

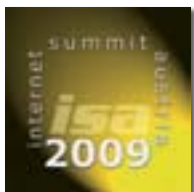
n.r. 3 | oktober 2009 | Verlag postamt 1090 | ZINr.:GZ02Z034311 | P.b.b.



teamgeist

Inhalt

- 3** „Wir sind Internet“, weil...
- 4** Kultur-Flatrate statt digitaler Todesstrafe
- 8** Paradigmenwechsel am digitalen Markt
- 15** Coolhunting durch Schwarmkreativität
- 19** Virtuelles Leben - wie real sind soziale Netze?
- 20** Vom Hype zum Business!
- 22** Internet als Motor für Innovationen



Editorial

Von Andreas Wildberger

Es ist oft von Umbrüchen die Rede, die das Internet mit sich bringt, Umbrüche durch die Vernetzung, durch den Zugang zu Information, Wissen und wirtschaftlichen Ressourcen. Es geht auch um sehr dynamische gesellschaft-

Teamgeist

liche Veränderungen, im soziologischen, politischen Sinn, das Netz wird zum Topos, der Menschen zu scheinbar oberflächlichen Freundeskreisen verbindet, der aber auch ein „Zoon politikon 2.0“ ermöglicht, wie etwa die Petition der Deutschen Franziska Heine gegen Zugangssperren bzw. Webfiltering gezeigt hat.

Wir sind gefordert, aus diesem amorphen Etwas die Chancen herauszuarbeiten, sie allen zugänglich zu machen und gleichzeitig die Risiken zu minimieren. Diese Risiken ziehen – wie so oft – vielfach unwillkürlich den Ruf nach „Ordnung und Sicherheit“ nach sich, hierfür gibt es unterschiedliche Ansatzpunkte, von extremer Reglementierung à la Inquisition bis hin zum vollkommenen Laissez-faire.

Wie geht es wirklich?

Der berühmte „Weg der Mitte“? Ich glaube, wir müssen uns lösen vom „einen Weg“ – an zu vielen rechtlichen, wirtschaftlichen, technischen Parametern, Rädchen gilt es zu drehen.... so wie WIR das Internet sind, sind WIR es, die sich diesem Diskurs nicht nur stellen, sondern ihn auch aktiv betreiben, VORANTreiben müssen. „Von alleine“ geschieht im besten Fall „nichts“, im schlechtesten Fall das „Falsche“. Die zugegebenermaßen etwas fromme, aber eben IDEALLinie muss lauten: Teamgeist und nicht stures Durchboxen von Interessen.

Als ISPA, als Verband der Internet-Betreiber, der Internet-Service-Anbieter in Österreich, wollen wir nicht nur Dienste um die Infrastruktur im weitesten Sinn bereitstellen, sondern auch Teamgeist-widerspiegelnde Plattform für diesen Diskurs sein!

Unser Angebot diesmal: Tauchen Sie mit dieser ISPA-News Ausgabe ein in die Nachlese zum Internet Summit Austria! Besuchen Sie auch <http://www.youtube.com/internetsummit>, wo wir uns freuen, Ihnen alle Beiträge des Internet Summit Austria als Video zur Verfügung zu stellen!

Wenn der Titel des diesjährigen Internet Summits Austria „Wir sind Internet!“ lautete, dann wird damit auch deutlich – und das wurde auch in den Keynote Vorträgen und den Podiumsdiskussionen bestätigt – dass wir auch gemeinsam für dieses Netz verantwortlich sind.

Das Internet ist ein von Menschen geschaffenes Netz, das wie im letzten Jahr beim Thema e-Inclusion gezeigt Chancen der Integration bietet, ein Netz, das den wirtschaftlichen und vor allem auch den gesellschaftlichen Horizont erweitert.

„Wir sind Internet“, weil...



ISPA Präsident Andreas Koman verdeutlicht in seiner Begrüßung des 5. Internet Summit Austria das große Potential des Internets und erklärt warum „wir das Internet sind“.



Andreas Koman

Von Bernadette Natter

Das Internet hat einen bedeutenden Stellenwert in unserem wirtschaftlichen und sozialen Leben eingenommen und hält auch für die Zukunft ein großes Potential an neuen Möglichkeiten bereit. Andreas Koman zitierte in diesem Zusammenhang eine Studie nach der 66% der Österreicherinnen und Österreicher das Internet regelmäßig nutzen und davon 48% bereits täglich. Österreich ist auf Platz 9 und somit über dem europäischen Durchschnitt der EU27. Eine zentrale Bedeutung hat die intensive Nutzung der 16-24-jährigen, da diese Generation für die Gestaltung der digitalen Wirtschaft von morgen verantwortlich sein wird.

Der Titel „Wir sind Internet!“ verweist auch auf die zahlreichen Bereicherungen für das private Leben, die das Internet mit sich

bringen: Nutzerinnen und Nutzer bedienen sich vorzugsweise dieses Mediums um sich schnell und unkompliziert zu informieren und um sich weiterzubilden, aber auch um Beziehungen zu pflegen und neue Leute kennenzulernen.

Die intensive Nutzung der Internettechnologie hat einen gesellschaftlichen Umbruch herbeigeführt, der natürlich auch Risiken birgt, desto wichtiger ist die Klarstellung, dass es ein Netz ohne Gesetz nicht geben kann. Eine besondere Herausforderung in diesem Zusammenhang ist die Anpassung der Gesetze an die technischen Gegebenheiten und Entwicklungen – sie also „internetfit“ machen – und gleichzeitig die internationalen Kooperationen zu verstärken, wo es darum geht Kriminalität zu bekämpfen.

Die wachsende Beliebtheit Inhalte, wie beispielsweise Musik oder Filme, herunterzuladen ohne dafür zu bezahlen, ist ein klares Zeichen für fehlende kreative Lösungsansätze um ein breites Potential an wirtschaftlichen Möglichkeiten zu nutzen. Gefragt sind neue Konzepte, die sich an dem Verhalten der Nutzerinnen und Nutzer orientieren und gleichzeitig die Bedürfnisse der Kreativen berücksichtigen.

„Wir sind Internet“ steht aber auch für die Internet Service Provider, die den täglichen Zugang zum Internet schaffen. Um dies auch in Zukunft zu gewährleisten, wird sich die ISPA weiterhin für die Gestaltung der Gesetze und Rahmenbedingungen einsetzen, die es auch Klein- und Mittelbetrieben ermöglichen, wirtschaftlich zu bestehen! ◆



Der fünfte Internet Summit Austria der ISPA fand heuer mit rund 250 Teilnehmerinnen und Teilnehmern in der Österreichischen Akademie der Wissenschaften statt.





Justizministerin Claudia Bandion-Ortner

Lösungen gesucht

Von Bernadette Natter

In ihrer Eröffnungsrede verwies Justizministerin Claudia Bandion-Ortner auf die vielen offenen Fragen des Urheberrechts, Datenschutzes und Kriminalität, die es zu beantworten gilt. Auch wenn „Kultur für Jedermann“ durchaus zu befürworten sei, gelte der Schutz des Urheberrechts als eine der größten Herausforderung der Rechts- und Wirtschaftsordnung. Die Wahrung des Datenschutzes wird von ihr ebenso als besonders wichtig erachtet. Insbesondere in Hinblick auf die im nächsten Jahr geplante Umsetzung der umstrittenen Richtlinie zur Vorratsdatenspeicherung, an dessen Definition zurzeit im BM für Justiz gearbeitet wird. Der Zweck dieser sogenannten Data Retention ist, die gespeicherten Daten zur Bekämpfung von Kriminalität verwenden zu können. Besondere Sorge bereite ihr in diesem Zusammenhang der Bereich Kinderpornografie im Internet. Das laufende Pilotprojekt in Deutschland – Sperrung von Internetseiten – werde zurzeit daher vom BMJ genau beobachtet mit der Absicht Lösungen zu finden, die das Übel an der Wurzel packen.

Die abschließenden Worte galten dem Dank an die ISPA, die sich diesen wichtigen Themen angenommen hat.

Keynote:

Kultur-Flatrate statt

Das Internet steht vor zahlreichen Herausforderungen. Zugang zu den Informations- und Kommunikationserrungenschaften für die vier Milliarden Menschen, die noch nicht ‚drin‘ sind, ist sicher eine der wichtigsten.

Die Gefährdung dieser offenen Infrastruktur durch Botnetze, Denial-of-Service-Angriffe und Spam gehört dazu, ebenso wie der Netzausbau und die Migration zu IPv6. Relativ neu in Europa ist das Thema Netzneutralität. Die US-Regulierungsbehörde Federal Communications Commission (FCC) definiert sie als einen Netzbetrieb, der nicht gegen Inhalte, Anwendungen, Dienste oder Geräte diskriminiert. Der Vorsitzende der FCC hat kürzlich ein leidenschaftliches Plädoyer für den Erhalt eines freien und offenen Internet als Plattform für Kreativität, Innovation und wirtschaftliches Wachstum gehalten. Die größte Gefahr für die Netzneutralität geht von einer Technologie namens Deep Packet Inspection (DPI) aus. Sie erlaubt es nicht nur Protokolle wie Peer-to-Peer und Internet-Telefonie zu drosseln oder ganz zu blockieren, sondern auch in die Inhalte von privaten Kommunikationen hineinzuschauen. Netzneutralität ist ein zentrales Thema in der Debatte um das EU Telekompaket. Zwei Petitionen fordern den europäischen Gesetzgeber auf, die Prinzipien der Nichtdiskriminierung und Innovationsfreiheit zu verankern.

In der öffentlichen Debatte spielen diese Themen jedoch kaum eine Rolle. Die wird von einer kleinen radikalen Minderheit bestimmt, der Rechteverwertungsindustrie.



Volker Grassmuck

Urheberrecht

Glaubt man ihren Vertretern, ist das Internet nichts als ein Hort von Urheberrechtsverbrechern. Gegen die müsse mit dem ganzen Gewicht des Rechts – der bestehenden und immer neuer, schärferer Gesetze – vorgegangen werden. Seit einem Jahr betreibt die Regierung Sarkozy die Einführung der digitalen Todesstrafe – ein drastischer Ausdruck für das französische Gesetzgebungsprojekt, aber allen Lesern der ISPA News wird unmittelbar einleuchten, was es bedeuten würde, ein Jahr lang Hausverbot im Internet zu bekommen. Rudolf Strohmeier, Kabinettschef von EU-Medienkommissarin Vi-

digitaler Todesstrafe

Von Volker Grassmuck



viane Reding, fand vor kurzem im Interview mit ORF Futurezone erfreulich klare Worte: „Der Zugang zum Internet ist heute, wenn Sie am sozialen Leben teilhaben wollen, unverzichtbar geworden. Deswegen soll jeder Bürger der EU die Möglichkeit haben, diesen Zugang zu behalten.“

Selbst ein so gravierendes Problem wie der sexuelle Missbrauch von Kindern entpuppt sich als Türöffner für die Einführung neuer technischer Maßnahmen zur Urheberrechtsfilterung. Deutschlands Familienministerin Ursula von der Leyen hatte, ohne erkennbare aktuelle Dringlichkeit ein Mo-

dell zur Internetfilterung aus der Schublade geholt, dass 2001 bereits in Nordrhein-Westfalen versucht, aber gerichtlich untersagt worden war, und verdiente sich damit den Titel „Zensursula“. Noch ist das Gesetz nicht in Kraft, schon arbeitet das Bundeskriminalamt an der technischen Richtlinie zu seiner Umsetzung – unter höchster Geheimhaltung. Wieder einmal zeigt sich, dass Zensur und Demokratie unvereinbar sind. Kein ISP weiß, welche Anforderungen und Kosten auf ihn zukommen. Noch ist von DNS- und URL-Filterung die Rede. Absehbar wird in der nächsten Ausbaustufe DPI zum Einsatz kommen. Auch die Rechteinhaber fordern

bereits, die Sperrlisten bestücken zu können.

Tauschbörsen

Verwerter sind „Hilfsdienstleister im kreativen Prozess“ (Thomas Hoeren). Jahrhundertlang erfüllten sie mit ihren Organisations- und Investitionsleistungen eine wichtige Funktion für Urheber und Publikum. Mit dem vernetzten PC stehen die bislang exklusiven Produktions- und Distributionsmittel jedermann zur Verfügung. Seit Napster können Nutzer die weltweite Distribution beiläufig für einander übernehmen. Privates Tauschen ist für eine Generation zu

einer alltäglichen Medienpraxis geworden wie zuvor das private Kopieren. Der deutsche Gesetzgeber erkannte 1965 an, dass man sich nicht gegen den Medienwandel stemmen kann, und erlaubte privates Kopieren gegen eine pauschale Vergütung der Urheber.

Das ist auch die logische Antwort auf Tauschbörsen. Die Industrie setzt stattdessen auf Massenabmahnungen, DRM- und Filtertechnologie und Kampagnen wie „Raubkopierer sind Verbrecher“. Vertreter des deutschen Musikindustrieverbands behaupten seit einiger Zeit, die P2P-Nutzung in Deutschland gehe zurück, 2008 um 24% gegenüber dem Vorjahr. Ergo: Repression funktioniert, mehr Repression funktioniert folglich noch besser.

Inzwischen habe ich die wahrscheinliche Quelle für diese Behauptung gefunden: die „Internet Study 2008/2009“ des Leipziger DPI-Herstellers Ipoque. Dort ist jedoch zu lesen, dass nicht P2P selbst, sondern nur sein Anteil am gesamten Internet-Verkehrsaufkommen um 23,8% zurückgegangen sei. Und weiter: „Es ist wichtig festzustellen, dass das nicht bedeutet, dass es weniger P2P-Traffic gibt, als ein Jahr zuvor, sondern nur, dass P2P weniger schnell gewachsen ist als anderer Traffic.“ Gewaltige Steigerungen gebe es vor allem bei Web und Streaming. Außerdem, stellte Ipoque fest, sei die Zahl der Bittorrent-Tracker explodiert. Die Repression gegen Pirate Bay und Mininova hat also den genau gegenteiligen Effekt.

Kultur-Flatrate

Repression verursacht keineswegs den von der Industrie behaupteten Effekt, wohl aber

erhebliche Kosten. Die werden vom Steuerzahler (für den Justizapparat und die französische Behörde HADOPI), von den ISPs und letztlich von den Bürgern getragen, weshalb es den Verwertern leicht fällt, immer mehr Repression zu fordern. Schwerwiegender noch als der finanzielle Schaden sind die Auswirkungen auf die Generation unsere Kinder. Die Diskrepanz zwischen einer selbstverständlichen, alltäglichen Medienpraxis und ihrer Illegalität führt zu einer Erosion des Glaubens an das Rechtssystem, wie der US-amerikanische Urheberrechtsgelehrte Lawrence Lessig betont.

Die einzig sinnvolle Antwort ist daher eine gesetzliche Lizenz, die das seit über 40 Jahren bewährte Modell der Privatkopierschranke ins Internet fortschreibt. Eine Kultur-Flatrate erlaubt es Privatpersonen, veröffentlichte Urheberwerke für nichtkommerzielle Zwecke zu tauschen. Im Gegenzug zahlen Internetnutzer eine Pauschale, die kollektiv verwaltet und entsprechend der Popularität ihrer Werke an die Urheber ausgeschüttet wird.

Das ist weder eine Abschaffung des Urheberrechts, sondern seine konsequente Weiterentwicklung. Noch ist es eine Abschaffung des Marktes, da Urheber für jede kommerzielle Nutzung ihrer Werke natürlich weiterhin einen Anspruch auf angemessene Vergütung haben. Für Tauschbörsennutzung erhielten sie erstmals eine Vergütung. Da sich diese nach der gemessenen Popularität ihrer Werke richtet, wäre es sogar ein fairerer Markt als der heute übliche, in dem Urheber meist über Total-Buyout-Verträge pauschal bezahlt werden, also gerade nicht am Erfolg ihrer Werke teilhaben. Auch das

Argument, die Kultur-Flatrate würde andere Geschäftsmodelle im Internet verdrängen, ist nicht stichhaltig, schließlich hat sich das Vorzeigebeispiel iTunes erst zu einem Zeitpunkt etabliert, als Tauschbörsen bereits weit verbreitet waren. Auch die immer noch vorgebrachte Behauptung, Pauschalvergütungen würden die Verwerter enteignen, haben diese bereits selbst entkräftet. Über Nokias „Comes with Music“ und ähnliche Verträge mit ISPs lizenzieren Labels nicht mehr einzelne Musikstücke, sondern ihren gesamten Katalog, den der Kunde pauschal mit fünf Euro pro Monat oder versteckt im Preis eines Telefons bezahlt.

Neuer Sozialvertrag zwischen Kreativen und Gesellschaft

Es geht also nicht mehr um das Ob einer Flatrate, sondern um das Wie. Ausgangspunkt ist die Bereitschaft von Kreativen, Werke zu schaffen, und die erklärte und nachgewiesene Bereitschaft von Bürgern, sie dafür zu bezahlen. In Untersuchungen, wie der der schwedischen Musikverwertungsgesellschaft STIM haben sich 90% der Befragten bereiterklärt, 5 bis 10 Euro pro Monat für legale Tauschbörsennutzung zu bezahlen.

Das Online-Musik-Label Magnatune gibt mit 50% der Einnahmen weit mehr an seine Künstler als konventionelle Labels. Es bietet seine Alben zu einem Preis, den die Kunden bestimmen: zwischen 4 und 14 Euro. Diese bezahlen nicht etwa den niedrigst möglichen Preis, sondern im Durchschnitt 8 bis 9 Euro. Die Musik wird unter einer Creative Commons-Lizenz veröffentlicht, die ausdrücklich die nichtkommerzielle Weiterverbreitung erlaubt. Kunden könnten die Musik



also völlig legal aus einer Tauschbörse heruntergeladen, dennoch kaufen sie. Magnatune veröffentlicht wirtschaftliche Daten, die andere als Geschäftsgeheimnis behandeln.

Das Beispiel zeigt: Fairness und Transparenz sind die Schlüsselemente des neuen kulturellen Sozialvertrags. Das hat auch das Music Information Center Austria (MICA) zum Ausgangspunkt für seine Initiative „Fair Music“ genommen. Derzeit wird ein Kriterienkatalog für Fairness, wie angemessene Vergütung auch im Nord-Süd-Handel, erarbeitet, bei dessen Erfüllung ein Gütesiegel vergeben wird. Wie beim Fair-Trade mit Kaffee und Schokolade erlaubt das Siegel den Kunden, informierte Kaufentscheidungen zu treffen.

Wie man in den Spiegel hineinschaut ...

Letztlich müssen wir ohnehin alle für Kultur bezahlen, ob an der Kasse, über Steuern, die in öffentliche Kulturförderung fließen, über Rundfunkgebühren, urheberrechtliche Pauschalen, versteckt im Preis für Mobiltelefone oder ISP-Dienste oder über Werbung: Mit dem Waschmittel bezahlen wir im Supermarkt den Kinofilm im sogenannten Free-TV, ob wir diesen nun sehen oder nicht.

Der Nutzer ist unehrlich. So begründete Mark Stefik vom Xerox PARC Anfang der 1990er die Entwicklung von DRM: eine Technologie, die den Nutzer zwingt, ehrlich zu sein. 15 Jahre hat es gedauert, bis die Musikindustrie eingesehen hat, dass es der Kunde heimzahlt, wenn man ihn als Dieb

statt als König anspricht. Das entgegengesetzte Modell ist das von Magnatune, das seinen Kunden nicht als zu kontrollierendes Objekt, sondern als vernunftbegabten Partner anspricht und Offenheit, Ehrlichkeit und Verteilungsgerechtigkeit walten lässt. Genau diese Prinzipien müssen auch einer Antwort auf die Herausforderung durch Tauschbörsen zugrunde liegen. Anders als die Pauschalverträge, die zwischen großen Unternehmen ausgehandelt werden, verspricht eine gesetzliche Kultur-Flatrate, die von demokratisch verfassten Urhebergesellschaften unter öffentlicher Aufsicht verteilt werden, diese Antwort zu sein. ◆



Podium (v.l.n.r.): Nikolaus Futter, Georg Hitzenberger, Johanna Doderer, Bettina Kann, Franz Schmidbauer, Gerhard Ruiss

Podiumsdiskussion:

Paradigmenwechsel am digitalen Markt

Von Martin Heigl

Ein breit gestreutes Podium diskutierte Auswirkungen von Digitalisierung und Vernetzung auf die Kreativwirtschaft.

Unter der umsichtigen Moderation von ISPA Vorstand Nikolaus Futter diskutierten Georg Hitzenberger (Geschäftsführer von Play.fm), Johanna Doderer (Komponistin), Gerhard Ruiss (Geschäftsführer der IG Autorinnen und Autoren), Franz Schmidbauer (Richter am Landesgericht Salzburg,

Vorsitzender des Domainbeirates der Internet Privatstiftung Austria) und Bettina Kann (Leiterin der Hauptabteilung der Digitalen Bibliothek der Österreichische Nationalbibliothek) über die Auswirkungen von Digitalisierung und Vernetzung auf die Kreativwirtschaft.

One-Stop-Shop zur Erleichterung des Lizenzierwerbs

In den einleitenden Statements erklärte Hitzenberger die Probleme legal ein Streamingangebot im Internet aufrechtzuerhalten. Es sei schwer die entsprechenden Lizenzrechte für On-Demand Streaming zu klären.



Publikum



Marie Ringler (Die Grünen)

Sein Wunsch wäre ein One-Stop-Shop zum Rechterwerb und eine Gewährleistung für eine gerechte Verteilung der Lizenzeinnahmen an die Künstlerinnen und Künstler.

Bewußtsein der Kreativen an ihren Rechten stärken

Die international anerkannte Künstlerin Doderer sprach sich gegen ein generelles „easy comes – easy goes“ in der Musik aus und forderte neben einer feineren Abstufung der Werke durch die Verwertungsgesellschaften ein verstärktes Bewusstsein der Urheber für die Dokumentation der Rechte an ihren Werken.

Ruiss, in zahlreichen Rollen wie Autor, Musiker, Darsteller, Universitätslehrer und Geschäftsführer der IG Autorinnen und Auto-

ren mit kreativem Schaffen vertraut, distanzierte sich vom Bild des „sozialbedürftigen“ Künstlers, der eines sozialen Ausgleichs bedarf. Er betonte, dass es

Rechtssysteme gäbe, die entweder funktionieren oder nicht. Das Internet an sich schätze er als durchaus positiv ein, da ein neues Problembewusstsein in der Bevölkerung und der Regierung geschaffen wird, dass auch durch die Medien verstärkt aufgenommen werde. Auch die Künstlerinnen und Künstler wären durch Neuerungen wie „google books“ gezwungen sich stärker mit ihren Rechten auseinanderzusetzen.

Mehr Toleranz für private Nutzung

Schmidbauer betonte den Wechsel der Bedeutung des Urheberrechts von einem rechtlichen Randbereich zu einem für die Allgemeinheit relevanten Thema. Er sah jedoch ein großes Defizit in der Vermittlung von Wissen über das Urheberrecht, das noch immer eine Expertenmaterie darstelle und aufgrund seines strengen Schutzcharakters wenig Spielraum ließe. Als Beispiel führte er an, dass auch die Verwendung eines (von einer Fotografin oder von einem Fotografen angefertigtem) Passfotos auf der eigenen Website einen Urheberrechtsverstoß darstellen würde. Im Internet drohe typischerweise beim Nutzen von Plattformen wie Youtube, Ebay, Flickr, etc. durch urheberrechtswidrige Verwendung von Bildern, Musik oder Filme Upload die Gefahr ab-

gemahnt und abgestraft zu werden. Er forderte aufgrund der Verbreiterung der Basis durch das Internet eine Risikobegrenzung von Privaten, generell eine Entschärfung für den privaten Bereich der „normalen“ Internetnutzerin und -nutzers, einen einfachen und leistbaren Zugang zu Lizenzen sowie eine Verkürzung der zeitlichen Begrenzung des Urheberrechts unter Berücksichtigung der tatsächlichen zeitlichen Relevanz und mehr Toleranz bei der Bearbeitung von urheberrechtlich relevanten Werken. Die letzte Forderung war die des ausdrücklichen Erhalts der Privatkopie, die immer mehr eingeschränkt und ausgehöhlt wird.

Ausgleich durch Einschränkung

Kann zeigte die Möglichkeiten, aber auch die rechtlichen Grauzonen, die durch Digitalisierung und neue Medien entstehen anschaulich am Beispiel des digitalen Bibliotheksprojekt der österreichischen Nationalbibliothek (ÖNB). Mit 1. März 2009 trat nach einem langjährigen Diskussionsprozess eine Novelle des Mediengesetzes zur Ablieferung, Archivierung und Benutzung von Online-Medien im Rahmen des Bibliotheksbetriebes in Kraft. Urheberrechtliche Implikationen, die vom Gesetzgeber im Mediengesetz gelöst wurden, zeigten sich hier nicht nur bei der Konvertierung und Speicherung der Inhalte, sondern bereits beim Sammeln und natürlich bei der Zurverfügungstellung. Die ÖNB verfolgt mit ihrem Digitalisierungsprojekt drei Strategien: Erstens soll der gesamte österreichische Internetbereich (.at und bekannte Seiten mit Österreichbezug) einmal im Jahr archiviert werden. Zweitens werden besondere



Franz Medwenitsch (IFPI Austria)

Ereignisse, wie Nationalratswahlen, Fußball-europameisterschaft, etc. zu dokumentieren, im Zeitraum um dieses besondere Ereignis verstärkt Seiten mit Ereignisbezug gesammelt (Eventharvesting) und Drittens wird für Seiten, an denen bereits Zugangsbeschränkungen bestehen, ein selektiver Ansatz gewählt. Die Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber dieser Seiten werden zur Mitarbeit verpflichtet, die Inhalte unterliegen aber auch spezielleren Zugriffsmöglichkeiten. Der Ausgleich zum Urheberrecht findet sich generell durch zahlreiche Nutzungseinschränkungen. So darf nur jeweils ein User gleichzeitig, ortsgebunden auf die Inhalte zugreifen. Diese Einschränkungen wirken zwar etwas anachronistisch, sind aber nach Einschätzung von Kann im europäischen Mittelfeld anzusiedeln.

Ist das Urheberrecht gescheitert?

Nach den Eröffnungsstatements leitete Futter die Diskussion mit einem kritischen

Artikel der Frankfurter Allgemeinen Zeitung über die Einführung einer Sperre des Zugangs zum Internet nach Urheberrechtsverletzungen ein und stellte die provokante Frage, ob das Urheberrecht als gescheitert anzusehen ist.

Grundkonzept richtig

Ruiss konterte, dass das Urheberrecht gut aufgebaut sei, von der Realität zwar teilweise überholt würde; das Grundkonzept wäre aber richtig. Es sei an der Zeit, dass die Gesellschaft sich der Fragen nach Verwertungs- und Persönlichkeitsrechten annähme und der politische Lähmung in diesem Bereich entgegengete werde. Die Abschlussrunde wurde mit der Frage eingeleitet, ob Kulturschaffende eine schutzwürdige Spezies sind und wie mit der Kultur-Flaterate umgegangen wird. Doderer betonte, dass es nur sehr wenige Kulturschaffende in Österreich gebe, die von ihrem Schaffen leben könnten. Internet sei Realität, Urheberrecht hätte in dieser seine Berechtigung und müsse durchgesetzt werden. Kann sah bei der Kultur-Flaterate Probleme mit dem Ranking und der Verteilung der Einnahmen. Weiters erkannte sie in der Orphan Works Thematik (vgl. dazu das ISPA Positionspapier „Das Urheberrecht internetfit machen!“, ispa-news

1/2009, S. 16 sowie den Artikel „Verwaiste Werke - orphan works“, ispa-news 2/2008, S. 15) ein relevantes Thema, dass unbedingt Behandlung erfordere, um das Feld nicht Privatunternehmen wie google zu überlassen. Hitzemberger führte einen Vergleich mit dem Aufschrei der Musikwirtschaft rund um die Einführung des Radios und die anschließende Einführung der Möglichkeit zur Aufnahme auf Audiokassetten. Schmidbauer betonte, dass die Privatkopie noch immer zulässig sei und eine lückenlose Verwertung eine Überwachung analog zu einem Polizeistaat bedingen würde, was in keinem Verhältnis stünde. Ruiss stellte eine weitere Entwicklung zum Nachteil der Künstlerinnen und Künstler fest. Diese würden primär vom Stückverkauf und vom tatsächlichen Kartenverkauf leben. Es dürfte nicht nur der Handel, sondern es sollten auch die Kulturschaffenden profitieren. Seine zusammenfassende Forderung war, dass die Grundsätze des Urheberrechts gewahrt werden und Systeme zum Ausgleich entwickelt werden, ansonsten würden kreative Produkte verschwinden. ◆

Wir danken den Sponsoren des Internet Summit Austria 2009:

TELE2

SILVER SERVER
INTERNET & NETWORK SOLUTIONS



WKO 
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN
Unternehmensberatung · IT

a.gunsch.at
(ACHS)
Technologiezentrum Tirol, Eduard-
Bodem-Gasse 5-7/210
6020 Innsbruck
Tel: +43-699 167 80 000
E-Mail: alfred@gunsch.at
Web: www.gunsch.at

ABATON EDV - Dienstleistungs GmbH
(H)
Wielandgasse 14-16/IV/B11
8010 Graz
Tel: +43-316-817 896 0
E-Mail: office@abaton.at
Web: www.abaton.at

ACOnet Vienna University Computer Center
(B)
Universitätsstraße 7
1010 Wien
Tel: +43-1-4277-14011
E-Mail: helpdesk@aco.net
Web: www.aco.net

ACP Holding Österreich GmbH
(S)
Pfeiffergasse 2/5
1150 Wien
Tel: +43-1-89193 0
E-Mail: edmund.haberbusch@acp.at
Web: www.acp.at

ACW Netzwerk Produkte & Dienste GmbH
(ABCHS)
Erdbergstrasse 52-60/7/3
1030 Wien
Tel: +43-1-743 45 48
E-Mail: acw@acw.at
Web: www.acw.at

AGNITAS AG
(HS)
Werner-Eckert-Straße 6
D-81829 München
Tel: +49-89/55 29 08 0
E-Mail: info@agnitas.de
Web: www.agnitas.de

Alcatel-Lucent Austria AG
(BCS)
Scheydgasse 41
1210 Wien
Tel: +43-1-27722 5264
E-Mail: christian.eggenreiter@alcatel-lucent.com
Web: www.alcatel-lucent.at

APA-IT Informations Technologie GmbH
(ABCHS)
Laimgrubengasse 10
1060 Wien
Tel: +43-1-360 60-6060
E-Mail: it-vertrieb@apa.at
Web: www.apa-it.at

APC Deutschland GmbH
(S)
Eisenheimer Strasse 47a
D-80687 München
Tel: +49-89 514 17 256
E-Mail: bboehm@apcc.com
Web: www.apcc.com/de/

ARZ Allgemeines Rechenzentrum Gesellschaft m.b.H.
(ACHS)
Grasberggasse 13
1030 Wien
Tel: +43-(0)50 4009 5680
E-Mail: wien@arz.co.at
Web: www.arz.co.at

ASCUS IT-Services GmbH
(AHS)
Geiselbergstrasse 15/3
1110 Wien
Tel: +43-1-298 99 600
E-Mail: office@ascus-telecom.com
Web: www.ascus-telecom.com

ATvirtual.NET - Pumpernig & Fischer OEG
(HS)
Albert Heypeter-Gasse 25
2301 Gross-Enzersdorf
Tel: +43-2249 28807
E-Mail: contact@atvirtual.net
Web: www.atvirtual.net

Austria COM Online Media Computerdienstleistung GmbH & Co.KG
(ABC)
Rooseveltplatz 12
1090 Wien
Tel: +43-1-409 31 22
E-Mail: webmaster@austria.com
Web: www.austria.com

AUSTROGATE.NET- Internet- und Telekommunikationsleistungen Brunner & Partner OEG
(HS)
Berggasse 36
2463 Gallbrunn
Tel: +43-720-007 700
E-Mail: office@austrogate.net
Web: www.austrogate.net

Avalaris
(CHS)
Josefstaedterstrasse 72/2/2
1080 Wien
Tel: +43-1-4022858 0
E-Mail: ispa@avalaris.com
Web: www.avalaris.com

AVM GmbH for International Communication Technology
(S)
Stefan-George-Ring 19
D-81929 München
Tel: +49-89 993 11 0
E-Mail: a.erhart@avm.de
Web: www.avm.de

B.net Burgenland Telekom GmbH
(ABCHSW)
Marktstraße 3
7000 Eisenstadt
Tel: +43-2682-704-33 0
E-Mail: office@bnet.at
Web: www.bnet.at

BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft u. Österr. Postsparkasse AG
(S)
Seitzergasse 2 - 4
1010 Wien
Tel: +43-1-534 53 31 272
E-Mail: it-sicherheit@bawagpsk.com
Web: www.bawagpsk.com

BCC Business Communication Company GmbH
(ABCHS)
Mittelweg 7
D-38106 Braunschweig
Tel: +49-531 383 4311
E-Mail: support@bcc.de
Web: www.bcc.de

bkdat.net - Ing. Willi Hambammer
(AS)
Hieflauer Straße 18
8790 Eisenerz
Tel: +43-3848 60048
E-Mail: info@bkdat.net
Web: www.bkdat.net

Black Box Systems - Verein zur Förderung computergestützter Telekommunikationssysteme
(CS)
Aleserbachstraße 23/2, Stock
1090 Wien
E-Mail: bb-vorstand@blackbox.net
Web: www.blackbox.net

BRAINTRUST GmbH
(CHS)
Dornbacher Straße 59, 1170 Wien
Tel: +43-1-40 416 0
E-Mail: office@braintrust.at
Web: www.braintrust.at

Brennercom Tirol GmbH
(ABS)
Eduard-Bodem-Gasse 8
6020 Innsbruck
Tel: +43-512/279 279
E-Mail: christian.braito@brennercom-tirol.at
Web: www.brennercom-tirol.at

Bundesrechenzentrum GmbH
(AHS)
Hintere Zollamtsstrasse 4, 1030 Wien
Tel: +43-1-711 23 3005
E-Mail: office@brz.gv.at
Web: www.brz.gv.at

BWK Publishing Solutions GmbH
(CH)
Barmherzigengasse 17/3/5
1030 Wien
Tel: +43-1-716 06 0
E-Mail: office@bwk.at
Web: www.bwk.at

C.C.D. Cogent Communications Deutschland GmbH
(BS)
Stephanstrasse 3
D-60313 Frankfurt am Main
Tel: +49-69-299 896 1026
E-Mail: mbremser@cogentco.com
Web: www.cogentco.com

Casinos Austria AG
(S)
Rennweg 44, 1038 Wien
Tel: +43-1-534 40 130
E-Mail: dietmar.hoscher@casinos.at
Web: www.casinos.at

CC | Communications (CCC.at) - Fa. Andrea Seregelyes
(ACHS)
Kaiserbrunnstraße 34
3021 Pressbaum
Tel: +43-1-50164 0
E-Mail: office@ccc.at
Web: www.ccc.at

Christoph Schmoigl / 3+1 it systems®
(CH)
Erlafstraße 1/5-6
1020 Wien
Tel: +43-1-710 85 02
E-Mail: christoph.schmoigl@3plus1.at
Web: www.3plus1.at

Cisco Systems Austria GmbH
(S)
Handelskai 94-96
1200 Wien
Tel: +43-1-24 030 6247
E-Mail: wfaschin@cisco.com
Web: www.cisco.at

COLT Telecom Austria GmbH
(S)
Kärntner Ring 12
1010 Wien
Tel: +43-1-20 500-0
E-Mail: klaus.strobl@colt.net
Web: www.colt.net

Compass-Verlag GmbH
(CS)
Matznergasse 17
1141 Wien
Tel: +43-1-981 16 0
E-Mail: nikolaus.futter@compass.at
Web: www.compass.at

comteam
(ACHW)
Mitterfeldstr. 1
3300 Amstetten
Tel: +43-7472 222 8100
E-Mail: internet@comteam.at
Web: www.comteam.at

CoreTEC IT Security Solutions GmbH
(CS)
Wiedner Hauptstraße 15
1040 Wien
Tel: +43-1-503 72 73 0
E-Mail: m.kirisits@coretec.at
Web: www.coretec.at

CPSnet EDV Online Service Raimund Zalaudek KEG
(ACHS)
Gärtnergasse 4
1030 Wien
Tel: +43-1-242 99-0
E-Mail: sales@cpsnet.at
Web: www.cpsnet.at

creativ wirtschaft austria
(S)
Wiedner Hauptstraße 63
1045 Wien
Tel: +43-(0)5 90 900 0
E-Mail: gertraud.leimueller@wko.at
Web: www.creativwirtschaft.at

Creditreform Wirtschaftsauskunftei Kubicki KG
(CS)
Muthgasse 36-40 (BT 4)
1190 Wien
Tel: +43-1-218 62 20 220
E-Mail: f.leber@wien.creditreform.at
Web: www.creditreform.at

CSO.Net Telecom Services GmbH
(ACHS)
Franzosengraben 10, Top 8
1030 Wien
Tel: +43-1-206 30 0
E-Mail: office@csenet
Web: www.cso.net

CUBIT Information Technology Solutions GmbH
(ACH)
Albertgasse 43
1080 Wien
Tel: +43-1-718 98 80 0
E-Mail: paul.witta@cubit.at
Web: www.cubit.at

CYAN Networks Software GmbH
(S)
Hainburgerstrasse 34
1030 Wien
Tel: +43-720 555 444 0
E-Mail: klaus.thurnhofer@cyan-networks.com
Web: http://www.cyan-networks.com

dark-green Information Technology GmbH.
(HS)
Brühler Straße 9
2340 Mödling
Tel: +43-2236/86 01 30 0
E-Mail: markus@dark-green.com
Web: www.dark-green.com

Datenhafen GmbH
(S)
Schwindgasse 4/7
1040 Wien
Tel: +43-1-503 58 70 42
E-Mail: office@datenhafen.at
Web: www.datenhafen.at

datenwerk innovationsagentur GmbH
(CH)
Hofmühlgasse 3-5
1060 Wien
Tel: +43-1-585 60 71
E-Mail: office@datenwerk.at
Web: www.datenwerk.at

DIALOG telekom GmbH & Co KG
(ACS)
Goethestrasse 93
4020 Linz
Tel: +43-732-662 774 0
E-Mail: rpassecker@dialog-telekom.at
Web: www.dialog-telekom.at

DIC-Online Wolf & Co. KG
(ACHSW)
Eduard-Bodem-Gasse 9/1
6020 Innsbruck
Tel: +43-512-341033
E-Mail: office@dic.at
Web: www.dic.at

DiTech GmbH
(HS)
Dresdner Strasse 43, 1200 Wien
Tel: +43-059 555
E-Mail: office@ditech.at
Web: http://www.ditech.at

domainfactory Telek. GmbH
(AHS)
Parking 10, 1010 Wien
Tel: +43-0800 311 821
E-Mail: tm@domainfactory.de
Web: www.domainfactory.at

domainname.at - webagentur.at Internet Service GmbH
(CBHS)
Neustiftg. 2, 2500 Baden
Tel: +43-2252 259 892
E-Mail: office@webagentur.at
Web: www.domainname.at

DREI-BANKEN-EDV Gesellschaft mbH
(S)
Untere Donaulände 28
4020 Linz
Tel: +43-732 780 22 625
E-Mail: lothar.handl@3beg.at
Web: www.3beg.at

echonet communication GmbH
(C)
Schottenfeldgasse 24
1070 Wien
Tel: +43-1-526 26 76 16
E-Mail: office@echonet.at
Web: www.echonet.at

EDV-Himmelbauer
(ACHSW)
Kremsstr. 8
2070 Retz
Tel: +43-2942 20670
E-Mail: jhimmelbauer@edv-himmelbauer.at
Web: www.edv-himmelbauer.at/

EDV-Service Strolz
(CHWS)
Sonnenwiese 10
6580 St. Anton am Arlberg
Tel: +43-5446 302 49
E-Mail: office@arlberg.com
Web: www.arlberg.com

Elektrizitätswerk Wels GmbH - it & tel
(A)
Stelzhammerstr. 27
4600 Wels
Tel: +43-7242-9396 7180
E-Mail: office@itandtel.at
Web: www.itandtel.at

Elektronische Datenverarbeitung GmbH
(ACH)
Hofmühlgasse 3-5
1060 Wien
Tel: +43-1-599 07-0
E-Mail: gernot.nusshall@edv.g.at
Web: www.edv.g.at

emerion WebHosting GmbH
(H)
Auhofstr. 29, 1130 Wien
Tel: +43-1-29 888 00
E-Mail: office@emerion.com
Web: www.emerion.com

Empirion Telekommunikations Services GmbH
(ABCHS)
Horneckgasse 8
1170 Wien
Tel: +43-1-480 5000
E-Mail: office@empirion.at
Web: www.empirion.at

ERES NETconsulting - Immobilien. NET GmbH
(ACHS)
Mariahilfer Str. 33, 1060 Wien
Tel: +43-1-58 65 828
E-Mail: info@immobilien.net
Web: www.immobilien.net

fairytel communications gmbh
(ACHWS)
Trappelgasse 4, 1040 Wien
Tel: +43-(0)720 345 111
E-Mail: office@fairytel.at
Web: www.fairytel.at

F-Secure GmbH
(S)
Zielstattstrasse 44
D-81379 München
Tel: +49-89 787467 0
E-Mail: christian.egolf@f-secure.com
Web: www.f-secure.com

funkinternet.at GmbH
(AWS)
Kaindlweg 15
4040 Linz
Tel: +43-732-65 030 916
E-Mail: office@funkinternet.at
Web: www.funkinternet.at

Futureweb.at St. Johann
(HS)
Innsbrucker Strasse 4
6380 St. Johann in Tirol
Tel: +43-5352 65335
E-Mail: info@futureweb.at
Web: www.futureweb.at

G.Grasl Ges.m.b.H. Druck & Neue Medien
(CH)
Druckhausstrasse 1
2540 Bad Vöslau
Tel: +43-2252 402 0
E-Mail: w.grasl@grasl.eu
Web: www.grasl.co.at

GEOCOMP Handelsges.m.b.H.
(A)
Salzburgerstraße 1
4840 Vöcklabruck
Tel: +43-7672-277 770
E-Mail: office@geocomp.at
Web: www.geocomp.at

Gernot Bauer IT Dienstleistungs-GmbH
(AW)
Perbersdorf 14
3364 Neuhofen/Ybbs
Tel: +43-7475/56 497
E-Mail: office@gernot-bauer.at
Web: www.gernot-bauer.at

GiGaNet.at, Bernhard Kröll
(A)
Rauchenwald 651
6290 Mayrhofer
Tel: +43-5285 630 850
E-Mail: office@giganet.at
Web: www.giganet.at

GRZ IT Center Linz GmbH
(AH)
Goethestrasse 80
4020 Linz
Tel: +43-70 6929 1507
E-Mail: bachleitner@grz.at
Web: www.grz.at

Happy-Foto GmbH
(C)
Marcusstraße 8-10
4240 Freistadt
Tel: +43-7942/76200
E-Mail: sekretariat@happyfoto.at
Web: www.happyfoto.at

HEROLD Business Data GmbH
(CS)
Guntramsdorfer Strasse 105
2340 Mödling
Tel: +43-2236-401-651
E-Mail: frank.bieser@herold.at
Web: www.herold.at

HostProfis ISP Telekom GmbH
(AHS)
Tirolerstraße 17, 3. Stock
9500 Villach
Tel: +43-(0)59900 202
E-Mail: oberdorfer@hostprofis.com
Web: www.hostprofis.com

Hutchinson 3G Austria
(ACS)
Gasometer C Guglgasse 12/10/3
1110 Wien
Tel: +43-05 0660 0
E-Mail: bernhard.wiesinger@drei.com
Web: www.drei.at

I.M.H. gtd.at registry
(HS)
Seekirchnerstraße 11
5162 Obertrum am See
Tel: +43-6219-7462
E-Mail: office@gtd.at
Web: www.gTLD.at

IBCL - Informatik-Büro DI C. Lechleitner
(CH)
Sebastian-Kneipp-Weg 17, 3. Stock
6020 Innsbruck
Tel: +43-6991/235 34 79
E-Mail: office@ibcl.at
Web: www.ibcl.at

ICE-Vienna, Verein zur Förderung von Medienaktivitäten im schulischen und außerschulischen Bereich
(CS)
Alserbachstraße 23/2. Stock
1090 Wien
Tel: +43-664/540 46 81
E-Mail: barbara.novak@spw.at
Web: www.ice-vienna.at

IFO.net Internet Service GmbH
(ACHS)
Impulszentrum Haus KB5
8082 Kirchbach
Tel: +43-(0)311-621 000
E-Mail: ispa@ifo.net
Web: www.ifo.net

IKARUS Software Ges.m.b.H.
(CS)
Fillgradergasse 7, 1060 Wien
Tel: +43-1-58995
E-Mail: pichlmayr.j@ikarus.at
Web: www.ikarus.at

INCA - Inh. Ing. Wolfgang Handl
(ACH)
Oberfeldgasse 55
1220 Wien
Tel: +43-1-961 82 66
E-Mail: office@inca.at
Web: www.inca.at

Infotech EDV-Systeme GmbH
(ACHSW)
Schaerdinger Strasse 35
4910 Ried im Innkreis
Tel: +43-7752-81711-0
E-Mail: office@infotech.at
Web: www.infotech.at

inMotion Verlag GmbH
(CHS)
Sternwartstrasse 76
1180 Wien
Tel: +43-664/333 57 57
E-Mail: office@inmotion.at
Web: www.inmotion.at

INNONET Gesellschaft für Kommunikationsanwendungen GmbH
(ABCHS)
Shopping City Süd/Bürohaus B1
2334 Vösendorf
Tel: +43-1-699 87 84
E-Mail: office@innonet.at
Web: www.innonet.at

Innsbrucker Kommunalbetriebe AG
(ASW)
Langer Weg 29
6020 Innsbruck
Tel: +43-512/502 7290
E-Mail: g.wieser@ikb.at
Web: www.ikb.at

Institut für empirische Sozialforschung (IFES) GmbH
(C)
Teinfaltstraße 8
1010 Wien
Tel: +43-1-546 70
E-Mail: wasserbacher@ifes.at
Web: www.ifes.at

internet4YOU KG Austria
(AHSW)
Marchfelderstr. 2, BCM
2301 Gross-Enzersdorf
Tel: +43-0820 500 797 0
E-Mail: info@internet4you.at
Web: www.internet4you.at

internic Datenkommunikations GmbH
(CHS)
Schönngasse 15-17 / 8
1020 Wien
Tel: +43-1-403 96 85
E-Mail: info@internic.at
Web: www.internic.at

Interxion Österreich GmbH
(H)
Louis-Haefliger-Gasse 10
1210 Wien
Tel: +43-1-290 36 36 0
E-Mail: vienna.info@interxion.com
Web: www.interxion.com

Invitel International AG
(BS)
Ortsstrasse 24, 2331 Vösendorf
Tel: +43-1-699 94 08 0
E-Mail: office@mtcag.com
Web: www.invitel-int.com

ipcom GmbH
(S)
Karlsplatz 1, 1010 Wien
Tel: +43-664/144 56 86
E-Mail: wein@nic.at
Web: www.enum.at

iPlace Internet & Network Services GmbH
(ACHS)
Werdenbergerstraße 9a
6700 Bludenz
Tel: +43/5552-20 500
E-Mail: office@iplace.at
Web: www.iplace.at

ISP Peak
(ACHS)
Hausnummer 131, 9822 Mallnitz
Tel: +43-4784-267
E-Mail: office@peak.at
Web: www.peak.at

IT-Austria - Informations-Technologie Austria GmbH
(ACHS)
Lassallestrasse 5
1020 Wien
Tel: +43-1-21717 57296
E-Mail: horst.ganster@it-austria.com
Web: www.it-austria.com

JF Partners Consulting & Management GmbH.
(S)
Weigandhof 5
1100 Wien
Tel: +43-1-402 40 59 23
E-Mail: office@jfparters.at
Web: www.jfparters.at

JM-DATA GmbH
(ABCHS)
Am Winterhafen 13
4020 Linz
Tel: +43 50 / 30 50 80 0
E-Mail: office@JM-DATA.at
Web: www.JM-DATA.at

kabelsignal AG
(AW)
Südtstadtzentrum 4
2344 Maria Enzersdorf
Tel: +43-2236-45564-0
E-Mail: ispa@kabelsignal.at
Web: www.kabelsignal.at

KAPPER NETWORK-COMMUNICATIONS GmbH - kapper.net
(ABCHSW)
Löblichgasse 6, Top 2G
1090 Wien
Tel: +43-1-319 55 00 0
E-Mail: info@kapper.net
Web: www.kapper.net

Kapsch BusinessCom AG
(W)
Wienerbergstraße 53
1121 Wien
Tel: +43-(0)50-811 0
E-Mail: WebAdmin@kapsch.net
Web: www.kapschbusiness.com

kitznet - Stadtwerke Kitzbühel
(ACHS)
Jochberger Str. 36
6370 Kitzbühel
Tel: +43-5356-65 651
E-Mail: internet@kitz.net
Web: www.kitz.net

König GmbH.
(AHS)
Oberer Dorfgrund 9
8724 Spielberg
Tel: +43-3512/820 34
E-Mail: office.k@nig.at
Web: www.koenig.at

Kriegsauer EDV - Consulting GmbH
(ACHS)
Wienerstraße 5/1
8230 Hartberg
Tel: +43-3332 62212 70
E-Mail: office@htb.at
Web: www.htb.at

KT-NET Communications GmbH
(AHWS)
Ramingdorf 51
4441 Behamberg
Tel: +43-7252/778 52
E-Mail: office@kt-net.at
Web: www.kt-net.at

LeoX.NET - Ing. Büro Lenz & Moser GmbH
(ACH)
Hauptplatz 9/2
8700 Leoben
Tel: +43-3842-477 86 0
E-Mail: office@lenz-moser.at
Web: www.leox.net

LexisNexis Verlag ARD Orac GmbH & Co KG
(CS)
Marxergasse 25, 1030 Wien
Tel: +43-1-534 52 1010
E-Mail: ivo.sklenitzka@lexisnexus.at
Web: www.lexisnexus.at

Linotec Automation GmbH
(AHS)
Anton Jahngasse 14
2372 Gießhügl
Tel: +43-1-403 4002
E-Mail: mmk@linotec.at
Web: www.linotec.at

Linz Strom GmbH
(ABCHS)
Wiener Straße 151, 4021 Linz
Tel: +43-732 3400 3113
E-Mail: m.past@linzag.at
Web: www.linzzag.at

LinzNet Internet Service Provider GmbH
(AH)
Flötzerweg 145, 4030 Linz
Tel: +43-732 370 700
E-Mail: office@linznet.at
Web: www.linznet.at

LIWEST Kabelmedien GmbH.
(AS)
Lindengasse 18, 4040 Linz
Tel: +43-732 94 24 24
E-Mail: office@liwest.at
Web: www.liwest.at

makeit information systems GmbH
(HS)
Mooslackengasse 17, 1190 Wien
Tel: +43-1-5137356-0
E-Mail: office@makeit.at
Web: www.makeit.at

MakeNewMedia Communications GmbH
(ABCHWS)
Louis-Häfliger-Gasse 10, 1210 Wien
Tel: +43-1-338 333 0
E-Mail: sales@MakeNewMedia.com
Web: www.makenewmedia.com

MediaClan - Gesellschaft für Online Medien G.m.b.H.
(CS)
Nestroyplatz 1/1/14a
1020 Wien
Tel: +43-1-407 50 60-0
E-Mail: office@mediaclan.at
Web: www.mediaclan.at

Medienwirtschaft Verlags GmbH
(CS)
Nikolsdorfer Gasse 7-11/Top 3
1050 Wien
Tel: +43-676/848 920 290
E-Mail: martin.staudinger@medienwirtschaft.at
Web: www.medienwirtschaft.at

MELON Informationstechnologie GmbH
(C)
Weyringergasse 13, 1040 Wien
Tel: +43-1-505 66 10
E-Mail: office@melon.at
Web: www.melon.at

Microsoft Österreich GesmbH.
(C)
Am Euro Platz 3, 1120 Wien
Tel: +43-1-61064-0
E-Mail: austria@microsoft.com
Web: www.microsoft.com/austria

mieX.at – Mühlviertler Internet Exchange - Thaller - Wagner OG
(ABCHW)
Veldner Str. 29
4120 Neufelden
Tel: +43(0)5900 8008
E-Mail: office@mieX.at
Web: www.mieX.at

MMC Kommunikationstechnologie GesmbH
(ACHS)
Mühlgasse 14/E
2353 Guntramsdorf
Tel: +43-2236-3903
E-Mail: office@mmc.at
Web: www.mmc.at

molco.at Handels GmbH
(ACWS)
Mischekgasse 3 / Top A
2320 Schwechat
Tel: +43-2236/378333 31
E-Mail: m.zelinka@molco.at
Web: www.molco.at

MP2 IT-Solutions GmbH
(HS)
Effingergasse 23a, 1160 Wien
Tel: +43-1-523 55 55
E-Mail: gerlinde.pascher@mp2.at
Web: www.mp2.at

mquadr.at software engineering und consulting GmbH
(S)
Halbgasse 26/TOP 3, 1070 Wien
Tel: +43-1-505 40 50 744
E-Mail: tkp@mquadr.at
Web: www.mquadr.at

Multikom Austria Telekom GmbH
(AHWS)
Jakob-Haringer-Str. 1
5020 Salzburg
Tel: +43-(0)59 333 5000
E-Mail: w.flatscher@multikom.at
Web: www.multikom.at

mur.at - Verein zur Förderung von Netzwerk Kunst
(ABC)
Leitnergasse 7a, 8010 Graz
Tel: +43-316-821451 26
E-Mail: verein@mur.at
Web: www.mur.at

MyServices EDV Dienstleistungen GmbH
(ACH)
Maximilianstraße 8a, 4600 Wels
Tel: +43-7242/467 81 0
E-Mail: office@myservices.at
Web: www.myservices.at

NA-NET Communications GmbH
(AHWS)
Wiedenstrasse 3
2130 Mistelbach
Tel: +43-2572-20 233 0
E-Mail: office@nanet.at
Web: www.nanet.at

nemox.net
(ABCHS)
Eduard-Bodem-Gasse 9
6020 Innsbruck
Tel: +43-5 0234-0
E-Mail: info@nemox.net
Web: www.nemox.net

NeoTel Telefonservice GmbH & Co KG
(S)
Esterhazygasse 18a/15, 1060 Wien
Tel: +43-1-409 41 81 0
E-Mail: office@neotel.at
Web: www.neotel.at

Net 4 You EDV-Dienstleistungs- und HandelsgmbH.
(ABCHS)
Tirolerstr. 80
9500 Villach
Tel: +43-4242-50 0 50
E-Mail: office@net4you.net
Web: www.net4you.net

NetMan Network Management und IT-Services GmbH
(ACHS)
Lindengasse 43/19, 1070 Wien
Tel: +43-1-253 6000
E-Mail: michael.lichtenegger@net-man.at
Web: www.net-man.at

netpark gmbh
(ACW)
Niederranna 11, 4085 Wesenufer
Tel: +43-732/610660 0
E-Mail: k.froehlich@computronic.at
Web: www.netpark.at

next layer Telekommunikationsdienstleistungs- und BeratungsGmbH
(ABHS)
Mariahilfer Gürtel 37/7, 1150 Wien
Tel: +43-664/317 64 04
E-Mail: office@nextlayer.at
Web: www.nextlayer.at

NextiraOne Austria GmbH
(AS)
Kommunikationsplatz 1, 1210 Wien
Tel: +43-0577 33 4658
E-Mail: wolfgang.leindecker@nextiraone.at
Web: www.nextiraone.at

Nokia Siemens Networks Österreich GmbH
(S)
Erdberger Lände 26, 1030 Wien
Tel: +43-(0)57002 35425
E-Mail: anton.lienhart@nsn.com
Web: www.nokiasiemensnetworks.com

nökom
(ABCHWFS)
EVN Platz
2344 Maria Enzersdorf
Tel: +43-2236 200 50301
E-Mail: office@noekom.at
Web: www.noekom.at

ÖBB Telekom Service GmbH - Profinet Services
(ABCHS)
Brünnerstraße 20
1210 Wien
Tel: +43-1-93000-39000
E-Mail: office@oebbtel.at
Web: www.oebbtel.at

Ocilion IPTV Technologies GmbH
(CS)
Schaerdinger Strasse 35
4910 Ried im Innkreis
Tel: +43-752/2144 0
E-Mail: office@ocilion.com
Web: www.ocilion.com

OeKB - Oesterreichische Kontrollbank AG
(CH)
Am Hof 4, Postfach 70, 1011 Wien
Tel: +43-1-531 27-2175
E-Mail: ewald.jenisch@oekb.at
Web: www.oekb.co.at

ÖIAT - Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation
(CS)
Margaretenstraße 70/2/4
1050 Wien
Tel: +43-1-595 21 12 13
E-Mail: office@oiat.at
Web: www.oiat.at

OmanBros.com Internetdienstleistungen GmbH
(ACHS)
Guglgasse 8/2/85, 1110 Wien
Tel: +43-1-969 03 04 0
E-Mail: office@omanbros.com
Web: www.omanbros.com

ÖÖ. Ferngas Service GmbH
(AB)
Neubauzeile 99, 4030 Linz
Tel: +43-732-3883 367
E-Mail: christian.schmidt@oefg.co.at
Web: www.oefgferngas-servicegmbh.at

ÖÖ. Tourismus Technologie GmbH
(CHS)
Freistädter Straße 119, 4041 Linz
Tel: +43-732-7277 312
E-Mail: wolfgang.erlebach@ttg.at
Web: www.ttg.at

ORF Online und Teletext GmbH & Co KG
(CS)
Heiligenstädter Lände 27c, 1190 Wien
Tel: +43-1-87878 0
E-Mail: online@orf.at
Web: www.orf.at

Ostry & Partner GmbH & Co KG
(CHS)
Linzerstraße 95/5, 1140 Wien
Tel: +43-1-877 74 54-0
E-Mail: service@ostry.com
Web: www.ostry.com

PGV Computer Handels GmbH & CoKG
(AHS)
Kremser Landstrasse 34
3100 St. Pölten
Tel: +43-2742-366301
E-Mail: online@pgv.at
Web: www.pgv.at

Prager Consult EDV & Technologie Dienstleistungen
(HS)
Schönbrunner Str. 5, 1040 Wien
Tel: +43-1-586 9031 20
E-Mail: prager@prager.at
Web: www.prager.at

Preisvergleich Internet Services AG
(CHS)
Obere Donaustraße 63/2, 1020 Wien
Tel: +43-1-581 1609
E-Mail: mjjy@geizhals.at
Web: www.geizhals.at

Pürk GmbH Computertechnik
(ACH)
Wurzbachgasse 20/1.Stock
1150 Wien
Tel: +43-1-876 91 76 0
E-Mail: ispa@puerk.com
Web: www.puerk.com

Pyhrn-Priel.TV
(AHWS)
Egger-Weg 9
4582 Spital am Pyhrn
Tel: +43-7563/21800
E-Mail: office@pptv.at
Web: www.pptv.at

quintessenz
(W)
c/o Quartier 21, Museumsquartier,
Museumsplatz 1-4, 1010 Wien
E-Mail: office@quintessenz.org
Web: www.quintessenz.org

Raiffeisen Datennetz GmbH.
(AS)
Jacquingasse 47, 1030 Wien
Tel: +43-(0)5 999 31888-12
E-Mail: peter.schmid@rdg.raiffeisen.at
Web: www.rdg.at

Raiffeisen Informatik GmbH
(ACH)
Lilienbrunnengasse 7 - 9, 1020 Wien
Tel: +43-1-99 3 99 0
E-Mail: info@r-it.at
Web: www.r-it.at

RIS GmbH
(ACHS)
Ing. Kaplangasse 1, 4400 Steyr
Tel: +43-7252-86186-0
E-Mail: info@ris.at
Web: www.ris.at

Salzburg AG für Energie, Verkehr und Telekommunikation
(ABCW)
Bayerhamerstr. 16, 5020 Salzburg
Tel: +43-662-8884-2781
E-Mail: herbert.stranzinger@salzburg-ag.at
Web: www.salzburg-ag.at

service.at - Stefan Fiedler KEG
(C)
Wehrgasse 1, 1050 Wien
Tel: +43-1-917 417 017
E-Mail: info@service.at
Web: www.service.at

SILVER SERVER GmbH
(ABHS)
Lorenz Mandl Gasse 33/1, 1160 Wien
Tel: +43-(0)59944
E-Mail: office@sil.at
Web: www.sil.at

SIPit Kommunikationsmanagement GmbH
(ACS)
Scherzergasse 12/1, 1020 Wien
Tel: +43-720/100 400
E-Mail: office@sipit.at
Web: www.sipit.at

SPÖ Informationstechnologiezentrum (CS)
Windmühlgasse 26, 1060 Wien
Tel: +43-1-534 27 283
E-Mail: office@itz.spoe.at
Web: www.spoe.at

Sprint International GmbH (ABS)
Schottenring 16, 1010 Wien
Tel: +43-1-537 12 4167
E-Mail: alexander.valenta@sprint.com
Web: www.sprintworldwide.com

Stadtwerke Feldkirch (ABH)
Leusbündtweg 49, 6800 Feldkirch
Tel: +43-5522 9000
E-Mail: kundencenter@stadtwerke-feldkirch.at
Web: www.stadtwerke-feldkirch.at

Stadtwerke Hall in Tirol GmbH (AHS)
Augasse 6, 6060 Hall in Tirol
Tel: +43-5223/5855 190
E-Mail: d.heiss@hall.ag
Web: http://www.hall.ag

Stadtwerke Kapfenberg GmbH (AHS)
Stadtwerkstraße 6
8605 Kapfenberg
Tel: +43-3862-23 516 0
E-Mail: ispa@hiway.at
Web: www.hiway.at

Stadtwerke Klagenfurt Aktiengesellschaft (AS)
St. Veiter Straße 31
9020 Klagenfurt
Tel: +43-463/521-600
E-Mail: reinhold.luschin@stw.at
Web: www.stw.at

Stadtwerke Kufstein GmbH (ACHW)
Fischergries 2
6330 Kufstein
Tel: +43-5372-693 03 23
E-Mail: schuster@stwk.at
Web: www.kufnet.at

Stadtwerke Wörgl Ges.m.b.H. (AHW)
Zauberwinklweg 2a
6300 Wörgl
Tel: +43-5332-72566 303
E-Mail: steinwender@stadtwerke.woergl.at
Web: www.stadtwerke.woergl.at

Streams Telecommunications GesmbH (ACHS)
Universitätsstrasse 10/7, 1090 Wien
Tel: +43-1-401 59 128
E-Mail: office@streams.at
Web: www.streams.at

StuOnline Internet Service (ACHS)
Neuhofweg 8, 9560 Feldkirchen
Tel: +43-4276 5121 0
E-Mail: info@stuonline.at
Web: www.stuonline.at

Symantec GmbH (S)
Wipplingerstr. 34, 1010 Wien
Tel: +43-1-532 85 33 0
E-Mail: peter_geytenbeek@symantec.com
Web: www.symantec.at

Tele2 Telecommunication GmbH (ACHS)
Donau City Straße 11, 1220 Wien
Tel: +43-50500-8310
E-Mail: andreas.koman@tele2.com
Web: www.tele2.at

Telecom Europe Telecommunication GmbH (ABCHW)
Eduard-Pötzl-Gasse 6/6/ 11
1190 Wien
Tel: +43-676/919 15 38
E-Mail: office@europenet.tv
Web: www.europenet.tv

Telekom Presse Dr. Peter F. Mayer KEG (CS)
Getreidemarkt 10, 1010 Wien
Tel: +43-1-581 20 81
E-Mail: pfm@telekom-presse.at
Web: www.telekom-presse.at

Telekurier Online Medien GmbH & CoKG (C)
Lindengasse 52, 1070 Wien
Tel: +43-1-52100 2233
E-Mail: Ronald.Schwaerzler@kurier.at
Web: www.kurier.at

TeleMax Internet Service (ACHS)
Sandgasse 26, 6923 Lauterach
Tel: +43-5574-79489
E-Mail: office@telemax.at
Web: www.telemax.at

Teleport Consulting und Systemmanagement Ges.m.b.H. (ACHSW)
Gutenbergstraße 1
6858 Schwarzach
Tel: +43-5572-501-735
E-Mail: webmaster@vol.at
Web: www.vol.at

TeliaSonera International Carrier Austria GmbH (B)
Schlosshoferstraße 4, Stiege 4/Top 22
1210 Wien
Tel: +43-1-205 305 17
E-Mail: eva.haager@teliasonera.com
Web: www.teliasoneraic.com

Thomas Dorn, Xi-Development (CHS)
Kerpengasse 69, 1210 Wien
Tel: +43-1-271 45 50
E-Mail: thomas@dorn.at
Web: www.dorn.at

Tinet International Network (ABHS)
Hugenottenallee 167
D-63263 Neu-Isenburg
Tel: +49-6102 823 5391
E-Mail: joerg.hartmann@tinnet.net
Web: www.tiscali.net

Tiscover AG (CHS)
Maria-Theresien-Str. 55-57
6010 Innsbruck
Tel: +43-512-53 51 611
E-Mail: konrad.plankensteiner@tiscover.com
Web: www.tiscover.com

T-Mobile Austria GmbH (ACWS)
Rennweg 97-99
1030 Wien
Tel: +43-1-79585 0
E-Mail: ispa@t-mobile.at
Web: www.t-mobile.at

TreAngeli Corporate Communication Consultants (ACHSW)
Stephansplatz 8, 1010 Wien
Tel: +43-1-533 3637-0
E-Mail: service@treangeli.at
Web: www.treangeli.at

Tripple Internet Content Services (ACHS)
Florianigasse 54/2-5, 1080 Wien
Tel: +43-1-406 59 27 -0
E-Mail: office@trippel.at
Web: www.trippel.at

upstreamNet Communications GmbH (BH)
Lilienbrunnengasse 7-9/3. OG
1020 Wien
Tel: +43-1-212 86 44-0
E-Mail: office@upstreamnet.at
Web: www.upstreamnet.at

Verein servus.at - Kunst & Kultur im Netz (AC)
Kirchgasse 4, 4040 Linz
Tel: +43-732-731-300
E-Mail: office@servus.at
Web: www.servus.at

Verizon Austria GmbH (ABH)
Handelskai 340, 1023 Wien
Tel: +43-1-727 14 350
E-Mail: alexander.fantl@at.mci.com
Web: www.verizonbusiness.com/at

Viennaweb Internetdienstleistungen, EDV Dienstleistungen Baldermann (H)
Pefektastrasse 21/2/30, 1230 Wien
Tel: +43-1-956 46 06
E-Mail: office@viennaweb.at
Web: www.viennaweb.at

VIM Internetdienstleistungen GmbH (ACHS)
Kärntnerstr. 17/13, 1010 Wien
Tel: +43-1-7260 200
E-Mail: office@vim.at
Web: www.vim.at

virtual-business (CHS)
Favoritenstraße 217/4, 1100 Wien
Tel: +43-1-602 21 86 0
E-Mail: office@vibu.at
Web: www.vibu.at

vivomondo GmbH (CS)
KR Martin Pichler-Str. 1, 6300 Wörgl
Tel: +43-6991/782 62 99
E-Mail: arno.abler@vivomondo.com
Web: www.vivomondo.com

w3work - Gesellschaft für Kommunikation und Medien Gneuß & Arnold GbR (S)
Dorfstraße 34A
D-09569 Memmendorf
Tel: +49-37292 60846
E-Mail: ja@w3work.de
Web: www.mailingwork.de

WEB-TECH COACHING (CS)
Siebeneichengasse 2, 1150 Wien
Tel: +43-1-492 51 63
E-Mail: info@web-tech.at
Web: www.web-tech.at

Wiener Zeitung GmbH (C)
Wiedner Gürtel 10, 1040 Wien
Tel: +43-1-206 99 290
E-Mail: k.schiessl@wienerzeitung.at
Web: www.wienerzeitung.at

Wienstrom GmbH (A)
Mariannengasse 4-6, 1095 Wien
Tel: +43-1-4004 82000
E-Mail: christian.reim@wienstrom.at
Web: www.wienstrom.at

Wimax Telecom GmbH (AS)
Pottendorfer Str. 25-27, 1120 Wien
Tel: +43-1-266 00 16
E-Mail: office@wimaxtelecom.at
Web: www.wimaxtelecom.at

Wingsoft (HS)
Lanzendorfer Str. 45, 2481 Achau
Tel: +43-664/102 99 91
E-Mail: wilhelm.holzgruber@wingsoft.at
Web: www.wingsoft.at

WNT Telecommunication GmbH (ACHS)
Richard-Strauss-Str. 43, 1230 Wien
Tel: +43-1-616 30 90
E-Mail: office@wnt-telecom.net
Web: www.wnt.at

World4You Internet Services GmbH (H)
Hafenstrasse 47-51, 4020 Linz
Tel: +43-7227-20665 30
E-Mail: office@world4you.com
Web: www.world4you.com

WVNET Informations und Kommunikations GmbH (ACHSW)
Edelhof 3, 3910 Zwettl
Tel: +43-282-53633 0
E-Mail: sales@wvnet.at
Web: www.wvnet.at

www.funknetz.at GmbH (AHSW)
Viktor Kaplan Straße 9b
2201 Gerasdorf
Tel: +43-1-292 96 99 0
E-Mail: m.urbanek@funknetz.at
Web: www.funknetz.at

XQueue GmbH (S)
Christian-Pleiß-Str. 11-13
D-63069 Offenbach am Main
Tel: +49-69-83008980
E-Mail: stefan.roedig@xqueue.de
Web: www.xqueue.de

A access	H hosting
B backbone	R spam whitelist
C content	S services
F ispa forum	W wlan

Impressum

ispa-internet service providers austria. 1090 wien, währingerstraße 3/18. redaktion: bernadette natter.
druck: donau-forum-druck, 1230 wien. grafik: elsner • publishing • grafik • design, 1180 wien • peter jordanstr. 81
• blattlinie: informationsmedium des vereins internet service providers austria (ispa) und dient zur unterstützung des ziele der vereinstätigkeit: förderung des internets in österreich. namentlich gekennzeichnete beiträge stellen selbstverständlich nicht automatisch die position der ispa dar. die ispa haftet nicht für schäden, die aus inkorrekten oder verspäteten inhalten oder aus handlungen resultieren, die im vertrauen auf die richtigkeit des inhaltes getätigt wurden. die in dieser publikation enthaltenen informationen stellen keine rechts- oder anlageberatung sondern lediglich eine information dar.

Keynote:

Coolhunting durch Schwarmkreativität

Von Peter A. Gloor

Bienenschwärme vollbringen unfassbare Meisterleistungen. Angefangen beim Nestbau, wo Bienen ohne zentrale Anleitung perfekt abgestimmte Wabennester im Sechseck-Muster bauen, über die Aufzucht der Brut, wo die Bienen, und nicht die Königin, über den Zeitpunkt und die Auswahl der neuen Königin entscheiden, bis hin zu einem ausbalancierten Honigsammelsystem wo die Bienen sich die besten Honigstandorte mit Hilfe des Schwänzeltanzes mitteilen, ist ein Bienenschwarm ein Musterbeispiel eines sich selbst organisierenden Superorganismus.



Peter A. Gloor

Selbstorganisierende Menschwärme funktionieren genau gleich und sind zu ebensolchen Meisterleistungen fähig. Dieser Artikel zeigt auf, wie durch vertieftes Verständnis der Funktionsweise von Menschwärmen deren Kreativität während des Ideengenerierungs- und Keimungsprozesses aufgespürt und unterstützt werden kann. Insbesondere gestattet das frühzeitige Entdecken von neuen Innovationen – das Coolhunting neuer cooler Ideen – die Vorhersage von Trends.

Zwischenmenschliche Kommunikationsprozesse haben sich in den letzten Jahren zunehmend auf elektronische Kanäle verlagert. Das gilt für die informelle Kommunikation von

Wissensarbeitern in Unternehmen ebenso wie für die private Kommunikation im Internet. Ein Indiz dafür ist der Trend zur weiteren Technologisierung von sozialen Netzwerken, auch als Web 2.0 bezeichnet. Darunter wird soziale Software für „Social Sharing“ wie Flickr, „Social Collaboration“ wie Wikipedia, „Social Bookmarking“ wie del.icio.us, und „Social Networking“ wie openBC, LinkedIn, FaceBook, und MySpace verstanden. Diese Phänomene erweitern die Funktionalität von E-Mail erheblich und ermöglichen neue Organisationsformen der Zusammenarbeit. Die virtuelle Welt wird somit immer mehr zum Spiegel der realen Welt. Durch die zunehmende Verlagerung der Kommunikati-

on auf elektronische Wege ist die Datenerhebung einfacher geworden. Dabei sind die aus E-Mail-, Telefon- und Chat Logs gefilterten Beziehungen eine wertvolle Informationsquelle. So können beispielsweise im Bereich Organisationsentwicklung Kommunikationsstrukturen von Mitarbeiternetzwerken analysiert und später im Sinne der Organisation beeinflusst werden. Weiter können in bisher unbekanntem Masse öffentliche Kommunikationsdaten von Gemeinschaften im Internet erfasst und ausgewertet werden. Diese Daten geben neue und wichtige Aufschlüsse über Meinungen und Trends, was bisher nur aufwendig via Interviews ermittelt werden konnte.

Das Software-Werkzeug Condor ermöglicht das Web und weitere online Archive zu analysieren, um Trends detailliert zu erforschen. Als Datenbasis für Condor können die

Kommunikationsströme unterschiedlicher Netzwerke, wie E-Mail, Telefon, Blogs, Wikis, Websites oder Internet-Foren verwendet werden. Die Software gibt Führungskräften und Marketingspezialisten ein Instrument in die Hand, mit dessen Hilfe sie in bisher unbekanntem Ausmass das öffentlich zugängliche Wissen und die Mund-zu-Mund-Propaganda im Internet zur Marktanalyse und zur Vorhersage von Trends nutzen können. Mit Hilfe neuester Data-Mining-Techniken kombiniert Coolhunting die Weisheit der Menge (wisdom of crowds) im Web mit Expertenwissen aus sogenannten Weblogs oder Blogs (wisdom of self-proclaimed experts) und der Weisheit der Schwärme (wisdom of swarms) aus Internet-Foren und virtuellen Gemeinschaften. Damit können Beeinflusser und Meinungen zu Produkten und Firmen ermittelt und zukünftige Trends vorhergesagt werden.

Der grösste Unterschied von Coolhunting mit Condor im Vergleich zu anderen Webmining-Ansätzen ist, dass Condor Informationserzeuger analysiert, während andere Systeme Informationskonsumenten untersuchen. Im Gegensatz zu anderen Analyseverfahren ermöglicht Coolhunting mit Condor,

nicht nur die Positionierung von Websites vorzunehmen, sondern das „Rauschen im online-Blätterwald“ durch Erkennen und Gewichten von Beeinflussern mit Hilfe sozialer Netzwerkanalyse direkt zu messen. In unserem Ansatz zur Trendvorhersage werden Trends bereits zum Zeitpunkt, wo sie erzeugt werden, d.h. wenn sie das erste Mal auftauchen, analysiert, während andere Systeme das Zugriffsverhalten, die Click-Through Rate, und die Suchhäufigkeit messen. Ein weiterer Unterschied zu anderen Systemen liegt in der Tatsache, dass Condor die soziale Netzwerkposition im Zeitverlauf berücksichtigt. Damit hängt die Wichtigkeit des analysierten Suchbegriffs von der sozialen Netzwerkposition desjenigen, der den Begriff verwendet, ab, und zwar über den Verlauf der Zeitachse gemessen. Durch diese Zeitreihenanalyse ist Condor in der Lage, Veränderungen in der sozialen Netzwerkposition sehr rasch festzustellen, und damit Trends schnell und flexibel zu erkennen. Das heisst, dass beim Coolhunting mit Condor nicht darauf geschaut wird, wie häufig beispielsweise eine bestimmte Webseite angeklickt und gelesen wird, sondern von welchen anderen Webseiten, Blogs und online Foren ein Link zur gemessenen Webseite existiert. Je mehr Links zu einer Webseite führen, desto wichtiger ist diese Webseite für den Suchbegriff. Gleichzeitig wird auch die soziale Netzwerkposition dieser Websei-

Condor – Software für die dynamische Analyse sozialer Netzwerke

Basierend auf über 15 Jahren Forschung und Entwicklung am MIT und in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen weiteren Universitäten (Dartmouth College, Helsinki University of Technology, Universität Köln, Universität von Salento) hat der Autor ein Softwarewerkzeug für die Analyse sozialer Netzwerke, zur Suche im Web und für die Vorhersage von Trends entwickelt, das mittlerweile unter dem Namen Condor auch kommerziell vertrieben wird. So wurden unter anderem neue Verfahren zur Visualisierung von sozialen Netzen als Trickfilme, neue visuelle Darstellungsformen sozialer Gruppen (die „Social Temporal Surfaces“, neue Verfahren zur kombinierten Analyse von sozialen Netzen und deren Inhalt, sowie zur Suche auf dem Web mit Hilfe sozialer Netzwerkalgorithmen entwickelt. Als Datenbasis für Condor können die Kommunikationsströme unterschiedlicher Netzwerke, wie E-Mail, Chat, Telefon, Blogs, Wikis, Websites oder Internet-Foren verwendet werden. Die Software gibt Führungskräften und Marketingspezialisten ein Instrument in die Hand, mit dessen Hilfe sie Erstens in bisher unbekanntem Ausmass das öffentlich zugängliche Wissen und die Mund-zu-Mund-Propaganda im Internet zur Marktanalyse und zur Vorhersage von Trends (coolhunting) nutzen können und Zweitens Kommunikationsprozesse innerhalb von Unternehmen verbessern können (Wissensflussoptimierung).

Wie Coolhunting mit Condor funktioniert

1. Definiere Schlüsselbegriffe, die den neuen Trend beschreiben, z.B. aus Wikipedia, oder in Diskussion mit einem Experten
2. Gib Liste der Schlüsselbegriffe in Condor ein
3. Miss die Zentralität der Schlüsselbegriffe, und kombiniere sie mit verschiedenen Attributen
4. Finde die zentralsten Webseiten zum Thema
5. Erzeuge automatische Wissenslandkarte der Schlüsselbegriffe via Condor (Condor wertet den Inhalt der zentralsten Webseiten mit Hilfe statistischer Techniken aus)
6. Miss Zentralität der Schlüsselbegriffe (ev. mit neuen Attributen) täglich, dies erzeugt eine Trendkurve

ten gemessen. Je zentraler die Webseite, desto wichtiger wird sie für den Suchbegriff. Im Gegensatz zur Websuchmaschine Google misst Condor den Wissensfluss durch das Web, und fokussiert für eine Trendsuche auf ein bestimmtes Themengebiet.

Fallstudie – Coolhunt für Trends für „Grüne Technologien“ („green technologies“)

Die folgende Fallstudie beschreibt eine Coolhunt für „Grüne Technologien“. Im ersten Schritt wurden eine automatische tägliche Analyse für die Suchbegriffe „green“, „environmental“, „climate change“, und „global warming“ vorgenommen, diese Begriffe wurden manuell definiert.

Wie Abbildung 1 illustriert haben die Begriffe „green“ und „climate change“ das grösste Gewicht im online Blätterwald in der beobachteten Zeitperiode. Die Web Coolhunt informiert auch über die wichtigsten Trends via Condor Cybermap: Die Green party in den US, und die Webseiten Globalwarming.org und Green.msn.com sind am zentralsten. Die zentralsten Trends sind ein „Durchbruch in Nanosolarer Technologie“ und „Globale Wasserversorgung“.

Aus der Wikipediaseite „Green Technology“ wurden anschliessend die weiteren Suchbegriffe „alternative energy“, „green energy“, green banking“, „solar power“, „environmental engineering“ und „green building“ entnommen, und eine Condor-Coolhunt durchgeführt (Abbildung 2). Aus Abbildung 2 sehen wir, dass „green banking“ am nächsten bei „solar power“ liegt, dass „alternative energy“ für „green banking“ von Interesse ist, dass „alternative energy“, „green energy“, and „green building“ einen Cluster bilden, und dass „environmental engineering“ und „green technology“ weniger zentral sind.

Die gleiche Condor-Auswertung zeigt auch die wichtigsten Webseiten zum Thema (Abbildung 3).



Abbildung 1. Trend-Entwicklung im Bereich „Grüne Technologien“

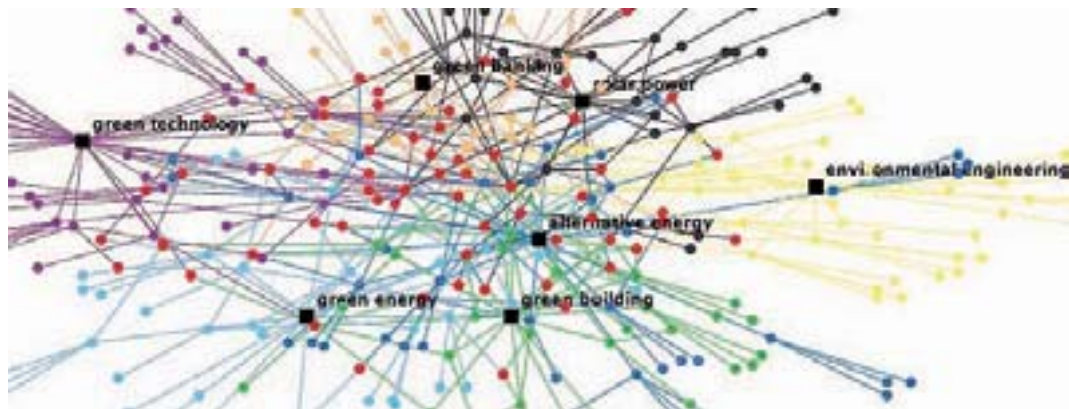


Abbildung 2. Coolhunt für Wikipedia-Begriffe zu „Green Technology“

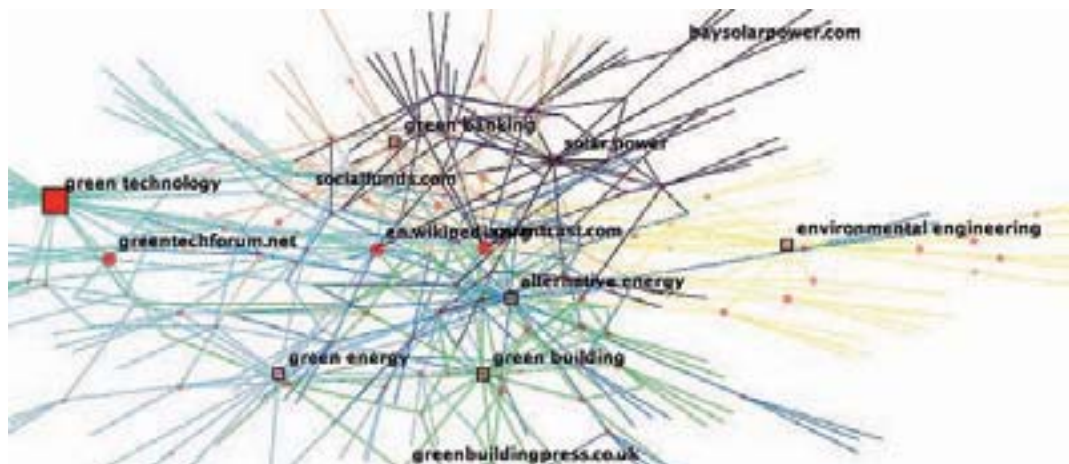


Abbildung 3. Wichtigste Webseiten zum Thema

Am wichtigsten sind Webseiten von Forschungseinrichtungen und Universitäten wie dem MIT und der Universität von Alberta, sowie von Non-Profit Institutionen wie rain.org. Wichtige industrielle Webseiten sind Technologieanbieter wie baysolarpower.com, und Banken wie socialfunds.com. Um die wichtigsten Themen und Attribute im Bereich "Green Technologie" zu erheben, wurde anschließend eine Wissenslandkarte des Inhalts dieser Webseiten automatisch erzeugt (Abbildung 4).

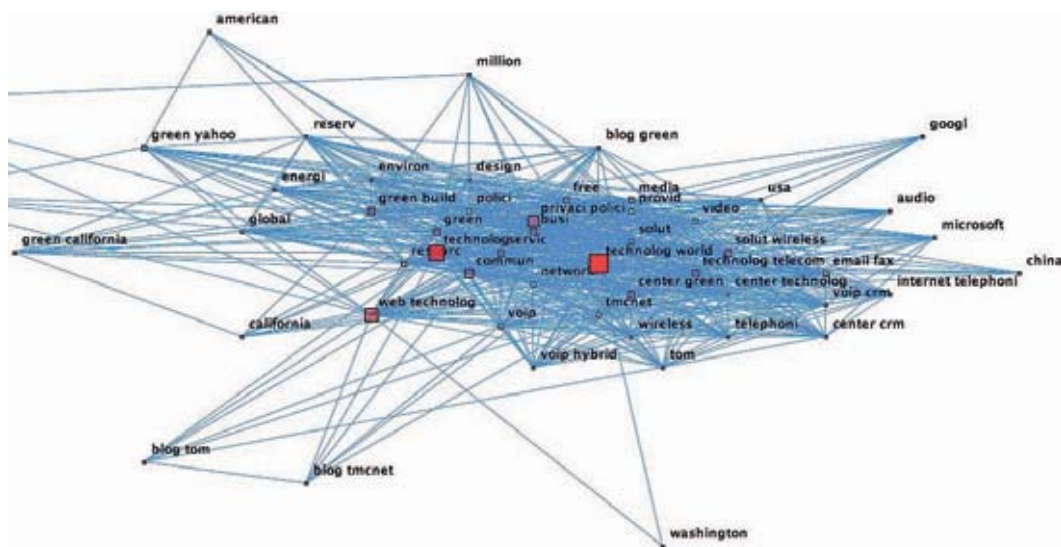


Abbildung 4. Wissenslandkarte zum Thema "Green Technologies"

Im Folgenden einige Erkenntnisse aus der Wissenslandkarte, die durch interaktives Drill-Down in Condor gewonnen wurden: Kalifornien erscheint als Marktführer in "green technologies". Google, Yahoo, und Internet Technologien wie Internet Telephonie gelten als sehr umweltfreundlich. Der Internet-Telephonie-Produzent TMCnet wird namentlich genannt. Leute, die umweltbewusst sind, sind auch sehr besorgt über die Wahrung der Privatsphäre auf dem Internet. China und die US werden als die grössten Umweltsünder wahrgenommen. Weiteres Drill-down in die Wissenslandkarte würde nun dem Umweltschützer und dem Investor weitere Trends und Industriemarktführer im Bereich grüne Technologien aufzeigen.

Anwendungen von Coolhunting

Coolhunting gibt Antworten zu den folgenden drei Fragen:

1. Was ist der aktuelle Wissensstand zu einem gegebenen Thema (what is)?
2. Welches sind die (bisher unbekannt) Wissensträger zum gegebenen Thema (who is)?
3. Welches sind (zukünftige) Trends zum gegebenen Thema (what will be)?

Die Auswertungen dieser Antworten können einer Firma beispielsweise aufzeigen wie sie und ihre Produkte im Vergleich zur Konkurrenz im Internet positioniert ist, wie

das Image verbessert werden kann und welches die Stärken und Schwächen der Firmenmarke oder der Firmen-Webseite sind. Im Bereich Web-Marketing können durch Coolhunting die wichtigsten Webseiten für potentiell Sponsoring gefunden werden, und die für den Markt einflussreichsten Blogs, um dort allenfalls Banner-Ads zu platzieren. Die Firma kann Entscheidungshilfen gewinnen dafür, welche Marken und Events sie sponsern soll. Die Firma kann auch messen, wie gut ihre Webseite im Vergleich zur Konkurrenz ist. Sie kann ausloten, wie sich die Positionierung der Firmenmarken im Markt in den letzten Wochen und Monaten verändert hat und was dies für die Zukunft bedeutet. Auf diese Weise kann auch die Effizienz von Marketing-Kampagnen kostengünstig gemessen werden. Schliesslich kann die Firma im breitfläch-

gen Coolhunting erheben, welche Trends sich in ihrem Industriesektor abzeichnen, welche generellen Begriffe für die Firma wichtig sind, und was die „coolsten“ Trends für bestimmte Teilmärkte sind.

Während die Bienenforscher erstaunliche Einblicke in die Funktionsweise des Schwarmverhaltens von Bienen gewonnen haben, sind Menschenschwärme unendlich viel komplexer. Die Analyse sozialer Netzwerke hat sich als eigenes Forschungsgebiet etabliert, das Interesse daran ist in den letzten Jahren förmlich explodiert. Dennoch, oder gerade deswegen stehen unsere Arbeiten zum Thema Schwarmkreativität und Trendvorhersage ganz am Anfang. Deshalb zum Schluss eine Trendvorhersage in eigener Sache: die spannendsten Erkenntnisse aus der Erforschung des Schwarmverhalten des Menschen stehen uns noch bevor. ♦

Weiterführende Literatur

Gloor, P. A. (2006). *Swarm Creativity: Competitive Advantage Through Collaborative Innovation Networks*. Oxford University Press.
 Gloor, P. A. /Cooper, S. (2007). *Coolhunting. Chasing Down the Next Big Thing*. AMACOM Press, New York.

Podiumsdiskussion:

Virtuelles Leben – wie real sind soziale Netze?

Von Romana Cravos

Soziale Netze als reine Zeitverschwendung, mit einem Hang zum Narzissmus bei intensiver Nutzung oder als effiziente Organisation von beruflichen und privaten Kontakten?

Sollten öffentliche Daten auch ein Ablaufdatum haben und welche gesetzlichen Bestimmungen gibt es bei der Nutzung von sozialen Netzwerken am Arbeitsplatz? Ist Cybermobbing ein neues Phänomen und wie soll damit umgegangen werden?

Das Thema der Podiumsdiskussion „Virtuelles Leben – wie real sind soziale Netze“ spannte einen Bogen zwischen all den Facetten, die in sozialen Netzwerken stecken und gab einen Einblick in die unterschiedlichen Nutzungsstrategien.

Narzisstische Motive

Armin Thurnher, Gründer der Stadtzeitung Falter und nach eigenen Angaben Internet-Poweruser und überzeugter Facebook-Verweigerer, kann sozialen Netzwerken nichts abgewinnen. Er stellte durch die intensive Nutzung Effekte wie hysterischen, motorischen und autistischen Narzissmus, sowie asoziale Effekte in der täglichen face-to-face Kommunikation bei seinem Redaktionsteam fest. Er sehe das Netz als eine unhöfliche Veranstaltung und Herausforderung zur Zeitverschwendung, der Großteil der Bloggerinnen und Blogger betätige sich ausschließlich aus eigennützigen Motiven.

Private und berufliche Bereicherung

Martin Dobner, Geschäftsführer von Parship.at, hingegen ist ein Beispiel für den typische Nutzer von sozialen Netzwerken: Er



Andrea Hammer



Armin Thurnher



Bernhard Lehner



Johann Maier



Martin G. Dobner

verwendet XING für seine beruflichen und Facebook für seine privaten Kontakte. Bernhard Lehner, Marketingverantwortlicher bei der Personensuchmaschine 123people, sieht sich selbst als „digital immigrant“ und bezeichnet 123people als Adressbuch 2.0. Soziale Netzwerke dienen dabei als Datenquelle um einen Überblick zu erhalten, in welchen sozialen Netzwerken die gesuchte Person registriert ist. Darüber hinaus sieht er soziale Netzwerke als eine Bereicherung im täglichen Umgang mit dem Netz.

Des einen Freud, des anderen Leid

Nationalratsabgeordneter und stellvertretender Vorsitzender des Datenschutzrates Johann Maier beschreibt die offenen Daten in sozialen Netzwerken als „des einen Freud, des anderen Leid“: „Öffentliche Daten können jederzeit verfügt und weiter verwendet werden und genau das führt auch auf europäischer Ebene immer wieder zu der Diskussion, ob jedes Datum auch ein Ablaufdatum haben sollte.“ Aus eigener Erfahrung der täglichen Konsumentenberatung nennt

er das fehlende Risikobewusstsein der Internetnutzerinnen und –nutzer als Hauptproblem.

Maier ortet bei den Betreiberinnen und Betreibern von sozialen Netzwerken wenig Verantwortung was die rechtlichen Rahmenbedingungen betrifft. Jahrelang hätten sie die konsumenten- und datenschutzrechtlichen Bestimmungen ignoriert und es auf gerichtliche Auseinandersetzungen ankommen lassen. Maier fasste dieses Vorgehen mit den Worten „Dem Betreiber alle Rechte, dem Verbraucher bleibt das Schlechte“ zusammen.

Facebook am Arbeitsplatz - Trennung zwischen öffentlich und privat

Moderatorin Andrea Hammer, ISPA Vorstandsmitglied und stellvertretende Geschäftsführerin des ICE-Vienna, stellte die Frage in den Raum, ob die Nutzung von sozialen Netzwerken am Arbeitsplatz einer Beschränkung unterworfen sein sollte und ob sich die Unternehmen hier öffnen sollten, um dem Druck, in sozialen Netzwerken registriert zu sein, nachzugeben?

Maier sieht hier eine klare Trennung in öffentlichen Bereich und Privatwirtschaft: „Die Arbeitsmittel unterliegen prinzipiell der Verfügungsmacht der Arbeitgeberin oder des Arbeitgebers, die private Nutzung sollte in der Betriebsvereinbarung geregelt sein. Im öffentlichen Bereiche gibt es nur bei den Bundesbediensteten eine einheitliche Regelung, für Landes- bzw. Gemeindebedienstete gilt diese Regelung allerdings nicht.“

Selbstregulierung gefragt

Soziale Netzwerke und Cybermobbing werden vor allem von den Medien immer öfter in einem Atemzug genannt und entwickeln sich zu einem ernst zu nehmenden Problem. Hier herrschte am Podium jedoch Konsens darüber, dass die betreibenden Personen von sozialen Netzwerken eigene Instanzen zur Kontrolle und Selbstregulierung aufsetzen sollten, als auf gesetzliche Regelungen zu warten. Einhellig festgestellt wurde auch, dass Kinder und Jugendliche mit dem Internet und der Weitergabe von Information und persönlichen Daten anders umgehen als Erwachsene. Sie beziehen ihre persönliche Meinung oft aus einem Netzwerk von Meinungen, die sie im Internet vorfinden.

„Rules of Conduct“

Tatsache ist, dass Cybermobbing ein Phänomen ist, das unter aufwachsenden Menschen nicht neu ist. Um dem Missbrauch von sozialen Netzwerken entgegenzuwirken, sollten soziale Netzwerke so genannte „Rules of Conduct“ (Verhaltensregeln) aufstellen, wie intern mit Daten umgegangen wird. Auch sollte es die Möglichkeit geben, Bilder, Videos oder Nachrichten wieder entfernen zu können, um den Opfern von Cybermobbing die Chance zu geben, ihre virtuelle Identität zu rehabilitieren. ◆

Podiumsdiskussion:

Vom Hype zum Bus

In der Podiumsdiskussion „Vom Hype zum Business!“ ging Andreas Koman der Frage nach, welche wirtschaftlichen Möglichkeiten das Internet österreichischen Unternehmen bietet und wo die großen Herausforderungen der kommenden Jahre liegen.



Future Economy

Für Hans Jörg Schelling (Vizepräsident der Wirtschaftskammer Österreich) zeigen die Entwicklungen ganz klar, dass die New Economy nicht virtuell passieren wird, sowie die Old economy nicht ohne die Tools der New Economy auskommen kann. Beide Bereiche müssen seiner Ansicht nach voneinander lernen im Sinne einer Future Economy.

Durch das Internet habe sich ein völlig neuer Vertriebskanal eröffnet. Die Zielsetzung ist für Schelling die entscheidende Frage in diesem Zusammenhang: „Was will ich mit dem Kanal kommunizieren? Dialog, Verkauf, Vertrieb, etc.“ Darüber hinaus werde der komplexe Prozess dahinter oft unzureichend bedacht. Für ihn ist das Internet im Geschäftsleben mehr als nur Hard- und Software. Hinter jeder Website stehe eine ganze Kette von Leistungen, wie z.B. Logistik, Servicecenter, IT-Sicherheit, etc. Der Fachverband der Unternehmensberatung und Informationstechnologie (UBIT) habe daher bereits früh begonnen Unternehmen in diesem Bereich zu begleiten.

Als ebenso wichtige Voraussetzung für den Erfolg sieht Schelling jedoch auch die Verbesserung der Rahmenbedingungen: Es gebe noch viele Gebiete in Österreich, die über keinen Breitbandanschluss verfügen und daher nicht in der Lage seien Business über das Internet anzubieten.

Trial and Error

„Hype“ ist für Karl Pall (Geschäftsführer von Google Österreich) der falsche Ausdruck für die Grundlage eines Erfolgszeptes im Internet. Das Internet sei zu einem seriösen Geschäft mit ernstzunehmenden Businessmodellen geworden.

Passender für die Bezeichnung eines Erfolgsrezeptes ist für ihn „Trial and Error“ – viele Kreative haben Inhalte ins Netz gestellt und dabei nicht immer nur positive Nebengeräusche im digitalen Business produziert. Google crawle täglich 15-20 Mrd. Seiten und serviere 1,6 Mrd. Userinnen und User. Pall sieht hier eine entsprechend kritische Masse erreicht, die es erlaube von einem großen



Die Diskussionsteilnehmer
v.l.n.r.: Burkhard Henn,
Hans Jörg Schelling, Karl Pall
und Emmanuel Glenck

Geschäft zu sprechen.

Der große Erfolg von Google ist für Pall ganz leicht zu erklären: Google orientiert sich an den Bedürfnissen der Userinnen und Usern und befriedigt mit dem ureigensten Produkt von Google, „Suche“, deren Nachfrage.

Transparente Märkte

Das Erfolgsrezept von ricardo.at ist laut Burkhard Henn (Geschäftsführer von ricardo.at) der Fokus auf die lokalen Marktanforderungen, nur so könne sich ein Online-Marktplatz gegen Riesen wie eBay behaupten. Neben marktspezifischen Gegebenheiten, lege das Unternehmen aber auch viel Wert auf Kundennähe wie beispielsweise einen Kundendienst vor Ort und Kooperationen mit heimischen Unternehmen. „Nischenpositionierung“ sei für Marktplatzmodelle ebenfalls ein wichtiges Schlagwort. Wie Shoppingcenter habe sich dieses Geschäftsmodell erst etablieren müssen. Das Internet hat dies ermöglicht, indem intransparente Märkte transparent gemacht wurden.

AT:net (austrian electronic network)

„Wenn die Frage nach dem Kundenbedarf nicht beantwortet wird, ist daraus kein Business zu machen“, kann Emmanuel Glenck (Bereichsleiter für Thematische Programme bei der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft) durch seine berufliche Erfahrung leicht beantworten. Daneben können auch Förderungen, wie sie die FFG in unterschiedlichen Programmen vergibt, für den Erfolg sehr hilfreich sein.

Eine für die Internetbranche besonders interessante Ausschreibung ist die aktuelle AT:net (austrian electronic network), die noch bis zum 23. November läuft. Hierbei geht es darum auf Breitbandtechnologie-Basis neue Anwendungen und Dienste zu entwickeln. Um eine Förderung zu erhalten, gebe es leider kein Patentrezept. Es sei wichtig, so Glenck, möglichst alle Evaluierungskriterien (z.B. innovatives Projekt, starke Projektpartner, etc.) ausreichend zu erfüllen, um in die engere Auswahl zu kommen. Die Bedeutung von IKT für die Wirtschaft

hat auch die FFG erkannt – für sie ist IKT das größte Thema, das seit 2003 gefördert wird und es werden jährlich rund 2/3 der Gelder für IKT-Projekte ausgeschüttet.

Wohin geht die Reise?

Auf die Frage was wir in Zukunft brauchen um in Internet ein Geschäft zu machen, hat die heimische Wirtschaft zahlreiche Antworten parat:

Trend: Exklusivität

Der Trend gehe in Richtung Kommunikationsleistung zwischen Unternehmen und Kunden, meint Schelling. Das Internet funktioniert aber nicht ohne klassische Kommunikationsleistung, d.h. die Kunden müssen aktiv auf das Internetangebot aufmerksam gemacht werden. Darüber hinaus rät Schelling das Internetangebot exklusiv zu gestalten, um eine neue Zielgruppe zu erreichen. Ebenso ein bereits wahrnehmbarer Trend sei die Komplementärverlinkung: Unternehmen verweisen bzw. verlinken auf ihrer

Website auf Kooperationspartner. Alle diese Aktionen müssen sich aber an den Bedürfnissen der Benutzerinnen und Benutzer orientieren, betonte Schelling abschließend.

Trend: Local

„Local“ bedeutet für Henn relevante Informationen zu lokalen Angeboten im Internet anzubieten. Dies sei eine sehr kostengünstige und effiziente Maßnahme, die in Kombination mit mobilen Applikationen nun – Dank iPhone und Co – zum Durchbruch komme. Damit im Zusammenhang würden auch das Bewegtbild, Video und TV zu einem weiteren Umbruch führen. Henn sieht in Zukunft das Internet als den Kanal für Inhalte.

Trend: Individualisierung

Ein verlässliches Tool, das erkennt was die Userin oder der User tatsächlich sucht, ist für Pall besonders wichtig und er beschreibt diese Tool als „Fernbedienung für das Netz“. Durch die Veränderung des Marketings von Push zu Pull, komme es zu einer neuen Interaktion und in weiterer Folge auch zu einer Individualisierung. Pall versetzt sich in die Rolle des Users und erwartet sich ein persönliches, individuelles und aktuelles Angebot.

Trend: Mut zum Risiko

Die zukünftige Entwicklung ist für Glenck nicht genau absehbar, weil wir heute nicht wüssten, welche Bedürfnisse die Kundinnen und Kunden morgen haben. In seiner Funktion möchte er aber die Unternehmen und Forschungseinrichtungen dazu anregen, mehr in Innovation hineinzustecken, sowohl was Infrastruktur wie Breitbandausbau, als auch Anwendungen d.h. Dienste betrifft. Aus seiner beruflichen Erfahrung kann Glenck nämlich berichten, dass bei geförderten Unternehmen eine Verlängerung der Wertschöpfungskette sowie eine Fokussierung durch das Internet feststellbar sei. ♦

Umfrage:

Internet als Motor für

Das Internet ist immer wieder für überraschende Innovationen gut. Beispiel: Wer hätte vor zehn Jahren an mobiles Internet gedacht? – Wir haben eine Umfrage unter den Besucherinnen und Besuchern des Internet Summit 2009 und in der Branche gemacht: Frage: Welche Innovationen im und durch das Internet sehen Sie zur Zeit?

Also ich will ja gar keine Prognose treffen“, wehrte Peter Rastl bescheiden ab. Die meisten Innovationen seien für ihn total überraschend gekommen, meinte der „Urvater des Internets“ in Österreich und langjähriger Leiter des zentralen Informatikdienstes der Uni Wien. Er räumte aber den sozialen Netzwerken einen künftig noch höheren Stellenwert ein. Die Macht der sozialen Netzwerke beflügelt ganz offenbar Innovationen, glaubt Andreas Rösler-Schmidt, ehemals IT-Journalist und heute Inhaber der PR-Agentur moveo: „Die Art, wie Innovationen entstehen, ändert sich durch Technik und Denken im „Web 2.0“ nachhaltig. Die steigende Nutzung der sozialen Netzwerke und die damit verbundene offenere Kommunikation verändern zunehmend auch die Art, wie wir mit Ideen

umgehen. Bisher behielten viele „guten Ideen“ als streng gehütetes Geheimnis für sich. Nun ändert sich das: Man kommuniziert seine Ideen, oft schon in den ersten Ansätzen. Das Netzwerk nimmt sie auf und entwickelt sie weiter. Welche Innovationen diese kollektive Intelligenz hervorbringt, ist für einen einzelnen fast nicht zu erraten. Vieles entsteht aus der Verknüpfung von Dingen, die bisher schlicht nicht zusammengefügt wurden. Ein dominierendes Thema wird vermutlich das Web als immer besserer, intelligenterer – und in der Nutzung einfacherer – Begleiter des (mobilen) Alltags sein.“

Noch mehr Breitband

Rund drei Viertel der österreichischen Bevölkerung nutzen zur Zeit das Internet. „Größter Gewinner unter den Web 2.0 Angeboten sind die sozialen Netzwerke, allen voran Facebook“, urteilt Integral-Geschäftsführer Bertram Barth, verantwortlich für den AIM (Austrian Internet Monitor). Relativ klar ist auch folgender Trend: „Die nächste Hochbandbreiten-Initiative, ausgehend von den amerikanischen Kabel-TV Netzen, rollt. Telekom Austria stellt 50 Mbps für die mittelfristige Haushaltsausstattung in Aussicht. Das Kommunikationserlebnis entspricht mehr und mehr einem tatsächlichen Live-Kontakt. Ich habe persönlich an internationalen Mehrpunkt-Videokonferenzen in dieser „Near-Life“ Qualität teilgenommen. Das Erlebnis ist wirklich verblüffend und nicht vergleichbar mit „alten“ Fernsehqualitäts-VCS. Schnelle Kommunikation wird weiter



Innovationen

Von Christine Wahlmüller



reits 20% aller Haushalte über einen Breitbandanschluss verfügen. Insgesamt schätzt Gartner, dass 422 Millionen Haushalte weltweit eine fixe Breitbandanbindung haben werden (Plus 10,5%).

IPv6 Gebot der Stunde

Aber auch die Techniker sind gefordert: „Die letzten IPv4-Adressen werden nach derzeitigem Stand Anfang 2012 vergeben werden, dann werden alle neuen Adressräume solche aus IPv6 sein müssen. Das wurde zwar schon vor 15 Jahren gesagt, aber damals half die Technologie NAT aus dem Dilemma. Im Moment ist aber keine Abhilfetechnologie in Sicht. Gut beraten unter den ISPs, Systemintegratoren und Technikern überhaupt ist, wer sich jetzt schon mit IPv6 auseinandersetzt, experimentiert und Erfahrungen sammelt. Unter erhöhtem Druck geht das schwer, und der erhöhte Druck droht uns spätestens 2011“, gab Georg Chytil, Chef des Telekommunikationsdienstleisters Nextlayer, zu bedenken.

Mobilität über alles

Die Österreicher sind nicht nur Handyvernarrt, sondern auch das mobile Internet hat eine große Fangemeinde: Vier von zehn Österreichern nutzen bereits mobiles Breitband. „Mobiles Internet ist der Wachstumsmarkt am österreichischen Mobilfunkmarkt. Ein starker Trend sind momentan Net&Book-Bundles (Marken-Notebook plus mobiles Internet)“, wusste Christian Nemeth, Marketingleiter bei Orange, zu berichten. „Ein weiterer wichtiger Impuls-

geber - speziell für die mobile Internetnutzung am Handy - ist das iPhone 3G. Durch die benutzerfreundliche Touchscreen Oberfläche und deren direkte Anbindung an Dienste ist die Datennutzung von iPhone Kunden wesentlich höher als bei regulären Handykunden. Das iPhone hat mit Sicherheit maßgeblichen Einfluß auf das Design einer künftigen Handygeneration“, prognostizierte Nemeth. Überhaupt geht der Weg in Richtung neue, ungeahnt funktionelle Endgeräte: „Vor allem junge Kunden nutzen Internetdienste gerne auch unterwegs. Spezielle Clients für YouTube, Facebook, Twitter und andere Social Media Portale machen es inzwischen einfach, immer und überall mit seinen Freunden in Kontakt zu bleiben“, erklärte „3“-Chef Berthold Thoma, Unternehmer könnten viele interne Vorgänge vom Handy aus kontrollieren, aktivieren oder aktualisieren. „Information at Your Fingertips“ die Vision, die Bill Gates in seiner keynote speech auf der Comdex 1990 präsentierte, ist mit dem iPhone Realität geworden. Damit ist die Basis vieler weiterer Innovationen geschaffen worden, die sich mit dem mobilen Internet beschäftigen werden“, betonte Georg Conrad-Billroth, Lektor der FH Campus Wien (Studiengang IT und TK). Einen kleinen Dämpfer erteilt allerdings eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung Arthur D. Little der euphorischen Mobilfunkbranche: „Mobile Breitbandtechnologien verfügen nur über limitierte Kapazität und sind nicht kosteneffizient. Sie sind daher nur als komplementärer Service zur fixen Breitbandinfrastruktur zu sehen.“ ◆

mehr und mehr nur über das Handy laufen aber die Internet Flat Rate basierte „Genusskommunikation“ (einfach lang und gemütlich tratschen) wird über die neuen VCs gehen - und die Bilder und Filme vom letzten Urlaub können wir dann auch gleich mit einblenden“, gab Thomas Kasa, Infrastruktur und Netzwerk-Leiter im Bundesrechenzentrum einen Ausblick in die nahe Zukunft. Der Bedarf an Bandbreite wird weiter steigen, „sowohl im Privatbereich mit Internet-delivered video, IPTV, und Musikdownload, aber natürlich auch im Business-Bereich, wo immer mehr Geschäftsapplikationen, Services und Produkte direkt über das Internet geliefert werden“, meinte Christian Stuedeny, Geschäftsführer von Interxion. Laut Gartner-Prognose (Worldwide Consumer Fixed Broadband, September 2009) werden bis zum Jahresende weltweit übrigens be-



STOPLINE

Österreichische Meldestelle gegen Kinderpornografie und nationalsozialistische Wiederbetätigung

Wer sind wir?

www.stopline.at bietet Ihnen - auch anonym - die Möglichkeit, einfach, schnell und unbürokratisch zu melden, wenn Sie im Internet auf illegales Material stoßen.

Seit der Gründung im Jahr 1998 wurden von Stopline mehr als 18.500 Meldungen bearbeitet. Erfolgreich ist Stopline national durch die enge Zusammenarbeit mit den relevanten Polizei-Meldestellen des Bundesministeriums für Inneres, den österreichischen Internet Service Providern sowie international als Mitglied von INHOPE, einer Vereinigung von mehr als 35 Hotlines gegen Kinderpornografie weltweit.

Wie können Sie helfen?

- ⇒ Melden Sie illegale Inhalte im Internet unter www.stopline.at.
- ⇒ Publizieren Sie das Stopline-Logo. Sie können es ganz einfach von www.stopline.at downloaden und an prominenter Stelle mit einem Link zur Stopline auf Ihrer Webseite platzieren. Damit tragen Sie dazu bei, die Bekanntheit der Stopline zu fördern und illegale Inhalte im Internet zu reduzieren.