



WIRTSCHAFT UND IT IN ÖSTERREICH



ABB.: Flagge von Österreich¹

INHALT

1. SCHWERPUNKT WIRTSCHAFT – RED BULL
 - 1.1 FAKTEN
 - 1.2 ERFOLGSREZEPT
 - 1.3 MARKETINGBEISPIEL
2. SCHWERPUNKT IT – E-GOVERNMENT
 - 2.1 ALLGEMEIN
 - 2.2 HANDY-SIGNATUR

1. SCHWERPUNKT WIRTSCHAFT – RED BULL

1.1 Fakten

- 1984 Gründung der Red Bull GmbH mit Sitz in Fuschl am See.
- Red Bull gibt es in 164 Ländern².
- In dem Unternehmen sind 8294 Mitarbeiter beschäftigt³.
- Red Bull hat keine eigenen teuren Produktionsstätten und Abfüllanlagen.
- Seit 1987 wurden etwa 30 Milliarden Dosen Red Bull konsumiert. (Stand 2012)⁴

¹ http://www.123gif.de/gifs/oesterreich/oesterreich_w500.gif

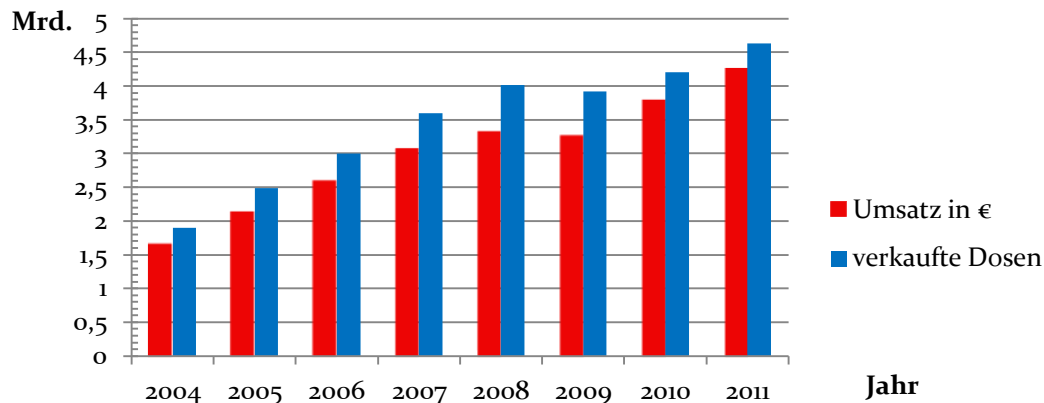
² <http://www.bild.de/geld/wirtschaft/red-bull/weltkonzern-energy-drink-marketing-26709404.bild.html>

³ <http://salzburg.orf.at/news/stories/2525848/>

⁴ <http://www.bild.de/geld/wirtschaft/red-bull/weltkonzern-energy-drink-marketing-26709404.bild.html>



Umsatzzahlen⁵



- Tätig im Bereich der Getränkeproduktion und im Vertrieb sowie im Mediensektor.

Horizontale Diversifikation	Laterale Diversifikation
<ul style="list-style-type: none"> • Energy Drinks • Cola- Erfrischungsgetränk • Mineralwasser 	<ul style="list-style-type: none"> • TV- Programme • Zeitschriften • Mobilfunk

- Dietrich Mateschitz hält 49%, die Familie Yoovidhya die restlichen 52% der Anteile des Unternehmens.
- Unter den hundert wertvollsten Marken der Welt landete Red Bull bei Eurobrand vor knapp einem Monat auf Platz 61⁶, in Österreich auf Platz 1⁷.

1.2 Erfolgsrezept

- Red Bull war eine völlig neue Produkt-Kategorie.
- Exklusivität bei Produkteinführung durch selektiven Vertrieb
- Red Bull als Multitalent und Marketingstrategie.
 - Red Bull sponsert u.a. Klippenspringer, Stunt- und Flugshows, Formel 1 und Red Bull Flying Bach.
 - Dafür fließt ein Drittel des Umsatzes ins Marketing, schätzen Experten.

1.3 Marketingbeispiel

- Felix Baumgartner wagte am 14. Oktober 2012 den Sprung aus der Stratosphäre.
- Höchster Fallschirmsprung (aus 39.045 m)
- Tiefster freie Fall (über 36.529 m)
- Erreichen der Schallgeschwindigkeit (mit 1342,87 km/h)
- Gigantische Zahl an Live- Zuschauern, ob über Youtube (8 Mio.) oder n-tv (ca. 20% des Marktanteils).
- Der Markenwert vor dem Sprung wurde auf rund 14 Mrd. € geschätzt – nach dem Sprung liegt das Potenzial bei bis zu 17 Mrd. €⁸.

⁵ http://de.wikipedia.org/wiki/Red_Bull_GmbH#cite_note-ORF_21.03.2012-1

⁶ <http://kurier.at/wirtschaft/marktplatz/die-wertvollsten-marken-der-welt/822.874>

⁷ <http://www.eurobrand.cc/studien-rankings/eurobrand-austria-2012>

⁸ <http://www.eurobrand.cc/presse/>



2. SCHWERPUNKT IT – E-GOVERNMENT

2.1 Allgemein⁹

- Der Startschuss für E-Government in Österreich fiel 1998.
- Österreich spielt hier eine Vorreiterrolle¹⁰.
- Rund 70% der befragten Österreicher nutzten das heimische E-Government.
- Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie um Qualität und Effizienz der Verwaltung zu stärken.
- Durch E-Government werden Kosten gesenkt.
- Qualität und Transparenz des öffentlichen Dienstes werden erhöht.
- E-Government ist das Synonym für einen modernen Staat.

Wichtigkeit verschiedener Aspekte beim E-Government (Monitor-Studie)¹¹

	DE	AT	CH	SE	UK	USA
Sicherheit	87%	89%	87%	80%	82%	76%
Zuverlässigkeit der Systeme	87%	90%	88%	79%	82%	74%
Datenschutz/ Datensicherheit	86%	89%	87%	77%	82%	75%
Einfache Bedienbarkeit (Navigation)	86%	89%	87%	80%	82%	74%
Vollständige Informationen	85%	90%	85%	79%	82%	74%
Aktualität der Inhalte und Angebote	85%	89%	86%	77%	83%	73%
Zeitliche Unabhängigkeit von Öffnungszeiten	85%	90%	86%	77%	82%	67%

Interaktionsebenen im E-Government:

- Information: Bereitstellung von Informationen, etwa über den Internetauftritt einer Behörde.
- Kommunikation: Möglichkeiten zum Austausch und interaktiven Abruf von Informationen.
- Transaktion: Eigentliche Durchführung von Dienstleistungen, etwa mit signiertem Antrag und elektronischer Zustellung eines Bescheides.

2.2 Handy-Signatur

- Seit 2009 im Einsatz¹²
- Anwenderfreundlich; es wird weder eine Chipkarte noch ein Lesegerät benötigt.
- Ist beim Online-Banking schon stark verbreitet.
- ca. 70.000 Handy-Signaturen im Einsatz und über 100 unterstützende Anwendungen.
- Die Umstellung auf E-Rechnungen.
- Ermöglicht Einsparungen für Unternehmen, sowie deren Buchhaltung und birgt ein großes Einsparpotenzial bei der elektronischen Zustellung von Dokumenten.
- Hintergrundabläufe der Handy-Signatur:
<http://www.buergerkarte.at/hintergrund-informationen.de.php>

⁹ <http://oesterreich.gv.at/DocView.axd?CobId=43072>

¹⁰ http://www.digitales.oesterreich.gv.at/site/cob__48445/currentpage__o/6654/default.aspx

¹¹ http://www.tns-infratest.com/presse/pdf/eGovernmentMONITOR_2012.pdf

¹² <http://de.wikipedia.org/wiki/B%C3%BCrgerkarte>