

# Tätigkeitsbericht 2012

Standortagentur Tirol.



# Inhalt

---

- 
- |  |  |
|--|--|
| <b>04 Beharrlicher Motivator</b><br>Vorwort LRin Patrizia Zoller-Frischauf   | <b>19 Zahlen.Daten.Fakten</b><br>2012. Die Arbeit der Standortagentur Tirol in Zahlen.   |
| <b>05 Organigramm</b><br>So ist die Standortagentur aufgestellt  | <b>33 Smarte Pioniere</b><br>Vom erfolgreichen Initiieren und Beantragen eines EU-Projektes. Innsbruck und Bozen als vorbildhafte Energieeffizienz-Städte.                           |
| <b>06 In vielseitiger Rolle</b><br>Vom Vermitteln, Entwickeln von Varianten und Begleiten von Prozessen.   | <b>36 Pressen für Fortgeschrittene</b><br>E.G.O. Austria geht mit Vermiculit und Innovationsassistent Matthias Wurzer neue Wege.   |
| <b>07 Beschlussfassung</b><br>Die Organe der Standortagentur Tirol   | <b>38 Messen bei High-Speed</b><br>K-Regio. Tiroler Unternehmer und Forscher haben eine einzigartige Anlage entwickelt – unter deren Lupe: die Reibung zwischen Schnee und Skibelag. |
| <b>08 Quintessenz</b><br>Eckdaten zur Standortagentur Tirol im Überblick   | <b>40 Ski, mit denen jeder Spaß haben kann</b><br>Armada, Lifestyle-Marke des Freeski-Sports, hat ihr Europa-Headquarter von Zürich nach Innsbruck verlegt.                          |
| <b>09 Wozu Tirol, Tirol für wen?</b><br>Die Standortagentur Tirol berät die Destination Wattens bei der Entwicklung ihres regionalen Raums. Andreas Braun und Harald Gohm im Interview.                                  | <b>42 Mehrfacher Nutzen</b><br>Interview. Wie World Direct das neue Recruiting-Service der Standortagentur Tirol einsetzt.   |
| <b>12 Arbeiten, wo andere Urlaub machen</b><br>Der Faktor Lebenszufriedenheit steht im Mittelpunkt der „Zum Glück Tirol“-Kampagne.   | <b>43 Impressum</b>  |
| <b>15 Eine typische Win-Win-Situation</b><br>Unternehmen, Urlauber und Unsrige lernen Tirol in innovativ aufbereiteten Online-Karten kennen. Die zugehörige Kooperation hat der Cluster IT Tirol auf die Beine gestellt. |  |
-



## Beharrlicher Motivator

---

Tirol hat sich zu einem starken, sehr wettbewerbsfähigen Wirtschaftsstandort mit besten Zukunftsperspektiven entwickelt. Hauptverantwortlich für diesen Erfolg sind die innovativen und investitionsfreudigen Tiroler Unternehmen sowie die international anerkannte Leistung der heimischen Universitäten, Fachhochschulen und Forschungseinrichtungen. Umso mehr, weil beide Seiten mit dem Fokus auf marktfähige Produkte in Tirol sehr gut und eng zusammenarbeiten. Die regionalen Forschungszentren im Rahmen der K-Regio Technologieförderung sind nur ein Beispiel dafür, wie ausgeprägt und erfolgreich diese Kooperationskraft am Standort heute ist.

Land Tirol und Bund haben in diese Entwicklung in den letzten Jahren Gelder in Millionenhöhe investiert. Die finanzielle Förderung ist das eine. Wichtig sind auch die Dienstleistungen, welche die Standortagentur Tirol per Tiroler Landesgesetz hier erbringt: das fortwährende und beharrliche Motivieren

unserer Betriebe zu systematischer Innovationsarbeit sowie zu Kooperationen; das Managen der Tiroler Cluster als Netzwerke, in denen die Saat für zahlreiche technologische Neuheiten aus Tirol heranwächst, oder die beständige Beratung und Begleitung aller Tiroler Betriebe auf deren Weg von der Idee bis zur Innovation. Auch im Jahr 2012 hat die Standortagentur Tirol hier Wertvolles geleistet, der vorliegende Tätigkeitsbericht bietet Ihnen Einblick.

Im Jahr 2012 hat die Standortagentur Tirol einen weiteren, wesentlichen Schritt gesetzt. Sie nützt ihr Know-how, um auch die Tiroler Gemeinden und Regionen bei deren Ausrichtung für die Zukunft zu unterstützen. Denn auch für Kommunen, Bezirke und Täler gilt: je klarer ihr Profil ist und je besser sie dieses mit den Werten der Marke Tirol sowie den besonderen Kompetenzen in den Tiroler Clustern und damit in Zukunftsbranchen wie den Life Sciences, den Erneuerbaren Energien oder den Informationstechnologien

abstimmen, desto erfolgreicher bestehen sie im internationalen Wettbewerb. Das Land Tirol hat mit der Standortagentur Tirol eine schlagkräftige Einrichtung geschaffen, deren umfassende Services von Clustermanagement über Standortentwicklung bis hin zur Betriebsansiedlung nachhaltig ineinandergreifen. Es liegt an den Protagonisten am Standort, diese Unterstützung auch weiterhin tatkräftig zu nützen.

Ihre

KRin Patrizia Zoller-Frischauf  
*Tiroler Landesrätin für Wirtschaft  
Vorsitzende des Kuratoriums der  
Standortagentur Tirol*

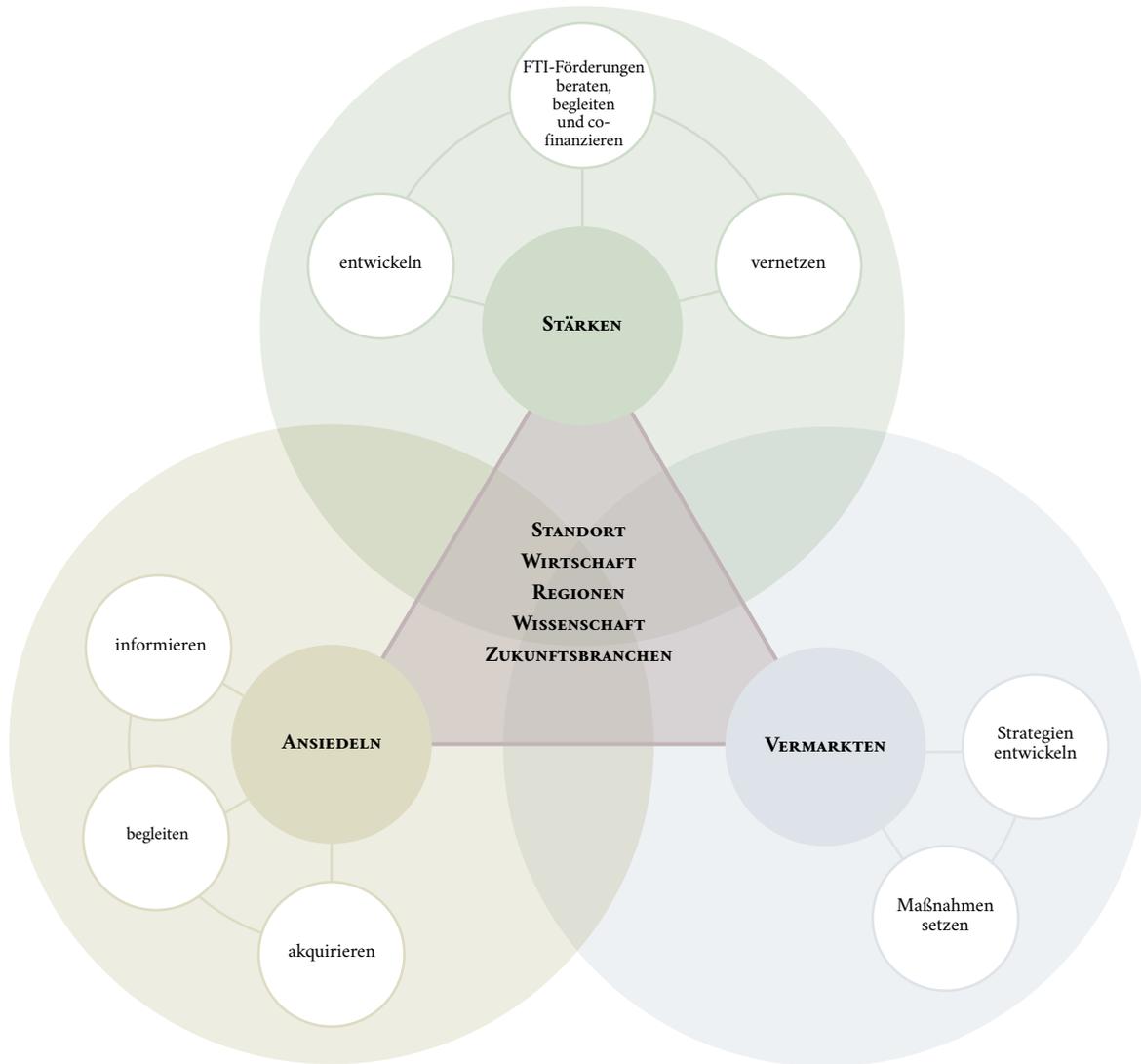
TIROLER  
LANDESREGIERUNG

STANDORTAGENTUR  
TIROL

KURATORIUM DER  
STANDORTAGENTUR  
TIROL

GESCHÄFTSFÜHRUNG

- Innovations- und Clusterservices
- Förderprogramme
- Betriebsansiedlung und Standortentwicklung
- Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
- Personal, Recht und Finanzen



## In vielseitiger Rolle

### *Vom Vermitteln, Entwickeln von Varianten und Begleiten von Prozessen.*

Die Standortagentur des Landes Tirol ist per Tiroler Landesgesetz beauftragt, den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Tirol nachhaltig zu stärken, um dadurch bestehende Arbeitsplätze zu sichern und neue zu schaffen. Schlank organisiert

unterstützt sie dazu heimische Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Regionen und Gemeinden mit umfassenden Beratungs- und Serviceleistungen. Diesen gelingt es mit Hilfe der Dienstleistungen und Netzwerke der Standortagentur Tirol, zukunftsfähige Projekte erfolgreich zu initiieren und umzusetzen. Jeweils im Fokus: das Verbessern der eigenen Wettbewerbsfähigkeit. Mit Hilfe des Aufbaus von Marktvorsprung oder – Regionen und den Standort selbst betreffend – Profilbildung.

Unternehmen aus dem In- und Ausland serviert die Standortagentur Tirol zudem zu Fragen der Gründung, Betriebsansiedlung und/oder Betriebserweiterung am Standort Tirol. Die Standortagentur Tirol ist an der Schnittstelle zwischen Politik, Wirtschaft und Wissenschaft aktiv. Um die regionale Wirtschaft zu fördern, ist sie in unterschiedlichen Rollen aktiv: in jener des Variantentwicklers und Vermittlers oder Projektträgers ebenso wie in jener des Problemlösers und Prozessadministrators.

# Beschlussfassung

## Die Organe der Standortagentur Tirol

### Das Kuratorium der Standortagentur Tirol



**LRin KRin Patrizia Zoller-Frischauf**  
Vorsitzende  
Landesrätin für Wirtschaft, Tiroler Landesregierung



**Mag. Rainer Seyrling**  
Stellvertretender Vorsitzender  
Leiter der Abteilung Wirtschaft und Arbeit, Amt der Tiroler Landesregierung



**LR Univ.-Prof. Dr. Bernhard Tilg**  
Landesrat für Wissenschaft, Tiroler Landesregierung



**Univ.-Prof. Dr. Dieter Lukesch**  
Institut für Wirtschaftstheorie, -politik und -geschichte, Universität Innsbruck



**Dr. Christoph Swarovski**  
Geschäftsführender Gesellschafter, Tyrolit – Schleifmittelwerke Swarovski K.G.

### Hintergrund Kuratorium

Über die Verwendung der Mittel, den Jahresvoranschlag und Rechnungsabschluß, den Vorschlag der strategischen Leitlinien an die Tiroler Landesregierung sowie den Tätigkeitsbericht der Standortagentur Tirol beschließt das Kuratorium der Standortagentur Tirol.

Das Kuratorium besteht aus dem nach der Geschäftsverteilung der Tiroler Landesregierung für die Wirtschaftsförderung zuständigen Mitglied der Landesregierung als Vorsitzendem, dem Vorstand der nach der Geschäftseinteilung des Amtes der Tiroler Landesregierung für die Angelegenheiten der Standortagentur Tirol zuständigen Abteilung sowie drei weiteren Mitgliedern. Diese werden von der Landesregierung auf die Dauer von drei Jahren bestellt.

### Hintergrund Geschäftsführung

#### Die Geschäftsführung:

Dr. Harald Gohm

#### Der Geschäftsführung obliegen:

- die Besorgung aller zur laufenden Geschäftsführung gehörenden Angelegenheiten
- die Vertretung der Standortagentur Tirol nach außen; die Entscheidung über Personal- und Sachaufwendungen
- die Überprüfung der ordnungsgemäßen Verwendung der Fondsmittel
- die Erstellung der Entwürfe des Jahresvoranschlages und des Rechnungsabschlusses
- die Erstellung eines jährlichen Tätigkeitsberichtes
- die Durchführung der Beschlüsse des Kuratoriums
- die Prüfung der Projektanträge

# Quintessenz

## Eckdaten der Standortagentur Tirol im Überblick

Name	Standortagentur Tirol
Unternehmensform	öffentlich-rechtlicher Fonds Tiroler Zukunftsstiftung
Gegründet	1997
Trägerschaft	100 % Land Tirol
Budget 2012	ca. 9 Millionen Euro
Mitarbeiter	38 Vollzeitäquivalente
Kuratoriumsvorsitz	LRin Patrizia Zoller-Frischauf
Beteiligungen 2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CAST - Center for Academic Spin-offs Tyrol (30 %)</li> <li>• Oncotyrol GmbH (21 %)</li> <li>• Standortagentur Tirol Management GmbH (100 %)</li> <li>• Technikum Kufstein GmbH (5,5 %)</li> <li>• transidee – Entwicklungs- und Transfercenter der Universität Innsbruck (41,29 %)</li> </ul>
Positionierung	
[stärken]	Zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes Tirol arbeitet die Standortagentur Tirol als Dienstleister der Tiroler Wirtschaft und Wissenschaft rund um die Themen Forschung, Technologie, Innovation und Kooperation. Zum einen motiviert und begleitet sie verstärkte Zusammenarbeit der Betriebe und Forschungseinrichtungen in eigenen Clustern. Zum anderen berät und begleitet die Standortagentur Tirol Unternehmer wie Forscher bei der Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsprogrammen der öffentlichen Hand (Land, Bund, EU). Aktivitäten der Einrichtung rund um die bestmögliche Standortentwicklung (Clustermanagement, Regionalberatung) dienen über verbesserte Profilbildung der Stärkung des heimischen Wirtschaftsraums.
[ansiedeln]	Im In- und Ausland serviert die Standortagentur Tirol Unternehmen und Forschungseinrichtungen, die sich für eine Ansiedlung beziehungsweise Gründung in Tirol interessieren oder am Standort spezialisierte Partner aus Wirtschaft und Wissenschaft für ihre Innovationsarbeit suchen.
[vermarkten]	Die Standortagentur Tirol betreibt das internationale Marketing für den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Tirol. Auftritte organisiert sie in enger Kooperation mit Tiroler Unternehmen, Universitäten und Fachhochschulen, sämtlichen Mitgliedern in den Tiroler Clustern sowie der Tirol Werbung.
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmen</li> <li>• Forschungseinrichtungen</li> <li>• Tiroler Innovationszentren</li> <li>• Regional- und Bezirksverwaltung</li> </ul>
Handlungsfelder	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivierung, Beratung und Begleitung zur Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsprogrammen von Land, Bund und EU</li> <li>• Forschungs- und Unternehmensförderung</li> <li>• Beschleunigter Wissens- und Technologietransfer</li> <li>• Forschungsverwertung und technologieorientierte Gründungen</li> <li>• Qualitative Weiterentwicklung zukunftsfähiger Wirtschaftssektoren (Clustermanagement)</li> <li>• Regionalberatung</li> <li>• Entwicklung und Begleitung von Leuchtturmprojekten</li> <li>• Technologie- und Standortmarketing</li> <li>• Betriebsansiedlung</li> </ul>

**Regionale Entwicklung:** *Andreas Braun und Harald Gohm sind sich einig, dass es auf der regionalen Ebene in Tirol um die Verknüpfung der Interessen von drei Zielgruppen geht – die Gäste, die Wirtschaft mit ihren Arbeitnehmern und die Bevölkerung.*



## Wozu Tirol, Tirol für wen?

*Wie können sich Regionen im Hinblick auf Wirtschaft, Wissenschaft, Bildung und Kultur eine eigenständiges Profil erarbeiten, wie können sie unverwechselbar werden? Fragen, auf die Standortentwickler wie Andreas Braun, Geschäftsführer der Destination Wattens, und Harald Gohm, Geschäftsführer der Standortagentur Tirol, Antworten suchen – und auch finden.*

### **Die Destination Wattens wurde 2011 gegründet. Was steckt hinter dieser GmbH?**

*Andreas Braun:* Die Destination Wattens ist eine Public Private Partnership der Marktgemeinde Wattens und der D. Swarovski KG. Als Unternehmen glauben wir, dass man die informelle Zusammenarbeit, welche die Wirtschaft mit der öffentlichen Hand, den Gebietskörperschaften und Institutionen täglich pflegt, institutionalisieren und professionalisieren sollte. Das liegt der Destination Wattens zu Grunde.

### **Um einen Blick auf die Region Wattens, ihr Potenzial und ihre Entwicklungsmöglichkeiten zu werfen, hat sich**

### **die Destination Wattens an die Standortagentur Tirol gewandt. Warum?**

*Andreas Braun:* Ein Außenstehender, ein Salzburger Unternehmer oder ein Wissenschaftler aus München nimmt ja diesen kompakten Raum, dieses TirolCity, wie es Wolfgang Andexlinger einmal gesagt hat, als einen Standort wahr. Aus dieser Logik heraus würde es auch keinen Sinn machen, wenn man nur die Partnerschaftsgemeinde Wattens und das Unternehmen Swarovski sowie andere Unternehmen der Region sehen würde. Insofern braucht es auch eine gewisse Hierarchie, eine Aufgabenteilung, wenn es z.B. um Forschungspolitik für den Raum Wattens geht – da sind wir natürlich sofort im Gesamttiroler Raum, die tertiären Einrichtungen, Universitäten und Fachhochschulen sind in Innsbruck. Es macht also keinen Sinn, als Destination Wattens einen regionalen Sonderweg zu gehen, sondern es macht primär Sinn, sich in bestehende Einrichtungen einzuklinken, die bestehende Infrastruktur auszunützen, um einen erlebbaren Nutzen zu erzielen und das Netzwerk zu verbessern. Ich persönlich habe das Gefühl, dass man durch eine konstruktiv-kritische Zusammenarbeit lernen und besser werden kann. Und da ich die Standortagentur Tirol und ihre Mitarbeiter schon lange kenne, gab es sehr viele gute Argumente, mit dieser Kooperation Neuland zu betreten. Auf diese Weise haben wir im letzten Jahr gemeinsam eine wirklich umfassende Analyse von einigen Problemfeldern der Region durchgeführt. Inzwischen haben wir ein sehr knackiges Arbeitsprogramm, in dem wir in definierten Bereichen Dinge bewegen und vorwärts treiben wollen.

### **Ist das eine direkte Kooperation mit der Standortagentur Tirol?**

*Harald Gohm:* Als Betriebsansiedler arbeiten wir mit Gemeinden und Regionen ja schon lange zusammen. Und kein Betrieb trifft heute noch seine Standortwahl einzig aufgrund von Flächenpreisen. Argumente wie Lebensqualität, verfügbare Fachkräfte, Bildung, Vereinbarkeit Beruf und Familie, Internationalisierung, Vernetzung etc. zählen stärker. Hinzu kommt die Notwendigkeit nach einem integrierten Standortmanagement – vor allem auf der regionalen Ebene geht es in Tirol nämlich um die Verknüpfung der Interessen von insgesamt drei Zielgruppen: wir haben die Gäste, die Wirtschaft mit ihren Arbeitnehmern und die Bevölkerung. Zusätzlich fordern die Herausforderungen der Zeit wie nur zum Beispiel die Klimaerwärmung ihren Tribut. Desweiteren brauchen Tirol und seine Regionen und Kommunen Unverwechselbarkeit, also ein klares Profil, um im Wettbewerb bestehen zu können. Und die Themen, für die sie stehen, sollen noch dazu zur Marke Tirol passen. Wir stehen also allesamt vor sehr komplexen Themen und Prozessen. Und für deren Behandlung und Abwicklung hat die Standortagentur Tirol viel Know-how im Haus. Bei Regionalanalysen – die wir entgeltlich anbieten - holen wir je nach Aufgabenstellung noch externes dazu. Und um dieses Service sauber von unserem Kerngeschäft abzugrenzen, haben wir dafür eine eigene Tochterfirma, die Standortagentur Tirol Management GmbH, gegründet.



**Andreas Braun:** „Der Kantönl- und Ortsgeist hat zwar Dynamik und Kraft, hat unglaublich viele kompetitive und vitalisierende Faktoren, er ist aber auch ein Wahnsinn, weil er letztlich uns gleich viel behindert wie er uns weitergebracht hat.“

**Die Destination Wattens hat sich die Expertise der Standortagentur ins Haus geholt. Immer wieder zeigt es sich aber, dass es in Unternehmen und Regionen noch zu wenig Know-how gibt, wie man an bestehende Organisationen andocken kann. Woran liegt das?**

*Andreas Braun:* Da gibt es noch ein starkes Autonomie-Denken, eine Splended Isolation. Im Wilhelm Tell von Schiller heißt es „Der Starke ist am mächtigsten allein“, viele Gemeinden und Unternehmen denken sich „Was soll ich auf Landes-, Bundes- oder EU-Ebene“. Da gilt es, die Ängste vor Lobbyismus, Bürokratie, Protektionismus, Zeitvergeudung abzubauen, damit sich Unternehmen und Regionen bei diversen Förderprogrammen und Organisationen, bei denen die Erfahrung und Expertise vorhanden ist, einklinken. Es braucht ein geschärftes Bewusstsein, dass man durch das Vernetzen komplementärer Standortvorteile, durch branchen- und ortsgrenzenübergreifendes Arbeiten, mehr erzielt als durch Isolation.

**Beobachten Sie von Seiten der Standortagentur auch diese Splended Isolation oder gibt es ein Umdenken?**

*Harald Gohm:* Was sich hier in den letzten Jahren entstanden ist, ist symptomatisch für die Entwicklung. Früher war auch die Standortagentur – vor allem im Förderbereich – viel mehr im Einzelnen unterwegs, im einzelnen Unternehmen, das eine Idee hatte, der einzelnen Forscher mit seinem Projekt. Dann kam die so wichtige Vernetzung, haben zahlreiche Unternehmen Kooperationskraft gewonnen. Und nun erkennen wir, dass zudem der Raum an Bedeutung gewinnt, der Ort, an dem eine konkrete Handlung aufgeht. Als Beispiel

Wattens: ein global agierendes Unternehmen in einem kommunal kleinen Umfeld. Da hat sich in den letzten Jahren sehr viel bewegt, es war Prozess – das global agierende Unternehmen, das aber auf lokale Gegebenheiten oder Fragestellungen eingeht. Wie bekommen wir vor Ort gute Fachkräfte? Wie können wir Nähe zur Forschung schaffen? Wie kann sich das Unternehmen öffnen für Dinge, die vor Ort passieren, die man vielleicht in den letzten Jahren etwas zu wenig beachtet hat. In diesem Prozess hat sich das Unternehmen Swarovski extrem bewegt und ist mittlerweile zum Beispiel auch in den Tiroler Clustern integriert.

*Andreas Braun:* Das, was hier passiert ist, dieser Fortschritt, ist ein Vorgeschmack auf die konkreten Chancen, ein Signal.

*Harald Gohm:* Ein solches Signal war die Gründung der Destination Wattens. Für uns als Standortagentur war es ein Glücksfall, dass sie auf unsere landes- und bundesweite Expertise zugekommen sind. So entsteht sozusagen eine vertikale Vernetzung, von der Gemeinde über das Land zum Bund und man ist in der Lage, kommunale Angelegenheiten zu formulieren, die sonst nicht gesehen werden. Das passt insgesamt zur der Entwicklung der Standortagentur, weg von der reinen – und auch wichtigen – Förderthematik hin zur aktiven Standortentwicklung, also Fragen zu formulieren und auch Antworten zu finden, wohin eine Region will. Oder wenn ich Andreas Braun zitieren darf: Wozu Tirol, Tirol für wen? Das muss man sich verstärkt überlegen – nur wenn man weiß, warum der Ort eine Bedeutung, eine Vision hat, kann man ein Unternehmen an den Standort locken oder ein existierendes Unternehmen weiterentwickeln.

**Sehen Sie das auch so?**

*Andreas Braun:* Wir haben weder die Flächen noch die ökologische Situation, um unintelligent Raum zu nutzen. Berücksichtigen muss man aber, dass interkommunale Gewerbegebiete die Themen Mobilität, Landwirtschaft, Naturschutz etc. in einem anderen Maß berühren, als wenn es eine Gemeinde allein in ihrem Ortsgebiet macht. Bei den beschränkten Ressourcen, die wir in Tirol haben, wird uns aber nichts anderes übrig bleiben – auch wenn das nicht einfach sein wird, da gewisse Dinge in diesem Land wie etwa die Gemeindeautonomie quasi heilige Kühe sind. Da braucht es einen enormen Lernprozess – ich muss mich auch als Wattener freuen können, dass in Innsbruck etwas passiert, dass sich in Hall etwas entwickelt. Wenn dieses Bewusstsein da ist, hat man als Standort gewonnen. Der Kantönl- und Ortsgeist hat zwar Dynamik und Kraft, hat unglaublich viele kompetitive und vitalisierende Faktoren, er ist aber auch ein Wahnsinn, weil er letztlich uns gleich viel behindert wie er uns weiter gebracht hat – in Zukunft wird er sicherlich mehr behindern.

*Harald Gohm:* Im Tourismus ist etwa die Entwicklung von Fiss und Serfaus ein gutes Beispiel. Jahrelang haben sich die zwei Gemeinden gematcht, wer der Bessere ist, wer mehr Lifte hat, bis die Erkenntnis gekommen ist, dass man sich ja zusammenschließen könnte. Heute ist es eine Destination, eine Marke. Auch der Blick nach außen ist wesentlich. Wie gehen andere Regionen mit der Frage der Regionalentwicklung um? Zum Beispiel stecken die Niederlande sehr viel Energie und Know-how in die Frage der strategischen Planung. Und zum anderen gilt es, Best Practices

**Harald Gohm:** „Für Tirol sehe ich das Potenzial der Modellregion für alle künftigen Entwicklungen, für die Grand Challenges demografischer Wandel, Globalisierung, Klimaerwärmung. All das wirkt sich in den alpinen Räumen viel mehr aus.“



zu definieren. Im Zusammenhang mit der Regionalentwicklungsstudie, die wir im Auftrag der Destination Wattens erarbeitet haben, haben wir uns beispielsweise die Situation von Adidas in Herzogenaurach (D) sehr konkret angeschaut. Adidas ist gleich wie Swarovski ein Weltkonzern, der in einer kleinen Gemeinde seinen Ursprung hat und dort sein Headquarter samt anderer Einrichtungen auf- und in den letzten Jahren massiv ausgebaut hat. Der Input aus den Erfahrungen einer solchen Region schärft den Blick für die eigene Situation.

#### **Gibt es neben Wattens noch weitere Projekte?**

**Harald Gohm:** Es sind mehrere am Laufen. Abgeschlossen in der ersten Phase sind St. Johann und Hall. Die Bürgermeister sind sich sehr bewusst, dass man über die Entwicklung einer Gemeinde nachdenken muss, und wenden sich aktiv an uns. Grundsätzlich prüfen wir im Rahmen unserer Analysen räumliche, soziodemographische und wirtschaftliche Aspekte. Wie ist eine Kommune geographisch eingebettet, wo sind welche Zufahrten verfügbar, wo Gewerbegebiete und Wohnbereiche und wie sind diese verbunden? Wie können freie Flächen bei akzeptablem Verkehrsaufkommen integriert werden? Wie schaut die Struktur bei Bevölkerung und Arbeitnehmern aus? Wie die Pendlerstruktur? Sind alle an den Ort gebundenen Personengruppen integriert und können auch als Wirtschaftsfaktor agieren? Was brauchen die bereits ansässigen Unternehmen für ihre Weiterentwicklung? Aus solchen Fragen und Antworten – und es sind natürlich sehr viel mehr Fragen, die wir stellen – entsteht ein Bild, das Herausforderungen und Chancen sehr klar zeigt. Aus diesem Bild leiten wir dann konkrete Handlungsempfehlungen ab.

**Andreas Braun:** Es kommt noch ein regionalwirtschaftlicher Aspekt hinzu. Regionalwirtschaft heißt, dass man darüber nachdenkt, was man importiert und was man selbst produziert. Das führt zu einem Regionalisierungstrend – kürzere Verkehrswege, weniger Belastung etc. – und einen Gemeinwohlaspekt.

#### **Besteht nicht durch Regionalanalysen und die – den jeweiligen Regionen entsprechenden – unterschiedlichen Lösungen die Gefahr eines regionalen Fleckerlteppichs?**

**Andreas Braun:** Ich glaube nicht, Biodiversität in diese Richtung halte ich für sehr wichtig – früher hätte man gesagt, dass es nicht ökonomisch ist, wenn der eine das macht und der andere dies. Heute geht es um eine gute Orchestrierung der verschiedenen komplementären Kompetenzen.

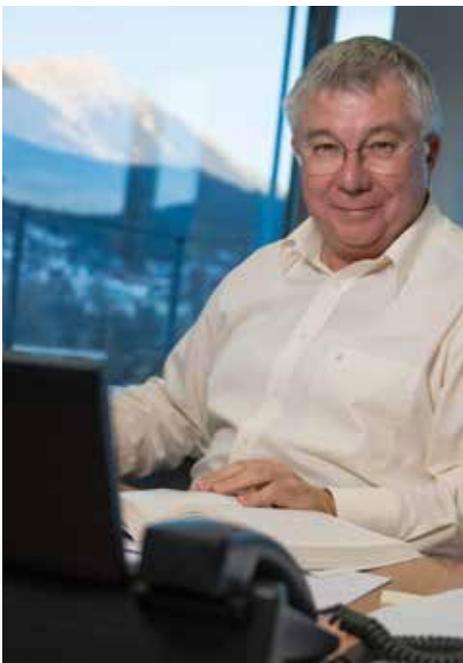
**Harald Gohm:** Natürlich stellt man in solchen Prozessen bei verschiedenen Gemeinden unterschiedliche Kompetenzen fest. Und natürlich kommt man nicht darum herum, vorhandene Stärken zu stärken. Wir arbeiten also punktuell, haben aber – und das ist ganz wesentlich – das große Ganze dabei immer mit im Blick. Für Tirol insgesamt sehe ich das Potenzial der Modellregion für alle künftigen Entwicklungen, für die Grand Challenges demografischer Wandel, Globalisierung, Klimaerwärmung. All das wirkt sich in den alpinen Räumen viel mehr aus. Eine ältere Bevölkerung hat ein anderes Mobilitätsverhalten, wenn also in urbanen Räumen die Menschen weniger im privaten Pkw unterwegs sind hat das Auswirkungen auf Tourismusdestinationen – darüber muss

man zumindest nachdenken. In den Projekten, die wir zur regionalen Standortprofilierung mit entwickeln dürfen, ist es ein Ansatz und unser Anspruch, modellhafte Entwicklungen aufzuzeigen, die man auch in urbanen Räumen vorzeigen kann.

**Andreas Braun:** Eine solche modellhafte Entwicklung, welche auch die Standortfrage betrifft, ist die Bildung. Wie kann sich Tirol bildungspolitisch ein Profil geben, da hätte Tirol Möglichkeiten. In Wattens konnten wir – auch als Resultat der Analysen im letzten Jahr – ein Signal setzen, im Kindergarten Wattens Unterdorf II läuft das Projekt bilingualer Bildungsweg, auch in Kundl und Breitenwang gibt es zweisprachige Kindergartengruppen.

#### **Welche weiteren Modelle wären denkbar?**

**Harald Gohm:** Im Rahmen des EU-Projektes Sinfonia wird Innsbruck – gemeinsam mit Bozen – gerade zu einer Demonstrationsstadt für Energieeffizienz, CO<sub>2</sub>-Einsparung und damit erhöhte Lebensqualität. Diesem Thema müssen wir uns noch mehr verschreiben. Nicht nur, dass unsere Forschungseinrichtungen und Unternehmen hier enormes Know-how haben, Tirol ist beim Thema aufgrund seines natürlichen Umfeldes auch extrem glaubwürdig. Durch seine besondere Lage und die touristische Ausprägung könnte Tirol aber auch zur Modellregion für moderne Mobilität werden. Vor allem die Täler würden sich hervorragend als Demonstrationsregion eignen. Zum einen sind sie abgeschlossener als eine beliebige Stadt in Deutschland und zum anderen sind ausgewählte Zielgruppen dort nahezu ohne Streuverlust erreichbar. Wer, wenn nicht Tirol, sollte hier also Modelle entwickeln und sie im Anschluss exportieren?



**Rainer Blatt (links):** „In Tirol habe ich meine neue Heimat gefunden, hier fühle ich mich wohl.“



**Johannes Hilbe (rechts):** „Tirol, das ist beeindruckende Natur im Einklang mit Innsbrucks urbanem Charakter.“

**rechte Seite:** Mit Hilfe der Tiroler Lebensqualität gelingt es leicht, junge Forscher aus aller Welt ans IQOQI zu holen. Diese helfen mit, die Tiroler Spitzenforschung im Bereich der Quantenphysik zu sichern.

## Arbeiten, wo andere Urlaub machen

*„Zum Glück Tirol“ nennt sich eine Kampagne, die Tirol als Standort für Wirtschaft, Wissenschaft, Forschung und Unternehmensgründung stärken soll. Im Mittelpunkt steht dabei der Faktor Lebenszufriedenheit.*

John Elliott durfte sich glücklich schätzen, ein Interview wurde ihm gewährt. Nicht mit irgendwem, sondern mit ihm, Jigme Singye Wangchuck, dem seit 15 Jahren regierenden 32-jährigen König von Bhutan. Die journalistisch brennende Frage des Jahres 1987, nämlich welche der vier Schwestern, mit denen Jigme Singye Wangchuck seit 1979 zusammenlebte, er nun endlich heiraten würde, durfte Elliott nicht stellen. Zum Glück, muss man im Nachhinein sagen, entstand doch so ein Gespräch über die politische und wirtschaftliche Situation des versteckten Himalaya-Königreichs, das Elliott als Reisebericht in der „London Financial Times“ unterbringen konnte. Der Titel der Story war Programm: „The modern

path to enlightenment“ – ein moderner Weg zur Erleuchtung, den Jigme Singye Wangchuck mit Hilfe des BNG, des Bruttonationalglücks, finden wollte. Mit Elliotts Interview wurde das Bruttonationalglück in der westlichen Welt bekannt, definiert wird es als Versuch, den Lebensstandard in breit gestreuter, humanistischer und psychologischer Weise zu definieren und somit dem herkömmlichen Bruttonationaleinkommen, einem ausschließlich durch Geldflüsse bestimmten Maß, einen ganzheitlicheren Bezugsrahmen gegenüberzustellen. Was esoterisch klingen mag, ist es in Wahrheit nicht, befragt doch der bhutanische Staat regelmäßig seine Bürger mittels Fragebogen, ob sie zufrieden und gesund sind, ob sie genug Geld fürs Leben haben ob sie täglich beten und meditieren. Zudem ist die Wirtschaft einem strikten Umweltschutz untergeordnet. Und was im Himalaya seinen Ausgang genommen hat, hält nun auch immer mehr Einzug in das Denken westlicher Wissenschaftler, Wirtschaftler und Politiker – das Bruttoinlandsprodukt (BIP), so der Tenor, reicht als Gradmesser des nationalen Wohlstands und der Lebensqualität eines Landes nicht mehr aus, misst es doch lediglich den

Gesamtwert aller am Markt gehandelten Waren und Dienstleistungen. „Die große Bedeutung des BIP liegt zwar nach wie vor darin, mit einer Kennzahl alle in Geld messbaren Aktivitäten abzubilden. Dennoch besteht kein Zweifel, dass Faktoren wie Lebenszufriedenheit und -qualität in Zukunft stärker in das ‚Europäische System der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung‘ einfließen müssen“, betont in diesem Zusammenhang Hannes Leo, Wirtschaftsforscher und Berater im Bereich research and policy consulting, und führt weiter aus: „Viele Ökonomen haben darüber nachgedacht, ob es alternative Konzepte zur besseren Abbildung von Lebenszufriedenheit gibt, so etwa eine vom Wirtschaftsnobelpreisträger Joseph Stiglitz geleitete Kommission. Das Ergebnis war, dass diese BIP-Fokussierung reduziert und gleichzeitig das BIP besser berechnet werden sollte, dass man aber auch die Lebensqualität in allen Dimensionen – materielle Situation, Gesundheit, Ausbildung, Mitbestimmung, Umweltsicherheit etc. – als Indikator in die Rechnung einbeziehen sollte.“ Ein Indikator für die Attraktivität eines Wirtschaftsstandortes, dem die Tiroler Politik und die Standortagentur Tirol



eine eigene längerfristige und über verschiedene Kanäle kommunizierte Kampagne widmen – „Zum Glück Tirol“. „Zum Glück Tirol“ meint etwa Rainer Blatt, Experimentalphysiker an der Universität Innsbruck und wissenschaftlicher Direktor am Innsbrucker Institut für Quantenoptik und Quanteninformation (IQOQI) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Der gebürtige Rheinländer wurde 1995 nach Innsbruck berufen, in enger Zusammenarbeit mit seinen Kollegen Peter Zoller, Rudolf Grimm und Hans Briegel sowie einer großen Anzahl junger Wissenschaftler aus aller Welt gelang ihm etwas, was 1995 wohl niemand für möglich gehalten hätte: „Wir sind eines der wenigen Quantenzentren der Welt. Das gesamte Quantenteam bildet ein Weltzentrum, das international noch mehr wahrgenommen wird als lokal und national.“ Tirol – mit seiner geliebten Musiktradition in den Gemeinden – ist für den begeisterten Musiker (Blatt: „In der Musik ist das Zusammenspiel wichtig. Hier kommen sehr viele Menschen unterschiedlicher Alters- und Berufsgruppen zusammen. Das ist ein bodenständiges soziales Netzwerk, lange entstanden vor Facebook und anderen Netzwerken.“) inzwischen zur neuen Heimat geworden, ein Ort, an

dem er sich wohlfühlt und der „ideale Wissenschaftsstandort im Zentrum der Alpen“, der, so Blatt im Zum Glück Tirol-Video, „mit seinem ausgezeichneten wirtschaftlichen Umfeld und seiner landschaftlichen wunderbaren Gegebenheit ein ideales Umfeld für die Forschung“ bietet. Viel wurde in den letzten Jahren in das wirtschaftliche Umfeld Tirols investiert, politische und soziale Sicherheit, wirtschaftliche Prosperität, ein Netz hervorragender Unternehmen, bestens qualifizierte und motivierte Arbeitskräfte in Kombination mit Top-Forschungsleistungen sind neben maßgeschneiderten Förderungen und einem unternehmerfreundlichen Steuersystem die Eckpfeiler des Wirtschaftsstandortes Tirol. Wobei: „Im Wettkampf der Regionen um Fachkräfte und Unternehmen gewinnen aufgrund der zunehmenden Homogenisierung von harten Standortfaktoren immer mehr weiche Standortfaktoren an Bedeutung. Lebensqualität und Lebenszufriedenheit haben direkt positive Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit eines Standortes. Sie heben einen Wirtschaftsstandort von anderen ab und machen ihn für Fachkräfte und Unternehmen besonders interessant. Lebenszufriedenheit ist somit

ein nicht zu vernachlässigender Faktor für ökonomischen Erfolg“, hält Hannes Leo fest. Tirol kann in diesem Bereich punkten, 76 Prozent der Tiroler empfinden – laut einer von der Standortagentur Tirol in Auftrag gegebenen Befragung – ihre Heimat als attraktiven Standort zum Leben und Arbeiten, Tirol wird von seinen Einwohnern speziell in Hinblick auf die Themen Gesundheit (84 Prozent) und Ausgleich zwischen Arbeit und Privatleben (76 Prozent) besonders positiv wahrgenommen. Tirol zu schätzen weiß auch Johannes Hilbe. Der Jungunternehmer – er entwickelte den Bucinator, ein innovatives modulares Sensor-System, welches das Pflegepersonal alarmiert, wenn ein sturzgefährdeter Patient selbstständig aus dem Bett zu steigen versucht – ist in seiner Freizeit mit der Tyrol Air Ambulance weltweit im Einsatz: „Das öffnet mir die Augen und zeigt mir ganz deutlich, was Tirol für mich bedeutet, egal ob im Bildungsbereich, im Gesundheitssystem oder durch die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten.“ Blatt und Hilbe sind zwei der Zum Glück Tirol-Testimonials aus den Bereichen Forschen, Gründen, Gestalten und Kooperieren, die via Video-Botschaften und Statements Lust auf Tirol machen,



„Einkommen ist für Glück nur bis zu einem Schwellenwert von 75.000 Euro im Jahr positiv“, so Hannes Leo (rechts).



## Glück ist auch ein Wohlstandsindikator

*Wirtschaftsforscher Hannes Leo über das Glück und die Probleme der BIP-Fokussierung, um Wohlstand zu erfassen.*

### Was kann ein Ökonom über das Thema Glück sagen?

*Hannes Leo:* Einerseits viel und andererseits wenig. Glück und Lebenszufriedenheit sind ein Ziel wirtschaftlichen Handelns. Die Ergebnisse der Messungen werden allerdings selten berücksichtigt. Wenn es um die Bestimmung des Wohlstands geht, ist das BIP der Indikator. Das derzeitige statistische System ist nicht geeignet, Glück und Lebenszufriedenheit zu erfassen.

### Können Sie das konkretisieren?

*Hannes Leo:* Was kommt in die Statistik, wenn man im Stau steht – der Benzinverbrauch, was das BIP erhöht und das Wachstum steigert. Gleichzeitig steigert es aber Unzufriedenheit, CO<sub>2</sub>-Ausstoß, Klimawandel etc. In der Statistik bleiben aber nur die Auswirkungen auf das BIP. Das BIP an sich bereitet aber noch andere Probleme. So wird die Qualität der hergestellten Produkte unterschätzt.

### Wie wird Glück gemessen?

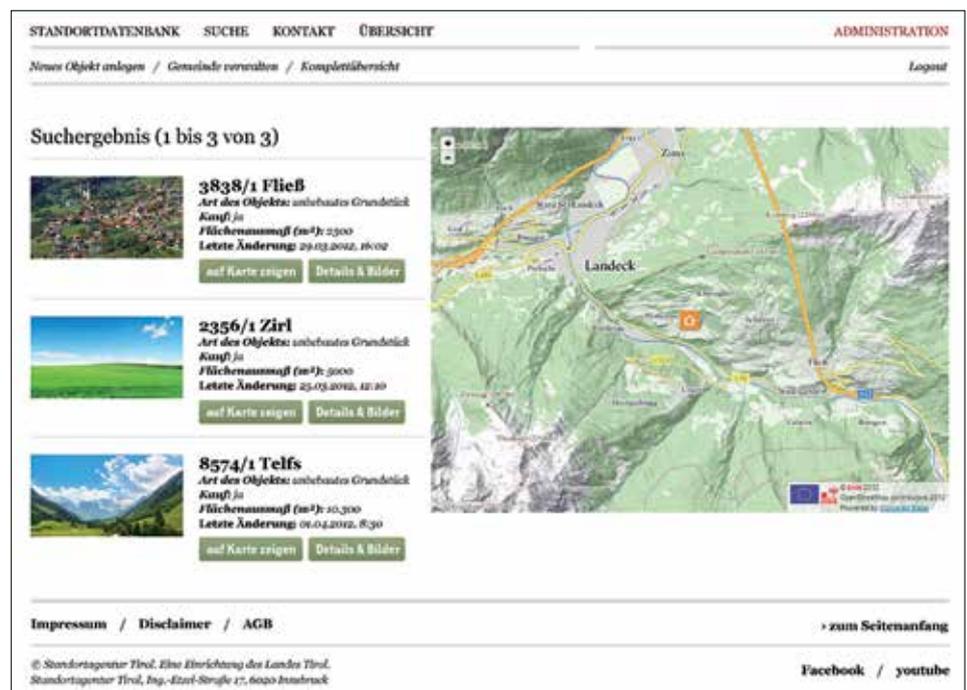
*Hannes Leo:* Im Prinzip mit sehr einfachen Fragen für viele unterschiedliche Aggregate, wie zufrieden eine Person ist. Für Europa zeigen diese Untersuchungen, dass Österreich, die Schweiz und die skandinavischen Länder zu den glücklichsten Ländern gehören – international liegt Österreich auch sehr weit vorn. Wirklich interessant für die politische und ökonomische Diskussion wird Glücksforschung aber erst dann, wenn man in die Details geht.

### Zum Beispiel?

*Hannes Leo:* Ohne Arbeit ist man viel weniger glücklich – dabei geht es nicht um das Einkommen, sondern um die Beschäftigung. Ein weiteres Ergebnis: Einkommen ist für Glück sehr wohl positiv, aber nur bis zu einem Schwellenwert von 75.000 Euro im Jahr – darüber wird man nicht noch glücklicher. Glück ist auch relativ zur Umgebung. So werden Menschen in Regionen mit ungleicher Einkommensverteilung oder hoher Arbeitslosigkeit zunehmend unglücklicher – auch wenn sie Arbeit und hohes Einkommen haben.

die mithelfen sollen, Tirol als Standort für Wirtschaft, Wissenschaft, Forschung und Unternehmensgründung nachhaltig zu stärken. „Über 37.000 Unternehmen nützen die Tiroler Standortvorteile. Mit ‚Zum Glück Tirol‘ wollen wir für die Besonderheiten und Potenziale unseres Standortes Bewusstsein schaffen und motivieren, gemeinsam Initiativen zu ergreifen und unseren Wirtschaftsstandort weiter zu positionieren und zu stärken. Die Relevanz von Lebenszufriedenheit muss von uns allen erkannt und entsprechend gefördert werden“, beschreibt Harald Gohm, Geschäftsführer der Standortagentur Tirol, einen Aspekt der Kampagne. Bhutan ist übrigens schon einen Schritt weiter. „Der Staat soll sich darum bemühen, diejenigen Bedingungen zu fördern, die das Streben nach Bruttonationalglück ermöglichen“, heißt es in der Verfassung, die im Jahr 2008 verabschiedet wurde. Seither ist Bhutan eine konstitutionelle Monarchie, Staatsoberhaupt ist König Jigme Khesar Namgyel Wangchuck, Sohn von Jigme Singye Wangchuck und Königin Ashi Tshering Yangdon Wangchuck. Eine von vier Königinnen. Jigme Singye Wangchuck hatte die journalistisch brennende Frage des Jahres 1987 ein Jahr später auf eigenwillige Art und Weise gelöst – er heiratete alle vier Schwestern.

# Eine typische Win-Win-Situation



*Geoinformationen im Internet werden zu einem wichtigeren Instrument für die Vermarktung von Standorten und Tourismusregionen. Standortagentur Tirol, die tiris-Kartendienste des Landes und Tirol Werbung haben das erkannt und arbeiten gemeinsam an einem Tiroler Top-Produkt. Franz Unterluggauer (Cluster IT Tirol), Christian Klingler (Tirol Werbung) und Manfred Riedl (Tiroler Rauminformationssystem tiris) erklären, wie.*

**Den Begriff Geodaten verbindet man normalerweise nicht mit Tourismus. Warum engagiert sich die Tirol Werbung trotzdem in dem Kooperationsprojekt „Geodateninfrastruktur GDI Tirol“?**  
*Christian Klingler:* Der Tirol Werbung geht es bei diesem Projekt um bestmögliche Servicierung des Gastes, welche Bedürfnisse hat er und wie entwickeln sich diese in den nächsten Jahren. Die Verwendung von Karten, wie man sie von Google Maps im

Internet kennt, wird sich aus touristischer Sicht verändern. Momentan dient sie der Urlaubsplanung, der Vorbereitung vor und nach der Buchung. In Zukunft werden Karten aber immer stärker auch während des Urlaubs - auf Tablets und Smartphones - genutzt werden. Die ersten Anzeichen sind schon da - im heurigen Winter war das am stärksten nachgefragte Ausstattungsmerkmal das WLAN. Der Gast wird sich in Zukunft jeden Tag und je nach Witterungslage sein Sport- und Freizeitangebot via interaktiver Karte im Netz selbst suchen. Und auch bei der Nachbetrachtung des Urlaubs wird er interaktive Karten nutzen, also neuerdings in allen Phasen des Urlaubs. Deshalb sind diese auch ein wichtiger Baustein unserer relaunchten Website [www.tirol.at](http://www.tirol.at).

## **Wie kam es überhaupt zu der Zusammenarbeit Standortagentur, Tirol Werbung und tiris?**

*Franz Unterluggauer:* Die ersten Kontakte in dieser Richtung sind Ende 2009, Anfang 2010 entstanden. Damals ist ein Clustermitglied mit der Frage an uns herangetreten, was es denn in dieser Richtung gäbe und mit wem man denn zusammenarbeiten könnte. Und auch uns war klar, von innovativen Kartenanwendungen für Tirol könnten zahlreiche Anspruchsgruppen profitieren - unter anderem auch alle Unternehmen, die sich für den Standort interessieren. Es ging also um Vernetzung - von Informationssystemen, aber auch von möglichen Partnern. Erster Ansprechpartner waren für uns die tiris- Kartendienste.

Dort ist eine exzellente Datenbasis vorhanden, das Land erstellt alle drei Jahre neue digitale Luftbilder, das ist eine Qualität und Aktualität, die andere - vor allem Anbieter wie google oder Microsoft (bing) - nicht haben. In den ersten Gesprächen ging es darum, wer für die Daten verantwortlich ist, was man rechtlich beachten muss, welche Technologien es gibt etc. Schließlich sind wir auch auf die Tirol Werbung zugegangen - und jetzt sind wir drei öffentliche Partner, die Infrastruktur und Services für öffentliche Kunden und Tourismusverbände zur Verfügung stellen. Die Machbarkeit haben Clusterunternehmen in einem Pilotprojekt im Zillertal gesichert, in Kooperation mit der Tirol Werbung wurden dort tiris-Daten mit Informationen des Tourismusverbands Mayrhofen ergänzt und aufbereitet.

## **Wie sieht man das gemeinsame Projekt von Seiten des Landes?**

*Manfred Riedl:* Grundsätzlich ist die Kooperation gedacht, um einen wichtigen Veredelungsaspekt durchzuführen, dass man vom Bereich der Geodaten zur Geoinformation kommt. Geoinformation ist die Nutzersicht auf die Daten, der Nutzer will zu einem bestimmten Zeitpunkt in einem bestimmten Gebiet zu einer bestimmten Fragestellung Auskunft. Damit diese Prozesskette funktioniert, braucht es neben dem Geodaten-Erzeuger Institutionen, die diesen Weg begleiten. Im konkreten Fall eben die Standortagentur Tirol. Diese hat in ihrem Cluster Informationstechnologien Tirol noch dazu genügend Unternehmen, die das



**Manfred Riedl:** „Mit dem Konzept der Raum-Landschafts-Dreidimensionalität besteht eine Chance für die Tiroler IT-Unternehmen, im Bereich Geoinformation Entwicklungsarbeit leisten zu können.“

Know-how haben, aus Geodaten vorzeigbare und sich am Markt bewährende Services schaffen. Und weiters die Tirol Werbung und die Tiroler Tourismusverbände, welche die – international gefragten – Portale bieten und die für den Tourismus zweckdienliche Aufbereitung, welche die Geoinformation braucht, um überhaupt Interesse auszulösen.

#### **Welchen Benefit zieht tiris aus dem Projekt?**

**Manfred Riedl:** Erstens gewinnen wir weitere Abnehmer für unsere Geodaten, das ist auch für das Selbstverständnis als Datensammler wichtig. Wir wollen aber nicht nur wie ein Bauer die von seinen Kühen produzierte Milch nur vor die Tür stellen, wir bemühen und beteiligen uns, damit diese abgeholt, weiterverarbeitet und unter die Menschen gebracht wird. Wir wollen, dass unsere hochwertigen Daten diesen Weg gehen und als intelligente Produkte – im Web, als Apps – auf den Markt kommen. Ein zweiter Aspekt ist – Stichwort Open Government Data, Aufhebung des Amtsgeheimnisses etc. – Transparenz. tiris ist nicht nur für eine Sicht nach innen konzipiert, es soll auch eine Sicht nach außen erzeugen, also eine öffentliche Verwendung der Daten ermöglicht werden. Und drittens bringt uns diese Kooperation eine Erweiterung und Ergänzung der von uns eingesetzten Technologien.

#### **Wie ist die interaktive Kartenanwendung made in Tirol konzipiert?**

**Christian Klingler:** Wir arbeiten im Projekt auf



**Christian Klingler:** „Der Gast wird sich in Zukunft jeden Tag und je nach Witterungslage sein Sport- und Freizeitangebot via interaktiver Karte im Netz selbst suchen.“

drei Ebenen. Die unterste ist die Basiskarte, derzeit mit einer topografischen Winter- und Sommerkarte, Luftbilder in einer neuen Qualität kommen auch dazu. Die zweite Schicht ist eine Inhaltsebene, also die Points of Interest, aus verschiedenen Quellen – überregional von der Tirol Werbung, regional von den Tourismusverbänden, und im Bereich der Standortagentur von den Gemeinden – eingespielt. Die oberste Schicht ist dann die Marketingebene - eine interaktive Karte nach dem Muster von google ist die Basis, es können Apps dazu kommen, 3D-Darstellungen etc.

**Manfred Riedl:** Diese oberste Informationsschicht ist von jedem Anwender individuell und eigenverantwortlich zu gestalten, da geht es bis zur Ausstattung von Hotels, Links auf die Websites von Hotels und Unternehmen etc. Hier spielt sich sozusagen die Schlüsselübergabe von der Geoinformation zum Tourismusmarketing ab, der Konsument kann direkt ein Zimmer reservieren, eine Skikarte bestellen usw.

**Franz Unterluggauer:** Ein großer Vorteil des Systems insgesamt liegt darin, dass in ganz Tirol nur mehr mit einem Symbolsatz für Geoinformationen, also mit den gleichen Icons gearbeitet wird. Wer immer in den Karten unterwegs ist, muss sich beim Wechsel von einer Gemeinde oder Region zur nächsten nicht mehr auf jeder Website neu einleben. Das „Look and Feel“ ist überall dasselbe - man befindet sich eben am Standort Tirol.

**Manfred Riedl:** Dadurch entsteht auch ein professionelles Image der Region Tirol, das Verwenden der gleichen virtuellen Karte ist nicht nur effizient, zudem unterstreicht es die Zusammengehörigkeit. Zudem besteht in der Dreidimensionalität unserer Landschaft eine Chance für die Tiroler IT-Unternehmen, im Bereich Geoinformation Entwicklungsarbeit leisten zu können. Das ist in mehreren Informationsbereichen von Interesse, z.B. auch für das Themenfeld der Naturgefahren.

**Franz Unterluggauer:** Und die Tiroler IT-Betriebe stoßen in diesem Umfeld ja noch dazu auf eine interessante Basis bzw. kritische Masse, das Kompetenzzentrum alpS hat den Boden zum Management von Naturgefahren mit Hilfe von Tiroler Technologien ja bereits aufbereitet.

#### **Wie ist der derzeitige Projektstand?**

**Manfred Riedl:** Die virtuelle Basiskarte ist zur Anwendung im öffentlichen Bereich freigegeben und wird von etlichen TVBs bereits verwendet. Für den Austausch von Geodaten soll eine Datenschnittstelle geschaffen werden – das wollen wir im nächsten halben Jahr angehen. Diese Schnittstelle wird im Web zugänglich sein und soll ermöglichen, dass alle beteiligten öffentlichen Institutionen ihre spezifisch benötigten Daten – Skigebietsgrenzen, Mountainbike-Routen, Hotelstandorte etc. – untereinander in strukturierter Form austauschen können. Das heißt, dass benachbarte TVBs auf die Daten des Nachbarn zugreifen können und in ihre Darstellungen



**Franz Unterluggauer:** „Unsere neue Standortdatenbank wird grundsätzlich mit Informationen angereichert, die potenzielle Investoren oder Ansiedlungsinteressierte brauchen, um Entscheidungen zu treffen.“

integrieren, dass TVBs auf die Informationen der Tirol Werbung – als einfaches Beispiel den Verlauf des Adlerwegs – zugreifen können so wie die Tirol Werbung auf Informationen der TVBs. Jeder kann diese Inhalte dann auf seiner eigenen Website darstellen. Und auf Seite der Standortagentur Tirol hat diese bereits Zugriff auf tiris-Daten, um sich für Betriebsansiedlungen und Beratungen relevante Informationen wie – nur beispielsweise - Flächenwidmungen zu holen.

#### **Was sehen die Kunden der Standortagentur Tirol auf deren Karte im Detail?**

**Franz Unterluggauer:** Unsere neue Standortdatenbank wird grundsätzlich mit Informationen angereichert, die potenzielle Investoren oder Ansiedlungsinteressierte brauchen, um Entscheidungen zu treffen. Da geht neben Flächenwidmungen auch um Grundstückspreise, Gemeindefestlegungen und umgebende Faktoren wie die Verkehrsanbindung, die Breitbandversorgung oder das Schulangebot. Zudem werden wir die Daten der Cluster einspielen – welche Betriebe und Forschungseinrichtungen sind im Umfeld, an welchen Themen wird geforscht, welche Unternehmen sind Impulsgeber und mit wem vernetzt etc. Und wir arbeiten daran, dass unsere Kunden Real-Time-Information erhalten – zum Beispiel zum Verkehr oder der aktuellen baulichen Situation. Wichtig ist hier natürlich die wiederum enge Zusammenarbeit mit den Tiroler Gemeinden. Der grundlegende Aufbau der Standortdatenbank erfolgte in einem Pilotprojekt in enger Kooperation mit der Bezirksstelle Landeck der WK Tirol für den Bezirk Landeck und der Stadtgemeinde Hall in Tirol.

#### **Was sind die nächsten Schritte?**

**Franz Unterluggauer:** Technisch gesehen ist das Thema „3D“ durchaus noch eine Herausforderung. Der Kunde wünscht sich diese „greifbaren“ Informationen, wir müssen aber dafür sorgen, dass er die Komplexität dahinter nicht spürt, etwa durch zu lange Aufrufzeiten. Für unser Produkt Standortdatenbank wird es bereits in Kürze darum gehen, alle Tiroler Gemeinden anzusprechen und einzubinden. Sobald diese ihre spezifischen Daten eingespielt haben, können sie die Standortdatenbank übrigens auch auf ihren eigenen Websites integrieren. Und was die Kooperation insgesamt betrifft, denken wir bereits darüber nach, wie wir mit ihrer Hilfe noch mehr Impulse für den Standort geben und privatwirtschaftliche Innovationen fördern können.

**Manfred Riedl:** Die Kooperation ist beständig ausgerichtet und soll mittelfristig gegenüber Unternehmen und Öffentlichkeit noch mehr geöffnet werden. Auf der touristischen Seite wird auch die Umsetzung der Technologie in den TVBs wichtig, dort wird man Know-how und Bewusstsein schaffen müssen, um Dateneingabe und -verwaltung selbst auszuführen zu können bzw. ausführen zu lassen.

**Christian Klingler:** Da spielt der Aspekt des neuen Tourismussystems Tirol, das Zusammenspiel aller Akteure, bereits eine wichtige Rolle. Im Unterland, vom Zillertal ostwärts, arbeiten die TVBs ja schon an einem gemeinsamen Portal –

also keine Insellösungen mehr. So sparen sie Kosten und erfassen Informationen nicht doppelt und dreifach. Zudem gibt es einheitliche Qualitätsstandards. Und für den Gast ist es attraktiver, aus einem großen Informationsangebot auswählen zu können. Eine typische Win-Win-Situation.

#### **Hintergrund**

Die Standortagentur Tirol nutzt die zur Verfügung stehenden europäischen Mittel zum Ausbau der Tiroler Cluster konsequent. Die vernetzten Partner – Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Bildungsinstitutionen und Interessensvertretungen – nutzen Synergien, um ihre Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit in Kooperationen besser und effektiver zu stärken als alleine. Die jeweiligen Clustermanager sind Kommunikator auf allen Ebenen, verknüpfen Interessenten zu den richtigen Partnern, vermitteln zwischen Clusterpartnern, schieben Kooperationen an und bleiben auch im Laufe der Forschungs- oder Kooperationsprojekte wichtige Schnitt- und Transferstelle. Zu anderen Branchen, Anwendern und nationalen wie internationalen Projektpartnern. Zahlen. Daten. Fakten zur Clusterarbeit 2012 lesen Sie auf den Seiten 20 und 21.

# Wissen und Visionen

*Wir haben Mitarbeiter der Standortagentur Tirol nach ihren Anliegen für den Standort Tirol, seine Branchen und seine Protagonisten befragt.*

Moderne Arzneimittelentwicklung in Tirol hat viele Facetten. Die Leistungen unserer Partner auf diesem Gebiet bekannter zu machen, ist mir ein persönliches Anliegen.  
*Petra Stöckl, Cluster Life Sciences Tirol*

## Herzblut!

Das hervorragende medizinische Angebot in Tirol lässt sich erfolgreich mit unserer weltweit bekannten touristischen Kompetenz verknüpfen. Aber wir brauchen mehr Pioniere. Mutige Hoteliers und Regionen, die es wagen, sich abseits des Mainstreams zu positionieren.  
*Robert Ranzi, Cluster Wellness Tirol*

## chancenreich!

Für mehr Life Science-Betriebe brauchen wir mehr Labors. Wo kann ein Life Science Center II oder, noch besser, ein Campus für den Fachbereich nach Vorbild des Innsbrucker ICT-Technologieparks entstehen?  
*Christian Märk, Betriebsansiedlung Deutschland*

## Fläche wirkt

Was ist innovativ? Grundsätzlich mehr, als der klassische Tiroler Kleinbetrieb denkt. Hat dieser eine auch nur lose Idee zur Verbesserung auch nur eines Teiles seines Produktes, sollte sein nächster Schritt schon zur Förderberatung führen. Die hilft beim Einordnen in Programme und sogar beim Formulieren der Idee. Wir werden uns doch keine Unterstützung entgehen lassen?  
*Rudolf Stoffner, Regionale und nationale Förderberatung*

## abholen

Wo beginnt die Tiroler Natur? Im Kopf der meisten Tiroler auf 1.000 Höhenmetern. An die Grünräume und damit Freiräume im Talboden denkt man kaum. Hier braucht es ein radikales Umdenken, denn: im Inntal findet ein massiver Urbanisierungsprozess statt und urbanisierter Raum braucht grünen Freiraum. In Wahrheit sind unsere grünen Tallagen die Central Parks von morgen – wenn wir sie bis dahin nicht schon alle verbaut haben.  
*Wolfgang Andexlinger, Regionalentwicklung*

## Umdenken

... machen in Tirol bereits viele Betriebe und Forschungseinrichtungen. Jetzt wartet die nächste Liga. Wussten Sie, dass 4.400 europäische Betriebe allein seit 2011 mit Hilfe des Enterprise Europe Network Kooperationspartner aus Europa gefunden haben? Das EEN - ein wirklich schöner Teich zum Partner fischen!  
*Klaus Kleewein, Enterprise Europe Network*

## Gemeinsame Sache

# Zahlen.Daten.Fakten

2012. Die Arbeit der Standortagentur Tirol in Zahlen.



# Regionale Kraftzentren

## Mit Clustern zu Innovation und Wachstum.

In fünf Clustern führen eigene Clusterteams die hochkarätigen Tiroler Forschungseinrichtungen mit der innovationsfreudigen heimischen Unternehmerschaft zusammen.

Professionelles Kontakt- und Beziehungsmanagement ist eine besondere Stärke der Cluster. Sie vermitteln Know-how, bringen thematische Impulse ein, vernetzen zu spezialisierten Partnern, motivieren und begleiten Kooperationen und Forschungs- und Entwicklungspartnerschaften, stärken so die Innovationsleistung am Standort und verhelfen Unternehmen wie Standort zu mehr Wettbewerbsfähigkeit. Für ihre Mitglieder sind die Clusterteams gleichzeitig Schnittstelle zu weiteren Services der Standortagentur Tirol wie der Förderberatung oder dem Enterprise Europe Network. Zudem stellen sie überregional Kontakte zu Clustern anderer

Regionen im vorwiegend deutschsprachigen Raum oder weiteren Beratungs- und Servicestellen der öffentlichen Hand her.

Die Standortagentur Tirol managt Cluster in den Fachbereichen Erneuerbare Energien, Informationstechnologien, Life Sciences, Mechatronik und Wellness. Die Clusterteams arbeiten fachübergreifend und so auch eng mit dem an den Verein proHolz Tirol angeschlossenen Holzcluster Tirol zusammen. Sowohl im In- als auch im Ausland verbessert der geschlossene Auftritt der einzelnen Cluster die Sichtbarkeit des Tiroler Know-hows im jeweiligen Fachbereich.

### Beteiligte Partner 2012

Fachbereich	Mitglieder aus Wirtschaft und Wissenschaft	Anzahl Arbeitsplätze der Mitglieder	Jahresumsatz der Mitglieder in Mio. Euro (2010)
Cluster Erneuerbare Energien Tirol	64	7.629	3.378
Cluster Informationstechnologien Tirol	84	2.240	323
Cluster Life Sciences Tirol	39	14.287	2.565
Cluster Mechatronik Tirol	58	10.905	3.407
Cluster Wellness Tirol	112	5.495	407
Clusterübergreifend*)	21	5.592	-
Holzcluster	96	4.700	1.230
<b>Gesamt</b>	<b>474</b>	<b>50.848</b>	<b>11.310</b>
<b>Gesamt ohne Holzcluster</b>	<b>378</b>	<b>46.148</b>	<b>10.080</b>

\*) Der Großteil der clusterübergreifenden Mitglieder sind Forschungs- und Bildungseinrichtungen. Aus diesem Grund werden hier keine Umsatzzahlen angeführt.

### Treffpunkt Cluster

Für die Mitglieder der Tiroler Cluster haben die jeweiligen Clustermanagements im Jahr

2012 110 Veranstaltungen durchgeführt. Diese Veranstaltungen sind von insgesamt 2.545 Mitgliedern (gesamte Teilnehmer) zur Vernetzung, zum Technologietransfer,

zur Qualifizierung und zur Vermarktung genutzt worden. Eine Übersicht nach Fachbereichen:

Veranstaltungen	Erneuerbare Energien	Informationstechnologien	Life Sciences	Mechatronik	Wellness	Clusterübergreifend
Branchentag	1	4	4	2	2	1
Clustertalk	1	1	2	1	2	1
Exkursionen	2	-	1	2	3	-
Fachtagungen/Informationsveranstaltungen	5	6	5	6	11	7
Projektfrühstück	-	-	-	-	2	-
Workshops	5	4	2	5	6	3
Messeauftritte und internationale Ausstellungen	2	1	5	2	2	1
<b>Gesamt</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>13</b>



## Cluster innovativ und kooperativ

*Die Standortagentur Tirol richtet die von ihr betriebenen Cluster als Drehscheibe für Innovation und Kooperation aus. Die jeweiligen Clusterteams motivieren und begleiten ihre Mitglieder erfolgreich zu beiden Themen.*

### Anträge zu regionaler FTI-Förderung unter Clusterbeteiligung

Fachbereich bzw. Herkunftskluster	Anzahl
Erneuerbare Energien	12
Informationstechnologien	21
Life Sciences	5
Mechatronik	17
Wellness	5
Clusterübergreifend	15
<b>Anzahl Projekte</b>	<b>75</b>

Unternehmen aus den Tiroler Clustern beteiligen sich besonders intensiv an den Programmen für Forschungs-, Technologie- und Innovationsförderung des Landes Tirol. 75 von 140 der im Rahmen der regionalen FTI-Förderung des Landes Tirol im Jahr 2012 eingereichten Anträge kommen von Mitgliedern der Tiroler Cluster oder haben Mitglieder aus den Tiroler Clustern im Konsortium. Eine Verteilung nach Fachbereich bzw. Clustern.

### Beratene Kooperationen 2012

Fachbereich bzw. Herkunftskluster	Anzahl
Erneuerbare Energien	25
Informationstechnologien	25
Life Sciences	18
Mechatronik	27
Wellness	6
<b>Anzahl Projekte</b>	<b>101</b>

Mitglieder der Tiroler Cluster haben sich im Rahmen der vernetzten Arbeit in den Clustern Kooperationsstärke erarbeitet. Im Jahr 2012 konnten die Clustermanagements in der Standortagentur Tirol insgesamt 101 laufende oder geplante Kooperationen ihrer Mitglieder beraten.

## Kompetenz geclustert

Unternehmensgrößen in den Clustern Erneuerbare Energien, IT, Life Sciences, Mechatronik und Wellness Tirol zum 31. Dezember 2012.

Zu den Betrieben und Forschungseinrichtungen in den Tiroler Clustern:  
[www.standort-tirol.at/mitglieder](http://www.standort-tirol.at/mitglieder)

Einblick in die Arbeit der in der Standortagentur Tirol koordinierten Tiroler Cluster geben die Beiträge auf den Seiten 15 - 17 sowie 34 - 35. Wie Clusterpartner Innovationen bearbeiten, lesen Sie exemplarisch auf den Seiten 36 - 37 sowie 38 und 39.

Fachbereich	Anzahl der Betriebe nach Mitarbeiterzahl				
	0-5	6-10	11-20	21-50	ab 50
Erneuerbare Energien	32	7	8	7	10
in %	50,0 %	11,0 %	12,4 %	11,0 %	15,6 %
Informationstechnologien	45	20	5	8	6
in %	53,6 %	23,8 %	6,0 %	9,5 %	7,1 %
Life Sciences	12	7	4	6	10
in %	30,8 %	17,9 %	10,3 %	15,4 %	25,6 %
Mechatronik	24	8	5	8	13
in %	41,4 %	13,8 %	8,6 %	13,8 %	22,4 %
Wellness	70	10	9	13	10
in %	62,5 %	8,9 %	8,0 %	11,7 %	8,9 %
<b>Gesamt</b>	<b>183</b>	<b>52</b>	<b>31</b>	<b>42</b>	<b>49</b>
<b>in %</b>	<b>51,2 %</b>	<b>14,6 %</b>	<b>8,7 %</b>	<b>11,8 %</b>	<b>13,7 %</b>

# Zukunft fördern lassen

Land, Bund und Europäische Union lassen sich Forschung und Innovation etwas kosten

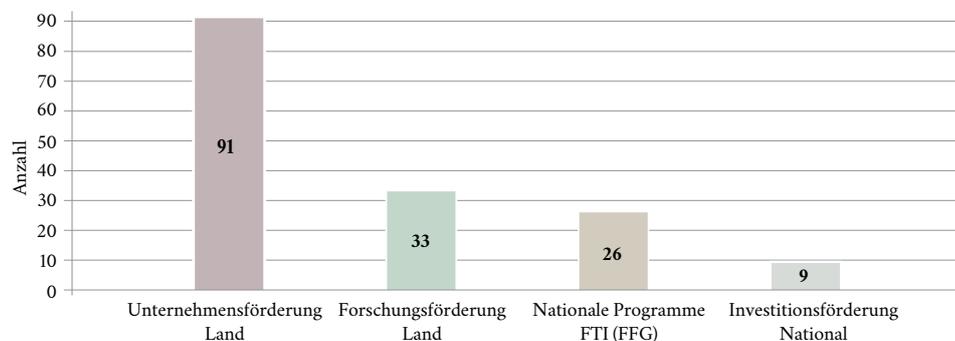
Nur das laufende Erarbeiten von Innovationen hält Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Standorte wettbewerbsfähig. Die öffentliche Hand unterstützt Innovationsarbeit deshalb mit direkten Förderungen.

Seit 2011 ist die Standortagentur Tirol vom Land Tirol mit der Aufgabe betraut, die heimischen Betriebe und Forschungseinrichtungen zur Nutzung der Forschungs-, Technologie- und Innovationsförderprogramme von Land, Bund und EU zu beraten sowie diese während

der Antragsphasen zu begleiten. Zudem hat die Standortagentur die Aufgabe, die jährlichen Ausschreibungen des Landes Tirol zu drei Programmen aus der regionalen FTI-Förderung abzuwickeln. Die betreffenden Programme sind die Förderlinien „InnovationsassistentIn“ (betriebliche Innovationsprojekte), „K-Regio“ (Forschungskooperationen Wirtschaft – Wissenschaft) sowie „Translational Research“ (Forschungskooperationen Wissenschaft).

## Beratungen FTI-Förderung 2012 Landes- und Bundesprogramme

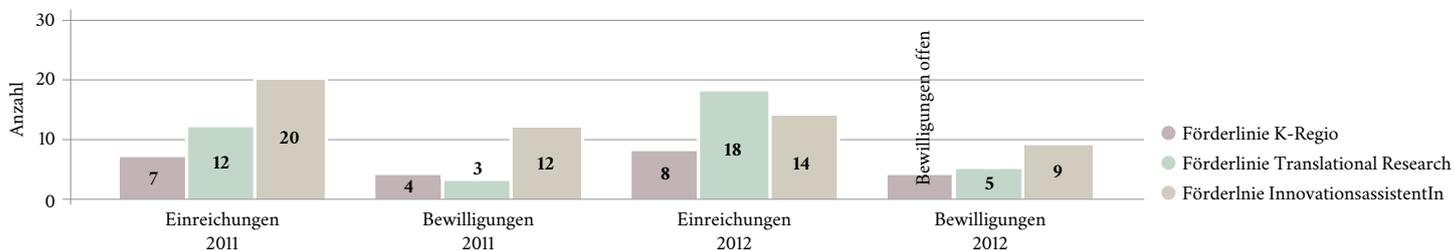
Die Statistik zeigt die Zahl der Beratungen, welche die Standortagentur Tirol im Jahr 2012 zu regionalen und nationalen FTI-Förderungen durchgeführt hat. Von insgesamt 159 Beratungen betreffen 78 % dieser Beratungen Programme der FTI-Förderung des Landes Tirol. Von diesen Beratungen entfallen 91 und damit 73,4 % auf Programmlinien mit Fokus auf betriebliche Entwicklungstätigkeit (Initiativprogramm, Kooperationsprogramm, InnovationsassistentIn, Investitionsförderung des Landes) sowie weitere 33 bzw. 26,6 % auf Programme mit Fokus auf Forschung auf hohem technologischen Niveau (Machbarkeitsstudien, K-Regio, Translational Research). Bei der Beratung nationaler Programme (26) liegt der



Schwerpunkt auf Förderinstrumenten der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG). Hier sind das Basisprogramm und das Kompetenzzentrenprogramm COMET am stärksten nachgefragt.

Neun Beratungen zu nationalen Investitionsförderungen betreffen vorwiegend Programme der awa (Austria Wirtschaftsservice) und der ÖHT (Österreichische Hotel- und Tourismusbank).

## Entwicklung Ausschreibungen: FTI-Förderung Land Tirol



Im Rahmen von drei Ausschreibungen, welche die Standortagentur Tirol im Jahr 2012 für das Land Tirol zu K-Regio, Translational Research (TR) und InnovationsassistentIn abgewickelt hat, konnte die Standortagentur Tirol einen weiteren Anstieg beim Interesse an den kooperativen Programmen wecken. Insgesamt sind im Jahr 2012 40 Förderanträge zu allen Ausschreibungen eingelangt. Die größte Steigerung gab es bei Translational Research mit 18 Anträgen und fünf Bewilligungen (2011: 12 Einreichungen, 3 Bewilligungen). Auch bei K-Regio konnte mit acht Anträgen

(2011: sieben Anträge) eine weitere Steigerung erreicht werden. Rückläufig waren die Einreichungen zur rein betrieblichen Förderlinie InnovationsassistentIn mit 14 Einreichungen (2011: 20 Einreichungen). Im Anschluss an Abwicklung von Expertenevaluierungen konnte das Kuratorium der Standortagentur Tirol der Tiroler Landesregierung schließlich 14 Projekte (TR: fünf, InnovationsassistentIn: neun) zur Förderung empfehlen. Diese wurden bewilligt, das Land sicherte ihnen Forschungs-, Technologie- und Innovationsgelder in Höhe von rund 1,69 Millionen Euro zu.

Beim Programm K-Regio, zu dem im Herbst 2012 zu Einreichungen geladen war, konnte das Kuratorium der Standortagentur Tirol der Tiroler Landesregierung zum Zeitpunkt der Berichtslegung drei Projekte zur Förderung empfehlen. Das Land Tirol wird im April 2013 über die Bewilligungen entscheiden. Das vorgeschlagene Fördervolumen für die betreffenden Projekte im Programm K-Regio beläuft sich auf weitere rund 2,6 Millionen Euro.



## Mit EU-Geld forschen

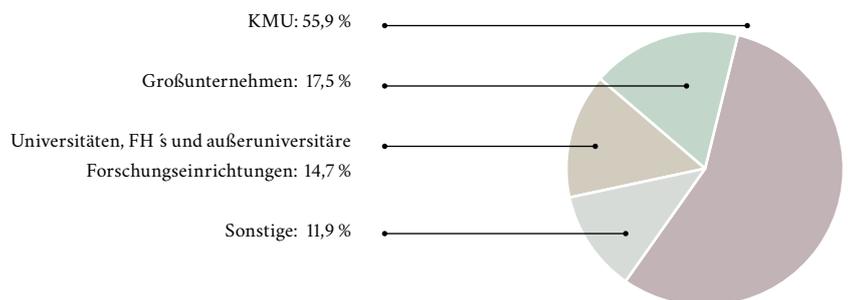
Die Beratung zur Nutzung der europäischen Forschungs- und Technologieprogramme durch die Standortagentur Tirol erfolgt im Auftrag der Europäischen Kommission, des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung sowie des Landes Tirol. Im Jahr 2012 hat die Standortagentur Tirol insgesamt 143 Beratungen zu Projekten im zurzeit

laufenden 7. EU-Forschungsrahmenprogramm und komplementären Programmen durchgeführt. Die Förderberatung erstreckte sich von der Analyse der Projektidee und Einordnung in ein geeignetes EU-Programm über den so genannten Proposal Check (ein Projektantrag wird auf Herz und Nieren geprüft) bis zur Unterstützung bei der konkreten Einreichung des Proposals. Dieser ganzheitliche Ansatz wird bei Bedarf durch eine Betreuung während der Projektphase und durch Unterstützung bei Problemen – z.B. mit den Abrechnungsrichtlinien – ergänzt.

*Damit Innsbruck und Bozen zu Demonstrationsstädten moderner Energieanwendungen werden, haben die Beratungsstelle für das 7. EU-Forschungsrahmenprogramm in der Standortagentur Tirol und der Cluster Erneuerbare Energien Tirol im Jahr 2012 das EU-Projekt „Sinfonia“ initiiert und mit namhaften Partnern eingereicht. Wie dieser Millionendeal gelungen ist, lesen Sie im Beitrag ab Seite 33 in diesem Bericht.*

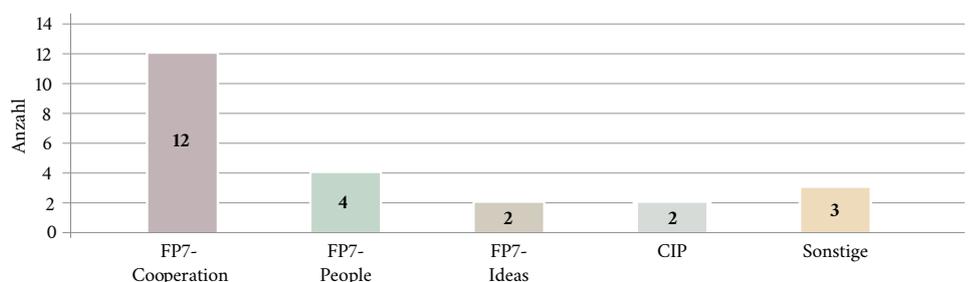
### 7. EU-Rahmenprogramm: Beratene Organisationen 2012

Die Unternehmen stellen bei den beratenen Organisationen im Jahr 2012 mit mehr als zwei Drittel (73,4 %) der Beratungen den größten Anteil dar. Mehr als die Hälfte aller Beratungen (55,9 %) entfiel auf Klein- und Mittelunternehmen. Gegenüber dem vorangegangenen Jahr – die Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen führten das Ranking im Jahr 2011 noch mit 62,3 % der Beratungen an – bedeutet das eine klare Verschiebung der Kundenstruktur hin zur Wirtschaft. Grund dafür ist die strategische Ausrichtung der Medizinischen Universität Innsbruck hinsichtlich einer eigenen Forschungsservicestelle zur Nutzung des 7. Forschungsrahmenprogrammes der EU und komplementärer Programme durch ihre Forscher.



### 7. EU-Rahmenprogramm: Betreute Projekte 2012 nach Einzelprogrammen

Im Jahr 2012 betreute die Standortagentur Tirol 23 Projekte mit Beteiligung von Tiroler Partnern im 7. EU-Rahmenprogramm (7. RP). Der größte Teil der beratenen Projekte kann dem Programm „Zusammenarbeit“ (Cooperation) zugeordnet werden. Im Programm Cooperation wird grundsätzlich am häufigsten eingereicht; es zielt auf die Etablierung grenzüberschreitender, kooperativer Forschungsprojekte und zählt damit zu den beratungsintensivsten Programmen. Vier betreute Projekte betreffen das Mobilitätsprogramm „People“ des 7. RP. Dieses Programm bietet u.a. Unternehmen die Möglichkeit, innovative Projekte in Form von Stipendien mit



qualifizierten Forschern aus ganz Europa durchzuführen. Die Mobilität, Weiterbildung und das Training von Fachkräften stehen dabei im Vordergrund. Im Programm „Ideas“ (zwei Projekte) wurden Forscher bei der Erstellung eines Antrags beim Europäischen Forschungsrat (ERC) betreut,

der exzellenten, dynamischen und kreativen Forschern die Umsetzung ihrer Pionierforschung ermöglicht. Zwei Einreichungen betreffen das Programm „Competitiveness & Innovation“ (CIP), das Hauptförderprogramm für den europäischen Mittelstand.

# EU-Forschungs- förderung wirkt

*Tirol lukriert aus Brüssel  
attraktive Mittel.*

Seit dem 1. Jänner 2011 ist die Standortagentur Tirol die zentrale Anlaufstelle des Landes sowohl für EU-Forschungsförderung (7. EU-Rahmenprogramm) als auch für europäischen Technologietransfer (Enterprise Europe Network) und Praktika von Studierenden und jungen ArbeitnehmerInnen im europäischen

Ausland. Was die EU-Forschungsförderung betrifft, nützt Tirol den Fördertopf Europa kräftig. Nachstehend ein Überblick über die gesamten Tiroler Beteiligungen am 7. EU-Forschungsrahmenprogramm von 2007 bis November 2012 sowie über die durch diese Projektbeteiligungen lukrierten Mittel für Forschung und Innovation in Tirol.

## Erfolgreiche Projektbeteiligungen Tirol

Programme und thematische Schwerpunkte	Tirol	Gesamt Ö
<b>1. Säule: Zusammenarbeit</b>		
HEALTH: Gesundheit	32	209
FAFB: Lebensmittel, Landwirtschaft, Fischerei und Biotechnologie	3	123
ICT: Informations- und Kommunikationstechnologie	54	593
NMP: Nanowissenschaften, Werkstoffe und neue Produktionstechnologien	9	135
ENERGY: Energie	1	89
ENVIR: Umwelt (einschließlich Klimaforschung)	6	161
TRANSPORT: Verkehr (einschließlich Luftfahrt)	4	194
SSH: Sozial-, Wirtschafts- und Geisteswissenschaften	–	76
SPACE: Weltraum	5	58
SECURITY: Sicherheit	5	92
<b>2. Säule: Ideen</b>		
IDEAS: Ideen	8	139
<b>3. Säule: Menschen</b>		
PEOPLE: Menschen	35	420
<b>4. Säule: Kapazitäten</b>		
INFRA: Forschungsinfrastrukturen	3	88
SME: Forschung zugunsten von KMU	8	134
REGKNOW: Wissensorientierte Regionen	–	22
REGPOT: Forschungspotenzial	–	1
SIS: Wissen in der Gesellschaft	2	45
COH: Unterstützung der kohärenten Entwicklung von Forschungsstrategien	1	4
INCO: Internationale Zusammenarbeit	–	39
<b>GESAMT 7. Rahmenprogramm</b>	<b>176</b>	<b>2.622</b>
<b>in %</b>	<b>6,7 %</b>	<b>100 %</b>

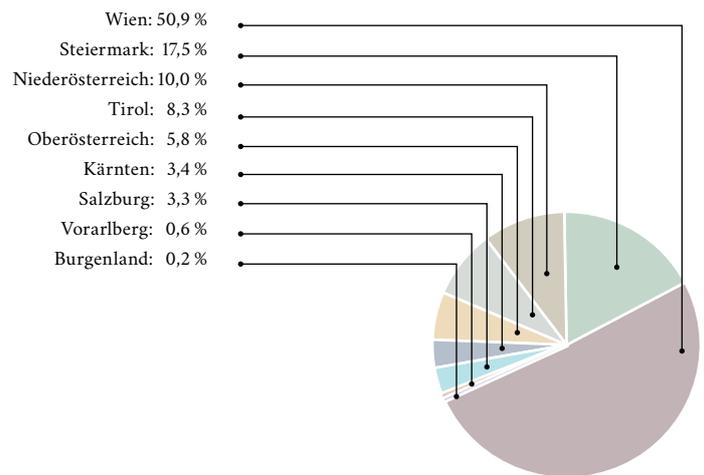
Mit Datenstand November 2012 beteiligt sich Tirol erfolgreich an 176 Projekten im 7. EU-Rahmenprogramm. Damit kommen bis zum Erhebungstermin 6,7 % der österreichischen Beteiligungen aus Tirol. Weiterhin ist Tirol im Österreichvergleich besonders stark in den thematischen Programmen Gesundheit (32; 17,2 %) sowie Informations- und Kommunikationstechnologien (54; 11,4 %). Auch in den Programmen Nanowissenschaften, Werkstoffe und neue Produktionstechnologien (9; 6,7 %) sowie Forschung zugunsten KMU (8; 5,9 %) schneiden Projekte mit Tiroler Beteiligung gut ab. (Quelle: D. Milovanović, M. Ehardt-Schmiederer: 7. EU-Rahmenprogramm für Forschung, technologische Entwicklung und Demonstration (2007–2013) – Analyse der Beteiligungen aus Tirol, Wien 2013)

Die EU-Forschungsrahmenprogramme für Forschung, technologische Entwicklung und Demonstration (RP) haben sich seit 1984 zum wichtigsten Instrument der Umsetzung der europäischen Forschungs- und Technologiepolitik entwickelt. Das mit 1. Jänner 2007 gestartete 7. Rahmenprogramm ist mit einer Laufzeit von sieben Jahren und einem Gesamtbudget von 53,3 Mrd. Euro bis dato das weltweit größte transnationale Forschungsprogramm. Das Folgeprogramm ab 2014 trägt den Namen „Horizon 2020“. Für dieses Programm schlägt die EU-Kommission bisher ein finanzielles Volumen in Gesamthöhe von rund 80 Milliarden Euro vor.



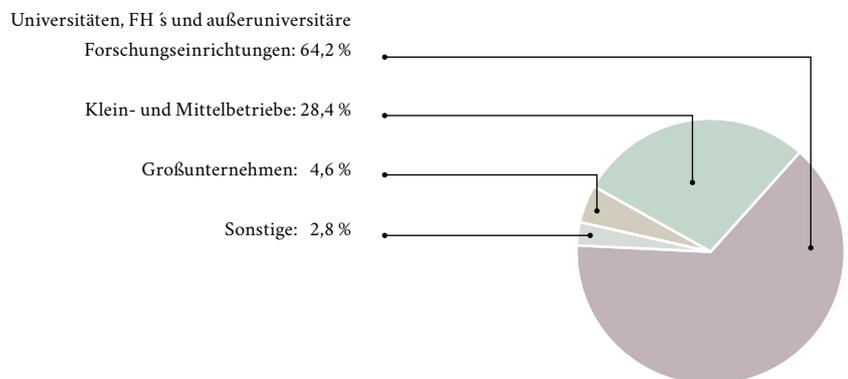
### 7. EU-Rahmenprogramm: Beteiligung Tirol im Bundesländervergleich

Mit Stand II/2012 wurden Förderungen in der Höhe von 60,5 Millionen Euro aus dem 7. EU-Rahmenprogramm für Tiroler Projekte bewilligt. Dies entspricht einem Anteil von 8,3 % der Förderungen Österreichs in Höhe von rund 729 Millionen Euro. Damit liegt Tirol in Österreich an 4. Stelle. Hinter Wien, das mit über 50 % der eingeworbenen Fördermittel eine dominante Stellung behauptet, der Steiermark und Niederösterreich. (Quelle: M. Ehardt-Schmiederer, J. Brücker, D. Milovanović, C. Kobel, F. Hackl, L. Schleicher, A. Antunez, M. Zacharias: 7. EU-Rahmenprogramm für Forschung, technologische Entwicklung und Demonstration (2007–2013), PROVISIO-Überblicksbericht – Herbst 2012, Wien 2012)



### 7. EU-Rahmenprogramm: Gesamtbeitrag Tirol nach Zielgruppen

Erwartungsgemäß bilden mit Datenstand November 2012 mit 64,2 % aller erfolgreichen Tiroler Beteiligungen die Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen die stärkste Beteiligungsgruppe in Tirol (2011: 66,4 %). Die Klein- und Mittelunternehmen konnten mit 28,4 % leicht aufholen (November 2011: 28,2 %). Weiterhin eher niedrig ist die Beteiligung von Tiroler Großunternehmen. Sie halten 4,6 % der Tiroler Beteiligungen am 7. EU-Forschungsrahmenprogramm. (Quelle: M. Ehardt-Schmiederer, J. Brücker, D. Milovanović, C. Kobel, F. Hackl, L. Schleicher, A. Antunez, M. Zacharias: 7. EU-Rahmenprogramm für Forschung, technologische Entwicklung und Demonstration (2007–2013), PROVISIO-Überblicksbericht – Herbst 2012, Wien 2012)



# Europe Calling

## Europa ruft die jungen Tiroler. Geförderte Auslandspraktika in Zahlen.

Die Standortagentur Tirol hat, was Europa betrifft, noch einen Job. Sie wickelt EU-geförderte Auslandspraktika von Studierenden und Graduierten der Tiroler

Hochschulen, der Universität Salzburg und Fachhochschule Dornbirn, von Tiroler Lehrlingen und jungen Arbeitnehmern sowie von Schülern berufsbildender mittlerer und höherer Schulen am Standort ab. Diese Praktika gelten als beste Option für junge Menschen, sowohl ihre fachlichen als auch sprachlichen und interkulturellen Kompetenzen für die bevorstehende Karriere zu erweitern. Die Finanzierung der Stipendien erfolgt durch die Europäische Union im Rahmen

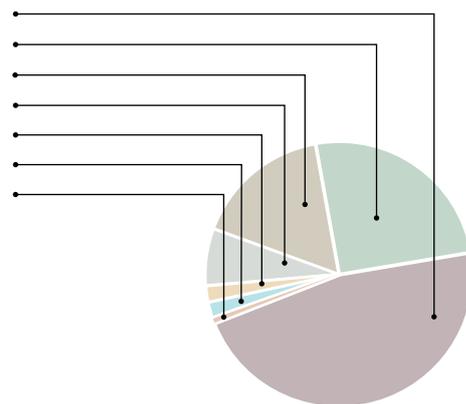
des Europäischen Programms für lebenslanges Lernen über die Programme LEONARDO DA VINCI (LdV), ERASMUS (Studierende), „TirolerInnen auf der Walz“ (TadW) und xchange (Interreg). Im Jahr 2012 hat die Standortagentur Tirol insgesamt 302 dieser Mobilitäten betreut. 296 davon waren Auslandsaufenthalte junger Tiroler, weitere sechs sind Incoming-Lehrlinge, die über das Programm xchange nach Tirol vermittelt worden sind. Details bieten die folgenden Statistiken:

### Mobilitäten nach Zielgruppen

Die Nachfrage bleibt anhaltend hoch: im Jahr 2012 insgesamt 302 abgewickelte Mobilitäten setzen den Trend der kontinuierlichen Steigerung seit dem Jahr 2008 (2008: 169, 2009: 175, 2010: 208, 2011: 286) fort. Traditionell stark ist die Teilnahme aus den heimischen Hochschulen mit 141 und damit fast 50 % der 302 Mobilitäten aus 2012. An den Berufsbildenden Mittleren und Höheren Schulen entscheiden sich zudem immer mehr Schüler, ihr Pflichtpraktikum im europäischen Ausland zu absolvieren. Mit 76 Schülern im Jahr 2012 steigt ihre Zahl gegenüber 2011 um 14 bzw. 23 %. Während die Teilnahme der Graduierten mit 50 im Jahr 2012 rückläufig war (2011: 65),

Studierende (ERASMUS):	141
Schüler (LdV, TadW):	76
Graduierte (LdV):	50
Junge Arbeitnehmer (LdV, TadW):	21
Lehrlinge (xchange incoming):	6
Lehrlinge (xchange outgoing):	6
Lehrlinge (LdV, TadW):	2

konnte bei den jungen Arbeitnehmern mit 21 (2011: 20) und Lehrlingen (LdV, TadW, xchange) mit 8 Teilnahmen (2011: 7) das Niveau leicht gesteigert werden.



### Mobilitäten. Verteilung nach Zielländern (ERASMUS 2012)

Studierende wählen für ihr Auslandspraktikum im Programm ERASMUS traditionell zu einem sehr hohen Anteil Deutschland als Zielland aus. Auch im Jahr 2012 sind 102 und damit erneut 72,3 % aller ERASMUS-Auslandspraktika von Studierenden in Deutschland absolviert worden. Gründe dafür sind nach wie vor die wegfallende Sprachbarriere, zahlreiche bereits bestehende Kooperationen zwischen den heimischen Hochschulen und deutschen Unternehmen sowie die ausgeprägte Praktikumskultur in Deutschland, welche Praktikanten gute Betreuung sichert.

ERASMUS	Anzahl Mobilitäten
Belgien	4
Deutschland	102
Großbritannien	6
Irland	4
Italien	5
Niederlande	2
Schweiz	2
Spanien	6
Dänemark, Frankreich, Luxemburg, Norwegen, Polen, Portugal, Schweden, Slowenien, Türkei, Ungarn	je 1
<b>Summe</b>	<b>141</b>

### Mobilitäten, Verteilung nach Zielländern (LEONARDO DA VINCI 2012)

Bei Graduierten, jungen Arbeitnehmern, Schülern und Lehrlingen waren im Jahr 2012 die beliebtesten Zielländer Deutschland (29,5 %) und Italien (25,5 %) gefolgt von Großbritannien (16,8 %). Lehrlinge und Schüler wählten vor allem das angrenzende Ausland (DE, IT/Südtirol, Liechtenstein), wohingegen Hochschulabsolventen mit fortgeschrittenen Fremdsprachenkenntnissen ihr Praktikum auch im entfernteren Europa absolvierten.

LEONARDO DA VINCI	Anzahl Mobilitäten
Belgien	4
Deutschland	44
Frankreich	5
Großbritannien	25
Irland	4
Island	4
Italien	38
Portugal	4
Schweden	2
Schweiz	6
Spanien	7
Türkei	2
Finnland, Griechenland, Liechtenstein, Malta	je 1
<b>Summe</b>	<b>149</b>

# Technologien und Standort im Rampenlicht

Mit Enterprise Europe Network und Standortmarketing internationalisieren und zueinanderfinden. Die zugehörigen Marktplätze? Virtuell oder ganz real.

## Enterprise Europe Network

Als Tiroler und Vorarlberger Kontaktstelle für Technologietransfer im Enterprise Europe Network (EEN) unterstützt, begleitet und initiiert die Standortagentur Tirol unternehmerische Kooperationsprojekte in den Bereichen Technologie, Forschung und Entwicklung in Zusammenarbeit mit rund 600 weiteren EEN-Büros in 52 Ländern weltweit. Die Vermittlung von europäischen Partnern erfolgt dabei mit Hilfe der EEN-Technologiedatenbank, dem weltweit größten virtuellen Marktplatz für Technologien, deren Patente und Lizenzen sowie internationale Forschungspartner. Im Jahr 2012 waren die Schwerpunktthemen der Nutzer aus Tirol und Vorarlberg vorwiegend Medizintechnik, innovative Textilien und Mechatronik. Bis dato nützen insgesamt 165 Betriebe und Forschungseinrichtungen aus Tirol und Vorarlberg regelmäßig die Services des EEN.

EEN 2012 – Fakten aus dem Betreuungsgebiet	Anzahl
Neukunden	27
Neu eingebundene und betreute Technologieprofile	5
Internationale Kontaktvermittlungen bzw. Betreuung von „Expressions of Interest“ (EOI) an Technologieprofilen	30
Internationale Partnervermittlung für Forschungsprojekte im 7. EU-Rahmenprogramm sowie für Technologiekooperationen mit internationalen Betrieben (abgeschlossene Partnership-Agreements)	5
Partnering Events <ul style="list-style-type: none"> <li>Kooperationsbörse Kufstein mit Schwerpunkt IT; Beteiligung: 22 Tiroler Unternehmen und 22 Betriebe aus Deutschland</li> <li>Kooperationsbörse Bregenz zu faserverstärkten Kunststoffen; Beteiligung: insgesamt 82 Unternehmen aus Österreich (52), Deutschland (20), der Schweiz (8), Italien (1) und Liechtenstein (1).</li> <li>Nationale und internationale Kooperationsgespräche</li> </ul>	2 110

## Standortmarketing

Die Vermarktung des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandortes spielt eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, UnternehmerInnen aus dem In- und Ausland für eine Zusammenarbeit mit spezialisierten Partnern und Forschungseinrichtungen aus Tirol oder für eine Ansiedlung am Standort Tirol zu interessieren. Dazu setzt die Standortagentur Tirol eine breite Palette an Instrumenten ein. Als Marktplätze dienen verschiedenste Locations für Standortpräsentationen, Investorenseminare und Netzwerktreffen, Auftritte auf internationalen Fachmessen gemeinsam mit Unternehmen aus den Tiroler Clustern sowie – bei internationalen Sportevents – der Tirolberg der Tirol Werbung.

Präsentations- und Dialogtermine 2012	Erzielte Kontakte
<b>Investorenseminare</b> (mit Standortpräsentation) in London, Verona, Bergamo, Augsburg und Freiburg (Standortagentur Tirol in Kooperation mit ABA Invest in Austria)	186 Fachkontakte
<b>Profiseminare</b> „Chancen für Baubranche in Tirol“, Bozen (Standortagentur Tirol in Kooperation mit EOS) sowie „Steuerberaterseminar Südtirol“ (Standortagentur Tirol in Kooperation mit Steuerberaterverbänden Südtirol bzw. Tirol)	100 Fachkontakte
<b>Netzwerktreffen Schloss Tratzberg</b> (Standortagentur Tirol in Kooperation mit dem Bayerischen Familienunternehmerverband sowie der ABA Invest in Austria)	44 Fachkontakte
<b>Technologiebrunch Wien</b> (Standortpräsentation mit Vorstellung der Leistung von vier Tiroler Forschungsverbänden aus der Landesförderlinie K-Regio)	82 Fachkontakte
<b>Standortpräsentation London im Tirolberg anlässlich Olympischer Spiele London 2012</b> (Standortagentur Tirol in Kooperation mit Tirol Werbung)	103 Fachkontakte

### Ausstellungen auf internationalen Konferenzen und Fachmessen 2012

Termine	Messepublikum	Teilnehmer Tirol
<b>8 internationale Fachmessen:</b> Medtech 2012/Stuttgart, Ecobuild 2012/London, Analytica 2012/München, Intersolar 2012/München, eCarTec 2012/München, Medica 2012/Düsseldorf, Fafga 2012/Innsbruck, Hotel 2012/Bozen	rd. 350.000 Fachbesucher	Wirtschaftsstandort Tirol + 18 Tiroler Clusterbetriebe

# Von neuen Unternehmen

*Gründungen aus dem In- und Ausland bringen Innovation, frische Impulse und neue Arbeitsplätze nach Tirol.*

Junge Unternehmen beleben unsere Wirtschaft und schaffen

neue Arbeitsplätze. Punkten diese Neugründungen zugleich mit neuen Technologien und in Zukunftsfeldern, sind sie in der Regel wachstumsstark und machen den Standort krisenfester. Um entsprechenden Neugründungen aus dem Inland die dauerhafte Etablierung am Markt zu ermöglichen, führte die Standortagentur Tirol gemeinsam mit dem CAST, Center for Academic Spin-offs Tyrol, der Wirtschaftskammer Tirol und zahlreichen weiteren Partnern im Jahr 2012 erneut den Businessplanwettbewerb

adventure X durch. Zudem ermöglichte die Standortagentur Tirol die Beratung und Begleitung von Ausgründungen aus Tiroler Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen über Beteiligung am Gründungszentrum CAST sowie die Cofinanzierung des CAST im Rahmen des sogenannten AplusB-Programms der FFG. Insgesamt sind im Jahr 2012 daraus 25 zukunftsfähige Technologiegründungen bzw. optimal auf den Markt vorbereitete Unternehmen entstanden.

## Neue High Tech-Betriebe - Fakten CAST 2012

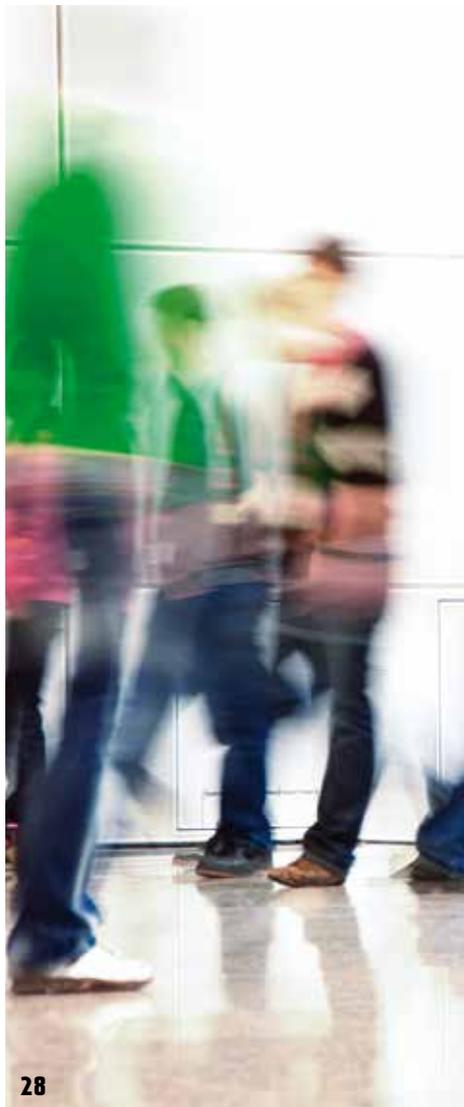
Betreute Technologieprojekte 2012	52
Aufgenommene Gründerteams 2012	8
Realisierte Technologiegründungen 2012	7
Begleitete Technologiegründungen seit 2002	62
Geschaffene Arbeitsplätze seit 2002	284

## Fakten adventure X 2012

Betreute Teilnehmer 2012	130 in 71 Teams
Hervorgegangene Unternehmensgründungen	18
Coaching- und Trainingseinheiten 2012	5
Seminareinheiten 2012	48

## Sieger adventureX 2012

Vira Therapeutics (Prof. Dorothee van Laer, Medizinische Universität Innsbruck)	Platz 1
BICO – The Smart Biking Coach (Christoph Kohstall, Moritz Willburger)	Platz 2
Bucinator GmbH (Dr. Johannes Hilbe; vormals UMIT)	Platz 3





Vom neuen Tiroler Unternehmen Armada Skis und davon, wie die Standortagentur Tirol die Verlegung der Europazentrale des US-Herstellers von Freeride-Skiern und Freeride-Fashion von der Schweiz nach Innsbruck unterstützen konnte, lesen Sie im Beitrag auf Seiten 40 und 41 in diesem Tätigkeitsbericht.

Im Ausland bewirbt sich der Standort Tirol gemeinsam mit einer Vielzahl von europäischen Städten und Regionen um eine begrenzte Anzahl mobiler Unternehmen oder von Betrieben, die einen Ausbau ihrer Kapazitäten vorsehen. Der Markt für Betriebsansiedlungen stellt sich immer stärker angebotsgetrieben dar. Damit werden systematische Akquise und ein klares Profil des zu bewerbenden Standortes immer wichtiger. Parallel wird das Geschäft mit der Betriebsansiedlung immer

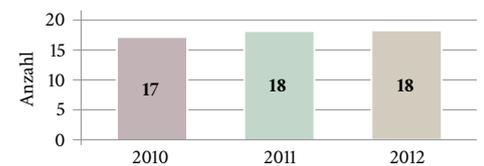
betreuungsintensiver. Das hängt damit zusammen, dass Ansiedlungsentscheidungen auch für den Standort Tirol bzw. Österreich längst nicht mehr ausschließlich aus Steuergründen getroffen werden, sondern Interessenten eine Vielzahl von Faktoren (Lebensqualität, verfügbare F&E-Partner und Netzwerke, familiäre Optionen, etc.) berücksichtigen und Entscheidungen immer gründlicher vorbereiten. Im Jahr 2012 konnte die Standortagentur Tirol erneut eine Rekordsumme

von 97 Betriebsansiedlungs- und -erweiterungsvorhaben betreuen. Bei 18 Projekten kam es zu einer positiven Investitionsentscheidung aus dem Ausland. Für das Jahr 2013 konzentriert sich die Standortagentur Tirol weiterhin stark auf die Bearbeitung der Kernmärkte Deutschland und Norditalien sowie die Akquise von Unternehmen mit Potenzial bei Forschung und Entwicklung. Neu im Jahr 2013 ist die aktive Marktbearbeitung der Schweiz.

### Entwicklung realisierter Auslandsansiedlungen

Trotz des schwierigen konjunkturellen Umfelds konnten im Jahr 2012 erneut 18 Ansiedlungen von Betrieben aus dem Ausland erreicht werden. Die stärksten Investorengruppen waren Deutschland mit acht und

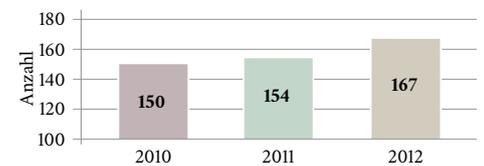
damit knapp 44,4 % der neuen Ansiedlungen bzw. Italien mit sieben und 38,9 % der angesiedelten Betriebe. Je eine Ansiedlung kommt desweiteren aus den USA, aus Belgien und aus der Tschechoslowakei. Sehr erfreulich ist, dass fünf der angesiedelten Betriebe am Standort Tirol Forschung und Entwicklung (F&E) betreiben wollen bzw. den Aufbau von F&E-Einheiten planen.



### Entwicklung geplanter Arbeitsplätze

Die Auslandsunternehmen, welche die Unternehmensgründung am Standort Tirol im Jahr 2012 durchgeführt

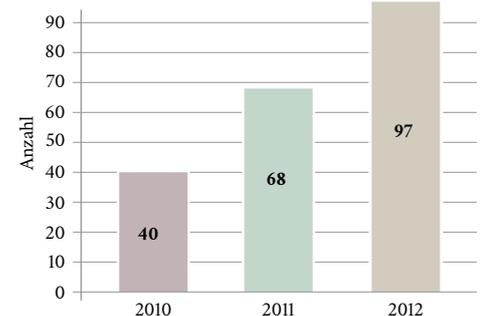
haben, wollen am Standort Tirol 167 Arbeitsplätze bieten. Das sind um 13 Mitarbeiter mehr als in 2011 bzw. im Durchschnitt 9-10 Mitarbeiter pro Unternehmen.



### Entwicklung betreuer Ansiedlungsprojekte

97 betreute Ansiedlungsprojekte im Jahr 2012 bedeuten eine erneute Steigerung von 42 % gegenüber den betreuten Projekten im Jahr 2011 (68). Vor allem italienische Betriebe haben aufgrund der wirtschaftlichen Situation in ihrer Stammregion großes Interesse an Tirol und betonen dabei die attraktiven Förderinstrumente für Forschung und Entwicklung in Tirol. Von den 97 betreuten Projekten kommen 60 und damit

nahezu zwei Drittel bzw. 61,8 % aus Italien (2011: 39; 57,3 %). Deutschland steigert zwar die Anzahl der Interessenten auf 26, hält im Vergleich zu den Interessenten aus Italien aber weiterhin nur mehr den zweiten Platz mit 26,8 % der betreuten Projekte (2011: 18; 26,4 %). Mit großem Abstand folgen Österreich/andere Bundesländer (3) und Russland (3) sowie Griechenland, Frankreich, Portugal, die Schweiz und die USA mit je einem bearbeiteten Investitionsprojekt. Ein Großteil der im Jahr 2012 betreuten Investitionsprojekte steht zum Berichtszeitpunkt nach wie vor unter Betreuung.





# Jahresabschluss

## Kennzahlen aus der Bilanz 2012

### Erträge und Aufwendungen 2012

Erträge 2012	€ 9.119.122,91	Aufwendungen 2012	€ 9.119.122,91
Jährliche Zuwendungen Land Tirol	€ 4.060.646,79	Standortpositionierung	€ 1.483.540,39
Zuwendungen Land für Bezuschussung von Sonderprojekten / COMET Projekte	€ 2.266.650,81	Betriebsansiedlung, Unternehmensgründung, Standortentwicklung	€ 1.306.168,57
Sonstige betriebliche Erträge	€ 2.213.773,16	Vernetzung und Wettbewerbsfähigkeit	€ 1.091.668,86
Erträge aus Wertpapier und Zinsen	€ 578.052,15	Wissens- und Technologietransfer sowie Mobilitätsprogramme	€ 1.068.601,30
		Zuschüsse für Förderprojekte	€ 4.582.211,44
		Aufwendungen aus Wertpapieren und Zinsen	€ 210.744,50
		Verwendung Fondsvermögen	€ -623.812,15

Die Finanzierung der Arbeit der Standortagentur Tirol aus Mitteln des Landes Tirol ist im Jahr 2011 von laufender Dotierung auf Abgangsdeckung umgestellt worden. Diese Abgangsdeckung sowie weitere Zuwendungen des Landes Tirol für die Bezuschussung von Sonderprojekten wie beispielsweise die COMET-Zentren alpS und Oncotyrol belaufen sich für das Jahr 2012 auf 6.327.297,60 Euro. An sonstigen betrieblichen Erträgen – das sind Einkünfte aus Mitteln der Europäischen Union und des Bundes sowie Erträge aus Dienstleistungserlösen – erzielt die Standortagentur Tirol 2.213.773,16 Euro. Gegenüber dem Jahr 2011 bedeutet das eine Steigerung der sonstigen betrieblichen Erträge um 13,8 %. Die Erträge aus der Veranlagung von Fondsvermögen belaufen sich im Jahr 2012 auf 578.052,15 Euro. Bei Aufwendungen in Höhe von 210.744,50 Euro für Wertpapiere und Zinsen beläuft sich das positive Finanzergebnis auf 367.307,65 Euro.

Bei ihren Aufwendungen setzte die Standortagentur Tirol im Jahr 2012 1.091.668,86 Euro zur Vernetzung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit mit Hilfe von Clustern ein, während in den Wissens- und Technologietransfer mit Förderberatung für Land, Bund und EU sowie die europäischen Mobilitätsprogramme Mittel in Höhe 1.068.601,30 Euro flossen. Die Aufwendungen für die Standortpositionierung im In- und Ausland beliefen sich im Jahr 2012 auf 1.483.540,39 Euro. Gleichzeitig sind für das Tätigkeitsfeld Betriebsansiedlung mit Gründung, Standortentwicklung und Fachkräfte-Service Mittel in Höhe von 1.306.168,57 Euro eingesetzt worden. Etwa die Hälfte der Aufwendungen der Standortagentur Tirol entfällt im Jahr 2012 mit 4.582.211,44 Euro weiterhin auf die Bezuschussung von Förderprojekten im Bereich Forschung, Technologie und Innovation. Vertraglich zugesicherte Zuschüsse in Höhe von 623.812,15 Euro wurden aus dem Fondsvermögen gedeckt.

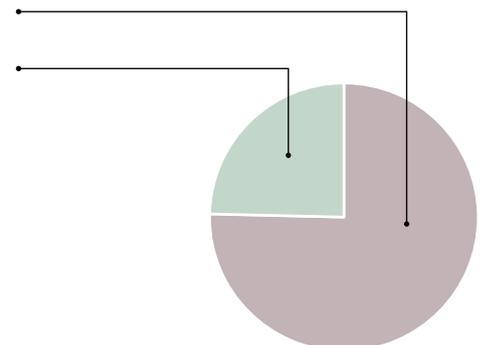
### Drittmittelfinanzierung

Vom Personalaufwand des Geschäftsjahres 2012 in Höhe von EUR 2.397.784,86 werden rund 23 % und damit mehr als 550.000 Euro aus Drittmitteln finanziert.

Bei diesen Drittmitteln handelt es sich im Wesentlichen um vereinnahmte EU-Förderbeiträge und Rückflüsse aus Bundesprogrammen.

Personalkosten landesfinanziert: 1.839.829,30 €

Personalkosten drittmittelfinanziert: 557.955,56 €



# Zuschüsse im Fokus

## Die Auszahlungen der Standortagentur Tirol im Jahr 2012

Zuschüsse sind alle im Jahr 2012 getätigten Auszahlungen der Standortagentur Tirol von vertraglich zugesicherten Mitteln. Die Zuschüsse 2012 zeigen den tatsächlichen Mittelfluss an Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Forschungsverbände und andere Projektträger im betreffenden Jahr,

unabhängig vom Jahr der Förderzusage und Mittelbindung. Die Summe der Auszahlungen beläuft sich im Jahr 2012 auf 4.582.212,76 Euro.

### Ausbezahlte Zuschüsse 2012 nach Förderbereichen

Der größte Anteil der Projekte, an die im Jahr 2012 Zuschüsse ausbezahlt worden sind, entfällt mit 61,07 % (2.798.338,68 Euro) auf Projekte, die in Bundes- oder EU-Programmen für Forschung, Technologie und Innovation (FTI) gefördert und von der Standortagentur Tirol cofinanziert werden. Der Anteil an Zuschüssen für Projekte im Rahmen der regionalen FTI-Förderung<sup>1)</sup> des Landes Tirol liegt im Jahr 2012 bei 22,9 % (1.049.287,96 Euro). Die Zuschüsse an Projekte im Rahmen der Allgemeinen Rahmenrichtlinie<sup>2)</sup> belaufen sich im Jahr 2012 auf 734.586,12 Euro (16,03 %).

1) Die Vergabe von Mitteln innerhalb von sechs Programmen der regionalen FTI-Förderung durch die Standortagentur Tirol war bis zum Jahr 2010 durch die Allgemeine Rahmenrichtlinie sowie die Richtlinie zur Förderung von Wissenschaft,

Forschung und Entwicklung der Standortagentur Tirol ([www.standort-tirol.at/fti-richtlinie](http://www.standort-tirol.at/fti-richtlinie)) geregelt.

2) Die Allgemeine Rahmenrichtlinie über die Gewährung von Zuschüssen aus dem Fonds Tiroler Zukunftsstiftung regelt die Vergabe sämtlicher Mittel der Standortagentur Tirol ([www.standort-tirol.at/rahmenrichtlinie](http://www.standort-tirol.at/rahmenrichtlinie)).

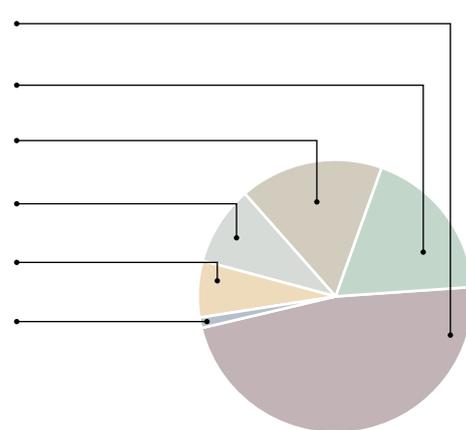
Bundes- und EU-Programme FTI (Forschung, Technologie und Innovation): 61,07 %  
 Regionalförderung FTI Land Tirol (direkte Vergabe durch die Standortagentur Tirol in sechs Programmen bis 2010): 22,90 %  
 Allgemeine Rahmenrichtlinie: 16,03 %  
**Summe Auszahlungen: 4.582.212,76 €**



### Ausbezahlte Zuschüsse 2012 nach Fachbereichen

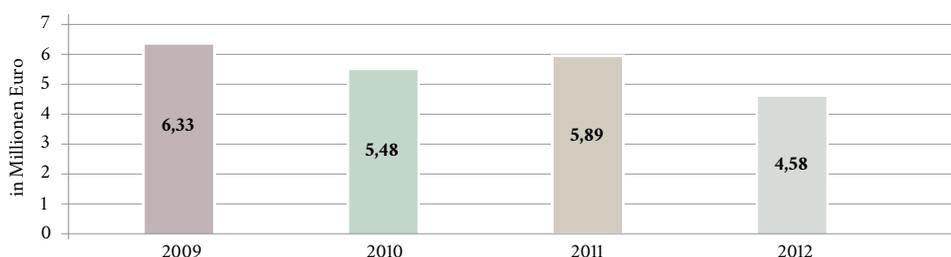
Knapp die Hälfte aller von der Standortagentur Tirol im Jahr 2012 ausbezahlten Zuschüsse entfallen mit 47,39 % auf den Fachbereich Life Sciences (2.171.600,97 Euro). An den Fachbereich Erneuerbare Energien / Alpine Technologien entfällt mit 18,46 % (845.867,65 Euro) der zweitgrößte Anteil an Zuschüssen. Knapp dahinter folgen die Informationstechnologien mit 16,88 % der Zuschüsse (773.477,95 Euro). Während 6,7 % der Auszahlungen (306.916 Euro) der Standortagentur Tirol zudem in den Fachbereich Mechatronik fließen, betreffen 1,23 % der ausbezahlten Zuschüsse den Sektor Tourismus bzw. Wellness und weitere 9,34 % verschiedene, gemischte Fachbereiche.

Life Sciences: 47,39 %  
 Erneuerbare Energien/Alpine Technologien: 18,46 %  
 Informationstechnologien: 16,88 %  
 Verschiedene/gemischte Fachbereiche: 9,34 %  
 Mechatronik: 6,70 %  
 Wellness und Tourismus: 1,23 %  
**Summe Auszahlungen: 4.582.212,76 €**



### Entwicklung Zuschüsse 2009 – 2012

Die Summe der von der Standortagentur Tirol ausbezahlten Zuschüsse ist im Jahr 2012 auf 4.582.212,76 Euro gesunken. Gegenüber dem Jahr 2011 haben sich die Auszahlungen der Standortagentur Tirol damit um 1.311.323,68 Euro bzw. 22,2 % reduziert. Damit kommt bei den Auszahlungen zum Tragen, dass die Zuschüsse im Rahmen der regionalen Forschungs-, Technologie- und Innovationsförderung seit dem Jahr 2011 nicht mehr von der Standortagentur Tirol, sondern direkt vom Land Tirol vergeben werden.



# Wissen und Visionen

*Wir haben Mitarbeiter der Standortagentur Tirol nach ihren Anliegen für den Standort Tirol, seine Branchen und seine Protagonisten befragt.*

Tirol hat so einige hochspezialisierte Kleinbetriebe, die von einer Beteiligung an EU-Projekten profitieren könnten. Es braucht nur ein wenig Mut. Bezahlt wird dieser gut: denn die Förderquoten zwischen 70 und 100 Prozent im neuen Horizon 2020 sind ein richtig dicker Fisch. Und was ist erst mit dem technischen Know-how, der Projektmanagement-Erfahrung, den neuen Kunden, den neuen Märkten und dem guten Namen, den Sie in Europa zudem gewinnen?

*Christina Lercher, Beratung Europäische Forschungsprogramme*

## Mut gefragt

Abertausende Quadratmeter an Tiroler Spa- und Wellnessfläche müssen vor allem eines: sich energieeffizient ausrichten. Kosten spart doch jeder gerne! Zusatznutzen: immer mehr Gäste wissen den schonenden Umgang mit Ressourcen zu schätzen.

*Klaus Meyer, Cluster Erneuerbare Energien Tirol*

## Grüne Welle?

Das Rennen um engagierte junge Menschen als Lehrlinge gewinnt man heute so: Chance auf Auslandspraktikum und damit Gelegenheit für Zuwachs an fachlichen und persönlichen Qualitäten bieten. Von beidem profitiert der Betrieb selbst sogar noch mehr.

*Katharina Schmidhofer, Mobilitäten*

## Wettlauf

Abwanderung qualifizierter Arbeitskräfte in Verdichtungsräume – auch vor Tirol macht dieser Trend nicht Halt. Damit die peripheren ländlichen Regionen nicht zu Verliererregionen werden, müssen sie sich auch auf ihre versteckten Stärken besinnen. Die dazu zentrale Frage einer eigenständigen Regionalentwicklung: „Wie können wir lokal vorhandene Ressourcen auf innovative Weise nutzbar machen?“

*Petra Kohler, Regionalentwicklung*

## Endogene Chance

eTourism. In diesem Fach weltweit anerkannter Leader zu werden, sollte für die Tourismushochburg Tirol in Zusammenarbeit mit dem Institut für Informatik der Universität Innsbruck doch machbar sein.

*Franz Unterluggauer, Cluster IT Tirol*

## Role-Model

Dass auch Südtirol zahlreiche Vorzeigebetriebe in Sektoren wie den Alpinotechnologien, der Energie oder der Lebensmittel- und Autoindustrie zählt, ist kaum bewusst. Damit ist die Mechatronik aber DIE tragfähige Nische für ein wichtiges, interregionales Netzwerk aus Tiroler und Südtiroler Unternehmen. UND die Verbindung zu den Osttiroler Profis. Der Brenner (oder das Pustertal) können Zusammenarbeit hier doch nicht tatsächlich behindern?

*Michael Jäger, Cluster Mechatronik Tirol*

## interregional



# Smarte Pioniere

*„Sinfonia“ nennt sich ein von der Standortagentur Tirol initiiertes EU-Projekt, das die Europaregion Tirol zur Pilotregion für moderne Energieanwendungen machen soll. Das grenzüberschreitende Projekt, das Innsbruck und Bozen zu modellhaften Smart Cities machen soll, schaffte es unter die besten Projektanträge und wurde von der EU-Kommission zu Vertragsverhandlungen eingeladen.*

Wer bei Smart an Clever denkt, beweist ein humorvolles Langzeitgedächtnis, existiert das spanische Kult-Comic doch schon seit 1958. Wer bei Smart an einen österreichischen Glimmstengel denkt, beweist einen langen Atem, existiert die Marke doch schon seit 1959. Wer bei Smart an ein Auto denkt, beweist einen guten mobil-urbanen Überblick, existiert der kleine Spritsparer doch schon seit 1998. Und wer bei Smart an Städte denkt, beweist einen energieeffizienten Vorausblick, sollen doch Smart Cities das Europa der Zukunft prägen. Und wie genau, das soll im Rahmen des internationalen Projekts „Sinfonia“ beispielhaft in Innsbruck und Bozen demonstriert werden.

„Energy – European Smart Cities and Communities“ nennt die EU-Kommission ihre Initiative im Rahmen des 7. EU-Forschungsrahmenprogramms (RP7), die dazu beitragen soll, bis 2020 die Energieeffizienz um 20 Prozent zu steigern, und bis 2050 eine kohlenstoffarme Wirtschaft und Gesellschaft zu entwickeln. Besonders im Auge hat die EU dabei Städte und urbane Räume, da diese für rund 70 Prozent des Energieverbrauchs verantwortlich sind. Smart Cities sind also das Ziel, Städte, die Heimat sind für eine „zukunftsfähige städtische postfossile Gesellschaft“, Städte, in denen intelligente Informations- und Kommunikationstechnologien zum Einsatz kommen, Städte, in denen mit effizienten Methoden kostengünstig der CO<sub>2</sub>-Ausstoß vermindert werden soll.

„Dass eine neue Ausschreibung im RP7 kommen wird, haben wir im Frühjahr 2012 erfahren. Im Rahmen eines Energy-Brunchs konnten wir dann am 10. Mai unsere Clustermitglieder darüber informieren“, erinnern sich die Standortagentur Tirol-Mitarbeiter Christina Lercher (Projekt Managerin EU-Programme) und Klaus Meyer (Programm Manager Erneuerbare Energien). Eine Grundvoraussetzung für einen potenziellen Antrag, die Internationalität, war durch die enge Zusammenarbeit mit Bozen gegeben.

„Gerade der Bereich Energie – Stichwort „Grüner Brenner-Korridor“ – war da schon immer ein Thema, so auch beim Tiroler Technologiebrunch in Brüssel“, sagt Meyer. In der Folge überlegte man, wie man die in Tirol vorhandenen Kompetenzen bündeln könnte, um innovative Technologien zur

Steigerung der Energieeffizienz in Städten zu entwickeln und umzusetzen. Wobei die Betonung auf Umsetzung liegt, sollen im Rahmen des Projekts doch sichtbare Demonstrationsmaßnahmen in urbanen Räumen entstehen. Für Innsbruck konnte man auf Vorarbeiten zurückgreifen, der 2009 ins Leben gerufene Energieentwicklungsplan etwa oder die Roadmap in Richtung Smart City Innsbruck 2050. „Wichtig war, die kommunalen Einrichtungen als Umsetzer mit ins Boot zu bekommen. Da ist es von Vorteil, dass sie Mitglieder des Clusters Erneuerbare Energien Tirol sind“, betont Clustermanager Meyer. Die Basis für die notwendige Überzeugungsarbeit war also gegeben. „Wir sind von der Standortagentur angesprochen worden, dass es diese EU-weite Ausschreibung gibt“, blickt Dirk Jäger, Leiter der Stabstelle Energieinnovation bei den Innsbrucker Kommunlabetrieben (IKB) zurück.

Weitere Ansprechpartner auf lokaler Ebene waren die Stadt Innsbruck, die Innsbrucker Immobiliengesellschaft (IIG), die Neue Heimat Tirol, die Universität Innsbruck sowie mehrere Clusterunternehmen, auf Südtiroler Seite die EURAC Research, die Gemeinde Bozen, das Institut für Sozialen Wohnbau sowie die Südtiroler Elektrizitäts AG. Viel Überzeugungsarbeit sei es gewesen, im In- aber auch im Ausland, meinen Lercher und Meyer, war es doch ihre Aufgabe, weitere Partner in Europa zu finden, sollen doch die in den „Pionierstädten“ Innsbruck und Bozen demonstrierten Konzepte für eine kosteneffiziente Sanierung von Wohngebäuden, die Optimierung von Wärme- und Kältenetzen und den Aufbau eines intelligenten Stromnetzes („Smart



Grid“) später in sogenannten „Early Adopter-Städten“ zur Anwendung kommen. „Diese Städte, konkret sind es Rosenheim, La Rochelle, Sevilla, Pafos auf Zypern und das schwedische Boras, haben sich vertraglich verpflichtet, die in den Pionierstädten umgesetzten Maßnahmen zu replizieren. Dazu kommen noch 13 weitere Städte in Norwegen, Finnland, Österreich, Portugal, Großbritannien, Italien, Spanien, Frankreich und Tschechien, die Interesse an den Ergebnissen zeigen“, beschreibt Christina Lercher die europäische Dimension des Projekts, das ein Finanzvolumen in zweistelliger Millionenhöhe vorsieht, mit einem Förderanteil in Höhe von knapp 60 Prozent rechnet und vom renommierten SP Sveriges Tekniska Forskningsinstitut in Boras koordiniert werden soll. „Ein Projekt von solchem Ausmaß war für uns neu - im Rahmen dieser Ausschreibung stellte die EU nämlich insgesamt 90 Millionen Euro an Fördermitteln für drei bis maximal fünf Projekte bereit -, daher sind wir froh, dass wir die Schweden als Koordinator gewinnen konnten“, berichtet Lercher.

Über den Sommer 2012 bis zum Dezember 2012 wurde intensiv an der Ausformulierung des Projektes gearbeitet, ehe am 4. Dezember der 157 Seiten dicke Antrag eingereicht werden konnte. Insgesamt kein leichtes Unterfangen, wie Engelbert Spiß, Geschäftsbereichsleiter Bau bei der Neuen Heimat Tirol, berichtet: „Die Antragstellung war eine komplizierte Angelegenheit, auch weil alles auf Englisch, besser gesagt Fach-Englisch ist. Dabei hat uns aber die Standortagentur sehr geholfen.“ Ähnlich sieht es Dirk Jäger: „Für uns als IKB allein wäre es unmöglich gewesen. Erstens braucht man Projektpartner und zweitens

jemanden, der die Führung übernimmt – das war in diesem Fall die Standortagentur. Das war sehr professionelle Arbeit, ohne die und das entsprechende Know-how würde es auch nicht gehen.“

Die Standortagentur soll – neben der EURAC Europäische Akademie Bozen für Südtirol – in den fünf Projektjahren als District Leader tätig sein und soll die Kontaktstelle zwischen den Projektpartnern vor Ort und dem schwedischen Koordinator sein. In Bozen sollen 36.000 m<sup>2</sup> Wohnfläche kosten- und energieeffizient saniert werden, intelligente Lösungen für die öffentliche Beleuchtung umgesetzt und die Wärme- und Kältenetze mehrerer Kraftwerke zusammengeschlossen werden. In Innsbruck steht die Sanierung von 66.000 m<sup>2</sup> Wohnfläche im Osten der Stadt auf dem Plan, außerdem soll die Kläranlage Rossau zur Energiezentrale Innsbruck bzw. zu einem Kraftwerk, das den „smart district“ über intelligente Kälte- und Wärmenetze mit Energie aus erneuerbaren Quellen versorgt, ausgebaut werden. Zudem sollen intelligente Stromnetze (smart grids) auf- und ausgebaut werden. „In solch einer Dimension, also für diese Fläche und so viele Einwohner, ist ein Energiemanagementsystem, mit dem der Kunde einen genauen Energiebericht erhält, noch nicht installiert worden“, beschreibt Dirk Jäger einen der innovativen Sinfonia-Ansätze. Und mit Engelbert Spiß, Klaus Meyer und Christina Lercher ist er sich in einem Aspekt einig: „Auch wenn die finalen Vertragsverhandlungen, die hoffentlich positiv ausgehen, noch ausstehen, ist es auch ein Erfolg, dieses gemeinsame Projekt auf die Füße gestellt zu haben und unter die Besten gereicht worden zu sein.“

# „Damit betreten wir Neuland.“

*Dirk Jäger,  
Leiter der Stabstelle Energie-  
innovation bei der IKB,  
über die Pläne, die Kläranlage  
Rossau in eine innovative  
Energiezentrale zu  
verwandeln.*

## **Die Kläranlage Rossau ist Teil des Projekts SINFONIA. Was ist dort geplant?**

*Dirk Jäger:* Wir haben dort relativ viel warmes Abwasser. Mit einem Abwasserwärmetauscher im Kanal könnte man dem Wasser diese Wärme entziehen und via Wärmepumpen z.B. in Gebäude einspeisen. Die Problematik dabei ist, dass man es mit verunreinigtem Abwasser zu tun hat. Unser Ansatz ist daher, dem Abwasser nach dem Klärprozess die Wärme zu entziehen.

## **Was passiert denn derzeit mit dem anfallenden Klärschlamm?**

*Dirk Jäger:* Die Entsorgungskette in einer Kläranlage beginnt beim Klärprozess. Der verbleibende Klärschlamm wird in einen Faulurm gebracht, in dem Faulgas erzeugt und bei uns schon seit Jahren in Blockheizkraftwerken verstromt wird. Nach der Entgasungsphase wird der verbleibende Klärschlamm dem Faulurm entnommen und mechanisch entwässert, um das restliche Wasser herauszudrücken – trotzdem bleiben 70 bis 80 Prozent Wasser im Klärschlamm. Dieser wird bis zur Endverwertung – Abfallverbrennung oder Zementindustrie – 400 bis 500 Kilometer weit transportiert, außerdem geht ein Großteil des Energieinhalts verloren.



*Will durch thermische Verwertung von Klärschlamm im Winter und zu Spitzenzeiten fossile Energieträger ersetzen – Dirk Jäger.*

#### **Was könnte man dabei ändern?**

*Dirk Jäger:* Als Erstes wollen wir den Klärschlamm vor Ort mit einem Niedertemperaturtrockner trocknen. Dieser wird mittels Wärmepumpen, die ihre Energie aus dem Abwasser gewinnen, betrieben. Somit erhalten wir nach dem Trocknungsprozess einen Klärschlamm, der einen Wasseranteil von nur noch zehn Prozent besitzt. Mit diesen Überlegungen bewegen wir uns aber schon im Bereich Neuland.

#### **Der nächste Schritt ...**

*Dirk Jäger:* ... ist die Zwischenlagerung des trockenen Klärschlammes, da eine Einspeisung in die Fernwärme im Sommer Überkapazität erzeugen würde. Daher soll der Klärschlamm im Winter thermisch verwertet werden. Damit können wir in den Spitzenzeiten fossile Energieträger ersetzen. Und das muss ja auch das Ziel sein – der Innsbrucker Energieentwicklungsplan sieht vor, dass der Anteil der fossilen Energieträger bis 2025 gegenüber heute um 44 Prozent gesenkt wird.

#### **Wo liegen die Schwierigkeiten?**

*Dirk Jäger:* In dieser Kombination hat das noch niemand gemacht, es gibt keine exakten Untersuchungen dazu. Und wir reden da nicht von ein paar Kilo, sondern von 5000 bis 8000 Tonnen. Insgesamt ist das technisch nicht einfach, der Aufwand reicht von der Trocknerstraße über die Lagerung bis zur thermischen Verwertung – aber die technische Machbarkeit ist geklärt. Jetzt kommt es zu den ersten Schritten der behördlichen Genehmigung, auch die wirtschaftliche Prüfung steht an.

# Passivhaus-nahe Sanierung



*Engelbert Spiß: „Bringen Know-how ein und lernen für die Zukunft.“*

*Engelbert Spiß, Geschäftsbereichsleiter Bau bei der Neuen Heimat Tirol (NHT), über die Aufgaben der Wohnbaugesellschaft im Sinfonia-Projekt.*

**Im Projekt Sinfonia ist geplant, 66.000 Quadratmeter Wohnfläche im Osten Innsbrucks zu einem „Smart district“ zu machen. Was ist dabei die Aufgabe der Neuen Heimat?**

*Engelbert Spiß:* Unser Part ist die Renovierung, genauer gesagt, im Bereich der Sanierung fortschrittliche passivhaus-nahe Konzepte umzusetzen. Für die Planung heißt das, zu schauen, was in der Sanierung sinnvoll ist, was effizient ist, wie viel man sanieren will. In weiterer Folge geht es dann um die Umsetzung. Insgesamt ist die Neue Heimat mit mehreren Objekten mit ca. 50.000 m<sup>2</sup> Nutzfläche dabei, unter anderem mit Bauten aus den 50er und 60er Jahren. Eigentlich sind wir da energetisch nicht schlecht, wir wollen es aber noch verbessern.

#### **Was ist die Herausforderung?**

*Engelbert Spiß:* Schwierig macht die Sanierung, dass wir ja im bewohnten Zustand renovieren müssen und die Belastung der Mieter gering sein soll. Ziel ist es, innerhalb von Sinfonia damit ein Musterprojekt zu schaffen, das auf andere umsetzbar ist – denn solche Häuser aus den 50er und 60er Jahren gibt es in Europa hunderte Mal. Der zweite Teil des Sanierungskonzeptes betrifft die Südtiroler Siedlung, also Bauten aus der Kriegszeit, von denen es in Europa auch sehr viele gibt. Passivhausnahe Sanierung ist da unmöglich, unser Ziel ist es, auf 30 Kilowatt pro Quadratmeter zu kommen,

dass es also einem Niedrigstenergiehaus und den Anforderungen der Ausschreibung entspricht.

#### **Sind energieeffizienter Sanierung Grenzen gesetzt?**

*Engelbert Spiß:* Vorerst noch eines: Wichtig sind uns bei Sanierungen Nachhaltigkeit und Ökologie, zudem soll die Wertschöpfung im Land bleiben. Man muss aber so ehrlich sein und zugeben, dass man bei Sanierungen in gewissen Bereichen gebunden ist. Man kann bei uns nicht die Mieter aussiedeln und im leeren Gebäude den inneren Teil komplett überholen. Im Instandhaltungsbereich gibt es gesetzlich festgesetzte Höchstsätze pro Quadratmeter, die man nicht einfach erhöhen kann. Wir müssen also mit dem Geld, das uns zur Verfügung steht, das Auslangen finden. Und dann sollen natürlich aus günstigen Wohnungen durch Sanierungen nicht teure Wohnungen werden.

#### **Wo liegt der Nutzen für die Neue Heimat bzw. für zukünftige Sanierungs- und Baumaßnahmen?**

*Engelbert Spiß:* Für die NHT ist das gesamte Projekt sehr interessant. Einerseits können wir Know-how einbringen, andererseits können wir auch für die Zukunft etwas lernen. Gerade in Sachen Sanierung gibt es vieles, was zu hinterfragen ist – Gesamtkonzepte, Auswirkungen etc. Da brauchen wir die Universität als Partner, auch mit dem Passivhausinstitut arbeiten wir viel zusammen. Ohne Sinfonia hätten wir für die innovativen Projekte in der Sanierung nicht die wissenschaftliche Aufarbeitung und Begleitung, das macht einen großen Unterschied aus. Wenn wir daraus neue Erkenntnisse ziehen können, bringt das uns – aber auch andere – bei zukünftigen Sanierungen einfach weiter. Schlussendlich sollen die Ergebnisse unseren Kunden zugutekommen.



**Matthias Wurzer:** „Mein Hauptaufgabengebiet ist das Durchführen und Dokumentieren von Versuchen. Aus diesen ziehe ich Schlussfolgerungen für weiterführende Experimente.“

**Hans-Christian Kraler:** „Wir haben einen Innovationsassistenten, weil wir zusätzliche Manpower und Kompetenz gebraucht haben. Vom Programm selbst haben wir über den Cluster Mechatronik Tirol erfahren.“

**rechte Seite: Innovation bei E.G.O. Austria:** Gemeinsam mit dem Innovationsassistent Matthias Wurzer arbeitet Hans-Christian Kraler, Leiter Produktbereich Verdomit, schwerpunktmäßig an der Entwicklung von Kunststoffen mit Vermiculitanteilen sowie an der Entwicklung von alternativen Bindemitteln, um sich die Eigenschaften von Vermiculit, wie etwa dessen Nichtbrennbarkeit, zunutze zu machen.

## Pressen für Fortgeschrittene

*E.G.O. Austria geht neue Wege und nützt die Eigenschaften von Vermiculit in Kombination mit anderen Materialien – daran hat auch Innovationsassistent Matthias Wurzer Anteil.*

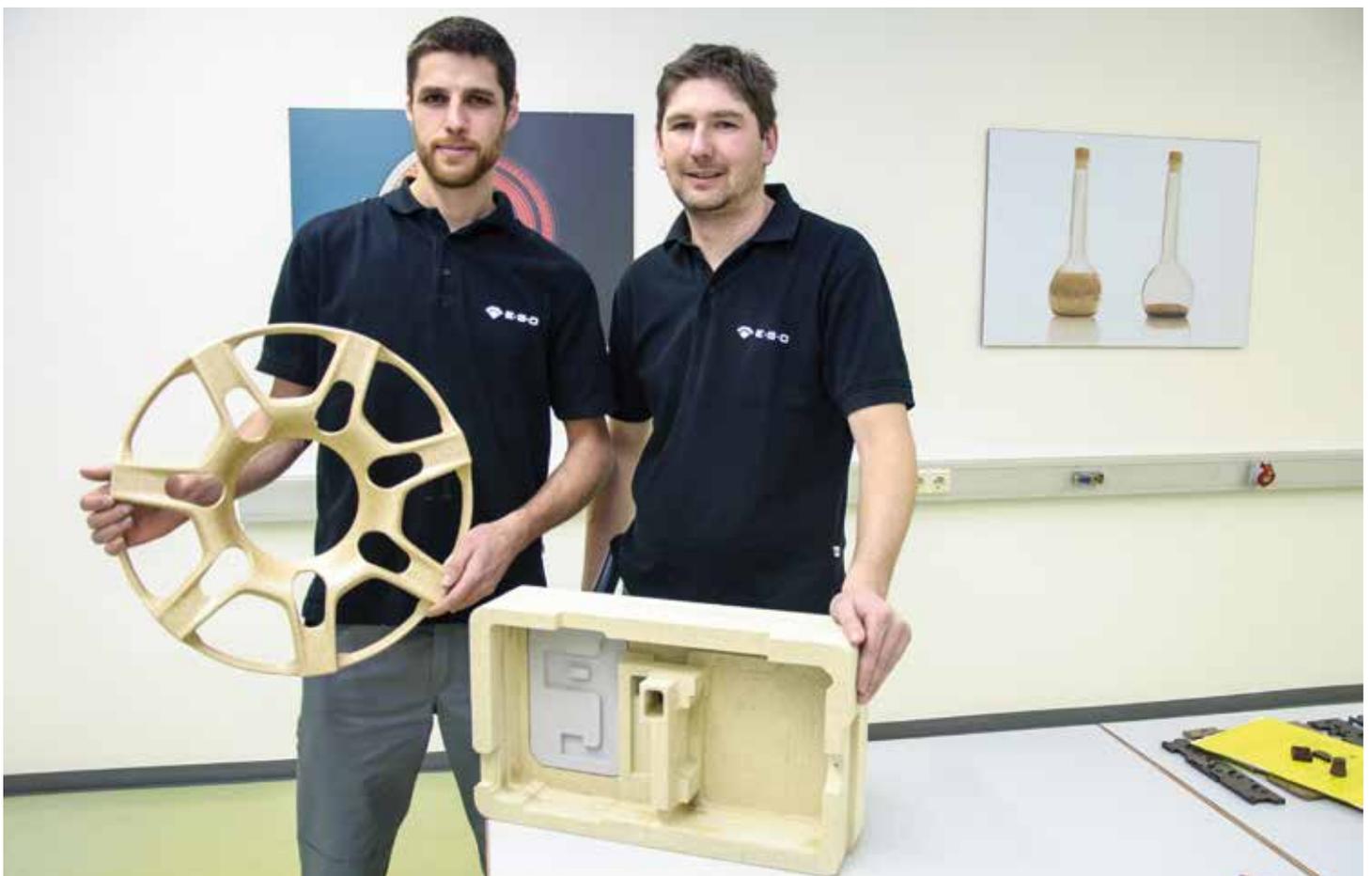
Katzenstreu, Füllstoff bei Feuerwerkskörpern und Deckmaterial für Setzlinge – das Mineral Vermiculit kann vielfältig verwendet werden. Seine Vorteile liegen im Preis – günstig –, in seinen Eigenschaften – feuerfest – und im Gewicht – leicht. Verständlich, dass sich die einschlägige Industrie mit potenziellen Anwendungsmöglichkeiten für Vermiculit beschäftigt. So auch in Heinfels bei der E.G.O. Austria Elektrogeräte Ges.m.b.H. Am Osttiroler Unternehmensstandort des E.G.O. Konzerns veredelt man den Rohstoff und erschließt durch zukunftssträchtige Materialkombinationen und konkurrenzlose Kompetenz im Pressen von Vermiculit völlig neue Anwendungsmöglichkeiten. Der Stammsitz des 1931 mit 13 Mitarbeitern

gegründeten E.G.O. Konzerns befindet sich im deutschen Oberderdingen nahe Karlsruhe. Heute operiert der Konzern weltweit an 21 Standorten in 18 Ländern und beschäftigt mehr als 6000 Mitarbeiter – 250 davon in Osttirol. Seit 1977 ist E.G.O. Austria in Heinfels angesiedelt und entwickelte sich konzernintern zum Spezialisten für die Herstellung von Strahlungsheizkörpern, Halbleuchten und Isolationsmaterialien. So verlassen jährlich 23 Millionen thermisch isolierte Außenringe für Kochfelder das Werk, die exklusiv in Heinfels produziert werden. Die Kernkompetenz der E.G.O. Austria ist das Pressen von mineralischen Standardformteilen für die Elektro- und Wärmeindustrie. Aus dieser Kompetenz heraus haben sich weitere Kompetenzen entwickelt. Ursprünglich wurde Vermiculit im Konzern als wärmedämmendes Material in Rückwänden von Spül- und Waschmaschinen eingesetzt. Es zeichnet sich vor allem durch sein geringes Gewicht und seine Hitzebeständigkeit aus. In Heinfels machte man sich intensiv Gedanken darüber, wie man sich die Materialeigenschaften von Vermiculit (im Konzern unter dem

Markennamen Verdomit geführt) abseits vom Einsatz in konzerneigenen Haushaltsgeräten zunutze machen könnte.

Ein aus diesen Überlegungen resultierendes Produkt findet seit 2011 in der Automobilbranche Anwendung. Die Vermiculit-Felgenkerne aus Heinfels werden im Premiumsegment eines renommierten deutschen Autoherstellers und einer britischen Nobel-Autoschmiede verbaut. Der Felgenkern aus Vermiculit verdrängt das teurere und schwerere Aluminium aus dem Inneren der Felge und bringt Kosten- und Gewichtsreduktionen bei annähernd gleicher Stabilität. An die hunderttausend Felgenkerne werden in der Zwischenzeit in Heinfels jährlich hergestellt, Tendenz steigend. Hauptzuständig für Forschung und Entwicklung in Heinfels sind der Bereichsleiter Verdomit, Hans-Christian Kraler, und Innovationsassistent Matthias Wurzer.

Der HTL-Absolvent bewarb sich im Herbst 2011 nach einem kurzen Intermezzo als Student der Elektrotechnik auf ein Zeitungsinsert als Innovationsassistent. „Mein Hauptaufgabengebiet ist das



Durchführen und Dokumentieren von Versuchen. Aus diesen ziehe ich Schlussfolgerungen für weiterführende Experimente“, umreißt Wurzer seinen Arbeitsalltag. Sein Vorgesetzter und Entwicklungspartner Kraler begründet die Hereinnahme eines Innovationsassistenten: „Wir haben gesagt, wir brauchen für die Entwicklung mehr Manpower und Kompetenz. Von der Möglichkeit, einen Innovationsassistenten zu beschäftigen, haben wir über den Cluster Mechatronik Tirol der Standortagentur Tirol erfahren.“ Nachdem die Herstellung von Felgenkernen zur Erfolgsgeschichte wurde, prüft man derzeit den Einsatz von Vermiculit als Ersatz für Messing oder im Grauguss. In Heinfels wagt man sich daran, durch die Mischauflage von Vermiculit neue Wege zu beschreiben. „Wir haben mit der Vermischung von Kunststoff und Vermiculit sehr gute Ergebnisse erzielt. Dieser Forschung hat sich unser Innovationsassistent im ersten Jahr schwerpunktmäßig gewidmet“, beschreibt Kraler die Entwicklungsarbeit im Haus, bei der eng mit der TU Chemnitz kooperiert

wird. „Neuerdings konzentrieren wir uns verstärkt auf die Entwicklung von alternativen Bindemitteln. Silikone und Harze sind brennbar. Wir arbeiten nun an Materialien, die ähnliche Eigenschaften haben, aber nicht brennbar sind“, erläutert Kraler die derzeitigen Entwicklungsschwerpunkte. Die Einsatzmöglichkeiten für vermiculit-basierte

Stoffe sind bei Weitem noch nicht ausge-reizt. 600 Tonnen Vermiculit verarbeitet das Werk derzeit pro Jahr. Kraler bezeichnet Vermiculit als „grünen“ Werkstoff, der auch ungiftig, säurefest und leicht zu verarbeiten ist. Eine gute Basis für neue Geschäftsfelder also – deren Erschließung auch Innova-tionsassistent Matthias Wurzer mitge-stalten wird.

#### **Hintergrund Förderlinie „InnovationsassistentIn“**

Die Förderlinie InnovationsassistentIn ist ein Förderprogramm des Landes Tirol, zu welchem die Standortagentur Tirol mit der bis dato jährlichen Bewerbung und Abwicklung beauftragt ist. Das Programm begegnet einem großen Umsetzungshindernis für Innovationsideen in Klein- und Mittelbetrieben – dem Mangel an Zeit und an qualifiziertem Personal. InnovationsassistentInnen sind AbsolventInnen einer Hochschule,

einer HTL oder HBLA. Sie werden im Betrieb neu angestellt und widmen sich einem bis zu zweijährigen Innovationsprojekt. Anteilig gefördert werden die Personalkosten, die Kosten einer Innovationsmanagement-Ausbildung am Management Center Innsbruck sowie Coachingkosten. Im Jahr 2012 mit bis zu 26.700 Euro pro Projekt. So wird gerade für kleinere Unternehmen aller Branchen ein Anreiz geschaffen, Innovationen strategisch auszurichten. Zahlen.Daten.Fakten zur Ausschreibung 2012 lesen Sie auf Seite 22.



**Peter Schröcksnadel:** „Die sensationelle Anlage ist eine Weltneuheit, die uns viel bringen kann.“

# Messen bei High-Speed

*Eine weltweit einzigartige Messanlage, welche die Reibung zwischen Schnee und Skibelag misst, ist ein Ergebnis intensiver Zusammenarbeit heimischer Forscher und Unternehmen unter Landesförderung.*

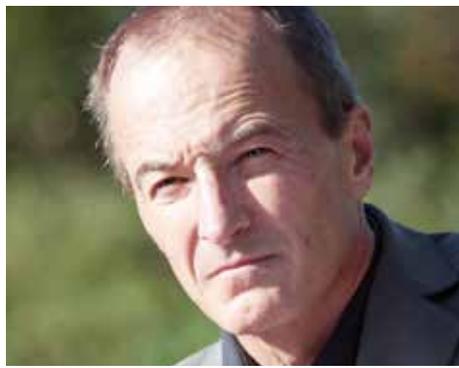
„Ohne Technologie und Wissenschaft ist es im Sport heutzutage unmöglich, Olympiasieger oder Weltmeister hervorzubringen. Und in unserem Verband ist Forschung und Entwicklung immer schon ein zentrales Thema gewesen“, sagt Peter Schröcksnadel. Der 71-Jährige muss es wissen, ist er doch Präsident des erfolgreichsten Sportverbands Österreichs – und kann seit 2012 auf eine Innovation zurückgreifen, die in enger Kooperation von Forschung, Wirtschaft und Sportverbänden entstanden ist und sozusagen einen sportlichen Mehrwert garantieren soll: ein eigens entwickeltes Tribometer – eine neuartige Messanlage zur Untersuchung des Gleitreibungsverhaltens von Wintersportgeräten, das wichtige Fragen klären soll. Denn: „Bis heute weiß eigentlich niemand genau, was unter dem Ski passiert“, so Schröcksnadel. Was man kennt, sind die Auswirkungen, Hundertstel von Sekunden, die über Sieg oder Niederlage, Gold oder Blech entscheiden. Dass neben den Leistungen der Sportler die Beschaffenheit ihrer Sportgeräte, insbesondere ihr Gleitreibungsverhalten auf

Eis und Schnee, ein ausschlaggebender Faktor für die Schnelligkeit ist, ist den Experten bewusst. Nur: „Bisher gibt es nur wenige fundierte Kenntnisse zum Thema. Feldexperimente waren bislang die Standardmethode, um die Gleiteigenschaften von Sportgeräten zu messen“, erklärt Werner Nachbauer. Der Sportwissenschaftler koordinierte das Forschungsprojekt, aus dem das Tribometer hervorgegangen ist. Ein Projekt über alpine Sporttechnologie, das sich im Rahmen des Programms K-Regio schwerpunktmäßig mit dem Gleiten auf Schnee und Eis beschäftigte. „All das hat klein angefangen“, erinnert sich Harald Gohm, Geschäftsführer der Standortagentur Tirol: „Das Institut für Sportwissenschaft hat bei uns um Unterstützung angefragt. Der Markt sollte auf Unternehmen hin sondiert werden, die an Forschungsk Kooperationen interessiert sind. Entwickelt hat sich daraus das Technologiezentrum für Ski- und Alpensport, das 2005 mit Unterstützung der Standortagentur eingerichtet wurde.“ Das Zentrum hat sich zum Ziel gesetzt, für die heimische Winter- und Sommer-sportwirtschaft Forschungsarbeiten durchzuführen und mithilfe von Innovationen Markt Vorteile zu erreichen. Der Schwerpunkt liegt dabei in der (Weiter-) Entwicklung von Sportgeräten, Sportanlagen und Sporttextilien – Letzteres unter anderem als gefördertes Projekt im Rahmen des bundesweiten COMET-Programms. Doch auch bei anderen Kooperationen und Förderanträgen war das Technologiezentrum

erfolgreich, so auch beim K-Regio-Programm des Landes Tirol. „Mit K-Regio haben wir eine Lücke im System geschlossen. Wir haben zwar eine Top-Forschung am Standort, für die auf industrielle Beteiligung abzielenden bundesweiten Förderprogramme ist die Tiroler Wirtschaft mit den vielen KMUs zu klein strukturiert. Daher hat das Land Tirol vor sechs Jahren ein eigenes Landesforschungsprogramm aufgebaut“, berichtet Rainer Seyrling, Leiter der Abteilung Wirtschaft und Arbeit im Amt der Tiroler Landesregierung. Rund 6,7 Millionen Euro wurden seither allein im Programm K-Regio bewilligt, 712.000 Euro flossen insgesamt in das K-Regio Projekt „Alpine Sporttechnologie“ – dies waren 45 Prozent des Gesamtbudgets, rund 15 Prozent steuerten die wissenschaftlichen Partner und an die 40 Prozent die Unternehmenspartner bei. Und eine der in diesem Projekt entwickelten Neuheiten ist – neben der Sledge Tube Tyrol, einer Fertigteilrodelbahn aus vorgefertigten dünnen Spezialbeton-Schalen mit umweltverträglicher Solekühlung – eben das Tribometer. „Oft werden wir gefragt, wohin denn unsere Fördergelder fließen – bei diesem abgeschlossenen ‚sportlichen‘ K-Regio kann man sehen, was Innovation bedeutet“, so Seyrling. Eine Bedeutung, die nicht nur von ÖSV-Präsident Schröcksnadel betont wird. „Als wir vor sieben, acht Jahren über das Konzept eines Tribometers gesprochen haben, war uns einerseits klar, dass es weltweit keine solche Anlage gibt, andererseits haben wir uns auch nicht vorstellen können,



**Herwig Schretter:** „Vor sieben, acht Jahren nicht gedacht, dass wir das so umsetzen können.“



**Werner Nachbauer:** „Feldexperimente waren bislang die Standardmethode.“

*Die neue High-Tech-Anlage ermöglicht Experimente und Tests, die bisher nicht möglich waren.*



dass sie eins zu eins umgesetzt werden kann“, blickt Herwig Schretter, Leiter der Abteilung Forschung und Entwicklung bei Unternehmenspartner Head Tyrolia Wintersport, zurück. Inzwischen ist die Tribometer-Anlage fertig, „versteckt“ in einem unscheinbaren, rund 40 Meter langen Wellblechcontainer am Geländer des Universitäts-Sportinstituts Innsbruck. In dem Container läuft ein Messschlitten an einem Stahlträger auf einer 27 Meter langen Messstrecke mit Spitzengeschwindigkeiten bis zu 100 km/h. Dabei wird die Reibungskraft gemessen, verschiedene Schneearten können bei unterschiedlichsten Umweltbedingungen – ermöglicht durch die getrennte Regelung von Luftfeuchtigkeit, Lufttemperatur und der Temperatur von Schnee bzw. Eis – auch bei hohen Geschwindigkeiten untersucht werden. Die Messungen sollen Aufschluss über das Gleitverhalten der verschiedenen Materialien, Geometrien und Oberflächenstrukturen geben und die Erforschung der grundlegenden Reibungsmechanismen ermöglichen. Untersucht werden die Trockenreibung und der – unter anderem für die niedrige Reibung auf Eis und Schnee ausschlaggebende – Wasserfilm in Entwicklung und Verlauf bei hohen Geschwindigkeiten. Untersuchungsobjekte sind Skibeläge aus verschiedenen Materialien mit unterschiedlichen Strukturen und Oberflächenbehandlungen, verschiedene Stahlsorten und Kufenoberflächen. „Um die Spitzenleistung unserer Sportler zu verbessern, müssen wir an unseren

Produkten das ganze Jahr arbeiten. Für uns Techniker bietet das Tribometer die Möglichkeit, permanent unter Laborbedingungen Weiterentwicklung zu betreiben“, unterstreicht Schretter die Bedeutung des Tribometers.

#### **Hintergrund Förderlinie „K-Regio“**

Die Förderlinie K-Regio ist ein Förderprogramm des Landes Tirol, zu welchem die Standortagentur Tirol mit der bis dato jährlichen Bewerbung und Abwicklung beauftragt ist. Das Programm fördert mehrjährige kooperative Forschung bzw. technologische Entwicklungen auf hohem Niveau, welche von heimischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen gemeinsam bearbeitet werden. In maximal drei Jahren Laufzeit stehen pro Forschungsverbund bis zu 300.000 Euro an Fördermitteln jährlich, also bis zu 900.000 Euro an maximaler Fördersumme zur Verfügung. Mit Hilfe des Programms wird die Zusammenarbeit der Wirtschaft mit der Wissenschaft forciert und wird der Transfer neuer Technologien aus den Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen beschleunigt. Zahlen, Daten, Fakten zur Ausschreibung 2012 lesen Sie auf Seite 22.

#### **Tribometer – Forschungspartner:**

- Technologiezentrum Ski- & Alpinsport
- Institut für Sportwissenschaft
- Institut für Physikalische Chemie

#### **Tribometer – Unternehmenspartner:**

- Kneissl Tirol
- HTM Sport (Head, Tyrolia)
- Wintersteiger (Skipräparationsmaschinen)
- KochAlpin (Skifelle)
- Österreichischer Skiverband
- Österreichischer Rodelverband
- Österreichischer Bob- und Skeletonverband
- AST Eis- u. Solartechnik (Kältetechnik)
- Isosport (Skibeläge)
- HWK Skiwachse

#### **Sledge Tube Tyrol – Forschungspartner:**

- Technologiezentrum Ski- & Alpinsport,
- Institut für Sportwissenschaft

#### **Sledge Tube Tyrol – Unternehmenspartner:**

- AST Eis- u. Solartechnik
- KWS Schiestl
- Österreichischer Rodelverband
- Bellutti Planen
- Bernard Ingenieure
- Schretter & Cie
- Langbau und Cofely

„Für Innsbruck waren am Ende nicht die finanziellen Gesichtspunkte ausschlaggebend, sondern mehr die Location, das Feeling“, begründet Tom Süsskoch, Director of European Marketing von Armada, die Standortwahl des amerikanischen Freeski-Produzenten.



## „Wir bauen Ski, mit denen jeder Spaß haben kann“

*Armada Skis – das steht für hochwertige Ski und gestylte Outerwear, vor allem aber für Freeskiing. Nun wollen sich die Skihersteller aus Kalifornien von Innsbruck aus um den europäischen Markt kümmern.*

Tanner Hall ist so etwas wie der Kjetil André Aamodt des Freeski-Sports. Der Norweger Aamodt ist der Goldhamster des alpinen Skisports, viermal Olympia-Gold – zwischen 1992 und 2006 – bedeuten Weltrekord, fünf WM-Titel (von 1993 bis 2001) sind auch nicht von schlechten Eltern, elf weitere Medaillen in Silber und Bronze sind die Draufgabe. Tanner Hall hingegen hat Aspen zu seinem Wohnzimmer gemacht, mit der Big Air-Goldenen bei den X Games 2001 in Mount Snow betrat er sozusagen das Vorzimmer, bevor er es sich in Colorado so richtig gemütlich machte. Sechs Goldene (SlopeStyle und Superpipe) von 2002 bis 2008 bedeuten X Games-Rekord, vier Mal Silber sind bei ihm die Draufgabe. Doch während Aamodt über Jahre hinweg nur mit seinem „Zwilling“

Lasse Kjus unterwegs war, kann Hall auf seine eigene Armada zurückgreifen – oder, besser gesagt, hinuntergreifen. Im Jahr 2002, gerade 19 Jahre alt, kündigte der Mann aus Montana sein äußerst lukratives Engagement bei einem europäischen Skihersteller und gründete zusammen mit vier anderen Freeskiern und dem Ski- und Snowboardfotografen Chris O’Connell eine eigene Skifirma – Armada Skis. Laut Firmenhomepage war es eine spontane Idee zwischen einigen Bieren, Hall selbst sagt 2004 in einem Interview: „Wir Fahrer wollten selbst bestimmen, wie unser Bizz funktioniert, egal ob in Marketing, Technologie oder Design. Armada soll frischen Wind in die Skiindustrie bringen und sich voll etablieren.“ Und frischen Wind brachte Armada in die Skiindustrie, vom Firmensitz in Costa Mesa/Kalifornien aus wurde der Markt erobert – und von Innsbruck aus soll nun der Absatz in Europa weiter angekurbelt werden. „Die USA sind zwar in Sachen Freeski Europa immer noch weit voraus, trotzdem ist dieser Markt für uns natürlich extrem wichtig“, sagt Tom Süsskoch, der als Director of European Marketing von Armada seit August 2012 in der Tiroler Landeshauptstadt arbeitet. Einen Markt, den er nicht nur im Spitzensport, nicht nur für extreme Köhner

im Park, Backcountry und der Half Pipe sieht. „Wir haben inzwischen eine Palette von 27 Ski, da ist für jeden etwas dabei, auch wenn du dich auf der Piste am wohlsten fühlst. Wichtig ist uns eins: Wir bauen Ski, mit denen jeder Spaß haben kann“, erklärt Süsskoch die Firmenphilosophie. Eine Philosophie, die nicht ganz den gängigen Vorstellungen einer europäischen Skifirma entspricht. Als „rider-owned and rider-operated“ Unternehmen sieht sich Armada, dessen Gründer JP Auclair, JF Cusson, Julien Regnier, Boyd Easley und eben Tanner Hall die damalige Elite des Freeskings bildeten. „Die Freeski-Szene hat sich in den 90er Jahren rasant entwickelt, die ersten Twintips sind damals auf den Markt gekommen, die ersten Contests haben stattgefunden. Viele Fahrer fühlten sich jedoch von ihren Sponsoren nicht wirklich ernst genommen. Und so gründeten sie das eigene, ihren Vorstellungen entsprechende Label, um für sich selbst optimales Material herzustellen“, beschreibt Süsskoch die Armada-Entstehung. Die ersten Ski wurden noch in den USA selbst in Garagen gepresst, schon bald griff man jedoch auf das Know-how europäischer Produktionsstätten zurück. Seit 2004 verlassen Armada-Ski mit Namen wie Halo, THall, Magic J oder Bubba die Produktionshallen österreichischer Skihersteller. Und nicht nur die Namen sind



eher ungewöhnlich. „Wir differenzieren uns auf vielfältige Weise, wir arbeiten zum Beispiel seit Anfang an eng mit verschiedensten Künstlern beim Designen der Ski zusammen. Costa Mesa als eine Art Herz der Action-Sport-Szene in Kalifornien bietet dazu ein inspirierendes Umfeld“, betont Süsskoch. Ein Inspiration, die auch über den Ski hinausgeht. Im Laufe der Jahre wurde das Angebot um den Ski herum erweitert – Süsskoch: „Eigene Outerwear zu produzieren, war reiflich überlegt.“ Doch der sanfte Beginn wurde von den Armada-Kunden begeistert aufgenommen, bis auf Schuhe und Bindung kann man inzwischen im kompletten Armada-Style in den Schnee. „Mittlerweile erzielen wir einen beachtlichen Teil unseres Umsatzes mit Outerwear“, sagt der gebürtige Kölner, für den Innsbruck der optimale Platz für die Armada-Europa-Zentrale ist.

„In Europa angefangen haben wir in Zürich, dort war unser erster europäischer Vertrieb. Mit der Zeit ist das Europageschäft gewachsen, Mitarbeiter sind dazu gekommen. Es ist dann der Zeitpunkt gekommen, an dem wir kritisch hinterfragen mussten, wo denn unser Europa-Headquarter am meisten Sinn macht“, erzählt Süsskoch. Ein Jahr lang hat man verschiedene Optionen verglichen und durchgerechnet, entschieden hat man

sich dann für Innsbruck. „Am Ende waren nicht die finanziellen Gesichtspunkte ausschlaggebend, sondern mehr die Location, das Feeling“, zeigt sich der Marketing-Leiter von Tirol begeistert. Nach der Grundsatzentscheidung suchte man den Kontakt zur Standortagentur Tirol, um Fragen des Firmenaufbaus und der konkreten Standortsuche zu klären. „Die Mitarbeiter haben uns dabei sehr geholfen und mit uns diverse Lokalitäten besichtigt sowie die nötigen Kontakte hergestellt“, lobt Tom Süsskoch die Tiroler Betriebsansiedlungs-Gastfreundschaft. Von Innsbruck aus will man sich nun mit fünf Mitarbeitern direkt um den Europamarkt kümmern, zwei sind noch von der Schweiz aus tätig. „Der Standort Innsbruck verbindet mehrere Vorteile. Auf der einen Seite sind wir hier im Herzen unseres größten europäischen Markts. Auf der anderen Seite können wir am Patscherkofel, auf der Seegrube, auf den Gletschern direkt vor der Haustür ausgiebig die neuen Skidesigns testen“, so der Armada-Mitarbeiter. Vor allem aber sei es die Wintersportkultur, die ihn hier so beeindruckt: „Du gehst durch die Stadt und siehst überall Menschen mit Ski auf der Schulter, bei jedem zweiten sind es noch dazu Ski mit progressiven Rocker- oder Twintip-Designs. Das gibt dir einfach etwas zurück, du siehst, dass deine Arbeit

angenommen wird.“ Am meisten freut er sich aber, wenn er Leute mit Armada Ski in der Stadt sieht – „Da bin ich immer noch happy und freue mich tierisch.“

### Hintergrund

Das Serviceangebot der Standortagentur Tirol umfasst für Ansiedlungsinteressenten und ausländische Investoren sowohl die Bereitstellung allgemeiner Informationen über den Wirtschaftsstandort Tirol, als auch die projektspezifische Beratung bei der tirolweiten Standortwahl, bei der Abwicklung von Formalitäten wie Förderungsansuchen oder Betriebsanlagengenehmigungen, bei der Suche nach Forschungs- und Entwicklungspartnern oder anderweitigen Kooperationsmöglichkeiten, der Personalakquise und vielem mehr. Die Standortagentur Tirol arbeitet eng mit der zuständigen Bundesagentur ABA Invest in Austria zusammen, so auch bei der Ansiedlung von Armada Skis. Zahlen.Daten.Fakten zu Betriebsansiedlungen im Jahr 2012 lesen Sie auf Seite 29.

**Jürgen Klösch:** „Für uns war das vor allem interessant, weil wir dadurch nicht nur Bewerber aus Tirol erreicht haben.“

## Mehrfacher Nutzen



„Tirol hat deinen Job“ – so nennt sich die neu entwickelte Job-App, mit der die Standortagentur Tirol heimische Unternehmen bei der zielgerichteten Suche nach technischen Fachkräften unterstützt. Und zwar auf nationalen und internationalen Absolventen-, Berufs- und Karrieremessen sowie auf Campus-Touren im In- und Ausland. Unternehmen können vakante Jobs und Informationen über das Unternehmen im Vorfeld digital auf eine Plattform stellen, vor Ort können diese dann von Interessierten über von der Standortagentur zur Verfügung gestellte iPads abgerufen werden. Tiroler Unternehmen nutzen dieses Angebot zurzeit für insgesamt 80 vakante Stellen, so auch das Sistranser

*IT-Unternehmen World Direct eBusiness Solutions und man hat nur positive Erfahrungen gemacht, wie Geschäftsführer Jürgen Klösch erzählt.*

**Warum haben Sie das „Tirol hat deinen Job“-Angebot der Standortagentur angenommen?**

*Jürgen Klösch:* Speziell in Tirol ist der IT-Markt von den Angeboten her sehr überschaubar – viele Unternehmen suchen Mitarbeiter, Absolventen gibt es nur wenige. Für uns ist es daher eine sehr gute Möglichkeit, über die Standortagentur in andere Regionen zu kommen. Wir hatten einen Job zu vergeben und die Standortagentur war zu diesem Zeitpunkt gerade auf mehreren Veranstaltungen in Österreich, Italien und Deutschland – da waren wir mit unserem „Inserat“ präsent. Das haben wir auch an den Rückmeldungen gemerkt.

**Gab es viele Rückmeldungen?**

*Jürgen Klösch:* Für diesen Job waren von allen Bewerbungen ca. 18 Prozent auf die Job-App zurückzuführen. Für uns war das vor allem interessant, weil wir dadurch nicht nur Bewerber aus Tirol erreicht haben. Zudem haben wir auch in deutschen Onlineportalen inseriert, da hatten wir etwas mehr Bewerbungen, allerdings haben die auch die größere Reichweite. Insgesamt hat es also gepasst.

**Bei der Job-App präsentieren Sie ja nicht nur das Stellenangebot online, sondern auch Ihr Unternehmen. Ein Zusatznutzen?**

*Jürgen Klösch:* Das ist generell ein Vorteil von Online-Inseraten, man kann über Links oder Ähnliches auf das Unternehmen verweisen. Für uns ist es aber speziell dort, wo sich die Standortagentur präsentiert, ein Imagegewinn. Wir haben nicht die Kapazität, um auf Messen oder auswärtigen Unis präsent zu sein. Das ist ein weiterer großer Vorteil.

**Sehen Sie noch einen weiteren Zusatznutzen?**

*Jürgen Klösch:* Speziell in Deutschland, aber auch in Italien kennt man Tirol als Urlaubsland, man ist aber nicht darüber informiert, dass es hier interessante IT-Jobs gibt. Konkret haben wir etwa eine Mitarbeiterin, die ist Sportkletterin. Sie hatte ein Jobangebot in München und eines in Wien, für uns hat sie sich entscheiden, weil sie hier die Berge vor der Tür hat. Für dieses Mitarbeiterpotenzial kommt uns also dieses Angebot der Standortagentur sehr entgegen.

**Sie haben über die Job-App einen neuen Mitarbeiter gesucht. Haben Sie ihn auf diesem Weg gefunden?**

*Jürgen Klösch:* Das nicht. Aber wir hatten vier Bewerbungen in der engeren Wahl, zwei davon sind über diesen Kanal bei uns eingelangt.

**Werden Sie bei der nächsten Mitarbeitersuche wieder auf dieses Angebot zurückgreifen?**

*Jürgen Klösch:* Ja, wir werden zukünftig selbstverständlich auf diese neuen Möglichkeiten zurückgreifen.

# Impressum

---

---

## **Standortagentur Tirol**

### **Geschäftsführung:**

Dr. Harald Gohm

### **Alle Rechte vorbehalten.**

Alle Informationen wurden mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengetragen, jedoch kann für den Inhalt und die Richtigkeit keinerlei Gewähr übernommen werden.

### **Text:**

Standortagentur Tirol;  
Andreas Hauser (9, 12, 15, 33, 38, 40, 42) bzw.  
Marian Kröll (36)

### **Koordination:**

Standortagentur Tirol,  
Bereich Marketing & PR

### **Herausgeber und Medieninhaber:**

Standortagentur Tirol  
Ing.-Etzel-Straße 17 / 2. OG  
6020 Innsbruck

## **Bildquellen:**

Land Tirol:

(4, 7/1, 7/3)

Standortagentur Tirol:

(7/2, 7/4, 7/5, 12, 13, 14, 15, 19, 21, 29, 30, 42)

Andreas Friedle:

(9, 10, 11, 16, 17, 33, 34, 35, 40/rechts)

fotolia:

(23)

istock:

(25, 28)

Marian Kröll:

(36, 37)

Florian Lechner:

(38, 39)

Armada Skis:

(40/links, 41)

## **Stand:**

Innsbruck, März 2013

## **Druck- und Satzfehler vorbehalten.**

## **Hinweis:**

Sämtliche Formulierungen in diesem Tätigkeitsbericht sind geschlechtsneutral zu verstehen und richten sich gleichermaßen an Damen und Herren. Der Verzicht auf beide Geschlechtsbezeichnungen dient ausschließlich der leichteren Lesbarkeit.

**Standortagentur Tirol**

Ing.-Etzel-Straße 17  
6020 Innsbruck · Österreich  
+43.512.576262 *t*  
+43.512.576262-10 *f*  
office@standort-tirol.at *e*  
www.standort-tirol.at *w*