Tätigkeitsbericht 2015

Standortagentur Tirol

Foto: Fredriksson/Black Diamond Equipment

Gemeinsam statt einsam
Teamplayer aus den Tiroler Clustern berichten

Neue Gründerzeit
Start-up Land Tirol im Aufwind

Ein schwarzer Edelstein
Black Diamond zieht von Basel nach Tirol

Kapitale Partnerschaften
Investorennetzwerk Tirol vermittelt Beteiligungen

www.standort-tirol.at

Inhalt

Schlagkräftig wie nie
Vorwort LRin Patrizia Zoller-Frischauf
04

Kommunikation in einem Viereck
Standortagentur-Geschäftsführer Harald Gohm im Interview
06

Eine neue Gründerzeit
Gründungswillige erhalten in Tirol Unterstützung aus einem starken Netzwerk.

10

Innovation am Prüfstand
Ergospect und Micado ließen ihre Innovationsstrategie mit IMP³rove auf Herz und Nieren prüfen.

24

Kapitale Partnerschaften
Das Investorennetzwerk Tirol hat sich zum Ziel gesetzt, für heimische Betriebe und Start-ups die richtigen Investoren zu finden.

14

Gemeinsam statt einsam
Die fünf Cluster der Standortagentur Tirol machen aus Tiroler Einzelkämpfern alpine Teamplayer.

18

Eine einmalige Chance
Zwei 3D-Spezialisten lassen antike Stätten unter Landesförderung wiedererstehen.

28

Ein schwarzer Edelstein
Das US-amerikanische Unternehmen Black Diamond Equipment verlegt sein europäisches Headquarter nach Innsbruck.

32

Auf breiter Basis
In Hall geht mit Hilfe der Standortagentur Tirol Management GmbH ein Quartierentwicklungsprozess über die Bühne.

36

Zahlen. Daten. Fakten
Rahmen und Zahlen zur Arbeit der Standortagentur Tirol in 2015.

40

43 **Die Organe der Standortagentur Tirol**
45 **Der Grundriss** – Eckdaten der Standortagentur Tirol

46 **Gemeinsam stark** – Mit Clustern zu dauerhafter Wettbewerbsfähigkeit
49 **Vernetzt in ganz Europa** – Entreprise Europe Network
50 **Innovationen finanzieren** – Das Förderberatung der Standortagentur Tirol
52 **Tirol auf die Bühne bringen** – Unternehmen, Investoren und Fachkräfte umwerben
54 **Unternehmenssitz: Tirol** – von neuen Unternehmen aus dem In- und Ausland
56 **Fachkräfte** – Erfahrung in Europa sammeln

58 **Jahresabschluss** – Kennzahlen aus der Bilanz 2015
59 **Zuschüsse im Überblick**
60 **Impressum**

„Tirol ist Vorreiter für die Umsetzung der Gründerland-Strategie in ganz Österreich."

SCHLAG-KRÄFTIG WIE NIE

Vorwort:
LRin Patrizia Zoller-Frischauf

Mit Top-Leistungen positioniert Tirol sich seit mehreren Jahren auch in der internationalen Wahrnehmung erfolgreich als starker Wirtschaftsraum und umtriebiger Standort für Innovationen. So erwarten wir für das laufende Jahr 2016 mit 2,1% erneut ein Wirtschaftswachstum über dem Österreich-Schnitt und zahlreiche Tiroler Unternehmen sind auch jetzt wieder gerade dabei, mit großem Erfolg wettbewerbsfähige Produktneuheiten für die internationalen Märkte zu entwickeln. Von der Standortagentur Tirol und ihren Clustern werden sie dabei tatkräftig unterstützt. Von den betreffenden Leistungen der Standortagentur Tirol im vorangegangenen Jahr 2015 lesen Sie im vorliegenden Bericht.

Um in Tirol hochwertige Arbeitsplätze zu schaffen und zu sichern ist die Standortagentur Tirol für die Tiroler Wirtschaftspolitik an zahlreichen Stellen im Einsatz. In erster Linie geht es für die Einrichtung darum, die heimischen Betriebe beim Ausbau ihrer Wettbewerbsfähigkeit zu unterstützen. Das gelingt zum einen über mehr Forschung, Entwicklung und Innovation in unseren Unternehmen und zum anderen durch die rechtzeitige Vorbereitung ganzer Branchen auf die Herausforderungen und Chancen von morgen. Gerade hier setzt die Standortagentur Tirol aktuell einen Schwerpunkt – im zweiten Halbjahr 2015 hat sie den Prozess „Zukunftsbilder" gestartet, zu dem wir die Ergebnisse in Kürze präsentieren können.

Bleiben wir bei den heimischen Betrieben. Für mehr Neugründungen haben wir mit der Gründerland-Strategie für Tirol bereits im ersten Halbjahr 2015 einen Schwerpunkt gesetzt. Gemeinsam mit Staatssekretär Harald Mahrer wollen wir in Tirol bis 2020 jährlich über 3.000 Unternehmensgründungen erzielen. Dass Tirol für die Umsetzung der Gründerland-Strategie in ganz Österreich Vorreiter ist und bei den Themen Innovation, Finanzierung und Netzwerke für Start-ups zahlreiche Best Practices zur Verfügung stellen kann, basiert auf der Arbeit der Standortagentur Tirol während der letzten Jahre. Damit der Entrepreneurship-Standort Tirol künftig auch überregional sichtbar wird, hat die Standortagentur Tirol im Berichtsjahr zudem die Betreuung und den Ausbau des Investorennetzwerkes Tirol übernommen. Innovative Tiroler Start-ups sollen so verstärkt durch private oder institutionelle Anleger finanziert werden.

Um überregionale Sichtbarkeit geht es auch beim Marketing für den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Tirol. In diesem Umfeld hat die Standortagentur Tirol 2015 erneut 25 Auslandstermine absolviert und für das digitale Standortmarketing das neue Online-Portal www.tirol.info lanciert. Diese Aktivitäten dienen in erster Linie dem Gewinn von Interessenten für Betriebsansiedlungen. Denn auch Neugründungen ausländischer Unternehmen bergen wertvolles Wachstumspotenzial. Im Fall des US-Herstellers Black Diamond, der seine Europa-Zentrale soeben von Basel nach Tirol verlegt, entstehen bis zu 35 Arbeitsplätze sogar „auf einen Schlag".

Tirol so schlagkräftig zu machen wie es sich heute präsentiert hingegen war ein mehrjähriger Prozess. Die Tiroler Unternehmen und Forschungseinrichtungen haben dabei großartige Leistungen erbracht. Die Standortagentur Tirol hat sie bei diesem Prozess effizient begleitet. Dass Tirol nunmehr eine Forschungsquote von 3,12 Prozent aufweist und in Österreich nach jahrelanger Führungsposition bei Grundlagenforschung nun den höchsten relativen Anteil an der für die Wirtschaft so wichtigen angewandten Forschung hält, zählt zu den Früchten der gemeinsamen Anstrengungen. Noch weiter nach vorne bringen wir den Standort künftig, wenn es uns gelingt, die Forschungsbasis zu verbreitern, das heißt absolut noch mehr heimische Klein- und Mittelbetriebe für Forschung und Entwicklung zu gewinnen. Mit der starken Forschungslandschaft an unseren Universitäten und Fachhochschulen sowie der Standortagentur Tirol und ihren Clustern als Vordenker und Vernetzer stehen die Chancen für Ihren Betrieb, unkompliziert einzusteigen, so gut wie in keinem anderen österreichischen Bundesland. Nutzen Sie Ihre Chance!

Ihre

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

„Heimische Investoren suchen junge Unternehmen, die ein stabiles Wachstum am Standort planen.“

KOMMUNIKATOR IN EINEM VIERECK

Im Gespräch:
Geschäftsführer Dr. Harald Gohm

Aus dem Prozess „Zukunftsbilder für den Standort" sollen Handlungsempfehlungen für den Standort Tirol entwickelt werden, sagt Harald Gohm. Diese, so der Geschäftsführer der Standortagentur Tirol, sollen helfen, sowohl in Tirol schlummerndes Potenzial als auch die Attraktivität des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandorts zu heben.

Gemeinsam mit der IMP Österreich hat sich die Standortagentur Tirol letztes Jahr Perspektiven und Zukunftshypothesen für den Wirtschaftsraum Tirol angeschaut. Kann man erste Ergebnisse grob zusammenfassen?
Harald Gohm: Das Überthema ist Wandel. Mit dem Prozess „Zukunftsbilder für den Standort" möchten wir aber nicht auf der Ebene der großen Herausforderungen wie Klimawandel, Urbanisierung, Digitalisierung und demografischer Wandel arbeiten, sondern haben bewusst 60 Thesen zum Standort erarbeitet.

Was wären das für Thesen?
Als Beispiel: Wenn es neue Materialien in der Medizintechnologie – etwa Implantate – gibt, wie ist Tirol aufgestellt, hat Tirol in dementsprechenden Nischen Kompetenzen, mit denen man am Weltmarkt auftreten kann. Anlässlich des Innovationstages konnten wir ein Zwischenergebnis präsentieren, eine Internetumfrage unter rund 400 Unternehmen. Wir wollten wissen, ob in ihren Augen diese Thesen stimmen, wie wichtig sie für den Standort sind und wie Tirol in diesen Bereichen aufgestellt ist. Robotik in der Medizin etwa wurde als sehr zukunftsträchtiges Feld erkannt, aber auch festgestellt, dass wir am Standort Schwächen haben. Ein anderes Thema wäre energieeffizientes Bauen und die Frage, wie fit Tiroler Handwerksbetriebe in diesen Technologien sind.

Wie wurde mit den Zwischenergebnissen weiter gearbeitet?
Es gab 40 vertiefte Interviews mit Experten aus allen Clusterbereichen der Standortagentur plus Tourismus und Landwirtschaft, dazu kommen noch sieben Workshops, in denen mit weiteren 70 Personen weitergearbeitet wird. In Summe sind an diesem Zukunftsprozess über 550 Personen beteiligt, in dem wir sehr detailliert Handlungsempfehlungen für den Standort erarbeiten.

Was passiert mit diesen Handlungsempfehlungen?
Es wird kein Papier, das in einer Schublade verschwindet, nein. Es fließt in unsere strategische Planung ein, wird sich auf unsere Ausrichtung auswirken, auch auf die Schwerpunktsetzung in der Budgetplanung.

Ab wann?
Abgeschlossen wird der Prozess Mitte April. Dann beginnt die Kommunikation und Diskussion mit der Landesregierung, den Sozialpartnern und den Leitunternehmen am Standort. Dann folgen die weiteren Maßnahmen, ab 2017 sollen die strategischen Instrumente der Standortagentur sehr stark auf diesen Prozess abgestimmt sein. ›

Wurde in dem bisherigen Prozess auch die Positionierung der Standortagentur angesprochen?
Es war für uns interessant, wie wir gesehen werden, nämlich in der zentralen Schnittstellenfunktion zwischen Politik, großen Unternehmen, kleinen Betrieben und der Wissenschaft. In diesem Viereck sind wir für Zukunftsthemen der Promotor und Kommunikator.

Gibt es schon Schwerpunkte, die man aus den Zwischenergebnissen ableiten kann?
Viel dreht sich um Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle, da kommt ein enormer Wandel in allen Bereichen auf uns zu. Es braucht dazu Kooperationen zwischen Wirtschaft und Wissenschaft, ein großes Feld, in dem von uns im Interesse des Landes viel für die Attraktivität des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandorts gemacht werden kann.

Ein Schwerpunkt der letzten Jahre war das Thema Start-ups. Wie geht es damit weiter?
Schon beim Start der Standortagentur wurden innovierende Unternehmen unterstützt, ein großer Bereich war die Unternehmensgründung. Da gab es in Tirol noch sehr wenig. Das Wort Start-up kannte man ebenso wenig wie Businessplan. Daher entwickelten wir dafür unseren Wettbewerb adventure X. Es war schwierig zu vermitteln, dass es so etwas braucht, dass man neue Unternehmen auf solch eine Weise unterstützt – auch finanziell. Mittlerweile hat sich das radikal geändert, es gibt viel private Player auf diesem Markt, die Geld und Infrastruktur – etwa die von uns mitentwickelte Werkstätte Wattens – zur Verfügung stellen. In dieser neuen „Gründerwelt" müssen wir überlegen, was unsere Rolle ist, müssen ähnlich dynamisch agieren wie unsere Umwelt. Daher wollen wir einen Schritt weitergehen, zeigen, dass es ein weites Feld gibt, auch grenzüberschreitend mit Partnern in der Europaregion. Da hilft uns das verstärkte Arbeiten mit Investoren und Risikokapitalgebern wie etwa beim Business Angel Summit in Kitzbühel – Tirol ist dafür eine gute Plattform.

Gibt es weitere „Gründerinitiativen"?
Wir haben bisher immer den Forscher adressiert – viele wollen aber nicht selbstständig werden, sondern ihr Forschungsprojekt weiterführen. Umgekehrt schlummern viele Ideen in den Unternehmen, Ideen, die nicht weitergeführt werden, weil Zeit und Kapital fehlt oder es nicht zum Kerngeschäft gehört. Es gibt aber Investoren, die solche Ideen finanzieren würden. Wir wollen daher ein Instrument zum Thema Corporate Spin-Outs entwickeln und aufbauen – aus bestehenden Unternehmen werden Ideen generiert und dann als eigenständiges Unternehmen aufgebaut werden. Mit Tyrolit gibt es ja ein sehr erfolgreiches Beispiel für ein solches Corporate Spin-Out.

Wie wollen Sie vorgehen?
Wir hatten schon erste Veranstaltungen, haben Kontakte zu Investoren aufgenommen, haben Firmen angeschrieben, werden aber vor allem direkt auf Unternehmen zugehen. Womit sich der Kreis zum IMP-Prozess schließt. Wo sind neue Wachstumsmärkte und dort wollen wir selektiv Unternehmen identifizieren.

Vor einem Jahr meinten Sie angesichts der Tatsache, dass Tirol die geringste Quote an Start-ups in Österreich hat, dass man an der Gründungswilligkeit arbeiten müsse. Sind diese Überlegungen und Projekte Teil dieser Arbeit?
In den Zukunftsworkshops haben wir bemerkt, dass die „Gründerunwilligkeit" auch Gründe hat. In den technischen Studienrichtungen haben die Studenten schon in den letzten Semestern oft ihr Jobangebot – mit gar nicht wenig Geld. Da überlegt man gar nicht, ob man das Risiko einer Unternehmensgründung eingeht. Umgekehrt sind oft Gründer gar nicht auf der Suche nach Förderungen, sondern nach Kunden. Warum sind Tiroler Unternehmen nicht bereit, vermehrt neue Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen – es ist zwar ein gewisses Risiko, man gibt dem Jungunternehmen aber einen Auftrag, der hat damit auch Referenzkunden.

Ein Regionalitätsdenken, wie es z.B. bei landwirtschaftlichen Produkten à la Bauernkiste gegeben ist.
Das wäre passend zu unserer Tiroler Start-up-Philosophie. Ein Start-up ist ja oft das gehypte, schnell wachsende Unternehmen, das nach drei Jahren verkauft wird. Die meisten Unternehmen in Tirol sind sehr klassisch geprägte Familienunternehmen, die nicht gegründet wurden, um in drei Jahren verkauft zu werden. Als Investoren möchten diese auch junge Unternehmen, die ein stabiles Wachstum am Standort planen. Und als Standortagentur kann es auch nicht unser Interesse sein, dass wir schnell Ideen pushen, internationales Risikokapital anziehen und dann sind sie weg vom Standort.

Stichwort „weg vom Standort". In der Schweiz bedauerte man den Fortgang von Black Diamond Equipment, in Tirol freute man sich über eine – zur Region passende – Marke. Wie agiert die Standortagentur Tirol in diesem Wettbewerb der Standorte?
Natürlich wissen wir, dass es irgendwo ein weinendes Auge gibt, wenn wir ein Unternehmen wie Black Diamond nach Tirol bringen. Black Diamond nimmt seine Mitarbeiter zum

***Harald Gohm:** „In Zukunft wird sich viel um Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle drehen – ein enormer Wandel in allen Bereichen."*

Großteil nicht mit, es werden bei uns neue Arbeitsplätze geschaffen. Das ist Standortwettbewerb. Wir sagen aber nicht: „Bitte da zusperren, weil wir hier besser sind." Wir argumentieren als Entwicklungspartner: „Wir begleiten Unternehmen im Wachstum, heimische wie internationale. Tirol kann dabei – in Verbindung mit Forschung, Finanziers und anderen Partnern – eine Option sein." Wir sind auch sehr selektiv mit der direkten Ansprache von Firmen. Mit dem US-Unternehmen Black Diamond versenden wir zwei Signale: „Wir sind wettbewerbsfähig gegenüber der Schweiz" und „Wir sind attraktiv für internationale Unternehmen".

Wie war überhaupt das Ansiedlungsjahr 2015?
2015 hatten wir 23 Ansiedlungen, das ist fast ebenso viel wie 2014. Wir sind auf sehr hohem Niveau, darüber sind wir sehr froh. Es werden zunächst rund 200 Arbeitsplätze entstehen und 23 Millionen Euro investiert werden. Mit elf Ansiedlungen ist Italien ähnlich stark wie Deutschland.

Warum Italien – sind das vor allem Südtiroler Unternehmen?
Nein, viele kommen aus dem norditalienischen Raum. Wir glauben auch, dass wir nördlich der Achse Venedig-Mailand sehr viele Firmen dazu bringen können, sich den Standort Tirol anzuschauen. Eine große Rolle dabei spielen die Rechtssicherheit und die steuerliche Thematik.

Black Diamond passt in den Bereich der Wintersport- und Schneetechnologie, der in den letzten Jahren einen starken Aufschwung genommen bzw. Zuwachs – Leitner, Technoalpin, Armada Skis – bekommen hat. Es soll sogar ein Kompetenzzentrum Schneeforschung entstehen. Was genau ist da geplant?
Ein Teil unserer Arbeit ist es, Potenziale und Kompetenzen am Standort zu suchen, um damit Leuchtturmprojekte zu entwickeln wie etwa Sinfonia, das größte EU-Projekt in Tirol. Das Gleiche passiert jetzt im Schneebereich, das Thema Energieeffizienz, Kosten und Ökologie wird im alpinen Skisport und in der Schneeproduktion zunehmen. Für uns war interessant zu sehen, wie viele unterschiedliche einschlägige Forschungsgebiete an den heimischen Universitäten vorhanden sind und wie viele Firmen in den letzten Jahren nach Tirol gekommen sind. Das gibt einen interessanten Mix.

Was ist der der aktuelle Stand?
Wir finanzieren im Schneezentrum Tirol das Projektmanagement, das schaut, wo welche Forschungsprojekte an Tiroler und internationalen Hochschulen durchgeführt werden, welche an den Standort passen, was in den Firmen passiert, welche Projekte möglich sind. Vielleicht gelingt es uns, über EU-Mittel oder öffentliche Förderungen schließlich ein erweitertes Kompetenzzentrum auf die Beine zu stellen. Mit Michael Rothleitner, der Ende April sein Vorstandsmandat bei den Mayrhofner Bergbahnen zurücklegt, haben wir einen optimalen Leiter für das Schneezentrum Tirol gefunden.

Tirol hat einen Schwerpunkt bei universitären Spin-Offs im Bereich der F&E-intensiven Life Science. Gibt es gesonderte Überlegungen zu deren Unterstützung?
In den Life Science-Bereich wurden vom Land Tirol in den letzten Jahren enorm viele Mittel – Kompetenzzentren, Oncotyrol, HITT und KMT – investiert, man hatte auch sehr schöne Erfolge wie Med-El, die ab 1999 etwa durch uns direkt und im Wege von KMT begleitet wurden. 1999 hatte das Unternehmen 90 Mitarbeiter, heute 1400. Med-El hat sich über eigenen Cash-flow und klassische Förderungen weiterentwickelt. Wir würden aber dehalb nicht behaupten wollen, dass das unser Verdienst war. Wir konnten dieses beeindruckte Unternehmen einen Teil des Weges mitbegleiten. Auch andere Medizinunternehmen haben großes Potenzial, die klinischen Studien dauern aber sehr lang, sind sehr teuer und sind mit einem großen Risiko behaftet. Sehr spannend unterwegs ist der letztjährige adventure X-Gewinner HeaRT, wir unterstützen laufend dabei, Kapitalgeber für das Projekt zu gewinnen. Man braucht dafür aber einen Kapitalgeber mit langem Atem.

Kann man modernes Schneemanagement und High-Tech-Medizin unter der Marke Tirol subsumieren?
Im Sinne der Marke wird es für uns immer wichtiger, solche Geschichten aus Tirol zu transportieren. Wir können mit vielen Unternehmen große Zukunftspotenziale international positionieren – Tirol als ein Mosaikstein in einer großen Vernetzung. Damit wollen wir die Marke aufladen, mit einem modernen offenen Tirol, das international präsent und vernetzt ist. ¦

Der künstliche Eisklettergarten von ***Vittorio Messini*** *entstand in Osttirol sehr rasch – das Konzept beurteilten schon Jury und Publikum bei der 120 Sekunden Chance positiv.*

Eine neue Gründerzeit

„Die Verwirklichung der eigenen Idee“ ist das Hauptmotiv für den Weg in die Tiroler Selbstständigkeit. Unterstützung erhalten Gründungswillige dabei von einem starken Netzwerk im Land. >

*Ein von **Johannes Holfeld** entwickelter Stoßwellenkopf stimuliert während einer OP das Gewebe rund um die Herzinfarktnarbe und regt es zur Regeneration an. Im Start-up HeaRT arbeitet er an seinem Therapiemodell für Herzinfarktpatienten weiter.*

Johannes Holfeld ist einer, einer von 2.694 in Tirol, einer von 39.738 in Österreich. Zugegeben, nicht jeder beschäftigt sich – so wie der Herzchirurg Holfeld – mit Stoßwellen und deren Fähigkeit, die Regeneration jener Stellen rund um das abgestorbene, nicht mehr reparierbare Gewebe der Herzinfarktnarbe anzuregen. Doch es müssen auch nicht Stoßwellen die Grundlage einer Geschäftsidee, der Ausgangspunkt einer Unternehmensgründung sein. 2.694 solcher Unternehmensgründungen gab es 2015 in Tirol, 39.738 neue Unternehmen entstanden in Österreich. Mit Hilfe der Gründerland-Strategie sollen es bis 2020 um ein Drittel mehr werden, so lautet das Ziel, das sich Wirtschaftslandesrätin Patrizia Zoller-Frischauf für Tirol und Staatssekretär Harald Mahrer für Österreich gesteckt haben.

Tirol hat dabei einen erfolgreichen Weg eingeschlagen. „Die Gründerland-Strategie bietet 40 Maßnahmen, die wir in Tirol zum Teil bereits sehr erfolgreich umgesetzt haben", sagt Zoller-Frischauf. „Gerade in den Bereichen Innovation, Finanzierung oder Netzwerke sind wir bundesweit Vorreiter." Auch die die heimischen Gründer stellen der Start-up-Community hierzulande ein positives Zeugnis aus: 81 Prozent sehen in den nächsten fünf Jahren eine stark wachsende bzw. wachsende Szene, als Vorteil des Standorts Tirol werden unter anderem die hohe Lebensqualität und die Gründungsunterstützung gesehen – so ein Ergebnis des ersten Tiroler Start-up Szenemonitors, der im Juni 2015 beim Start-up Day veröffentlicht wurde.

„Uns war es ein Anliegen, einen jährlichen Fixpunkt in Westösterreich zu schaffen, der den Themen Gründung und Entrepreneurship Raum gibt. Wir sehen den persönlichen Austausch mit Gleichgesinnten und erfahrenen Gründer als enorm wichtig an", erklärt CAST-Geschäftsführer Florian Becke den Zweck des Start-up Days, der 2012 ins Leben gerufen wurde.

Doch der Start-up Day ist nicht der einzige Fixpunkt, der heimischen Gründungswilligen geboten wird. 2009 gab es erstmals die Möglichkeit, eine Jury innerhalb von zwei Minuten von einer Geschäftsidee zu überzeugen, 2015 nutzten 49 Tirolerinnen und Tiroler ihre 120-Sekunden-Chance. Nach einer spannenden Challenge wurden die sechs besten Geschäftsideen ausgezeichnet, Vittorio Messini holte sich mit seinem Projekt eines künstlichen Eisklettergartens den Publikumspreis. „Die Chance, kostenlos seine Ideen einer kompetenten Jury vorzustellen, hat man nicht alle Tage", resümierte der Osttiroler Publikumsliebling.

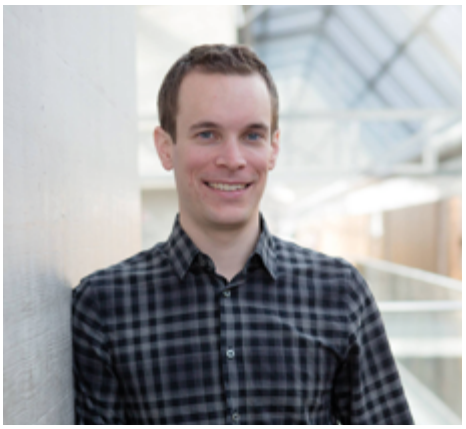
Einen Schritt weiter ist der – schon ein paar Jahre ältere – Gründer-Innen-Wettbewerb adventure X angesiedelt. Aus der Geschäftsidee ein tragfähiges Geschäftsmodell zu formen ist das Ziel, Wettbewerbskriterien sind unter anderem Innovationsgrad, Marktpotenzial und Umsetzbarkeit der Idee. Das beste Gesamtpaket präsentierte 2015 Johannes Holfeld mit seinem Therapiemodell für Herzinfarktpatienten.

Nach einem Herzinfarkt sind die Gewebeareale rund um die Herzinfarktnarbe chronisch unterversorgt und können ihre Funktion nicht mehr zur Gänze erfüllen, als Folge sinkt die Leistungsfähigkeit der überlebenden Patienten drastisch. Das unterversorgte Areal ist daher Ziel regenerativer Therapien. Stammzellen- und Gentherapie, sagt Holfeld, konnten trotz intensiver Forschung bislang noch keine breite klinische Anwendung finden, mit der von ihm und seinen Kollegen verfeinerten Stoßwellentherapie ist er sicher, den richtigen Weg gefunden zu haben.

Gemeinsam mit einem Industriepartner, der Konstanzer Nonvasiv Medical GmbH, entwickelte man einen geeigneten kleinen Stoßwellenkopf, mit dem während einer Herz-Bypass-Operation das offene Herz mit Stoßwellen stimuliert wird. Die, so Holfeld, „unendlich beeindruckenden Effekte" konnte der Forscher in der Zwischenzeit im Zellkultur- und Tiermodell sowie in einer ersten, kleinen klinischen Studie an Patienten beobachten. „Wir konnten die Sicherheit und Machbarkeit belegen, zudem konnten wir in unseren experimentellen Studien aufklären, wie die Stoßwellentherapie funktioniert", berichtet der Herzchirurg von seiner Forschungsarbeit. Der nächste Schritt ist nun eine multizentrische Studie mit 200 Patienten – ein kostspieliger Schritt. 5,5 bis 6,5 Millionen Euro schätzt Holfeld für die geplanten vier Jahre.

Geld, das nur über Investoren einzubringen ist und den Uniangestellten dazu bewog, das Start-up HeaRT – Heart Regeneration Technologies zu gründen. Einen Businessplan erstellte er beim adventure X ›

Florian Föger, *adventue X-Sieger 2014, fand mit* **Jürg Meier** *(re.) und* **Uwe Jacob** *(li.) zwei Business Angels, Mentoren und Beiräte.*



***Stefan Engl:** „Das Startup-Live-Wochenede war eine motivierte Umgebung mit motivierten Leuten."*

Wettbewerb, „wertvolle Unterstützung waren CAST, die Standortagentur Tirol sowie eine aws-Pre-Seed-Förderung". Ein Paket, das in Kombination mit wissenschaftlichen Auszeichnungen auch bei der Investorensuche geholfen hat (siehe Beitrag auf Seite 14 bzw. Interview Seite 17).

Auch dem adventure X-Sieger vor Holfeld hat es schon geholfen. Mit seinem Pharma-Startup Cyprumed will Florian Föger in Zukunft Injektionen durch Tabletten ersetzen, nach einer Pre-Seed-Unterstützung der aws konnte er Ende 2015 mit einer aws-Seed-Förderung sowie durch zwei private Investoren aus Tirol und München frisches Wachstumskapital in der Höhe von einer Million Euro an Land ziehen.

Doch derart kapitalintensive Gründungen wie HeaRT und Cyprumed stellen nicht das „klassische" Tiroler Start-up dar, rund 70 Prozent der heimischen Gründer geben im Szenemonitor einen Kapitalbedarf bis maximal 250.000 Euro an, bei knapp 40 Prozent liegt der Kapitalbedarf unter 50.000 Euro – Summen, die sich gut für den Einsatz von privatem Beteiligungskapital eignen. Dieses Kapital für heimische Start-ups zu finden bzw. für potenzielle Investoren Kontakte im Land zu schaffen, ist das Anliegen des von der Standortagentur Tirol betreuten Investorennetzwerks Tirol. Teil dieses Netzwerks ist neben der Tiroler Adlerrunde auch das I.E.C.T.. Mit dem Institute for Entrepreneurship Cambridge – Tirol will Hermann Hauser, einer der Pioniere der britischen Start-up-Szene, sein Know-how einbringen, um Start-ups aus Tirol erfolgreich zu begleiten.

Einen intensiven Blick auf diese Szene konnte er im April 2015 unter anderem beim ersten „Startup Live Innsbruck" werfen. Bei diesem europaweit etablierten Format begleiten Mentoren und Experten – in Innsbruck etwa Daniel Horak (COO Crowdinvesting-Plattform Conda) und Marius Starcke (Managing Director Pioneers Festival) – an einem Wochenende in intensiven Coachings Jungunternehmer und solche, die es werden wollen, dabei, den Feinschliff an ihr Unternehmen anzulegen und es zur Investmentreife zu bringen. Ein Event, das das Management-Trio des Word-of-Mouth-Marketing-Spezialisten Kjero nutzte. Seit 2010 hat sich das Innsbrucker Unternehmen mit seiner Plattform, auf der Konsumenten aktiv an der Vermarktung und Verbesserung von Produkten teilnehmen, einen Namen gemacht, zu den Marken, die auf Kjero-Leistung zurückgreifen, zählen unter andrem Henkel, Nestlé, eBay und Beiersdorf. „Aus unserer Arbeit heraus ist die Idee entstanden, dieses Prinzip auch auf bestehende Kunden von Unternehmen anzuwenden", erzählt Stefan Engl. Das Startup Live-Wochenede sei genau das Richtige gewesen, um in einer „motivierten Umgebung mit motivierten Leuten" das Konzept von Loyals.io auf seine Tauglichkeit abzuchecken. Das Konzept hat bestanden, das Produkt sei – zwar nicht als eigenes Start-up – schon bei einigen Kunden im Testeinsatz, es könnte sich, so Engl, durchaus eine wertvolle Erweiterung des Kjero Produktportfolios entwickeln.

Neben Loyals stellten sich sieben weitere der 15 teilnehmenden Start-ups einer Jury, am besten bewertet wurde „Liebe & Lose" mit dem Konzept für einen plastikfreien Supermarkt, Platz zwei belegte Bürgermeldungen.com und der dritte Platz ging an das Team von Survey Pioneers.

Dass der Weg von der Idee zur Umsetzung ein relativ kurzer sein kann, zeigte der 120-Sekunden-Chance-Sieger Vittorio Messini. In der Nähe des Matreier Tauernhauses können sich seit Jänner 2016 auf 60 Eisfällen Eiskletterer verschiedener Leistungslevels versuchen, vereist wurde künstlich, Wasser wurde aus dem Tauernbach die Felsen hinaufgepumpt und mittels Sprühregen in Eis verwandelt – und auch wenn es schnell vorwärts ging, das Vereisen dauert doch etwas länger als 120 Sekunden. ¦

Hintergrund

Innovationsorientierte Unternehmensgründungen im technischen, nachhaltigen oder gesellschaftlichen Umfeld unterstützt die Standortagentur Tirol beim fundiert geplanten Start ins Unternehmertum sowie beim Wachstum der ersten Jahre. Der GründerInnen-Wettbewerb adventure X setzt bei der gründlichen Planung der Unternehmensgründung an und sorgt unter anderem dafür, dass innovationsorientierte Gründungen vom Start weg mit dem richtigen Geschäftsmodell auf den Markt gehen. Das Wachstum innovationsorientierter Gründungen unterstützt die Standortagentur Tirol als Beziehungsmanager zu potenziellen Partnern aus den Tiroler Clustern, zu Kapitalgebern aus dem Investorennetzwerk Tirol und zu relevanten Förderstellen sowie als Berater zu Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsprojekten und deren Finanzierung.

„Unendlich beeindruckende Effekte" schreibt ***Johannes Holfeld*** *seiner Therapie zu, beeindruckt hat er zur Finanzierung der nächsten Schritte bis zum Markt mittlerweile auch einen privaten Investor.*

*Visalyze-Gründer **Christoph Holz**: „Der Business Angel Summit brachte mir zwei langfristige Kontakte zu Investoren, und zu einzelnen Start-ups. Außerdem habe ich meinen Pitch verbessert."*

Kapitale Partnerschaften

Das Investorennetzwerk Tirol hat sich zum Ziel gesetzt, für heimische Betriebe und Start-ups die richtigen Investoren zu finden. Das Gipfeltreffen dieser potenziellen Geldgeber ist der alljährliche Business Angel Summit in Kitzbühel.

Ende Jänner 2015 war für die österreichischen Skistars in Kitzbühel nichts zu holen, die Titel aus Streif und Ganslernhang sicherten sich Kjetil Jansrud, Mattias Hargin und Alexis Pinturault. Auch der 23. Juli war aus heimischer Sicht nicht erfolgreich, das Finale der Generali Open gewann mit Philipp Kohlschreiber erstmals seit 1966 ein deutscher Tennisspieler. Die zwei sportlichen Gipfeltreffen tragen seit Jahrzehnten zum sportlichen und gesellschaftlichen Ruf der Gamsstadt bei, ein anderer Gipfel fand Anfang Juli 2015 zum ersten Mal in Kitzbühel statt – der Business Angel Summit. Eine Veranstaltung, die wie andere derartige Events, sagt Staatssekretär Harald Mahrer, maßgeblich dazu beiträgt, privates Kapital für die zukunftsweisenden Innovationen unserer Start-ups zu mobilisieren und gleichzeitig internationale Investoren anzulocken.

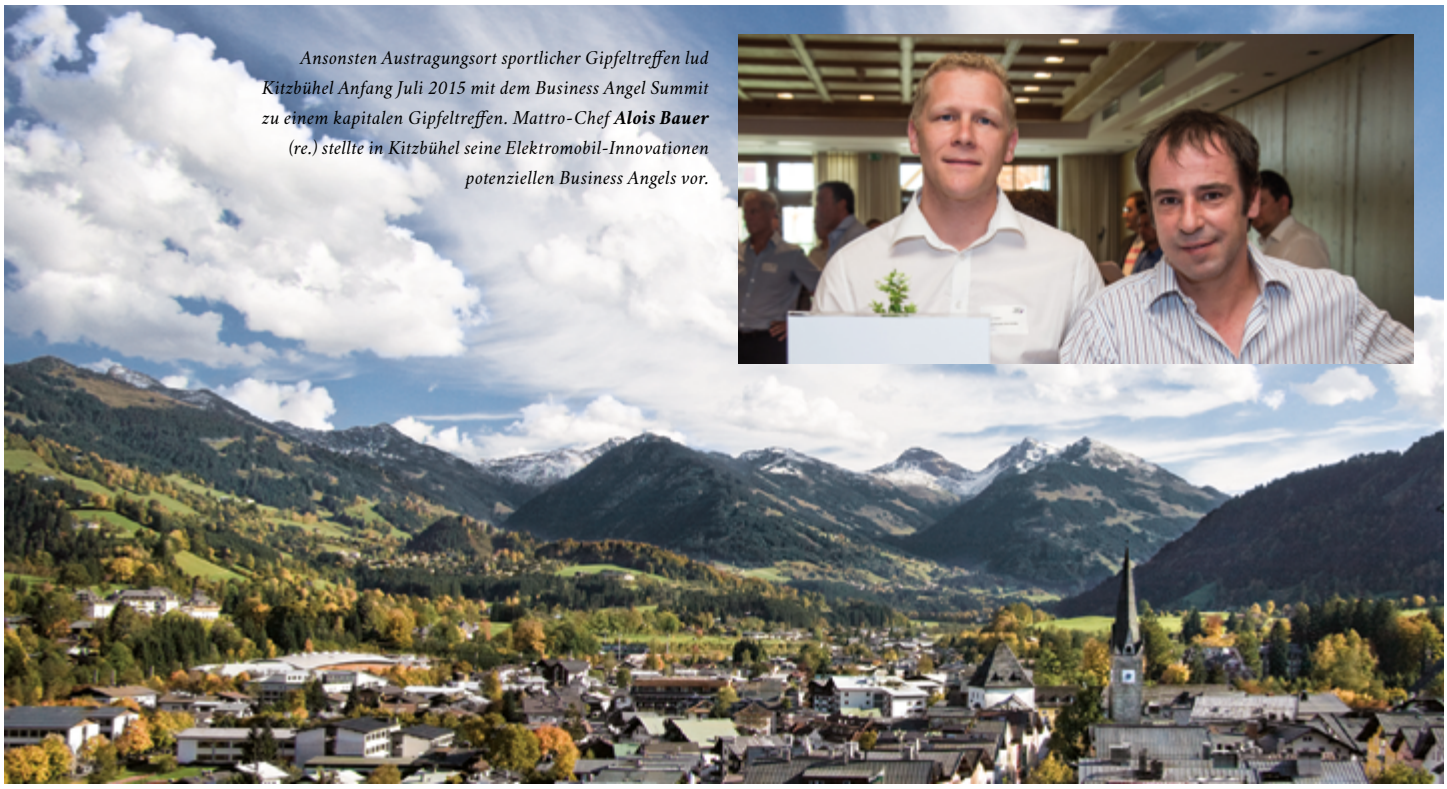
„Es waren 81 Business Angels, hauptsächlich aus Österreich, Deutschland und Norditalien, und 15 österreichische Start-ups, davon fünf aus Tirol, dabei", berichtet Marcus Hofer, der bei der Standortagentur Tirol das Investorennetzwerk Tirol betreut. Ein Netzwerk, dem unter anderem die Tiroler Adlerrunde – eine Plattform heimischer Unternehmerpersönlichkeiten –, die Tyrolean Business Angel Gmbh, das von Hermann Hauser gegründete I.E.C.T. (Institute for Entrepreneurship Cambridge) und die Curator Holding angehören. Entstanden ist das Investorennetzwerk aus innet, das 2012 im Rahmen des Tiroler Gründungszentrums CAST aus der Taufe gehoben wurde, um innovative Unternehmen in der Wachstumsphase zu unterstützen. Rund 37.000 Unternehmen werden in Österreich jährlich gegründet, das Thema Finanzierung ist dabei ein Dauerbrenner. Oft fehlt es am notwendigen Kapital und an Sicherheiten, die klassische Kreditfinanzierung via Bank wird zunehmend schwieriger, um die Wachstumsphase zu finanzieren. Ihr Beginn kann durch relativ viele öffentliche Förderungen bedient werden, sobald der Kapitalbedarf aber größer wird, gibt es nur wenige Venture Capitalists, die in dieser frühen Phase einsteigen.

Eine Möglichkeit, diese Lücke zwischen öffentlicher Startfinanzierung und Venture Capitalists zu schließen, sind Business Angel Investments. „Hier bei uns in der Euregio ist der Business-Angel-Boom Neuland, in anderer Staaten wie Israel – einer klassischen Start-up-Nation – gibt es Business Angels schon seit 20 Jahren. Aber auch dort dauerte es circa zehn Jahre, um ein gewisses Volumen zusammenzubekommen", weiß Harald Oberrauch, der letztes Jahr die Tyrolean Business Angel Gmbh gegründet hat (siehe Interview Seite 17). Für den Spross des Südtiroler Unternehmerfamilie (Durst, Alupress, …) ist der Business Angel auch kein klassischer Investor, sondern fast ein Berater, „der in väterlicher Funktion versucht, den Jungunternehmer zu unterstützen". Daher ist ein gutes Netzwerk ausschlaggebend, da man als Business Angel nicht jeden Markt, nicht jeden Kunden kennen könne. Ähnlich sieht es der Wahlkitzbühler Jürgen Popp, CEO und Founder der CaPaNi Capital AG sowie aktiver Business Angel seit 1999: „Am Anfang entwickelten Start-ups ein Produkt, der klassische Business Angel hatte ein Netzwerk, hat sich auch in die Gestaltung des Produkts, in den Vertrieb eingebracht und mitgeholfen. Heute erleben wir einen Trend, dass Business Angels immer mehr zum Portfolio-Anleger werden – sie haben nicht zwei, drei Firmen, in die sie investieren und wo sie mitarbeiten, sondern sie haben 20 Beteiligungen."

Oberrauch sucht sich seine Unternehmen gezielt aus, er steigt auch „bewusst in der Garage, in der Early-early-Stage-Phase ein. Ich versuche, dem Erfinder den bürokratischen Aufwand abzunehmen und ihn strategisch zu unterstützen, ob er in diese oder jene Richtung gehen soll." Markt, Technologie und Business-Modell, vor allem aber die Personen sind die Kriterien, nach denen er seine Start-ups auswählt, das Ergebnis reicht dann vom israelischen Ripples Coffee, das den Milchschaum eines Cappuccinos mit Bildern und Logos aus einer Kaffeelösung „bedruckt", über einen Osttiroler Softwareentwickler für Workflow-Lösungen im industriellen Inkjet-Druck bis hin zu HeaRT, einem Innsbrucker Medizintechnik-Start-up (siehe Seite 10) anbietet.

Der HeaRT-Deal wurde mit Ende März 2016 abgeschlossen, einer von zehn in den letzten drei Jahren, bei denen, so Marcus Hofer, „unser Ziel, in unserem Netzwerk nach dem Investor zu suchen, der zur Start-up-Idee bzw. zum Unternehmen passt", aufgegangen ist.

Der Business Angel Summit in Kitzbühel diene als ideale, international sichtbare Plattform für das Investorennetzwerk Tirol, dessen Betreuung seit 2015 bei der Standortagentur Tirol angesiedelt ist. „Kitzbühel haben wir bewusst gewählt und die Überlegung war richtig", sagt Marcus Hofer, „es waren viele in Kitzbühel lebende deutsche, potenzielle Investoren dabei." Mit dem ersten Summit sei er sehr zufrieden, bilanziert Hofer, die Vorbereitung für den Nachfolge-Summit im Juli 2016 sei ebenso am Laufen wie vertiefende Gespräche von Start-ups mit Investoren. Zufrieden zeigten sich auch die Tiroler Summit-Teilnehmer aus 2015, neben dem Medizintechnik-Unternehmen AFreeze, dem Robotik-Spezialisten iSys Medizintechnik, dem App-Entwickler M-Pulso und ›



Ansonsten Austragungsort sportlicher Gipfeltreffen lud Kitzbühel Anfang Juli 2015 mit dem Business Angel Summit zu einem kapitalen Gipfeltreffen. Mattro-Chef ***Alois Bauer*** *(re.) stellte in Kitzbühel seine Elektromobil-Innovationen potenziellen Business Angels vor.*

der Mattro Production GmbH war auch das IT-Unternehmen Kjero in Kitzbühel. „Es war eine wirklich gute Veranstaltung. Wir haben an unserem Unternehmen interessierte Leute kennengelernt, aus dem Interesse entstanden auch gute Gespräche", erläutert Kjero-Co-Gründer Stefan Engl. Gespräche, die weitergeführt werden. Engl: „Wir halten die Augen nach strategischen Partnern und Investoren offen – Kitzbühel war dafür der Startschuss." Auch Mattro-Chef Alois Bauer, der sich auf Elektrofahrzeuge „der etwas anderen Art" spezialisiert hat, zieht ein positives Resümee: Das AngelCatching sei „ein sehr interessantes Format mit überraschend vielen Teilnehmern" gewesen, bei der Veranstaltung „haben sich mehrere Kontakte und weiterführende Gespräche" ergeben. Eine Erfahrung, die Visalyze-Gründer Christoph Holz teilt. Der IT-Spezialist entwickelte eine Visualisierungssoftware zur qualitativen Analyse und Steuerung von Social-Media-Auftritten und präsentierte diese in der Gamsstadt. Neben zwei Kontakten zu Investoren, „an denen ich dranbleibe", habe er gute Kontakte zu einzelnen Start-ups bekommen und seinen Pitch verbessert.

„Der Business Angel Summit dient aber nicht nur als Plattform für das Investorennetzwerk Tirol, sondern auch der Start-up- und Business-Angel-Positionierung Tirols", betont Hofer einen zweiten Aspekt der Veranstaltung. Dass eine Positionierung abseits der gehypten Start-up-Standorte wie Berlin oder London durchaus Sinn mache, ist auch Jürgen Popp überzeugt, unter anderem aufgrund der soliden mittelständischen Denke am Standort, die nicht so exit-orientiert ist. Popp: „Tirol würde sich keinen Gefallen tun, wenn man um jeden Preis eine Gründerszene aus dem Boden stampft, bei der die Anzahl der Gründungen das Ausschlaggebende ist. Gut wäre es, wenn ein paar Start-ups relativ schnell einen positiven Status erreichen, die Produkte erzeugen, die auch tatsächlich gekauft oder nachgefragt werden. Das ist in meinen Augen nachhaltiger, nützt uns allen viel mehr als wenn ich gründe, gründe, gründe – und nach ein paar Jahren eine enorme Enttäuschungsrate habe, weil die Unternehmen keine kritische Masse erreichen und keine Lebensfähigkeit haben." Die Überlegungen des deutschen Business Angels werden auch durch Zahlen untermauert, belegt doch Tirol den Spitzenplatz, wenn es um das langfristige Bestehen von Jungunternehmen geht. Die Überlebensrate der Tiroler Unternehmen liegt nach drei Jahren bei 80,3 Prozent, nach fünf Jahren sind noch 70 Unternehmen von 100 aktiv.

Hintergrund

Neben der fundierten Vorbereitung stellt die Finanzierung eine der zentralen Herausforderungen in Prozess der Gründung innovationsorientierter Unternehmen dar. Um mehr innovationsorientierten Tiroler Gründungsvorhaben Zugang zu privatem Beteiligungskapital als Alternative zu Bankkrediten und öffentlichen Förderungen zu ermöglichen, führt die Standortagentur Tirol seit 2015 Tiroler GründerInnen und Start-ups mit über 80 potenziellen Kapitalgebern im Investorennetzwerk Tirol zusammen. Gleichzeitig arbeitet sie daran, noch mehr internationale Kapitalgeber für das Investorennetzwerk Tirol zu gewinnen und nützt Synergien mit dem Standortmarketing, um Tirol im In- und Ausland als attraktiven Standort für innovative Unternehmensgründungen zu positionieren.

Harald Oberrauch

Investor und Gründer Tyrolean Business Angel GmbH

Das Netzwerk ist ausschlaggebend

Im September 2014 haben Sie die Tyrolean Business Angel GmbH gegründet. Was reizt Sie an diesem Thema?

Harald Oberrauch: Business Angel hat sich sicherlich zu einem Modewort entwickelt, bei uns – in der Euregio – ist dieser Boom Neuland, in anderer Staaten wie Israel – einer klassischen Start-up-Nation – gibt es Business Angels schon seit 20 Jahren. Aber auch dort dauerte es circa zehn Jahre, um ein gewisses Volumen zusammenzubekommen. Ich selbst habe die Gesellschaft gegründet, weil ich mich professionell aufstellen wollte und nicht nebenher.

Warum ist der Firmensitz in Innsbruck?

Die Tiroler sind Tüftler, sind begeistert, etwas zu tun. Das ist also die Mentalität der Menschen, die es ja braucht, um etwas auf die Beine zu stellen. In Nordtirol ist das Umfeld von den Institutionen her z.B. mit der Standortagentur Tirol besser aufgestellt als in Südtirol. Es ist – gegenüber Italien – eine Rechtssicherheit gegeben. Die Wege sind extrem kurz, die Menschen sind motiviert. Und das Start-up-Feeling ist schon ausgeprägter als in Südtirol – dort ist noch wenig da, auch von Seiten der Institutionen. Trotzdem möchte ich hinzufügen, dass seit dem Amtsantritt von Landeshauptmann Arno Kompatscher vieles in die richtige Richtung geht und ich deshalb optimistisch in die Südtiroler Zukunft blicke.

Spielt das universitäre Umfeld eine Rolle?

Absolut. Ich habe mich auf B2B-Business, Umwelt- und Energietechnik, Software, Medizintechnik und Life Science spezialisiert. Bei den zwei letzteren ist die Universität immens wichtig, auch der Cluster Life Sciences Tirol ist sehr gut besetzt. Daher macht die Überlegung, sich hier anzusiedeln, Sinn.

Medizintechnik und Life Sciences sind zwei Bereiche, in denen Unternehmen und auch Business Angels einen sehr langen Atem benötigen.

Ich führe mit Durst, dem Hersteller für industrielle Inkjet-Drucker, und der im Automotivsektor tätigen Alupress zwei Familienunternehmen. Als Familienunternehmen bin ich es gewohnt, extrem langfristig zu denken, deswegen schrecken mich lange Projekte nicht ab. Klinische Studien dauern Minimum vier Jahre – wenn ich mit der Firma Durst einen neuen Markt aufmache, brauche ich sechs Jahre. Es ist sicher auch eine Mentalitätssache, ich bin nicht als Venture Capitalist getrieben, sondern investiere eigen verdientes Geld – den Euro drehe ich schon fünfmal um, bevor ich ihn investiere.

Worauf muss bzw. soll ein Angel Investor bei seinen Investments achten?

Auf alles ein Bisschen. Bei einem Start-up schaue ich mir den Markt an, die Technologie, das Business-Modell und die Personen, wobei diese an erster Stelle stehen. Der Markt muss passen oder ich mache einen neuen auf, die Technologie ist zu entwickeln, für mich muss auch noch kein Prototyp vorhanden sein, ich steige bewusst in der Garage, in der Early-early-Stage-Phase ein. Ich versuche, dem Erfinder den bürokratischen Aufwand abzunehmen – das weiß ein Erfinder oft nicht, ist auch nicht seine Aufgabe. Dann geht es um strategische Unterstützung, soll es in diese oder jene Richtung gehen – daher auch die Early-Stage-Phase.

Wie wichtig ist für einen Business Angel ein Netzwerk, mit dem er das Start-up unterstützt?

Extrem wichtig, der Business Angel ist kein klassischer Investor, er ist fast ein Berater, der in väterlicher Funktion versucht, den Jungunternehmer zu unterstützen. Netzwerk ist daher ausschlaggebend, ich kann ja nicht jeden Markt, nicht jeden Kunden kennen. Wichtig ist es daher, andere Business Angels in deren Spezialgebieten zu fragen. Und sich mit ihnen auszutauschen.

Daher auch Ihre Teilnahme am Investorennetzwerk Tirol?

Ja, es kann auch eine Risikominimierung sein, da man gemeinsam in ein Start-up investieren kann. Vor allem geht es aber um das Know-how, das man sich über ein Netzwerk reinholen kann.

Was ist für ein Start-up in der Business Angel-Szene wichtig?

Den richtigen Partner zu finden, ist ausschlaggebend. Daher ist das Bauchgefühl wichtig.

Das klingt wie bei einer Ehe?

Es ist eine Ehe, die natürlich auch scheitern kann, wenn man sich den falschen Partner ausgesucht hat.

Gemeinsam *statt einsam*

Ein Kontakt über den Arlberg, Microsoft nach Imst oder geteilte Messepräsenzen – die fünf Cluster der Standortagentur Tirol vernetzen heimische Kompetenzen und machen aus Tiroler Einzelkämpfern alpine Teamplayer.

„Wir waren das Glied in der Kette, das ihnen noch fehlte."

Thomas Jäger
Alpex Technologies GmbH

„Trifft ein Jäger einen anderen Jäger" ist normalerweise die Einleitung eines Witzes mit mäßigem Lacheffekt. Nicht so im Fall des Aufeinandertreffens von Thomas und Michael, bei dem der eine, nämlich Thomas, dem anderen, also Michael, erzählte, was denn in seinem Unternehmen so geplant sei. „Wir produzieren Werkzeuge für Kohlefasergewebe", sagte **Thomas Jäger**, der Geschäftsführer von Alpex Technologies, damals zu Michael Jäger, Clustermanager Mechatronik bei der Standortagentur Tirol. Was einfach klingt, es aber nicht ist. Bevor das Kohlefasergewebe im Werkzeug geformt wird, müssen die Kohlefasern geschnitten, gesteppt, drapiert und mit Binder versteift werden. „Der Prozess wurde bislang immer von der Maschinenbau-Seite betrachtet, also wie die Kohlefaser in das Werkzeug kommt, und nicht von der textilen Seite", berichtete der Alpex-Chef. Die Konsequenz sei mangelnde Qualität der Kohlefaser und ein umständliches Verfahren. „Daher konzentrieren wir uns auf das Textil", erläuterte Jäger seinem Namensvetter die Alpex-Strategie. Worauf Michael Jäger meinte, dass das an der Universität Innsbruck, genauer am Forschungsinstitut für Textilchemie und Textilphysik in Dornbirn, ein Forschungsschwerpunkt sei. Gehört habe er noch nie von dem Institut, gibt Thomas offen zu, über Michael kam er in Kontakt mit Dornbirn, Institutsleiter Thomas Bechtold schaute nach kurzer Zeit in Mils vorbei.

„Ich habe erzählt, was wir vorhaben, Bechtold war begeistert, wir seien das Glied in der Kette, das ihnen noch fehle", erinnert sich Thomas Jäger. Im April nimmt in Vorarlberg der Werkstoffwissenschaftler Tung Pham seine Arbeit als Stiftungsprofessor für Textile Verbundwerkstoffe und Technische Textilien auf und will sich auf Textilien mit Funktionalitäten wie Sensorik und Leitfähigkeit, aber auch auf textile Verbundwerkstoffe und Faserverbundwerkstoffe für die Leichtbaukonstruktion konzentrieren. Schon vor Phams Dienstantritt reichte das Textilchemie-Institut einen Antrag bei der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft FFG ein, angedacht ist ein eigenes einschlägiges Kompetenzzentrum. Zusätzlich wurde mit Alpex ein Forschungspro-

„Über den Cluster eröffneten sich wichtige Kontakte."

Karl Eigentler · *Marketingdirektor Garamanta*

jekt beantragt, aber auch wenn dies nicht zustande kommt, wird es eine Kooperation mit Dornbirn geben, ist sich Jäger sicher. Man arbeite schon viel mit Unis, vor allem mit deutschen zusammen, wenn „es aber eine Kooperationsmöglichkeit vor der Haustür gibt, sind wir die ersten, die das nutzen".

„Kooperationen werden immer wichtiger",

weiß auch Stefan Wolf, Leiter der Innovations- und Clusterservices der Standortagentur Tirol. Knapp 400 Unternehmen sind in den fünf Clustern Erneuerbare Energien, IT, Life Sciences, Mechatronik und Wellness vereint, in den fünf Handlungsfeldern Kooperieren, Qualifizieren, Informieren, Internationalisieren und Vermarkten sollen aus Einzelkämpfern Gruppensieger gemacht werden. 2003, 2004 startete das Land Tirol via Standortagentur eine Initiative, mit der extern organisierte Plattformen gefördert wurden, um unter anderem Innovationskraft in Unternehmen anzukurbeln. „Angedacht war, dass sich mit einer Anschubfinanzierung die Cluster nach drei Jahren durch Mitgliedsbeiträge selbst tragen", blickt Wolf auf die Entstehungszeit zurück. Organisatorisches Vorbild war dabei die Steiermark, in der privat geführte Cluster finanzielle Förderungen der öffentlichen Hand bekommen. Nach den ersten drei Jahren zeigte sich aber, dass dieses Modell auf Tirol nicht umgelegt werden konnte. „Da sich aber ein eindeutiger regional- und volkswirtschaftlicher Nutzen zeigte, orientierte man sich an Oberösterreich", erzählt der Standortagentur-Mitarbeiter. Vier Cluster – Wellness. Life Sciences, Erneuerbare Energien und Mechatronik, IT stieß später dazu – wurden 2006/2007 von der Standortagentur übernommen und werden von ihr betreut. Das dabei gewonnene Know-how mache sich bemerkbar, so Wolf: „Ich glaube, dass wir in Bezug auf die Branchen das größte Wissen haben, was an universitärer Forschung und Unternehmenstätigkeiten am Standort passiert." Ein Wissen, das – wie im Fall Alpex – zu potenziellen Kooperationen oder zu Vernetzung führt.

„Gerade diese Vernetzung ist ein Riesenvorteil", betont auch **Karl Eigentler,** der seit März 2015 als Marketingdirektor den innovativen Stromspeicher von Garamanta an den Kunden bringen will. Garamanta-Geschäftsführer Bruno Lanbach ist der Erfinder des Speichers, der Strom in großen Mengen über einen langen Zeitraum und fast ohne Verluste speichern kann. Zudem ist der auf einer Lithium-Polymer-Technologie basierende Speicher sicher (Eigentler: „Bei einer mechanischen Beschädigung besteht keine Explosionsgefahr und es treten keine giftigen Gase aus."), er ist extrem effizient (Entladetiefe 95 Prozent, Wirkungsgrad 96 Prozent, Selbstentladung weniger als vier Prozent im Jahr) und funktioniert bei Temperaturen von minus 20 bis plus 65 Grad.

„In den vergangenen Jahren haben wir den Speicher in einem kleinen Gewerbebetrieb und einer Almwirtschaft umfangreich getestet. In der Zwischenzeit haben wir schon Lieferverträge abgeschlossen und in Hall eine 1.000 Quadratmeter große Halle angemietet. Ab Sommer geht dort die Serienfertigung los", schildert Eigentler. Schon seit zwei Jahren kooperiert und testet man mit einem heimischen Solar-Experten, die Speicher werden in die Photovoltaik-Anlage integriert, um in der Mittagszeit produzierten überschüssigen Strom zu speichern und später abzugeben.

Über den Cluster eröffneten sich für das Unternehmen wichtige Kontakte, etwa zum Ingenieurbüro Steps, das Solarpotenzial berechnet und auswertet. Aber auch national und international konnte man via Standortagentur auf sich aufmerksam machen, so etwa im Oktober 2015 auf der Österreichischen Photovoltaik-Tagung in Schwaz oder auf der Intersolar in München. „2015 war der Stand der Standortagentur Tirol für uns noch Treffpunkt mit potenziellen Kunden, heuer stellen wir am Gemeinschaftsstand der Standortagentur – neben anderen Energiespezialisten – unsere Stromspeicher aus", wirft Eigentler einen Voraus-Blick auf die bedeutendste Messe für die Solarwirtschaft. ›

„Natürlich nutzen wir das Netzwerk, das uns der Cluster bietet."

Harald Schaber · *Direktor HAK Imst*
Claudio Landerer · *Informatik-Fachbereichsleiter HAK Imst*

Von geteilter Messepräsenz hat auch schon Montavit profitiert, erklärt **Oswald Mayr** (siehe Interview Seite 22). Auf großen Messen, wie etwa der CPHI, sei es nicht einfach, gesehen zu werden, meint der Geschäftsführer des Tiroler Pharmaunternehmens, funktionieren würde es nur über große Fläche, das sei aber sehr teuer, nicht einfach zu gestalten und daher nicht wirtschaftlich. Ein Problem, das sich nicht nur Montavit stellt – und von den einschlägigen österreichischen Clustern gemeinsam gelöst wurde.

„Die Medizin-Cluster Österreichs, in unserem Fall der Cluster Life Sciences Tirol, kooperieren im Life Science Austria Programm der aws, bei dem es um die internationale Vermarktung des österreichischen Life Sciences Standort, beispielsweise bei internationalen Messen, geht", teilt Stefan Wolf mit. Man unterstütze Tiroler Unternehmen beim Auslandsmarketing, wobei die Intensität dieser Aktivitäten von Cluster zu Cluster unterschiedlich sei, Life Sciences und Erneuerbare Energien seien internationaler orientiert, andere wie IT und Wellness eher weniger. Deren Mitglieder treffen sich dafür in regelmäßigen Abständen in Tirol, etwa beim Tiroler Wellness Kongress. Im Juni 2015 war auch zirb. Gründer **Benedikt Handler** dabei, sozusagen als „Cluster-Jungspund".

Als Handler, **Carl Simbruner** und **Nikolaus Stieldorf** ihre Idee – modern designte Raumbelüfter aus Zirbenholz – in ein konkretes Produkt umzusetzen begannen, schaute Handler auch bei der Standortagentur Tirol vorbei, um sich Hilfe und Information für potenzielle Förderungen zu holen. Beim Warten nahm er einen Flyer vom Cluster Wellness Tirol in die Hand. „Zu Wellness könnten wir irgendwie passen", dachte sich Handler und fragte nach, was denn dieser Cluster sei und so mache. Die Antwort überzeugte, Handler – „Obwohl ich eigentlich nicht so der Typ für öffentliche Strukturen bin." – fragte noch mal nach, ob man da mitmachen könne. Dem „Ja" folgte der Hinweis, dass ja bald das Cluster-Partnertreffen sei, man teilnehmen und dort auch den Raumbelüfter aus Zirbenholz präsentieren könne. „Auf dem Treffen haben wir viele Leute aus der Branche kennengelernt, konnten Kontakte knüpfen und haben gemerkt, dass das viel Potenzial hat und wir uns auch selbst einbringen wollen", denkt Handler zurück. Eingebracht haben sie sich dann im Herbst 2015 auf der FITyourBODY-Messe in Salzburg, zugegeben als Ersatzspieler, da ein anderer Tiroler Teilnehmer ausgefallen war. „Clustermanager Robert Ranzi meinte, ob wir nicht dabei sein wollen, als Gegenleistung müssten wir nur einen Vortrag halten", beschreibt Handler das Nullsummen-Spiel. Der, so Handler, eher „mäßige Messebesuch" regte dafür die Aussteller zum Informations- und Erfahrungsaustausch an. „Erstens haben wir festgestellt, dass der gehobene Wellness-Bereich für uns ein guter Markt ist. Zweitens sind daraus

Partnerschaften über Tirol hinaus entstanden, die bis heute halten.

Und drittens ist uns klar geworden, dass geruchliches Raumdesign der Kernfaktor unseres Produkts ist und nicht die Zirbe an sich", resümiert Handler über das Output der Tage in Salzburg.

Für **Harald Schaber** war es ein Tag im Mai, der einen nachhaltigen Output einbrachte. Der vom Cluster IT Tirol und der Wirtschaftskammer Tirol organsierte IT-Day ist für den Direktor der HAK Imst ein Pflichttermin. „Unsere Schule weist eine große IT-Affinität auf", charakterisiert er das „Kompetenzzentrum für Informatik" im Tiroler Oberland. „Wir führen eine IT-HAK, in Kooperation mit der HTL Imst das IT-Kolleg und den Aufbaulehrgang für Informatik sowie das Abendkolleg für Wirtschaftsinformatik." Key-Note-Sprecherin am IT-Day war unter anderem Christiane Noll, die bei Microsoft Österreich den Public Sector leitet. „In ihrem Vortrag erwähnte sie, dass Microsoft im Westen Österreichs eine Schule suche, mit der man zusammenarbeiten könne. Nach dem Vortrag bin ich zu ihr gegangen und meinte, sie müsse nicht mehr suchen, sie habe die Schule soeben gefunden", lacht Schaber. Noll meldet sich dann auch in Imst und es kommt schließlich zum persönlichen Kontakt mit Yuri Goldfuss, der im Microsoft Education Team für die Betreuung der Schulen zuständig ist. „Im Dezember war er bei uns", erinnert sich **Claudio Landerer**, der Informatik-Fachbereichsleiter an der HAK Imst. Die Oberländer konnten mit ihrem Know-how und ihrer IT-Infrastruktur überzeugen und wurden ›

Zirb: *„Geruchliches Raumdesign als Kernfaktor des Produkts."*

„Cluster-Partnertreffen zum Kontakte knüpfen und als Startschuss, sich auch selbst einzubringen."

Benedikt Handler, Nikolaus Stieldorf · *Zirb Raumlüfter*

Oswald Mayr: „Klinische Studien oder Qualitätssicherung als gemeinsame Themen im heterogenen Cluster Life Sciences Tirol."

Oswald Mayr
Geschäftsführender Gesellschafter Pharmazeutische Fabrik Montavit

sozusagen ins Microsoft-Boot geholt – und das zweifach. Seit November 2015 ist die HAK Imst Microsoft Showcase School, eine, so Schaber, „weltweite Vereinigung von rund 400 innovativen Schulen, in denen die neuesten Microsoft-Technologien im Unterricht zum Einsatz kommen und die sich untereinander über die verschiedensten Kanäle wie soziale Netzwerke, Online-Meetings, Skype-Konferenzen usw. auf globaler Ebene austauschen." Noch mehr profitieren die Imster Schülerinnen und Schüler von der Mitgliedschaft im „Microsoft Imagine Academy" Programm. Neben dem riesigen Softwareangebot, das Microsoft im Rahmen verschiedener Initiativen gratis für Schulen, Schüler und Lehrer zur Verfügung stellt, können an der HAK Imst durch diese Mitgliedschaft professionell erstellte Microsoft eLearning-Kurse – samt Videotrainings, eBooks, Quizzes, Fragenpools uvm. – für die Informatikausbildung zum Einsatz kommen.

„Ein besonderer Reiz für die Schülerinnen und Schüler sind dabei die Microsoft-Zertifizierungen, darunter besonders die MOS-Zertifikate bis zum Master-Level sowie die MTA-Zertifikate, die allesamt am Schulstandort zu sehr günstigen Konditionen abgelegt werden können, aber von Microsoft, also extern und nach internationalen Standards zusammengestellt und auch abgenommen werden. Erstens haben die Schüler damit etwas für ihren Lebenslauf und zweitens sehen sie, dass das, was in der Schule gelehrt wird, draußen in der IT-Praxis auch angewendet und gebraucht wird", nennt Claudio Landerer zwei Vorteile der Microsoft-Partnerschaft. Das „draußen in der Praxis" holen sich die Imster IT-Lehrer für ihre Schüler der IT-HAK, des IT-Kollegs und des Abendkollegs für Wirtschaftsinformatik aber auch regional. „Natürlich nutzen wir das Netzwerk, das uns der Cluster bietet", so Schaber. So kann der Schulstandort z.B. in Form von Diplomarbeiten, Praktika, Exkursionen oder Besuchen von Fachexperten auf Kooperationen mit wichtigen Betrieben verweisen, darunter Barracuda, das ARZ oder auch Swarovski. Angebote im Rahmen dieser Partnerschaften sollen die IT-Ausbildung für junge Menschen noch attraktiver machen und die Verzahnung zwischen Schule und Wirtschaft fördern. Die Schule leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Initiative „Nährboden für IT-Fachkräfte", die der Cluster IT Tirol für 2016 angesetzt hat und mit der Informations- und Kommunikationstechnologien der jungen Zielgruppe noch schmackhafter gemacht werden sollen.

Gerade diese Digitalisierung werde noch viel mehr in alle Arbeits- und Geschäftsbereiche eindringen, fasst Stefan Wolf Experten-Interviews und Workshops, die im Rahmen des Prozesses „Zukunftsbilder für den Standort" (siehe Seite 8) geführt wurden, zusammen. Die Clusterstruktur biete dazu einen

doppelten Vorteil für Tirols Unternehmen.

„Da wir direkt vor Ort sind und viel mit den Unternehmen zu tun haben, können wir gut beurteilen, in welchen Bereichen Qualifizierungsmaßnahmen notwendig sind", sagt Wolf. Erfolgreiche Beispiele wären der betriebliche Energiemanager oder die ERP-Summerschool, momentan in der Pipeline sind zwei Weiterbildungen im Industrie 4.0-

Ein wichtiges Angebot

Montavit feierte 2015 den 70. Geburtstag und hat rund 200 Mitarbeiter. Für Tirol eine beachtliche Größe, im internationalen Pharma-Vergleich ein eher kleines. Wie schafft man es, zu bestehen und auf sich aufmerksam zu machen?
Oswald Mayr: Einmal durch die Tatsache, dass wir in Nischenmärkten groß geworden sind, die nicht im Fokus eines internationalen Pharmakonzerns stehen. Das Wachsen bringt allerdings mit sich, dass man in den Wettbewerb mit Großen treten muss. Das gelingt uns im Arzneimittel- und Medizinproduktebereich – auch gegen Große. Etwa bei Inkontan, das bei Inkontinenz die Reizblase bei wenig Nebenwirkungen beruhigt. Da haben wir – in Österreich – die Marktführerschaft erreicht.

Bei internationalen Messe-Auftritten docken Sie am Stand der Life Science Austria an.
Das ist ein für uns sehr wichtiges Angebot des Clusters Life Sciences Tirol, z.B. auf der CPHI, dem größten Branchentreffen für die pharmazeutische Auftrags- und Lohnherstellung. Auf einer großen Messe ist es nicht so einfach, gesehen zu werden. Der Gemeinschaftsstand ist da eine super Lösung. Interessanterweise ist es auch standortwirksam, da man ja drei Tage gemeinsam mit anderen österreichischen Unternehmen am Stand steht. Daraus sind Kontakte und so manche Zusammenarbeit entstanden, etwa mit Langkammer aus Graz, die Zulassungen betreuen.

Inwieweit nutzen Sie Tiroler Veranstaltungen vom Cluster Life Sciences Tirol zum Kontakte knüpfen – oder kennt man sich in der Branche?
Natürlich kennt man sich, es ist aber nicht schlecht, sich immer wieder zu sehen. Die Heterogenität beim Life Science Cluster ist ja fast nicht zu überbieten, ich sage nur Biocrates, MED-EL und Montavit – bestenfalls hatten wir einen Mitarbeiter gemeinsam. Es gibt aber doch immer wieder gemeinsame Themen wie klinische Studien oder Qualitätssicherung.

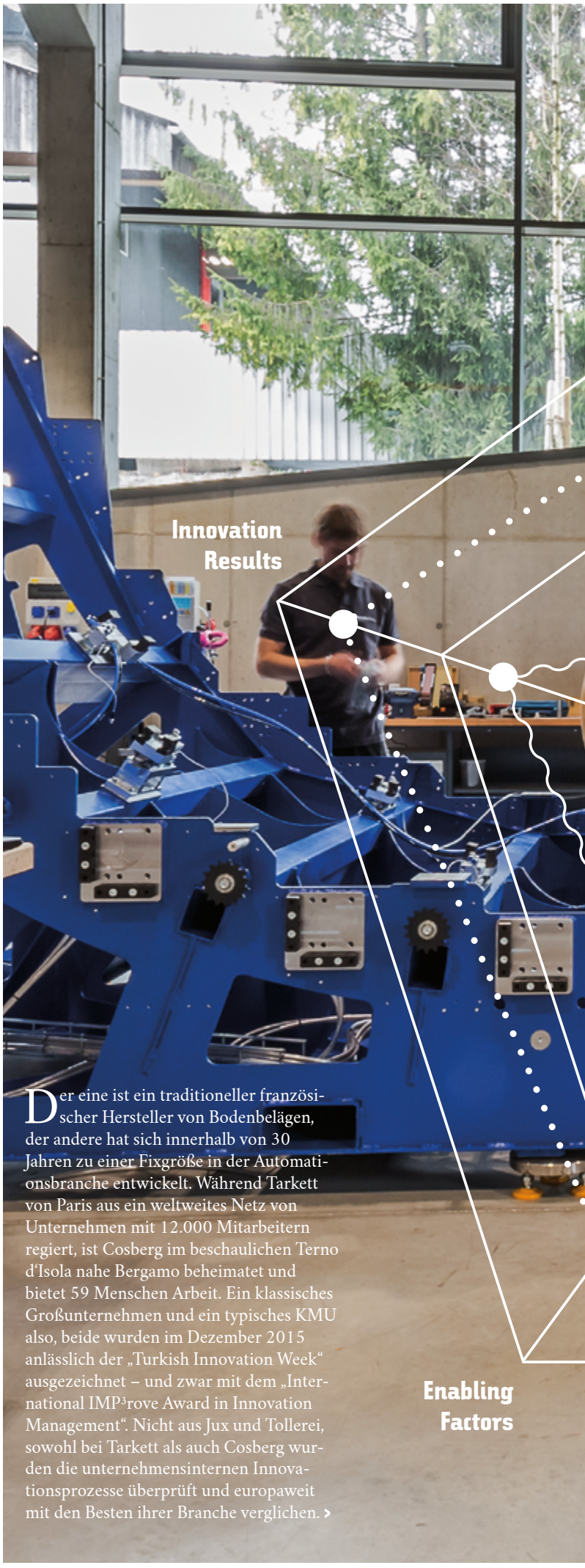
Im Jahr 2008 hatten Sie mit Johannes Galehr einen Innovationsassistenten, der die hauseigenen F&E-Projekte sowie das Innovationsmanagement vorantreiben sollte. Ist Herr Galehr noch bei Montavit?
Ja, er hat den F&E Bereich aufgebaut, das war eine gute Initialzündung. Seit er bei uns ist, wurde der Zulassungsbereich von einem auf vier, die Analytik-Entwicklung von einem auf drei und die Galenik-Entwicklung um einen Mitarbeiter hochgefahren. Zusätzlich gibt es noch eine Medizinerin und zwei Mitarbeiterinnen für klinische Forschung, die haben gerade eine große Studie fertiggestellt.

Worum geht es in der Studie?
Es war eine multizentrische, über zwei Jahre laufende Studie mit 250 Patienten zum Thema Bronchitis – und zwar in Österreich und Polen.

Mit Utipro haben Sue letztes Jahr ein neues Mittel gegen akute und wiederkehrende Blasenentzündung auf den Markt gebracht.
Ja – und es wird sehr gut angenommen. Es ist gegen die Coli-Bakterien im Darm gerichtet, die immer wieder in die Harnblase wandern und dort eine Entzündung verursachen. Man kann das mit Wirkstoffen der Cranberry oder des Hibiskus in der Blase bekämpfen oder man sorgt dafür, dass das Keimreservoir im Darm, insbesondere die pathogenen Keime betreffend, ausgedünnt wird. Diesen Weg gehen wir einerseits mit Hilfe eines Biofilms im Darm, der das Anhaften und dadurch die Vermehrung der Keime unterbindet, andererseits mit Hibiskus, der gegen die Infektion in der Blase gerichtet ist. Das sind zwei Wege ohne Antibiotikum.

Bereich. Andere wären clusterübergreifende Kooperationen, „in denen z.B. IT-ler mit Medizinern zusammenarbeiten". „Ein Beispiel, das auf unsere Initiative zurückgeht, ist die Entwicklung von Saratiba, einer innovativen Softwarelösung mit dem Anspruch, Ärzte in der Krebsbehandlung optimal zu unterstützen", konkretisiert Wolf sogenannte Cross Industry Innovation, auf die in Zukunft der Hauptfokus der Clusterarbeit gelegt werden soll. Wolf: „Wir sind mit unserer Struktur dafür sehr gut aufgestellt und österreichweit Vorbild." ¦

Hintergrund
Die Standortagentur Tirol nützt zur Verfügung stehende europäische Mittel zum Ausbau zukunftsfähiger Tiroler Branchen in sogenannten Clustern. Die in den Clustern vernetzten Partner – Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Bildungsinstitutionen und Interessensvertretungen – nutzen Synergien, um ihre Wettbewerbsfähigkeit in Kooperationen besser und effektiver zu stärken als alleine. Die jeweiligen Clustermanagements begleiten und unterstützen ihre Mitglieder dabei. Des Weiteren etablieren die Clustermanagements einen Rahmen für die ideale Entwicklung strategisch wichtiger Themen wie beispielsweise Industrie 4.0, Open Data und Geodaten oder Smart City am Standort bzw. bei den Mitgliedsunternehmen. Zahlen, Daten und Fakten zur Clusterarbeit 2015 lesen Sie auf den Seiten 46 bis 48.

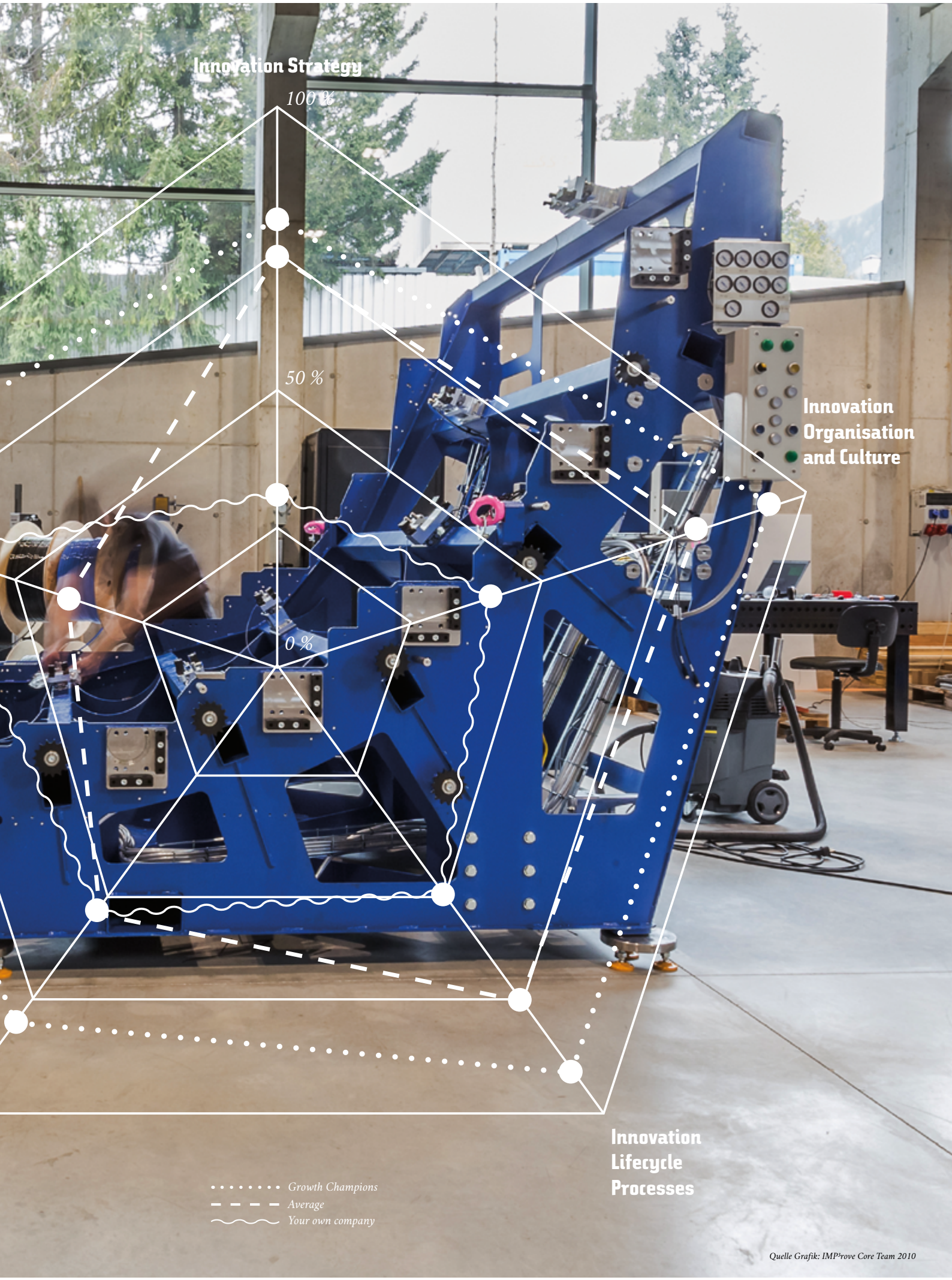


Die Leistungsfähigkeit des Innovationsmanagements von Unternehmen beurteilt IMP³rove anhand der fünf Dimensionen Innovationsstrategie, Innovationsorganisation und -kultur, Prozesse des Innovationslebenszyklus, unterstützende Faktoren sowie Innovationsergebnis. Der Vergleich erfolgt mit über 5.000 europäischen Unternehmen. Im Jahr 2015 stellte sich auch Micado den 48 Fragen zum Innovationsmanagement. In den Hallen der Osttiroler Hightech-Firma (Bildhintergrund) werden auf der neuartigen Aufspannvorrichtung „Flipper" Turbinen-Bauteile für den österreichischen Flugzeugkomponentenhersteller FACC gebaut.

Innovation am Prüfstand

IMP³rove ist ein Online-Tool, das mit 48 Fragen die Innovationsstrategie, -organisation, -kultur sowie -prozesse von Unternehmen auswertet. Mit Ergospect und Micado suchten zwei Tiroler Unternehmen die passenden Antworten dazu.

Der eine ist ein traditioneller französischer Hersteller von Bodenbelägen, der andere hat sich innerhalb von 30 Jahren zu einer Fixgröße in der Automationsbranche entwickelt. Während Tarkett von Paris aus ein weltweites Netz von Unternehmen mit 12.000 Mitarbeitern regiert, ist Cosberg im beschaulichen Terno d'Isola nahe Bergamo beheimatet und bietet 59 Menschen Arbeit. Ein klassisches Großunternehmen und ein typisches KMU also, beide wurden im Dezember 2015 anlässlich der „Turkish Innovation Week" ausgezeichnet – und zwar mit dem „International IMP³rove Award in Innovation Management". Nicht aus Jux und Tollerei, sowohl bei Tarkett als auch Cosberg wurden die unternehmensinternen Innovationsprozesse überprüft und europaweit mit den Besten ihrer Branche verglichen. ›



Quelle Grafik: IMP³rove Core Team 2010

Thomas Hugl · *Geschäftsführer Ergospect*

> *„Intern ist man oft betriebsblind."*

Über 5.000 Unternehmen, weiß Klaus Kleewein, wurden seit Bestehen des IMP³rove Assessments analysiert, mit Micado und Ergospect stellten sich im Jahr 2015 – unterstützt von der Standortagentur Tirol – zwei Tiroler Unternehmen den 48 Fragen zu Innovationsstrategie, -organisation, -kultur sowie -prozessen. „Unser Service richtet sich an innovative, international tätige und F&E-intensive KMUs, die schon mit Produkten am Markt vertreten sind und ihr Angebot um neue Produkte erweitern wollen", erklärt Kleewein, Programm Manager Enterprise Europe Network bei der Standortagentur Tirol. Im Jahr 2006 initiierte die Europäische Kommission das Projekt „IMProvement of Innovation Management Performance with sustainable IMPact", kurz IMP³rove, in der Folge entwickelte ein internationales Konsortium unter Führung von A.T. Kearney gemeinsam mit Fraunhofer-IAO das IMP³rove-Tool. Ziel war – und ist – mit einem verbesserten Innovationsmanagement der KMUs Wirtschaftswachstum und neue Arbeitsplätze zu generieren. KMUs als „Zielpublikum" wurden bewusst gewählt, bilden die 23 Millionen europäischen KMUs – mit annähernd 75 Millionen Beschäftigten – doch 99 Prozent des gesamten Unternehmensbestands. Ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor, der gegenüber großen Konzernen den Vorteil besitzt, mit kurzen Entscheidungswegen schnell und flexibel zu sein. Doch die geringe Größe der KMUs birgt auch Gefahren, etwa, dass Innovationsprozesse zu wenig strukturiert sind oder dass Innovationsvorhaben eben so angegangen werden, wie sie immer angegangen wurden.

„Intern ist man oft betriebsblind, sieht vieles nicht mehr", gibt Thomas Hugl, Geschäftsführer von Ergospect, zu. Das 2008 gegründete Innsbrucker Unternehmen entwickelt Magnetresonanz (MRT) kompatible Belastungsgeräte, mit denen im MRT Stoffwechselerkrankungen in der Unterschenkel-, Oberschenkel- und Gesäßmuskulatur, aber auch koronare Herzerkrankungen diagnostiziert werden können. Hugl: „Im Laufe der Jahre besteht dann schon die Notwendigkeit, sich die Firma von einem kompetenten Externen anschauen zu lassen." „Anschauen" ließ sich auch die Hightech-Firma Micado. „Micado hat den Anspruch, mit allem was wir tun, Innovationsführer zu sein, auch weil wir in unserem Tätigkeitsbereich nur mit Innovation punkten können. Daher war dieses neue Service der Standortagentur für uns interessant, weil wir der Ansicht sind, dass man nie auslernt und auch immer irgendwo Baustellen hat", sagt Christian Falch, Head of Business Development bei Micado. Bei der Gründung 1998 war das Unternehmen ein reines technisches Konstruktionsbüro, spezialisiert auf Dienstleistungen im Bereich Maschinen- und Vorrichtungsbau. Mittlerweile hat sich der 25-Mann-Betrieb zum Full-Service-Dienstleister in Sachen Mechatronik entwickelt, der sich vor allem im Bau von Fertigungsmitteln für Faserverbundbauteile speziell für die Automobil- und Luftfahrtindustrie einen Namen gemacht hat.

Bedenken, sich bei IMP³rove zu weit zu öffnen und zu viel über das Unternehmen preiszugeben, habe man nicht gehabt, meint Falch, eher, dass man als sehr projektorientiertes Unternehmen dem Fragenkatalog nicht gerecht werden würde und dieser nicht so richtig aufs Unternehmen umgelegt werden könnte. „Strategiesitzungen haben wir regelmäßig, zum Thema Innovation aber nicht. Daher war es interessant, sich damit auseinanderzusetzen", so Falch. „Auseinandersetzen" deshalb, da es das Prinzip von Klaus Kleewein und dessen Kollegen ist, nicht den Geschäftsführer allein, „sondern auch seine rechte oder linke Hand dabei zu haben". Die 48 online zu beantwortenden Fragen sind ein Leitfaden für die circa dreistündigen Assessments, die zu Diskussionen führen sollen – und auch führen. „Das ist in unseren Augen fast das Wichtigste", hält Kleewein fest.

> *„Ideen organisiert umsetzen."*

Edwin Meindl · *Geschäftsführer Micado*

Aus den Antworten wird ein Bericht generiert, der einen Vergleich zu den schon befragten Unternehmen – zum Durchschnitt und zu den „Wachstumschampions" – zieht. „Man kann sich mit Unternehmen im DACH-Raum, in Europa oder weltweit vergleichen, mit allen Unternehmen oder nur mit den einschlägigen Mitbewerbern. Das Ergebnis wird dann wieder mit dem Unternehmen besprochen", erläutert der Mitarbeiter der Standortagentur Tirol. Gerade dieser Vergleich sei interessant gewesen, betont Falch, er zeige, wo man die Hebel ansetzen sollte. Auch Thomas Hugl bewertet den internationalen Vergleich als etwas sehr Positives, schön sei vor allem die Bestätigung, „nicht so schlecht unterwegs zu sein".

Aber auch aufgezeigte Mankos sehen Hugl und Falch als Bereicherung. „Oft hat man ja ein Gefühl, dass man an dieser oder jener Stelle etwas schleifen lässt. Jetzt haben wir es in Zahlen gefasst", sagt der Micado-Mitarbeiter. „Es wird aufgezeigt, um was man sich vielleicht intensiver kümmern soll", pflichtet ihm Hugl bei. Im Fall von Ergospect sei das die mögliche Erweiterung der eigenen Patente oder etwa das Kundenfeedback: „Wir arbeiten an einem kurzen und knappen Onlinefragebogen, einmal nach Bestellung und Auslieferung unserer Geräte, einmal ein Jahr danach, um zu wissen, wie es läuft, ob es wissenschaftlichen Output gibt." Bei Micado wiederum war es die organisierte Umsetzung von Ideen: Angesichts der IMP³rove-Ergebnisse wurde ein Stage-Gate-Prozess implementiert, um sowohl in der Produktentwicklung als auch im Vertrieb strukturierter an neue Problemstellungen heranzugehen. Denn schließlich will ja das Unternehmen aus Oberlienz in allem, was es tut, Innovationsführer sein. ¦

Hintergrund

Als Partner des Enterprise Europe Network (EEN) unterstützt die Standortagentur Tirol seit 2011 alle Tiroler und Vorarlberger Unternehmen sowie Forschungseinrichtungen bei der Suche nach europäischen Technologiepartnern zum Beispiel für Produktions- und Herstellungsabkommen, Lizenzvereinbarungen, Joint Ventures oder gemeinsame Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Kernstück des Services ist die EEN-Technologiedatenbank, die einen umfassenden Überblick über neueste Technologien und aktuelle Entwicklungen aus Forschung und Industrie aus 54 Ländern weltweit gibt. Die EEN-Experten in der Standortagentur Tirol beraten Tiroler Unternehmen darüber hinaus zu relevanten EU-Förderprogrammen wie das KMU-Instrument sowie auf Basis des europaweit etablierten Systems IMP³rove zu den Innovationsstrategien der Unternehmen.

Eine einmalige Chance

Im Rahmen eines FEI-Projekts des Landes Tirol suchen die zwei Innsbrucker Unternehmen nach Pipelines, um aus riesigen Datenmengen effizient realitätsnahe 3D-Modelle zu visualisieren. >

Für ein Filmprojekt war das ARTFABRIK-Team im Herbst 2015 in Tunesien, um die antike Römerstadt Thugga (seit 1997 UNESCO-Weltkulturerbe, Bild links) für ein „digital environment" zu scannen. Mit einer Kombination aus Punktwolken und hochauflösenden Fotos lassen die 3D-Spezailisten nun Thugga virtuell wiedererstehen (Bild rechts). Ihre Arbeit sehen Hosp und Stickler auch als kultur-historischen Beitrag: „Es wird immer wichtiger, unser kulturelles Erbe so detailgetrau zu konservieren, dass man auch noch forschen kann, wenn die Stätten zerstört sind, wie etwa in Palmyra, wo der IS Bauwerke gesprengt hat."

Im Prinzip ist ein 3D-Laserscanner ein Punktelieferant – Millionen, innerhalb kürzester Zeit durchgeführter, Einzelmessungen ergeben eine Punktwolke als digitalen Abdruck der Realität. Nur: „Die Punktwolke ist dumm, die Punkte kennen ihren Nachbarn nicht", erklärt Nikolaus Stickler die Tatsache, dass ein Laserscan nicht sofort ein fertiges 3D-Modell ergibt. Die Auswertung, vor allem wenn das Ergebnis visuell der Realität gleichen soll, ist (arbeits)technisch aufwändig. „Für 3D-Filme bzw. 3D-Spiele arbeiteten hunderte Menschen mehrere Monate bis Jahre", beschreibt Matthias Hosp, Geschäftsführer der Innsbrucker Medienagentur ARTFABRIK, die Dimension.

Seit mehr als zehn Jahren beschäftigt sich das ARTFABRIK-Team mit Visualisierungen und Animationen, Sticklers Software-Unternehmen living liquid hat sich auf Entwicklung und Implementierung von interaktiven 3D-Softwaresystemen spezialisiert „und vor drei Jahren haben wir uns kennengelernt und festgestellt, dass wir uns unglaublich gut ergänzen", meint Stickler. Gemeinsam mit living liquid will Hosp nun Möglichkeiten finden, die Umsetzung in 3D-Modelle effizient zu gestalten, da man für viel zu kleine Budgets enorme Aufwände gehabt habe. Oder wie es Stickler formuliert: „Wir wollen automatisierte oder semi-automatisierte Verfahren entwickeln, die aus der originären Punktwolke descriptive 3D-Geometrie und damit ein superintelligentes Umfeld machen." Unterstützt wird das Vorhaben durch das zweijährige, vom Land Tirol geförderte Projekt „Reality Capture – The Development of Virtual Doubles and Digital Sets". „Ich habe anfangs", gibt Hosp zu, „gar nicht realisiert, was für eine einmalige Chance diese Förderung ist, neben unserem Tagesgeschäft Dinge weiter zu entwickeln."

Vor mehr als zwei Jahren sei Matthias Hosp an ihn herangetreten, erinnert sich Johannes Rohm, in dessen Zuständigkeit bei der Standortagentur Tirol der Bereich Unternehmensförderung und somit auch die Beratung über diverse Förderprogramme fällt. „Meistens kommen die Unternehmen mit ihren Ideen zu uns, unsere Aufgabe ist dann die Einstufung des Projekts und die Suche nach der entsprechenden Fördermöglichkeit", sagt Rohm. Ob regionale oder nationale Schiene, ob Einzel- oder Kooperationsprojekt, ob aus der Programmlinie „Initiativprojekt", „Forschung, Entwicklung, Innovation (FEI)", „K-Regio" oder COMET, dem Kompetenzzentrenprogramm des Bundes – so wie laut Rohm kein Projekt wie das andere ist, so unterschiedlich sind auch die Programme. Kommt ein Kooperationsprojekt in Frage, helfe man Unternehmen z.B. auch bei der Suche nach den richtigen Partnern, was, so Rohm, im Fall von ARTFABRIK und living liquid nicht notwendig war, da diese schon zusammengearbeitet hatten. Seine – kostenlose – Aufgabe sieht er als Türöffner, der Unternehmen vorbereitet, ›

schaut, ob sie sich mit der Förderwelt auskennen oder nicht, „durch die Tür gehen müssen sie aber selbst." Im Fall von ARTFABRIK und living liquid sei es vom ersten Treffen bis zum fertigen Antrag ein relativ langer Prozess gewesen. Johannes Rohm: „Für die Konzeption und Formulierung eines Antrags braucht es Zeit und Ressourcen. Wir geben unsere Erfahrungen direkt an die Antragsteller weiter. Alle offenen Fragen werden im Vorfeld geklärt, das erleichtert die Arbeit am Förderantrag." Matthias Hosp räumt ein, dass bei ihm zunächst das Tagesgeschäft dazwischengekommen sei. Doch dann habe er es gemacht wie bei seiner Diplomarbeit: „Ich habe mich weggesperrt und den Antrag durchgezogen."

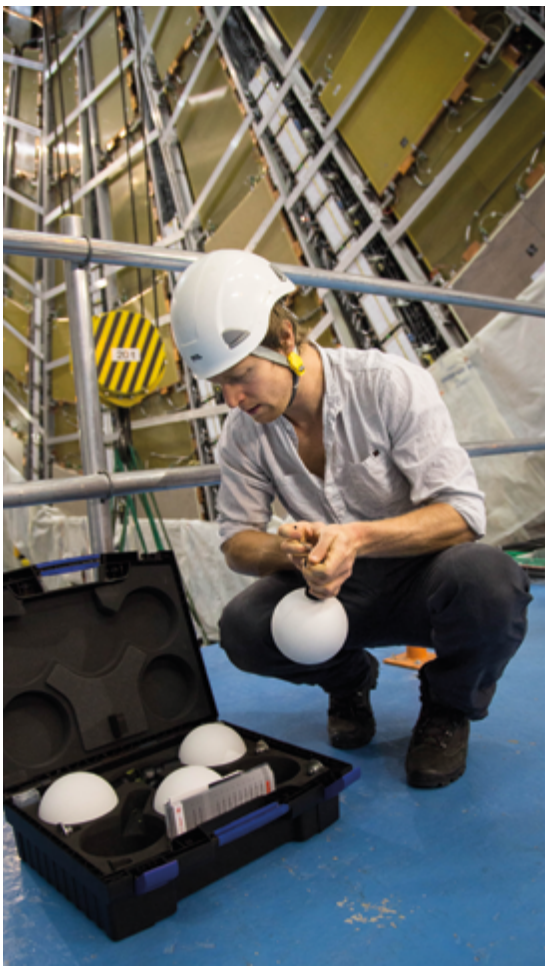
Seit Sommer 2015 läuft das Projekt, seit März hat man einen eigenen Spezialisten für „Visual Programming" angestellt, der den inhaltlichen Teil vorantreiben soll. „Wir arbeiten derzeit an Möglichkeiten, aus Punkten Flächenmodelle zu generieren, die Anwendungsgebiete dafür sind vielseitig", so Hosp. Fehlte anfangs noch die Bereitschaft der Kunden, hat 3D inzwischen in fast jeder Branche Fuß gefasst. Man habe, lacht Stickler, fast ein Luxusproblem, der Bedarf an 3D-Geometrien steige stark an, und zwar über alle Branchen hinweg, sei es für virtuelle Fitting Rooms für Designer, Biometrie, Forensik, Fassadenprojektionen, digitale Film- und Werbesets, Architekturvisualisierung und Archäologie. Wobei letztere dem Team ein besonderes Anliegen ist. Für ein Filmprojekt war das ARTFABRIK-Team vor im Herbst 2015 in Tunesien, um die antike Römerstadt Thugga (seit 1997 UNESCO-Weltkulturerbe) für ein „digital environment" zu scannen. Mit einer Kombination aus Punktwolken und hochauflösenden Fotos lassen die 3D-Spezialisten nun Thugga virtuell wiedererstehen. Ihre Arbeit sehen Hosp und Stickler auch als kulturhistorischen Beitrag: „Es wird immer wichtiger, unser kulturelles Erbe so detailgetrau zu konservieren, dass man auch noch forschen kann, wenn die Stätten zerstört sind, wie etwa in Palmyra, wo der IS Bauwerke gesprengt hat."

Die dabei anfallenden Datenmengen sind aber derart groß, dass sie, so Stickler, mit der derzeitigen Hardware modular zerlegt, prozessiert und dann wieder zusammengesetzt werden müssen. Vor allem mit der Kompetenz, Texturen genau zu verorten können, habe man in der Branche auf sich aufmerksam gemacht. Die dabei angewandten Methoden und Verfahren gilt es nun in dem FEI-Projekt zu verfeinern. Zwei Jahre Zeit bleibt dem engagierten Team, die Projektkosten belaufen sich auf 350.000 Euro, „40 Prozent davon", erklärt Johannes Rohm, „werden gefördert. Das ist die maximale Fördersumme." Die genaue Kostenaufstellung, der exakte Finanzierungsplan sei das Know-how der Standortagentur. Und für den Antrag gäbe es viele Tipps, „da der Blickwinkel eines inhaltlich nicht involvierten Beraters helfen kann, präziser zu formulieren und das Wesentliche des Projekts auf den Punkt zu bringen." Matthias Hosp und Nikolaus Stickler jedenfalls sind ob der „professionellen Art und Weise der Beratung" und des „tollen Programms" begeistert darüber, „dass uns das Land Tirol und die Standortagentur Tirol so geholfen haben". Eine Begeisterung, die man bei Hosp und Stickler auch für das eigene Projekt jederzeit spürt und von der sich auch Förderberater Johannes Rohm hat anstecken lassen: „Wenn ich sehe, dass das eine tolle Sache ist, will auch ich, dass aus dem Antrag etwas wird." ¦

Hintergrund

Die Standortagentur Tirol berät und begleitet Tiroler Unternehmen und Forschungseinrichtungen bzw. Konsortien von Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft kostenlos beim Einwerben von Technologieförderungen bei Land, Bund und EU. Das Service reicht vom Einschätzen der Förderbarkeit von Innovationsvorhaben und das Empfehlen des geeigneten Programms über das Unterstützen beim Erstellen von Förderanträgen und bei der wirtschaftlichen Projektplanung bis hin zum Herstellen von Kontakten zu Know-how-Trägern an den Tiroler Forschungseinrichtungen oder spezialisierten Wirtschaftspartnern.

Im Auftrag des ATLAS Experiments nahm das ARTFABRIK-TEAM den Teilchendedektor ATLAS im Kernforschungszentrum CERN unter die Lupe bzw. den Scan. Im November 2014 konnte ein „Schlupfloch" – das internationale Forschungsprojekt machte eine kurze Pause – genutzt werden. „Unsere Aufgabe umfasste hochauflösende Fotografien, spezielle Zeitrafferaufnahmen und die Erstellung einer Punktwolke des Myonen-Spektrometers", erzählt Matthias Hosp.



Ein schwarzer Edelstein

Der US-amerikanische Kletter-, Berg- und Skisport-Experte Black Diamond Equipment verlegt sein europäisches Headquarter mit über 35 Mitarbeitern von Basel nach Innsbruck.

Zwischen Innsbruck und Salt Lake City liegen 8.740 Kilometer sowie 38 bzw. 26 Jahre – und doch viele Gemeinsamkeiten. Olympiastädte diesseits und jenseits des Atlantiks und der Jahrtausendwende, beide umrahmt von prächtigen Gebirgsketten, beide in unmittelbarer Nähe großer Skigebiete – und seit heuer beide Sitz von Black Diamond, verlegte doch der US-amerikanische Kletter-, Berg- und Skisport-Experte sein europäisches Hauptquartier von der Schweiz in die Tiroler Landeshauptstadt. „Wir wollten für unsere europäische Zentrale eine ähnliche Kulisse haben und in Innsbruck finden sich nicht nur die Berge, sondern auch die entsprechende Infrastruktur", begründet Tim Bantle, Managing Director von Black Diamond Europe, den Grenzübertritt von der Schweiz nach Österreich, wo nun ein neues Kapitel der Black-Diamond-Geschichte aufgeschlagen wird.

1957 war es, als der 18-jährige Yvon Chouinard Hammer und Amboss kaufte, um handgeformte wiederverwendbare Haken aus hartem Eisen herzustellen. Mit dem Verkauf seiner selbstgemachten Kletterutensilien finanzierte er sich Kletter-Trips im Yosemite Nationalpark, wo er sich zu einem der Protagonisten des Bigwall-Kletterns entwickelte. Auch die Produktion seiner Kletter-Hardware entwickelte sich ständig weiter, seine intelligent designten Produkte wie etwa der Chouinard-Karabiner fanden reißenden Absatz, was schließlich, 1964, zur Gründung seines Unternehmens Chouinard Equipment führte. Schon 1970 war Chouinard Equipment führender Kletterspezialist in den USA, zwei Jahre später veränderte ein Artikel im Unternehmenskatalog den Klettersport für immer. Ein neues Konzept aus England propagierte „sauberes Klettern" mit einer klaren Botschaft: Schützt den Fels durch die Verwendung von „sauberen" Sicherungen. Mit Hexentrics und Klemmkeilen hatte Chouinard diese sauberen Lösungen im Programm. Weniger im Programm hatte Yvon Chouinard die komplizierte amerikanische Rechtsprechung, fehlende Warnhinweise auf einigen Produkten führten 1989 zum Konkurs der Bergsteigerausrüstungsfirma. Unter der Führung von Peter Metcalf erwarben Mitarbeiter, Freunde und Kunden von Chouinard Equipment deren Restposten und gründeten damit in Salt Lake City ein neues Unternehmen – Black Diamond.

„Wir wollen uns verstärkt auf unsere Kernkompetenz als führender Hersteller für Kletterausrüstung konzentrieren und dabei namentlich die wachsende Zielgruppe der Hallenkletterer in den Blick nehmen", sagt Bantle. Das geplante Kletterzentrum am ehemaligen WUB-Areal in Innsbruck stand daher ebenso wie Kletterhallen und die Sport-Forschungseinrichtungen der Uni Innsbruck am Besichtigungsprogramm, das die Standortagentur Tirol im Oktober 2015 der Führungscrew von Black Diamond Europe bot. „Ich glaube, dass die Geschichte, die wir über den Standort erzählen konnten, ausschlaggebend für die Entscheidung war", blickt Harald Gohm, Geschäftsführer der Standortagentur Tirol, zurück. Aber auch zusätzliche Services wie Unterstützung bei der Standortsuche, Beratung zu Innovations- und Forschungsförderung oder die Informationen für übersiedelnde Mitarbeiter rund um Themen wie ›

Der US-amerikanische Kletter-, Berg- und Skisport-Experte Black Diamond verlegte sein europäisches Hauptquartier nach Tirol. „In Innsbruck finden sich nicht nur die Berge, sondern auch die entsprechende Infrastruktur", begründet ***Tim Bantle****, Managing Director von Black Diamond Europe, die Standortwahl. (Foto: Fredriksson/Black Diamond Equipment)*

*Auch die prächtige Kulisse der Nordkette überzeugte Black Diamond. (v.li. Standortagentur Tirol-Geschäftsführer **Harald Gohm**, **Tim Bantle** von Black Diamond und Tirols Wirtschaftslandesrätin **Patrizia Zoller-Frischauf**)*

Wohnen oder Aufenthalts- und Arbeitsrecht waren in dem „Beratungspaket" enthalten. Die Präsentation auf der Nordkette war von spektakulärem herbstlichen Bergwetter begleitet, das habe vielleicht, lacht Gohm, auch geholfen, sich gegen andere Länder wie Großbritannien, Norwegen, Schweden, Deutschland oder – innerösterreichisch – die Steiermark oder Salzburg durchzusetzen. Dass das Umfeld des Standorts wichtig für die Entscheidung war, betont auch Bantle: „Innsbruck liegt nahe an unseren größten Absatzmärkten und bietet ein attraktives Umfeld von verschiedenen Berg- und Action-Sport Marken, deren Büros in der Region angesiedelt sind. Innsbruck ist außerdem eine international bekannte Bergsportdestination und gleichzeitig lebendige Universitätsstadt, die unseren Mitarbeitern erstklassige Klettergebiete und Zugang zum Backcountry bietet."

Mehr als 25 Jahre nach dem Buy-Out durch Metcalf ist Black Diamond heute mit über 500 Mitarbeitern auf drei Kontinenten vertreten, der reine Kletterspezialist hat längst – auch durch Übernahmen anderer Unternehmen – sein Portfolio um Berg- und Skisport erweitert, alles dreht sich um Fels, Eis und Schnee. 1996 betrat das Unternehmen erstmals europäischen Boden, der erste Mitarbeiter war Schweizer, begann in seinem Haus in Basel, wo folglich das europäische Headquarter entstand. Aber auch in Österreich bauten die Amerikaner wichtige Infrastrukturen auf: PIEPS, eine Schwestermarke und Sub-Holding der BD Inc. hat ihren Firmensitz in Lebring nahe Graz, Teile des DSS/Warranty Teams von Black Diamond arbeiten von Salzburg aus. Ein Partner-Hersteller produziert Ski für die Firma in der Region. Ein Nachteil der Schweiz wurde für Black Diamond aber immer größer – der Franken.

„Unsere Einnahmen sind in Euro, die Ausgaben jedoch in Franken", bringt Bantle das Währungsproblem knackig auf den Punkt, das schlussendlich die Amerikaner in den Euro-Raum führte. In Innsbruck plant man ein neues Büro für mehr als 35 Mitarbeiter in den Bereichen Sales, Marketing, Customer-Service, Operations und Finance. Verstärkt im Auge hat man das große Potenzial des europäischen Markts, der Schwerpunkt für Black Diamond Europe soll in den kommenden Jahren auf einer Erhöhung der Markenpräsenz sowie der Steigerung von Marktanteilen in den wichtigsten Geschäftsfeldern liegen. Außerdem will man die erfolgreiche Produktkategorie Stirnlampen weiterentwickeln, zudem stark in die Bereiche Bekleidung, Ski und Snow Safety investieren.
„Wir bauen die Schweiz seit 2013 neben Deutschland und Italien als drittwichtigsten Herkunftsmarkt für Betriebsansiedlungen auf", verweist Gohm auf die aktive – und erfolgreiche – Arbeit in der Eidgenossenschaft. Schon 2012 wechselte der Freeski Spezialist Armada von der Schweiz nach Innsbruck. Bei der Standortagentur Tirol setzt man nun auf die Vorbildwirkung von Black Diamond, vor allem für weitere Auslandsunternehmen, die im Tiroler Kompetenzfeld alpine Technologien aktiv sind. ¦

Hintergrund

Die Standortagentur Tirol begleitet Unternehmen aus dem In- und Ausland bei allen Aspekten einer Ansiedlung oder Betriebserweiterung. Dabei arbeitet sie eng mit Tiroler Gemeinden, der österreichischen Ansiedlungsagentur ABA - Invest in Austria sowie den zuständigen Dienststellen im Amt der Tiroler Landesregierung oder der Wirtschaftskammer Tirol zusammen. Die wichtigsten Herkunftsländer bei Ansiedlungen aus dem Ausland sind bis dato Deutschland und Italien. Die Option einer engen Vernetzung mit und kurzen Wegen zu Forschungseinrichtungen oder spezialisierten Betrieben in bestehenden Clustern wird für Ansiedlungsinteressierte zu einem immer wesentlicheren Entscheidungsfaktor.

*Neues Online-Portal **tirol.info** hat Tirol und all seine Chancen für Unternehmen, Investoren und Fachkräfte fest im Blick.*

Tirol und seine Wirtschaft sind mehr als Fakten und Zahlen, sind mehr als rund 40.000 Unternehmen, die ein Bruttoregionalprodukt von 29 Milliarden Euro erzielen und jährlich Waren im Wert von über elf Milliarden Euro exportieren. Hinter diesen und vielen anderen Zahlen stehen Menschen, die mit ihrem Know-how für Innovation und starke wirtschaftliche Auftritte sorgen. Diese Leistungen darzustellen, ist Anliegen und Aufgabe des relaunchten Webportals www.tirol.info. Mit der erweiterten Website im neuen Online-CD der Marke Tirol präsentiert die Standortagentur Tirol das Land von seiner wirtschaftlichen sowie innovativen Seite, aber auch die zahlreichen Möglichkeiten am Standort und den besonderen Charakter von Land und Leuten. Ein Charakter, der Höchstleistungen in zahlreichen Fächern ermöglicht. Im Sport ebenso wie in der Wirtschaft und Wissenschaft.

„In den aktuellen Prozess hat sich die Bevölkerung toll integriert und immer wieder an den Veranstaltungen teilgenommen."

Auf breiter Basis

Mit dem Marktanger und dem Bahnhofsareal eröffnen sich mitten im Haller Stadtgebiet Räume für neue Nutzungsmöglichkeiten. Gemeinsam mit der Standortagentur Tirol Management GmbH, dem Büro BAD architects und der Beratungsfirma CIMA organisierten die Stadt und das Stadtmarketing Hall einen Quartierentwicklungsprozess mit intensiver Bürgerbeteiligung. Im Interview berichtet Bürgermeisterin Eva Maria Posch, wohin die Reise gehen könnte.

Die Stadt Hall hat einen Quartierentwicklungsprozess eingeleitet, der sich mit dem Bahnhofsareal und dem Marktanger beschäftigt. Warum ergibt sich in den zwei Arealen überhaupt Spielraum für eine neue Nutzung?
Eva Maria Posch: Am Marktanger werden Kubaturen und Räume frei, da wir die dortigen Schulen, nämlich die Neue Mittelschule Europa und das Sonderpädagogische Zentrum „Schule am Rosenhof", in das neue Schulzentrum übersiedeln wollen. Diese sollen optimal genutzt werden und zwar in der Weise, dass das besondere Angebot in unserer Altstadt adäquat ergänzt wird. Möglichkeiten der Nutzung gibt es viele, um herauszufinden, welche Variante für die Stadt, die Stadtentwicklung und somit für die Bevölkerung die fruchtbarste ist, haben wir einen Stadtentwicklungsprozess auf ganz breiter Basis gestartet.

Und beim Bahnhofsareal?
Da geht es um das Gelände von der Saline bis zum Bahnhof, das ist ein mittel- bis langfristiges Thema. Die Stadtgemeinde und die Stadtwerke verfügen dort über umfangreichen Liegenschaftsbesitz, es gibt aber auch privaten. Zu überlegen ist, wie dieses Areal in fernerer Zukunft gestaltet werden soll, konkret geht es uns darum, die Verbindung zwischen Bahnhof, der demnächst barrierefrei umgebaut werden soll, und Altstadt, wo 2.000 Menschen leben, zu intensivieren.

Warum wird auf diese Verbindung Wert gelegt?
Der Bahnhof Hall war ja lange Zeit hauptsächlich ein Güterbahnhof, durch den viertelstündlichen S-Bahn-Takt hat er in den letzten Jahren deutlich für den Personenverkehr an Attraktivität gewonnen – was wir zusätzlich unterstützen möchten. Verlässt man das Bahnhofsgebäude, ist die Orientierung schwierig, der Weg zur Stadt ist nicht leicht zu finden. Dieser Weg soll attraktiver werden, er ist derzeit eigentlich nicht ausgebildet. Bei dieser Gelegenheit geht es auch darum, wie dieses Areal in Zukunft genutzt werden kann, wie befruchtende Maßnahmen für den Standort Hall dort umgesetzt werden können. ›

Wie lief der Entwicklungsprozess ab?
In dem Prozess wurden vorerst die Grundlagen aufbereitet, um welche Flächen es eigentlich geht, wem sie gehören, wie die derzeitige Nutzung ist, wo etwas frei wird etc. Das wurde von unseren Partnern ermittelt – in engstem Zusammenwirken mit der Stadt. Eingeladen, Ideen einzubringen, waren in Workshops die Bevölkerung, aber auch die Mitglieder des Gemeinderats.

Wie hat sich die Bevölkerung engagiert?
Vor drei Jahren gab es schon den Partizipationsprozess, eine allgemeine Ideenfindung über die Zukunft der Stadt. Aus diesem Prozess konnte man schon einiges ablesen, was die Bevölkerung will. Auch in den aktuellen Prozess hat sich die Bevölkerung toll integriert und immer wieder an den Veranstaltungen teilgenommen, etwa beim Haller Nightseeing. Die Ideeneinbringung war immer möglich und offen, beim Nightseeing waren alle Fachleute, die beim Prozess mitmachen, anwesend. Sie sind der Bevölkerung zur Verfügung gestanden, um deren Vorschläge und Anregungen gut diskutieren zu können – und zwar von Mittag bis Mitternacht.

Das waren nicht wenige Stunden …
Ja, aber diese Möglichkeiten waren mir besonders wichtig, weil ich möchte, dass jede Idee, die eingebracht wird, ernsthaft bearbeitet wird. Die Entscheidung, welche Ideen umgesetzt werden, ist ohnehin eine politische. Wichtig ist mir, dass diese Entscheidung auf Basis einer fachlichen Begutachtung und Auseinandersetzung mit den Vorschlägen erfolgt.

Der Entwicklungsprozess wurde von Seiten Halls mit der Standortagentur Tirol Management GmbH, der Beratungsfirma CIMA und dem Architekturbüro BAD architects durchgeführt. Warum die Zusammenarbeit mit diesen drei Partnern?
Die Standortagentur verfügt über ein breites Spektrum an Fachleuten, die man für so einen Prozess, für Erhebungen und Beurteilungen benötigt. Wir haben viele Experten im Haus, für solche Prozesse ist es aber mehr als angenehm, externe Experten heranziehen zu können. Ebenso ist die architektonische Expertise für das Projekt wichtig. Und mit dem Beratungsunternehmen CIMA besteht schon eine lange Partnerschaft, schon vor Jahren wurden sie zu Rate gezogen in Bezug auf die Handelsstadt Hall.

Kann man schon Tendenzen ablesen, wohin die Reise gehen soll?
In der Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger haben wir uns sehr auf das Areal Marktanger konzentriert, auch weil absehbar ist, wann es neu zu gestalten ist. Und ohne vorgreifen zu wollen – das besondere Interesse liegt darin, dass das spezielle kleinteilige Angebot der Altstadt auch hier Platz finden soll, es soll keine großen Einheiten geben. Die Altstadtstruktur mit ihren kleinen Handels- und Dienstleistungseinheiten soll hier fortgesetzt werden, genannt wurde etwa das Lebensmittelangebot, das Stichwort Marktplatz als Treffpunktmöglichkeit kam immer wieder.

Wohnmöglichkeiten sind nicht angedacht?
Vorgeschlagen wurde es natürlich, es ist aber nicht das vorrangige Thema. Ein wertvoller Ansatz waren barrierefrei zugängliche Möglichkeiten für Ärzte und Therapeuten, was ja in unserer historischen Altstadt teilweise schwierig sind.

Bei der Neuen Mittelschule handelt es sich ja um ein Gebäude mit historischem Wert, ist es doch mit dem Kaiser-Maximilian-Fresko von Max Weiler geschmückt. Wie will man damit umgehen?
Das ist alles noch offen. Aus meiner Sicht wäre es wünschenswert, wenn man diese historischen Gebäude belassen könnte.

Gibt es einen Zeitplan für den Prozess?
Wir werden uns dies in der nun neuen Gemeinderatsperiode zum Thema machen und einen Fahrplan überlegen. Das Schulzentrum soll 2019/20 in Betrieb gehen, für den Marktanger sollte man daher in ein, zwei Jahren wissen, wohin die Reise geht. ¦

Hintergrund

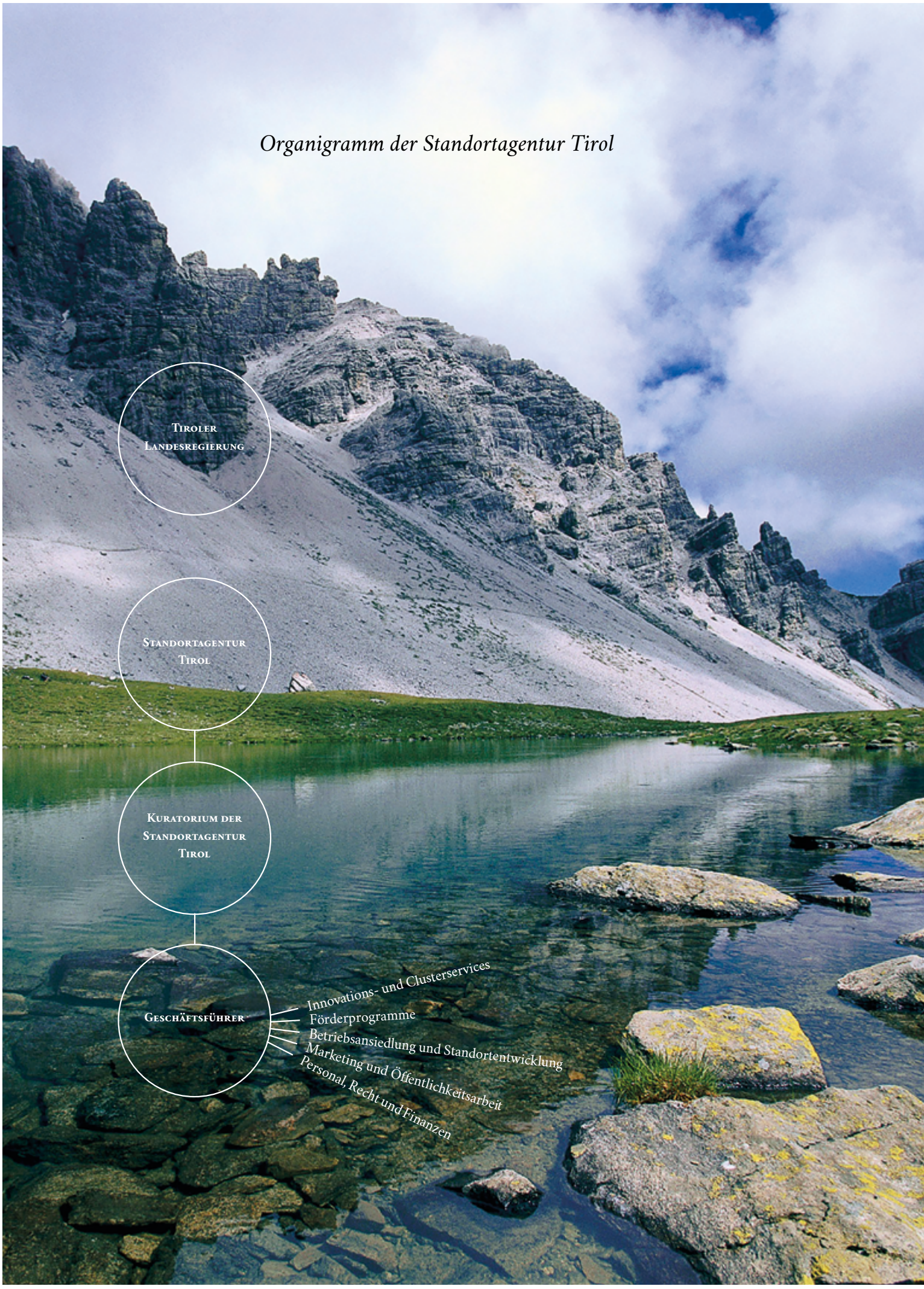
Mit dem Standort Tirol stehen auch seine Städte, Gemeinden und Regionen im Wettbewerb um Bewohner und ihre Lebensqualität, um Unternehmen, Fachkräfte, Flächen und Gäste. Bei der Vorbereitung auf die Zukunft müssen sie Herausforderungen wie eine sich verändernde Altersstruktur, neue Wohn- und Mobilitätsbedürfnisse, damit einhergehende Anforderungen an Raum und Infrastruktur, klimatische Veränderungen, divergierende Interessen und Bedürfnisse und vieles mehr berücksichtigen. Diese komplexen Prozesse unterstützt seit dem Jahr 2012 die Standortagentur Tirol Management GmbH. Gemeinsam mit den regional Verantwortlichen leitet sie integrierte Strategien, Entwicklungsperspektiven und Handlungsempfehlungen ab. Die Ergebnisse sind Basis und Impulsgeber für konkrete Initiativen, Projekte und Investitionen. Das Serviceangebot umfasst neben Analysen zum Standort, zu Flächen und Immobilien auch die Begleitung von umfassenden Standortentwicklungsprozessen sowie die Umsetzungsbegleitung definierter Maßnahmen und Projekte.

2015

Der Rahmen. Die Zahlen.

Die Arbeit der Standortagentur Tirol im Jahr 2015.

Organigramm der Standortagentur Tirol



Beschlussfassung

Die Organe
der Standortagentur Tirol
im Jahr 2015

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

Mag. (FH) Markus Dax
Geschäftsführender Gesellschafter der Steka-Werke

seit April 2015:
Dipl. Ing. Anton Mederle
Geschäftsführer Thöni Industrieholding

bis März 2015:
Univ.-Prof. Dr. Dieter Lukesch, *Inst. f. Wirtschaftstheorie, -politik und -geschichte, Universität Innsbruck*

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

Strategie der Standortagentur Tirol

Der Grundriss

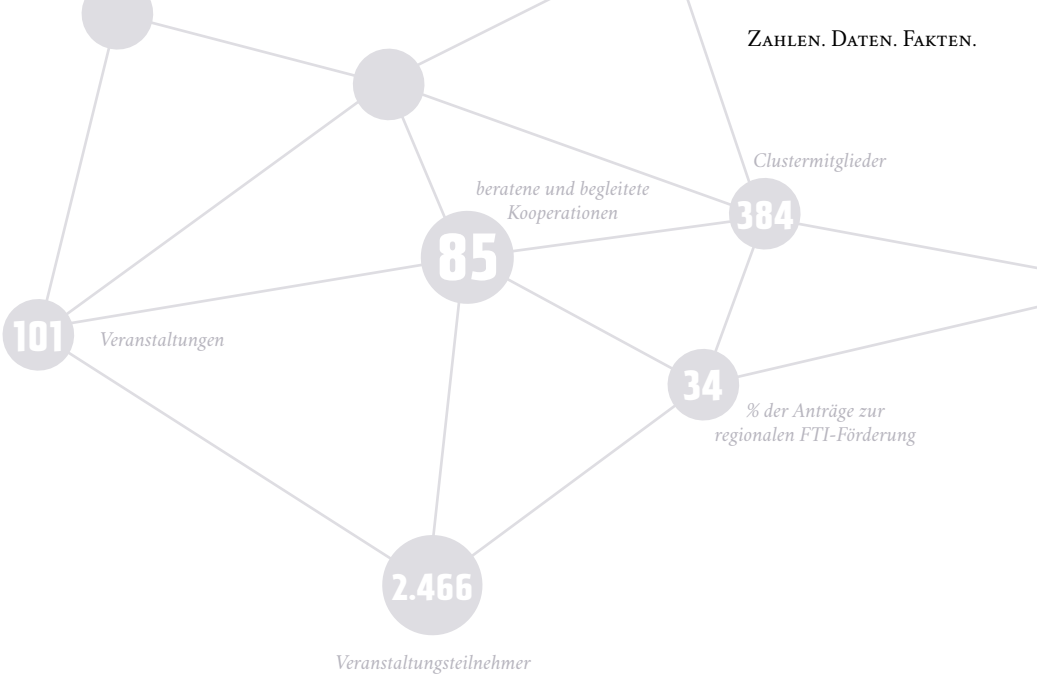
Eckdaten der Standortagentur Tirol im Überblick

Name	Standortagentur Tirol
Unternehmensform	öffentlich-rechtlicher Fonds Tiroler Zukunftsstiftung
Gegründet	1997
Trägerschaft	100 % Land Tirol
Zuwendungen Land Tirol 2015	3,7 Millionen Euro
Mitarbeiter	39 Vollzeitäquivalente
Kuratoriumsvorsitz	LRin Patrizia Zoller-Frischauf
Beteiligungen 2015	- CAST – Center for Academic Spin-offs Tyrol (30 %) - Oncotyrol GmbH (21 %) - Standortagentur Tirol Management GmbH (100 %) - Technikum Kufstein GmbH (5,5 %)
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 und vernetzt über das Enterprise Europe Network zu internationalen Technologiepartnern. Zum anderen berät und begleitet die Standortagentur Tirol Unternehmer wie Forscher bei der Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsprogrammen des Landes, des Bundes und der EU. Des Weiteren stärkt sie den Wirtschaftsraum, indem sie nachhaltige Unternehmensgründungen aus dem In- und Ausland motiviert und begleitet sowie die Kapitalisierung innovativer Start-ups über das Investorennetzwerk Tirol ermöglicht.
(entwickeln)	An der bestmöglichen Standortentwicklung arbeitet die Standortagentur Tirol mit Maßnahmen, die der Profilbildung des Wirtschaftsraums Tirol dienen. Zukunftsbranchen baut sie mittels Clustermanagement auf und aus. In den Regionen und in Tiroler Gemeinden optimiert sie die inhaltliche Ausrichtung mit einem eigenen Beratungsservice der Standortagentur Tirol Management GmbH. Zudem motiviert und begleitet sie Leuchtturmprojekte, welche die Tiroler Spezialisierung sichtbar machen.
(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	- Unternehmen - Forschungseinrichtungen - Tiroler Innovationszentren - Regional- und Bezirksverwaltung - Fachkräfte - Junge Europäer
Handlungsfelder	- Motivierung, Beratung und Begleitung zur Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsprogrammen von Land, Bund und EU - Forschungs- und Unternehmensförderung - Beschleunigter Wissens- und Technologietransfer - Forschungsverwertung und technologieorientierte Gründungen - Qualitative Weiterentwicklung zukunftsfähiger Wirtschaftssektoren - Regionalberatung - Entwicklung und Begleitung von Leuchtturmprojekten - Technologie- und Standortmarketing - Fachkräfteservice - Nachhaltige Unternehmensgründung und Investorenservice - Betriebsansiedlung

Gemeinsam stark

Mit Clustern geht es dicht vernetzt zu dauerhafter Wettbewerbsfähigkeit für Unternehmen und strategisch wichtige Branchen.

Die Standortagentur Tirol managt fünf Tiroler Cluster in den Fachbereichen Erneuerbare Energien, Informationstechnologien, Life Sciences, Mechatronik und Wellness: eigens eingesetzte Clustermanagements etablieren Kommunikations- und Koordinationsstrukturen zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Bildungseinrichtungen einer Branche. Innerhalb dieser treiben sie Innovationsarbeit und Kooperationen voran, zeigen Trends auf, vermitteln technische Neuheiten und führen geeignete Projektpartner zu Verbundprojekten zusammen. Im In- und Ausland verbessert der geschlossene Auftritt die Sichtbarkeit der betreffenden Branchen und ihrer besonderen Kompetenzen. Die Bündelung des Managements von fünf Clustern in der Standortagentur Tirol erleichtert Clustermitgliedern zudem die interdisziplinäre Zusammenarbeit.



Zu den in den Tiroler Clustern vernetzten Betrieben, F&E-Einrichtungen und Institutionen: www.standort-tirol.at/mitglieder

Beteiligte Partner 2015

Fachbereich	Anzahl Mitglieder aus Wirtschaft und Wissenschaft	Anzahl Arbeitsplätze der Mitglieder	Jahresumsatz der Mitgliedsunternehmen in Mio. Euro
Cluster Erneuerbare Energien Tirol	58	7.306	3.359
Cluster Informationstechnologien Tirol	85	2.322	290
Cluster Life Sciences Tirol	42	13.533	2.539
Cluster Mechatronik Tirol	75	11.886	3.763
Cluster Wellness Tirol	105	7.293	461
Clusterübergreifend	19	5.812	38
proHolz Tirol / Holzcluster *)	124	6.640	1.390
Gesamt	**508**	**54.792**	**11.840**
Gesamt ohne Holzcluster	**384**	**48.152**	**10.450**

**) Für einen Gesamtüberblick über die Tiroler Clusterlandschaft sind die Daten von proHolz Tirol / Holzcluster mit dargestellt, der vom Verein proHolz Tirol koordiniert wird.*

6 aus 32

Tiroler Cluster Awards 2015

Am 23. Juni 2015 hat die Standortagentur Tirol aus 32 Einreichungen die besten F&E- oder Innovationsprojekte aus den Tiroler Clustern ausgezeichnet.

Die ausgezeichneten Projekte kamen von diesen Unternehmen: **ATB Becker** (Erneuerbare Energien), **General Solutions Steiner GmbH** (IT), **HeaRT Team / Grimm & Holfeld GnbR** (Life Sciences), **Alpex Technologies GmbH** (Mechatronik), **Physiotherm GmbH** (Wellness) sowie **Universität Innsbruck, Materialtechnologie** und **STEKA-Werke** (Projekt einer wissenschaftlichen Einrichtung).

Treffpunkt Cluster

Insgesamt **101 Veranstaltungen** haben die Clustermanagements in der Standortagentur Tirol im Jahr 2015 für ihre Mitglieder durchgeführt. **2.466 Mitglieder** (gesamte Teilnehmer) haben diese zur Vernetzung, zum Technologietransfer, zur Qualifizierung oder zur Vermarktung genutzt.

Veranstaltungen	Erneuerbare Energien	Informations-technologien	Life Sciences	Mechatronik	Wellness	Gesamt
Informations-veranstaltungen	3	5	4	4	4	**20**
Partnertreffen	1	1	1	1	1	**5**
Exkursionen	3	4	2	2	2	**13**
Fachtagungen	3	6	4	3	4	**20**
Messen, int. Fachkongresse & Wirtschaftsempfänge	4	3	6	2	3	**18**
Workshops, Seminare	4	5	3	6	7	**25**
Gesamt	**18**	**24**	**20**	**18**	**21**	**101**

Cluster – Innovation im Fokus

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

Anträge zu regionaler FTI-Förderung unter Clusterbeteiligung

Herkunftscluster	Anzahl
Cluster Erneuerbare Energien Tirol	8
Cluster Informationstechnologien Tirol	8
Cluster Life Sciences Tirol	5
Cluster Mechatronik Tirol	12
Cluster Wellness Tirol	7
Clusterübergreifend	11
Anzahl Projekte	**51**

51 von 150 und damit 34 % der im Rahmen der regionalen FTI-Förderung des Landes Tirol im Jahr 2015 eingereichten Anträge kommen von Mitgliedern der Tiroler Cluster oder haben mindestens ein Mitglied aus den Tiroler Clustern im Konsortium.

Beratene Kooperationen 2015

Herkunftscluster	Anzahl
Cluster Erneuerbare Energien Tirol	17
Cluster Informationstechnologien Tirol	21
Cluster Life Sciences Tirol	18
Cluster Mechatronik Tirol	24
Cluster Wellness Tirol	5
Anzahl Projekte	**85**

Mitglieder der Tiroler Cluster haben sich Kooperationsstärke erarbeitet. Im Jahr 2015 konnten die Clustermanagements der Standortagentur Tirol insgesamt 85 laufende oder geplante Kooperationen ihrer Mitglieder beraten.

Einblick in die Arbeit der von der Standortagentur Tirol koordinierten Cluster sowie die Innovationsarbeit von Clustermitgliedern gibt der Beitrag ab Seite 18.

Vernetzt in ganz Europa

Partnersuche und Technologietransfer mit dem Enterprise Europe Network.

Als Kontaktstelle für Technologietransfer und Innovationsmanagement im Enterprise Europe Network (EEN) unterstützt, vermittelt und begleitet die Standortagentur Tirol internationale Unternehmenskooperationen in den Bereichen Technologie, Forschung und Entwicklung. Die rund 600 Büros des Enterprise Europe Network unterstützten seit 2008 weltweit mehr als 2,6 Millionen Klein- und Mittelbetriebe bei internationalen Technologie- und Wirtschaftskooperationen. Die Vermittlung internationaler Projektpartner – unter anderem für die europäische Forschungsförderung – erfolgt mit Hilfe der EEN-Kooperationsdatenbank, die als weltweit größter virtueller Marktplatz für Technologien gilt. Ein neuer Service, den die EEN-Kontaktstelle in der Standortagentur Tirol seit 2015 bietet, sind Innovation Management Assessments für Klein- und Mittelbetriebe unter Einsatz des Benchmarking-Instrumentes IMP³rove.

EEN – Fakten aus dem Betreuungsgebiet 2015

	Anzahl
Individuell betreute Kunden	57
Neu veröffentlichte und betreute Technologieprofile	6
Internationale Kontaktvermittlungen bzw. Betreuung von „Expressions of Interest" (EOI) an Technologieprofilen	12
Durchführung von Innovation Management Assessments (IMP³rove)	2
Vermittelte B2B-Meetings betreuter Kunden zu nachstehenden Partnering Events: *- Alpin im Rahmen der Alpinmesse (Innsbruck)* *- 4th Smart Textile Symposium (Lustenau)* *- wocomoco World Collaborative Mobility Congress (Innsbruck)* *- Smarter Lives –Active Assisted Living Solutions for Ageing Societies (Innsbruck)*	98

Wie zwei Tiroler Betriebe das neue Benchmarking-Instrument IMP³rove bereits genützt haben, lesen Sie im Beitrag ab Seite 24.

Innovationen finanzieren

Die Standortagentur Tirol berät und begleitet beim Einwerben von Förderungen für Forschung, Technologie und Innovation.

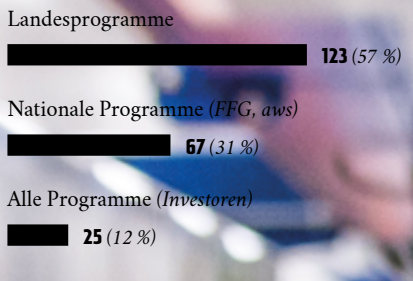
Die Standortagentur Tirol berät und begleitet heimische Betriebe und Forschungseinrichtungen bei der Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsförderprogrammen (FTI-Förderung) des Landes, des Bundes und der Europäischen Union. Zum regionalen Kompetenzzentrenprogramm K-Regio (mehrjährige, gemeinsame Forschungsprojekte der Wirtschaft und Wissenschaft) wickelt die Standortagentur Tirol zudem die Ausschreibungen ab. Im Rahmen der K-Regio Ausschreibung 2015 konnte das Kuratorium der Standortagentur Tirol zwei neue regionale Kompetenzzentren zur Förderung bewilligen: die angewandte, kooperative Forschung in den K-Regios „Innovative Tube Design" (Faserverbundstoffe für u.a. Automobilindustrie) und „MitoFit" (Medizinprodukt zur Messung der Zellatmung) wird im Lauf der kommenden drei Jahre mit je rund 900.000 Euro unterstützt.

FTI-Förderung Land und Bund

Beratene Projekte

Zu regionalen und nationalen Förderprogrammen im Bereich Forschung, Technologie und Innovation (FTI) konnte die Standortagentur Tirol im Jahr 2015 insgesamt 215 Projekte innerhalb eines Termins oder mehrerer Termine beraten (2014: 180 Projekte). Die Beratungen betrafen 123 Projekte in Landesprogrammen und 67 Projekte in nationalen Programmen, 25 Projekte von Investoren kamen sowohl für Landes- als auch Bundesförderungen in Frage und wurden übergreifend zu allen Programmen inkl. Investitionsförderprogrammen der aws beraten.

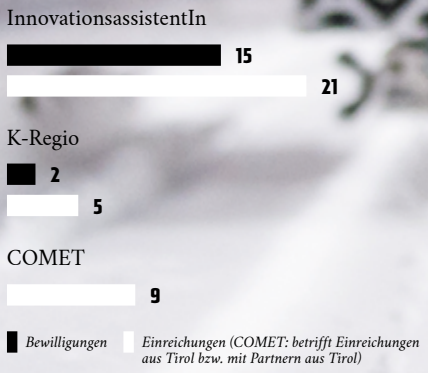
Anzahl beratene Projekte



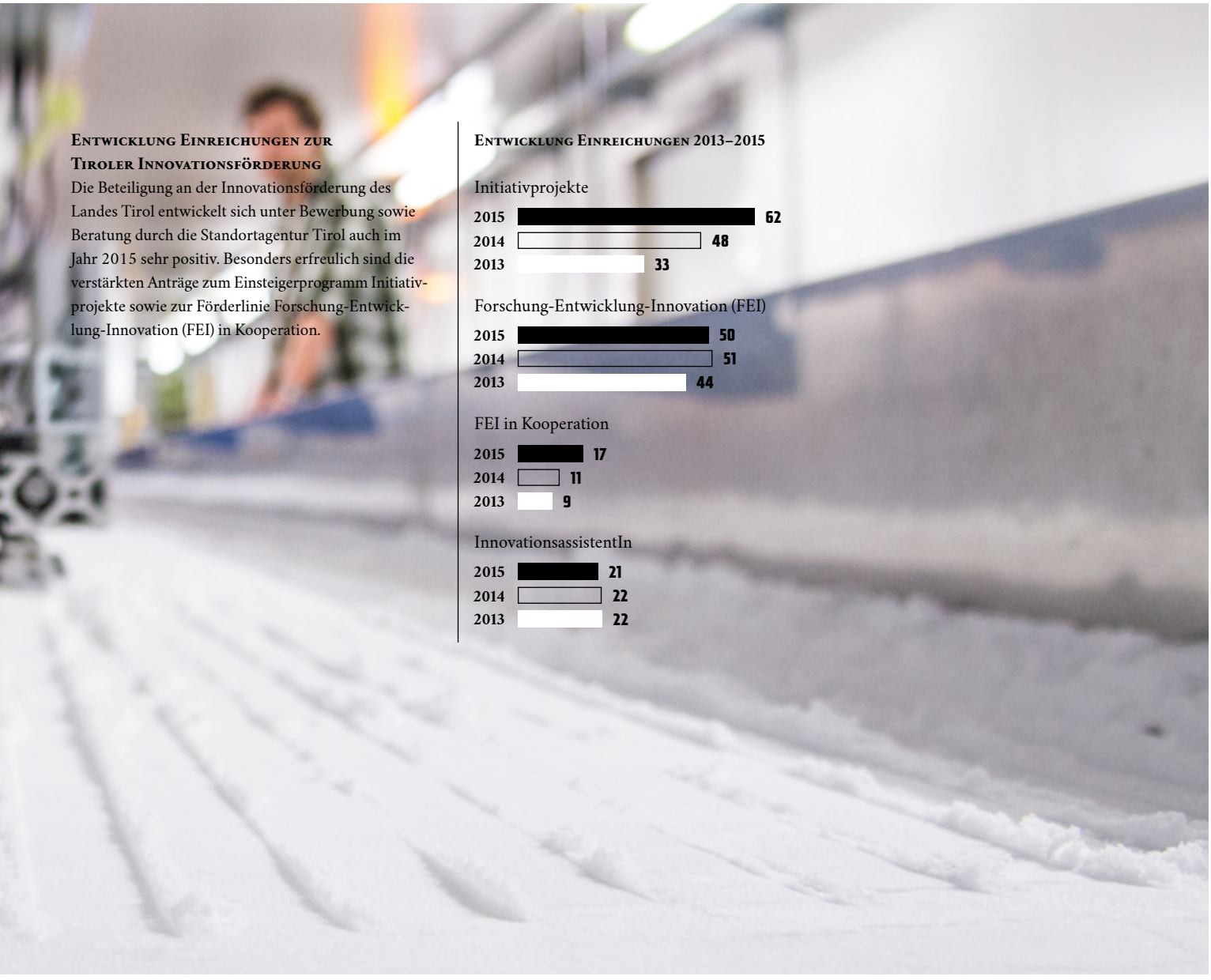
Betreute Ausschreibung

Die Standortagentur Tirol wickelte im Jahr 2015 die Ausschreibung für das Kompetenzzentrenprogramm K-Regio des Landes Tirol ab. Beratung und Begleitung der Bewerberprojekte leistete sie zudem zur Landesausschreibung InnovationsassistentIn bzw. zu zwei neuen Kompetenzzentrenausschreibungen des Bundes über die FFG im Programm COMET. Die Grafik zeigt die Anzahl der Einreichungen zu den Programmen sowie die daraus resultierenden Bewilligungen durch das Land Tirol bzw. das Kuratorium der Standortagentur Tirol. Die Bewilligung der neuen COMET-Projekte durch den Bund ist für das Jahr 2016 vorgesehen.

Betreute Ausschreibungen



Wie zwei Tiroler Spezialisten für Visualisierungen bzw. interaktive 3D-Software mit Hilfe der Standortagentur Tirol eine Förderung für eine Kooperation im Programm Forschung-Entwicklung-Innovation an Land gezogen haben, lesen Sie ab Seite 28.



Entwicklung Einreichungen zur Tiroler Innovationsförderung

Die Beteiligung an der Innovationsförderung des Landes Tirol entwickelt sich unter Bewerbung sowie Beratung durch die Standortagentur Tirol auch im Jahr 2015 sehr positiv. Besonders erfreulich sind die verstärkten Anträge zum Einsteigerprogramm Initiativprojekte sowie zur Förderlinie Forschung-Entwicklung-Innovation (FEI) in Kooperation.

Entwicklung Einreichungen 2013–2015

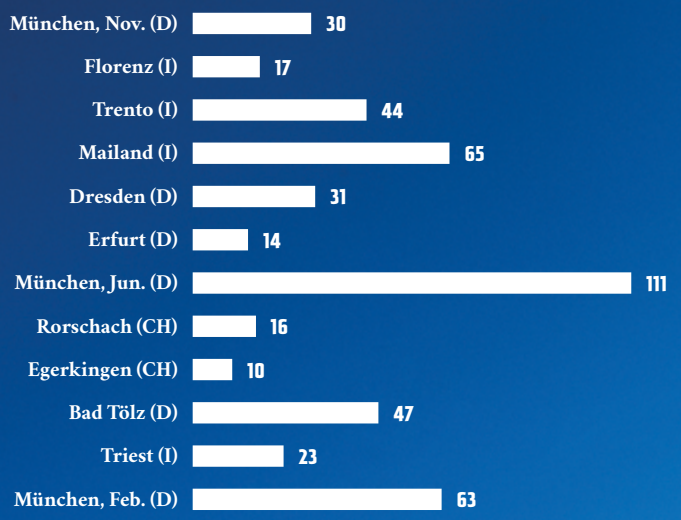
Tirol auf die Bühne bringen

Die Standortagentur Tirol wirbt im Ausland um Unternehmen, Investoren und technische Fachkräfte.

Im Rahmen des internationalen Marketings für den Standort Tirol präsentiert die Standortagentur Tirol dessen wirtschaftliche und wissenschaftliche Leistungen und Potenziale sowie besondere Kompetenzen seiner Betriebe und F&E-Einrichtungen zu verschiedensten Terminen im In- und Ausland. Dabei spricht sie zum Beispiel auch potenzielle Kooperationspartner und Kunden der heimischen Betriebe an. Desweiteren interessiert sie Unternehmen und Investoren für den Standort, die das Potenzial haben, neue Arbeitsplätze oder Kapital nach Tirol zu bringen. Mittels Fachkräfte-Kampagne „Tirol hat deinen Job" tritt sie zudem an motivierte Menschen heran, die ihr besonderes Know-how in Tiroler Unternehmen einbringen wollen.

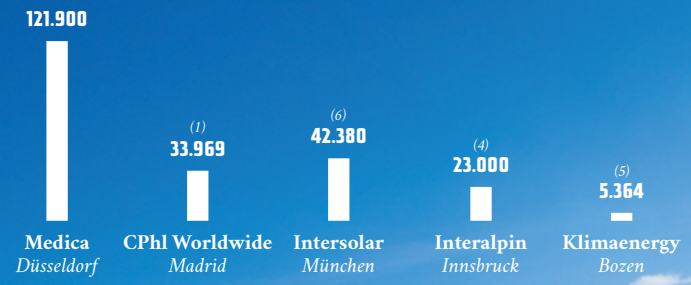
Bei Standortpräsentationen für Investoren, die zum Teil in Zusammenarbeit mit Partnern wie der ABA Invest in Austria oder der Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH abgewickelt worden sind, erzielte der Wirtschaftsstandort Tirol Interesse bei insgesamt 471 Fachkontakten. Ein Überblick über die jeweils erzielten Fachkontakte nach Austragungsorten.

Präsentations- und Dialogtermine Betriebsansiedlung 2015



Die Innovations- und Clusterservices in der Standortagentur Tirol präsentierten den Wirtschaftsstandort Tirol im Jahr 2015 gemeinsam mit 16 Tiroler Unternehmen auf fünf internationalen Fachmessen mit insgesamt 226.613 Fachbesuchern. Ein Überblick nach Fachmessen und jeweiligen Fachbesuchern. Die Zahl in Klammer zeigt die Anzahl der mitgereisten Unternehmen.

Internationale Fachmessen Innovations- und Clusterservices 2015
(beteiligte Unternehmen)



6.143 *Seitenansichten tirol.info (von September bis Dezember 2015)*

Relaunch des Standortmarketing-Portals präsentiert 360 Grad Standort Tirol

tirol.info

Anfang September 2015 hat die Standortagentur Tirol den Relaunch des von ihr betriebenen Standortmarketing-Portals tirol.info im neuen Online-CD der Marke Tirol veröffentlicht. Das Portal präsentiert Tirol als dynamischen und zukunftsfähigen Standort, der bei Unternehmen und Fachkräften parallel mit hoher Lebensqualität punktet. Über 100 Beiträge bieten Fakten zu den zentralen Standort-Säulen Wirtschaft, Wissenschaft und Tourismus, besonderes Know-how in eigenen Schwerpunkt-Dossiers, Charakter und Werte von Land und Leuten sowie Chancen rund um Themen wie das Investieren, Kooperieren, Forschen oder Arbeiten in Tirol.

Zur zielgerichteten Suche nach technischen Fachkräften tritt die Standortagentur Tirol im Rahmen der Fachkräfte-Kampagne „Tirol hat deinen Job" in Kooperation mit heimischen Unternehmen auf Absolventen-, Berufs- und Karrieremessen im In- und Ausland auf. Betriebe stellen vakante Jobs und Unternehmensinformation im Vorfeld auf der Online-Plattform jobs.tirol.info zur Verfügung. Im Jahr 2015 konnten im Rahmen von acht Auftritten durchschnittlich 65 Stellenangebote pro Auftritt beworben werden, für welche sich insgesamt 389 technische Fachkräfte interessiert haben.

Internationale Karrieremessen Recruiting 2015

Datum	Veranstaltung	Teilnehmende Unternehmen	Verfügbare Stellenangebote	Erzielte Kontakte
03.03.15	Teconomy *Maribor*	26	57	41
18.03.15	ikariera Jobfair *Pilsen*	26	58	40
19.03.15	VDI Recruiting Tag *München*	26	58	61
09.04.15	International Recruiting Day *Mailand*	26	56	73
15.04.15	Tuday *Wien*	24	54	43
18.06.15	VDI Recruiting Tag *Bodensee*	35	71	31
24.06.15	bonding *Karlsruhe*	37	75	45
20.10.15	Career Calling *Wien*	38	94	55
Gesamt		**238**	**ø 65**	**389**

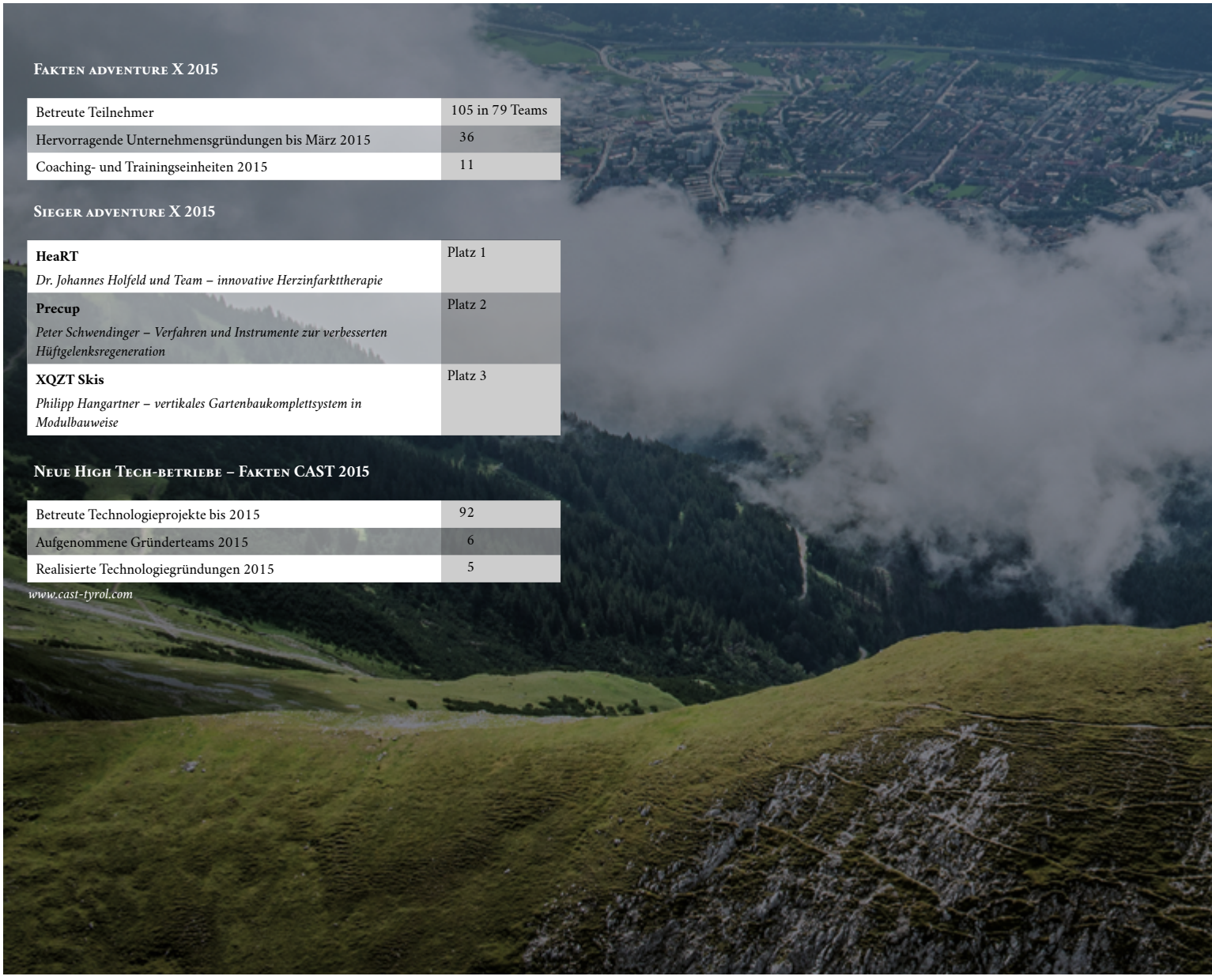
Unternehmenssitz: Tirol

Junge Unternehmen beleben unsere Wirtschaft.

Punkten Neugründungen mit neuen Technologien oder visieren sie echte Zukunftsbranchen an, sind diese in der Regel wachstumsstark und machen den Standort krisenfester. Um den Unternehmergeist in Tirol weiter zu beleben, das Potenzial für Geschäftsideen zu erhöhen und GründerInnen ganzjährig beim Aufsetzen optimaler Geschäftsmodelle und beim Markteintritt zu unterstützen, hat die Standortagentur Tirol auch im Jahr 2015 gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Tirol und zahlreichen weiteren Partnern erneut den GründerInnen-Wettbewerb adventure X abgewickelt.

Komplexe High Tech-Gründungen aus den Tiroler Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen werden am Standort zudem vom CAST, Center for Academic Spin-offs Tyrol, beraten und begleitet. Die Arbeit des CAST wird im Rahmen des sogenannten A*plus*B-Programms von der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft ermöglicht und von der Standortagentur Tirol cofinanziert.

Vom starken Netzwerk, das Gründern in Tirol unter die Arme greift und den Start-up Standort in Aufwind versetzt, lesen Sie im Beitrag ab Seite 10.



Fakten adventure X 2015

Betreute Teilnehmer	105 in 79 Teams
Hervorragende Unternehmensgründungen bis März 2015	36
Coaching- und Trainingseinheiten 2015	11

Sieger adventure X 2015

HeaRT *Dr. Johannes Holfeld und Team – innovative Herzinfarkttherapie*	Platz 1
Precup *Peter Schwendinger – Verfahren und Instrumente zur verbesserten Hüftgelenksregeneration*	Platz 2
XQZT Skis *Philipp Hangartner – vertikales Gartenbaukomplettsystem in Modulbauweise*	Platz 3

Neue High Tech-betriebe – Fakten CAST 2015

Betreute Technologieprojekte bis 2015	92
Aufgenommene Gründerteams 2015	6
Realisierte Technologiegründungen 2015	5

www.cast-tyrol.com

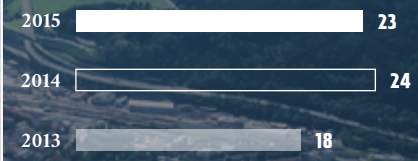
Noch mehr Chance auf Wachstum dank neuer Unternehmen aus dem Ausland.

Der Standort Tirol bewirbt sich gemeinsam mit einer Vielzahl von europäischen Städten und Regionen um eine begrenzte Anzahl mobiler Unternehmen mit Wachstumsplänen oder Erweiterungsvorhaben. Interessierte Investoren unterstützt die Standortagentur Tirol mit einem umfangreichen Serviceangebot auf allen Wegen der Investitionsprüfung und Umsetzung ihrer Ansiedlung.
23 neue Unternehmen haben sich im Jahr 2015 mit Unterstützung durch die Standortagentur Tirol aus dem Ausland oder österreichischen Bundesländern in Tirol angesiedelt, fast ebenso viele wie im vorangegangenen Jahr 2014 (Bestmarke von 24 Ansiedlungen). Kumuliert planen alle Ansiedler des Berichtsjahres 2015 erste Investitionen in Höhe von rund 23 Millionen Euro (2014: 14 Mio. Euro) und wollen in den ersten beiden Jahren ihrer Unternehmenstätigkeit insgesamt 204 (2014: 188) neue Arbeitsplätze schaffen. Damit beläuft sich die Zahl der durchschnittlich geplanten Arbeitsplätze pro Ansiedlung 2015 auf 8,9. Das stärkste Herkunftsland von Betriebsansiedlungen im Jahr 2015 ist Italien. Die Zahl der betreuten Ansiedlungsinteressenten liegt im Jahr 2015 bei 136 (2014: 125).

Von einem aktuellen Best Practice der Betriebsansiedlung in Tirol berichtet der Black Diamond-Beitrag ab Seite 32.

Entwicklung Realisierte Betriebsansiedlungen

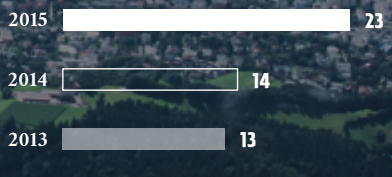
Absolute Anzahl



Herkunftsländer Betriebsansiedlungen

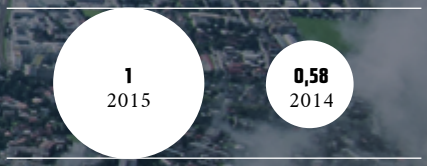
Entwicklung geplante Erstinvestitionen

In Millionen Euro



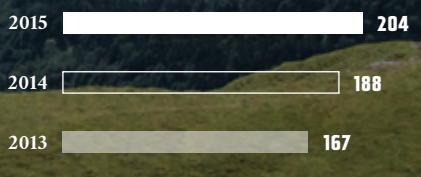
Erstinvestitionen pro Ansiedlung

(in Millionen Euro)

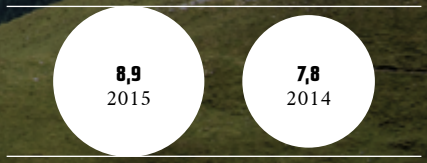


Entwicklung geplante Arbeitsplätze

Absolute Anzahl

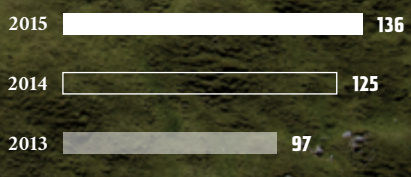


Arbeitsplätze pro Ansiedlung

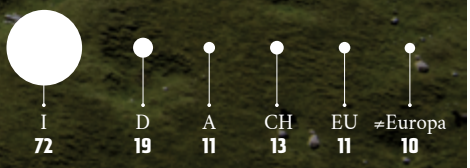


Entwicklung Betreute Ansiedlungsprojekte

Absolute Anzahl



Herkunftsländer Ansiedlungsprojekte



Fachkräfte: Erfahrung in Europa sammeln

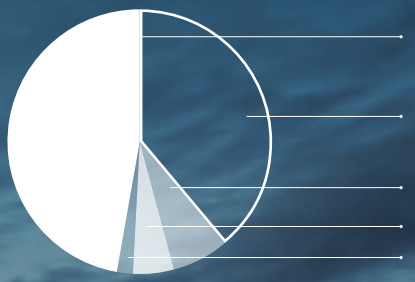
Geförderte Auslandspraktika in Zahlen.

Die Standortagentur Tirol wickelt EU-geförderte Auslandspraktika von Studierenden und Graduierten der Tiroler Hochschulen, der Universität Salzburg (bis 30.8.2015) und Fachhochschule Dornbirn, von Tiroler Lehrlingen und jungen Arbeitnehmern sowie von Schülern berufsbildender mittlerer und höherer Schulen am Standort ab. Die 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 der Europäischen Programme ERASMUS+ und xchange (Lehrlinge). Im Jahr 2015 hat die Standortagentur Tirol insgesamt 259 dieser sogenannten Mobilitäten betreut. 255 davon davon waren Auslandsaufenthalte junger Tiroler, weitere vier sind Incoming-Lehrlinge, die zu Tiroler Betrieben vermittelt worden sind.

Deutschland – im Bild Berlin – ist das europäische Land, in dem Tiroler Studierende und Graduierte am häufigsten mehrwöchige Berufspraktika im Ausland absolvieren.

Mobilitäten nach Zielgruppen

Die Nachfrage nach geförderten Auslandspraktika bleibt hoch. Auch im Jahr 2015 konnte die Standortagentur Tirol insgesamt 259 Mobilitäten abwickeln (2014: 280). Traditionell stark ist die Teilnahme aus den heimischen Hochschulen mit 122 und damit 47 % aller Mobilitäten. Für Schüler an Berufsbildenden Mittleren und Höheren Schulen hat die Standortagentur Tirol in Zusammenarbeit mit der Arbeiterkammer Tirol mit 102 Pflichtpraktika bzw. 39 % aller betreuten Mobilitäten noch einmal deutlich mehr vermittelt als zuletzt (2014: 71). Die Beteiligung der Graduierten sinkt mit 19 bzw. 7 % der Auslandspraktika (2014: 49). Eine leichte Steigerung gab es bei den Lehrlingen – auf sie entfallen mit 12 zu europäischen Betrieben vermittelten Lehrlingen (2014: 9) 5 % der Mobilitäten 2015. Mit 4 bzw. 2 % der Mobilitäten kamen weniger Lehrlinge aus anderen europäischen Ländern in Tiroler Betriebe als im Jahr zuvor (2014: 9).



47 % Studierendenpraktika (Erasmus+)

39 % Schüler

7 % Graduierte (Erasmus+)

5 % Lehrlinge outgoing

2 % Lehrlinge incoming

Verteilung nach Zielländern

Studierende und Graduierte

Zielländer	Anzahl
Deutschland	72
Spanien	13
Großbritannien	13
Frankreich	8
Niederlande	6
Türkei	5
Irland, Italien	je 4
Belgien, Schweden	je 3
Dänemark, Griechenland, Island, Portugal	je 2
Malta, Litauen	je 1
Gesamt	**141**

Verteilung nach Zielländern

Schüler und Lehrlinge

Zielländer	Anzahl
Großbritannien	32
Italien	31
Deutschland	27
Frankreich	13
Irland, Malta, Schweiz (xchange), Spanien	je 2
Dänemark, Niederlande, Schweden	je 1
Gesamt	**114**

Jahresabschluss

Kennzahlen aus der Bilanz 2015

Erträge 2015	€ 8.348.908,77	Aufwendungen 2015	€ 8.467.235,01
Jährliche Zuwendung Land Tirol	€ 3.734.645,37	Standortpositionierung, Standortvermarktung	€ 1.041.495,66
Zuwendungen Land Tirol für Bezuschussung von Förderprojekten bzw. Projekte unter Landescofinanzierung (z.B. COMET)	€ 2.785.996,13	Unternehmensgründung, Betriebsansiedlung, Standortentwicklung	€ 1.452.584,44
Sonstige betriebliche Erträge	€ 1.714.969,90	Vernetzung und Wettbewerbsfähigkeit	€ 2.073.706,49
Erträge aus Wertpapieren und Zinsen	€ 113.297,37	Wissens- und Technologietransfer sowie Mobilitätsprogramme	€ 621.955,44
		Vertraglich zugesicherte Mittel für Förderprojekte	€ 3.171.740,01
		Aufwendungen aus Wertpapieren und Zinsen	€ 105.752,96
		Ergebnis	€ -118.326,24

Erträge 2015

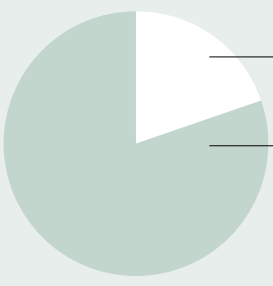
Die Finanzierung der Arbeit der Standortagentur Tirol erfolgt aus Mitteln des Landes Tirol, sonstigen betrieblichen Erträgen und Erträgen aus Wertpapieren und Zinsen. Die jährliche Zuwendung des Landes Tirol belief sich im Berichtsjahr auf 3.734.645,37 Euro. Für die Bezuschussung von Förderprojekten bzw. Projekten unter Landescofinanzierung – wie beispielsweise COMET-Zentren am Standort Tirol bzw. mit Beteiligung von Tiroler Unternehmen – hat die Standortagentur Tirol im Jahr 2015 Landesmittel in Höhe von 2.785.996,13 Euro erhalten. An sonstigen betrieblichen Erträgen – das sind Einkünfte aus Mitteln der Europäischen Union und des Bundes sowie Erträge aus Dienstleistungserlösen – erzielte die Standortagentur Tirol 1.714.969,90 Euro. Die Erträge aus Wertpapieren und Zinsen beliefen sich auf 113.297,37 Euro.

Aufwendungen 2015

Bei ihren Aufwendungen setzte die Standortagentur Tirol im Jahr 2015 mit 2.073.706,49 Euro inhaltlich den größten Teil ihrer Aufwendungen zur Vernetzung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Standortes und seiner Unternehmen mit Hilfe von Clustern ein, während in den Wissens- und Technologietransfer mit Förderberatung für Land, Bund und EU sowie die europäischen Mobilitätsprogramme 621.955,44 Euro flossen. Die Aufwendungen für die Standortpositionierung im In- und Ausland beliefen sich im Jahr 2015 auf 1.041.495,66 Euro, während für die Handlungsfelder Gründung, Betriebsansiedlung und Standortentwicklung sowie das Fachkräfte-Service Mittel in Höhe von 1.452.584,44 Euro eingesetzt worden sind. Weiterhin entfällt ein hoher Anteil der Aufwendungen der Standortagentur Tirol mit 3.171.740,01 Euro auf vertraglich zugesicherte Mittel für Förderprojekte im Bereich Forschung, Technologie und Innovation. Zur finanziellen Deckung des Ergebnisses des Geschäftsjahres 2015 fand wie in den Vorjahren das bestehende Fondsvermögen Verwendung.

Drittmittelfinanzierung Personalkosten 2015

Vom Personalaufwand des Geschäftsjahres 2015 in Höhe von 2.854.815,49 Euro werden rund 558.778,78 Euro und damit rund 19,57 % aus Drittmitteln finanziert. Bei diesen Drittmitteln handelt es sich im Wesentlichen um vereinnahmte EU-Förderungsbeiträge und Rückflüsse aus Bundesprogrammen.



558.778,78 Euro
Personalkosten drittmittelfinanziert

2.296.036,79 Euro
Personalkosten landesfinanziert

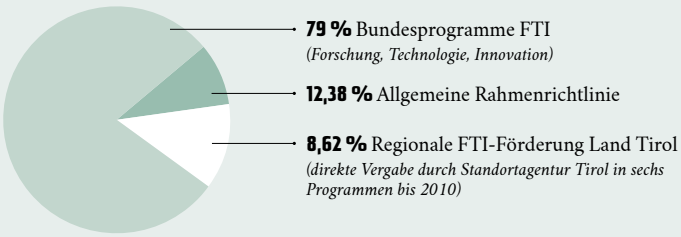
Zuschüsse im Überblick

Auszahlungen der Standortagentur Tirol im Jahr 2015

Zuschüsse sind alle im Jahr 2015 getätigten Auszahlungen der Standortagentur Tirol von vertraglich zugesicherten Mitteln. Die Zuschüsse 2015 zeigen den tatsächlichen Mittelfluss an Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Forschungsverbünde und andere Projektträger im betreffenden Jahr, unabhängig vom Jahr der Förderzusage und Mittelbindung. Die Summe der Auszahlungen beläuft sich im Jahr 2015 auf 2.706.314,48 Euro.

Ausbezahlte Zuschüsse 2015 nach Förderbereichen

Der größte Anteil der Projekte, an die im Jahr 2015 Zuschüsse ausbezahlt worden sind, entfällt mit 79 % (2.137.900,11 Euro) auf Projekte, die in Bundesprogrammen für Forschung, Technologie und Innovation (FTI) wie dem COMET-Programm oder dem Basisprogramm der FFG gefördert und von der Standortagentur Tirol cofinanziert werden. Die Zuschüsse an Projekte im Rahmen der Allgemeinen Rahmenrichtlinie 1) der Standortagentur Tirol belaufen sich im Jahr 2015 auf 335.046,49 Euro (12,38 % der Auszahlungen). Der Anteil an Zuschüssen für Projekte im Rahmen der regionalen FTI-Förderung 2) des Landes Tirol liegt im Jahr 2015 bei 8,62 % (233.367,88 Euro).

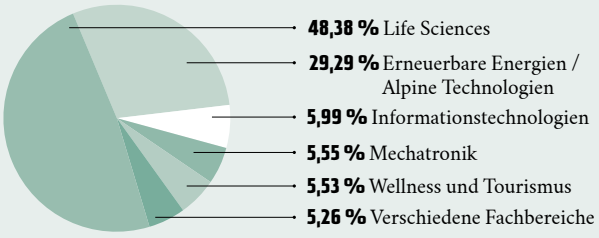


1) Die Allgemeine Rahmenrichtlinie über die Gewährung von Zuschüssen aus dem Fonds Tiroler Zukunftsstiftung regelt die Vergabe sämtlicher Mittel der Standortagentur Tirol (www.standort-tirol.at/rahmenrichtlinie).

2) 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/fte-richtlinie) geregelt.

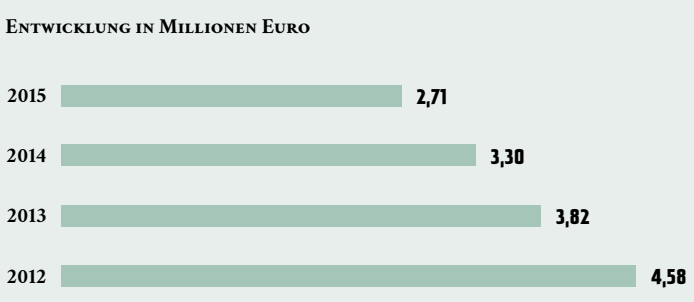
Ausbezahlte Zuschüsse 2015 nach Fachbereichen

Der Großteil der von der Standortagentur Tirol im Jahr 2015 ausbezahlten Zuschüsse entfällt auf die Fachbereiche Life Sciences mit 48,38 % (2014: 36,40 %) sowie Erneuerbare Energien/Alpine Technologien mit 29,29 % (2014: 36,74 %). Mit ähnlichen, aber deutlich geringeren Anteilen, folgen die Fachbereiche IT mit 5,99 % (2014: 14,14 %), Mechatronik mit 5,55 % (2014: 5,53 %) sowie neu Wellness/Tourismus mit 5,53 % der Auszahlungen. 5,26 % der Auszahlungen betreffen verschiedene andere Fachbereiche.



Entwicklung Zuschüsse 2012–2015

Die Summe der von der Standortagentur Tirol ausbezahlten Zuschüsse ist im Jahr 2015 auf 2.706.314,48 Euro gesunken. Beim sukzessiven Sinken der Auszahlungen an Zuschüssen kommt 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 ausbezahlt werden.



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:
Andreas Hauser
Standortagentur Tirol

Gestaltung & Produktion:
Standortagentur Tirol

Herausgeber und Medieninhaber:
Standortagentur Tirol
Ing.-Etzel-Straße 17, 2. OG
6020 Innsbruck

Bildquellen:
Andreas Friedle: 3/3, 3/5, 6, 9, 12/2, 17, 18–20, 22, 36
Artfabrik: 3/4, 28–31
Christoph Mederle: 43/5
Cyprumed: 12/1
Fredriksson/Black Diamond Equipment: Titelseite, 3/2, 33
Land Tirol: 4, 43/1–3
Fotolia: 49
iStockphoto: 56–57
Kitzbühel Tourismus: 16 (groß)
Standortagentur Tirol: U2, 2, 3/1, 3/6, 11, 13–15, 16 *(klein)*, 21 (klein), 26, 34–35, 39–41, 46–47, 48, 50–55
Regina M. Unterguggenberger: 2/2, 24–25, 27
Ramona Waldner: 2/1, 10
Steka: 43/4
Tirol Werbung: 39 (*Bernhard Aichner),* 42 *(Peter Umfahrer),* 44 *(Laurin Moser)*
Zirb: 21 *(groß)*

Stand:
Innsbruck, April 2016

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.

Print CO2 kompensiert

FSC MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C089437

Dieser Tätigkeitsbericht wurde klimaneutral auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.

Standortagentur Tirol

Ing.-Etzel-Straße 17
6020 Innsbruck · Österreich
+43.512.576262 *t*
+43.512.576262.210 *f*
office@standort-tirol.at *e*
www.standort-tirol.at *w*

Standortagentur Tirol – eine Einrichtung des Landes Tirol.