



*Lebenslauf*  
**Karbin Günter, Interviewpartner bei Egger**

Geb. 15.10.66  
 Geb. Ort: Wolfsberg / Kärnten

Eintritt bei Egger: Februar 1991  
 Erlernter Beruf: Tischler Ausbildung zum Meister bzw. Absolvierte Meiserprüfung

Begonnen bei Egger im Außendienst, 1997 Verkaufsleitung für den Holz u. Plattenfachhandel (Schwerpunkt Tischler u. Architektenbearbeitung bzw. erstellen u. umsetzen div. Marketing u. Vermarktungskonzepte)  
 Seit 2004 Geschäftsführung Marketing u. Vertrieb für die Märkte AT u. CH sowie Geschäftsführung Marketing u. Vertrieb der 4 Standorte in AT!  
 Seit 2008 zusätzlich die Marktverant-

*Was sehen Sie momentan und in Zukunft als größte Herausforderung für das B-to-B Marketing?*

Die Herausforderung liegt darin, eine sinnvolle Abgrenzung zum B-to-C-Marketing zu ziehen und auch hierfür eine Strategie zu erarbeiten. Schließlich gibt es auch Produkte von EGGER wie beispielsweise Laminatfußböden, die über den einstufigen Vertriebsweg an den Endverbraucher vermarktet werden.

*Was sind Ihre Hauptmärkte?*

Unser Hauptfokus liegt auf den europäischen Märkten, das umfasst sowohl West- wie auch Osteuropa.

*Wo sehen Sie Ihre größten Wachstumsmöglichkeiten?*

Wir sehen weiterhin große Wachstumsmöglichkeiten in Osteuropa, aber auch im Ausbau unserer Exportmärkte von Asien bis Afrika.

*Wie groß dürfen die Wachstumsschritte maximal sein?*

Unsere Philosophie ist es, organisch zu wachsen. Damit vermeiden wir, unsere eigene Organisation überzustrapazieren und können uns entsprechend gut auf weiteres Wachstum vorbereiten.

*Zu Ihren Visionen zählte einerseits die Internationalität als auch die Innovation. Welche Neuigkeiten können Sie im Marketing verzeichnen?*

Wir arbeiten daran unser Marketing zukünftig noch Zielgruppenspezifischer

**GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE ÖSTERREICH**

Jedes Unternehmen kann ein ausgezeichnete Arbeitsplatz werden. Unser Auftrag ist es, Sie dabei zu unterstützen.

**Österreichs Beste Arbeitgeber 2009**

Die Bestenliste "Österreichs Beste Arbeitgeber 2009" wurde am 20. Februar 2009 in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsmagazin "trend" und der Tageszeitung "Die Presse" als Medienpartner veröffentlicht.

Partner des Great Place to Work® Institute Österreich sind das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Aon Jauch und Hubner Consulting, karriere.at und bauMax.

**Platzierung Unternehmen**

**Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern**

- 1 Trodat GmbH
- 2 Worthington Cylinders GmbH
- 3 Danube Hotel-Betriebsgesellschaft m.b.H. / Hotel Intercontinental
- 4 Microsoft Österreich GmbH
- 5 Basler Versicherungs-Aktiengesellschaft in Österreich
- 6 Hewlett-Packard Ges.m.b.H.
- 7 Philips Austria GmbH
- 8 Magna Powertrain AG & Co KG
- 9 EDUSCHO (Austria) GmbH
- 10 Mars Austria OG
- 11 Haberkorn Ulmer GmbH
- 12 T-Systems Austria GesmbH
- 13 Die s Bausparkasse AG
- 14 Fritz EGGER GmbH & Co.
- 15 mobilkom austria

**Unternehmen mit 50 - 250 Mitarbeitern**

- 1 Cisco Systems Austria GmbH



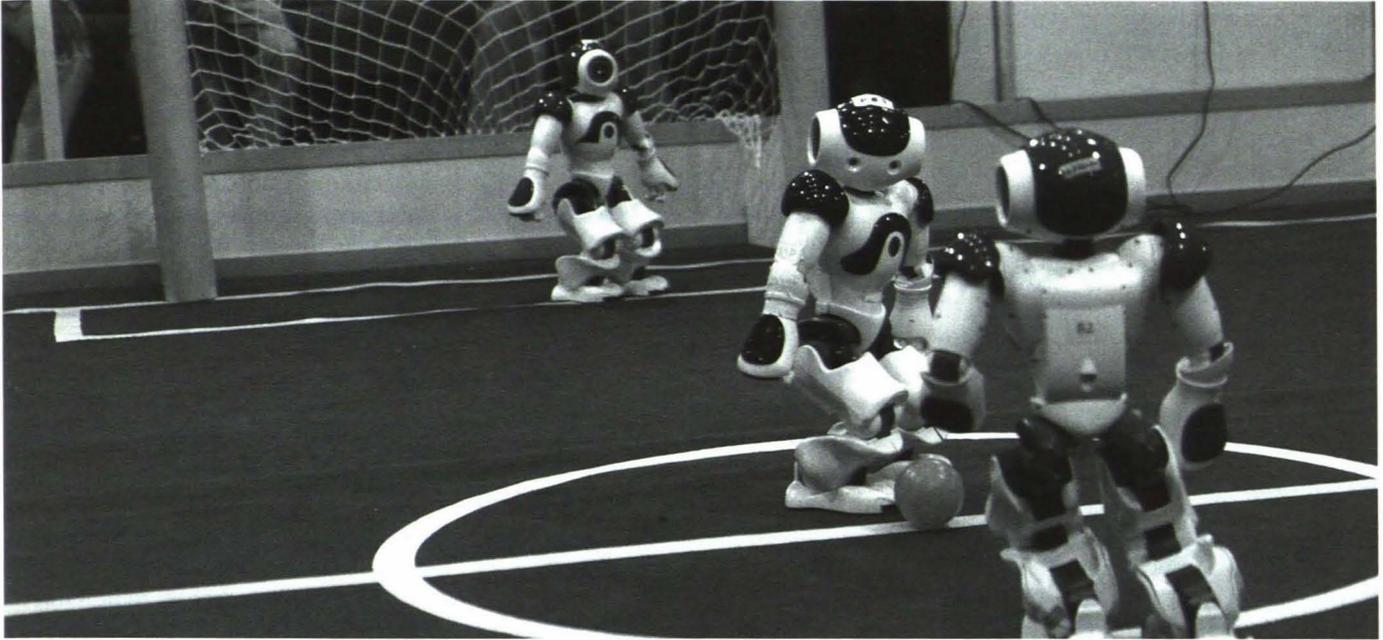
**Günter Karbin**  
 Leitung  
 Marketing / Vertrieb  
 Mittel-Süd-Europa

zu gestalten und nicht nur auf Push-Marketing, sondern verstärkt auch auf Pull-Aktivitäten zu setzen.

*Herzlichen Dank für das Gespräch!*

Das Interview führte Frau Dipl.-Ing. Iris Uitz

wortung für Italien mit nunmehr dem Titel „Leitung Vertrieb & Marketing Mittel-Süd-Europa“  
 Hauptaufgabenschwerpunkte liegen im Bereich der Möbelindustrie und Holz u. Plattenfachhandel mit den anliegenden Gewerbe Tischler, Zimmerer u. Architekten.  
 Aufgaben liegen im Bereich Vermarktungskonzepte nach Länder u. Regionen mit Konzepten im Bereich Marketing u. Vermarktung für das Gewerbe zur Unterstützung des Handels!



Gerald Steinbauer, Christiana Müller

## Können Fußball spielende Roboter Technologiemarketing sein?

**Die TU Graz richtet die weltweit größte Veranstaltung für intelligente mobile Roboter aus.**

Vom 29. Juni bis zum 5. Juli 2009 wird die TU Graz die weltweit größte und wichtigste Veranstaltung im Bereich intelligenter mobiler Roboter ausrichten. Diese internationale Leistungsschau der Robotikforschung findet nach den USA und China erstmals in Österreich statt. Die Kombination aus spannenden Roboterwettbewerben, wissenschaftlichem Symposium und breitem Rahmenprogramm, ermöglicht es einer breiten Öffentlichkeit den „State of the Art“ der Robotikforschung vorzustellen, die österreichische Robotikforschung langfristig and nachhaltig zu stimulieren und einen Ideenaustausch mit Unternehmen zu etablieren.

Als die Herausgeber dieses Magazins uns, dem Organisationskomitees des RoboCup 2009 Graz, die Möglichkeit vorschlugen, einen Artikel zum Thema RoboCup und Technologiemarketing zu schreiben, sagte ich spontan zu ohne mir eigentlich überlegt zu haben, was dieser Begriff eigentlich für mich genau bedeutet.

Nach einer kurzen Recherche bei Google und Wikipedia würde ich als gelernter Informatiker die Ergebnisse in folgende Definition zusammenfassen: bei Technologiemarketing geht es darum, frühzeitig das Potential und die Risiken einer Technologie in den Märkten abzuschätzen, dieser Technologie selbst oder daraus entwickelten Produkten zum Durchbruch zu ver-

helfen und ein Unternehmen oder eine Institution mit dieser Technologie als Marktführer zu etablieren.

Im Zusammenhang mit dem RoboCup, einer der weltweit wichtigsten Initiative zur Förderung der Ausbildung, Forschung und Entwicklung im Bereich Robotik und Künstlicher Intelligenz, würde ich aber eine etwas andere Definition von Technologiemarketing verwenden. Da es sich bei den Protagonisten des RoboCups hauptsächlich um Schüler, Studierende und Forscher handelt, kann hier niemals ein Produkt oder ein Marktanteil im Vordergrund stehen. Daher kann es hier primär nur um die Technologie selbst - intelligente mobile Roboter -, deren Weiterentwicklung und die allgemeine Sicht auf

diese Technologie gehen. Für uns als Veranstalter des RoboCup 2009 Graz stehen zwei Ziele für unser Technologiemarketing im Vordergrund. Diese Ziele möchte ich an dieser Stelle nur kurz anreißen und im weiteren Verlauf des Artikels weiter ausführen. Aus der Sicht der Lehrenden und Forscher bietet der RoboCup ein äußerst attraktives und vielfältiges Feld für Lehre und Forschung im Bereich autonomer intelligenter Systeme sowie die besten Möglichkeiten, junge Studierende und Forscher für diesen Bereich zu begeistern.

Dies stellt allerdings eher Technologiemarketing nach Innen dar. Aus der Sicht der breiten Öffentlichkeit jedoch bietet der RoboCup die perfekte Mög-



lichkeit, den „State of the Art“ in der Robotik zu erklären, Missverständnisse und momentan noch überzogene Erwartungen zu korrigieren, Berührungspunkte mit anderen Feldern aufzuzeigen, sowie Verständnis und ein positives Image für Forschung und Technologie zu vermitteln. Bei diesem Technologiemarketing nach Außen stehen natürlich auch Märkte und Unternehmen im Fokus.

### Woher kommt der RoboCup?

Mitte der Neunziger Jahre befand sich die Forschung der Künstlichen Intelligenz in einem Dilemma. Zum einen war es den Forschern nicht möglich, die vollmundigen Versprechungen der Jahrzehnte davor zu erfüllen, dass man - nur genügend Rechenleistung vorausgesetzt - Maschinen entwickeln kann, die relativ intelligente Dinge tun können, wie zum Beispiel den täglichen Einkauf erledigen. Zum anderen wurden aber andere Aufgaben, für deren Lösung gemeinhin Intelligenz vorausgesetzt wird, mittels genügend Rechenpower relativ einfach gelöst und boten kein Potential mehr für weitere Forschungen. Ein Beispiel hierfür ist der Computer Deep Blue, der den Großmeister im Schachspiel geschlagen hat.

Daher dachten Forscher zu dieser Zeit darüber nach neue Standardaufgaben zu definieren, bei denen Intelligenz zu deren Lösung vorausgesetzt wird. Schließlich kamen die Forscher zu dem Ergebnis, dass die besten Her-

auforderungen für die Forschung an intelligenten Maschinen jene sind, wo Elemente der realen Welt, wie zum Beispiel Interaktion, Dynamik und Unsicherheit eine Rolle spielen. Im Jahre 1995 schlugen japanische Forscher, darunter Koryphäen wie Prof. Kitano und Prof. Asada, Roboterfußball als Aufgabe vor. Als schlussendlich 1997 im Rahmenprogramm einer großen Konferenz zum Thema Künstlicher Intelligenz unter Teilnahme einer handvoll Teams der erste RoboCup stattfand, war der Grundstein zu einer der heute weltweit wichtigsten und größten Initiative zur Förderung der Forschung, Entwicklung und Ausbildung im Bereich Künstliche Intelligenz und Robotik gelegt.

Heute ist der RoboCup mit seinen internationalen Roboterwettbewerben und Symposien eine der größten und wichtigsten Initiativen für intelligente autonome Roboter. Neben den mehreren tausend Schülern, Studierenden und Forschern, die aktiv am RoboCup mitarbeiten, ziehen die jährlichen RoboCup Weltmeisterschaften weltweit zig tausende Zuschauer an. Der bisherige Höhepunkt war der RoboCup 2002 in Fukuoka, Japan, der 110.000 Zuseher anlockte. Der langfristige Erfolg des RoboCup lässt sich hauptsächlich auf vier wichtige Punkte zurückführen.

Zum einen verfolgt der RoboCup eine langfristige Vision, die die Forscher immer neu inspiriert. Die Vision lautet bis zum Jahre 2050 ein autonomes, humanoides Roboter-Fußballteam zu entwickeln, das gegen den aktuellen Fußballweltmeister gewinnen kann. Zum anderen sind Fußball spielende Roboter für die Öffentlichkeit sehr attraktiv und spannend und ermöglichen es, die Schwierigkeiten und Ziele der Forschungen einem breiten Publikum sehr einfach zu kommunizieren. Andererseits wirft die Entwicklung von Fußball spielenden Robotern eine Unzahl interessanter wissenschaftlicher Fragestellungen auf, deren Beantwortung nicht nur für den RoboCup relevant ist. Und nicht zuletzt hat sich der RoboCup der Ausbildung wissenschaftlichen Nachwuchses verschrieben und bietet bereits vom Schüleralter an eine langfristige Perspektive.

Damit Forscher mit den verschiedensten Forschungsgebieten im RoboCup aktiv sein können, gibt es eine

Reihe von Ligen. Diese reichen von einer rein simulierten Liga, wo elf Softwareagenten in einem simulierten Fußballstadion gegen weitere elf Softwareagenten Fußball spielen, bis hin zu vollkommen autonomen zweibeinigen Robotern, die sich ebenfalls als Fußballprofis behaupten.

Anfangs war Roboterfußball das einzige Forschungsthema im RoboCup. In den letzten Jahren wurden jedoch auch weitere Forschungsthemen etabliert. Dazu gehört der Bereich Such- und Rettungsroboter, die in einem nachgestellten Katastrophenszenario, wie zum Beispiel Erdbeben, selbstständig Opfer suchen und lokalisieren müssen. Hier steht nicht nur mehr die reine Grundlagenforschung im Vordergrund. Der Trend geht dahin, Methoden und schlussendlich Produkte zu entwickeln, die Rettungskräfte im Ernstfall sinnvoll unterstützen. Ein weiteres äußerst aktuelles Thema sind Service-Roboter. Diese Roboter sollen den Menschen im täglichen Leben bei einfachen Handgriffen unterstützen. Zwar wirken hier die gestellten Aufgaben noch recht einfach wie zum Beispiel „Suche einen bestimmten Gegenstand in einer Wohnung“, stellen aber hohe Anforderungen an die Entwickler und haben auch mittelfristig das größere Potential zu einem Produkt zu werden. Viele der Technologien, die heute in führerlosen Transportsystemen eingesetzt werden, entstanden in Forschungsinitiativen wie dem RoboCup.

Ein weiterer wichtiger Bereich im RoboCup ist das Nachwuchsprogramm RoboCupJunior. Hier arbeitet der RoboCup daran, schon Schüler im Alter zwischen 10 und 19 Jahren für die Themen Naturwissenschaften und Technik zu begeistern. In den Disziplinen Soccer, Rescue und Dance bauen und programmieren die jungen Forscher von Morgen ihre eigenen Roboter und stellen sich beim RoboCup der Konkurrenz aus aller Welt.

### RoboCup 2009 in Graz

Nach Atlanta, USA im Jahr 2007 und Suzhou, China im letzten Jahr findet der RoboCup 2009 erstmals in Österreich statt. Für die TU Graz ist es eine große Auszeichnung, den Zuschlag für die Ausrichtung dieser wichtigen Ver-

anstaltung erhalten zu haben. Vom 29. Juni bis 5. Juli 2009 werden die besten Roboterteams aus der ganzen Welt bei der Weltmeisterschaft für intelligente Roboter in Graz antreten. Zwischen 2000 und 3000 Teilnehmer aus 50 Nationen werden erwartet, um um den Sieg in den verschiedenen RoboCup Ligen zu kämpfen. Wobei üblicherweise ein Drittel der Teilnehmer Schüler aus aller Welt sind. Der Event findet in der Grazer Messe auf ungefähr 33.000 m<sup>2</sup> statt. Der RoboCup 2009 ist die ideale Gelegenheit, um Graz und auch Österreich international als High-Tech-Standort zu präsentieren. Die Veranstaltung wird neben den Teilnehmern aus aller Welt viele nationale und internationale Medien und Besucher anziehen. Graz wird eine Woche lang zum Nabel der Spitzenforschung im Bereich Robotik.

Für die österreichischen Universitäten, Fachhochschulen und Forschungseinrichtungen bietet der RoboCup 2009 Graz die ideale Möglichkeit, Kontakte mit den weltbesten Forschern zu knüpfen, mit den Kollegen aus aller Welt neue Ideen zu entwickeln, zu diskutieren und natürlich auch das zukunftsweisende Forschungsfeld der intelligenten autonomen Roboter in Österreich zu stärken. Dass diese Vision funktioniert zeigt alleine die Anzahl der österreichischen Teams, die sich im RoboCup engagieren. Noch vor wenigen Jahren waren es zwei bis drei, mittlerweile gibt es jedoch elf Teams, die in den verschiedenen Ligen arbeiten. Auch bei den Junioren zeigt sich ein erfreulicher Trend. Bei einer Vorauswahl wurden im März aus rund 90 österreichischen Schülerteams jene 30 Besten ermittelt, die Österreich im Juli beim RoboCup vertreten werden. Dieses innere Technologiemarketing wird dazu dienen, das große Momentum des RoboCup 2009 in Graz in eine langfristige und nachhaltige Robotikforschung in Österreich umzusetzen.

#### Das Programm beim RoboCup 2009

Obwohl der RoboCup 2009 bereits schon am Montag dem 29. Juni 2009 beginnt, ist er für die breite Öffentlichkeit erst am Mittwoch dem 1. Juli 2009 zugänglich. Die ersten beiden Tage benötigen die Teams, um ihre aus allen Erdteilen angereisten Roboter fit für die Bewerbe zu machen. Hier werden



die Roboter, die teilweise zerlegt ankommen, wieder zusammengebaut, die Sensoren kalibriert und die Steuersoftware auf die neuen Bedingungen in Graz abgestimmt.

Die Publikumsmagnete sind sicherlich die Wettbewerbe in den verschiedenen RoboCup Ligen. Hier wird von Mittwoch bis Sonntag gekickt, gerettet und serviert, was das Zeug hält. Die spannenden Spiele im Fußball und die Wertungsläufe im Rettungs- und Servicebereich zeigen auf spannende Weise, wozu Technologie fähig ist. Sollte allerdings etwas noch nicht perfekt klappen, erklären die Forscher den Grund dafür und zeigen die Schwierigkeiten und Ziele der Forschung auf. Dies fördert das Verständnis der breiten Öffentlichkeit für die Technologie.

Um der breiten Öffentlichkeit den „State of the Art“ in der Robotikforschung zu zeigen und das Verständnis für Forschung zu fördern, wird es neben den Wettkämpfen ein breites Rahmenprogramm geben, das für alle Besucher frei zugänglich ist.

Unter anderem wird das autonome Auto Ibeo LUX vorgestellt, welches bei der DARPA Urban Grand Challenge 2007 in den USA dabei war. In einer Demo wird gezeigt, dass das Auto in einer Stadt auf einer öffentlichen Straße ohne Lenker zu einem bestimmten Ziel fahren kann. Hier wird einerseits dem Besucher gezeigt, was aus der Technologie des RoboCup entstehen kann und andererseits auch eine Brücke zum in der

Steiermark starken Automotive Cluster gespannt. Eine gemeinsame Demo mit der Feuerwehr soll den Nutzen des Einsatzes von Rettungsrobotern zeigen und auch den Ideenaustausch zwischen den Forschern und den Einsatzkräften stimulieren. Um unseren Nachwuchs für Naturwissenschaften und Technik zu begeistern, werden für Schulen spezielle Führungen durch den RoboCup angeboten, zu dem sich bereits über 1000 Schüler angemeldet haben.

Neben den spannenden Demonstrationen und den Führungen wird es auch eine Vielzahl von hervorragenden Vorträgen von Robotikexperten aus aller Welt geben. Einer dieser Vorträge wird von einem Experten der NASA gehalten, der über die Mars-Explorations-Roboter, von ihrer Entwicklung bis zum Einsatz auf dem Mars, berichtet. Wir erwarten mehr als 10.000 lokale und internationale Besucher in Graz. Alle Aktivitäten beim RoboCup sind für das Publikum frei zugänglich.

Dieses externe Technologiemarketing ermöglicht es uns, einem breiten Publikum unsere Ideen vorzustellen und auch ein Verständnis für die Forschung an intelligenten autonomen Robotern und deren Probleme zu etablieren. Für das Publikum ist es eine einmalige Gelegenheit, einmal direkt mit



**Dipl.-Ing. Dr.  
Gerald Steinbauer**  
Ass. am Inst. für  
Softwaretechnologie  
TU Graz