
IMPRESSUM: *** Gegründet Juni 1996 *** unregelmäßig erscheinendes Informationsmedium der BerufsInfoZentren Wien, BIZ 7, Neubaugasse 43, 1070 Wien Tel.: 0043/1/878 71-30299, Fax: DW 30289 Katharina.Welan@ams.at <http://www.ams.at>

Allgemeines

Ein rasanter Crashkurs für Business-Querdenker

In der globalen Wirtschaft verkommen ganze Branchen zu Karaoke-Clubs, in denen jeder das Lied des anderen nachsingt. Dabei helfen die Rezepte von gestern heute nicht mehr – nicht der Wirtschaft, nicht den Managern, nicht den Mitarbeitern. Wer keine einzigartigen Fähigkeiten entwickelt, konkurriert mit 1,3 Milliarden Chinesen.

Frech und unkonventionell halten die Managementberater Anja Förster und Peter Kreuz der deutschen Wirtschaft und ihren Akteuren den Spiegel vor: eine Langweiler AG, in der Mut, Spaß und Leidenschaft für neue Wege nur in homöopathischen Dosen vorhanden sind. Sie zeigen, was sich ändern muss, und stellen provozierendes Ideenfutter bereit, mit dem Manager, Märkte und Mitarbeiter auf Trab gebracht werden.

Anja Förster/ Peter Kreuz: „Alles, außer gewöhnlich“
Provokante Ideen für Manager, Märkte, Mitarbeiter
ca. 240 Seiten, ISBN 978-3-430-20016-5, 22,00 Euro (D); 22,70 Euro (A); 38,00 SFR
Erscheint im Econ Verlag: März 2007

(<http://www.allesaussergewoehnlich.com>, Dezember 2006)

Dienstleistungen

Querdenk-Praxis: Slate Reinigung

Ein lang gehütetes Geheimnis besagt, dass Moses vom Berg Sinai nicht nur die Zehn Gebote mitbrachte, sondern auch das weltweit geltende Grundgesetz der Chemischen Reinigungen: „Du sollst Deinen Service immer pro Kleidungsstück abrechnen!“

Und so kommt es, dass man für die Reinigung einer Hose 4,50 Euro, für den Faltenrock 5,00 Euro und den Popeline-Mantel 12,00 Euro bezahlt. Dieses ungeschriebene Branchengesetz hat die New Yorker Reinigung „Slate NYC Inc.“ erfolgreich in Frage gestellt: Dort zahlt man einen monatlichen Festpreis, ähnlich einer Flatrate und kann dafür im Monat so viele Kleidungsstücke reinigen und waschen lassen, wie das Herz begehrt. In dem monatlichen Festpreis sind folgende Services eingeschlossen:

- *Kein Stress* – Die Kleider werden von zuhause abgeholt und auch wieder dorthin geliefert. Termine können persönlich oder online vereinbart werden.

- *Kein Sortieren* – Bei Anmeldung bekommt man per Post einen Wäschesack zugeschickt, in den alles reinkommt. Für welche Stücke Kalt-, Bunt- oder Handwäsche nötig ist und welche Teile chemisch gereinigt werden, entscheiden Experten.
- *Ökologische Reinigung* – An die Fasern kommen statt dem gängigen, aber aggressiven Perchlorethylen nur biologisch abbaubare Substanzen. Das ist gut für Umwelt und Haut.
- *Rebranding* – Die sauberen Klamotten kommen in stylischer Tasche und in feines Papier gewickelt zurück, als hätte man sie eben erst gekauft. "Es scheint, wir wären ein Reinigungsunternehmen, aber in Wahrheit sind wir ein Fashion Label."

Mit seinem ungewöhnlichen Preiskonzept und den zusätzlichen Services ist Slate äußerst erfolgreich. Und das bei einem Preis von 236 USD (ca. 175 Euro) pro Monat. Da sage noch jemand, Geiz sei geil...

Vergleichen wir Slate doch einmal mit dem Service und der Innovationskraft unserer heimatischen Reinigung. Dort heißt es: „Pulli 5,00 Euro, bis maximal 18 Uhr geöffnet, frühestens am Samstag fertig, Parkplatz Ihr Problem.“ Eine fixe monatliche Pauschale von 175 Euro? Funktioniert hier nicht.

(Quellen und weiterführende Informationen: <http://www.slatenyc.com>, Beratungsletter 59, Dezember 2006, Impressum: Dr. Peter Kreuz, Im Höllengrund 10, D-69118 Heidelberg, T. +49.(0)6221.8953659, F. +49.(0)6221.8904944, [info @ business-querdenken.com](mailto:info@business-querdenken.com), www.business-querdenken.com)

Querdenk-Praxis: „die+zahnärzte“

Netter Service, Lächeltraining für die Mitarbeiter und eine blitzblanke Verkaufsstätte. Das ist alles wichtig, ist aber nicht mehr als die Eintrittskarte, die zum Mitspielen im Wettbewerb berechtigt. Erfolgreiche Business-Querdenker spannen den Bogen sehr viel weiter: Sie brechen mit Konventionen ihrer Branche und entwickeln coole neue Service-Angebote, die aufhorchen lassen, die begeistern und die ein temporäres Monopol im Markt schaffen

Der Widerstand war groß. Dass sich Zahnärzte als „Dienstleister am Patienten“ verstehen, war höchst suspekt. Was 1993 in Düsseldorf als Zweimannbetrieb anfing, ist heute ein Praxisverbund an 6 Standorten, mit mittlerweile über 20 Dentisten. Sie nennen sich „die+zahnärzte“ – und haben die Branche ganz schön aufgebohrt!

Was ist ihr Erfolgsgeheimnis? Nun, der Patient ist König! Die +Zahnärzte arbeiten in drei Schichten, von 7 Uhr morgens bis Mitternacht und das an 7 Tagen pro Woche. Keine Zeit für den Zahnarzt? Diese Ausrede funktioniert nicht mehr. Ob Sonntag früh oder Ostermontag – Termine sind samstags, an Sonn- und Feiertagen von 9-19 Uhr möglich und werktags von 7-24 Uhr. „Früher kamen fast ausschließlich Rechtsanwälte, Selbstständige, Werber oder Unternehmensberater sonntags oder um 23 Uhr in die Praxis. Heute, in Zeiten hoher Arbeitslosigkeit, wollen auch viele andere Patienten ungern während der Arbeitszeit fehlen“, sagt Praxisgründer Oliver Munks. Tendenz steigend.

Der Anspruch, einen einmaligen Service zu bieten, zeigt sich auch in der Ausstattung der Räumlichkeiten. Statt kalter Praxis mit sterilem Warteraum und abgegriffenen Zeitschriften

gibt es zeitgenössische Kunst, Relax-Zonen und Lounge-Räume. Für Kinder gibt es Piratenschiff-Wartezimmer und Behandlungsräume à la Dschungelbuch und Co.

Mittlerweile sind 34.000 Patienten in der Kartei der +Zahnärzte. Ziel ist es, sie zur Prophylaxe anzuspornen. Denn je weniger gebohrt werden muss, desto zufriedener sind die Kunden, und desto häufiger kommen sie wieder. Dieses Prinzip rechnet sich mindestens so gut wie ein schmerzvoller Eingriff alle paar Jahre. So erhöht man die Kundenbindung! Auf die "Patientenparty" kamen letztes Jahr 1.700 zufriedene Gäste.

Querdenk-Chance

Keine Idee, wie Sie Ideen für 5-Star-Service-Angebote entwickeln können? Ganz einfach: Wechseln Sie gedanklich die Branche. Was in Hotels schon lange die Norm ist, nämlich an 7 Tagen pro Woche für den Kunden da zu sein, hat bei Zahnärzten Seltenheitswert. Doch so langsam wacht die Branche auf. Ansprechende Praxiseinrichtung, Musik und freundliche Mitarbeiter findet man in den Praxen immer häufiger. Doch lange Öffnungszeiten sind immer noch die Ausnahme, obwohl diese laut Gesetz „dem Bedarf der Patienten“ angepasst werden können! Die Frage, die Sie sich dringend stellen müssen: Welchen Bedarf übersehen Sie?

(Quellen und weiterführende Informationen: <http://www.slatenyc.com>, Beratungsletter 59, Dezember 2006, Impressum: Dr. Peter Kreuz, Im Höllengrund 10, D-69118 Heidelberg, T. +49.(0)6221.8953659, F. +49.(0)6221.8904944, [info @ business-querdenken.com](mailto:info@business-querdenken.com), www.business-querdenken.com)

Naturwissenschaft/Medizin/Umwelt

Unsichtbar durch Metamaterialien

Niemand beherrscht die Kunst des „Unsichtbarmachens“ so gut wie Zauberer. Mit flinken Fingern lassen sie direkt vor unserer Nase Gegenstände verschwinden. Der Trick besteht darin, uns abzulenken und uns zu täuschen.

Ganz anders bei der Forschung. Da geht es darum, zu verhindern, dass das Auge oder ein Sensor überhaupt etwas wahrnimmt. Eine Rolle so genanntes Metamaterial ist der Stoff, aus dem die Wissenschaftler den ersten funktionierenden Tarnmantel schneiden wollen. Aufgrund seiner Zusammensetzung und der ungewöhnlichen Struktur hat es besondere optische Eigenschaften.

Vereinfacht gesagt: Dieses Material ist in der Lage, wellenförmige Strahlung, wie Funk oder Radar, um sich herum zu lenken. Für die Forscher das Grundprinzip des Unsichtbarmachens. Noch ist das Material der Tarnkappe relativ grob und deshalb nur für unsichtbare Mikrowellen geeignet. Für sichtbares Licht braucht man Material, das im Tausendstel Millimeter Bereich strukturiert ist - Zukunftsmusik.

Und so funktioniert es: Trifft Mikrowellenstrahlung auf einen Gegenstand, wird diese Großteils reflektiert. Genau das verhindert die Tarnkappe aus Metamaterial. Sie lenkt die einfallende Strahlung so um den Gegenstand herum, dass die Wellen ihren Weg wieder in gleicher Einfallrichtung fortsetzen. Tarnkappe samt Inhalt werden unsichtbar.

Sollte es gelingen, einen Tarnumhang für sichtbares Licht zu schneiden, hätte dieser einen entscheidenden Nachteil: Da das Metamaterial alles Licht um den Mantel herumlenkt, gelangt auch keines in die Augen. Die Person im Inneren wäre zwar unsichtbar - aber auch blind. Auch an der Montanuniversität Leoben schneidert man mit Hochdruck an einem Tarnumhang. Er besteht aus Keramik-Stäbchen, die nach einem ganz speziellen Muster angeordnet sind. Verändert man die Anordnung dieser Stäbchen, bekommt das Material völlig neue optische Eigenschaften. Welche, das untersuchen die Forscher in Experimenten unter Mikrowellenstrahlung. Wie man die Stäbchen anordnen muss, damit sie das Licht um ein Objekt herumlenken, das versuchen die Forscher jetzt herauszufinden. Sie haben es zwar schon geschafft, die Strahlung um Ecken und Kanten zu lenken - allerdings gelingt es ihnen noch nicht, sie hinter einem Objekt zusammenzuführen

Auf Kameras und Projektionen setzen Wissenschaftler des US Militärs, um Soldaten samt Ausrüstung unsichtbar zu machen. Über digitale Kameras wollen sie das Umfeld der Soldaten aufnehmen und die Bilder anschließend auf Uniformen oder Fahrzeuge projizieren. Die Menschen würden zu einer Art mobiler Leinwand, die von ihrer Umgebung kaum zu unterscheiden wäre.

Die Idee für den Tarnanzug stammt von einem Computertrick. Eine Webcam erfasst den verborgenen Bereich hinterm Rücken und überträgt die Bilder auf einen Laptop. Für das Gegenüber entsteht der Eindruck, der vom Bildschirm verdeckte Teil des Körpers wäre unsichtbar. Noch kämpfen die Forscher mit technischen Problemen. Der mobile Unsichtbarkeitsanzug muss ein 360° Bild seiner Umgebung liefern und darf keine Schatten werfen.

Kein Tarnanzug, sondern eine Tarnbeschichtung und eine ganz besondere Form machen den B2 Stealth Tarnkappenbomber für feindliche Radare nahezu unsichtbar. Durch die geometrische Gestalt wird die auftreffende Radarstrahlung nicht an den Sender zurück, sondern in alle Himmelsrichtungen gestreut. Eine spezielle Beschichtung aus Eisen und Ferrit absorbiert sogar einen Teil der Strahlung. Unsichtbar wird der Bomber dadurch nicht: Sein Radarbild ist nur stark verkleinert - vergleichbar dem eines Vogels. Die Tarnkappentechnik lässt sich allerdings auch austricksen. Man braucht nur ein paar Radargeräte mehr – und schon lässt sich der Flieger anhand der abgelenkten Signale orten.

Einige Tierarten haben die Fähigkeit sich „unsichtbar“ zu machen, nahezu perfektioniert: Droht Gefahr, wechseln sie blitzschnell die Farbe. Dieses wandelnde Blatt vertraut auf einen permanenten Tarnanzug. Sogar die Struktur der Blätter hat es kopiert. Dass, was die Natur in Millionen Jahren Evolution geschafft hat, versucht der Mensch jetzt mit Technik und Tricks nachzumachen.

(<http://tv.orf.at/groups/magazin/pool/newtontarnkappe>, 19.11.2006)

Die Chemie des menschlichen Geruches

Online-Publikation im Journal of the Royal Society Interface

Man nimmt seit langem an, dass jeder Mensch ähnlich seinem Fingerabdruck auch seinen individuellen Körpergeruch hat. Dustin J. Penn vom Konrad-Lorenz-Institut für Vergleichende Verhaltensforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW) führte eine internationale, interdisziplinäre Studie mit Verhaltensbiologen, Genetikern, Chemikern, Mikrobiologen und Statistikern durch, um diese Hypothese zu testen.

Über einen Zeitraum von mehreren Wochen wurden Achselschweißproben von beinahe 200 Personen in einem Dorf in den österreichischen Alpen entnommen und diese auf ihre chemischen Bestandteile analysiert. Unter der enormen Anzahl von flüchtigen Komponenten in den Geruchsprouben fanden die Wissenschaftler Komponenten, die individuelle und geschlechtspezifische Geruchsprofile ergaben, und sie konnten einen Teil dieser Komponenten bereits chemisch identifizieren.

„Unseres Wissens ist dies die bisher größte Langzeitstudie über die Chemie des menschlichen Geruches. Die Ergebnisse dieser Studie tragen zum besseren Verständnis der chemischen Kommunikation und der genetischen und mikrobiellen Einflüsse auf den individuellen Geruch bei. Auf dieses Grundlagenwissen aufbauend könnten elektronische Sensoren 'E-Nasen' für biometrische Auswertungen, für die Gerichtsmedizin und für die Diagnose von Krankheiten entwickelt werden“, fasst Dustin Penn zusammen.

Die Ergebnisse der Studie veröffentlichten die Autor(inn)en im Journal of the Royal Society Interface online: Online-Publikation: Individual and gender fingerprints in human body odour. Dustin J. Penn, Elisabeth Oberzaucher, Karl Grammer, Gottfried Fischer, Helena A. Soini, Donald Wiesler, Milos V. Novotny, Sarah J. Dixon, Yun Xu and Richard G. Brereton. Journal of the Royal Society Interface, online veröffentlicht am 29. November 2006.

(Kontakt: Alexandra Katzer, Konrad-Lorenz-Institut für Vergleichende Verhaltensforschung, Österreichische Akademie der Wissenschaften, Savoyenstrasse 1A, 1160 Wien, T +43 1 51581-2734, Katzer@klivvv.oeaw.ac.at)

Management/Marketing

Die wichtigsten Regeln für Netzwerker

Was Sie tun sollten:

- *Qualität statt Quantität:* Wer sich an ein Netzwerk bindet, sollte es zuerst gründlich überprüfen – wo sitzen die für mich interessanten Menschen, wo fühle ich mich wohl, kann mich gut einbringen und profitieren?
- *Initiative:* Von Netzwerken profitiert nur, wer sich auch aktiv einbringt – Netzwerk-Mitglied bedeutet also auch Arbeit.
- *Eigenwerbung:* Marketing für sich selbst betreiben ist in Ordnung, solange man auch wirklich etwas zu bieten hat.
- *Vielfältig bleiben:* Erweitern Sie Ihren Horizont: Pflegen Sie auch Kontakte über die eigene Branche hinaus.
- *Fokus:* Konzentrieren Sie Ihre Energien auf wenige, für Sie wichtige Personen.
- *Privatheit:* Planen Sie statt einem Clubabend auch einmal ein privates Abendessen mit einem wichtigen Kontakt ein.
- *Frauenpower:* Männer haben hundert Jahre Vorsprung an Netzwerkerfahrung – Frauen müssen sich erst daran gewöhnen, anderen die Steigbügel zu halten.

Was Sie nicht tun sollten:

- *Masse statt Klasse:* In 70 verschiedenen Clubs Mitglied zu sein, aber niemand wirklich zu kennen, bringt gar nichts.

- *Kontaktschnorrerei*: Nur aufgrund einer Netzwerkmitgliedschaft hat man noch kein Vorrecht auf bestimmte Leistungen und sollte das auch nicht selbstverständlich sehen.
- *Falsche Versprechungen*: Organisatorische Aufgaben übernehmen, für die man eigentlich keine Zeit hat, ist nicht ratsam. Man sollte nur aktives Mitglied werden, wenn man wirklich Zeit investieren kann und möchte.
- *Zeit vergeuden*: Sich zu jedem Clubabend quälen und private Netzwerke vernachlässigen bringt nichts.
- *Passivität*: Gute Netzwerker halten die Balance zwischen Geben und Nehmen.

(Kurier, 9.11.2006, Karrieren-Teil)

Veränderung im Unternehmen: Was sagen die Mitarbeiter dazu?

Viele Veränderungsprojekte verlaufen im Sande oder erreichen nicht die gewünschte Wirkung. Ein wichtiger Grund: Die Mitarbeiter machen nicht mit oder wehren sich sogar aktiv gegen die Veränderung. Experten kritisieren deshalb den so genannten Top-Down-Ansatz, nach dem alle Veränderungsimpulse ausschließlich von der Geschäftsleitung ausgehen.

Sie verweisen auf den Bottom-Up-Ansatz, bei dem die Mitarbeiter aktiv eingebunden und die Veränderung mitgestalten können - und müssen. Kurt Spiess, Professor an der School of Management in Winterthur, hat in einer umfassenden Studie untersucht, welche Potenziale verloren gehen, wenn die Mitarbeiter nicht in die Veränderungsprojekte eingebunden werden. In der Zeitschrift OrganisationsEntwicklung (1/2006) berichtet über die Ergebnisse.

Seine Erkenntnis: Mitarbeiter stellen sich dem Wandel mit viel praktischem Sachverstand und Vernunft. Sie entwickeln in ihrem Umfeld konkrete und praktikable Lösungen zur Umsetzung der Veränderung. Dazu einige Originaltöne von Mitarbeitern aus Veränderungsprojekten:

- „Wir sind bereit und interessiert, unser Know-how mit einzubringen. Es findet aber kein Dialog statt und wir bekommen immer nur die fertigen Ergebnisse geliefert.“
- „Wenn man es heute betrachtet, sind die Befürchtungen nicht eingetreten. Aber damals wusste man das nicht.“
- „Wenn jemand dabei ist, der positiv eingestellt ist, überträgt sich das - es ist ansteckend.“
- „Wenn man lange an einem Ort ist und viele Leute kennt, verliert man bei einer Veränderung sein angestammtes und vertrautes Revier ... Es geht nicht um Privilegien, es sind vielmehr gut eingespielte Schaltstellen und Abläufe.“

Wenn es zu Ablehnung, Überforderung oder Angst kommt, sind das oft individuelle Problemfälle, die vom Management aber nicht gelöst werden. Sie werden nicht erkannt oder schwelen im Hintergrund einfach weiter. In jedem Fall belasten sie den Veränderungsprozess. Aus seinen Untersuchungen leitet Kurt Spiess ab, dass die Mitarbeiter einen entscheidenden Beitrag dazu leisten, dass Veränderungen gelingen. Voraussetzung ist: Man nimmt sie ernst und bezieht sie aktiv in die Gestaltung ein. Besonders wichtig sei, dass die Führung ihre Absichten und Ziele klar formuliert, dialogbereit ist und direkt mit den Mitarbeitern spricht.

Informieren ist dabei nicht nur die Weitergabe von Information zu einem Sachverhalt, sondern ein sozialer Prozess. Und diese brauchen immer Zeit. Während das Management schon über die zukünftigen Schritte nachdenkt, stecken die Mitarbeiter noch mitten in der

Umsetzung, die sie erst einmal bewältigen müssen. Dazu Spiess: „Veränderungen sind Alltag unter erschwerten Bedingungen.“

(Link und weitere Informationen: Hintergründe zum Forschungsprojekt <http://www.ivm-zh.ch/mitarbeiter>)

(Newsletter Business-Wissen 172/2006, Herausgeber: Dr. Jürgen Fleig, b-wise GmbH, Business Wissen Information Service, Stephanienstr.20, 76133 Karlsruhe, Telefon ++49 (0)721 1 83 97 10, Telefax ++49 (0)721 1 83 97 27, Mail: info@b-wise.de, Internet: <http://www.business-wissen.de>)

Sonstiges

Outsourcing von Forschungs- und Entwicklungsaufgaben

Im Bereich industrieller Forschung und Entwicklung (F+E) ist zu beobachten, dass zunehmend F+E-Arbeiten an Externe outgesourct werden - derzeit etwa in der Chemie- und Pharmabranche bereits besonders erfolgreich. Diese Entwicklung ist auch für andere Branchen und für nichtkommerzielle Forschungsorganisationen denkbar. Im Rahmen der „Innovations- und Technikanalyse“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung wird das IZT die Chancen und Risiken dieses sich abzeichnenden Trends in Wirtschaft und Wissenschaft untersuchen. Vollständiger Titel des Projektes: „F+E-Outsourcing - Innovationschance oder Risiko? Explorative Untersuchung eines neuen Trends im Innovations- und Forschungssystem“.

Kontakt: Dr. Robert Gaßner, E-Mail: r.gassner@izt.de, Tel. +49-30-803088-41
http://www.izt.de/projekte/laufende_projekte/fe-outsourcing.html

(IZT - Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, Barbara Debus, Schopenhauerstr. 26, 14129 Berlin, b.debus@izt.de, <http://www.izt.de>, Newsletter vom 21.10.12006)

„Generation Chips“ - neuer Begriff zur Fettsucht

Die „Generation Chips“ ist die Generation, die kränker sein wird als die früheren Generationen und früher sterben wird als ihre Eltern. Den Begriff „Generation Chips“ schuf Edmund Fröhlich, Geschäftsführer der medinet Spessart-Klinik Bad Orb in Anspielung auf die fatale Mischung „ungesundes Essen“ (KartoffelCHIPS) plus „Computerspiele“ (MikroCHIPS).

Dabei gehe es nicht darum, Kindern beide Genüsse rigoros zu verbieten, sondern einen verantwortlichen Umgang zu lernen, so Fröhlich. Er warnt vielmehr vor der „katastrophalen“ demografischen Entwicklung, die uns in den nächsten Jahrzehnten angesichts der Menge der dicken Kinder, die dann noch dickere Erwachsene werden, bevorsteht.

Nach Einschätzung der deutschen Adipositasgesellschaft sollten bereits heute ein Drittel der erwachsenen Bundesbürger aus medizinischen Gründen abnehmen, weil sie deutlich übergewichtig sind. Wie wird sich dieser Anteil erst noch erhöhen, wenn die „Generation Chips“, bei denen bereits 10% als adipös gelten, erst voll im Erwachsenenalter steht.

Die Betroffenen - es handelt sich um die Altersgruppe der Mitte der 80er (und später) Geborenen - erkranken früher an den Gelenken (aufgrund der schweren Last), belasten den Kreislauf durch mangelnde Bewegung, haben oft „Alterszucker“ und leiden unter sozialer Ausgrenzung, die kontinuierlich in die für das Gesundheitssystem sehr kostspieligen psychosomatischen Erkrankungen überleitet. Zudem haben sie eher Schwierigkeiten beim Lernen und angesichts des unattraktiven Äußeren schlechtere Chancen auf dem Arbeitsmarkt.

(<http://www.gesundheitswirtschaft.info/content/view/2254/51>, 20.11.2006 Quelle: Spessart-Klinik Bad Orb GmbH)

Die Millenials kommen!

Nach Babyboomer und der Generation X drängen jetzt die Millenials auf den Arbeitsmarkt - Ein Kulturschock wird prophezeit.

In der Vorwoche hat eine [Forrester](#)-Studie Angst und Schrecken verbreitet: „Die Millennials kommen“ heißt sie und sagt, dass die Millennials (geboren zwischen 1980 und 1990) – also rund 51 Millionen Menschen in Europa – jetzt auf den Arbeitsmarkt drängen. Und zwar total vernetzt, mit der Technik sozusagen im Blut und diese von Firmen auch beanspruchend.

Da wird quasi ein Kulturschock prophezeit: Die Generation X (geboren zwischen 1960 und 1980) und die Babyboomer (geboren zwischen 1945 und 1960), beide nicht digitalisiert aufgewachsen, im Widerspruch zu den Millennials. Darauf seien die europäischen Unternehmen IT-mäßig (Webcasts, Blogs, Podcasts) nicht vorbereitet, so die Warnung.

Zum Glück ist das Bild nicht so homogen: Blogger, die ihre Jobs an den Nagel gehängt haben, um eben von ihren Blogs zu leben (das können sie, weil sie 50.000 Leser pro Tag haben und Unternehmen sich dort ums Inserieren reißen), sind großteils vor 1960 geboren. Und: WWW ist ja schließlich auch eine „Erfindung“ der Babyboomer.

Die Millennials, unter Psychologen gern auch „Generation Praktikum“ oder „Ichlinge“ genannt, bringt für Unternehmen allerdings noch viel größere Herausforderungen. Da sie intensive Ich-Beziehung betreiben und nach stimmigem Leben streben (im Gegensatz zu den Generationen vor ihnen, von denen sie volle Konzentration auf Job und Karriere gesehen haben), verlangen sie von Unternehmenskulturen viel mehr als Digitalisierung. Nämlich echte Chance auf Work-Life-Balance. Gleichzeitig sind sie, anders als Babyboomer und Generation X, auf ein Leben in Intervallen längst eingerichtet. Einer vermeintlichen Sicherheit und Langfristplanung opfern sie ihre Lebensansprüche nicht.

(Der Standard, Printausgabe 2./3.12.2006)

Studie zeigt: Erfolg liegt in der Familie

Ob man als Draufgänger durch's Leben geht oder Wagnisse eher scheut, hat viel mit dem eigenen Stammbaum zu tun. Das zeigt eine aktuelle Studie des Instituts zur Zukunft der Arbeit (IZA) und der Universität Bonn. Demnach haben risikofreudige Eltern im Durchschnitt risikobereitere Kinder. Auch die Bereitschaft, seinen Mitmenschen zu vertrauen, wird offenbar „vererbt“.

Die Ergebnisse bieten einen neuen Erklärungsansatz dafür, warum Kinder erfolgreicher Eltern es häufig ebenfalls weit bringen: Jede ökonomische Entscheidung beinhaltet Risiken; jedes Geschäft ist zu einem Teil Vertrauenssache. Die ererbten Charaktereigenschaften könnten daher mit entscheidend für ökonomischen Erfolg sein, spekulieren die Forscher.

Die Wissenschaftler nutzten Daten des so genannten „sozioökonomischen Panels“ aus den Jahren 2003 und 2004. Darin waren unter anderem 3.600 Eltern mit ihren Kindern interviewt worden. Im Durchschnitt waren die befragten Kinder 25 Jahre alt; über 40 Prozent lebten nicht mehr bei Vater und Mutter.

Jedes Familienmitglied sollte seine Risikobereitschaft auf einer Skala von 0 (= gar nicht risikobereit) bis 10 (= sehr risikofreudig) abschätzen. Sie sollten diese Angabe zudem nach den Sparten Autofahren, finanzielle Angelegenheiten, Sport, Freizeit, Karriere und Gesundheit differenzieren. „In puncto Risikofreude ähneln Kinder ihren Eltern frappierend“, fasst der Bonner Ökonomie-Professor Dr. Armin Falk die Ergebnisse zusammen. „Das gilt nicht nur für die allgemeine Einschätzung, sondern auch für die verschiedenen Sparten: Es gibt ja beispielsweise Menschen, denen beim Skifahren keine Buckelpiste zu steil ist, die ihr Geld aber ganz sicher in Bundesschatzbriefen anlegen. Dasselbe Risikoprofil findet sich oft auch bei ihren Kindern.“

Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm

Ähnlich sieht es mit der Bereitschaft aus, seinen Mitmenschen zu vertrauen: Auch hier fällt der Apfel nicht weit vom Stamm. „Natürlich basieren unsere Resultate auf einer Umfrage“, relativiert Falk, der die Studie zusammen mit seinen IZA-Kollegen Dr. Thomas Dohmen, Dr. David Huffman und Dr. Uwe Sunde durchgeführt hat. Falk selbst ist IZA-Forschungsdirektor und leitet an der Bonner Universität das Labor für experimentelle Wirtschaftsforschung. „Unsere Experimente der letzten Jahre haben jedoch gezeigt, dass sich die Selbsteinschätzungen sehr gut mit den tatsächlichen Charakter-Eigenschaften decken.“

Eine andere Spruchweisheit konnten die Forscher als Mythos entlarven: Den Umfragedaten nach ziehen sich Gegensätze nicht an - stattdessen haben risikofreudige Frauen meist auch risikofreudige Ehemänner. Auch in puncto „Vertrauen“ gleichen sich Ehepartner in der Regel - selbst dann, wenn sie erst vor kurzem geheiratet haben. „Bei der Partnerwahl scheinen wir darauf zu achten, dass uns der Erwählte möglichst ähnelt“, interpretiert Falk die Ergebnisse.

Eltern prägen den Charakter ihrer Sprösslinge, die wiederum bevorzugt einen Lebenspartner wählen, der ihnen ähnelt: Diese beiden Effekte könnten dazu beitragen, dass sich Einstellungen wie Risikobereitschaft oder Vertrauen über Generationen hinweg „vererben“. Gleichzeitig sind diese Charaktereigenschaften wohl mit ausschlaggebend für den wirtschaftlichen Erfolg. „Jede ökonomische Entscheidung ist riskant - ob es nun darum geht, Aktien zu kaufen, ein Haus zu bauen oder auch nur ein Studium aufzunehmen“, betont Armin Falk. „Auf der anderen Seite hat Geschäftserfolg auch mit der richtigen Portion Vertrauen zu tun.“

Einmal Unterschicht, immer Unterschicht?

Vielleicht bietet das einen zusätzlichen Erklärungsansatz, warum Clans wie die Kennedys oder die Krupp-Familie über Generationen hinweg Erfolg haben. „Wenn Kinder ihren Eltern in puncto Risikofreude und Vertrauen ähneln, dann werden sie sich auch in ökonomischen Fragen häufig ähnlich entscheiden wie diese“, sagt der Wissenschaftler. „Wer aus einer reichen Familie stammt, hat aber natürlich auch einfach bessere Chancen im Leben.“ Umgekehrt könnte der „Vererbungs-Effekt“ auch die Zugehörigkeit zur viel zitierten „Unterschicht“ zementieren.

Der Zürcher Ökonom Professor Dr. Ernst Fehr hat kürzlich mit demselben Fragensatz wie Falk die Risikobereitschaft von US-Amerikanern und Deutschen verglichen. Die Befragten jenseits des großen Teichs kamen dabei auf einen Durchschnittswert von 5,6 - die Deutschen sind mit 4,4 deutlich vorsichtiger. „Die USA sind ein traditionelles Einwanderungsland“, sagt Falk. „Wahrscheinlich neigen gerade risikofreudige Menschen zur Emigration - zumindest gibt es Studien, die in diese Richtung deuten. Dazu kommen unsere Resultate, nach denen sich Risikobereitschaft auf irgendeine Weise 'vererbt'. Damit wird dieser Unterschied vielleicht erklärlich.“

(<http://www.gesundheitswirtschaft.info/content/view/2279/2/>, 29.11.2006 Quelle: Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn)

ZukunftsFaktor im Fokus: „Logistik- und Verkehrsinnovationen“

Wachsender Warenfluss, die zunehmende Verkehrsdichte und höhere Ansprüche der Verbraucher an den Lieferservice stellen logistische Prozesse immer wieder vor neue Herausforderungen. Navigationssysteme, Verkehrstelematik, bessere Auslastung der Transportmittel und die Herstellung von Systemkonvergenz zwischen den verschiedenen Verkehrsträgern auf Schiene, Straße, Wasser und in der Luft sind wichtige Entwicklungsgebiete der Telematik. In der Telematik werden die Technologiebereiche Telekommunikation und Informatik zusammengeführt. Verkehrstelematik wird dabei als Spezialgebiet verstanden. Neben den technischen Lösungen sind die Logistikprozesse der Unternehmen als solche ein Innovationsfeld der Zukunft. Als strategischer Wettbewerbsfaktor wie auch als Kostenfaktor gewinnt Logistik stark an Bedeutung.

Aktuelle Entwicklung

- Verkehrssteuerung durch Mautsysteme
Laut Untersuchungen der University of Texas at Austin können durch nachfrageabhängige Mautsysteme Straßensysteme besser ausgelastet und Staus vermieden werden. Die Fahrzeuge werden dabei mittels RFID oder GPS überwacht. Die Mautgebühren bestimmen sich nach Uhrzeit und Straßenabschnitt, wobei Fahrten auf Nadelöhr-Strecken und in der Hauptzeit teurer sind. Aufgrund dieser Preisgestaltung verteilt sich das Verkehrsaufkommen besser und die durchschnittlichen Reisegeschwindigkeiten werden deutlich erhöht.
- Autonome Fahrzeuge:
Laut Hermann Rohling, Professor an der Technischen Universität Hamburg-Harburg (TUHH), sind völlig selbstständig fahrende Kraftfahrzeuge in Zukunft denkbar. Erste Entwicklungen in diese Richtung sind automatische Einparkhilfen, Abstandssensoren und automatische Bremssysteme, die bereits heute in Fahrzeugen der Oberklasse integriert sind.
Seit 01.01.2006 unterhält die Deutsche Forschungsgemeinschaft einen Sonderforschungsbereich zur Kognition in technischen Systemen. „Langfristig geht es darum, Automobile zu entwickeln, die in der Lage sind, ihre Umgebung wahrzunehmen, zu verstehen und auf Basis dessen sinnvolle Handlungen zu setzen. Damit könnten Gefahrensituationen unabhängig von der Reaktionsfähigkeit des Fahrers bewältigt und Unfälle vermieden werden.“ erklärt Christoph Stiller, Sprecher des Bereichs. Das Projekt ist auf zwölf Jahre anberaumt.

- **Vollautomatischer öffentlicher Verkehr:**
Im Rahmen des EU-Projekts CityMobil (eine Fortsetzung des Stardust-Projekts) soll die Realisierung neuartiger öffentlicher Verkehrsmittel erreicht werden. In Pilotprojekten werden vollautomatische Personentransportsysteme am Heathrow Airport, in einem neuen Exhibition Center in Rom sowie in der spanischen Stadt Castellón errichtet. In fünf Jahren wird an diesen Standorten ein voll funktionsfähiges automatisches Transportsystem errichtet sein.
- **Erste fahrerlose U-Bahnen:**
Die erste fahrerlose U-Bahn in Deutschland wird voraussichtlich in Nürnberg fahren. Nachdem der Starttermin für September 2006 wegen Verzögerungen bei den Tests verschoben werden musste, ist man nun zuversichtlich die vollautomatische Bahn bis zum Frühjahr 2008 im Einsatz zu haben. Auch unter der ungarischen Hauptstadt Budapest wird ab 2010 eine fahrerlose U-Bahn rollen. In der dann neu eröffneten Metrolinie 4 wird durch moderne Leit- und Sicherheitstechnik der fahrerlose Betrieb möglich sein. Höchstgeschwindigkeiten von 80 km/h und Taktungen von 90 Sekunden werden erreicht.
- **AutoTram**
Die AutoTram kombiniert die Vorzüge von Bus- und Bahnsystemen im öffentlichen Verkehr. Sie ist ein straßengebundenes, modulares Großraumverkehrssystem. Die Kosten der AutoTram liegen etwa 30 bis 50 Prozent unter denen klassischer Bahnsysteme.
- **Doppelstock-Transrapid**
IAT (Innovative Access Team NRW) hat ein weiterentwickeltes Transrapidsystem vorgestellt. Durch doppelstöckige Nutzung der Trassen kann so Gegenverkehr auf „eintrassigen“ Strecken ermöglicht werden. Investitionskosten für Transrapidsysteme sollen so deutlich gesenkt werden.
- **Leise, sparsame Flugzeuge ab 2030**
Die Silant Aircraft Initiative will bis 2030 einen neuartigen Jet entwickeln, der deutlich weniger Treibstoff verbraucht und bei Start, Landung und im Flugbetrieb wesentlich weniger Lärmbelästigung verursacht. Die Lärmbelastung des SAX-40 soll für Anwohner nur noch mit der einer Waschmaschine vergleichbar sein. Die Geplante Treibstoffeinsparung liegt bei 35%.
- **Nurflüger als Zukunftskonzept**
Das Konzept des Nurflüglers kursiert unter Flugzeugbauern bereits seit dem Beginn der Luftfahrt. Bisher wurde er nur im militärischen Bereich umgesetzt (B2-Bomber). Nurflügler sollen gegenüber klassischen Flugzeugmodellen deutliche Effizienzvorteile haben. Viele Fragen sind jedoch noch offen (z.B. im Bereich der Flugstabilität). Experten rechnen mit marktreifen Nurflügler-Konzepten frühestens in 30 Jahren.

(Quellenhinweise: http://www.futuremanagementgroup.com/kbase/im_fokus14.php,
November 2006)