Medwell Internet Services. Die 1999 gegründete Agentur spezialisiert sich auf Beratung, Konzeption, Content-Providing und Umsetzung von integrativen Kommunikationsleistungen für Web und Print. Der weibliche Part des neuen Führungsduos kommt



vom Eigentümer Generali und war dort im Vertrieb tätig. Forobosko ist bereits seit Mitte 2005 bei der Kommunikationsagentur und für Konzept und Strategie verantwortlich. Gemeinsam mit der Weinviertlerin will er langjährige Projekte wie das beliebte Online-Magazin [wecarelife.at](http://www.wecarelife.at) weiterentwickeln.

kl Foto: Steve Haider





Anna Weidenholzer

Der veränderte Blick auf Linz



„Linz verändert“ steht unter dem Logo der Stadt. Mit dem Kulturhauptstadtjahr hat ein neuer Werbespruch Einzug gehalten – und nicht nur der. Die Stadt an der Donau beeindruckte durch eine moderne Industrie und eine schöne alte Innenstadt, hat Wolfgang Siebeck vor Kurzem in der deutschen Wochenzeitung *Die Zeit* geschrieben. Wenn man aus einer Stadt kommt, die jahrelang auf Provinz gereimt wurde, muten solche Bezeichnungen ungewohnt an. Man wartet auf den negativen Nachsatz. Dieser kommt

nicht. Die Kulturhauptstadt hat vor allem den auswärtigen Blick auf Linz verändert. Wie es dem Kollektiv der Linzer mit dem Blick auf ihre Kulturhauptstadt ergeht, lässt sich schwer erheben. Umfragen zufolge gibt es aber nicht wenige, an denen die ersten fünf Kulturhauptstadtmonate spurlos vorbeigezogen sind. Es ist nicht schwer, „Linz 09“ aus dem Weg zu gehen. Und es ist den Machern von „Linz 09“ nicht schwergefallen, der ansässigen Kunstszene aus dem Weg zu gehen. Vom Programm wurde die Linzer Szene weitgehend ausgespart und als uninteressant abgetan – was zu wenig Gegenliebe führte. *Linz 0Nein* heißt das alternative Programmbuch, das die abgelehnten Projekte vorstellt. 2009 war das Jahr, an das schon lange vorher hohe Erwartungen gestellt wurden. Linz sollte sich verändern, und es wurde verändert. Spannend bleibt, was 2010 davon noch zu spüren sein wird.

Arno Maierbrugger

Wieso darf Google Content stehlen?



Man kann Rupert Murdoch für einen skrupellosen Medienmogul halten und ihn deshalb nicht mögen, aber mit einer seiner Aussagen hat er kürzlich eine wichtige Frage aufgeworfen, die auch über die Medienindustrie hinaus dringend diskussionsbedürftig ist: „Sollen wir es Google erlauben, alle unsere Copyrights zu stehlen? Die Antwort sollte lauten: Nein, aber sicher nicht.“ Darin sind sich die meisten Autoren und Journalisten seltenerweise mit Murdoch einig: Google scannt zum Beispiel seit 2004

Bücher aus den Bibliotheken der Welt ein und hat bereits sieben Mio. Titel ins Netz gestellt, ohne irgendjemanden zu fragen. Kein Zweifel, Google Books stellt eine grobe Verletzung von Urheberrechten in großem Stil dar. Google verdient zwar nichts an den eingescannten Büchern selbst, aber mit viel Werbung und Suchmaschinenbrimborium drumherum. Diese Praxis erzwingt geradezu ein globales Urheberrecht. Leider gibt es keine weltumspannende Organisation mit Schlagkraft, um dem Suchmaschinenkonzern auf die Finger zu klopfen. Bald wird sich die Frage stellen: Wenn alle Bücher nach Erscheinen sofort gratis im Netz stehen, wer wird sie dann noch kommerziell verlegen? Wenn es aber keine Verlage mehr gibt, wo sollen dann Bücher herkommen? Denn Google selbst produziert keinen Content. So einfach – und traurig – ist das.



Ergötzliche Pleitiers

TV-Schuldnerberater mit Unterhaltungswert am Puls der Zeit.

Michael Liebinger

„Wer 40 Jahre Bauer ist, erkennt seine Schweine am Gang“, sagt Peter Zwegat (59). Der hagere Berliner agiert als TV-Schuldnerberater mit betont bildhafter Ausdrucksweise („Raus aus den Schulden“, RTL). Wenn er via Flipchart seinen Klienten erklärt, dass ihre Positionen auf der Ausgabenseite die Einnahmen bei Weitem übersteigen, kommt ihm seine sozialpädagogische Ausbildung samt Berufspraxis sicherlich zugute. Denn es sind nicht wenige, die entlang ihres Lebenswegs finanziell irgendwo falsch abgezweigt sind.

Beispiele gefällig? Zwei Hartz IV-Empfänger kaufen sich ein Haus, und um neu durchzustarten, erstehen sie drei Bäckereien. Die Kreditsumme wächst. Da sich aber die Bäckereien rund 200 Kilometer von ihrem Wohnort entfernt befinden,

werden fürs Pendeln natürlich auch noch Autos benötigt. Ihr Privatleben findet nur mehr via Handy statt. „So viele Brötchen können sie gar nicht verkaufen, dass sich das rechnet“, analysiert Peter Zwegat nüchtern. Oder er gratuliert einem Homosexuellen zu seinem „tolle Geschäft“. Dieser bekannte sich für eine einmalige Zahlung (ungefähr 2000 Euro) zu einer Vaterschaft und muss nun jahrelang monatliche Unterhaltszahlungen leisten, bis das Kind – das nachweislich nicht von ihm stammt – eine Ausbildung abgeschlossen hat.

Fernsehen ist Unterhaltung

Wenn der Kaufrausch das Denkvermögen lähmt, bleiben Rechnungen ungeöffnet, sammeln sich Mahnungen in Schuhkartons oder werden Zahlungsfristen partout versäumt. „Sind die dämlich!“, denkt sich der Fernsehkonsument und delek-

tiert sich am Schicksal anderer. Die „Schau her und mach es nicht so“-Lebensschule, die in dieser Doku-Soap präsentiert wird, unterliegt den einfachen Spielregeln primitiven Infotainments. Letztlich berühren die präsentierten Einzelfälle doch kaum.

Anscheinend gehört es zur Finanzkultur reicher Staaten, dass viele ihre pekuniären Risiken falsch einschätzen beziehungsweise Gelder verplanen, die sich noch gar nicht auf dem Konto befinden. Logisch, die Wirtschaft lebt davon, dass Anschaffungen wie Wohnungseinrichtungen, Fernseher oder Autos in Form von Krediten vorfinanziert werden. Aber wenigstens bewirkt die Macht einer Kamera, dass einige Gläubiger manchmal ein Auge zudrücken und vorhandene Schulden teils erlassen, wenn Peter Zwegat Mittwoch für Mittwoch in den Verhandlungsring steigt.

Consultant's Corner

Global Entertainment

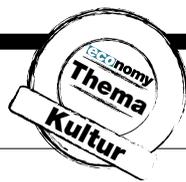
Over the years, entertainment went from live to radio, TV, Internet, virtual communities, mobile phones. In 2003, expert Katherine Macklem's home entertainment study showed peak DVD burner sales, „teens taking what they wanted“ and sharing content, birthing entertainment – via Youtube (30 minutes of content uploaded per minute). Unpredictable times have created a new culture resulting in trend spotting as a new form of entertainment. Being the first to learn what is new and share it is a form of power and popularity: a dance hall



revival – like the „great depression“, happy upbeat music reminiscent of the 60's, dowdy look fashions, „pop-up shops“ where shops are opened and closed avoiding rent (follow your favorite shop to its next stop). Despite demographic differences, information seems to be the name of the game in entertainment. But the marriage of Generation G and technology means entertainment and knowledge are more equitably distributed in times that

demand fairness.

Lydia J. Goutas, Lehner Executive Partners



Kommentar der anderen



Foto: Porgy&Bess

Christoph Huber

Sponsoring in der Krise

Für die Freiheit der Kunst ist der Staat zuständig – so oder so ähnlich lautete das Credo über Jahrzehnte. Irgendwann begannen Kulturpolitiker die Verantwortung der Wirtschaft zu betonen und forderten die Kunstschaaffenden auf, sich um Sponsoren zu kümmern. Ein durchaus nachvollziehbarer Ansatz, nur „vergaß“ der Staat, das auch der Wirtschaft zu kommunizieren. Also begaben sich Künstler und Veranstalter, so wie es ihnen empfohlen wurde, auf Sponsorensuche und bemerkten alsbald, dass die steuerliche Absetzbarkeit von Geldern, die in die Kunst- und Kulturszene fließen, nur ungenügend geregelt ist. Das Interesse von Betrieben, erwirtschaftete Gewinne in die Kunst-

szene zu investieren, ist aufgrund dieser Unsicherheit logischerweise ein eher enden wollendes. Befindet sich die Wirtschaft in einer allgemeinen Rezession, versiegt dieser Fluss gänzlich. Die Kultur kann also als das erste Opfer der geplatzten Finanzblase bezeichnet werden. Das muss man einerseits als Tatsache akzeptieren, aber andererseits kann dieser Umstand auch als eine Chance gesehen werden, um auf diese unbefriedigende Situation aufmerksam zu machen und sie auch nachhaltig zu ändern.

Der Staat ist natürlich nicht gänzlich aus seiner Verantwortung zu entlassen, aber wenn er sie schon delegiert, dann mit klaren Richtlinien. Das bedeutet, dass einheitliche Gesetze in diesem Zusammenhang formuliert werden müssen, damit endlich Schluss mit der

Praxis gemacht wird, dass je nach Finanzamt beziehungsweise Referent vergleichbare Fälle unterschiedlich interpretiert werden, dass also einmal steuerliche Absetzbarkeit attestiert und ein anderes Mal dieses Ansinnen zurückgewiesen wird. In diesem Zusammenhang kann man durchaus das US-amerikanische System als Orientierungshilfe nehmen, wo es quasi zum guten Ton eines Unternehmens gehört, Kunstprojekte zu unterstützen.

Um nicht missverstanden zu werden: Ich spreche nicht davon, dass sich der Staat komplett zurückzieht, und ich behaupte auch nicht, dass das amerikanische Modell das bessere ist, aber wenn man will, dass zukünftig mehr Geld aus der Wirtschaft kommt, muss man Anreize bieten beziehungsweise ein interessantes Angebot legen. Und das erwarten wir nun schon von einigen Finanzministern.

*Christoph Huber ist künstlerischer Leiter des Jazz- und Musik-Clubs Porgy & Bess in Wien.
www.porgy.at*

Eva Brenner

Ausbruch aus dem Off



Foto: Kreuziger

Dem Theater der Off-Szene in Wien geht es nicht gut. Krisen sind der Stoff des Theaters – unter der Voraussetzung, dass es noch stattfindet! Seit 2004, dem Jahr der Einführung der „Wiener Theaterreform“ durch die sozialdemokratische Stadtregie-

rung, wütet das Theatersterben. In nur fünf Jahren gelang es seither, an die 40 Prozent von Hunderten freien Theatergruppen durch radikale Kürzungen auszuhungern oder zum Zusperrern zu zwingen, darunter auffällig viele multikulturelle, von Frauen oder Migranten beziehungsweise Migrantinnen geleitete. Die Trendwende begann Mitte der 1990er Jahre mit der Unterwerfung der Stadt Wien unter das Diktat einer neoliberalen „Standortpolitik“ – eines verschärften kapitalistischen Wettbewerbs, in dem die Großen und Starken die Kleinen verdrängen. Fördergelder wurden sukzessive von „unten“ nach „oben“ umverteilt: für elitäre Kunsttempel und pompös aufgeblasene Festival- und Eventkulturprojekte.

Ganze Ensembles wurden entlassen, künstlerische Programme drastisch gekürzt, Gruppen als „förderungsunwürdig“ erklärt, die jahrzehntelang die Off-Szene geprägt hatten. Die freigesetzte Schar prekär beschäftigter Künstler und Künstlerinnen erfasste eine Welle von Angst, Panik und Entsolidarisierung, Einzelne versuchten, bei den Mächtigen um ihr Überleben zu pokern, der allgemeine Protest blieb weitgehend aus. Die „Reform“ geht auf Kosten der Vielfalt, die Rechnung bezahlt das Publikum.

Ich schreibe diese Zeilen in New York, wo dank Barack Obama und der Wirtschaftskrise zum Trotz eine neue Aufbruchsstimmung herrscht. Kunst als auch Künstler und Künstlerinnen müssen sich hier traditionell auf eigene Füße stellen, hat der Staat doch wenige Förderstrukturen anzubieten – also Eigeninitiative statt Obrigkeitsdenken. Beide Systeme – öffentliche Kunstförderung wie privates Sponsoring – haben Vor- und Nachteile. Welche Strategie erfordert die „Krise“, um dem großen Sterben der kleinen Theater Wiens zu begegnen?

Was wir in Zukunft brauchen werden, ist ein neues, demokratisches Mischsystem kultureller Förderung, zusammengesetzt aus Elementen der diskreditierten „Gießkanne“ und einem neuen solidarökonomischen Modell der Direktförderung durch die Bevölkerung. Also eine „Fusion“-Strategie, die international funktionierende Beispiele wie die Kulturpraxis der „Independent Movements“ in den USA aufnimmt und auf europäische Bedingungen anwendet; das reicht vom Sammeln von Spenden und Abos auf der Straße bis zum Aufbau eigener Telemarketingsysteme, breitem Privat- und Unternehmenssponsoring sowie Volontärsarbeit, um Kulturfelder zu eröffnen, die der Staat nicht bietet. Modelle kultureller Tauschkreise und „Kulturbausteine“ könnten dafür sorgen, dass an Kultur interessierte Menschen partizipieren, indem sie die Kunst ihrer Wahl fördern, jenseits von Steuern, auf deren Verwendung sie kaum Einfluss haben.

*Eva Brenner ist künstlerische Leiterin von Projekt Theater Studio/Fleischerei in Wien Neubau.
www.experimentaltheater.com*

Peter Noever

Kunst braucht Freiheit



F.: Elisabeth Ginthör-Noever

Selten wurde die Krise der Kunst so offenkundig wie im Spätsommer 2008: Der Zusammenbruch traditionsreicher amerikanischer Investmentbanken und die dramatische Entwicklung auf den internationalen Finanzmärkten versetzten nicht nur die Wirtschaftswelt in Aufregung. Renommierte Kunstinstitutionen in den USA, wo Kultureinrichtungen eine nahezu symbiotische Allianz mit Banken und Unternehmen pflegten, fürchteten um ihre Existenzgrundlage. Nach einer kurzen Inkubationszeit breitete sich ebenso auf internationaler Ebene Unruhe aus, welche Auswirkungen die Finanzkrise auf das mittlerweile überlebenswichtige Mäzenatentum haben werde.

Auch in Europa sind bedeutende Kunstinstitutionen trotz deutlich höherer Unterstützung durch den Staat von privaten Förderern abhängig. Viele Kunst- und Ausstellungsprojekte wären ohne unterstützendes Sponsoring nicht denkbar. Die kapitalistische Kulturordnung – der sogenannte Kunstboom, der nicht zuletzt zu utopischen Preisen für Werke von Shootingstars der Szene auf Kunstmessen oder Auktionen führte – wurde in ihren Grundfesten erschüttert. Noch ist nicht abzuschätzen, wie die aktuelle Rezession den internationalen Kunstmarkt langfristig prägen und ob sich die Kunst von ökonomischen Imperativen befreien wird – oder will. Der florierende Handel mit Kunst als Anlageobjekt hat ja durchaus positive Seiten. Reichtum ist auch in der Kunst

bequem. Eine Krise birgt stets auch Chancen. Gerade die Kunst als einzige Kraft mit nonkonformistischem Veränderungspotenzial sollte diese nutzen. Einmal mehr zu diskutieren ist die Rolle des Staates. Dass es etwa hierzulande Kulturministerin Claudia Schmied trotz der auch in Österreich deutlich spürbaren Finanzkrise gelungen ist, die Kulturbudgets zu erhöhen und den Bundesmuseen acht Mio. Euro mehr zur Verfügung zu stellen, ist sensationell, aber nicht genug. Staaten sollten ihre Aufgabe vermehrt darin sehen, Ideen für eine neue Ordnung der Kunstwelt zu entwickeln. Die öffentliche Verantwortung für die Kunst an die Wirtschaft abzugeben war nicht der richtige Weg. Es sollte zur Staatsaufgabe werden, Kunst vor der Geld-Kultur zu schützen. In den meisten Nationen fehlt dazu allerdings das adäquate politische Forum. Kunst wird in mit multiplen Aufgaben überforderten Ministerien (mit-)behandelt: Auf dieser Ebene ist Kunst nicht diskutierbar. Das von mir für Österreich seit Jahren vorgeschlagene Modell eines Ministeriums für Gegenwartskunst könnte auch international ein Anstoß für eine Stärkung der Kunstpolitik sein. Erst wenn das politische Gewicht stimmt, ist ein für alle Seiten befriedigenderes Miteinander von Kunst, Staat und Wirtschaft erzielbar. Darin liegt die wahre Herausforderung der Zukunft.

*Peter Noever ist CEO und künstlerischer Leiter des MAK – Museum für angewandte Kunst/Gegenwartskunst.
www.mak.at*

Redaktion: Gerhard Scholz

Special Innovation Eine Beilage des economy-Verlages

Josef Herget: „Durch die Aneignung dieser verschiedenen Qualifikationen entwickeln unsere Teilnehmer individuelle Kompetenzprofile, wie sie für Unternehmen im modernen Kommunikationszeitalter immer wichtiger werden“, erklärt der Leiter des Zentrums für Wissens- und Informationsmanagement an der Donau-Universität.

Berufliche Kompetenzen erweitern

Gerhard Scholz

economy: Welche Zusatz- ausbildung beziehungsweise Fähigkeiten vermittelt das Zentrum für Wissens- und Informationsmanagement?

Josef Herget: Wir verknüpfen eine Reihe von neuartigen Kompetenzen zu einem thematisch einmaligen, innovativen Portfolio, das es im deutschsprachigen Raum so noch nicht gibt. Wir integrieren bislang eher isolierte Disziplinen wie Wissen, Innovation, Prozesse, Risiko und Change zu neuen Berufsprofilen. Durch die Aneignung dieser verschiedenen Qualifikationen entwickeln unsere Teilnehmer individuelle Kompetenzprofile, wie sie für Unternehmen im Informations- und Wissenszeitalter immer wichtiger werden.

Wen sprechen Sie mit Ihren postgradualen Lehrgängen an?

Unsere Teilnehmer unterscheiden sich sehr von den Studenten einer klassischen Uni; sie sind berufstätig und kommen aus den unterschiedlichsten Branchen. Das schafft natürlich wertvolle Netzwerke. Wir sprechen vor allem aber (Nachwuchs-)Führungskräfte an, die zwischen 30 und 50 Jahre alt sind. Sie kommen zu uns, weil sie ihre beruflichen Kompetenzen erweitern wollen, um den nächsten Karrieresprung machen zu können.

Wie läuft das dann in der Praxis organisatorisch ab?

Wir bieten ein sehr flexibles Portfolio aus mehrsemestrigen Master-Lehrgängen an, die die Employability, also den individuellen Wert auf dem Arbeitsmarkt, stärken sollen. Dabei gehen wir davon aus, dass unsere Studierenden selbst am besten wissen, was sie brauchen, und über Wahlfächer ihr Wissen so vertiefen, dass sie ihre beruflichen und persönlichen Kenntnisse und Fähigkeiten zu einem einzigartigen Kompetenzprofil ausbauen. Unser sowohl fachlich als auch zeitlich flexibles Konzept ermöglicht es hervorragend, Beruf und Studium zu vereinbaren.

Und wie läuft das didaktisch?

Wir geben den Teilnehmern schon vorab Material für E-Learning oder als Video an die Hand, damit wir die wenigen geblockten Präsenzphasen effizienter nutzen können. Unser



Das breit gefächerte Portfolio des Zentrums für Wissens- und Informationsmanagement verknüpft in thematisch einzigartiger Weise neuartige Kompetenzen. Grafik: Michael Zehndorfer/Donau-Universität Krems

Blended-Learning-Konzept beinhaltet auch Case Studies und Living Cases, die unsere Teilnehmer aus ihrem Berufsalltag einbringen. Wir arbeiten außerdem sehr stark mit Peer-Learning, also dem Erfahrungsaustausch in der Gruppe.

Wer sind Ihre Vortragenden?

Neben hoch qualifizierten wissenschaftlichen Vortragenden stammt ein großer Teil unserer Dozenten direkt aus der Praxis, das sind Leute, die selbst tagtäglich mit den Themen konfrontiert sind, über die sie referieren. Alle Vortragenden sind zudem anerkannte, wissenschaftlich ausgewiesene Experten. Unsere Studierenden müssen die Theorie immer auch

unmittelbar in die Praxis übertragen können, sie wenden das Gelernte auf eigene betriebliche Aufgabenstellungen an; damit werden der Kompetenzzugewinn sofort nachhaltig verankert und Synergien geschaffen.

Was sind die aktuellen Themen?

Branchenübergreifendes Denken alleine reicht nicht mehr aus, in der internationalisierten Wirtschaft wird zunehmend auch ein Verständnis, das über den eigenen Kulturkreis hinausreicht, gefordert. Es geht uns also darum, unsere neuen Lehrgänge, die das Risk Management, Projektmanagement, Lean Operations Management und Informations- und

Kommunikationsmanagement behandeln, mit dem Aspekt der Interkulturalität als Erfolgsfaktor zu verbinden.

www.donau-uni.ac.at/wim

Info

● **Details.** Informationen zu allen Master-Lehrgängen und Seminaren des Zentrums für Wissens- und Informationsmanagement sind unter www.donau-uni.ac.at/wim abrufbar.

Kontakt: Michaela Kreissl, Department Wissens- und Kommunikationsmanagement, Donau-Universität Krems, Tel.: 02732/893-2331 oder michaela.kreissl@donau-uni.ac.at

Zur Person



Josef Herget ist Leiter des Zentrums für Wissens- und Informationsmanagement an der Donau-Universität Krems.. Foto: Wilke

1999 | 2009

10 Jahre **economyaustria.at**

bmwfi **BMW_F^a**
Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend



Das Special Innovation wird von der Plattform economyaustria.at finanziert. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei **economy**. Redaktion: Gerhard Scholz und Sonja Gerstl

Special Innovation

Stromverbrauch reduzieren

Aktuelle Cisco-Studie zeigt großes Potential für Stromsparmaßnahmen in Unternehmen.

Sonja Gerstl

Gerade Unternehmen sind in Zeiten der Wirtschaftskrise gefordert, entsprechende Sparmaßnahmen zu setzen. Umso erstaunlicher, dass sie das finanzielle Einsparungspotenzial, das im Energieverbrauch ihrer Informationstechnologie (IT) steckt, oft unterschätzen beziehungsweise sich dieser Thematik gar nicht bewusst sind. So ergab eine im Auftrag von Cisco Austria vom Karmasin-Institut durchgeführte Studie, dass sich gerade einmal 13 von 100 größeren Firmen mit dem Stromverbrauch ihrer IT befassen.

Potenziale erkennen

Im Rahmen der Studie wurden 100 österreichische Unternehmen (mit über 100 Mitarbeitern) analysiert und Interviews mit Geschäftsführern und IT-Verantwortlichen geführt. Das ernüchternde Ergebnis: Potenziale zur Senkung des Stromverbrauchs sind so gut wie unbekannt – in 86 Prozent der Unternehmen wird der Strom-

verbrauch in der IT nicht einmal gemessen. Für Achim Kaspar, General Manager von Cisco Austria, ist es für die heimische Wirtschaft höchste Zeit, sich diesem Thema zu stellen: „In der Wirtschaftskrise wird an allen Ecken und Enden gespart, nur auf den Stromverbrauch der IT schaut offenbar noch niemand. PC und Laptops, Aufzüge, Beleuchtungssysteme, Telefone und andere Geräte verbrauchen in Österreich deutlich mehr Strom, als es notwendig wäre.“

Damit Unternehmen diesen „blinden Fleck“ der Kostensteuerung abdecken können, bietet Cisco die dafür entwickelte und kostenlose Software Cisco Energy-Wise. Die Technologie misst automatisch den Energieverbrauch von IT-Geräten wie Laptops, Switches und Access Points. Ferner reduziert die Software den Stromverbrauch von Gebäudesystemen bei Beleuchtung, Aufzügen, Klimaanlage, PC und Druckern. Eingesetzte Internet-Telefone oder WLAN-Access-Points werden nach längerer Nicht-Nutzung –

beispielsweise nachts oder an Feiertagen – automatisch abgeschaltet.

Kaspar: „Die vielfältigen Einsatzgebiete von Cisco Energy-Wise zeigen, welchen Beitrag innovative IT-Lösungen zum Energiesparen auch in anderen Bereichen als der IT leisten können.“

Das Cisco-Management ist davon überzeugt, dass IT einen Beitrag zum Klimaschutz leisten muss, und hat in der Vergangenheit bereits eine Reihe von Initiativen gestartet.

Hierzu zählt unter anderem auch das „grüne“ IT-Themenportal Gruene-it.org. Es stellt

Informationen von Marktforschungsinstituten, Hintergründe zu zahlreichen Initiativen aus Unternehmen und Verbänden bereit und gibt einen Überblick über die Aktivitäten der IT-Branche im Hinblick auf den Umwelt- und Klimaschutz.

www.cisco.at



Die unternehmenseigene IT zählt zu den kostenintensivsten Posten. PC und Laptops sind Stromfresser der Extraklasse – ein sorgsamer Umgang mit diesen Geräten spart Geld. Foto: Photos.com

Grünes Rechenzentrum spart Geld

Internationaler Telekommunikationskonzern zeigt mit seinem Rechenzentrum vor, wie man Ressourcen schont.

Die unterschiedlichen Strukturen ihrer Informationstechnologie (IT) zwangen die beiden Telekommunikationsunternehmen Alcatel und Lucent nach ihrer Fusion, ein neues Rechenzentrum zu bauen. Die Standortwahl fiel auf Marcoussis, eine Kleinstadt nahe Paris. Acht Gebäude auf 1700 Quadratmetern beherbergen hier die zentrale Rechentechnik des internationalen Konzerns.

Sparsame Technik

Das Rechenzentrum von Alcatel-Lucent gilt als ein Musterbeispiel grüner Konsolidierung. Rund eine Dreiviertelmillion Euro will das Unternehmen in den kommenden fünf Jahren dank des Einsatzes modernster Technologien sparen. Im selben Zeitraum soll der Stromverbrauch für den IT-Betrieb um beachtliche 10.422 Megawattstunden schrumpfen. In Mar-



Green IT schont nicht nur die Umwelt. Sie verhilft Unternehmen darüber hinaus auch zu beachtlichen Einsparungen. Foto: Photos.com

coussis stehen 800 Server. Die Geräte verfügen über 170 Terabyte Speicherplatz und 11.000 Ethernet-Anschlüsse, betreut werden von hier aus 60.000 Kunden. Marcoussis propagiert eine sehr geringe Ausfallquote – es hat eine Verfügbarkeit von

99,995 Prozent, heißt es. Diese hohe Disponibilität ergibt sich vor allem aus dem Zusammenspiel modernster Technologien.

Zudem hat jedes einzelne der acht Gebäude eine zweifache Stromversorgung durch zwei 20 Kilovolt-Antennen. Kommt es zu

Unterbrechungen in der zentralen Stromversorgung, ist jedes Gebäude 72 Stunden lang in der Lage, sich selbst zu versorgen.

Dass die Ausfallquote im Rechenzentrum von Alcatel-Lucent so gering ist, liegt auch an den LAN-Switches, dem Herz-

stück der Konsolidierungsmaßnahmen des Unternehmens. Das Einsparungspotenzial liegt hier bei rund 30 Prozent. Billiger sind die Netzwerkkomponenten aus folgenden Gründen: Sie benötigen ein Drittel weniger Strom, weniger Klimaanlage und weniger Raum. Besonders der Platz ist eine bedeutende Komponente, er ist bekanntlich das Kostspieligste an einem Rechenzentrum. Dass sich die umfassende Konsolidierung des Rechenzentrums von Alcatel-Lucent lohnt, bestätigen nicht nur die Erhebungen, die der Konzern selbst durchgeführt hat. Auch die Analysten des Marktforschers Forrester haben unlängst eine Kosten-Nutzen-Rechnung für eine Reihe von Green-IT-Aktivitäten erstellt. Das Ergebnis: Seine Rechenzentren zu konsolidieren gilt als der Königsweg unter den grünen Maßnahmen. *sog*

www.alcatel-lucent.at

Neue Netze der Energieversorgung

Stromkunden wünschen sich intelligente Stromzähler und Instrumente zur besseren Steuerung der Energienutzung.

Sonja Gerstl

Intelligente Netze braucht die Energiebranche! Das geht aus einer aktuellen Studie von IBM hervor, für die private Stromkunden danach befragt wurden, ob sie künftig mehr Einfluss darauf nehmen wollen, wann, wie viel und wie sie Strom nutzen.

Für Versorgungsunternehmen bedeutet das radikale Veränderungen in ihren Kundenbeziehungen und vor allem in der Infrastruktur ihrer Stromnetze.

Neue Services

Zentrales Ergebnis der Studie der Unternehmensberatung IBM Global Business Services zum Energieverbrauch ist, dass Stromkunden weltweit mehr Eigenverantwortung für ihren Energiekonsum einfordern.

Gerade die 18- bis 34-Jährigen zeigen sich sehr offen gegenüber neuen Möglichkeiten des privaten Energiemanagements durch intelligente Stromzähler und Stromnetze. Und obwohl diese Altersgruppe im Durchschnitt das geringste Ein-



Der moderne Energieverbraucher tritt selbstbewusster gegenüber Stromversorgern auf. Intelligente Stromzähler und tageszeitenbedingt günstigere Tarife werden gefordert. Foto: Bilderbox.com

kommen aufzuweisen hat, ist sie gewillt, für derartige neue Services auch tiefer in die Tasche zu greifen.

IBM befragte für ihre Verbraucherstudie mit dem Titel *Lighting the Way: Understanding the Smart Energy Consumer 5000* Stromkunden quer

über den Globus. Die erhobenen Daten verdeutlichen, dass der moderne Energieverbraucher selbstbewusster gegenüber den jeweiligen Versorgern auftritt: Mehr als 90 Prozent der Befragten wünschen sich nicht nur intelligente Stromzähler, sondern darüber hinaus auch

geeignete Instrumente zur besseren Steuerung ihrer Energienutzung. Zudem sind die Stromkosten und die Sorge um die Umwelt große Treiber für gewünschte Veränderungen auf Kundenseite. Demnach wären vier von fünf Befragten dazu bereit, stromintensive Arbeiten

im Haushalt auf andere Tageszeiten zu verlegen, wenn sie in diesen Fällen günstigere Tarife in Anspruch nehmen könnten.

Knapp 70 Prozent der Stromverbraucher erklären sich außerdem bereit, neue Programme und Services auszuprobieren, wenn diese helfen würden, ihre persönliche Ökobilanz zu verbessern.

Kundenorientierung

„Die Empfehlungen, die sich aus den Ergebnissen der Studie ergeben, liegen auf der Hand“, fasst Thomas Grimm, Energie-Experte von IBM Österreich, zusammen. Und weiter: „Die ersten Schritte seitens der Energieversorgungsunternehmen in diese Richtung sind bereits getan, weiterer Handlungsbedarf ist angesagt. Im Vordergrund muss dabei eine stärkere Hinwendung zum Kunden sein, das heißt, die bislang primär angebotsbestimmte Beziehung wird sich grundlegend wandeln und zu mehr Kundenorientierung führen müssen.“

www.ibm.at

Im Zeichen des Umweltschutzes

T-Systems gewinnt mit Green-Dynamics-Modell den Umweltpreis der Stadt Wien 2009.

And the winner is ... T-Systems. Mit seinem Green-Dynamics-Modell, das konkrete Effekte zur Senkung des Energieverbrauchs bei der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)-Ressourcen aufzeigt, konnte sich das Unternehmen heuer erfolgreich bei der Expertenjury durchsetzen und gewann den Umweltpreis der Stadt Wien 2009.

Transparenz schaffen

„Das Thema Green IT gewinnt zunehmend an Bedeutung“, unterstrich Wiens Umweltstadträtin Ulli Sima den Stellenwert des Projektes. Und weiter: „Mit der Auszeichnung des Green-Dynamics-Modells von T-Systems anerkennt die Jury die Bemühungen um eine umweltverträgliche Auslegung des T-Center-Rechenzentrums am Wiener Standort und die Möglichkeit für Unternehmen,

auf Basis des Modells Potenziale zur Energieeffizienzsteigerung ihrer IKT-Infrastruktur zu ermitteln.“

„Der Umweltpreis der Stadt Wien ist für uns eine ganz besondere Auszeichnung, die uns sehr ehrt und uns auch in unserem weiteren Umweltengagement bestärkt. Als einer der bedeutendsten Rechenzentrumsbetreiber in Österreich tragen wir nicht nur eine sehr große Verantwortung für den sicheren Betrieb der Unternehmensdaten unserer Kunden, sondern auch für die Umwelt und den ressourcenschonenden Umgang mit Energie“, freut sich Georg Obermeier, Vorsitzender der Geschäftsführung von T-Systems in Österreich.

„Mit dem von uns entwickelten Green Dynamics Tool ist es uns erstmals möglich, die komplexen Zusammenhänge des Betriebes von IKT-Infrastruktura-



Umfassender Umweltschutz stellt für viele Unternehmen mittlerweile eine Selbstverständlichkeit dar. Foto: Photos.com

ren transparent zu machen und die Effekte unterschiedlicher technologischer Maßnahmen wie Virtualisierung, Pooling, Veränderung des Power Usage Effectiveness (PUE)-Wertes et

cetera zur Senkung des Energieverbrauches und damit zur CO₂-Emissionsreduktion aufzuzeigen“, ergänzt Obermeier. Unternehmen können auf Basis dieses Tools ihre Energiepara-

meter und -kosten als Grundlage für Entscheidungen schnell und übersichtlich miteinander vergleichen.

Emissionen halbieren

Auch unternehmensintern stehen die Zeichen auf „Green IKT“. So hat sich T-Systems zusammen mit der Konzernmutter Deutsche Telekom das Ziel gesetzt, seine strombedingten CO₂-Emissionen – gemessen an der Basis von 1995 – bis zum Jahr 2010 zu halbieren.

Kontinuierlich werden die zahlreichen Rechenzentren des Telekommunikationsunternehmens einem umfassenden Energiecheck unterworfen. Die bis 2012 geplante völlige Entkopplung von Energieverbrauch und CO₂-Emission durch Steigerung des Einsatzes regenerativer Energien hat T-Systems bereits 2008 erreicht. *sog*

www.t-systems.at



Der beste Weg um unsere Vision zu leben!

„Dynamic Enterprise“ ist der Slogan der Zukunft. Es macht Unternehmen effizienter und wirtschaftlicher als es die Summe aller Einzelbereiche je schaffen würde. Um zu einem dynamischen Unternehmen zu werden, muss die Vision, die Tools und auch die Umsetzung von ALLEN mitgetragen werden. Die Kommunikationslösungen von Alcatel-Lucent sind maßgeschneiderte Lösungen, die unseren Kunden helfen die „Dynamic Enterprise“ Philosophie umzusetzen. Es hilft unseren Partnern und Kunden auch in schwierigen Zeiten zu wachsen. **„Dynamic Enterprise“ arbeitet gemeinsam als ein Ganzes.**

Nähere Informationen finden Sie unter:

<http://all.alcatel-lucent.com/dynamicenterprise>

www.alcatel-lucent.at

enterprise.solutions@alcatel-lucent.at

Tel.: +43 1 277 22- 0

Alcatel·Lucent 

Special Innovation

Der Weg der vielen kleinen Schritte

Digitaldrucksystemanbieter will mit weltweitem Umweltmanagement seinen ökologischen Fußabdruck reduzieren.

Gerhard Scholz

Der Ausweis eines ökologisch gesunden Fußabdrucks ist heute für viele Unternehmen Bestandteil der unternehmerischen Verantwortung. Deshalb setzte sich Konica Minolta das Ziel, die CO₂-Emissionen im gesamten Produktlebenszyklus bis 2010 um 20 Prozent gegenüber dem Niveau des Jahres 2000 zu reduzieren. Mit einem Weg der vielen kleinen Schritte, vor allem durch maximale Effizienz im Produktionsprozess und neueste Energiesparttechnologien, konnte dieses Ziel aber bereits 2008 übertroffen werden.

Neue Technologien

„Wir haben an unseren Produktionsstandorten Verbesserungen vorgenommen, in der Logistik einen Großteil der Transporte auf den Seeweg verlegt und darauf geachtet, unsere Geräte immer energieeffizienter auszulegen“, erklärt Johannes Bischof, Geschäftsführer von Konica Minolta Business Solutions Austria. Zur Reduktion des

Energieverbrauchs und damit zur Verbesserung der Ökobilanz tragen auch technologische Innovationen bei. Bei konventionellen Multifunktionssystemen (die Kopier- und Druckfunktion

vereinen) mit Halogenheizung fließen mehr als 60 Prozent des gesamten Energieverbrauchs in den Fixierungsprozess. Beim Einsatz der neuen Fixiertechnologie auf Basis einer Induktions-

beheizung – wie man sie von den Kochfeldern des Küchenherdes kennt – verkürzt sich die Aufheizzeit beträchtlich. Das bringt eine deutliche Senkung des Energieverbrauchs durch länge-

ren Stand-by-Betrieb. Auch der revolutionäre Polymer-Toner „Simitri“ ist ein Energiesparer. Er besteht aus besonders kleinen und gleichmäßigen Partikeln, die innen weich und außen hart sind. Dadurch schmilzt der Toner schon bei niedrigen Temperaturen, und die Geräte verbrauchen um etwa 15 Prozent weniger Energie beim Fixierungsprozess.

Hohe Recycling-Quote

Zusätzlich versucht Konica Minolta, in jedem Bereich des Unternehmens mit dem geringsten Einsatz an Energie und Ressourcen zu arbeiten. „Sparen und zurückgewinnen“ lautet die Devise. Ziel ist, das Müllaufkommen des Unternehmens drastisch zu senken: In der Produktion muss eine Recycling-Quote von mindestens 90 Prozent und eine Entsorgungsquote von unter fünf Prozent erreicht werden. „Damit wollen wir als Unternehmen unseren Beitrag zu einer grüneren IT leisten“, unterstreicht Bischof.

www.konicaminolta.at



Mit vielen Einzelmaßnahmen versucht Konica Minolta, die durch Produktion und Betrieb seiner Kopier- und Druckgeräte entstehende Umweltbelastung auf ein Minimum zu reduzieren. F.: Photos.com

Virtualisierung als grüner Daumen

Um den Energieaufwand in der IT zu senken, werden Komponenten eingesetzt, die den Stromverbrauch optimieren.

Ein großer Teil der Betriebskosten eines Rechenzentrums entfällt auf die Stromrechnung; klar, dass dort auch das größte Einsparungspotenzial besteht. Die Kosten für Stromversorgung und Kühlung stehen heute mehr im Brennpunkt als die Aufwendungen für Beschaffung und Wartung der Hardware. Nicht zuletzt lassen steigende Energiepreise die Informationstechnologie (IT)-Manager nachdenken, wie sie die Energieeffizienz erhöhen können.

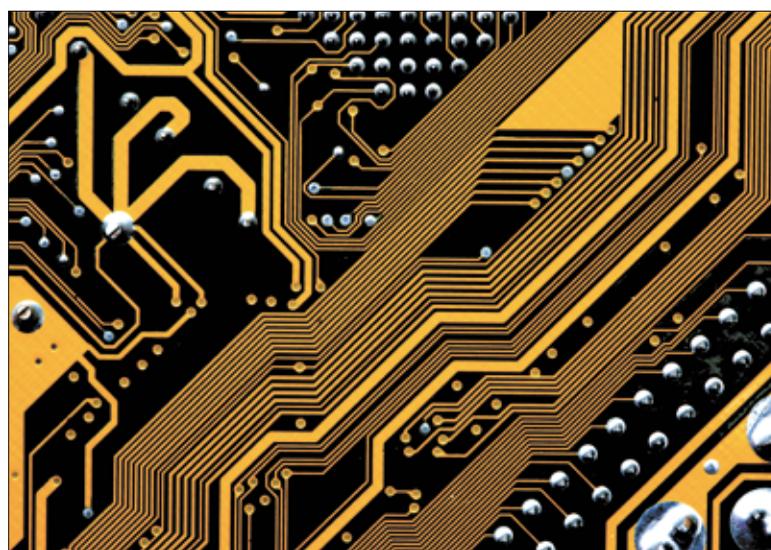
Logische Systeme

Als IT-Dienstleister betreibt Raiffeisen Informatik hochverfügbare Rechenzentren an mehreren Standorten – für den eigenen Bedarf und für Outsourcing-Kunden – und betreut über 20.000 Clients, über 3000 Server-Systeme und 500 Terabyte Storage. Um sowohl den Ener-

gieaufwand im Sinne der Green IT als auch die damit verbundenen Kosten zu senken, setzt Raiffeisen Informatik neben dem Einsatz stromsparender Technologien und energieeffizienter Hardware verstärkt auch auf Virtualisierungslösungen.

Unter Virtualisierung versteht man in der IT die Aufteilung einzelner physischer Systeme in mehrere logische Systeme (Partitionierung) oder die Verbindung mehrerer physischer zu größeren logischen Systemen (Aggregation).

Virtualisierung schafft dynamische Pools aus Datenverarbeitungs-, Speicher- und Netzwerk-Ressourcen, die je nach Bedarf eine komplette Ablaufumgebung für neue Anwendungen bereitstellen. Mehrere Ablaufumgebungen werden dabei gleichzeitig auf einem physischen Server betrieben.



Mit klugen Virtualisierungslösungen lässt sich auch die Energieeffizienz von Rechenzentren deutlich erhöhen. Foto: Photos.com

So können Ressourcen flexibler zugeteilt und die Auslastung erhöht werden; und es vereinfacht die Administration der

Umgebungen. Einen wesentlichen Bestandteil des Virtualisierungsprojekts im Raiffeisen-Informatik-Rechenzentrum bil-

det das Processing Area Network (PAN). PAN ist ein integraler Teil zwischen der Hardware und der eingesetzten Virtualisierungssoftware; es verbindet physische Elemente mit logischen Einheiten und reduziert dadurch Energieverbrauch und Komplexität.

Virtuelle Architektur

Die PAN-Architektur stellt Strom effizienter bereit (es wird nur die zu einem bestimmten Zeitpunkt wirklich benötigte Strommenge verbraucht), verringert die Rechenzentrums-komplexität sowie die Zahl der zu kühlenden Server/CPUs und verringert den Kühlaufwand im Rechenzentrum. Durch den grünen Daumen des Virtualisierungsprojekts werden nicht nur Kosten optimiert, sondern auch Ressourcen geschont. *gesch*

www.r-it.at

Wir finden Millionen



Die Profis von **Xerox Global Services** sorgen beim Dokumentenmanagement in Ihrem Unternehmen für beeindruckende Prozessoptimierungen und Kosteneinsparungen. Das Ergebnis: deutliche Wertschöpfung und verbesserte Profitabilität. **There's a new way to look at it.**

Der Dokumentenfluss von digital zu Papier und wieder zurück kostet Unternehmen alljährlich Millionen. Wir von Xerox Global Services durchleuchten Ihre Prozessabwicklung und optimieren sie durch neue Technologien und eine bessere Zusammenarbeit von Mitarbeitern und Ressourcen. Beispielsweise werden Workflow und Technologie-

Kompatibilität in Ihrem gesamten Unternehmen genauestens analysiert, um maßgeschneiderte Lösungen zu finden: Consulting, Systemintegration, Digitalisierung, Inhaltsverwaltung und Outsourcing. Wenn Sie ein komplettes Portfolio unserer Serviceleistungen und Fallstudien wünschen, besuchen Sie gleich heute unsere Website xerox.at

xerox.at 0800 21 85 33



Special Innovation

Runter mit den Kosten

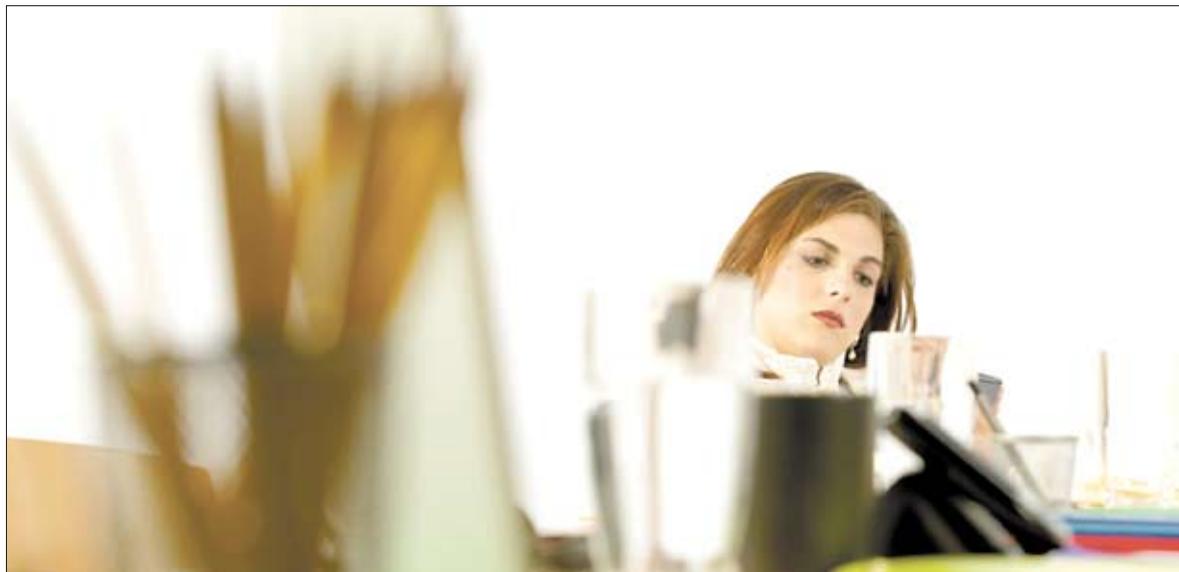
Business Process Management macht Prozesse und Sparpotentiale in Unternehmen sichtbar.

Sonja Gerstl

Der Internationale Währungsfonds sieht schwarz. Seiner Einschätzung zufolge schrumpft 2009 die Weltwirtschaft zum ersten Mal seit Ende des Zweiten Weltkriegs. Das globale Bruttoinlandsprodukt werde zwischen 0,5 und 1,0 Prozent sinken, lautet die wenig erfreuliche Prognose.

Kosten reduzieren

Sparen, sparen, sparen ist das Gebot der Stunde für das Management von Unternehmen. Kostenreduktion und -disziplin ist allerorten angesagt. Auch bei den Budgets für Informationstechnologie (IT) regiert der US-Beratung Gartner zufolge der Rotstift. Statt des zuvor prognostizierten Wachstums von 2,2 Prozent gehen die Analysten nun von einem Minus von 3,7 Prozent bei den weltweiten IT-Ausgaben in diesem Jahr aus. „Wenn Unternehmen ums Überleben kämpfen, neigen sie dazu, die Zahl der Mitarbeiter zu reduzieren und Finanzmittel



Sparmaßnahmen zu Zeiten der Krise sollten unternehmensintern gezielt erfolgen. Eine ausführliche Analyse hilft dabei, Einsparungspotenziale zu erkennen. Foto: Photos.com

für Programme zu streichen, um über Kostenreduktion noch die angestrebten Ertragsziele zu erreichen“, beobachtet Michele Cantara, Research Vice President bei Gartner. Indem Business Process Management (BPM) die Prozesse sichtbar mache, so Cantara weiter, helfe

es den Unternehmen, die Kostensenkungen mit chirurgischer Präzision auszuführen.

Mehr noch: Laut Untersuchungen von Gartner können Unternehmen mithilfe von BPM im ersten Jahr der Einführung bis zu 20 Prozent Kosten einsparen. Innerhalb eines Jahres

amortisiert sich die BPM-Einführung bereits. „Prozessoptimierung geht heute jeden Mitarbeiter an“, fordert Wolfram Jost, Vorstand von IDS Scheer. „Jederzeit“, so der BPM-Experte, „muss ein Unternehmen über die Unternehmensprozesse und -performance im Bilde sein.“

Jost ist verantwortlich für die weltweite Aris-Produktfamilie, ein integriertes und vollständiges Werkzeug-Portfolio für Strategie, Design, Implementierung und Controlling von Geschäftsprozessen. Während BPM in den letzten Jahren auf das Re-engineering von Abläufen ausgerichtet war, umfasst es heute ebenso die Analyse und Kontrolle der Prozessleistung im täglichen Betrieb. Fachleute fassen dies unter dem Begriff Process Intelligence zusammen.

Kürzungen vornehmen

Und das ist zur Zeit „in“. Denn in der Krise geht es weniger um clevere Strategien und große Visionen als um das Meistern des Alltags. Process Intelligence verbindet die Analysetechniken der Business Intelligence mit Process Management. „Nur wer seine Prozesskennzahlen und Prozesse kennt, ist in der Lage, die wirklichen Kostentreiber zu identifizieren und ohne Gefährdung kritischer Prozesse Kürzungen vorzunehmen“, so Jost.

www.ids-scheer.at

Internationales Wachstumspotenzial

Immobilienentwickler Eyemaxx Real Estate profitiert von umfassender IT-Lösung für Reporting und Controlling.

Die Eyemaxx Real Estate ist ein international operierender Immobilienentwickler für Gewerbe- und Wohnimmobilien mit starkem Fokus auf Osteuropa. Seit Kurzem setzt das Unternehmen auf IBM Cognos 8 Controller: Dies bringt große Verbesserungen im Konsolidierungs- und Reporting-Prozess – und ein weitaus geringeres Fehlerrisiko.

Internationale Performance

Als erfolgreiches internationales Unternehmen weist Eyemaxx – mit einem derzeitigen Investitionsvolumen von 800 Mio. Euro im gesamten Zentral- und Osteuropa-Raum – ein gesundes Wachstum auf.

Damit einhergehend wurde, vor allem in Hinblick auf Investoren, die Einhaltung der internationalen Rechnungslegungsvorschriften laut IFRS (International Financial Reporting



Der Immobilienentwickler Eyemaxx setzt auf IT-Lösungen, die Konsolidierungsprozesse unterstützen. Foto: Eyemaxx

Standards) immer wichtiger. Ein ausschließlich österreichischer Abschluss konnte die wachsenden Anforderungen nicht mehr erfüllen. Gefragt war also eine IT-Lösung, die Konsolidierungs- und Reporting-Prozesse optimal unterstützt. Darüber hinaus sollte damit auch die Finanzplanung abgewickelt werden können. Die Wahl fiel – nach einer intensiven Evaluie-

rungsphase – auf IBM Cognos 8 Controller. Neben der Konsolidierung der Erfolgsrechnung und Bilanz werden sämtliche relevanten Notes-Angaben für den Jahresabschluss in IBM Cognos 8 Controller erfasst, gespeichert und konsolidiert.

Gute Übersicht

Auch ein automatisiertes Cash Flow Statement ist Bestandteil der Strukturen und kann sowohl in lokaler und legaler Währung der Einzelgesellschaften sowie für die (Teil-)konzerne erstellt werden.

Anwender sind neben dem Controlling auch der CFO von Eyemaxx sowie die zentrale Buchhaltung. „Die Vorteile liegen klar auf der Hand“, sagt Michael Grosinger, Manager von IBM Cognos Österreich. „Kunden, die IBM Cognos 8 Controller verwenden, profitieren von großen Verbesserungen

im Konsolidierungs- und Reporting-Prozess. Konsolidierte Berichte stehen dank IBM Cognos 8 Controller schneller zur Verfügung, und auch das Fehler-Risiko wird auf ein Minimum reduziert.“ sog

Info

● Facts & Figures.

- Branche: Geschäftsimmobilien
- Lösungsbedarf: Konsolidierung
- Plattform: Microsoft
- Lösung: IBM Cognos 8 Controller
- Implementierung: IBM Cognos-Partner etageeins GmbH

Mehr Infos unter:
www.eyemaxx.com
www.cognos.com

Special Innovation

Das digitale Helferlein

Bessere Zielorientierung durch Integration von Strategien, Geschäftsprozessen und Technologien.

Sonja Gerstl

Als Begriff führt Business Intelligence (BI) leicht in die Irre. Ist mit „Intelligence“ doch schließlich nicht die „Intelligenz“ gemeint, sondern die aus dem Sammeln und Aufbereiten erworbener Informationen gewonnenen Erkenntnisse. Im engeren Sinne bezeichnet BI lediglich die Methodik der Datenfassung. Erweitert fällt unter den Begriff die Gesamtheit von Management-Grundlagen wie etwa Wissensmanagement oder Customer-Relationship-Management.

Das Institut für Business Intelligence definiert den Begriff als Integration von Strategien, Prozessen und Technologien – mit dem Ziel, aus verteilten und inhomogenen Daten über Unternehmen, Markt und Konkurrenten Schlüsse hinsichtlich Potenzialen und Perspektiven zu generieren. Was die Lösungsanbieter angeht, so lässt sich beobachten, dass der Begriff BI

oftmals inflationär verwendet wird. Es mangelt also am Markt weniger an Aufklärungsarbeit, sondern an einheitlichen Begriffsdefinitionen beziehungsweise Anbietern, die unter BI auch wirklich nur adäquate Produktlösungen anbieten.

Umfassende Analyse

Hinter dem Konzept der BI steht in der Praxis meist die Automatisierung des Berichtswesens. In den Enterprise-Resource-Planning (ERP)-Systemen anfallende Unternehmensdaten werden genutzt, um unter unterschiedlichen Aspekten die Unternehmenssituation zu analysieren und entsprechende Schlüsse zu ziehen. Xerox bietet beispielsweise mit DocuShare eine kollaborative Lösung für Unternehmen mit Funktionen für Dokumentenmanagement, Prüfung, Genehmigung und Web-Publishing. Gekoppelt mit Xerox-Multifunktionsgeräten, die über eine Scan-Funktion verfügen, stellt DocuShare



Dokumentenintensive Geschäftsprozesse zu vereinfachen ist eine effiziente Methode von Business Intelligence. Foto: Bilderbox.com

eine komplette End-to-End-Dokumentenmanagement-Lösung eines renommierten Unternehmens dar. Informationen können durch den Einsatz von Xerox-Multifunktionsgeräten darüber hinaus rasch aufberei-

tet und dargestellt werden. Firmen minimieren ihren Controlling-Aufwand durch den Einsatz von BI-Systemen, senken die Kosten und können Auswertungen dynamisch und ihren Anforderungen entsprechend

gestalten. Daraus resultiert eine Produktivitätssteigerung. Ebenso wirken sich Performance und Sicherheit von geschäftsrelevanten Anwendungen auf die Prozesse aus.

Multifunktionale Geräte

Immer mehr Unternehmen aller Branchen und Größen setzen auf IT-basierte Business-Intelligence-Systeme. Xerox bietet zahlreiche Multifunktionsgeräte an, die der Business Intelligence Rechnung tragen.

Die serverbasierten Anwendungen lassen sich über das Bedienfeld des Multifunktionsgerätes aufrufen. „Durch den Einsatz innovativer Methoden ermöglicht Xerox Unternehmen, ihre dokumentenintensiven Prozesse zu vereinfachen und damit in weiterer Folge vorausschauendes Handeln und Planen zu erleichtern“, erklärt Sandra Kolleth, Director Large Accounts & Xerox Global Services Austria.

www.xerox.at

Durchblick in der Krise

Business Intelligence hilft dabei, die Ausgaben unter Kontrolle und den Markt unter Beobachtung zu halten.

Darüber, was man unter Business Intelligence (BI) konkret zu verstehen hat, lässt sich streiten. Dietmar Kotras von T-Systems hat darauf eine einfache Antwort: „Business Intelligence ist keine Technologie als solche. Es ist ein Instrumentarium, das bei Entscheidungen hilft, die richtigen zu treffen. In Unternehmen geht es doch die meiste Zeit darum, Kosten einzusparen und Wachstum zu erzielen – kurzum: die Performance zu optimieren.“

Unbegrenzt Einsatzgebiet

An sich ist alles bereits da. Datenbanken enthalten aktuelle Informationen über das operative Geschäft eines Unternehmens. Über das sogenannte Data-Warehouse können „historische“ Informationen aufgerufen werden. Darauf lassen sich „Data-Marts“ aufbauen. Das sind spezielle Datenbereiche, auf die man separat gezielt zu-



Wer immer darüber auf dem Laufenden ist, wie seine Geschäfte sich entwickeln, verliert auch in konjunkturell schwierigen Situationen nicht den Überblick. Foto: Bilderbox.com

greifen kann. Und schließlich lassen sich via „Data-Mining“ werkzeuggestützt Zusammenhänge, Muster und Cluster innerhalb bestimmter Bereiche sichtbar machen. Der Vorteil der Methode liegt auf der Hand: Business Intelligence schließt den Informationszyklus. Neue Erkenntnisse werden in laufende Geschäftsprozesse einge-

bracht – die Informationsverarbeitung erfolgt breiter und tiefer.

Dass gerade zu konjunkturellen Krisenzeiten wie diesen verstärkt zu BI gegriffen wird, kann Kotras aus der Praxis bestätigen: „Natürlich ist es gerade in angespannten Situationen sehr wichtig, Kostenpositionen und Marktpotenziale schnell zu

identifizieren. Aber ganz generell gilt: Egal ob die See rau oder ruhig ist, ein analytischer Blick auf die Unternehmenskennzahlen und -prozesse ist immer anzuraten.“ Traditionellerweise gut verankert ist Business Intelligence im Finanzdienstleistungsumfeld, also etwa bei Banken und Versicherungen. Aber auch in der industriellen Ferti-

gung und im Gesundheitssektor möchten viele mittlerweile nicht mehr auf die Vorteile von BI verzichten.

Neue Schwerpunkte

Ebenso ist feststellbar, dass Business Intelligence längst nicht mehr nur Sache von Big Playern ist. Kotras: „Die Größe eines Unternehmens spielt bei BI keine Rolle. Natürlich ist die Komplexität eine andere, aber grundsätzlich bietet BI auch kleinen und mittleren Unternehmen alle Möglichkeiten.“

Noch ein Trend kristallisiert sich für den BI-Experten von T-Systems langsam heraus. „Business Intelligence verlagert sich in den einzelnen Unternehmen zusehends von den klassischen Bereichen hin zu den operativen Fachabteilungen. Auch hier wird es immer wichtiger, stabilere Systemlandschaften zu haben.“

www.t-systems.at

Special Innovation

Peter Rass: „Der große Vorteil von Unified Communications liegt darin, dass ich mit einer einzigen Anwendung am Desktop alle Endgeräte steuern und umgekehrt mit jedem Endgerät wie Notebook oder Personal Digital Assistant alle Anwendungen nutzen kann“, erklärt der Marketing-Manager für Business IT-Services von Telekom Austria.

Gebündelte Kommunikation

Gerhard Scholz

economy: Auf welche Weise können Unified Communications (UC) die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens erhöhen?

Peter Rass: Internationale Studien belegen, dass 80 Prozent der Erstversuche für eine Kontaktaufnahme scheitern. Mit UC lassen sich die Effizienz der Kommunikationsprozesse und damit die Produktivität der Mitarbeiter steigern. UC verbessern die Qualität des Kundendienstes, weil die Erreichbarkeit der Mitarbeiter erhöht wird. Zudem können Kunden ihren individuellen Bedürfnissen entsprechend schneller beraten werden, wenn etwa über eine integrierte CRM-Datenbank Kundeninformationen und Bestellhistorien rasch eingesehen werden können.

Und wie rechnen sich UC auf der Kostenseite?



Das Management der Kommunikationskanäle am Arbeitsplatz ist mittlerweile ein eigener Arbeitsprozess, der mit Unified Communications wesentlich vereinfacht werden kann. Foto: Photos.com

Durch integrierte, IP-basierte Kommunikationslösungen sind im Vergleich zu traditionellen Kommunikationstechnologien

deutliche Einsparungen bei den Anschaffungs- und Betriebskosten möglich. Bei Unternehmen mit mehreren Standorten

kann die interne Kommunikation – also vor allem Telefonie, Instant Messaging, Audio- und Videokonferenzen – über das eigene Netz geleitet werden. Und wenn noch die mobilen Endgeräte ins eigene WLAN integriert werden, können auch die Mobilfunkgebühren reduziert werden.

Unified Communications versus Unified Messaging?

An einem modernen Arbeitsplatz werden sieben bis acht Kommunikationskanäle verwendet. Das Management dieser Kanäle ist mittlerweile ein eigener Arbeitsprozess im gesamten Arbeitsprozess. Mit Unified Messaging haben wir bereits alle asynchronen Kanäle wie E-Mail et cetera abgedeckt; UC integrieren nun auch alle synchronen, also in Echtzeit ablaufenden Prozesse wie Sprache. Zusätzlich kann durch Collaboration-Tools die Zusammenarbeit der Mitarbeiter vereinfacht, also zielgerichteter und effizienter werden, was ein zentraler Faktor ist. Weiters können Prozessanwendungen wie ERP und CRM eingebunden werden. Der Unterschied zwischen Unified Messaging und UC liegt also im Wesentlichen in der Integrationstiefe.

Wird es mit UC in Zukunft mehr oder weniger Endgeräte geben?

Wir nutzen jetzt schon sehr viele Medien, und für jede einzelne Anwendung musste man sich bisher eigens authentifizieren. Der große Vorteil von UC liegt darin, dass ich mit einer einzigen Anwendung am Desktop alle Endgeräte steuern und umgekehrt mit jedem Endgerät wie Notebook oder Personal Digital Assistant alle Anwendungen nutzen kann. Alles geht heute in Richtung höherer Mobilität. Auch Teleworker können via Internet die Vorteile von UC nutzen.

Wird in der Praxis die Komplexität der Implementierung von UC nicht oft unterschätzt?

UC integrieren und konvertieren IT und Telekommunikation, und es gibt viele Spezialisten in einem der beiden Bereiche. Klassische IT-Systemintegratoren brauchen dazu Telekommunikations-Know-how. Durch die konzerninterne Zusammenarbeit mit Mobilkom Austria können wir von Telekom Austria alles aus einer Hand anbieten. Der Vorteil für unsere Kunden ist: Sie haben nur einen Ansprechpartner, weil die Telekom Austria die Generalunternehmenschaft übernimmt; ein Faktum, das vor allem auch KMU zu schätzen wissen.

business.telekom.at

Beschleunigte Abläufe

Ein typisches Beispiel für standortübergreifende Kommunikation.

Die Spedition Frikus ist mit sieben Gesellschaften in Österreich, Deutschland, Ungarn und Slowenien international aufgestellt. Im Lauf der Firmenexpansion entstand eine heterogene Infrastruktur von Telekommunikation, Datenetzen und Anwendungen. Sie stammte von unterschiedlichen Herstellern und erforderte einen hohen Wartungsaufwand. Aufgrund der uneinheitlichen Infrastruktur war auch die interne Kommunikation zwischen den Filialstandorten teilweise umständlich und sehr zeitaufwendig.

Daher wurde Telekom Austria beauftragt, eine moderne Komplettlösung zu erarbeiten. Heute vernetzt ein zentrales IP-System alle Standorte; sämtliche mobilen Mitarbeiter sind ebenfalls in dieses System integriert. Die Verknüpfung von



Ein zentrales IP-System vernetzt alle Standorte, eine Unified-Communications-Lösung alle Mitarbeiter. Foto: Photos.com

Telekommunikation und EDV (Computer Telephony Integration oder kurz CTI) ermöglicht eine Unified-Communications-Lösung, die noch durch Collaboration-Tools ergänzt wird. Für die gesamte Kommunikationslösung gibt es mit Telekom

Austria nur einen zentralen Ansprechpartner für den Support von LAN, WAN und UC. Die so verbesserte Erreichbarkeit der Mitarbeiter hat die internen Abläufe von Frikus deutlich beschleunigt und die Produktivität messbar erhöht. *gesch*

Zur Person



Peter Rass ist Marketing-Manager für Business IT-Services & Applications bei Telekom Austria. Foto: Telekom Austria



KONICA MINOLTA

The essentials of imaging

Welcher **bizhub Typ** sind **Sie**? Und welcher **passt zu Ihnen**?



Der Kommunikationsprofi

Er übermittelt automatisch Zählerstände und bestellt Verbrauchsmaterialien. Er ist besonders anschluss-freudig und surft am liebsten im Inter- oder Intranet.

- **bizhub nach Wahl**
- **i-Option Internet-Kit**
- **erweiterte iCARE-Fernwartung**
- **USB-Anschluss**

Typberatung auf www.konicaminolta.at/bizhub





IM TEAM BIN ICH ~~VIELLEICHT~~ NOCH STÄRKER.

Im Sport wie in der Wirtschaft. Zusammen schafft man einfach mehr. Deshalb sind unsere Mitarbeiter auch echte Teamplayer, die sich als wichtiger Teil Ihres Unternehmens verstehen. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln sie maßgeschneiderte Lösungen und Strategien für nachhaltiges Wachstum. Denn Ihr Erfolg ist uns genauso wichtig wie Ihnen. Mehr Informationen erhalten Sie bei Ihrem Kundenbetreuer oder unter Firmenkunden auf www.bankaustria.at

Let's start.



Bank Austria

UniCredit Group