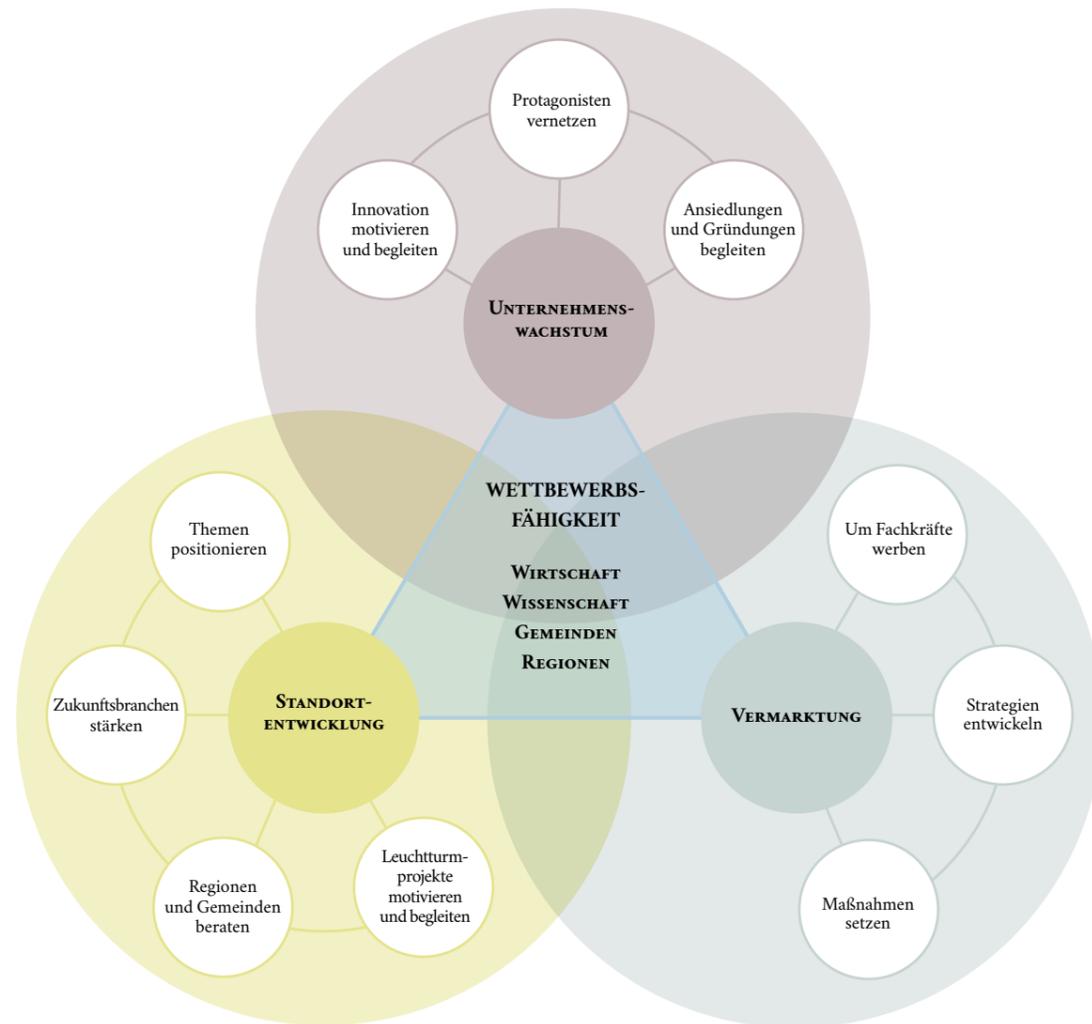


Tätigkeitsbericht 2014

Standortagentur Tirol.

Inhalt

04 Strategie auf einen Blick So arbeitet die Standortagentur Tirol	21 Zahlen.Daten.Fakten 2014. Die Arbeit der Standortagentur Tirol in Zahlen.
05 Vorsprung täglich ausbauen Vorwort LRin Patrizia Zoller-Frischauf	32 „Wir sind so weit, wie wir noch nie waren“ Interview. Martin Wex, Schwazer Vizebürgermeister und Wirtschaftsreferent zur Belebung des Themas Silber und der alten Innenstadt.
06 Organigramm der Standortagentur Tirol	35 Unter Strom Elektromobilitätstage. E-Mobility is bereit für den Endkunden. Und Tirol hat dazu einiges zu bieten.
07 Beschlussfassung Die Organe der Standortagentur Tirol	37 Das virtuelle Pharmaunternehmen Florian Föger will Insulin nicht mehr spritzen und gewinnt den adventure X 2014.
08 Das A und O Eckdaten der Standortagentur Tirol im Überblick	40 Der Zaunlocheffekt Mit Hilfe des Beteiligungskapitals der Tiroler Adlerrunde wurde aus der Garagenfirma Eiswelten das Jungunternehmen idee.
09 Auch abseits der radikalen Innovationen Standortagentur-Geschäftsführer Harald Gohm im Interview.	42 Kurze Wege Rekordbilanz bei der Betriebsansiedlung 2014: Die Ansiedler Heinz Tretter und Roman Clara berichten von ihren Pläne. Zu Gast im Experten-Interview: Monika Schulz-Strelow von der ABA-Invest in Austria.
11 Highlights in Zahlen Ein ausgewählter Einblick in Wort und Bild.	45 Impressum
12 Stoffe am Prüfstand Tirol und Vorarlberg fördern ein Forschungsprojekt, in dem 25 Unternehmen, Verbände und F&E-Einrichtungen innovative Materialien entwickeln.	
14 Für die Zukunft bestens vernetzt Industrie 4.0 als Chance, gegenüber Niedriglohnländern konkurrenzfähig zu bleiben.	
17 Mit Energie in die Zukunft EU-Projekt Sinfonia. Innsbruck und Bozen werden zum Vorbild der europäischen Städte von morgen.	



Vorsprung täglich ausbauen

Der Tätigkeitsbericht der Standortagentur Tirol für das Jahr 2014 liegt vor. Die Aufgaben der Einrichtung haben sich in den letzten Jahren vervielfacht. Entsprechend vielfältig zeigt sich die vorliegende Publikation. Auf den Punkt gebracht ist die Standortagentur Tirol überall dort im Einsatz, wo sie den Standort, seine Betriebe und seine Forschungseinrichtungen beim Aufbau von Marktvorsprung unterstützen kann. Die zentralen Themen, bei denen sie tatkräftig zur Seite steht, sind nachhaltiges Unternehmenswachstum, Standortentwicklung und Standortvermarktung.

Dazu eine Auswahl von Leistungszahlen für das Jahr 2014 vorweg: Fünf als Innovations- und Kooperationsdrehscheiben gemanagte Cluster, die 372 Mitglieder aus Wirtschaft und Wissenschaft vernetzen und insgesamt 110 Kooperation ihrer Mitglieder beraten konnten, überzeugen ebenso wie 180 im Rahmen der regionalen und nationalen Forschungs- und Innovationsförderung beratene Projekte oder 147 durchgeführte Beratungen zur europäischen Forschungsförderung. 31 Neukunden im Enterprise Europe Network sind ebenso Erfolg versprechend wie 280 abgewickelte Auslandspraktika junger Tirolerinnen und

Tiroler oder knapp 30 Termine, bei denen Tirol im Ausland überzeugend in Szene gesetzt wurde. 132 im Rahmen des adventure X betreute Teams bestätigen eine lebendige Tiroler Gründerkultur und haben das Fundament für 24 nachhaltig geplante, neue Unternehmen mit hohem Potenzial gelegt. Bei Betriebsansiedlungen andererseits konnten mit 125 Projekten so viele Interessenten wie noch nie betreut werden und ist mit 24 Ansiedlungen internationaler oder österreichischer Investoren eine weitere neue Bestmarke erzielt worden.

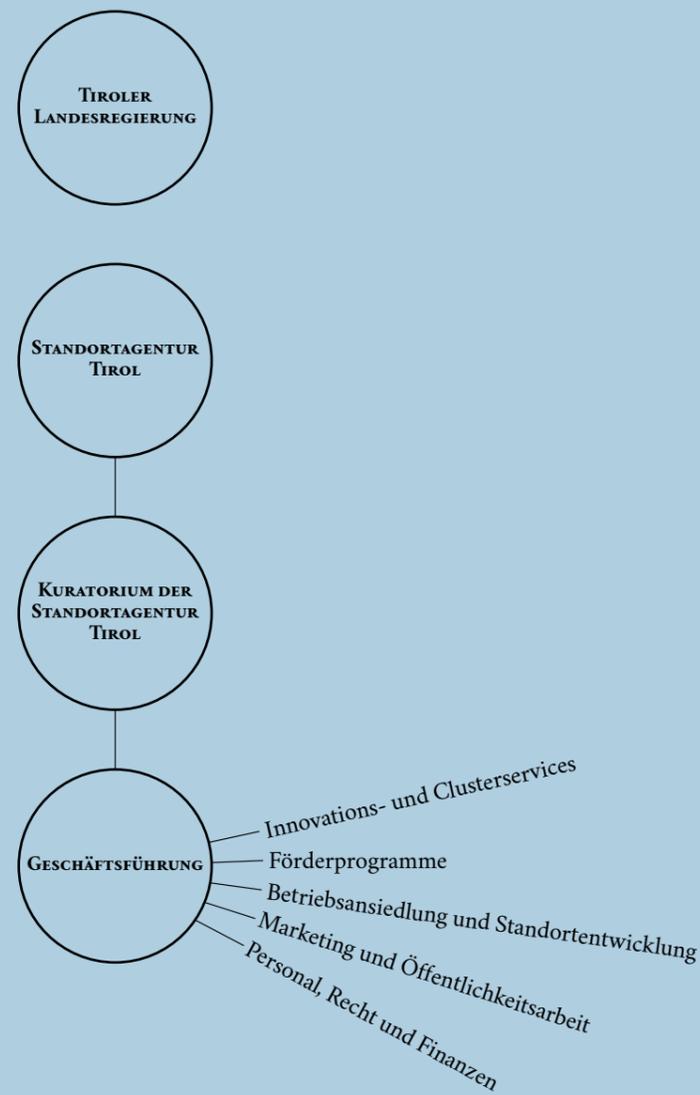
Der Tätigkeitsbericht präsentiert wieder ausgewählte Erfolgsgeschichten und spannende Projekte. Die betreffenden Beiträge machen die Arbeit der Standortagentur Tirol erlebbar und bieten begleitende Hintergrundinformation. Die Berichte sollen Ihnen, werte Leserinnen und Leser, auch als Anregung dienen. Um innovative Wege auch für Ihr Unternehmen zu suchen. Um zu prüfen, inwiefern Zukunftsthemen wie Industrie 4.0 oder Elektromobilität für Sie eine Rolle spielen können. Um neue Denkansätze auch auf Ihre Gemeinde oder Region zu übertragen. Oder um an einen innovativen Kopf aus einem der Beiträge schließlich vielleicht auch heranzutreten –

er oder sie könnte ihr künftiger Partner im laufenden Wettbewerb um die Märkte sein.

Gemeinsam mit ihren zentralen Zielgruppen – der Wirtschaft, der Forschung sowie den Regionen und Gemeinden – arbeitet die Standortagentur Tirol täglich daran, die Tiroler Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und auszubauen. Auch im Jahr 2014 ist ihr das beeindruckend gelungen. Für die Zukunft wünsche ich mir, dass insbesondere noch mehr heimische Unternehmen laufend und strategisch an zukunftsgerichteten Projekten arbeiten und diesbezüglich an die Standortagentur Tirol herantreten. Denn mit Hilfe ihrer Cluster, Kontakte und Services lassen sich solche Projekte noch erfolgreicher initiieren und umsetzen als im Alleingang. Zählen Sie auf die Kraft der Kooperation!

Ihre

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



Beschlussfassung

Die Organe der Standortagentur Tirol im Jahr 2014

Das Kuratorium der Standortagentur Tirol



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



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



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



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



Mag. (FH) Markus Dax
Geschäftsführer STEKA-Werke Technische Keramik GmbH & Co KG

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 Jahresvoranschlags und des Rechnungsabschlusses
- die Erstellung eines jährlichen Tätigkeitsberichtes
- die Durchführung der Beschlüsse des Kuratoriums
- die Prüfung der Projektanträge

Das A und O

Eckdaten der Standortagentur Tirol im Überblick

Name	Standortagentur Tirol
Unternehmensform	öffentlich-rechtlicher Fonds Tiroler Zukunftsstiftung
Gegründet	1997
Trägerschaft	100 % Land Tirol
Budget 2014	ca. 9 Millionen Euro
Mitarbeiter	39 Vollzeitäquivalente
Kuratoriumsvorsitz	LRin Patrizia Zoller-Frischauf
Beteiligungen 2014	<ul style="list-style-type: none"> • CAST - Center for Academic Spin-offs Tyrol (30 %) • Oncotyrol GmbH (21 %) • Standortagentur Tirol Management GmbH (100 %) • Technikum Kufstein GmbH (5,5 %) • transidee – Entwicklungs- und Transfercenter der Universität Innsbruck (14,29 %)
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.
[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	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen • Forschungseinrichtungen • Tiroler Innovationszentren • Regional- und Bezirksverwaltung • Fachkräfte • Junge Europäer
Handlungsfelder	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Betriebsansiedlung

Auch abseits der radikalen Innovation

Harald Gohm: „Wachstumsstarke Gründer brauchen eine etwas andere Art der Betreuung, ebenso Unternehmen mit einer neuen Geschäftsidee.“



Harald Gohm, Geschäftsführer der Standortagentur Tirol, über die Vorbildfunktion vom US-amerikanischen Boulder, Projekte als Imagegewinn für den Wirtschaftsstandort und wie er mit einem Gründercafé der heimischen Start-up-Aversion begegnen will.

Kann man eine Aufgabe wie Standortentwicklung eigentlich in Wahlperioden umsetzen oder denkt man in anderen zeitlichen Dimensionen?

Harald Gohm: Als ausgelagerte Einrichtung des Landes sind wir in der glücklichen Lage, in längeren Zeiträumen denken zu dürfen. Und das müssen wir auch. Wir begleiten aktiv Wandlungsprozesse in Wirtschaft und Gesellschaft. Und spürbare Veränderungen am Standort in Bereichen wie Innovation, Gründungskultur oder der Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft brauchen auch Zeit.

Haben sich die Themen geändert?

Harald Gohm: Die Überschriften sind die gleichen geblieben, es kommen aber immer wieder Themen und Trends dazu. Was früher als Alpine Technologies bezeichnet wurde, hat sich in Energieeffizienz, Mechatronik und Mobilität aufgedröselt – überall besteht aber die Verknüpfung zum Standort, zum Alpen Raum sowie den Metathemen Gründung, Ansiedlung und Entwicklung von Unternehmen. 2014 hat das Thema Entrepreneurship eine

große Rolle gespielt, eine Welle, die es schon vor zehn Jahren gegeben hat. Damals stattete man im Überschwang junge Gründer mit viel Geld aus. Heute kommt die Frage dazu, wie man mit neuen Ideen umgeht: Hat sich am Standort eine Kultur des Scheiterns etabliert? Was können Gründer machen? Wie findet eine Idee Kapital? All das entscheidet über die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts.

Inwieweit spielt Innovation eine große Rolle?

Harald Gohm: Es geht nicht nur um Innovation, die auch einen leichten negativen Beigeschmack haben kann – Start-ups, die etwas aufziehen und das Unternehmen nach drei Jahren abgeben. Es hat auch einen Wert, Unternehmen am Standort zu haben, die seit 25 Jahren bestehen und seit Generationen in Familienhand sind. Natürlich braucht es Innovation, es geht aber auch um stabile, nachhaltige Gründungen, Ansiedlungen und Entwicklungen. Daher fokussieren wir uns nicht nur auf internationale Konzerne, die vielleicht für kurze Zeit nach Tirol kommen, sondern auf familien- oder eigentümergeführte, mittelständische Unternehmen, die einen gezielten Expansionsschritt machen wollen. Für diese Betriebe ist Tirol ein interessanter und spannender Raum, in dem man als Unternehmen qualifizierte Mitarbeiter findet.

Wo liegt der Fokus bei Unternehmensgründungen?

Harald Gohm: Bei der Gründung wollen wir die Standortqualität ausspielen, aber auch versuchen, eine stärkere Vernetzung mit Kapitalgebern und Investoren – etwa über innen, das Investorennetzwerk Tirol – aufzubauen sowie Räume für Gründer zu schaffen. In diesen Zusammenhang passen auch Überlegungen wie z.B. eine Vernetzung mit Boulder, Colorado – wo gibt es weltweit

Ideen, die zu unserem Konzept passen. Alpine Räume gibt es auch in Boulder – es liegt am Fuße der Rocky Mountains. Boulder hat eine der dichtesten Start-Up-Szenen der USA, es hat eine Universität und einen Schwerpunkt mit Quantenphysik.

Sie haben erwähnt, dass es nicht unbedingt um Innovation gehen muss. Heißt das, dass die Standortagentur auch traditionelle Handwerksbetriebe wie etwa Tischler bei der Gründung unterstützen und begleiten will?

Harald Gohm: Durch den Begriff Innovation rückt man sehr schnell ins technologische Eck. Insofern unterscheidet inzwischen auch die Europäische Kommission im Programm Horizon 2020 zwischen technischer, nachhaltiger und gesellschaftlicher Innovation. Es geht also nicht nur um den Daniel Düsentrieb, der sein Forschungsergebnis in einem Unternehmen umsetzen will. Die Betreuung klassischer Unternehmensgründungen ist Sache der Wirtschaftskammer, die in diesem Bereich gutes Know-how hat und mit der wir auch zusammenarbeiten. Wachstumsstarke Gründer brauchen allerdings eine etwas andere Art der Betreuung, ebenso Unternehmen mit einer neuen Geschäftsidee, für die es noch keine klassischen Planzahlen gibt – das kann ein Lebensmittelmarkt sein, der ohne Verpackungsmaterial auskommen will. Das wäre eine Unternehmensgründung abseits der radikalen Innovation.

Viel wurde jetzt über Unternehmensgründungen gesprochen. Ist Tirol eigentlich ein gründungsfreundliches Land?

Harald Gohm: Rein auf die Zahlen bezogen schrillt ein Alarmsignal – Tirol hat die geringste Quote an Start-Ups in Österreich. Diese Quote ist immer ein Barometer für den Standort.

Gleichzeitig haben wir die zweithöchste Selbständigenquote in Österreich, gleichzeitig haben wir einen Rekord bei den Betriebsansiedlungen – noch nie haben sich, seitdem wir diesen Bereich abdecken, so viele von uns betreute Betriebe in Tirol angesiedelt wie im Jahr 2014. Daher muss man sich die Start-Up-Quote noch näher anschauen, signifikant ist diese Risikoaversion aber schon.

Gibt es noch andere interessante Aspekte der Studie?

Harald Gohm: 40 Prozent der Gründungen sind in der Zwischenzeit weiblich, vor zehn Jahren war das Verhältnis 2:1. An der Gründungswilligkeit müssen wir aber arbeiten.

Wie kann man das?

Harald Gohm: Zuerst müssen wir uns die Frage der Gründe stellen. Bei so viel Akademia – warum gehen so wenige Gründungen daraus hervor? Warum kommen so wenig Start-Ups nach Tirol, um hier zu gründen. Wir haben eine tolle Landschaft und eine super Freizeitqualität, aber wenig Argumente, warum man ein Unternehmen in Tirol gründen sollte. Ein Umfeld mit vielen Gründern tut sich leichter. Daher auch das Boulder-Modell. Dort gibt es eine Community, die wir noch aufbauen müssen, müssen Rechtsanwälte und Steuerberater mit Gründern vernetzen. Wir möchten das in den Räumen der Standortagentur machen, alle 14 Tage sollen sich Gründer vorstellen und ihre Geschäftsidee präsentieren, bei einem Gründercafé auf Berater treffen, auf Menschen, die gerne mitmachen würden.

Eine Gründungskultur zu schaffen klingt nach einer leichteren Aufgabe als einen Wirtschaftsraum zu bewerben. Wie versuchen Sie es mit dem Standort Tirol?

Harald Gohm: Wir haben unsere Stärkefelder, von denen wir sagen, wir möchten, dass Tirol mit ihnen bekannt wird. Dabei helfen uns Projekte, die das klar kommunizieren wie etwa Sinfonia. Wenn die EU-Kommission 30 Millionen Euro für ein Projekt genehmigt, das am Standort 250 Millionen Euro an Investitionen für Energieeffizienz in den Bereichen Bauen und Wohnen auslöst, ist das ein extrem starker Kommunikator, der international wahrgenommen wird. Viele, die sich mit diesen Themen befassen, sind regelrecht elektrifiziert und überrascht, dass Tirol in diesem Feld punktet. Über solche Projekte können wir das Image des Standorts öffnen und ausweiten.

Gibt es neben Sinfonia noch ähnliche Themen, mit denen Sie agieren können?

Harald Gohm: Ein zweiter Bereich wäre der Gesundheitsbereich, Stichwort Gesundheitstourismus, bei dem es nicht darum geht, dass kranke Menschen in Tirol behandelt werden sollen, sondern um die Prävention. Aber auch Industrie 4.0, die intelligente Fabrik der Zukunft, die Verknüpfung aus Mechatronik und Informationstechnologie – das aber wiederum verknüpft mit Tourismus, Mobilität und Alpiner Raum. Da können spannende neue Dinge entstehen, das kann z.B. eine energieeffiziente Schneeproduktion sein.

Projekte dienen als Aufhänger um Inhalte zu transportieren.

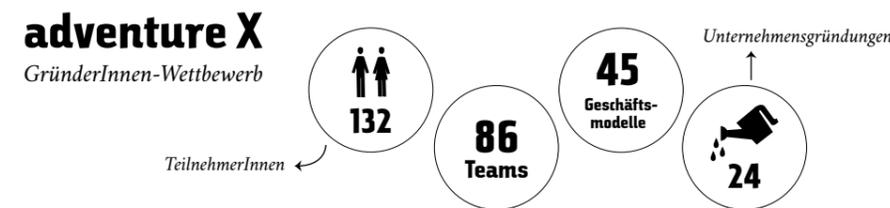
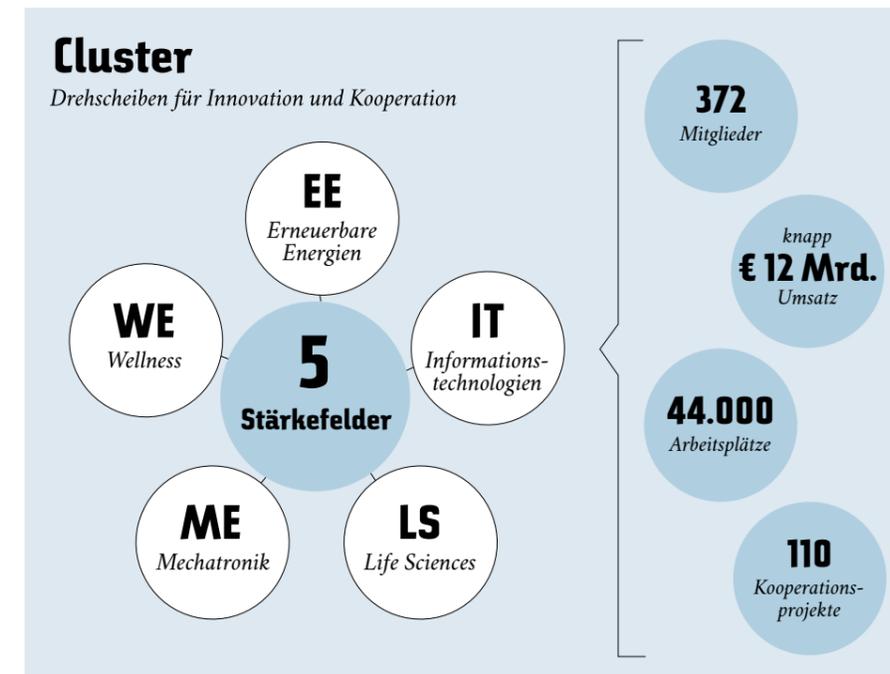
Harald Gohm: Ohne Projekte bleibt „schönes Land“, „qualifizierte Fachkräfte“ und „zentrale Lage“. Damit befinden wir uns in einer Gemengelage und sind austauschbar. Daher der Bezug zum Alpenraum, Lösungen für Mobilität, Energieeffizienz, Gesundheitstourismus und Technologie im Alpenraum, dann wird es spezifischer.

Sie haben Industrie 4.0 erwähnt. Im Herbst hieß es, Tirol wolle sich beim Bund um eine Demonstrationsfabrik bemühen. Wie ist der Stand?

Harald Gohm: Es gibt auf Ministeriumsebene mehrere Arbeitsgruppen zum Thema Fabrik der Zukunft, es hieß auch, dass es Testfabriken geben soll. Mittlerweile heißt es, dass es eine Testfabrik an der TU Wien geben wird – von einer Möglichkeit einer Testfabrik im Westen hören wir derzeit nichts. Das bringt mich auf die Nord-Süd-Achse – Trient, Südtirol, Tirol und auch der bayrische Raum. Auf dieser Achse sollte man mehr spielen, man hat auf ihr interessante Industrieunternehmen. Wir versuchen nun gemeinsam mit Trient und Südtirol den Weg über einen europäischen Antrag, da gibt es, glaube ich, wesentlich mehr Potenzial. Wir sind näher zu Stuttgart und München sowie zur ETH Zürich als zu Wien – warum spielen wir das nicht?

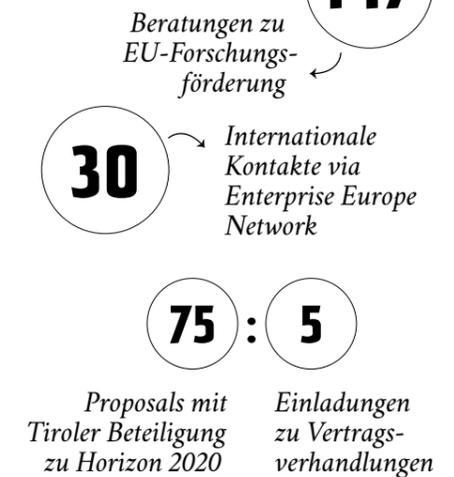
Highlights in Zahlen

Ein ausgewählter Einblick in Wort und Bild



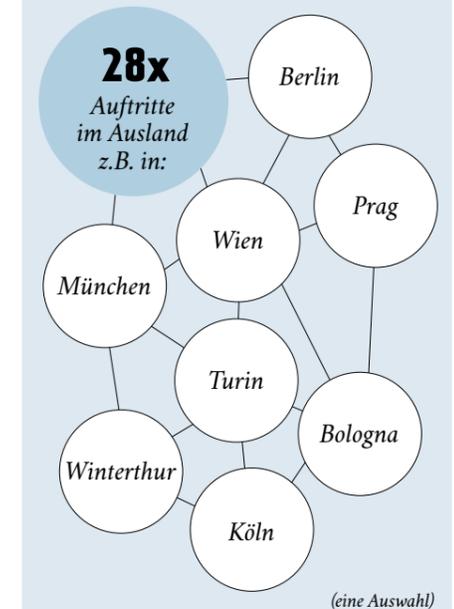
Chance Europa

Internationalisieren und Forschung fördern lassen



Standortvermarktung

Präsentation der Stärken und Potenziale im In- und Ausland



Forschungsalltag von Michele Stinco auf 2.610 Meter Seehöhe, der mit seinen Textiles-Partnern „Teile der forschungsgetriebenen Produktentwicklung des ganzen Sektors in die Region holen und gemeinsam besser sichtbar werden“ will.



Stoffe am Prüfstand

Tirol und Vorarlberg fördern ein Forschungsprojekt, in dem 25 Unternehmen, Verbände und Forschungseinrichtungen innovative Textilien und Materialien entwickeln wollen.

Eis, Schnee, Windspitzen bis zu 285 km/h und Temperaturen weit unter dem Gefrierpunkt verbindet man nicht unbedingt mit wissenschaftlicher Labortätigkeit. Für Michele Stinco hingegen ist es Forschungsalltag. Auf 2610 Meter Seehöhe hat der Haller Start-up-Unternehmer sein Freiluftlabor eingerichtet, um seine innovativen Wendejacken aus Polychrome – ein von Stinco entwickeltes Drei-Lagen-Laminat – dem ultimativen Härtetest auszusetzen. Ein Härtetest, dem sich in der Zwischenzeit auch „fremde“ Jacken und Hosen unterziehen können, ist die polychromelab GmbH doch Initiator von „Alpine Proof“, einem Teilprojekt des von den Ländern Tirol und Vorarlberg geförderten Verbundforschungsprojekt „Textiles“. „Wir wollen auch anderen Herstellern von Sportbekleidung oder -equipment für den alpinen Raum die Testung, Erprobung und Einstufung ihrer Materialien und Produkte unter Einwirkung von Sonne, Hitze, Regen,

Kälte und Wind im Freilabor und durch Experten ermöglichen. So wollen wir Teile der forschungsgetriebenen Produktentwicklung des ganzen Sektors in die Region holen und gemeinsam besser sichtbar werden“, erklärt Stinco seinen Beitrag zum Textiles-Projekt.

Weniger auf ein Freiluftlabor, vielmehr auf ein neues Testgerät setzt Christoph Widmann. 1987 gründete er mit seinem Bruder Heinrich und Peter Stadler in Bozen das Unternehmen TEXmarket, heute ist es Europas größter Produzent für individuelle Radbekleidung und beliefert mit mehr als 1000 Mitarbeitern renommierte Sport- und Cyclingmarken. Widmanns Interesse gilt unter anderem dem Herz der Radlerhose, dem einige Millimeter dicken synthetischen Einsatz. „Es gibt noch kein Gerät, mit dem man messen kann, wie sich unterschiedliche Einsätze bei Hitze, Kälte, Trockenheit oder Nässe verhalten, wie sie auf Reibung reagieren, in welcher Situation sie welchem Druck ausgesetzt sind“, beschreibt der Unternehmer das radlerische Sitzproblem, das er in einem Textiles-Projekt mit Partnern aus Wirtschaft und Forschung nun lösen will: „Unser Ziel ist es, so ein Gerät zu entwickeln.“

Auch Ulf Kattinig blickt in die Zukunft, wenn es um seine Mitarbeit bei Textiles geht. 2001 gründete er voll Enthusiasmus

das Unternehmen Chillaz als Stoff-Schmiede für Bekleidung und Accessoires, zugeschnitten auf „Kletterer, Boulderer und Chiller“, obwohl er damals, wie er heute zugibt, nicht alle drei Kriterien für ein Textil-Start-Up erfüllte. „Dazu braucht es Kenntnisse über die Produktion, einen Vertrieb und Geld. Du trittst nämlich nicht als neuer Bäcker gegen den alten Dorfbäcker an, sondern sofort gegen die weltweite Konkurrenz.“ Produktions-Know-how brachte Kattinig aus seiner Zeit in Hongkong mit, den Vertrieb musste er erst aufbauen, Geld musste er sich neben Chillaz etwa im Skiverleih dazu verdienen. Trotzdem ist Chillaz heute in ganz Europa und Asien vertreten. Nun sieht Kattinig das Potenzial, eine zusätzliche Marke anzugehen. „Aber ganz entspannt. Es wird Spaß machen, da wir forschen und entwickeln dürfen“, sagt der Vomper Unternehmer, der für seine Neuschöpfung, die sich dem Langlaufsport widmen wird, auf die Zusammenarbeit mit Textiles setzt: „Eine Frage ist etwa, welche Muskeln gekühlt und welche gewärmt werden müssen. Es laufen auch die ersten Tests, ob Polychrome im Stoffbereich für unseren Bereich geeignet ist.“

Chillaz, polychromelab und TEXmarket sind drei von insgesamt 21 Unternehmen und Verbänden sowie vier Forschungseinrichtungen, die sich

Ulf Kattinig: „Mit dem wissenschaftlichen Zugang können wir dem Kunden später glaubhaft vermitteln, dass auch ein kleines Unternehmen wie Chillaz etwas Bahnbrechendes auf die Wege bringen kann.“



in den kommenden drei Jahren Fragestellungen rund um die Entwicklung innovativer Textilien und Materialien für Sport, Freizeit und Gesundheit widmen wollen. 2,3 Millionen Euro fließen in die heimische Forschung, geleitet wird das überregionale Kompetenzzentrum – das auf die in dem K-Projekt „Sports Textiles“ geleistete Vorarbeit bauen kann – vom Technologiezentrum Ski- und Alpinsport (TSA) der Universität Innsbruck. „Diese Anzahl an Unternehmen, unter anderem aus Tirol, Vorarlberg und Südtirol – das zeigt das große Interesse an dem Thema“, betont TSA-Geschäftsführer Werner Nachbauer. Die Länder steuern rund 1,1 Millionen Euro (640.000 Euro Land Tirol; 450.000 Euro Land Vorarlberg) bei, die beteiligten Unternehmen knapp 1,1 Millionen, die wissenschaftlichen Partner circa 115.000 Euro. Während man am Institut für Textilchemie und -physik der Uni Innsbruck in Dornbirn mit ausgewählten Wirtschaftspartnern neue Möglichkeiten zur Hydrophobierung von Outdoor-Bekleidung entwickeln will, konzentriert man sich in Innsbruck mit weiteren Unternehmen auf alle Aspekte der Biomechanik und den Bereich der Thermoregulation für den ganzen Körper. „Ein neues Feld wird auch die Kohle- und Glasfasertechnologie für den Sportbereich, genauer für die Ski- und für die Schuhproduktion, sein“, informiert

Nachbauer. „Dass zwei Bundesländer ein derartiges Projekt gemeinsam fördern, ist in Österreich einmalig“, verweist Tirols Wirtschaftslandesrätin Patrizia Zoller-Frischauf auf die neue grenzüberschreitende Technologiepolitik.

Doch nicht nur grenzüberschreitend wird geforscht, sondern auch branchenübergreifend. „Netzwerke sind immer ein Vorteil“, ist sich etwa Christoph Widmann sicher. Vieles, was etwa Aerodynamik, Feuchtigkeitstransport oder Winddurchlässigkeit betrifft, habe man zwar bislang in der eigenen Produktion getestet, nun wolle man es aber auf eine wissenschaftliche Basis stellen. Widmann: „Bei Sportbekleidung sind wir heute auf einem sehr hohen Niveau. Um weiterzukommen, braucht es einfach Forschung.“ Und noch einen weiteren Vorteil sieht der Südtiroler an der Textiles-Beteiligung. „Der Konsument, ob Profisportler oder Otto Normalverbraucher, will immer genauer wissen, was er kauft. Mit einer genauen Dokumentation von der Art des Fadens über die Färbung bis hin zum Weben können wir ihm diese Informationen liefern. Und dazu noch die technischen Details, welche genauen Eigenschaften das fertige Produkt hat“, setzt Widmann auf einen Wettbewerbsvorteil durch den wissenschaftlichen Zugang. Ähnlich sieht es Ulf Kattinig: „Da wir uns

dem Praxistest nie entziehen können, wird der wissenschaftliche Zugang am Anfang doppelte Arbeit bedeuten. Später werden wir aber durchaus profitieren können, da diese Zusammenarbeit mit der Wissenschaft verkaufsfördernd sein kann. Denn man kann dem Endkunden glaubhaft vermitteln, dass auch ein kleines Unternehmen wie Chillaz etwas Bahnbrechendes auf die Wege bringen kann.“

Hintergrund

Die Standortagentur Tirol berät und begleitet Tiroler Unternehmen und F&E-Einrichtungen beim Einwerben von Technologieförderungen bei Land, Bund und EU. Beim Projekt Textiles bereitete sie den Weg zu einer gemeinsamen Förderung des Projektes durch die Länder Tirol und Vorarlberg auf und stellte für einige heute beteiligte Unternehmen die Kontakte zum Wissenschaftspartner TSA her. Während der Laufzeit wird die Standortagentur Tirol das Projekt laufend wirtschaftlich und inhaltlich prüfen und nimmt die Auszahlung der vom Land Tirol zur Verfügung gestellten Mittel vor. Zahlen zur Förderberatung lesen Sie auf Seiten 24 und 25.

Für die Zukunft bestens vernetzt

Industrie 4.0 bietet heimischen Unternehmen Chancen, gegenüber Niedriglohnländern konkurrenzfähig zu bleiben. Gezielte Maßnahmen von Seiten des Landes Tirol sollen die Chancen noch weiter erhöhen.

1986 war für die Hannover Messe ein symbolträchtiges Jahr. In knapp 40 Jahren hatte sich die Messe zur größten Industriemesse der Welt emporgearbeitet, doch auch sie musste die Zeichen der Zeit erkennen und lagerte den Bereich für Büroindustrie in eine eigene Messe aus. Mit der CeBIT, der Messe für Büroautomation, Informationstechnologie und Telekommunikation, hielt die dritte industrielle Revolution, die digitale, nach der ersten – Mechanisierung mit Wasser- und Dampfkraft – und der zweiten – Massenfertigung mit Hilfe von Fließbändern und elektrischer Energie – endgültig Einzug in die Messewelt. Vergleichsweise schlicht war dagegen im Jahr 2011 der Auftritt von Henning Kagermann, Wolf-Dieter Lukas und Wolfgang Wahlster auf der Hannover Messe, doch gilt in der Zwischenzeit die von ihnen vorgestellte Initiative als Startschuss für die vierte industrielle Revolution – Industrie 4.0.

Als Vernetzung von Information und Kommunikation zwischen Menschen, Maschinen, Produkten sowie unternehmensinternen und -externen Daten wird „Industrie 4.0“ beschrieben, eine Vernetzung, die eine schlanke, dezentrale und flexible Produktionsplanung und -steuerung bewirken soll. Und das nicht nur für Großbetriebe. „Die Umsetzung von Industrie 4.0-Projekten in Unternehmen aller Größenordnungen ermöglicht eine deutliche Verbesserung der Entscheidungsfindung sowie Prozess- bzw. Kostenoptimierungen. Dies stärkt die Unternehmen in Industrie und Produktion und den Wirtschaftsstandort an sich“, hält Dietmar Kilian, Managing Partner des Innsbrucker IT-Unternehmens PDA Group, fest. Auch Birgit Vogel-Heuser sieht durchaus Nutzen für heimische KMUs. Die Professorin für Automatisierung und Informationssysteme an der TU München beschäftigt sich mit Industrie 4.0 als „cyberphisches“ System und nennt dafür vier Aspekte. Vogel-Heuser: „Zum einen geht es um Architekturmodelle – wie verständigen sich verschiedene Produktionsanlagen untereinander. Ein Beispiel: Jemand möchte einen Joghurt, der nie produziert wurde. Man kann über sein smartes Device direkt über eine Plattform diesen Sonderwunsch konfigurieren. Die Plattform fragt dann bei allen Produktionsanlagen nach, ob dieser Joghurt herstellbar ist. Die Produktionsanlagen entscheiden, ob sie diesen Joghurt herstellen können, und

bieten ihn mit Preis und Termin an. Und wenn eine Anlage ausfällt, wird automatisch die nächste Anlage angefragt. Für diese Verständigung braucht es datentechnische Architekturmodelle, das Ergebnis sind sogenannte intelligente Produkte und Produktionseinheiten – der zweite Aspekt von Industrie 4.0.“ Weitere Aspekte sind für die Münchner Forscherin „Kommunikation und Datendurchgängigkeit“ sowie die „Datenaufbereitung für den Menschen“. Und diese vier Bereiche, so Vogel-Heuser, treffen auf alle Unternehmen zu. „Außerdem muss man nicht den Schalter komplett auf Industrie 4.0 umlegen“, sagt die Industrie 4.0-Expertin.

Auch die Politik sieht Industrie 4.0 als Chance, damit Österreich bzw. die EU gegenüber Niedriglohnländern wettbewerbsfähiger werden. Die EU fördert Industrie 4.0-Initiativen, der Bund stellt in den kommenden zwei Jahren 280 Millionen Euro zur Verfügung, um Industrie 4.0 in Österreich voranzutreiben. Die Uni Innsbruck profitierte schon von dieser Initiative. Ein Konsortium mit mehreren Unternehmen erhielt eine vom Infrastruktur-Ministerium gestiftete Professur zur Stärkung des Industriestandortes, angesiedelt wird diese Stiftungsprofessur für den Bereich „Advanced Manufacturing“ am Forschungsinstitut für Textilchemie und Textilphysik in Dornbirn. Doch auch die Tiroler Unternehmen sollen aus den Maßnahmen Nutzen ziehen. Einerseits sollen sie via Standortagentur



Industrie 4.0: durch Vernetzung von Information und Kommunikation zwischen Menschen, Maschinen und Daten soll Tirol als Produktionsstandort wettbewerbsfähig bleiben.



Marcus Rasch (Forcam GmbH Ravensburg, links), Roland Larch (ECI Manufacturing, rechts) und Harald Gohm im Gespräch beim Tiroler Innovationstag 2014. Laut Rasch können Menschen mit Industrie 4.0

hochwertigere Arbeiten übernehmen, Larch erklärt, dass mit ihrer Hilfe sogar Einzelstücke rentabel produziert werden können.

Tirol vermehrt über Fördermöglichkeiten informiert und bei der Beantragung unterstützt werden, andererseits sollen der Cluster Mechatronik Tirol und der Cluster IT Tirol gemeinsam mit der oberösterreichischen Technologie- und Marketinggesellschaft m.b.H. einen Maßnahmenplan erarbeiten, mit dem Wirtschaft und Wissenschaft bestmöglich bei der Vernetzung physischer und digitaler Systeme unterstützt werden. Weiter soll in dem Maßnahmenpaket Industrie 4.0 unter den Mitgliedern der Cluster IT und Mechatronik Tirol eine Bedarfserhebung durchgeführt werden, um benötigte Qualifizierungs- und Ausbildungsmaßnahmen zu initiieren.

Initiativen, die in Tirol auf fruchtbaren Boden stoßen können. „Durch die Individualisierung von Kundenwünschen können sogar Einzelstücke rentabel produziert werden. Die Flexibilisierung von Geschäftsprozessen erlaubt es, die Produktion kurzfristig zu verändern, etwa bei Störungen oder Ausfällen von Zulieferern“, zeigte sich etwa Roland Larch von der Schwazer ECI Manufacturing GmbH auf dem von der Standortagentur Tirol ausgerichteten Tiroler Innovationstag 2014 vom Thema überzeugt. Das 2013 gegründete Unternehmen ist Mitglied im Cluster Mechatronik Tirol und konzentriert sich auf Entwicklung und Produktion, aber auch Vertrieb und Servicierung von Hochleistungsmotorkomponenten für Großmotoren. Im Herbst 2014 erfolgte der

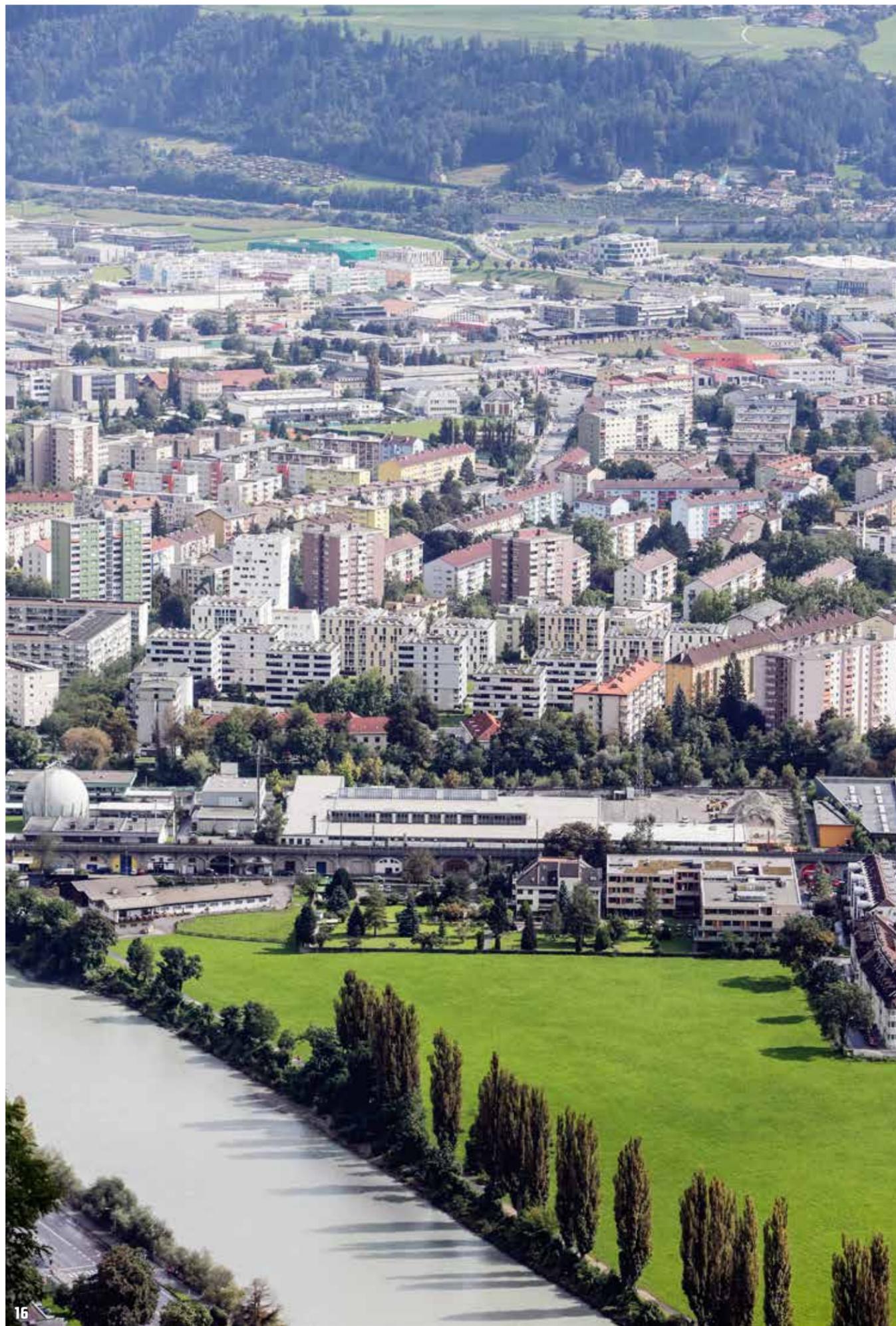
Spatenstich für ein neues Fertigungsgelände, für Larch eine einmalige Chance, quasi von der grünen Wiese weg in das Industrie 4.0-Zeitalter zu kommen. Weitere Vorteile sieht der Leiter Mechatronische Systeme/IT bei ECI Manufacturing im transparenten und abbildbaren Produktionsablauf, da dadurch „Entscheidungsfindungen im Unternehmen optimiert werden“ können, und in der Ressourcenproduktivität und -effizienz, welche die Wertschöpfungskette verbessern. Außerdem, so Rasch, würden durch das neugestaltete Zusammenspiel von Unternehmen, Kunden und Lieferanten neue Dienstleistungen mit neuen Wertschöpfungspotenzialen entstehen. Wobei trotz aller Technologie der bestens ausgebildete Arbeiter an der Maschine nicht zu ersetzen ist. „Industrie 4.0 bringt nichts, wenn ich die Fertigung nicht beherrsche“, betont Larch, es brauche aber Assistenzsysteme und Tools, um in noch besserer Qualität fertigen zu können.

Auch Marcus Rasch von der Forcam GmbH glaubt nicht an den totalen Wechsel vom Mensch zum Roboter: „Maschinen werden einfache Routineaufgaben erledigen können und dadurch Menschen bei ihrer zunehmend komplexen Arbeit unterstützen und entlasten, sodass sie höherwertige Aufgaben übernehmen können.“ Das deutsche IT-Technologie- und Beratungshaus Forcam zählt mit seinen Manufacturing Execution Systemen zu den Industrie 4.0-Pionieren und

verfügt seit Kurzem auch über einen Standort in Innsbruck. „Wir bringen die Realität eines Fertigungsbetriebs in den virtuellen Raum, die damit jederzeit und überall abgerufen werden kann“, beschreibt Marcus Rasch den Forcam-Beitrag zu Industrie 4.0. Jederzeit und überall – also auch auf der Hannover Messe, der „Geburtsstätte“ von Industrie 4.0.

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 unterstützen diese dabei. Des Weiteren arbeiten die Clustermanagements daran, strategisch wichtige Themen wie die im Beitrag vorgestellte Industrie 4.0 an den Standort zu bringen und einen Rahmen für die bestmögliche Entwicklung der betreffenden Themen bei ihren Mitgliedern und weiteren Tiroler Unternehmen zu schaffen. Zahlen, Daten und Fakten zur Clusterarbeit 2014 lesen Sie auf Seiten 22 und 23.



Mit Energie in die Zukunft

Das EU-Projekt Sinfonia soll Innsbruck und Bozen zu modellhaften Smart Cities und Tirol zur Pilotregion für moderne Energieanwendungen machen. Der Standort Tirol profitiert auf mehreren Ebenen, zudem wird Sinfonia zur Triebfeder für weitere Entwicklungen.

Zeit ist Geld, heißt es bekanntlich, in diesem Fall brachte Zeit aber Geld. Und zwar viel Geld. Im Frühjahr 2012 erfuhren die Standortagentur Tirol-Mitarbeiter Christina Lercher (karenzierte Projekt Managerin EU-Programme) und Klaus Meyer (Programm Manager Erneuerbare Energien) von einer neuen Ausschreibung im Rahmen des 7. Forschungsrahmenprogramms – und sahen eine große Chance für Tirol. „Energy – European Smart Cities and Communities“ nannte die EU-Kommission ihre Initiative, die dazu beitragen soll, bis 2020 die Energieeffizienz um 20 Prozent zu steigern und bis 2050 eine kohlenstoffarme Wirtschaft und Gesellschaft zu entwickeln. Von Sommer 2012 an wurde auf Initiative der Standortagentur Tirol intensiv geplant und gearbeitet, im Dezember 2012 konnte das vom schwedischen SP Sveriges Tekniska Forskningsinstitut koordinierte Sinfonia-Projekt – über 30 Partner aus acht europäischen Ländern – eingereicht werden. Unter 15 Anträgen wurde Sinfonia unter die Top 3 gereiht und zu Verhandlungen eingeladen, im Sommer 2014 konnte offiziell gestartet werden. Fördergelder von 27,5 Millionen Euro bringt Sinfonia mit sich, die

wiederum ein Investitionsvolumen von über 200 Millionen Euro auslösen. Insofern hat sich die Planungs-, Arbeits- und Wartezeit gelohnt. Für Standortagentur Tirol-Geschäftsführer Harald Gohm erzielt der Standort Tirol durch Sinfonia einen vierfachen Nutzen: „Weil sowohl Wertschöpfung, Wissen, internationale Sichtbarkeit beim zentralen Zukunftsthema Energie, aber vor allem auch die Lebensqualität der Bewohner gesteigert werden. Zuerst werden die umfassenden Sanierungen einen Schub für die Bauwirtschaft bringen und so auch die Tiroler Beschäftigung maßgeblich stärken. Weiter erwarte ich mir auch, dass die beteiligten Betriebe und Forschungseinrichtungen das spezifische Know-how, das sie in diesem Projekt als Pioniere der Energietechnologien erarbeiten, erfolgreich in Form neuer Produkte und Dienstleistungen international vermarkten.“

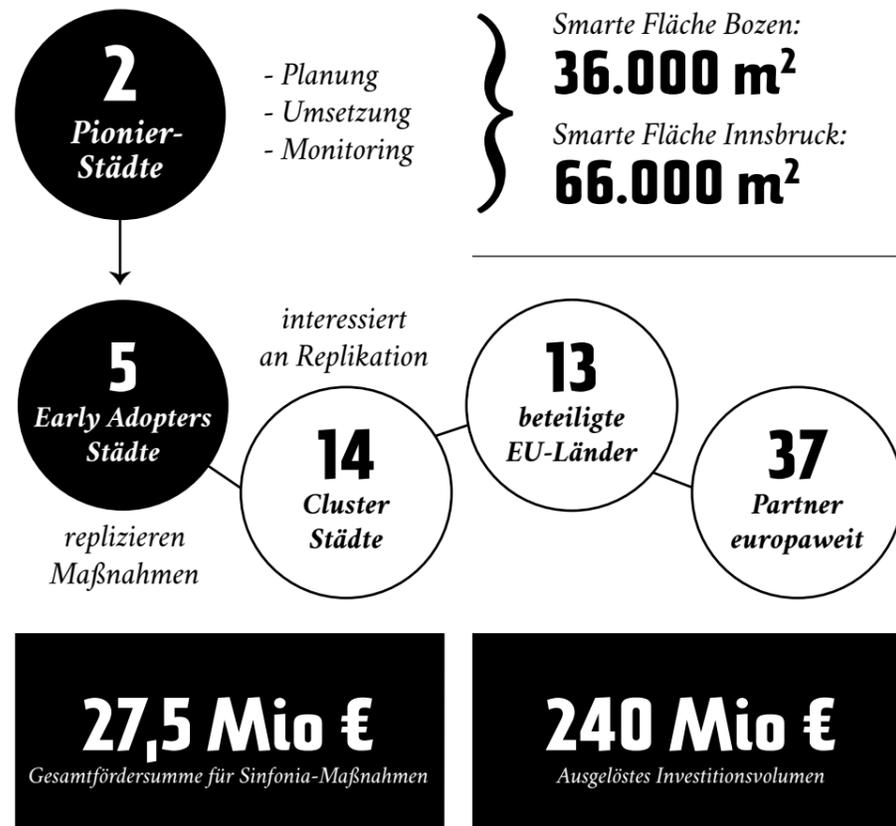
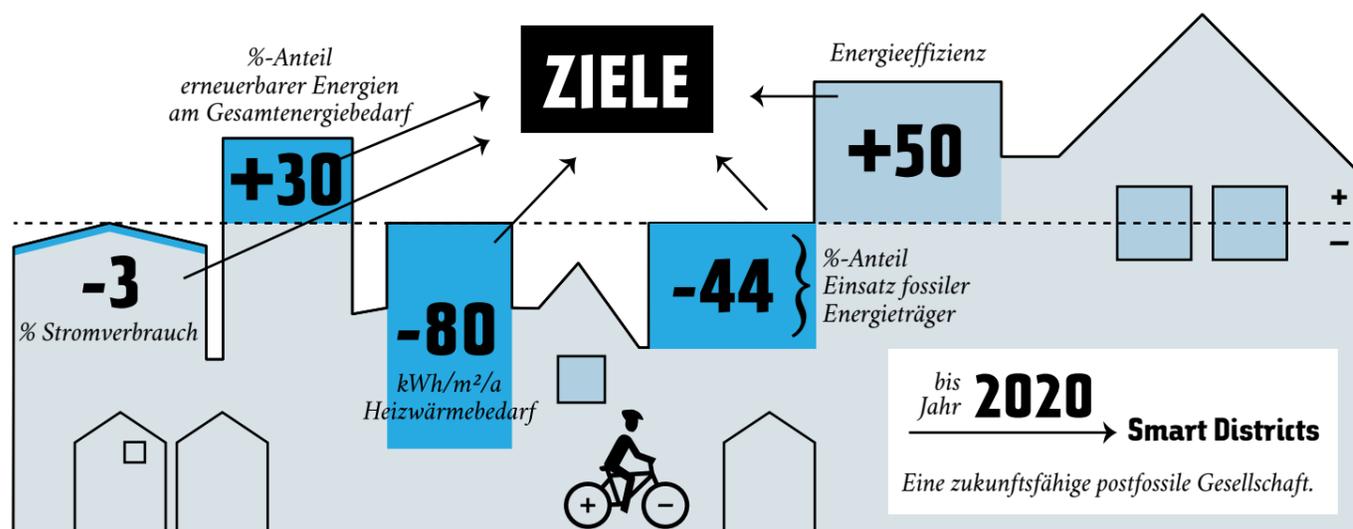
Urbane Pioniere werden sicherlich Innsbruck und Bozen, aus denen durch Sinfonia Smart Cities werden sollen, in denen technisch anspruchsvolle und auf andere urbane Regionen übertragbare Maßnahmen zur hochwertigen Gebäudesanierung entwickelt werden und an der Umsetzung intelligent vernetzter Strom-, Kälte- und Wärmenetze mit einem hohen Anteil an erneuerbarer Energie gearbeitet wird. In ausgewählten Stadtteilen wird dafür in den nächsten fünf Jahren so einiges umgebaut, der Energiebedarf soll dort um 40 bis 50 Prozent gesenkt, der Anteil regenerativer Quellen in der Strom- und Wärmeversorgung um 30 Prozent gestärkt und der CO₂-Ausstoß um 20 Prozent gesenkt werden. Die Neue Heimat Tirol (NHT) und die Innsbruck Immobilien GmbH (IIG) nehmen sich gemeinsam bis zu 66.000 Quadratmeter Wohnfläche vor, die mit ehrgeizigem Ziel energieeffizienter werden sollen: Der Heizwärme-

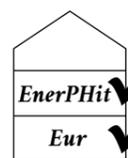
bedarf soll auf rund 30 Kilowattstunden pro Quadratmeter und Jahr reduziert werden, dabei sollen die Wohnanlagen nach der Sanierung gleich wie vorher ausschauen. Die Ziele der Wohnbauträger gehen weit über eine Standardsanierung hinaus, die zusätzlichen Kosten werden von der EU mit bis zu 50 Euro pro Quadratmeter gefördert, was, wie NHT-Geschäftsführer Hannes Gschwentner betont, ein riesiger Anreiz ist, bei Sanierungen Dinge zu versuchen, die ohne Förderung nicht möglich wären.

Über die übliche Standardsanierung hinaus heißt etwa eine Reduktion des jährlichen Heizwärmebedarfs auf das Niveau eines Niedrigenergiehauses, in einigen Wohnanlagen peilt man sogar Passivhausniveau an. Erreicht werden soll das durch Verbesserungen der Gebäudehülle – Dämmung und Fenster – und durch kontrollierte Komfortlüftung. Die ausgetesteten Innsbrucker Anlagen umfassen unterschiedliche Baugenerationen – von den 30er bis zu den 70er Jahren – und Bauweisen (vom Ziegel bis zum Massivbeton), ähnliche Wohnanlagen sind in ganz Europa zu finden. Zusätzlich genutzt werden die Sanierungsmaßnahmen sowohl in Bozen als auch in Innsbruck zu Kubaturvergrößerungen.

„Einige Sanierungen werden in Kombination mit Nachverdichtungen durchgeführt, wo dann Altbau und neue Aufstockung zu einem zukunftsfähigen Gesamtprojekt werden“, berichtet Hannes Gstrein, Leiter für Nachhaltige Gebäudeentwicklung und Energieeffizienz bei der IIG. Mit den Sanierungskonzepten sollen Musterbeispiele geschaffen werden, die auf andere Städte umsetzbar sind. „Durch den Bau und den Betrieb sammeln wir sehr viel Erfahrung, das gilt auch für die beteiligten Unternehmen.“

INNSBRUCK BOZEN



 **Sanierung von Wohngebäuden**

Optimierung Wärme- und Kältenetze 

 **Aufbau intelligentes Stromnetz (Smart Grid)**

Helmuth Müller: „In die ersten Wohnanlagen, die von unseren Partnern saniert werden, wollen wir heuer mit unserer digitalen Welt einziehen.“



Mit der Anschubförderung machen sich dabei viele Dinge auf“, sagt Gschwentner. „Wir können aber nicht ohne Rücksicht auf die Kosten sanieren“, räumt Wolfram Sparber, Präsident der Südtiroler Landesenergiegesellschaft SEL ein, vielmehr gelte es, einen Kompromiss zwischen Ökonomie, Technik und Ökologie zu finden. Ein Kompromiss, der einen attraktiven Wohnraum und Kostenersparnis ergeben soll. Insofern, meint Helmuth Moroder, Generaldirektor der Stadt Bozen, ist Sinfonia auch „ein soziales Projekt: Nach den Sanierungsarbeiten sollten pro Wohnung durchschnittlich 1000 Euro pro Jahr an Energiekosten eingespart werden.“ Ein Monitoring in den Wohnungen, das Temperatur, Energieverbrauch und Luftqualität misst, soll die Effizienz der Maßnahmen prüfen. „In 500 Wohnungen werden ein Jahr lang Temperatur, Feuchte und CO₂-Gehalt gemessen, den Stromverbrauch wollen wir getrennt nach Haustechnik und Haushaltsstrom auswerten, ähnlich bei der Wärme. Im Vergleich zum jetzigen Ist-Zustand können wir dann feststellen, wie die Häuser funktionieren und ob wir wirklich dort sind, wo wir hinwollen“, beschreibt Wolfgang Streicher, Professor für Energieeffizientes Bauen an der Uni Innsbruck, das Vorhaben, das für eine so große Fläche und so viele Einwohner noch nie durchgeführt wurde.

Sowohl in Bozen als auch in Innsbruck spielen Vernetzung und Kommunikation in Form von Öffentlichkeitsarbeit, Information und Bewusstseinsbildung eine wichtige Rolle. Es wurde dafür sogar ein eigenes Work-Package geschnürt, das unter Leitung der Innsbrucker alPS GmbH mit verschiedenen Maßnahmen unter anderem die lokale Akzeptanz sichern soll. Basierend auf den Erfahrungen werden Vorschläge für einen erfolg-

reichen Beteiligungsprozess sowie dessen Herausforderungen aufbereitet und gemeinsam mit allen weiteren Ergebnissen an die Early Adopter Cities weitergereicht. Weitergereicht werden sollen auch intelligente Denk- und Lösungsansätze für die Erzeugung und Verteilung von Strom und Wärme. Die TIGAS-Fernwärmetransportschiene von Wattens nach Innsbruck bildet die Ausgangsbasis für die Entwicklung einer optimierten lokalen Energieversorgung in Innsbruck. „Durch die Nutzbarmachung von industrieller Abwärme und die Einbindung von bisher als Inselfösungen betriebener Einzelsysteme in ein regionales Gesamtsystem wird den Bewohnern und Unternehmen der Region Fernwärme ökonomisch und ökologisch optimiert zur Verfügung gestellt. Zu diesen nutzbar gemachten Wärmequellen zählen bevorzugt Abwärme aus industriellen Erzeugungsprozessen, Abwärme aus Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen mit Nutzung von Biogas und Wärme aus Biomasse“, erklärt der Technische Geschäftsführer Richard Mastenbroek die Rolle der TIGAS bei Sinfonia.

In Innsbruck ist die intelligente Erzeugung und Verteilung von Strom und Wärme eine Sache der Innsbrucker Kommunalbetriebe (IKB). „Intelligente Lösungen sind Voraussetzung, wenn unser Energiesystem durch erneuerbare Energien auf ein CO₂-freies umgestellt werden soll. Energie aus Photovoltaik und Windkraft ist wetterabhängig und daher volatil. Die zweite Komponente ist eine Dezentralisierung durch viele Photovoltaikanlagen oder Blockheizkraftwerke“, beschreibt Helmuth Müller, Mitglied des IKB-Vorstandes, die Konsequenzen einer Energiewende. In den Netzen muss der Strom in beide Richtungen fließen können, da der bisherige Kunde mit einer Photovoltaik-Anlage am Haus-

dach auch zum Stromlieferanten werden kann, zudem müssen Zeiten mit wenig und Zeiten mit viel Strom gemanagt werden. „Daher sind Speichersysteme ein zentrales Element“, hält Müller fest. „Außerdem braucht es gut funktionierende digitale Kommunikationskanäle.“ Im Zuge von Sinfonia wollen die IKB-Experten unterschiedliche Speichersysteme testen, diese mit Photovoltaikanlagen und Wärmepumpen kombinieren – und das zugeschnitten auf einzelne Objekte. „Auch diese Systeme werden kleinteiliger und dezentraler werden, was wiederum die Vernetzung wichtig macht.“ Smart Grid ist das Zauberwort, das intelligente Stromnetz, das die Informationen aus den in den Wohnungen installierten Smart Meters automatisch abrufen, damit auf die aktuelle Verbrauchssituation reagiert werden kann. „In die ersten Wohnanlagen, die von unseren Partnern saniert werden, wollen wir heuer mit unserer digitalen Welt einziehen“, so Müller.

Die IKB widmet sich aber im Rahmen von Sinfonia noch zwei weiteren Themen. Einerseits soll die Kläranlage in der Rossau energetisch effizienter werden. Das geklärte Abwasser – mit einer jahresdurchgängigen Temperatur von mehr als zehn Grad wärmer als Grundwasser – soll mittels Wärmepumpen genutzt werden, die Wärme wiederum zum Trocknen des Klärschlammes bzw. für den Wärmebedarf des Hallenbades Olympisches Dorf und des geplanten Restaurants am Baggersee. Zudem wird in Kooperation mit dem Schwazer MCI-Spin-Off Syncraft eine Holzvergassungsanlage gebaut, wie es sie, so Müller, in Tirol noch nicht gibt. Das zweite Thema ist noch Zukunftsmusik, die aber „ein Potenzial hat, das man nicht auslassen darf“ – der Brenner-Basistunnel. Das dort anfallende Drainage-Wasser

Hannes Gschwentner: „Wir erwarten uns durch Sinfonia viel Know-how, was Umsetzung und technische Lösungen betrifft.“

Herausforderung Bestand



Hannes Gschwentner, Geschäftsführer der Neuen Heimat Tirol, über die ersten Sinfonia-Sanierungen und die Hoffnungen, die der Wohnbauträger in das EU-Projekt setzt.

Sinfonia startete im Sommer 2014. Wird es bei den Sanierungen der Neuen Heimat schon konkret?

Hannes Gschwentner: Ja, etwa bei einem Projekt in der Brucknerstraße. Neben der Sanierung kommen noch sieben neue Lifte und ein zweistöckiger Aufbau dazu. Der Altbestand soll nun auf einen Energiebedarf von 30 Kilowattstunden pro Quadratmeter und Jahr gebracht werden, mit der zusätzlichen Wohnfläche der neuen Stockwerke finanzieren wir – langfristig – die Lifte. All das konnte mit den Mietern und den Vorgaben der Stadt Innsbruck entsprechend positiv erledigt werden, es gab auch einen Architekturwettbewerb.

Wie ist der derzeitige Stand?

Hannes Gschwentner: Jetzt geht es um die Umsetzungsphase – und das ist das Herausragende bei Sinfonia. Bei den Planungen sind nicht nur die Leute von uns dabei, sondern auch Wissenschaftler von der Uni Innsbruck, Experten vom Passivhausinstitut, Projektpartner, die ihr Know-how mit einbringen. Wir erwarten uns – und merken es auch schon –, dass wir durch Sinfonia sehr viel Know-how gewinnen können, und zwar was die Umsetzung und technische Lösungen betrifft.

Wie kann die Neue Heimat dieses Know-how einsetzen?

Hannes Gschwentner: Wenn das Thema Energieeffizienz so dominierend bleibt – und es sieht so aus –, werden wir in den kommenden

Jahren die große Herausforderung mit dem Bestand haben und viele Gebäude sanieren müssen. Es gibt Anlagen mit einem Verbrauch von 150, 160 Kilowattstunden und mehr, state of the art sind 30, 40 für ein energieeffizientes Haus. Wir haben uns 2011 für Neubauten den Passivhaus-Standard, also 15 Kilowattstunden pro Quadratmeter und Jahr, an die Fahnen geheftet. Das bei einer Sanierung zu erreichen, ist schwierig, wir wollen es aber bei einigen schaffen.

Wo zum Beispiel?

Hannes Gschwentner: Ein Beispiel ist eine Generalsanierung in der Fennerstraße. Die Herausforderung dabei sind neue Balkone, um die Balkonplatten von der Gebäudemasse abzukoppeln und somit Wärmebrücken zu vermeiden. Dazu kommt der Einbau der für ein Passivhaus notwendigen kontrollierten Wohnraumbelüftung – im Bestand ist das eine ganz andere Herausforderung als bei einem Neubau. Auch muss während der Sanierung auf die Mieter Rücksicht genommen werden. Wie das alles mit möglichst geringer Beeinträchtigung der Mieter abzuwickeln ist, lernen wir im Rahmen von Sinfonia, aber auch, wie es in möglichst kurzer Zeit und mit wenig Aufwand zu machen ist.

Warum sind Zeit und Aufwand wichtig?

Hannes Gschwentner: Es geht natürlich auch um die Kosten, damit der Mieter mit den Sanierungsmaßnahmen einverstanden und ihm die Komfortverbesserung eine gewisse höhere Miete wert ist. Sinfonia hilft da natürlich sehr, kommen doch auf 50 Euro Investition 50 Euro Zuschuss. Zusätzlich zapfen unsere Mitarbeiter andere Förderungen an. So können wir eine so hochwertige Verbesserung des Gebäudes zu günstigen Preisen bewerkstelligen. Daher hoffen wir, aus diesen ersten Sinfonia-Projekten Erkenntnisse, vielleicht auch technische Innovationen zu gewinnen, die in weiterer Folge die Sanierungen kostengünstiger machen.

mit seiner Temperatur von zirka 22 Grad stellt eine ganz besondere Wärme-/Kältequelle dar und könnte am Ausgang der Sillschlucht aus dem Tunnel abgeleitet und mittels Wärmepumpen für die Beheizung bzw. Kühlung von Wohn- und Geschäftsgebäuden thermisch genutzt werden. „Im Rahmen von Sinfonia erstellen wir in Kooperation mit der Brenner Basistunnel BBT SE eine Studie. Es kann auch sein, dass es eine Zwischenlösung gibt, mit dem in Qualität und Menge entsprechenden Wasser kann man aber erst nach dem Bauende des Tunnels arbeiten“, blickt Müller über Sinfonia hinaus gut zehn Jahre in die Zukunft.

Hintergrund

Über Beratung zur europäischen Forschungsförderung unterstützt die Standortagentur Tirol Tiroler Betriebe und Forschungseinrichtungen beim Einwerben zur Verfügung stehender Mittel aus den EU-Forschungsrahmenprogrammen. Im Rahmen dieser Beratung stellt die Standortagentur Tirol unter anderem auch das Know how und die Kontakte ihrer Cluster zur Verfügung. Bei Projekten von zentraler Bedeutung für den Standort übernimmt sie zur Unterstützung der heimischen Partner bei Bedarf zudem begleitende Rollen wie im vorliegenden Projekt Sinfonia jener des District Leaders für die Partner aus Nord- und Osttirol.

Zahlen.Daten.Fakten

2014. Die Arbeit der Standortagentur Tirol in Zahlen.

Gemeinsame Sache

Cluster motivieren Innovationsarbeit und Kooperationen. Das Ziel: Dauerhafte Wettbewerbsfähigkeit für heimische Unternehmen und strategisch wichtige Branchen.

Die Standortagentur Tirol managt fünf Tiroler Cluster in den Fachbereichen Erneuerbare Energien, Informationstechnologien, Life Sciences, Mechatronik und Wellness. Dabei organisieren eigens eingesetzte Clustermanagements Kommunikations- und Koordinationstrukturen 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 für Verbundprojekte

zusammen. Im In- und Ausland verbessert der geschlossene Auftritt zudem die Sichtbarkeit der betreffenden Branchen und ihrer besonderen Kompetenzen. Die Bündelung des Managements von fünf Clustern an einer Stelle erleichtert Clustermitgliedern des Weiteren die branchenübergreifende Zusammenarbeit.

Beteiligte Partner 2014

Fachbereich	Mitglieder aus Wirtschaft und Wissenschaft	Anzahl Arbeitsplätze der Mitglieder	Jahresumsatz der Mitgliedsunternehmen in Mio. Euro
Cluster Erneuerbare Energien Tirol	58	7.200	2.847
Cluster Informationstechnologien Tirol	77	2.171	285
Cluster Life Sciences Tirol	41	13.483	2.537
Cluster Mechatronik Tirol	65	10.422	3.622
Cluster Wellness Tirol	110	5.200	539
Clusterübergreifend	21	5.814	37
Holzcluster*)	112	6.300	1.370
Gesamt	484	50.590	11.237
Gesamt ohne Holzcluster	372	44.290	9.867

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

Treffpunkt Cluster

Insgesamt 87 Veranstaltungen haben die Clustermanagements in der Standortagentur

Tirol im Jahr 2014 für ihre Mitglieder durchgeführt. Diese Veranstaltungen sind von insgesamt 2.367 Mitgliedern (gesamte Teilnehmer) zur Vernetzung,

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

Veranstaltungen	Erneuerbare Energien	Informationstechnologien	Life Sciences	Mechatronik	Wellness	Clusterübergreifend	Gesamt
Informationsveranstaltungen	3	7	8	4	2	3	27
Partnertreffen	1	1	1	1	1	1	6
Exkursionen	2	-	2	1	1	-	6
Fachtagungen	2	1	2	7	3	-	15
Messeauftritte & internationale Ausstellungen	2	-	5	-	3	-	10
Workshops/Seminare	1	2	2	6	2	2	15
Sonstige	-	2	-	4	1	1	8
Gesamt	11	13	20	23	13	7	87

Cluster - Innovation unter der Lupe

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

Einblick in die Arbeit der von der Standortagentur Tirol koordinierten Cluster sowie die Innovationsarbeit von Clustermitgliedern geben die Beiträge auf den Seiten 14, 17, 35 und 42.

Anträge zu regionaler FTI-Förderung unter Clusterbeteiligung

Herkunftscluster	Anzahl
Cluster Erneuerbare Energien Tirol	18
Cluster Informationstechnologien Tirol	8
Cluster Life Sciences Tirol	6
Cluster Mechatronik Tirol	16
Cluster Wellness Tirol	9
Anzahl Projekte	57

Unternehmen aus den Tiroler Clustern beteiligten sich auch im Jahr 2014 besonders intensiv an den Programmen für Forschungs-, Technologie- und Innovationsförderung des Landes Tirol. 57 von 132 der im Rahmen der regionalen FTI-Förderung des Landes Tirol im Jahr 2013 eingereichten Anträge kommen von Mitgliedern der Tiroler Cluster oder haben mindestens ein Mitglied aus den Tiroler Clustern im Konsortium. Eine Verteilung nach Clustern.

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

Beratene Kooperationen 2014

Herkunftscluster	Anzahl
Erneuerbare Energien	26
Informationstechnologien	25
Life Sciences	18
Mechatronik	29
Wellness	12
Anzahl Projekte	110

Mitglieder der Tiroler Cluster haben mittels der vernetzten Arbeit in den Clustern Kooperationsstärke erarbeitet. Im Jahr 2014 konnten die Clustermanagements in der Standortagentur Tirol insgesamt 110 laufende oder geplante Kooperationen ihrer Mitglieder beraten. Eine Verteilung nach Clustern.

Cluster - Größe im Fadenkreuz

Unternehmensgrößen in den Clustern Erneuerbare Energien, IT, Life Sciences, Mechatronik und Wellness Tirol zum 31. Dezember 2014.

Fachbereich	Anzahl der Betriebe nach Mitarbeiterzahl					
	0-5	6-10	11-20	21-50	ab 50	> 250
Erneuerbare Energien	30	7	5	6	4	6
in %	51,72 %	12,07 %	8,62 %	10,34 %	6,9 %	10,34 %
Informationstechnologien	40	14	8	5	8	2
in %	51,95 %	18,18 %	10,39 %	6,49 %	10,39 %	2,6 %
Life Sciences	9	12	6	6	4	4
in %	21,95 %	29,27 %	14,63 %	14,63 %	9,76 %	9,76 %
Mechatronik	27	8	4	8	11	7
in %	41,54 %	12,31 %	6,15 %	12,31 %	16,92 %	10,77 %
Wellness	75	10	7	7	9	2
in %	68,18 %	9,09 %	6,36 %	6,36 %	8,18 %	1,82 %
Clusterübergreifend	10	3	-	2	4	2
in %	47,62 %	14,29 %	-	9,52 %	19,05 %	9,52 %
Gesamt	191	54	30	34	40	23
in %	51,3 %	14,5 %	8,1 %	9,1 %	10,8 %	6,2 %



Vorsprung ermöglichen

Die Standortagentur Tirol berät und begleitet bei der Einwerbung von Finanzierungen für Forschung, Technologie und Innovation.

Die Standortagentur Tirol berät und begleitet heimische Betriebe und Forschungseinrichtungen bei der Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsförderprogrammen des Landes, des Bundes und der Europäischen Union. Zu ausgewählten Landesprogrammen wickelt die Standortagentur Tirol zudem Ausschreibungen ab.

Eine entsprechende Ausschreibung gab es im Jahr 2014 zur Förderlinie InnovationsassistentIn. In diesem Programm setzen Tiroler Unternehmen spezifische Innovationsprojekte mit einem eigens angestellten Mitarbeiter um. Für das Programm K-Regio läuft zum Zeitpunkt der Berichtslegung eine neue Ausschreibung der Standortagentur Tirol. In dieser Linie forschen oder entwickeln Partner aus Wirtschaft und Wissenschaft Lösungen für den Markt in einem mehrjährigen Verbundprojekt gemeinsam.

Im Rahmen der europäischen Forschungsförderung ist im Berichtsjahr 2014 das neue Forschungsrahmenprogramm Horizon 2020 mit mehr Wirtschaftsorientierung angelaufen. Dazu sind mit Datenstand Ende Oktober 2014 75 Proposals mit Tiroler Beteiligung eingereicht worden, von denen fünf zu Vertragsverhandlungen eingeladen worden sind (Quelle: EU-Performance Monitoring).

FTI-Förderung Land und Bund: Beratene Projekte

Zu regionalen und nationalen Förderprogrammen konnte die Standortagentur Tirol im Jahr 2014 Beratungsleistung für insgesamt 180 Projekte (2013: 229, 2012: 159) erbringen. Die Beratungsleistung umfasst dabei immer die optimale Antragstellung, unterstützt die je nach Programm erforderliche Partnerfindung, begleitet Projektwerber insbesondere auf der nationalen Ebene (COMET) bis zur Unterzeichnung der Förderverträge oder unterstützt Projektnehmer während erforderlicher Evaluierungen. Auch im Jahr 2014 entfällt mit

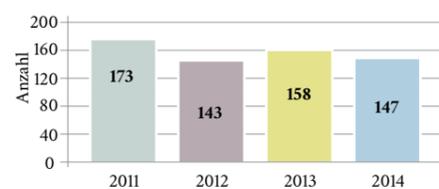
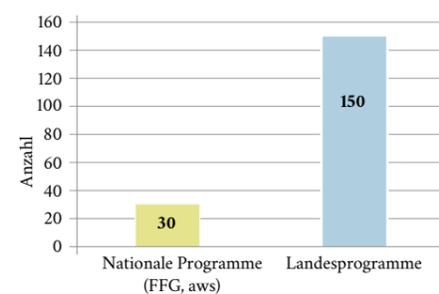
mehr als 150 beratenen Projekten (2013: 141) und damit 83% (2013: 61%) der Großteil der Beratungsleistung auf die regionale FTI-Förderung. Die Beratungen zu den nationalen Programmen der FFG (z.B. COMET) und aws (Investitionen, Start-ups) fallen mit insgesamt 30 beratenen Projekten niedriger aus als im Vergleichsjahr 2013 (84 beratene Projekte). Gründe dafür sind unter anderem, dass in 2014 keine Ausschreibungen im Bundesprogramm COMET erfolgt sind und der Wegfall der Regionalen Kontaktstelle für die EU-Forschungsförderung und vorgelagerte nationale Programme.

EU-Forschungsförderung: Entwicklung der Beratungen

Die Tabelle zeigt die Entwicklung der Anzahl der seit 2011 (Übernahme des ehemaligen Büros für Europäische Programme) in der Standortagentur Tirol mittels einer

vorwiegend bundesfinanzierten Regionalen Kontaktstelle (RKS) durchgeführten Beratungseinheiten zur europäischen Forschungsförderung für Tiroler Unternehmen und Forschungseinrichtungen. Im Berichtsjahr 2014 konnten bis zum Auslaufen der Regelung für die RKS erneut 147 Beratungen realisiert werden.

Ausgelaufen ist am 30. Juni 2014 die Finanzierung einer sogenannten Regionalen Kontaktstelle (RKS), die zur Beratung im vorangegangenen 7. EU-Forschungsrahmenprogramm durch den Bund (BMWF) mit Unterstützung des Landes Tirol eingerichtet war. Grundlage für die österreichweite Entscheidung des Bundes war unter anderem, dass an zahlreichen Hochschulen mittlerweile eigene Beratungsstellen zur europäischen Forschungsförderung eingerichtet sind. Für interessierte Unternehmen bieten ab 2015 die Kontaktstellen für das Enterprise Europe Network (EEN) eine Erstberatung an und arbeiten zur detaillierten Beratung verstärkt mit der Nationalen Kontaktstelle für EU-Forschungsförderung und vorgelagerte nationale Programme bei der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) zusammen.



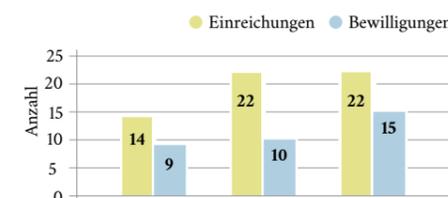
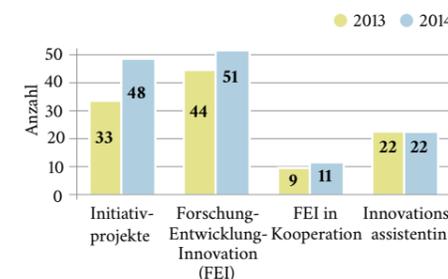
Entwicklung Einreichungen zur Tiroler Innovationsförderung

Die Standortagentur Tirol ist vom Land Tirol seit 2011 mit der Bewerbung der Programme der regionalen Innovationsförderung betraut und berät interessierte Tiroler Unternehmen und Forschungseinrichtungen zur optimalen Nutzung der Programme. Im Berichtsjahr 2014 ist die Innovationsförderung des Landes Tirol neu ausgerichtet worden, seit dem 1. Juli 2014 können Förderungen in den drei Programmsäulen Initiativprojekte, Forschung-Entwicklung-Innovation (einzelbetrieblich oder kooperativ) und InnovationsassistentIn auf Basis neuer, vereinfachter Richtlinien beantragt werden.

Entwicklung Ausschreibungen Landesförderlinie InnovationsassistentIn

Zur Innovationsförderung des Landes Tirol wickelte die Standortagentur Tirol im Jahr 2014 die Ausschreibung im Programm InnovationsassistentIn ab. Das Interesse am Programm konnte mit 22 Einreichungen im Jahr 2014

auf dem bestehenden hohen Niveau erhalten werden. Die Tiroler Landesregierung hat darauf 15 Projekte zur Förderung bewilligt. Das waren um fünf Projekte mehr als im vorangegangenen Jahr 2013. Das bewilligte Fördervolumen im Programm InnovationsassistentIn belief sich im Jahr 2014 auf insgesamt 412.500 Euro.



Vernetzt in ganz Europa

Partnersuche und Technologietransfer mit dem Enterprise Europe Network.

Als Kontaktstelle für Technologietransfer im Enterprise Europe Network (EEN) unterstützt, vermittelt und begleitet die Standortagentur Tirol unternehmerische Kooperationsprojekte in den Bereichen Technologie, Forschung und Entwicklung in Zusammenarbeit mit rund 600 weiteren EEN-Büros in 52 Ländern weltweit. Bis dato nutzen insgesamt 205 Betriebe und Forschungseinrichtungen aus Tirol und Vorarlberg regelmäßig die Services des EEN. Die Vermittlung internationaler Projektpartner, unter anderem für die

EEN 2014 – Fakten aus dem Betreuungsgebiet	Anzahl
Neukunden	31
Neu eingebundene und betreute Technologieprofile	7
Internationale Kontaktvermittlungen bzw. Betreuung von „Expressions of Interest“ (EOI) an Technologieprofilen	30
Internationale Partnervermittlung für EU-geförderte Forschungsprojekte sowie für Technologiekooperationen von Betrieben (abgeschlossene Partnership-Agreements)	6
Durchführung von Partnering Events	2
Anzahl der zu den nachstehenden Terminen geführten Kooperationsgespräche	106

- Kooperationsbörse Innovative Textilien 2014
Veranstalter: WISTO, Standortagentur Tirol
Beteiligung: 38 Unternehmen aus Österreich (davon 22 aus Tirol bzw. Vorarlberg), Deutschland (27), Schweiz (15), Italien (1)
- Matchmaking Event anlässlich der Beteiligung des Clusters Erneuerbare Energien Tirol und verschiedener Mitglieder an der Intersolar 2014:
Beteiligung: 4 Tiroler Unternehmen

europäische Forschungsförderung, erfolgt mit Hilfe der EEN-Technologiedatenbank. Diese gilt als der weltweit größte virtuelle

Marktplatz für Technologien, deren Patente und Lizenzen sowie internationale Forschungspartner.

Europas Betriebe entdecken

Geförderte Auslandspraktika in Zahlen.

Die Standortagentur Tirol wickelt EU-geförderte Auslandspraktika von

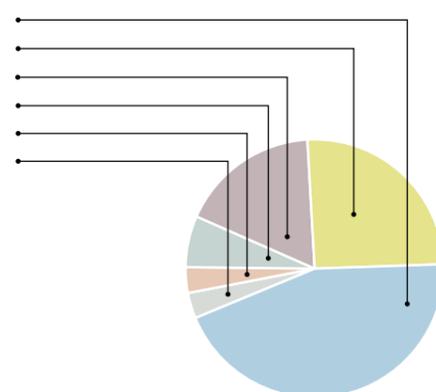
Studierenden und Graduierten der Tiroler Hochschulen, der Universität Salzburg und Fachhochschule Dornbirn, von Tiroler Lehrlingen und jungen Arbeitnehmern sowie von Schülern berufsbildender mittlerer und höherer Schulen am Standort ab. Die beste Option für junge Menschen, sowohl ihre fachlichen als 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 Lebenslanges Lernen/Unterprogramm LEONARDO DA VINCI. Im Jahr 2014 hat die Standortagentur Tirol insgesamt 280 dieser sogenannten Mobilitäten betreut. 271 davon waren Auslandsaufenthalte junger Tiroler, weitere neun sind Incoming-Lehrlinge, die über das Programm xchange nach Tirol vermittelt worden sind. Details bieten die folgenden Statistiken:

Mobilitäten nach Zielgruppen

Die Nachfrage nach geförderten Auslandspraktika bleibt hoch. Auch im Jahr 2014 konnte die Standortagentur Tirol insgesamt 280 Mobilitäten abwickeln (2013: 291, 2012: 302). Traditionell stark ist die Teilnahme aus den heimischen Hochschulen mit 124 und damit 44 % aller Mobilitäten auch im Jahr 2014. Auch von Seiten der Schüler an Berufsbildenden Mittlere und Höhere Schulen besteht weiterhin großes Interesse, ihre Pflichtpraktika im Ausland zu absolvieren. Diese halten im Jahr 2014 bei 71 Mobilitäten (2013: 64, 2012: 76). Die Beteiligung der Graduierten (49) sinkt leicht auf das Niveau des Jahres 2012 (2013: 60, 2012: 50). Lehrlinge (9) konnten im Jahr 2014 ebenso viele wie im Jahr 2013 an europäische Betriebe vermittelt werden, etwas weniger

Studierende (ERASMUS): 124
 Schüler (LdV, TadW): 71
 Graduierte (LdV): 49
 Junge Arbeitnehmer (LdV, TadW): 18
 Lehrlinge (xchange outgoing, TadW): 9
 Lehrlinge (xchange incoming): 9



Lehrlinge (9) kamen im Jahr 2014 aus anderen europäischen Ländern in Tiroler Betriebe als zuletzt (2013: 13). Sehr erfreulich ein erneuter Anstieg bei jungen Arbeitnehmern, für die Auslandsaufenthalte vor dem Auslaufen der für sie vorgesehenen Programme noch bis Mai 2015 über ein Leonardo da Vinci-Projekt förderbar waren bzw. sind. Von ihnen haben sich im Berichtsjahr 18 für ein Berufspraktikum in Europa entschieden (2013: 6, 2012: 21).

Mobilitäten. Verteilung nach Zielländern: Studierende

Studierende und Graduierte wählen für ihre Auslandspraktika im Programm ERASMUS traditionell zu einem hohen Anteil Deutschland als Zielland aus. Auch im Jahr 2014 sind 94 und damit über die Hälfte dieser Auslandspraktika in Deutschland absolviert worden. Gründe dafür sind nach wie vor die wegfallende Sprachbarriere, zahlreiche bereits bestehende Kooperationen zwischen den heimischen Hochschulen und deutschen Unternehmen sowie die ausgeprägte Praktikumskultur in Deutschland, welche Praktikanten eine gute Betreuung sichert.

Zielländer 2014	Anzahl Mobilitäten
Deutschland	94
Spanien	14
Frankreich	10
Großbritannien	10
Italien	9
Schweiz	9
Irland	4
Türkei	4
Belgien, Dänemark, Niederlande Portugal	je 3
Finnland	2
Griechenland, Kroatien, Lichtenstein, Schweden, Tschechien	je 1
Summe	173

Mobilitäten. Verteilung nach Zielländern: Schüler, Lehrlinge, junge Arbeitnehmer

Die beliebtesten Praktikumsländer von Tiroler Schülern, Lehrlingen und jungen Arbeitnehmern waren Italien (38,5 %), Großbritannien (34,4 %) und bereits mit etwas Abstand Deutschland (14,6 %).

Zielländer 2014	Anzahl Mobilitäten
Italien	37
Großbritannien	33
Deutschland	14
Spanien	3
Frankreich, Griechenland	je 2
Belgien, Liechtenstein, Malta, Niederlande, Norwegen, Schweden, Schweiz	je 1
Summe	98

Tirol in Szene setzen

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 wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Leistungen und Potenziale sowie besondere Kompetenzen seiner Betriebe und F&E-Einrichtungen zu verschiedensten Terminen im In- und Ausland. Dabei spricht sie potenzielle Kooperationspartner und Kunden der heimischen Betriebe an. Interessiert Unternehmen und Investoren mit dem

Potenzial, frische Impulse oder neue Arbeitsplätze nach Tirol zu bringen, für den Standort. Und tritt mittels Fachkräfte-Kampagne „Tirol hat deinen Job“ an motivierte Menschen heran, die ihr besonderes Know-how in Tiroler Unternehmen einbringen wollen.

Präsentations- und Dialogtermine 2014

Termine	Erzielte Kontakte
12 Standortpräsentationen für Investoren mit Partnern wie der ABA Invest in Austria, LISA Life Science Austria, Alpenbank bzw. ausgewählten Außenwirtschaftszentren: Deutschland: Ottobrunen, Berlin (2), Hamburg, Rottweil, Frankfurt Italien: Trento, Verona, Bologna, Turin Schweiz: Winterthur, Rohrschach	586 Fachkontakte
Technologiebrunch Wien Präsentation des Forschungs- und Wirtschaftsstandortes Tirol mit Präsentation des EU-Projektes Sinfonia (September 2014)	70 Fachkontakte

Ausstellungen auf internationalen Konferenzen und Fachmessen

Termine	Messepublikum	Teilnehmer Tirol
8 internationale Fachmessen Bio Europe Spring Turin, EuroMedTech Linz, Medtec Stuttgart, Intersolar München, fafga Innsbruck, Hotel Bozen, Bio Europe Frankfurt, Medica Düsseldorf	rd. 226.000 Fachbesucher gesamt	Wirtschaftsstandort Tirol + 10 Tiroler Clusterbetriebe

Auftritte auf internationalen Karrieremessen

Termine	Veranstaltung	Teilnehmende Unternehmen	Verfügbare Stellenangebote	Anzahl Registrierungen	Anzahl Bewerbungen
20.03.2014	vdi München	25	76	56	10
26.-27.03.2014	Jobs Expo Prague	25	76	11	3
09.04.2014	International Career Day	24	75	114	3
22.05.2014	IAESTE Teconomy Innsbruck	27	75	0	0
15.10.2014	IAESTE Teconomy Vienna	28	84	37	0
20.11.2014	Career Calling	28	62	50	14
26.-27.11.2014	Absolventenkongress Köln	23	64	180	18
	Summe	180	512	448	48

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, bis September 2014 konnten diese von Interessierten vor Ort exklusiv über zur Verfügung gestellte iPads abgerufen werden. Im Jahr 2014 konnten im Rahmen von sieben Auftritten durchschnittlich rund 73 Stellenangebote

pro Auftritt beworben werden, für welche sich insgesamt 448 technische Fachkräfte interessiert und 48 technische Fachkräfte beworben haben. Die vakanten Stellen kamen von durchschnittlich 25,7 Tiroler Betrieben. Seit Oktober 2014 ist die Online-Plattform jobs.tirol.info öffentlich zugänglich.

Unternehmenssitz: Tirol

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

Wenn die Standortagentur Tirol in Clustern vernetzt, am Standort Forschung und Innovation vorantreibt und den Technologietransfer beschleunigt, verfolgt sie damit das Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Unternehmen zu sichern und zu stärken. Wachstum lässt sich des Weiteren über die Neugründung von Betrieben sowie den Zuzug von Unternehmen erzielen. Auch zu diesen Themen ist die Standortagentur Tirol deshalb aktiv.



Tiroler Unternehmensgründung

Junge Unternehmen beleben unsere Wirtschaft. Um den Unternehmergeist in Tirol weiter zu ermutigen, das Potenzial für Geschäftsideen zu erhöhen und Gründer ganzjährig beim Aufsetzen optimaler Geschäftsmodelle und beim Markteintritt zu unterstützen, hat die Standortagentur Tirol im Jahr 2014 gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Tirol einen neuen adventure X gestartet. Der langjährige Businessplanwettbewerb wurde dabei zum Gründerwettbewerb. Anstelle von Businessplänen matchten sich schließlich 45 Geschäftsmodelle, die insgesamt 132 Teilnehmer mit Hilfe des Geschäftsmodellanalyse-Tools „Business Model Canvas“ entwickelt haben. Reine Technologiegründungen sind komplex und brauchen in der Regel noch intensivere Vorbereitung als klassische Unternehmensgründungen. Auch im Jahr 2014 hat das CAST, Center for Academic Spin-offs Tyrol, daher akademische Ausgründungen aus Tiroler Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen beraten und begleitet. Die Arbeit des CAST wird im Rahmen des sogenannten AplusB-Programms von der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft ermöglicht und von der Standortagentur Tirol cofinanziert.

Fakten adventure X 2014

Betreute Teilnehmer 2014	132 in 86 Teams
Hervorgegangene Unternehmensgründungen bis März 2015	24
Coaching- und Trainingseinheiten 2014	9

Sieger adventure X 2014

Cyprumed (Dr. Florian Föger)	Platz 1
EasyMount (Ulrike Unterlechner, Christian Unterlechner)	Platz 2
XQZT Skis (Maria Wibmer, Daniel Neururer)	Platz 3

Neue High Tech-Betriebe-Fakten CAST 2014

Betreute Technologieprojekte 2014	84
Aufgenommene Gründerteams 2014	7
Realisierte Technologiegründungen 2014	4

www.cast-tyrol.com

Betriebsansiedlung

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 unterstützen die Standortagentur Tirol mit einem umfangreichen Serviceangebot auf allen Wegen der Investitionsprüfung und Umsetzung ihrer Ansiedlung.

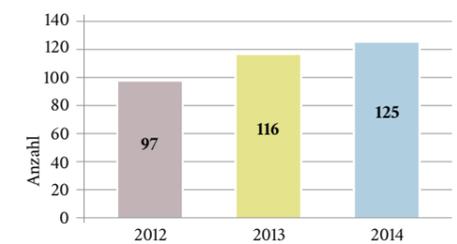
Im Jahr 2014 konnte die Standortagentur Tirol eine Bestmarke bei den internationalen Betriebsansiedlungen erzielen. 23 neue Unternehmen siedelten sich mit ihrer Unterstützung aus dem Ausland in Tirol an. Das entspricht einer Steigerung von mehr als einem Drittel gegenüber dem Vorjahr und dem besten Jahresergebnis bisher. Ein weiteres Unternehmen konnte die Standortagentur Tirol bei seiner Ansiedlung aus der Steiermark unterstützen und begleiten. Bei 14 Ansiedlungen kam es zu

einer Zusammenarbeit mit der ABA-Invest in Austria, der Betriebsansiedlungsagentur des Bundes. Kumuliert planen alle Ansiedler (inklusive Inlandsansiedlung) erste Investitionen in Höhe von rund 14 Millionen Euro und wollen zunächst 188 neue Arbeitsplätze schaffen. Nach Einschätzung der Standortagentur Tirol hat die aufgehellte Stimmung vor allem am deutschen Markt die Entscheidungsprozesse verschiedener Investoren beschleunigt.

Entwicklung betreuter Ansiedlungsprojekte

Anzahl an Anfragen steigt weiter. Im Jahr 2014 konnten von der Standortagentur Tirol 125 Ansiedlungsprojekte betreut werden, das sind um weitere neun mehr als im Jahr davor. Das Anfragevolumen aus Italien ist weiterhin auf einem außergewöhnlich hohen Niveau und mit 56 Projekten erneut gestiegen und (2013: 45; 2012: 60). Dahinter folgen

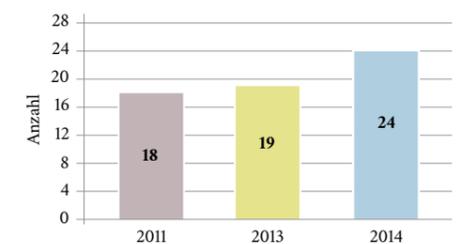
Deutschland mit 26 betreuten Interessenten (2013: 48; 2012: 26) und die Schweiz, die seit dem Jahr 2013 als dritter Kernmarkt aufgebaut wird, mit 20 bearbeiteten Projekten (2013: 13; 2012: 1). An die vierte Stelle reihen sich 6 betreute Ansiedlungsinteressenten aus Österreich, während drei betreute Projekte des Jahres 2014 aus Großbritannien stammen. Des Weiteren folgen je zwei Projekte aus China, Kanada, den Niederlanden und Ungarn während aus dem Iran, aus Lettland, Neuseeland, Rumänien, Spanien und den USA je ein Projekt betreut werden konnte.



Entwicklung realisierter Betriebsansiedlungen

Bestmarke mit Deutschland als stärkstem Investor. Im Jahr 2014 konnten insgesamt 24 Betriebe am Standort Tirol angesiedelt werden, das markiert nach 19 Betrieben im Jahr davor einen neuen Rekord. Gab es im Vergleichsjahr 2013 bei den führenden Herkunftsländern Deutschland und Italien zuletzt noch einen Gleichstand (je 6 Unternehmen), geht Deutsch-

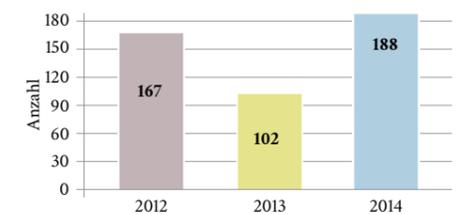
land im Jahr 2014 deutlich in Führung. Mit 11 Ansiedlungen legt es um über 80 Prozent zu und wird vor Italien mit erneut sechs Ansiedlungen wieder wichtigster Investor in Tirol. Weitere zwei Auslandsgründungen kommen im Jahr 2014 bereits aus der Schweiz, welche die Standortagentur Tirol seit 2013 als dritten Kernmarkt aufbaut. Je ein ausländisches Unternehmen lässt sich aus den USA, den Niederlanden, Belgien und aus Rumänien am Standort nieder, ein inländisches Unternehmen siedelt zusätzlich aus der Steiermark an.



Entwicklung geplanter Arbeitsplätze

Fachkräfte gefragt. Alle Ansiedler aus dem Aus- und Inland wollen am Standort Tirol im Zeitraum von bis zu zwei Jahren rund 188 neue Arbeitsplätze schaffen. Die durchschnittliche Arbeitszahl pro

Ansiedlung steigt damit auf 7,8 (2013: 5,4). Mit den Arbeitsplätzen der Ansiedler kommen hochwertige Arbeitsplätze an den Standort Tirol – sieben der 24 neuen Unternehmen wollen den Standort und die vorhandene Infrastruktur zum Forschen und Entwickeln nützen.





Jahresabschluss

Kennzahlen aus der Bilanz 2014

Erträge 2014	€ 8.146.921,40	Aufwendungen 2014	€ 8.795.889,68
Jährliche Zuwendung Land Tirol	€ 3.534.645,37	Standortpositionierung	€ 1.737.533,11
Zuwendungen Land Tirol für Projekte unter Landesfinanzierung	€ 1.900.388,45	Unternehmensgründung, Betriebsansiedlung, Standortentwicklung	€ 1.425.138,78
Sonstige betriebliche Erträge	€ 2.498.651,68	Vernetzung und Wettbewerbsfähigkeit	€ 1.661.730,67
Erträge aus Wertpapieren und Zinsen	€ 213.235,90	Wissens- und Technologietransfer sowie Mobilitätsprogramme	€ 678.933,87
		Zuschüsse für Förderprojekte	€ 3.216.226,53
		Aufwendungen aus Wertpapieren und Zinsen	€ 76.326,72
		Ergebnis	€ -648.968,28

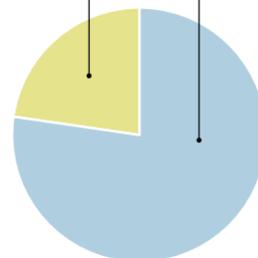
Die Finanzierung der Arbeit der Standortagentur Tirol erfolgt aus Mitteln des Landes Tirol, sonstigen betrieblichen Erträgen und Erträgen aus Wertpapieren und Zinsen. Die jährliche Zuwendung des Landes Tirol belief sich im Berichtsjahr auf 3.534.645,37 Euro. Für die Bezuschussung von Projekten unter Landesfinanzierung - wie beispielsweise COMET-Zentren am Standort Tirol oder mit Beteiligung von Tiroler Unternehmen - hat die Standortagentur Tirol im Jahr 2014 Landesmittel in Höhe von 1.900.388,45 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 2.498.651,68 Euro. Die Erträge aus Wertpapieren und Zinsen beliefen sich auf 213.235,90 Euro.

Bei ihren Aufwendungen setzte die Standortagentur Tirol im Jahr 2013 1.661.730,67 Euro zur Vernetzung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit mit Hilfe von Clustern ein, während in den Wissens- und Technologietransfer mit Förderberatung für Land, Bund und EU sowie die europäischen Mobilitätsprogramme 678.933,87 Euro flossen. Die Aufwendungen für die Standortpositionierung im In- und Ausland beliefen sich im Jahr 2014 auf 1.737.533,11 Euro, während für die Handlungsfelder Gründung, Betriebsansiedlung und Standortentwicklung sowie Fachkräfte-Service Mittel in Höhe von 1.425.138,78 Euro eingesetzt worden sind. Weiterhin entfällt ein hoher Anteil der Aufwendungen der Standortagentur Tirol im Jahr 2013 mit 3.216.226,53 Euro auf die Bezuschussung von Förderprojekten im Bereich Forschung, Technologie und Innovation. Zur finanziellen Deckung des Ergebnisses des Geschäftsjahres 2014 fand wie in den Vorjahren das bestehende Fondsvermögen Verwendung.

Drittmittelfinanzierung Personalkosten 2014

Vom Personalaufwand des Geschäftsjahres 2014 in Höhe von EUR 2.729.342,53 werden 22,7% und damit rund 619.506,91 Euro aus Drittmitteln finanziert. Bei diesen Drittmitteln handelt es sich im Wesentlichen um vereinnahmte EU-Förderungsbeiträge und Rückflüsse aus Bundesprogrammen.

Personalkosten landesfinanziert: 2.109.853,62 €
Personalkosten drittmittelfinanziert: 619.506,91 €



Zuschüsse im Überblick

Die Auszahlungen der Standortagentur Tirol im Jahr 2014

Ausbezahlte Zuschüsse 2014 nach Förderbereichen

Der größte Anteil der Projekte, an die im Jahr 2014 Zuschüsse ausbezahlt worden sind, entfällt mit 63,5 % (2.096.736,92 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. Der Anteil an Zuschüssen für Projekte im Rahmen der regionalen FTI-Förderung¹⁾ des Landes Tirol liegt im Jahr 2014 bei 13,1 % (431.574,74 Euro). Die Zuschüsse an Projekte im Rahmen der Allgemeinen Rahmenrichtlinie²⁾ der Standortagentur Tirol belaufen sich im Jahr 2014 auf 777.375,51 Euro (23,5 % der Auszahlungen).

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

Zuschüsse sind alle im Jahr 2014 getätigten Auszahlungen der Standortagentur Tirol von vertraglich zugesicherten Mitteln. Die Zuschüsse 2014 zeigen den tatsächlichen Mittelfluss an Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Forschungsverbände und andere Projektträger im betreffenden Jahr,

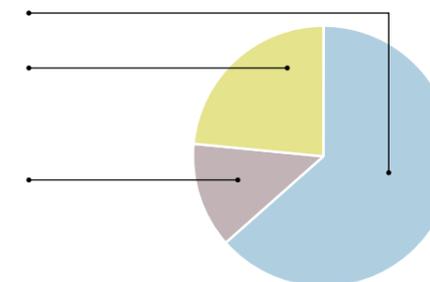
unabhängig vom Jahr der Förderzusage und Mittelbindung. Die Summe der Auszahlungen beläuft sich im Jahr 2014 auf 3.304.687,17 Euro.

Bundesprogramme FTI (Forschung, Technologie und Innovation): 63,45 %

Allgemeine Rahmenrichtlinie: 23,49 %

Regionalförderung FTI Land Tirol (direkte Vergabe durch die Standortagentur Tirol in sechs Programmen bis 2010): 13,06 %

Summe Auszahlungen: 3.304.687,17 €



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

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

Ausbezahlte Zuschüsse 2014 nach Fachbereichen

Der Großteil der von der Standortagentur Tirol im Jahr 2014 ausbezahlten Zuschüsse entfällt auf die Fachbereiche Erneuerbare Energien/Alpine Technologien mit 36,74 % (2013: 25,43 %) sowie Life Sciences mit 36,40 % (2013: 40,63 %). An die dritte Stelle reiht sich im Berichtsjahr 2014 der Fachbereich IT mit 14,14 % der Auszahlungen (2013: 10,96 %) vor gemischten Fachbereichen, an welche 7,18 % der Auszahlungen gehen. 5,53 % der ausbezahlten Zuschüsse betreffen den Fachbereich Mechatronik.

Erneuerbare Energien/Alpine Technologien: 36,74 %

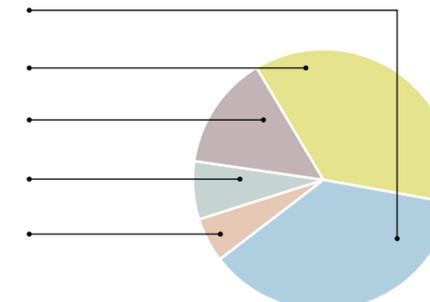
Life Sciences: 36,40 %

Informationstechnologien: 14,14 %

Verschiedene/gemischte Fachbereiche: 7,18 %

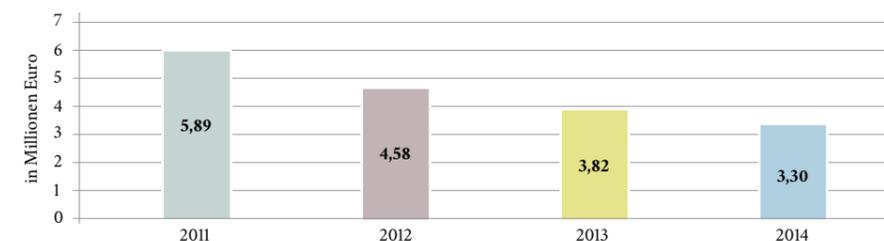
Mechatronik: 5,53 %

Summe Auszahlungen: 3.304.687,17 €



Entwicklung Zuschüsse 2009 – 2014

Die Summe der von der Standortagentur Tirol ausbezahlten Zuschüsse ist im Jahr 2014 auf 3.304.687,17 Euro gesunken. Gegenüber dem Jahr 2013 haben sich die Auszahlungen der Standortagentur Tirol damit um weitere 510.662,14 Euro bzw. 13,4 % reduziert. 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.



„Wir sind so weit, wie wir noch nie waren“

Die Standortagentur Tirol Management GmbH hat die Stadt Schwaz unter die Lupe genommen. Martin Wex, Schwazer Vizebürgermeister und Wirtschaftsreferent, erklärt im Interview, wie die Studienergebnisse helfen sollen, Schwaz rund um das Thema Silber zu positionieren und damit auch die alte Innenstadt wiederzubeleben.

Der Schwazer Gemeinderat beauftragte im Dezember 2013 die Standortagentur Tirol Management GmbH, sich Gedanken über eine Positionierung der Silberstadt zu machen. Was war der Hintergrund für diesen Auftrag?

Martin Wex: Schwaz ist Bezirkshauptstadt und versucht diese Rolle im Bezirk verstärkt wahrzunehmen. Es wurde viel in Bauten und Sportzentren investiert, über den Investor Günther Berghofer bekam die Stadt am Areal der ehemaligen Tabakwerke ein großes Einkaufszentrum – Gott sei Dank in Zentrumsnähe. Trotzdem führte es zu entsprechenden Umwälzungen.

Zu welchen Umwälzungen?

Martin Wex: Man kann keinen Unternehmer zwingen, in der Altstadt zu bleiben, wenn er sein Heil in einem Einkaufszentrum sieht.

Dort gibt es ein straffes Centermanagement, jeder zahlt einen Anteil für gemeinsame Werbung, die Parkplätze sind geregelt etc. In der Altstadt herrschen gewachsene Strukturen vor, jedes Haus hat seine eigene Geschichte und muss einzeln betrachtet werden. Letztendlich hatten wir in den beiden Hauptstraßen im Altstadtbereich rund 20 leerstehende Geschäfte. Daraufhin hat uns die Wirtschaftskammer kontaktiert und Hilfe angeboten. Das war eine Art Initialzündung, in Zusammenarbeit mit dem Land Tirol, der Wirtschaftskammer, der Stadt Schwaz und der Standortagentur Tirol Management GmbH – ich nenne sie kurz Standortagentur – haben wir einen Positionierungsprozess gestartet. Allein hätten wir es – ehrlicherweise – nicht gemacht.

Was waren die Kernthemen für den Positionierungsprozess?

Martin Wex: Es ging hauptsächlich um zwei Fragen, einerseits um die Leerstände in der Innenstadt, andererseits um die Profilierung von Schwaz. Interessanterweise hat sich der Tourismusverband Silberregion Karwendel in dieser Zeit auch diese Frage gestellt. In der Inntalachse spielt der Tourismus bekanntlich keine große Rolle, auch in Schwaz wurde er – was die Tagesgäste betrifft – lange Zeit stiefmütterlich behandelt. Der neue TVB-Vorstand hat einen Strategieprozess in die Wege geleitet, der breiter angelegt war als jener der Standortagentur. Er endete in der Wortschöpfung retronovativ, das sich aus „retro“, „nativ“ und „innovativ“ zusammensetzt und die Sehnsüchte nach Ehrlichkeit, authentischem Handeln, Entschleunigung etc. ausdrücken soll. In dem Prozess wurden

einige Themen herausgearbeitet, unter anderem auch Silber, was sich mit dem deckt, was die Standortagentur für die Stadt Schwaz entwickelt hat. Also werden wir gemeinsame Meter machen können.

Was heißt das im Konkreten?

Martin Wex: Das was latent da war – „mit Silber sollte was man tun, vielleicht ein Geschäft, vielleicht ein Souvenir“ –, wurde gesammelt, die Ideen liegen gebündelt am Tisch. Für die Stadt Schwaz ist das Thema Silber als Alleinstellungsmerkmal tauglich, das bestärkt die Studie der Standortagentur. Silber ist eine Möglichkeit, sich von anderen Regionen zu differenzieren, es muss nur spür- und erlebbar gemacht werden. Zudem gibt es ein klares Bekenntnis zum Thema Silber – vom Gemeinderat, vom TVB und vom Planungsverband. Wir sind jetzt also so weit, wie wir noch nie waren.

Wie soll das Thema Silber angegangen werden?

Martin Wex: Wenn wir es thematisieren, dann – und das ist auch der Vorschlag der Standortagentur – über ein Leuchtturmprojekt. Wir müssen weg von der Mittelmäßigkeit, müssen das Projekt sehr hoch ansiedeln.

Täuscht der Eindruck, dass das Thema Silber in Schwaz selbst nicht präsent ist?

Martin Wex: Wir haben das Silber, es ist aber verschüttet und muss wieder hervorgekehrt werden – aber nicht nur museal, denn das ist die Sorge vieler Schwazer. Schwaz ist durch seine Kulturevents wie Klangspuren und Outreach sehr weltoffen, Silber heißt aber für manche Kreise, dass man einer

Martin Wex: „Wenn wir in Schwarz Silber thematisieren, dann über ein Leuchtturmprojekt wie etwa ein Haus des Silbers.“



alten Zeit nachweint, die es so nicht mehr gibt. Das heißt, wir müssen das Thema Silber anders besetzen, z.B. als Geld- und Machtinstrument, aber auch in der Medizin- oder Weltraumtechnik.

Gibt es noch andere Bedenken?

Martin Wex: Ja, dass das Thema etwa mit einem Silbernen Dachl am Rathaus disneyhaft zum Einsatz kommt. Dazu kommt noch, dass das Thema nie richtig spür- und erlebbar war. Wir haben letztes Jahr mit Stadtführungen zu versteckten historischen Plätzen angefangen. Diese Führungen kommen sehr gut an, auch bei den Einheimischen. Und Schwaz hat ein enormes Potenzial an solchen Plätzen, Kellergewölben, Innenhöfen, Dachstühlen etc. Ein Außenstehender aber, der zur Zeit in die Schwazer Altstadt kommt, sieht zwar eine schöne Straße, die Türen sind aber zu, man kann kein Silbersouvenir kaufen. Für den Gast ist nichts spürbar.

Gäste wären aber da, sowohl in direkter Nachbarschaft als auch in der Region.

Martin Wex: Wir haben jährlich 100.000 Besucher im Silberbergwerk, das aber außerhalb der Stadt liegt. Es wird angesteuert, auch von Bustouristen, nur sind die Destinationen danach entweder die Kristallwelten oder Innsbruck, nicht die Schwazer Altstadt. Insofern – und das ist ebenso ein Ergebnis der Studie – braucht es eine bessere Vernetzung von Schaubergwerk und Altstadt. Dazu müssen wir aber in der Altstadt dementsprechend interessant werden. Wegen eines Silbergeschäfts wird niemand kommen, genauso wenig wegen zwei. Man muss die Sache mit der Vision angehen, mit einem

Leuchtturmprojekt unter den besten zehn Destinationen Tirols aufzuscheinen. Ein Vorschlag dazu wäre ein Haus des Silbers, da sind wir dran. Wir befinden uns auf der Suche nach der richtigen Location und einem Konzept, lassen uns auch extern beraten. Wir sind dabei aber erst am Anfang.

Noch mal zum Verschütteten. Schwaz und Silber wurden anhand der Person Adam Dreyling in dem Roman „Der Meister des Siebten Siegels“ schon literarisch perfekt aufbereitet ...

Martin Wex: ... und für eine wissenschaftliche Aufbereitung haben wir einen Auftrag erteilt. Die Familie Dreyling spielte bezüglich Bergbau und als Gewerkefamilie in Schwaz eine wichtige Rolle, teilweise als Gegenspieler der Fugger, teilweise als zweite Option für den Landesherren. Die Person Adam Dreyling selbst ist weniger klar, es gibt ein Dokument in Polen zu ihm, das könnte aber auch ein Enkel gewesen sein. Selbst die Autoren sprechen von einer Romanfigur, schließen aber nicht aus, dass er nicht gelebt haben hätte können. Wie dem auch sei, in einem halben Jahr haben wir vielleicht Ergebnisse. Der tolle Stoff selbst könnte aber als Grundlage für Führungen „Auf den Spuren Adam Dreylings“ dienen. Das wäre – ebenso ein Vorschlag der Standortagentur-Studie – die Besetzung des Themas Silber über die Stadt Schwaz hinaus: regional mit Schwaz, Münze Hall, Büchsenhausen, Zeughaus und der Glockengießerei Grassmayr, über die Grenzen nach Sterzing, Venedig und Augsburg. Die dritte Ebene wäre dann noch über den Alpenraum hinaus, bis nach Südamerika. Denn am Silber sieht

man auch die Globalisierung – als der Abbau in Südamerika billiger wurde, war es in Schwaz vorbei.

Wie schaut es mit dem zweiten Kernthema der Studie, den leerstehenden Geschäftsflächen, aus?

Martin Wex: Man hat darüber nachgedacht, wie man sie entsprechend befüllen kann, und hat sie auch in die Standortdatenbank einfließen lassen – wir können nun auf Knopfdruck entsprechende Auskünfte geben. Ein weiterer Themenkomplex der Untersuchung hat sich auf die Kreativszene bezogen. Schwaz war immer eine Stadt der Künstler. Dieses Flair sollte man spürbar machen. Daher gibt es die Überlegung, einen Teil der Altstadt zum Künstlerviertel zu machen, in Absprache mit den Eigentümern Flächen anzumieten und Künstlern für bestimmte Zeit zur Verfügung zu stellen.

Kann eine Innenstadtbelebung eigentlich auf Knopfdruck passieren?

Martin Wex: Dazu braucht es sicher mehr, z.B. eine engagierte Kaufmannschaft. Gemeinsam kann man dann Themen umsetzen, z.B. eine Fußgängerzone, oder man fördert etwa nur noch Projekte zum Thema Silber oder für die Kreativszene bzw. ein Leuchtturmprojekt. Ziel muss es sein, die Frequenz in der Altstadt zu steigern. Mit der eigenen Bevölkerung geht das nicht, das kann nur über den Gast funktionieren, dem man etwas bieten muss. Und bei den vielen Millionen Nächtigungen im Ziller- und Achenal müssen wir nicht in Hamburg oder sonst wo werben. Wir müssen nur schauen, dass diese Gäste einen halben Tag in Schwaz verbringen.



Unter Strom

Die von den Clustern Erneuerbare Energien, IT und Mechatronik der Standortagentur Tirol organisierten Elektromobilitätstage zeigten deutlich, dass Elektromobilität bereit für den Endkunden ist – und dass Tirol im Bereich der E-Mobility einiges zu bieten hat.

Am 18. Juni 2014 sprühte der Platz vor dem Tiroler Landestheater vor lauter Elektrizität. Und zwar gewaltig. E-Fahrzeuge, E-Fahrräder, E-Scooter und Ziesel-Outdoorgefährte luden zum Testfahren ein, zahlreiche Tiroler E-Pioniere zeigten ihre technischen Innovationen, zeigten, dass Elektromobilität nicht nur gut fürs ökologische Gewissen ist, sondern auch gut für den mobilen Genuss sein kann. Offensichtlicher hätte die Antwort auf die Frage „Ist Elektromobilität reif für den Alltag?“ nicht sein können. Denn diese Frage hatten drei Cluster der Standortagentur Tirol (Erneuerbare Energien, Mechatronik und IT) vortags schon im Rahmen eines Fachkongresses zum Thema gestellt, der die Elektromobilitätstage komplettierte und bei dem namhafte Experten Rede und Antwort standen.

„Gesellschaftlicher Wandel manifestiert sich im Alltagsleben in erster Linie als Mobilität

und Verkehr“, hielt Jörg Beckmann, Geschäftsführer der Swiss eMobility, im Congress Innsbruck fest. Ein Wandel, der auch in Tirol zu beobachten war, hat doch der KFZ-Verkehr in den letzten 50 Jahren deutlich zugenommen – das Auto ist mit einem Anteil von 56 Prozent am Werktagsverkehr das mit Abstand am häufigsten genutzte Fortbewegungsmittel. Zudem führen Verstärkung, aber auch das „Leben auf dem Land“ rund um die Städte zu wachsenden Pendlerströmen – so nimmt etwa der öffentliche Verkehr von und nach Innsbruck deutlich zu. In der Landeshauptstadt selbst werden die meisten Wege an Arbeitstagen per pedes zurückgelegt (29 Prozent), knapp gefolgt vom PKW (26 Prozent), Fahrrad (22 Prozent) und Öffentlichen Verkehr (16 Prozent). Anders sieht es am Land aus: PKW 49 Prozent, zu Fuß 21 Prozent, Rad elf Prozent und Öffis zehn Prozent. Generell sind die Tiroler pro Werktag in rund 75 Minuten auf 4,1 Wegen etwa 31 Kilometer unterwegs. Wege und Zeiten, die mit gängigen Elektroautos, deren durchschnittliche Reichweite 100 bis 150 Kilometer beträgt, bewältigbar sind, die zwischen den Fahrten anfallenden Standzeiten könnten bei entsprechender Infrastruktur als Ladezeiten genutzt werden.

Wirklich umweltfreundlich seien Elektrofahrzeuge aber nur bei Nutzung erneuerbarer Energien, betonte vor zahlreichen in- und ausländischen Experten das Innsbrucker Clustermitglied Otto Handle, der mit dem auf Fragen der Elektromobilität spezialisierten Unternehmen

enerChange Technologien für intelligente Ladestrukturen anbietet: „Erneuerbare Energien stehen zwar in ausreichender Menge zur Verfügung, aber nicht immer zur idealen Zeit. Die wichtigste ökologische Aufgabe der nächsten Jahre wird deshalb sein, den Strombedarf von Elektrofahrzeugen – im Idealfall durch intelligente, vernetzte Ladeinfrastruktur mit Pufferspeicher – zeitlich zu staffeln, um Erzeugungüberschüsse optimal in den Fahrzeugen zu verwenden.“

Für Kurt Sigl, Präsident des deutschen Bundesverbands für eMobilität, reicht der alleinige Ausbau der Ladeinfrastruktur nicht aus, um die gesteckten Ziele zu erfüllen. „Sehr viel weitreichendere Pakete an monetären und nicht-monetären Maßnahmen, die sinnvoll ineinandergreifen und die in der Summe die notwendige Dynamik entfachen, sollten auf Kommunal-, Landes- und Bundesebene initiiert werden. Bei der konkreten inhaltlichen Ausgestaltung kommt es wesentlich darauf an, alle relevanten Akteure aus Wirtschaft, Politik und Verbänden mit einzubeziehen“, betonte Sigl vor dem Elektromobilitätskongress.

Wie dies funktioniert, demonstrierte Peter Brandauer, Bürgermeister der Salzburger Gemeinde Werfenweng, die seit 1997 Modellort für sanfte Mobilität ist und nicht nur dem Gast, sondern auch dessen Auto Urlaub anbietet. Mit „Vogelgesang statt Autolärm, Bergluft statt Abgase“ präsentiert sich Werfenweng



Jörg Beckmann: „Gesellschaftlicher Wandel manifestiert sich im Alltagsleben in erster Linie als Mobilität und Verkehr.“

Hannes Rose: „Tourismus-Regionen, wie der Standort Tirol, bieten weitere Potenziale für eine Elektrifizierung der Mobilität.“

seinen Urlaubsgästen. Zahlreiche kostenlose Angebote wie Transfer vom und zum Bahnhof, E-Autovermietung, ein (E-)Fahrradverleih, der alle Stücke spielt, und zahlreiche Ausflugsfahrten sowie der Zusammenschluss von Berberbergungsbetrieben zu einer Angebotsgruppe führten zu überdurchschnittlich hohen Steigerungsraten bei den Nächtigungen. Brandauer: „Besonderer Wert wurde bei jedem Umsetzungsschritt auf einen hohen Akzeptanzgrad der heimischen Bevölkerung gelegt, heute gibt es breite Zustimmung sowohl bei Einheimischen als auch bei Gästen.“

Das Beispiel Werfenweng bestätigt die These von Hannes Rose, Leiter der Abteilung Mobility Innovation Lab beim Fraunhofer IAO Stuttgart: „Tourismus-Regionen wie der Standort Tirol, bieten weitere Potenziale für eine Elektrifizierung der Mobilität. Zahlreiche Nutzer, nämlich die Gäste mit einer während der Urlaubszeit erhöhten Wechselbereitschaft, bieten eine ideale Voraussetzung für nachhaltige Mobilitätskonzepte. Diese könnten beispielsweise als kombinierte Übernachtungs- und Mobilitätsangebote realisiert werden.“ Das größte Potenzial sieht Rose in Fuhrparkflotten, die derzeit rund zwei Drittel der zugelassenen E-Fahrzeuge in Deutschland ausmachen. „Dort lässt sich u.a. eine sehr hohe Auslastung realisieren. Andererseits sind Städte und ihre Einzugsgebiete attraktive Standorte für E-Car-sharing-Konzepte. Dort, wo individuelle Motorisierung ihre Attraktivität verliert und der Leidensdruck bei Emissionen hoch ist, sind

Fahrtwege meistens kurz und potenzielle Nutzer in ausreichender Zahl vorhanden“, so der deutsche E-Mobility-Experte.

Nutzer, denen aber mehr geboten werden muss als fahrbare Untersätze – Infrastruktur und Service zum Beispiel. Letzteres konnten drei Tiroler Clustermitglieder anlässlich der Elektromobilitätstage erstmals der Öffentlichkeit präsentieren. In zweijähriger Entwicklungszeit entstand in der Kooperation von KOMPASS Kartenverlag, dem inndata Rechenzentrum Innsbruck und der enerChange GmbH ein für Elektrofahrzeuge optimierter Routenplaner. Basierend auf einer umfangreichen Datenbank mit tausenden Ladepunkten wurde er mit einem schnell ladenden Kartensystem umgesetzt. Andere Tiroler Highlights der Elektromobilitätstage waren auf der E-Leistungsschau vor dem Landestheater zu sehen, bei der heimische Autohändler ihre E-Modelle wie BMW, VW, Porsche oder Tesla der interessierten Öffentlichkeit präsentierten, innovative Ladestationen vor Ort in Augenschein genommen werden konnten oder die Stadtwerke Wörgl die von ihr vertriebene smartflower POP – ein stromerzeugender Schattenspender – vorstellten.

Jedenfalls wird die Tiroler E-Begeisterung eine Fortsetzung finden. Der von der Schweizer Mobilitätsakademie organisierte World Collaborative Mobility Congress „wocomoco“ findet zum ersten Mal im Ausland statt – und zwar in Innsbruck. Mit Unterstützung der

Standortagentur Tirol. Am 25. und 26. Juni 2015 erwartet die Teilnehmer ein vielschichtiges Programm, bei dem über kollaborative Mobilität, aber auch über E-Mobility diskutiert werden wird und der Congress Innsbruck für zwei Tage sicherlich wieder unter Strom stehen wird.

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 arbeiten die Clustermanagements daran, strategisch wichtige Themen wie die im Beitrag vorgestellte Elektromobilität an den Standort zu bringen und einen Rahmen für die bestmögliche Entwicklung der betreffenden Themen bei ihren Mitgliedern und weiteren Tiroler Unternehmen zu schaffen. Zahlen, Daten und Fakten zur Clusterarbeit 2014 lesen Sie auf den Seiten 22 und 23.

Florian Föger: „adventure X hat mir geholfen eine tolle technische Idee in ein tragfähiges Geschäftsmodell zu integrieren.“



Das virtuelle Pharmaunternehmen

86 Teams nahmen 2014 am Tiroler GründerInnen-Wettbewerb adventure X teil. Gewonnen hat Florian Föger, der in Zukunft Proteinwirkstoffe wie Insulin nicht mehr spritzen will.

Florian Föger ist ein Ein-Mann-Unternehmen. Trotzdem spricht er von wir. Was auf den ersten Blick verwirrend klingt, macht Sinn, wenn der Oberländer von seiner Geschäftsidee spricht. So viel Sinn, dass Föger eine vielköpfige Expertenjury überzeugen konnte, die ihn beim von der Standortagentur Tirol und der Wirtschaftskammer Tirol organisierten Wettbewerb adventure X zum Tiroler Gründer des Jahres 2014 wählten. Denn Föger will mit seinem „virtuellen Pharmaunternehmen“ weg von der Spritze und eine Plattform-Technologie entwickeln, welche die Verabreichung von Proteinwirkstoffen wie z.B. Insulin mittels Tablette oder Kapsel möglich macht.

„Das Problem bei Proteinwirkstoffen ist ihre Instabilität im Verdauungstrakt, das heißt, sie werden von den Verdauungsenzymen innerhalb kurzer Zeit abgebaut. Somit kommen sie nicht über die Darmschleimhaut in den Blutkreislauf, wo sie ihre Wirkung erzielen sollten“, erklärt Föger. Proteinwirkstoffe müssen daher injiziert werden, doch Spritzen können Schmerzen

verursachen oder zu Irritationen und Entzündungen an der Einstichstelle führen, auch ist das Spritzen vielen Menschen unangenehm. „Mehr als 100 solcher Proteinwirkstoffe sind derzeit im Einsatz und circa 250 weitere in klinischen Studien“, weiß Föger. Verständlich also, dass von Seiten der Pharmaindustrie intensiv in diesem Bereich geforscht wird, auch der Oberländer beschäftigt sich schon seit Jahren damit. Zuerst im Rahmen seines Pharmaziestudiums an der Uni Innsbruck, wo er bei Andreas Bernkop-Schnürch über dieses Thema dissertierte, danach sechs Jahre lang in Kopenhagen beim Pharmaunternehmen Novo Nordisk. „Dort laufen derzeit zwei klinische Studien, eine zu oral einnehmbarem Insulin, die zweite zu einem anderen Wirkstoff“, berichtet der 36-Jährige. Die Dänen verfolgen die Strategie, das Insulinmolekül mit biochemischen Methoden zu verändern, damit es gegenüber den Verdauungsenzymen stabiler wird. Florian Föger setzt auf eine andere Technologie, er legt diese Enzyme sozusagen für kurze Zeit lahm. „Der Arzneistoff bleibt bei mir komplett unverändert, Zusatzstoffe in der Tablette hingegen verhindern den schnellen Abbau“, beschreibt er seinen Ansatz, mit dem er auch ein zweites Problem lösen kann. „Insulin und andere Proteinwirkstoffe sind sehr große Moleküle, die nicht ohne Weiteres durch die Darmschleimhaut in den Blutkreislauf gelangen können“, so der Pharmazieabsolvent. Eine zweite Komponente schafft dieser Schwierigkeit Abhilfe, die Wirkstoffe kommen als intakte Moleküle an ihren Bestimmungsort. „Der Vorteil dieser

Methode ist, dass es sich um eine Plattform-Technologie handelt. Die Technologie liegt nicht in den Wirkstoffen, sondern in den Hilfsstoffen und ist somit annähernd universell anwendbar“, ist Föger überzeugt. Eine Überzeugung, die ihn zum Schritt in die Selbstständigkeit motivierte.

„Virtuelle Pharmaunternehmen sind im Bereich der Biotechnologie nichts Ungewöhnliches mehr“, hält der Forscher fest. Er sieht sich selbst als Projektmanager, der Aufgaben auslagert. Das Patentieren seiner Methode etwa an eine Patentkanzlei, die Forschungsaufgaben an Dienstleister, die über die kostenintensiven Labors verfügen – daher das „wir“, von dem Föger spricht. Viele von ihnen kennt er aus seiner Zeit an der Universität und in der Pharmaindustrie, in Innsbruck arbeitet er mit ThioMatrix, einem Uni-Spin-Off von Bernkop-Schnürch, zusammen, Analytik und Pharmakologie organisiert er sich in ganz Europa. Doch auch das kostet Geld, insofern, sagt er, sind „Cash-Preise“ von Wettbewerben wie adventure X durchaus von Vorteil. Wobei er von dem Wettbewerb auf mehreren Ebenen profitierte. „Die Idee eines virtuellen Pharmaunternehmens hatte ich schon vor dem Wettbewerb, sie wurde aber während adventure X konkretisiert. Der Wettbewerb hat mir geholfen, eine tolle technische Idee in ein tragfähiges Geschäftsmodell zu integrieren“, blickt Föger zurück. Zudem habe ihm das 2014 erstmals angewandte Business Model Canvas geholfen, die Geschäftsidee ganzheitlich zu betrachten und nicht zu fokussiert auf die Technologie zu sein.



10 Teams setzten sich aus allen 45 Einreichungen beim adventure X 2014 bis ins Finale durch.

Eine Einschätzung, die auch Klaus Rissbacher teilt, der seit 2005 Juror bei adventure X ist. „Im Gegensatz zu früher wird mit Canvas weniger Aufwand auf die Ausarbeitung eines Businessplans, auf das Ausformulieren einer Idee, die eventuell in dieser Form kein Potenzial hat, gelegt. Vielmehr geht es darum, alle Felder, die relevant sind – von strategischen Partnerschaften bis hin zum Kundenfeedback –, in Betracht zu ziehen. So kann man schon früh feststellen, ob man sich eventuell umorientieren muss“, vergleicht der Manager „Funding & Grants“ bei der Plansee Group adventure X 2014 mit den früheren Business-Contests. „Die Ideen sind meistens gut, oft braucht es aber zwei, drei radikale Modifizierungen“, ist sich Rissbacher sicher, der daraus auch seinen Tipp an potenzielle Jungunternehmer ableitet: „Man sollte keine Scheu haben, seine Idee mit möglichen Kunden oder Partnern zu besprechen. So merkt man, ob sie ein Hirngespinnst ist oder ob tatsächlich Interesse daran besteht.“

Dass an Florian Fögers Geschäftsmodell Interesse besteht, merkte er nicht nur während des Wettbewerbs, sondern auch im direkten Anschluss an adventure X. Nach der Preisverleihung wurde ihm Jürg Meier vorgestellt, der über 25 Jahre lang in verschiedenen Managementpositionen in den Bereichen Forschung und Technologieentwicklung bei Sandoz tätig war. „Ein Glücksfall“, gibt Föger zu, ist doch Meier nicht nur fachlich ein Experte, sondern war auch über mehrere Jahre als Geschäftsführer des Novartis Venture

Fund für Firmengründungen zuständig. Aus den vielen Gesprächen entwickelte sich eine Partnerschaft, heute ist Meier Chairman of the Advisory Board des von Föger gegründeten Unternehmen Cyprumed. Unterstützung für den Weg in die Selbstständigkeit fand er aber nicht nur bei Meier, sondern auch beim akademischen Gründungszentrum CAST. „Die CAST-Experten haben mich in allen Bereichen unterstützt und mich auf Förderungsmöglichkeiten hingewiesen“, erinnert sich der Jungunternehmer, der „positiv überrascht“ ist über die monetären Unterstützungsmaßnahmen, die es in Österreich für die Frühfinanzierungsphasen von Start-Ups gibt. „Auf Anraten von CAST habe ich bei der AWS angesucht und kurz vor Weihnachten die Zusage für eine PreSeed-Förderung bekommen“, berichtet der Pharma-Forscher. Diese 200.000 Euro decken den Kapitalbedarf für 2015, somit kann er sich auf sein wissenschaftliches Vorhaben konzentrieren. Und er liegt im Plan. Nach dem adventure X-Sieg erarbeitete er mit CAST seinen Businessplan, im Oktober 2014 reichte er sein erstes Patent ein, im November ging er als Sieger aus der Phase 1 des Businessplanwettbewerbs BOB – Best of Biotech hervor, im Jänner 2015 erfolgte die Gründung seiner Cyprumed GmbH. Für das heurige Jahr steht die Weiterentwicklung seiner Technologie auf dem Programm, um diese sehr gut abzusichern. Auch das folgt einer genauen Strategie. „Mein Ziel ist es nicht, alles alleine bis zur Marktreife durchzuziehen, sondern so früh wie möglich mit großen

Pharmaunternehmen zusammenzuarbeiten. Ich liefere das Technologie-Know-how, das Pharmaunternehmen sein Wirkstoff-Know-how“, erläutert Föger. Die Strategie macht Sinn, berücksichtigt man die zeit- und kostenintensive Produktentwicklung in der Pharmaindustrie, die rund 15 Jahre dauern und Milliarden kosten kann.

Eine Beobachtung, die auch Klaus Rissbacher gemacht hat. „Aufgrund der Medizinischen Universität Innsbruck und ihrem Umfeld gibt es bei adventure X viele Projekte aus diesem Bereich. Es waren auch zwei, drei dabei, die ein großes Businesspotenzial hatten, aber sich das Start-Up aufgrund des langen Weges und der hohen Kosten von der Big-Pharma kaufen ließ“, rekapituliert der Plansee-Manager. Ähnliche Schwierigkeiten sieht er für Start-Ups im Bereich der Materialwissenschaften. „Entwickelt man etwas Revolutionäres, ist einerseits ein großes Investment gefordert, andererseits benötigt es fast ein Lebenszeitalter, bis aus dem Baby ein Junglicher und dann ein Erwachsener wird“, schildert Rissbacher, der aber überzeugt ist, dass die Uni Innsbruck mit den 25.000 Studenten vergleichbar mit Grenoble sowie Karlsruhe wäre und durchaus die kritische Masse hätte, um auch in den Bereichen Naturwissenschaften und Technik einiges auf die Füße stellen zu können. Rissbacher: „Ich glaube, dass man an der Universität den Start-Up-Gedanken noch mehr forcieren sollte.“ Ein Start-Up-Gedanke, der ja auch zu einem virtuellen Materialtechnologieunternehmen führen könnte.



EasyMount
Die Zweitplatzierten
beim adventure X 2014

Christian und Ulrike Unterlechner entwickeln und vertreiben unter dem Namen EasyMount Handyhalterungen für Autos. Innovativ an ihrem Konzept ist, dass die Halterungen ohne Saugnäpfe auskommen, dass sie das Sichtfeld der Lenker nicht einschränken und das Armaturenbrett nicht beschädigen, da sie weder geklebt noch verschraubt, sondern in einen Schlitz am Armaturenbrett gesteckt oder an der Lüftungsdüse befestigt werden.



XQZT Skis
Maßgeschneiderte Skier
aus Ötztal Bahnhof auf Platz 3

Dass sie für sich selbst keine passenden Ski finden konnten, brachte Maria Wibmer und Daniel Neururer auf die Idee, selbst zu Skiproduzenten zu werden. Nach zwei Jahren Einarbeitung konnten sie 2014 ihre ersten XQZT Skis präsentieren. Das Besondere daran: Der Kunde bestimmt selbst Maße, Vorspannung, Steifheit, Material und Design seiner Ski, perfekt abgestimmt auf sein Fahrverhalten und seinen optischen Geschmack. Zudem wird der Ski noch aus lokalen Hölzern handgefertigt. Beim adventure X 2014 führte das zu Platz drei am Siegerpodest.

Eine klare, visuelle Sprache schaffen



Alexander Osterwalder rät: Testen, testen, testen anstatt an einem statischen Businessplan festhalten.

Alexander Osterwalder, Gründer des Business Model Canvas, erklärt, warum sofortiges Testen von Ideen besser ist als Businesspläne auf Papier zu bringen.

Sie erklären den Businessplan für tot. Warum?

Alexander Osterwalder: Ein Businessplan ist ein statisches Dokument, das versucht, die Zukunft zu dokumentieren. Dieser Ansatz maximiert das Risiko des Scheiterns, weil viel Zeit ins Denken und Schreiben investiert wird, anstatt Ideen sofort am Markt zu testen. Niemand kennt die Zukunft und es wird immer schwieriger vorherzusehen, wie Kunden auf neue Produkte und Geschäftsmodelle reagieren werden. Darum sollte jeder Unternehmer und jedes Unternehmen frühzeitig und auf billige Art und Weise Ideen testen, anstatt Zeit mit Denken und Schreiben zu verschwenden.

Als Alternative schlagen Sie Ihr Business Model Canvas vor. Können Sie dies kurz skizzieren?

Alexander Osterwalder: Die Alternative ist das rasche Auskizzieren eines geplanten Geschäftsmodells mit dem Business Model Canvas und dann sofortiges Testen der wichtigsten Annahmen, auf denen das Geschäftsmodell aufbaut. Es geht darum, Ideen billig und schnell mit potenziellen Kunden zu testen. Aufgrund des Gelernten wird der Canvas dann angepasst oder gar völlig neu verfasst. Es ist ein iterativer Prozess zwischen Auskizzieren und Testen, bis die Idee klarer wird und die Marktrisiken minimiert werden.

Was wollen Sie mit dem Business Model Canvas vermitteln?

Alexander Osterwalder: Es geht vor allem darum, eine klare, visuelle und einfache Sprache zu schaffen, mit der man produktive strategische Gespräche über Geschäftsmodelle führen kann. Wir wollen Führungskräfte und Unternehmer dazu bringen, Ideen nicht nur mit schwammigen Worten zu diskutieren, sondern sie mit dem Business Model Canvas kristallklar zu machen.

Was sind in Ihren Augen die größten Probleme, mit denen Start-Ups umgehen müssen?

Alexander Osterwalder: Die Ungewissheit, welche Richtung einzuschlagen; zu wissen, was potenzielle Kunden wirklich wollen.

Welche Tipps zur Problemlösung können Sie ihnen geben?

Alexander Osterwalder: Unternehmer müssen vermehrt mit Business Tools wie dem Business Model Canvas oder dem Value Proposition Canvas arbeiten und viel mehr experimentieren, bevor sie viel Geld investieren. Testen, testen, testen anstatt an einem statischen Businessplan festhalten.

Zur Person:

Alexander Osterwalder entwickelte das „Business Model Canvas“ 2004 im Rahmen seiner Dissertation zusammen mit seinem Betreuer Yves Pigneur an der Universität Lausanne. Das gemeinsame Buch „Business Model Generation“ wurde ein internationaler Bestseller, das „Business Model Canvas“ hat inzwischen mehr als 5.000.000 Anwender, auch Großkonzerne wie GE, Ericsson und 3M arbeiten damit. Osterwalder arbeitet heute als gefragter Berater und Trainer für Geschäftsmodellinnovationen.

Der Zaunlocheffekt



Mit Hilfe des Beteiligungskapitals der Tiroler Adlerrunde wurde aus der Garagenfirma Eiswelten das Jungunternehmen idee, das für Aus- und Durchblicke sorgt.

Sie stehen in Arosa, auf der Seiser Alm und im norwegischen Strandafjellet, in Berlin, Linz sowie über Innsbruck und immer steht eine Idee von idee dahinter: das VISCOPE. Entstanden ist es in einer wirtschaftskrisenbedingten Nachdenkpause im Jahr 2008, idee selbst hat seinen Ursprung viel früher – und in Norwegen. „Norbert Span und ich haben uns während des Meteorologie-Studiums kennengelernt. In dieser Zeit ist er begeistert vom Gletschermuseum am Sognefjord in Norwegen zurückgekommen“, erinnert sich Marius Massimo. Für die zwei Studenten war klar – so etwas braucht es auch in Tirol. Nach ersten Überlegungen wurden sie bei Heinrich Klier, dem Stubaier Gletscherpionier, vorstellig. „25.000 Schilling haben wir für eine Konzepterstellung von ihm bekommen, die gleiche Summe vom Tourismusverband“, blickt Massimo zurück. Verwirklicht wurde das Konzept nicht, doch eine andere Gletschergröße, Klaus Dengg aus dem Zillertal, engagierte die zwei Studenten für die Expo 2000. Sie schnitten Eiswürfel mit Kantenlängen von eineinhalb Metern aus dem Hintertuxer Gletscher, sorgten für eine „lässige“ Beleuchtung und präsentierten die „Faszination Eis“ in Hannover. Somit war das Team Eiswelten geboren, das an Wochenenden und im Urlaub Ausstellungen und Ausstellungsräume konzipierte (Franz-Josefs-Höhe am Großglockner, Museum der Tiroler Zugspitzbahn, ...). 2006 gewannen sie einen Wettbewerb, sollten eine Dauerausstellung im Naturparkhaus Kaunergrat entwerfen. „Entweder gscheit oder gar nicht“, dachten sich Span und Massimo, kündigten ihre Jobs, gründeten die Eiswelten OG, entwickelten Besucherzentren, Erlebniswelten sowie Museen und begannen auch den Outdoor-Bereich – Adlerweg in St. Anton, Nordpark in Innsbruck etc. – zu bespielen.

„Wir sind Ideengeber und Abwickler, auch die Planungen und Visualisierungen stammen von uns. Wir haben beide eine HTL-Ausbildung hinter uns, das heißt, wir planen nichts, was man nicht bauen kann“, erzählt Span und Massimo, die ihre Projekte bei der Umsetzung bis zum Schluss begleiten. Wichtig ist ihnen auch die lokale Verortung – die begehbare Sonnenuhr etwa bei den Stubaier Elferliften, war doch das Bergmassiv des Elfer schon immer ein prägnanter Zeitanzeiger. Insofern, so Span und Massimo, sind ihre Aussichtsberge, Plattformen und Erlebniswege keine Stangenware.

Ebenso keine Stangenware sind die VISCOPEs, Aussichtsfernrohre mit einem 360-Grad-Schwenkbereich, die eine Weltneuheit darstellen, sind sie doch „intelligent“. Während „gewöhnliche“ Fernrohre Objekte nur in die Nähe rücken, verbindet ein VISCOPE das Gesehene mit Informationen, in dem es Berge oder Stadtsilhouetten mit Namen, Logos oder Bildern überblendet – und das ohne Strom. „Das Umgebungslicht reicht vollkommen“, sagt Massimo. Zwei Linsen, ein halbtransparenter Spiegel und eine Art belichteter Diastreifen bilden das Innenleben eines VISCOPEs, die Information, mit welcher der Diastreifen versehen wird, liefert ein eigenes Programm via Geländemodelle bzw. der Kunde vor Ort via digitaler Fotografie. 2009 präsentierten Span und Massimo ihr Fernrohr beim Ideencasting 120 Sekunden, richtig ausgereift war es auch ein Jahr später noch nicht.

2010 war auch das Jahr, in dem die Tiroler Adlerrunde, ein Zusammenschluss führender heimischer Unternehmer, ihren Start-up-Fonds vorstellte, um heimische Jungunternehmer mit Kapital sowie Rat und Netzwerk zu unterstützen. Die „Projekt-Vorselektion“ übernahm die Standortagentur Tirol. „So sind wir auf die Adlerrunde gestoßen“, sagt Massimo. 2011 stiegen der Start-Up-Fonds und der Unternehmer Alfred della Torre mit jeweils 20 Prozent in das Unternehmen ein, das seine Rechtsform – von OG in GesmbH – und seinen Namen – von Eiswelten zu idee – änderte. „Aber auch sonst

sind wir professioneller geworden“, betonen Span und Massimo. Aus zwei Homeoffices wurde ein Büro in Innsbruck, das VISCOPE wurde weiterentwickelt, kleine Probleme beseitigt. „Seit zwei Jahren wurde nichts mehr verändert, die Geräte sind robust und wartungsfrei und stehen an rund 120 Standorten“, sagen die Jungunternehmer: „Die finanzielle Beteiligung der Adlerrunde, aber auch viele strategische Tipps von Alfred della Torre haben uns sehr weitergebracht.“ Zurzeit schaut es auch gut aus, dass über einen Adlerrunden-Kontakt ein konkretes Projekt entstehen könnte. Konkret wurde in den letzten Monaten aber bereits ihre zweite Erfindung, der VISHOLO. Ursprünglich für 3D-Produktpräsentationen gedacht, wurde die Eigenentwicklung für den Outdoor-Tourismusbereich umgemünzt. Die ersten Prototypen – als Start- und Wegpunkte für die Seven Summits Stubai aufgestellt – machen mit ihrem Zaunlocheffekt neugierig auf das Bergpanorama. Präsentiert wird der VISHOLO auf der Interlpin im April. „Wir haben aber schon jetzt einige Stück verkauft“, Marius Massimo. Mit ein Grund, dass er schon im Frühjahr das Jahr 2015 als gutes bezeichnen kann, ist sich aber auch bewusst: „Ohne die Beteiligung der Adlerrunde wären wir vielleicht immer noch eine Garagenfirma.“

Neben der fundierten Vorbereitung stellt die Finanzierung eine der zentralen Herausforderungen im Gründungsprozess dar. Um mehr innovationsorientierten Tiroler Gründungen oder Jungunternehmen Zugang zu privatem Beteiligungskapital als Alternative zu Bankkrediten und öffentlichen Förderungen zu ermöglichen, hat die Standortagentur Tirol im Jahr 2014 die Zusammenarbeit mit der Adler Fonds GmbH verstärkt. Seither begleitet die Standortagentur Tirol aussichtsreiche Projekte nach deren Erstprüfung und entsprechendem Interesse der Investoren bis zur Investmentreife.

Die Tiroler Adlerrunde, ein Zusammenschluss heimischer Unternehmer wie Ingeborg Freudenthaler und Alfred della Torre, will Tiroler Jungunternehmer mit Kapital, Rat und Netzwerk unterstützen.



„Oft ist es ein Bauchgefühl“

Ingeborg Freudenthaler und Alfred della Torre, die Geschäftsführer des Adlerrunde-Start-up-Fonds, erklären, warum enger mit der Standortagentur Tirol zusammengearbeitet wird und wie dadurch Ideen unternehmensfitter werden sollen.

Warum gründete die Tiroler Adlerrunde im Herbst 2010 ihren Start-up-Fonds?

Ingeborg Freudenthaler: Die wirtschaftliche Lage ist schwierig. Zudem verlangen Banken von einem Jungunternehmer Dinge, die er eigentlich unmöglich liefern kann.

Alfred della Torre: Außerdem wird der Boden für Jungunternehmer in Tirol immer schwieriger. Es fehlt das Kapital, aber auch das Netzwerk – und das ist oft das Entscheidende.

Ingeborg Freudenthaler: Die Mitglieder der Adlerrunde haben ihr Herzblut in Tirol. Insofern haben wir uns vorgenommen, den Wirtschaftsstandort mit dem Start-up-Fonds zu stärken. Wir stellen aber nicht nur Finanzen zur Verfügung, sondern das Netzwerk der Tiroler Adlerrunde, um mit Kontakten weiterzuhelfen.

Wie war das Feedback?

Alfred della Torre: Wir sind auf eine große

Resonanz gestoßen. Unsere Erfahrung daraus war, dass viele Projektideen noch nicht ausgereift waren und die Qualität der Projektbearbeitung noch nicht gegeben war. Für uns war es aber nicht möglich, diese Ideen auf einen Stand zu bringen, um eine Entscheidung für eine Beteiligung fällen zu können.

Wie sollte dieser Projektstand sein?

Alfred della Torre: Es ist uns wichtig, dass das Projekt in der Vorphase sauber aufbereitet wird, dass eine Strategie ausgearbeitet wird. Darauf basierend können wir für uns ein Risiko ableiten. Und sollten wir uns nicht für ein Projekt entscheiden, sind die Unterlagen auf einem Level, mit denen es am Markt viel bessere Chancen hat.

Diese Vorbereitung soll nun die Standortagentur Tirol übernehmen, die bisher Projekte gesichtet hat?

Ingeborg Freudenthaler: Ja. Da ist die Hardware da, um diese Dinge zu prüfen und zu begleiten.

Alfred della Torre: Auch die Begleitung ist ein wichtiger Punkt. Wir stehen als „Coach“ zur Verfügung, klarerweise mit begrenzten zeitlichen Ressourcen. So kommt wieder die Standortagentur Tirol ins Spiel – sie soll die Projekte begleiten, soll bei finanziellen oder rechtlichen Fragen unterstützen. Der Gründer soll sich ja um sein Geschäft kümmern können. Die Begleitung durch die Standortagentur ist aber mit einem gewissen Kostenfaktor verbunden, der zumindest den Aufwand decken soll. Für uns als Kapitalgeber heißt das auch, dass wir über

die Standortagentur wissen, wie es gerade läuft. Vor allem, wenn es wie geplant mehr werden sollen ...

Wie viele sollen es werden?

Alfred della Torre: Im Jahr werden rund 70 Projekte eingereicht. Nach Vorprüfung, Aufbereitung etc. sollen es dann fünf bis sieben Projekte sein, an denen wir uns beteiligen.

Was waren die Gründe für die zwei bisherigen Beteiligungen?

Ingeborg Freudenthaler: In beiden Fällen die Menschen. Wir halten die Personen hinter dem Unternehmen für fähig, das erfolgreich zu machen. *Alfred della Torre:* Es ist oft ein Bauchgefühl auch dabei. Es kann das beste Produkt, die beste Dienstleistung sein, passen muss der Personenzug.

Was erwartet junge Menschen, die ein Unternehmen gründen wollen?

Ingeborg Freudenthaler: Erfolg ist beiharte Arbeit, man muss einmal öfter aufstehen als man am Boden liegt. *Alfred della Torre:* Man sieht den erfolgreichen Unternehmer, nicht aber die Entbehrungen, die dahinter stehen. *Ingeborg Freudenthaler:* Wer – und ich meine das nicht wertend – ab sechs Uhr abends seine Ruhe haben will, sollte nicht Unternehmer werden. Unternehmer ist man 24 Stunden am Tag ... *Alfred della Torre:* ... und das sieben Tage in der Woche.

Kurze Wege

24 Ansiedlungen, 23 davon international, geplante Investitionen von 14 Millionen Euro, 188 anvisierte neue Arbeitsplätze: Das Jahr 2014 war ein Rekordjahr für die Betriebsansiedlung in Tirol.

Es war die Energie aus billiger Wasserkraft, welche die zwei Unternehmer nach Tirol lockte. Der eine, 1862 im böhmischen Georgenthal geboren, hatte eine Maschine entwickelt, die es erlaubte, Kristalle präziser zu schleifen, als es bis dahin von Hand möglich war. Dem anderen, 1886 in Prag zur Welt gekommen, war es gelungen, einen sogenannten gezogenen Wolframfaden herzustellen. Für beide war ihre Erfindung Start ins Unternehmertum. Daniel Swarovski ließ sich 1895 in Wattens nieder und baute ein Kristall-Imperium auf, Paul Schwarzkopf kam 1921 nach Breitenwang, wo er den Grundstein für ein Unternehmen legte, das heute Weltmarktführer in der Herstellung von pulvermetallurgischen Werkstoffen ist. Heute sind Swarovski und Plansee keine

Ansiedler-Betriebe mehr, sondern längst heimische Traditionsbetriebe mit mehr als 7000 Mitarbeitern allein in Tirol.

Noch nicht in diese Dimensionen stoßen 23 internationale Unternehmen vor, die sich im Jahr 2014 entschlossen haben, in Tirol Fuß zu fassen – doch auch sie und eine weitere Ansiedlung aus der Steiermark haben viel vor. Rund 14 Millionen Euro planen die angesiedelten Betriebe an Investitionen, 188 neue Arbeitsplätze sollen geschaffen werden, rund zehn davon in Achenkirch am Achensee.

„An unserem Standort in Lenggries haben wir keinen Platz mehr“, nennt Heinz Tretter einen einleuchtenden Grund für seine Suche nach einem neuen Standort. Seine KristallTurm GmbH entwickelt und produziert innovative Hochseilgartensysteme und vermarktet diese international. 2014 verkaufte Tretter sechs Anlagen in fünf Länder, das Ergebnis einer kontinuierlichen Steigerung: „Seit 2010 haben wir unseren Umsatz versechsfacht.“ In Achenkirch soll ein bestehendes Gebäude für Büro, Lagerkapazitäten und Mitarbeiterwohnungen adaptiert werden, geplant sind auch zwei neue Produktionshallen. „In Achenkirch wollen wir vorerst 1,7 Millionen Euro investieren, angedacht ist auch schon eine Erweiterung um 300.000 Euro“,

sagt Tretter, der von den kurzen Behördenwegen in Tirol überrascht war: „Im Vergleich dazu ist Deutschland eine Bürokratiewüste.“ Vor allem, sagt der mehrfach ausgezeichnete Unternehmer, habe ihm die Begleitung durch die Standortagentur Tirol bei Behörden und Banken geholfen. „Das hat vieles einfacher gemacht“, ist Tretter überzeugt.

Von Struktur und Größe her passt die KristallTurm GmbH ins Ansiedlungsportfolio der Standortagentur. „Wir fokussieren uns auf familien- oder eigentümergeführte, mittelständische Unternehmen, die einen gezielten Expansionsschritt machen wollen“, meint Harald Gohm, Geschäftsführer der Standortagentur Tirol. Seit 2004 betreut die Standortagentur ansiedlungswillige Unternehmen, 180 konnten in diesen Jahren nach Tirol gebracht werden, die 24 Ansiedler im Jahr 2014 bedeuten Rekord. „Bei den internationalen Ansiedlungen entspricht das einer Steigerung von mehr als einem Drittel gegenüber 2013“, hält dazu Tirols Wirtschaftslandesrätin Patrizia Zoller-Frischauf fest, die auch auf die hochwertigen und krisenfesten Arbeitsplätze verweist: „Ein knappes Drittel der Ansiedlungen will am Standort Forschung und Entwicklung betreiben.“

Die patentierten Kristalltürme von Heinz Tretter werden künftig auch in Tirol produziert.



Der bayerische Unternehmer Heinz Tretter will mit seiner KristallTurm GmbH in Achenkirch rund 1,7 Millionen Euro investieren.



Die EOS Austria, Teil der Südtiroler EOS Solutions-Gruppe rund um Geschäftsführer Roman Clara setzt auf den Standort Innsbruck.



Die bayrische KristallTurm-Erweiterung in Tirol war kein Schnellschuss, Heinz Tretter hat schon 2010 erstmals seine Fühler nach Österreich ausgestreckt. „Bis zu einem erfolgreichen Projektabschluss kann es inzwischen zwei, drei Jahre dauern“, beobachtet Gohm den Ansiedlungsmarkt. Kontinuierlich hat sich auch die EOS Austria GmbH dem Standort Tirol genähert. Die im Jahr 2000 in Südtirol gegründete EOS Solutions-Gruppe hat sich auf die Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen sowie die Implementierung von Microsoft Dynamics NAV und Microsoft Dynamics CRM spezialisiert und beschäftigt an mehreren Standorten rund 120 Mitarbeiter. „Wir haben in den letzten Jahren einige Unternehmen bei ihrer Expansion nach Norden begleitet. Die logische Konsequenz war für uns, in die Nähe dieser von uns betreuten Unternehmen zu kommen. Angeboten hat sich Innsbruck“, berichtet Roman Clara, Geschäftsführer von EOS Austria. Zudem habe man in einer Marktanalyse festgestellt, dass die Tiroler Unternehmenslandschaft jener in Südtirol sehr ähnlich sei und man daher davon ausgehe, „unsere Erfahrungen einbringen zu können.“ „Unser Ziel ist es daher, für mittelständische Unternehmen

der Ansprechpartner in den Bereichen ERP und CRM zu werden“, so Clara. 2015 sollen zwei Mitarbeiter eingestellt werden, langfristig denke man an fünf bis acht, die das Innsbrucker Team bilden sollen. Angekommen sei man schon nördlich des Brenners, auch dank der Unterstützung durch die Standortagentur. „Wir wurden schon bald zu diversen Veranstaltungen des Clusters Informationstechnologien Tirol eingeladen und sind dort Mitglied. Dieses Networking ist für uns als kleines Unternehmen besonders wichtig“, betont Clara.

„Wir versuchen Ansiedlungswillige sehr rasch innerhalb der Cluster zu vernetzen, um eventuelle Kooperationspartner zu vermitteln. Wir unterstützen sie auch bei der Akquise von Mitarbeitern, bei der Suche nach Gewerbeflächen und bei Behördenverfahren“, beschreibt Gohm die Arbeit seiner Mitarbeiter, deren Hauptfokus auf Deutschland und Italien liegt. Elf Ansiedlungen kamen im Jahr 2014 aus Deutschland, sechs aus Italien. Zwei Auslandsgründungen im Jahr 2014 kamen bereits aus der Schweiz, welche die Standortagentur Tirol seit 2013 als dritten Kernmarkt aufbaut. Einer davon ist der

Unternehmer Markus Wetter aus Appenzell. Ihn lockte nicht die billige Wasserkraft ins Tiroler Oberland, sondern Reh, Hirsch und Gams aus dem Lechtal. Zur Verarbeitung und zum Verkauf von Wildspezialitäten errichtet der Schweizer eine Zweigniederlassung der Wetter Wild in Pettneu.

Hintergrund

Die Standortagentur Tirol begleitet Unternehmen aus dem In- und Ausland bei allen Aspekten einer Ansiedlung oder Betriebsenerweiterung. 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 Deutschland und Italien. Die Option einer engen Vernetzung zu Forschungseinrichtungen und spezialisierten Betrieben in bestehenden Clustern wird für Ansiedlungsinteressierte zu einem immer wesentlicheren Entscheidungsfaktor. Weitere Zahlen lesen Sie auf Seite 29.

„Oft sind es emotionale Gründe“

Monika Schulz-Strelow, Vertragspartnerin von ABA-Invest in Austria, über die Veränderungen bei Betriebsansiedlungen und rasante Österreicher.

Was bewegt Unternehmen dazu, sich einen neuen Standort zu suchen?

Monika Schulz-Strelow: Den kompletten Standortwechsel, der früher wegen Arbeitsplatz- oder aus Steuergründen erfolgte, gibt es kaum noch. Neue Standorte werden meist für Tochtergesellschaften gesucht. Deutsche Unternehmen erkennen, dass sie auch ein Standbein, einen Ansprechpartner in Österreich brauchen, das gilt z.B. für Dienstleistungsunternehmen. Viele deutsche Unternehmen – speziell in Süddeutschland – gehen davon aus, dass Österreich ähnlich wie Deutschland ist und Aktivitäten über die Grenze hinweg gesetzt werden können – irgendwann erkennen sie aber, dass sie auf der anderen Seite richtig „zu Hause“ sein müssen. Sie suchen dann die für sie passende Region, entweder im Osten mit Blick auf Ost- und Südosteuropa oder im Westen wegen Italien und – für Unternehmen aus dem Norden Deutschlands – des süddeutschen Raums.

Erreichen Sie alle Unternehmen?

Monika Schulz-Strelow: Leider nein, wenig Zugang haben wir in große Konzerne, die entscheiden dies intern. Unsere Ansprechpartner sind kleinere und mittlere Unternehmen mit bis zu 2.000 Mitarbeitern, die haben die notwendige Expertise nicht im Haus. Neben den rationalen Gründen sind es oft auch emotionale Gründe, warum sie sich nach Österreich orientieren – sie kennen es z.B. vom Urlaub und begrüßen die hohe Lebensqualität.

Gibt es eine klassische „Ansiedlergröße“ für Österreich?

Monika Schulz-Strelow: Unternehmen mit 200 oder 250 Arbeitsplätzen kommen heute so gut wie nicht mehr, es ist kleinteiliger geworden. Unsere Durchschnittsgröße bei der Ansiedlung liegt heute bei fünf Mitarbeitern mit Wachstumspotenzial.

Was unterscheidet Österreich von Deutschland?

Monika Schulz-Strelow: Michael Popp, Vorstandschef des Pharmaunternehmens Bionorica, der mit der Bionorica Research ein Tochterunternehmen in Innsbruck angesiedelt hat, sagte einmal bei einem Vortrag, dass es das, was ihm in Österreich geboten wurde, in Deutschland nicht gibt – z.B. die Schnelligkeit. Es mag zwar eine Zeit dauern, bis ein Österreicher ja sagt, danach geht es aber rasant weiter. Und noch etwas. Der deutsche Ansprechpartner in der Verwaltung sagt: Für Sie gilt Paragraph 1 bis 5, halten Sie sich dran. In Österreich sagt er: Für Sie gilt Paragraph 1 bis 5, das ist der Rahmen, wir suchen eine Lösung.

Monika Schulz-Strelow: „Österreichs Forschung-Units sind Kleinode, die man besser vermarkten sollte.“



Wer ist eigentlich an einer Ansiedlung interessiert?

Monika Schulz-Strelow: Derzeit vorrangig Dienstleister, weniger das produzierende Gewerbe. Für viele Unternehmen ist auch Forschung und Entwicklung sehr spannend. Große Forschungsunternehmen werden zwar nicht hierher verlagern, man sollte aber nicht vergessen, dass es viele jüngere und kleinere Unternehmen gibt, die sich mit einer Forschungs-Unit den Standort Österreich anschauen könnten. Das sind die Ansätze, die für die Zukunft interessant werden. Vor allem, da Österreich ausgezeichnete Forschungs-Units hat. Das sind Kleinode, die man besser vermarkten sollte, da sie die Anfänge für Unternehmen bilden können, die Wachstumspotenzial haben.

Zur Person:

Monika Schulz-Strelow ist eine Berliner Unternehmensberaterin, Geschäftsführerin der b.international group und ehrenamtliche Präsidentin des Vereins „Frauen in die Aufsichtsräte“. Mit ihren Netzwerkpartnern betreut sie Investoren aus dem In- und Ausland, zu ihren Kunden gehört u.a. ABA-Invest in Austria. Diese berät Unternehmen, die sich in Österreich niederlassen wollen bei standortrelevanten Fragen und spricht aktiv potenzielle Investoren an. Dabei arbeitet sie eng mit den Regionalagenturen der Bundesländer wie der Standortagentur Tirol zusammen.

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

Koordination:

Standortagentur Tirol,
Bereich Marketing & PR

Herausgeber und Medieninhaber:

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

Bildquellen:

Land Tirol: 5
Standortagentur Tirol: 7, 15, 24, 28, 30, 33/1, 34, 36, 38, 39/1, 43/1
Andreas Friedle: 9, 13, 16, 19, 20, 33/2, 37, 40, 41, 43/2, 43/3, 44
Henning Koepke: 5/5
polychrome lab GmbH: 12
XQZT Skis: 39/2
Osterwalder: 39/3

Stand:

Innsbruck, März 2015

Druck- und Satzfehler vorbehalten.

Hinweis:

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

Standortagentur Tirol

Ing.-Etzel-Straße 17
6020 Innsbruck · Österreich
+43.512.576262 *t*
+43.512.57626-210 *f*
office@standort-tirol.at *e*
www.standort-tirol.at *w*