

SENKRECHT

VOL. 3

DAS TIROLER STARTUP-MAGAZIN

9 STARTUPS IM PORTRAIT

TIROLS STARTUP-SZENE

Zahlen, Daten, Fakten.

GELBE SEITEN

Alle wichtigen Kontakte auf einen Blick.

IM GESPRÄCH

Landesrat Mario Gerber und
Wirtschaftskammer-Präsident
Christoph Walser

INHALT

04 **STARTUP-PORTRAIT #A**

Mehr Sicherheit
am Schneehang

06 **STARTUP-PORTRAIT #B**

Elektrifizierter Schlitten für
nachhaltigen Pistenspaß

08 **STARTUP-PORTRAIT #C**

Gästerlebnisse
mit KI optimieren

10 **STANDORTAGENTUR TIROL**

Wachstum durch
Innovation

11 **FRAU IN DER WIRTSCHAFT**

Starke Frau. Starke Wirtschaft.
Starke Frau in der Wirtschaft.

12 **STARTUP-PORTRAIT #F**

Zyklus-Wohlbefinden
besser managen

14 **STARTUP-PORTRAIT #J**

Verbindende Technologie
für perfekten Sound

16 **JUNGE WIRTSCHAFT TIROL**

Intrapreneurship: Mehr als ein
Buzzword – ein Akt des Mutes

17 **NO DREAM IS TOO BIG**

Die Bedeutung von Female
Empowerment für Tirol

18 **STARTUP-PORTRAIT #K**

Leuchtende Forschung
für moderne Medizin

20 **STARTUP-PORTRAIT #M**

Big Data küsst KI für perfekte
Firmen-Partnersuche

22 **TIROLS STARTUP-SZENE**

Das Startup-Ökosystem Tirol
im Überblick

24 **STARTUP-PORTRAIT #S**

Vielseitiges, bruchsaferes und
rundum gesundes Baby-Geschirr

26 **STARTUP-PORTRAIT #T**

Regionale
Leuchtturmwärterin

28 **IM GESPRÄCH**

Landesrat Mario Gerber und
Wirtschaftskammer-Präsident
Christoph Walser

30 **GELBE SEITEN**

Zahlen, Daten, Fakten

31 **ANLAUFSTELLE**

Die Anlaufstellen im Überblick

Marcus Hofer

*Geschäftsführer Standortagentur
Tirol und Startup.Tirol*

Der Wirtschaftsstandort Tirol zeichnet sich durch eine vielfältige Unternehmenslandschaft aus, in der Weltmarktführer:innen, Hidden Champions, Nischen-Spezialist:innen und Startups aufeinandertreffen. Eine Win-win-Situation für alle: Etablierte Unternehmen bringen jahrelange Erfahrung und Weitsicht mit; Jungunternehmen bringen oftmals mit ihren innovativen Ideen eine neue Perspektive ein. Und genau das benötigt eine gut funktionierende Wirtschaft, ebenso wie ein Miteinander aller involvierten Player.

Vernetzung ist in diesem Kontext entscheidend. Schließlich können durch den Austausch wichtige Impulse geschaffen werden, die für alle Beteiligten und unsere Wirtschaft insgesamt große Vorteile mit sich bringen. Das setzt aber auch voraus, dass junge Unternehmer:innen überhaupt den Mut und die Entschlossenheit haben, ihre Ideen in die Tat umzusetzen, andere davon zu überzeugen und sich zu behaupten. Für Gründerinnen ist das oftmals sogar noch etwas schwieriger.

Wir arbeiten in Tirol aktiv daran, innovativen Ideen jenen Raum zu geben, den sie verdienen, und legen in diesem Zusammenhang besonderen Wert darauf, auch die Möglichkeiten für Frauen zu verbessern und sie dabei zu unterstützen, sich weiterzuentwickeln und unternehmerisch in der Startup-Szene zu entfallen.

Die folgenden Seiten sollen Mut machen und inspirieren. In diesem Sinne: Viel Spaß beim Lesen!

Inklusive Startup-Videos –
einfach die QR-Codes scannen!



Dominik Jenewein
*Landesvorsitzender der
Jungen Wirtschaft Tirol*

Kaum ein Wort beschreibt Unternehmer:inentum so gut wie das Wort „Mut“. Es braucht Mut, um sich aus einem sicheren Arbeitsverhältnis heraus selbstständig zu machen. Es braucht Mut, in der Karenz die eigene Idee in die Selbstständigkeit zu bringen. Es braucht Mut, das Risiko einzugehen, sein eigener Chef:seine eigene Chefin zu werden und selbst für Erfolg oder Misserfolg verantwortlich zu sein. Ebenso braucht es Mut, sein bewährtes Geschäftsmodell umzukrempeln und neu auszurichten. Egal, um welche Art von Mut es geht, die Unternehmen und Startups in unserer 3. Ausgabe des SENKRECHT-Magazins bringen ihn mit!

Die letzten Jahre waren geprägt von Krisen und Veränderung. Sei es Covid oder der Ukraine Konflikt samt Energiepreiskrise und Teuerung – vieles hat sich in letzter Zeit auf den Kopf gestellt. Genau in solch fordernden Zeiten benötigt es Unternehmer:innen, die den Kopf nicht in den Sand stecken, sondern anpacken. Mutige Selbstständige, die ihr Unternehmen auch durch stürmische Zeiten lenken, sich nicht unterkriegen lassen und positiv in die Zukunft blicken.

Lasst euch von unseren Porträts in dieser Ausgabe inspirieren und werft einen Blick hinter die Kulissen einer Auswahl unserer persönlichen Hidden Champions, die mit ihrem Unternehmer:innengeist unser Land mit nach vorne bringen wollen.

Die Junge Wirtschaft und die Standortagentur Tirol versuchen stets, die passenden Rahmenbedingungen für solche mutigen Köpfe zu schaffen. Die nächsten Seiten sollen zeigen, dass unser Einsatz Früchte trägt und Tirol voller mutiger Unternehmer:innen strotzt. Viel Spaß beim Lesen!

EDITORIAL

Dieses Startup-Magazin ist ein gemeinsames Projekt der Jungen Wirtschaft Tirol und der Standortagentur Tirol und zeigt das Startup-Ökosystem Startup.Tirol auf.

AVALANO MEHR SICHERHEIT AM SCHNEEHANG

Lawinen sind weit mehr als eine Bedrohung für Skitouren-Geher:innen. Um die potenzielle Gefahr schneller und besser einschätzen zu können, haben Patrick Jenewein (19) und Marcel Maffey (19) eine intelligente Lawinensonde entwickelt. In Avalano steckt viel technische Finesse, Künstliche Intelligenz und eine gehörige Portion Wagemut.

Es ist extrem mühsam. „Zaach“ heißt das in Tirol. Ein zwei Meter tiefes Loch in den Frühlings-Schnee zu graben, ist auch für Geübte kein Honigschlecken und doch steckt in dieser Prozedur ein – noch – notwendiger erster Schritt, um die Schneedecke analysieren und die Lawinengefahr einschätzen zu können. „Nachdem das Loch gegraben wurde, muss mit einem Spezialthermometer in regelmäßigen Abständen die Temperatur abgegriffen werden, um ein Schneeprofil erstellen zu können“, erklärt Patrick Jenewein. Neben anderen Fak-

toren – wie Hanglage, aktuelles Wetter oder jüngste Schneefälle – ist die Temperaturmessung der einzelnen Schneeschichten essenziell, um die Sicherheit oder Unsicherheit des Schneehanges zu beurteilen und die entsprechende Lawinenwarnstufe erstellen zu können. „Der Lawinenwarndienst Tirol hat Lawinenbeobachter:innen im Feld draußen, die die Schneedecke untersuchen“, weiß Patrick. Er weiß das, weil er selbst leidenschaftlicher Skitouren-Geher ist und auch die Prozeduren ziemlich gut kennt. Sein Bruder ist nämlich einer dieser Lawinenbeobachter, Patrick begleitet ihn oft „ins Feld“ und sagt: „Die Temperatur zu messen, ist recht aufwändig. Es ist auch nur schwer möglich, mehrere Löcher in einen Hang zu graben und da dachte ich: Das muss doch einfacher gehen.“

Das muss doch einfacher gehen. Dieser Gedanke war der zündende Funke, der in Windeseile auch bei Marcel Maffey ein Entrepreneur-Feuer entfachte. Patrick: „Ich bin zu Marcel gegangen, sagte ihm, dass ich da gerne etwas entwickeln würde und fragte, ob er dabei wäre.“ Das war er. Und das ist er.

Als Patrick und Marcel im Herbst 2021 an der Idee zu tüfteln begannen, waren beide noch Schüler an der HTL

Name des Unternehmens:
Avalano

Gründungsjahr:
2023

Phase:
Prototyp

Branche:
Sicherheit

Anichstraße in Innsbruck. Ihr erster Weg führte zu den Profis vom Lawinenwarndienst Tirol, wo sie nicht nur erfahren durften, dass die Expert:innen sehr an einer Vereinfachung und Beschleunigung der Methode interessiert sind, sondern auch gerne bereit waren, die beiden mit ihrer Expertise zu unterstützen. Wertvoller kann eine Kooperation kaum sein, verfügen die Mitarbeiter:innen des Lawinenwarndienstes Tirol doch über enorm viel Erfahrung und nicht minder viele Daten, deren komplexes Beziehungsgeflecht deuten zu können, die Veröffentlichung der Warnstufen erst möglich macht. Der Blick auf den aktuellen Lawinenlagebericht zählt für Wintersportler:innen, die im freien Skigelände unterwegs sind, schließlich zum ersten Gebot auf der Checkliste zur Risikominimierung eines genussvollen Tages in den Bergen.

„Dann stand im Rahmen der Matura die Diplomarbeit an und wir sagten, entwickeln wir im Zuge der Diplomarbeit doch unser Produkt Avalano“, erzählt Marcel und lüftet auch gleich den Namen der Erfindung und des Startups, dessen praktische Argumente ziemlich stichhaltig sind. Im wahrsten Sinn des Wortes. Irgendwie ist es doch eine naturgemäß spitz zulaufende, bis zu 2,8 Meter lange Lawinensonde, in der die Innova-



Hier geht's zum
Startup-Pitch.



Avalano-Gründungsteam:
Patrick Jenewein und Marcel Maffey

tion verpackt ist. „Wir lehnen uns an die handelsüblichen Lawinensonden, die zur Standardausrüstung von Tourengerher:innen zählen, an“, sagt Marcel. „Die Sonden haben einen Durchmesser von 13 Millimetern, das war eine wesentliche Challenge“, ergänzt Patrick. Die Challenge wird beim Kniff der Lösung nachvollziehbar, galt es doch, in diesen sehr langen, sehr schmalen, mit einem ausgeklügelten Klappsystem versehenen Sonden in relativ knappen Abständen bis zu 30 Temperatursensoren beziehungsweise Temperaturabnehmer fix zu installieren. Die Temperaturentnahmestelle ist mit einem Kupfer-/Aluminiumring verbaut, um möglichst präzise Ergebnisse zu erhalten. Das war sozusagen der erste Streich. Die „Sensorenringe“ ermitteln autonom die Umgebungs- bzw. Schneetemperatur und sammeln diese Daten,

die an die Elektronik, dem „Header“ weitergeleitet wird. Dieser kleine Computer bereitet die Daten mithilfe eines Algorithmus auf und sendet die Ergebnisse an das Smartphone, auf dem die Avalano-App installiert ist. „Diese App haben wir selbst programmiert und der/die Lawinenbeobachter:in kann sich die Rohdaten anzeigen lassen, sie exportieren und in sein Lawinenprofil einbinden“, sagt Marcel. Die Profis sind die erste Zielgruppe, „normale“ Skitourengeher:innen die zweite. „Sie sollen eine textuelle Aufbereitung der Daten bekommen und auf dem Weg erfahren, wie die Schneedecke aussieht und ob der Hang erkennbare Lawinengefahren aufweist“, blickt Marcel in die Zukunft, denn erst einmal werden die Mitarbeiter:innen des Tiroler Lawinenwarndienstes Avalano in der kommenden Wintersaison testen,

den Erfindern Feedback geben und damit helfen, die Sonde zu verbessern und weiterzuentwickeln.

Im Avalano-Paket steckt enorm viel Grips, Grips, der nicht nur die Schnee- und Lawinenprofis überzeugt hat, sondern im November 2022 auch die Jury des 120-Sekunden-Ideencastings, mit dem die Standortagentur Tirol und die Wirtschaftskammer Tirol regelmäßig Tirols beste Geschäftsideen suchen – und fördern. „Damit wurde alles ins Rollen gebracht. Wir haben drei Coachings gewonnen, dann auch den ersten Platz beim Wettbewerb des Fördervereins Technik Tirol gemacht und danach ging die Maturazeit los“, berichten Patrick und Marcel von der vielleicht intensivsten Zeit ihres Lebens – gespickt mit Wagemut, enormen Lernkurven, Erfolgen, Rückschlägen und der immer wieder befeuernden Überzeugung, dass mit Avalano die Sicherheit und damit auch der Spaß am Berg gesteigert werden kann. Das Prio-Patent haben sie längst angemeldet, vor Kurzem auch das Unternehmen gegründet, viele Kontakte geknüpft und zum Sprung in den Markt angesetzt.

„Unser Traum ist, dass Avalano in Zukunft zur Standardausrüstung von jeder Lawinenkommission und allen Touren-Geher:innen wird“, sagen sie. Ein guter Traum – zum Greifen nah. ▲

#Mutausbruch:
**Gründung in einem Land
mit fremder Sprache**

**Bobsla-
Gründungsteam:**
Sergey Ignatyew

BOBSLA ELEKTRIFIZIERTER SCHLITTEN FÜR NACHHALTIGEN PISTENSPASS



Der elektrisch betriebene, super-agile Schlitten, der Sergey Ignatyew nach Tirol brachte, ist mehr als eine nachhaltige Alternative zu den röhrend kraftstrotzenden Schneemobilen. Wie in einem Gokart lässt sich damit über Schnee schwimmen – und richtig viel Spaß haben.

Das mit den Zufällen ist immer so eine Sache. Die einen betrachten plötzlich eintretende günstige Umstände als reines Glück, für andere sind sie so etwas wie ein Wink des Schicksals und in Sergey Ignatyews Fall ist der Zufall so weiß wie kalt und er fällt einfach so vom Himmel. „Ich hatte Tirol nicht so auf meiner Landkarte. Doch als wir den ersten Bobsla – unseren Prototypen – testen wollten, lag außer in den nordischen Ländern nur in Hintertux und in der Schweiz genug Schnee“, blickt Sergey Ignatyew zurück ins Jahr 2018 und sagt: „Tirol war Zufall.“ Ein guter, wie’s scheint. Einer, der sein Leben total veränderte, Fulpmes zu seinem neuen Lebensmittelpunkt machte (Sergey er-

hielt eine der ersten Rot-Weiß-Rot-Karten für Startup-Gründer:innen in Österreich) und Schnee zum Hoffnungsträger für sein Startup.

Sergey ist Elektroingenieur und musste sich umorientieren, als sich sein Heimatland Russland in den 1990er-Jahren auch insofern änderte, als dass keine Ingenieure mehr gebraucht wurden. Sergey: „Ich habe dann ab 1992 mehr im Verkauf gearbeitet – ab 1996 beispielsweise als Kundenbetreuer für eine deutsches Unternehmen.“ So kam er ganz schön um die Welt, studierte an der ESMT Berlin Business School, hatte überhaupt gar keinen besonderen Bezug zu Schnee oder Schneesport und doch hatte er irgendwann im Jahr 2016 eine Idee: „Einen Plastischlitten mit einem Elektromotor auszustatten, um Kinder nicht den Hügel hochziehen zu müssen, sondern damit hochfahren zu können.“

Die Idee, eine Art elektrifizierten, leichten Gokart zu entwickeln, der viel Spaß auf Schnee, aber im Vergleich zu

den schweren, lauten, fossil betriebenen Schneemobilen auch extrem viel Nachhaltigkeit bedeutet, beherrschte zwar nicht seine Gedanken komplett, begleitete ihn aber stetig und als er im Jänner 2018 eine „Schulkollegin“ von der Berlin Business School nach Las Vegas begleitete, wo sie mit ihrer Sonnenschutz-Idee gleich einen der führenden Hersteller der Branche anlockte, machte es Klick. „Ich konnte es nicht fassen, dass das passierte und dachte: Warum soll ich es nicht auch mit meiner Idee versuchen“, sagt Sergey.

Nach diesem Aha-Moment in der Mojave-Wüste Nevadas wurde Schnee sein absolut bevorzugter Aggregatzustand von Wasser und der elektrifizierte Schlitten zum Dreh- und Angelpunkt seiner Gedanken. Bei einer Startup-Konferenz in Moskau präsentierte er die Idee beziehungsweise die Kombination aus E-Motor und Schlitten, in der die patentwürdige Innovation steckt. Auf der Konferenz kam er mit der Austrian Business Agency in Kontakt, die wiederum den Kontakt zum InnCubator, dem

Tiroler Tummelplatz für Innovationen, herstellte. Sergey: „Das war die große Motivation. Es war aber erst einmal wichtig für mich, zu sehen, ob es nicht nur eine verrückte Idee ist und ich mit meinem normalen Leben weitermachen sollte.“ Oder eben nicht.

Die Idee mag ihm zwar – auch weil eine derart tiefgreifende Lebensveränderung damit verbunden war – verrückt erschienen sein, doch genau genommen ist sie genial. **„Der Bobsla ist keine elektrifizierte Kopie eines Schneemobils, sondern eher wie ein Boot auf dem Schnee“**, erklärt Sergey. Angesichts der Leichtigkeit des Bobsla, seiner Wendigkeit und der Tatsache, dass er nicht nur „easy“ zu fahren ist, sondern dabei auch leise, juckt es jede:n Schneebegeisterte:n mit Hang zu schönen Hängen erwartungsvoll im Hintern.

Dieser prickelnde Effekt wurde offensichtlich als Sergey den Prototypen auf über 3.000 Metern Höhe testete. „Dann habe ich zusammen mit den Leuten vom InnCubator viel nachgedacht und wir haben uns dafür entscheiden, den Bobsla als Attraktion den Skiessorts anzubieten, um sie an Gäste zu vermieten“, so Sergey. Das Spaßgefährt in riesigen Mengen für den privaten Markt zu produzieren, zu vermarkten und zu servicieren, würde enorm viel Geld kosten und einen großen Mitarbeiter:innen-Stab erfordern. Sergey finanzierte die Entwick-

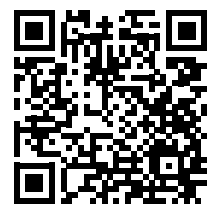
lung und die ersten Bobsblas allesamt selbst, er hat zwar viele helfende Freunde, doch noch besteht das Unternehmen aus ihm allein. Die Skiessorts als erste Zielgruppe zu definieren, war vor dem Hintergrund ein cleverer Schachzug. Animiert vom Potenzial und dem begeisterten Feedback, kündigte Sergey Ende 2018 seinen sicheren Job und stürzte sich in den weniger sicheren, aber ungleich spannenderen Startup-Modus.

2019 gründete er das Unternehmen und fand in den Bergbahnen Hochgurgl-Obergurgl sowie einem kleinen Skigebiet in der Schweiz erste Partner für die Testläufe. „Der Schweizer Tages-Anzeiger hat darüber berichtet. Das war irre und ein wenig so, als würde der Michelin groß über eine Dönerbude schreiben“, sagt Sergey und erinnert sich an zwei Frauen aus Lausanne, die den Bericht gelesen und die knapp zweistündige Anreise nicht gescheut hatten, um den Bobsla auszuprobieren. Als ein Gurgler Snowboardlehrer sich begeistert vom Bobsla zeigte, war das nicht minder cool. „Ich dachte, der Kerl verbringt sein Leben im und mit dem Schnee. Das war eine schöne Bestätigung“, sagt der Gründer und ergänzt: „Es ist schon lustig, dass ich als Russe eine Schneeeinnovation nach Tirol bringe – doch ist Tirol ein richtig guter Platz dafür.“

Wo er recht hat, hat Sergey recht und er macht auch keinen Hehl daraus, erstaunt gewesen zu sein, welches metallverarbeitende Know-how das Land zu bieten hat. „Dass es allein in Fulpmes gleich mehrere Metallverarbeiter gibt und noch viel mehr in ganz Tirol, hat mich sehr überrascht. Tirol ist auch ein sehr gutes Land für Prototypen“, weiß er längst. Nachdem Sergey viele Kontakte geknüpft, zahlreiche Mitstreiter gefunden und 2020 auf der ISPO in München großes Interesse geweckt hatte, wurde der vielversprechende Flow mit der Corona-Pandemie kurzzeitig gestoppt. In der Zwischenzeit hat er aber längst wieder Fahrt aufgenommen. Sergey tüftelt am Bobsla for kids sowie daran, ihn als leises, umweltfreundliches und wendiges Lastenfahrzeug für Skigebiete oder Jäger:innen zu konzipieren, er hofft, dass das Olympische Komitee für die Spiele 2026 Feuer gefangen hat und arbeitet daran, den kanadischen und US-amerikanischen Markt zu erobern. „Auf der einen Seite ist mein Startup sehr klein, auf der anderen Seite transnational“, sagt er. So transnational wie seine Bobsla-Visionen – und die Chancen. ▲

www.bobsla.com


MADE IN AUSTRIA SINCE 2018



Hier geht's zum Startup-Pitch.

Name des Unternehmens:
Bobsla

Gründungsjahr:
2019

Phase:
Wachstum

Branche:
Mobilität



#B

Name des Unternehmens:
Crqlar

Gründungsjahr:
2022

Phase:
Wachstum

Branche:
Tourismus/Hotellerie/IT

Die Software-as-a-Service-(SaaS-) Plattform Crqlar macht es Luxus-hotels möglich, wertvolle Gästedaten nicht nur zusammenzuführen, sondern für die Optimierung und Personalisierung des Urlaubs zu nutzen. KI und maschinelles Lernen öffnen dabei neue Türen für individuelle Dienstleistungen und Vorhersagen über das Buchungsverhalten. „Wir verwerten die Daten-Schätze der Hotels“, sagt Crqlar-Gründer Fabian Rauch.

„Wie immer?“ Bei diesen zwei Worten wird es jedem Hotelgast warm um’s Herz. In der Frage steckt ein freundschaftliches Willkommen und sie vermittelt das Gefühl, besonders zu sein – was ja auch jede:r ist. Erinnert sich der/

#Mutausbruch:
Being a serial entrepreneur

CRQLAR GÄSTEERLEBNISSE MIT KI OPTIMIEREN

die Barkeeper:in dann noch daran, dass der Martini geschüttelt sein sollte und nicht gerührt; weiß das Housekeeping, dass der Wohlgefühlgrad der Zimmertemperatur bei diesem speziellen Gast niedriger liegt als bei anderen und schlägt der/die Rezeptionist:in dann noch Aktivitäten vor, die punktgenau die Vorlieben treffen – auch solche, von denen der Gast gar nichts wusste –, dann wird der Urlaub von einem großen Lächeln der Zufriedenheit begleitet. Das Stammgast-Feeling hat nicht nur in den einzelnen Momenten eine starke Wirkung, es kann auch für künftige Urlaubs- oder Destinations-Entscheidungen ausschlaggebend sein. Dieser Effekt ist es, dem sich das Tiroler Startup Crqlar verschrieben hat.

„Hotels haben einen großen Schatz an Gästedaten, sie können diese Daten aber nicht ausreichend nutzen, weil sie nicht gegliedert und auf verschiedene Tools verteilt sind. Das versuchen wir mit Crqlar zu lösen“, sagt Fabian Rauch. Fabian (37) ist einer der vier Gründer:innen und Geschäftsführer der Crqlar GmbH und weiß, dass ein Hotel im deutschsprachigen Raum durchschnittlich mit 13 verschiedenen Softwarelösungen arbeitet und bis zu 30 unterschiedliche Teile eines Gästeprofiles abspeichert. Doch nur, wenn diese Daten clever zusammengeführt und zielgerichtet genutzt werden, sind sie Gold wert.

Darauf zielt die Lösung ab, von der Fabian spricht. Die Lösung ist eine SaaS-Plattform, die den Hotels beziehungsweise den Mitarbeiter:innen wie eine gute Souffleuse permanent zur Seite steht, sich an Vorlieben der Gäste „erinnert“ und diese sogar erahnen kann. „Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen sind die Basis beziehungsweise der Hintergrund dafür, dass wir Hotelservices personalisieren können“, verrät Fabian den Clou, mit dem das Startup der Hotelbranche einen kraftvollen digitalen Schub verleiht – einen digitalen Schub mit extrem nützlichen Auswirkungen auf den gastfreundlichen Alltag im Hotel.



Crqlar-Gründungsteam:
Angel Ferrufino, Fabian Rauch, Dijana Keri, Dejan Keri

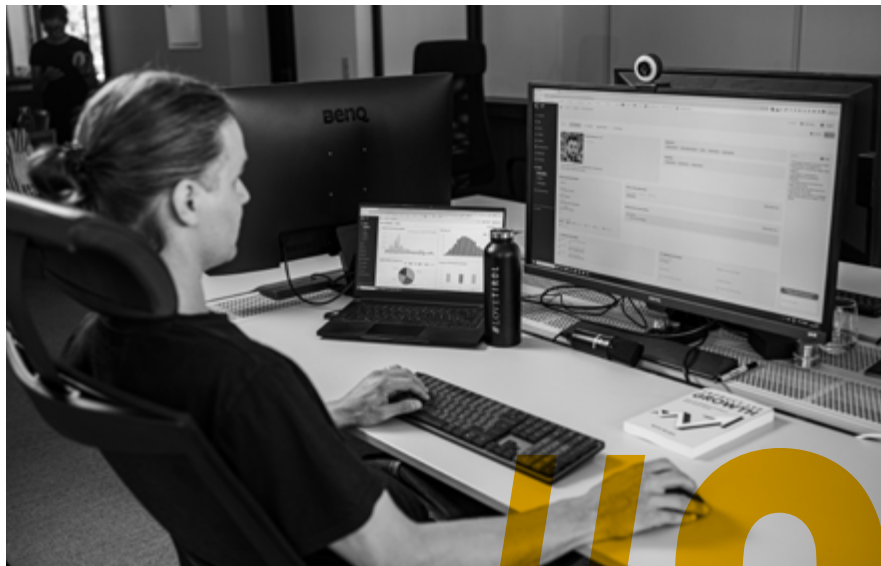


Ein Hotel war es auch, in dem die Idee geboren wurde. „Ich habe eine Online-Marketingagentur und war eingeladen, im Hotel Goldener Berg in Lech einen Workshop über datengetriebenes Online-Marketing zu geben“, sagt Fabian, der recht Startup-erfahren ist und genau genommen schon im Alter von 16 Jahren angefangen hat, Businessmodelle zu kreieren, mit denen die digitalen Möglichkeiten ausgereizt werden. Fabian bezeichnet sich selbst als kreativen Menschen – nicht in dem Sinn, dass er gerne zeichnet oder Gitarre spielt, sondern vielmehr in dem Sinn, dass er gerne Probleme erkennt und Lösungen dafür entwickelt. Diese Triebfeder wurde nach dem Workshop befeuert, als er von der Chefin und dem Hoteldirektor des Goldenen Bergs mit einem Problem konfrontiert und gefragt wurde, ob er eine Lösung dafür hätte: „Sie erzählten von den ganzen Gästedaten, die in unterschiedlichen Systemen gespeichert oder irgendwie und irgendwo abgelegt sind.“

Fabian muss geahnt haben, dass in dieser Fragestellung der Startpunkt für ein Geschäftsmodell steckt. Jedenfalls sprach er gleich mit Angel Ferruffino, Dijana Keri und Dejan Keri darüber. Die drei kannte er aus einem vorherigen Startup und fragte sie, ob sie die Herausforderung spannend finden und Lust haben, den „Wahnsinn Startup“ gemeinsam anzugehen. Sie hatten Lust, doch zuvor wurde der Markt abgeklopft, indem mit möglichst vielen Kenner:innen der Hotelbranche – Direktor:innen, Besitzer:innen und Mitarbeiter:innen von Hotels – geredet wurde. Fabian: „So sind wir draufgekommen, dass alle das gleiche Problem haben, dass das Hotel zwar auf einem Schatz an Daten sitzt, ihn aber nicht verwenden kann.“

Nachdem derart klar geworden war, dass ein richtig großer Bedarf besteht, wurde Ende Jänner 2022 die Crqlar GmbH gegründet und sie legten los. Zusammen mit dem Grand Hotel Lienz wurde die erste Variante der Software entwickelt, die im ersten Schritt die so verwirrend und uneinheitlich abgelegten Gästedaten in ein System und damit ein Gästeprofil zusammenführt.

Nach diesem Merging and Cleaning steht dem Hotel eine übersichtliche Datenbasis für alle Gäste zur Verfügung, die dann in den verschiedenen Bereichen und auf verschiedenen Ebenen genutzt werden kann. Das Wissen ist der



Schlüssel. Etwa, wenn der/die Sommerler:e weiß, welchen Wein der Gast vor fünf Jahren bestellt hat. Wenn der/die Rezeptionist:in weiß, dass der Gast auf der Anreise mehrere Zeitzonen überschritten hat und ihm einen belebenden Welcome-Drink anbietet. Oder wenn „das Restaurant“ weiß, an welchen Tisch die Gastfamilie am liebsten sitzt. „Ein F&B-Manager vom Hotel Bergland in Sölden sagte, dass wir ihm 80 Prozent seiner Zeit sparen, weil er sich nicht mehr um diese aufwändigen Aufgaben kümmern muss“, erzählt Fabian. In 24 Hotels ist die Software bereits im Einsatz. Im letzten Jahr wurden mit Crqlar schon über 600.000 Gästeprofile angelegt. Fabian: „Luxushotels sind heute alle perfekt ausgestattet – unterscheiden können sie sich, wenn sie dem Gast den perfekten und ganz persönlichen Urlaub ermöglichen.“

Für den perfekten Urlaub ist auch der nächste Crqlar-Schritt ein großer. Die anonymisierten Daten aller Partner-Hotels – die Datensicherheit der Software wird nach allen Regeln der Kunst gewährleistet – verwendet Crqlar, um den Algorithmus für prädiktive Analytik zu trainieren. „Das heißt, wir können mithilfe der Künstlichen Intelligenz Vorhersagen treffen, die für die Zielgruppe der Hotels relevant sind – etwa, welche zusätzlichen Services der Gast mit diesem Profil aller Wahrscheinlichkeit nach gerne noch buchen würde“, erklärt Fabian. Diese Anwendung wird gerade getestet und die Software ganz eng mit den Kund:innen weiterentwickelt – sind es doch die Profis vor Ort, die wissen, was sie brauchen und die mit der Software arbeiten.



Eine erste Pre-Seed-Runde hat Crqlar im Sommer abgeschlossen und die Tatsache, dass das Unternehmen bereits Umsätze lukriert, erleichtert das für Startups oft entscheidende schnelle Wachstum. Der Takt ist straff. Aktuell arbeiten neben den vier Gründer:innen auch sechs Mitarbeiter:innen im Unternehmen, noch im Herbst soll eine erste Version des Businessintelligence-KI-Systems laufen, 60 bis 80 Hotels als Crqlar-Kund:innen sind für 2024 das Ziel und langfristig geht es darum, eine technologische Weltmarke zu kreieren. „Wir streben schon ein Leuchtturmprojekt an. Zu klein zu denken, macht keinen Sinn“, sagt Fabian. Stimmt. ▲

www.crqlar.com

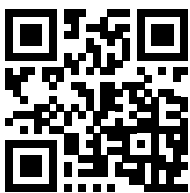


Hier geht's zum Startup-Pitch.

WACHSTUM DURCH INNOVATION

Die Standortagentur Tirol ist ein Unternehmen der Lebensraum Tirol Holding und Teil von Startup Tirol. Mit ihrem umfassenden Serviceangebot trägt sie dazu bei, die Attraktivität des Wirtschafts- und Technologiestandorts Tirol im Einklang mit ökologischen Interessen zu erhöhen. Ziel ist es, die Wettbewerbsfähigkeit insgesamt, aber auch die der Unternehmen zu stärken sowie das Startup-Ökosystem in Tirol voranzutreiben.

Das Serviceangebot der Standortagentur Tirol umfasst die nachfolgenden Bereiche, welche die Themen Nachhaltigkeit und Resilienz sowie Kreislaufwirtschaft inkludieren.



www.standort-tirol.at



Digitalisierung

Gemeinsam mit den Unternehmen identifiziert die Standortagentur Tirol die jeweiligen Potenziale von Digitalisierung. Dadurch wird die Weiterentwicklung der Unternehmen und ihrer Mitarbeiter:innen vorangetrieben und die internationale Wettbewerbsfähigkeit gestärkt.

Innovation

Etablierte Unternehmen sowie Startups werden bei ihren Innovationsvorhaben unterstützt, insbesondere in Bezug auf nachhaltige alpine Technologien, Kreislaufwirtschaft, IT, Life Sciences und Gesundheit. Das Clusternetzwerk der Standortagentur Tirol fördert dabei die Vernetzung und den Austausch.

Internationalisierung

Forschungseinrichtungen und Unternehmen werden von der Standortagentur Tirol bei ihren Internationalisierungsvorhaben begleitet und zu den für sie relevanten EU-Förderprogrammen beraten. Außerdem erhalten Tiroler Lehrlinge und

junge Arbeitnehmer:innen sowie Schüler:innen hinsichtlich Auslandspraktika Unterstützung.

Kapital

Damit Innovationen überhaupt umgesetzt werden und Unternehmen auch wachsen können, braucht es die entsprechende finanzielle Basis. Die Standortagentur Tirol berät Unternehmen zu den Forschungs- und Innovationsförderungen auf Landes-, Bundes und EU-Ebene. Zudem vernetzt sie Startups und Unternehmen mit (inter-)nationalen Investor:innen.

Wachstum

Neben der Betreuung von Betriebsansiedlungsprojekten in- und ausländischer Unternehmen zählt auch die Unterstützung von Erweiterungsvorhaben Tiroler Unternehmen zu den Services der Standortagentur Tirol. Das trägt langfristig zum Aus- und Aufbau von Arbeitsplätzen bei und fördert die regionale Wertschöpfung.

STARKE FRAU. STARKE WIRTSCHAFT. STARKE FRAU IN DER WIRTSCHAFT.



Frau in der Wirtschaft Tirol und
ihre Landesvorsitzende
Martina Entner



Frau in der Wirtschaft ist seit 40 Jahren eine Abteilung der Wirtschaftskammer, die für starke Interessenvertretung, kompetenten Service und attraktives Netzwerk steht.

Frau in der Wirtschaft setzt durch, macht möglich, eröffnet Perspektiven und gestaltet gemeinsam. FiW vertritt die Interessen der österreichischen Unternehmerinnen, ist deren Netzwerkschmiede und innovative Servicestelle. Als starke Lobby für über 140.000 Unternehmerinnen in Österreich bringt Frau in der Wirtschaft Bewegung in Wirtschaft und Gesellschaft. Damit Frauen ihre beruflichen und persönlichen Ziele besser umsetzen können. Als Interessensvertretung setzt sich Frau in der Wirtschaft für die bessere Vereinbarkeit von Familie und Unternehmer:innentum ein, fordert, Entrepreneurship besser in Bildungseinrichtungen zu verankern und pocht auf mehr Sensibilisierung für gendermedizinische Prävention und Vorsorge.

Frau in der Wirtschaft fordert und fördert, denn: Starke Frauen stärken Frauen!

Seit 2014 ist Mag. (FH) Martina Entner Landesvorsitzende von Frau in der Wirtschaft Tirol. Die Vizepräsidentin der Wirtschaftskammer Tirol ist außerdem Bezirksobfrau von Schwaz und Gemeinderätin.

Das Hotel Entners führt die Mama zweier Kinder bereits in der dritten Generation fort und kennt sich daher bestens mit allen Themen aus, die Unternehmerinnen beschäftigen, bremsen oder eben: weiterbringen!

Besonders wichtig ist ihr Chancengleichheit. Für Mädchen und Buben bereits in der Bildung und bei der Berufswahl sowie bei Frauen und Männern im Arbeitsleben.

Daher setzt sich Frau in der Wirtschaft unter der Landesvorsitzenden Martina Entner dafür ein, die Rahmenbedingungen in unserer Gesellschaft so zu gestalten, dass ehrliche Gleichberechtigung endlich zum State of the Art wird! ▲



www.wko.at/tirol/fiw

**#Mutaubruch:
Den Zyklusgesundheits-
Bereich revolutionieren**



femble-Gründungsteam:
Lina Graf und Daniel Steiner

FEMBLE ZYKLUS-WOHLBEFINDEN BESSER MANAGEN

Das Femtech-Startup femble nutzt mit seiner Zyklusgesundheits-App Künstliche Intelligenz, um einerseits die Lebensqualität von Frauen zu erhöhen und andererseits dringend benötigte Daten in der Frauengesundheit zu generieren. Im Interview erzählt femble-Gründerin Lina Graf über die Kicks hinter der Idee und des Startups selbst.

Neues für die Frauengesundheit zu entwickeln, das revolutionäres Potenzial hat, ist eine ziemlich schöne Sache. Wie kam es und wie kamst du dazu?

Lina Graf: Nach meinem Wirtschaftsstudium in Innsbruck und Südafrika habe ich relativ schnell gemerkt, dass viel Kreativität in mir brodelt und ich selbst etwas in die Hand nehmen will. Ich habe dann angefangen, als Businessdevelopment-Managerin bei einem Startup zu arbeiten und aus einem ganz persönlichen Bedürfnis heraus parallel damit begonnen, femble zu gründen.

Welches Bedürfnis meinst du?

Lina Graf: Ich hatte hormonelle Imbalancen und habe mich damit nie richtig ernst genommen gefühlt. Weil das so viele Frauen betrifft, war es für mich unglaublich, dass auch Mediziner:innen so wenig über das Thema wissen. Ich wollte herausfinden, wie es zu

dieser großen Daten- und Wissenslücke kommen konnte und musste feststellen, dass Frauengesundheit erst seit 1994 in die medizinische Forschung miteinbezogen wurde. Der negative Rattenschwanz, der sich daraus für Frauen ergibt, ist irre.

Wie entstand die Uridee zur femble-App?

Lina Graf: Meine Musik-Playlist war extrem personalisiert und somit auf mich abgestimmt. Die Künstliche Intelligenz schaffte es immer, mich besser fühlen zu lassen. Ich verwendete auch eine Periodentracking-App und dachte, warum kann die eigentlich nur vorhersagen ob ich schwanger werden kann oder nicht, und nicht auch so persönlich auf mich eingehen wie Spotify. So kam die Idee zur femble-App, also einer KI-getriebenen Hormongesundheits-App, die es Frauen ermöglicht, im Einklang mit ihrem Zyklus zu leben.

Geht es auch darum, Bewusstsein zu schaffen?

Lina Graf: Genau. Erst einmal muss die Awareness geschaffen werden, dann kann auf die einzelnen, extrem unterschiedlichen Bedürfnisse eingegangen werden. Man spricht da teils von Chamäleon-Problemen, weil sie so divers sind und es kein Schema F gibt. Weil wir im Jahr 2023 leben, ist es aber möglich, mithilfe von KI und Algorithmen auf individuelle Bedürfnisse einzugehen. **Es geht bei der femble-App nicht um die Periode, sondern um den holistischen Zyklus, um die Hormongesundheit und das Wohlbefinden, das gefördert werden kann.**

Wie kann das Wohlbefinden gesteigert werden?

Lina Graf: Beispielsweise sollten Frauen während der Periode oder der Menstruationsphase verstärkt eisenhaltige Rezepte kochen, damit sie sich besser fühlen und präventiv sogar Mens-

Name des Unternehmens:
femble

Gründungsjahr:
2020

Phase:
Markteintritt

Branche:
Femtech

truationsbeschwerden lindern können. Neueste Studien zeigen, dass man mit Yogamitra, also bestimmten Bewegungsabläufen, vor der Periode Menstruationsschmerzen lindern kann. Wer sich und die Phasen kennt, kann seine Potenziale ganz anders nutzen. In der Follikelphase ist man extrovertierter, vor der Periode introvertierter. Das kann für die Terminplanung genutzt werden und dazu, die Lebensqualität holistisch gesehen zu erhöhen.

Wie beschreibst du den Impact des Wissens um den Zyklus?

Lina Graf: Auf der einen Seite können wir durch die individuellen Empfehlungen die Lebensqualität der Frau verbessern. Auf der anderen Seite sammeln wir – natürlich anonymisiert – Daten. Diese Daten setzen die Frau in den driver seat – auch im Diagnosegespräch bei dem/der Gynäkolog:in, weil sie eine Historie hat und genau sagen kann, wie ihr Zyklus aussieht. Man kann Muster erkennen und Beziehungen zwischen den einzelnen Phasen und Symptomen herstellen. Vielen Frauen ist gar nicht bewusst, wie krass sich der Zyklus auf das tägliche Leben auswirkt und wie viel man damit erklären kann.

Womit wird die App gefüttert?

Lina Graf: Es gibt einen Check-in-Prozess, anhand dessen festgestellt werden kann, in welcher Zyklusphase die Frau sich befindet. Dann gibt sie ein, wie sie sich mental und physisch fühlt, etwa, ob sie körperliche Symptome wie Kopfschmerzen, Blähungen, Unterleibsschmerzen et cetera hat. Die Userin bekommt einen Reminder und trackt ihre

Symptome. Anhand dieser Daten wird ein täglicher Feed kreiert mit Vorschlägen für Meditationen, Trainings oder Lebensmitteln. Im nächsten Schritt planen wir, Wearable-Daten zu nutzen – von Smartwatches oder Fertilitäts-Trackern – damit auch die Schlafqualität, Temperatur, oder was auch immer man messen möchte, eingespeist werden kann.

Es sind also viele subjektive Daten, die den Feed bestimmen?

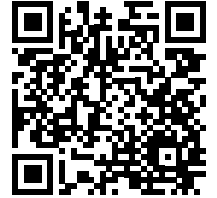
Lina Graf: Ja, genau. Subjektive Daten sind wichtig, auch Expert:innen bestätigen, dass der eigenen Wahrnehmung meist zu wenig Bedeutung beigemessen wird. Der Algorithmus wird mit subjektiven Daten, wearable Daten und „user behaviour“ gefüttert. Wir wollen ja nie Diagnosen stellen, sondern dass die Frauen ihren Zyklus selber managen können. Wir nennen es gerne „harmonizing with your hormones“ – also in Harmonie mit den Hormonen leben.

Femble ist eigentlich mit einem Wärmepflaster, dem moon-pad, gestartet. Dann habt ihr euch dafür entschieden, mit der femble-App die Frauengesundheit an der Wurzel zu verbessern. Ein mutiger Schritt. War er einfach?

Lina Graf: Nein. Das bedeutete viele schlaflose Nächte für das ganze Team. 2020 haben wir gegründet, fast zwei Jahre am moon-pad gearbeitet und seit September 2022 liegt der volle Fokus auf der femble-App. Ich weiß aber, dass der richtige Zeitpunkt für das moon-pad noch kommt.

Die App hat aufgrund der in den Daten schlummernden Erkenntnisse das Potenzial, der Frauengesundheit an sich einen starken Push zu verpassen. Wie ist denn euer finanzieller Status?

Lina Graf: Unser Team – wir sind zu fünft – arbeitet sehr intrinsisch motiviert. Jetzt kommt aber ein Stein ins Rollen, weil wir uns Tickets für den Impact Accelerator pioneer:impact von Charly Kleissner sichern konnten und wir haben auch Hermann Arnold als Investor an Bord. Wir sind auch schon global erhältlich und bekommen extrem viel Resonanz aus den USA. Wir sehen keinen Grund, warum wir nicht global agieren sollten. Über 6.000 Frauen verwenden die App bereits. Wir waren überwältigt von der ersten Resonanz, vor allem, weil die App noch immer in der Testphase ist. Ich würde sagen, wir haben erst 30 Pro-



Hier geht's zum Startup-Pitch.

zent aller Features, die wir in der Pipeline haben, umgesetzt.

Was sind die nächsten Schritte?

Lina Graf: Über die nächsten fünf Jahre planen wir, neben Europa auch in den USA Fuß zu fassen, wir wollen die Zusammenarbeit mit Ärzt:innen ausbauen und wir würden auch gerne Masterclasses anbieten, um gezielt auf ganz spezifische Symptome eingehen zu können. Kooperationen mit Wissenschaftler:innen sind Teil unserer Vision. Immer unter der Voraussetzung, dass wir extrem hohe Datenschutzrichtlinien einhalten, können wir auf Grundlage der Daten sehr kreativ werken. ▲

www.femble.com **femble®**





**JOYNED-
Gründungsteam:**
Fabian Braun und
Ricardo Rozas Abella

#Mutausbruch:
Aus dem Angestellten-
verhältnis in
die Startup-Szene

**Name des
Unternehmens:**
JOYNED

Gründungsjahr:
2022

Phase:
Wachstum

Branche:
Musikindustrie

JOYNED VERBINDENDE TECHNOLOGIE FÜR PERFEKTEN SOUND

Das Problem, für das Fabian Braun und Richi Rozas Abella eine Lösung entwickelt haben, lässt die Köpfe von Audiotechnik-Hersteller:innen und Tontechniker:innen weltweit rauchen. Die Audio-Netzwerk-Software von JOYNED hat das Potenzial, diese den Markt beherrschenden Sorgen in Luft aufzulösen. Ihre Technologie verbindet und ermöglicht das, worum es allen geht: Den perfekten Sound.

Musik und Sprache. In all ihren herrlichen Varianten und Spielarten, Höhen, Tiefen, Bässen, Klangfarben, Rhythmen, Intervallen, Feinheiten und Akzenten verbinden sie die Eckpfeiler dieses Startups auf fast wundersame Weise. „Einen guten Tag hatte ich dann, wenn ich an der Software gearbeitet habe und ich mir unser Produkt am Abend anhören, mich zurücklehnen und dazu ein Bierchen genießen kann“, sagt Fabian Braun. Musik ist für ihn nicht irgendeine Kunstgattung. Früher spielte er Gitarre und in Bands und gründete noch in der Schulzeit einen Veranstaltungsverleih, um lokalen Konzertveranstalter:innen das geeignete Equipment zur Verfügung zu stellen. „Dann habe ich Medientechnologie studiert und gemerkt, dass ich da tiefer reingehen, Sachen entwickeln und nicht nur anwenden möchte“, beschreibt Fabian seinen Weg zur Audiotechnik, deren Urgeschichte und Daseinszweck es ist, Töne in höchster Qualität klingen zu lassen. Diese Technik, mit der Klänge unterschiedlichster Quellen – oder Kehlen selbstverständlich – für die Zielohren geadelt werden, hat in den letzten Jahrzehnten enorme Perfektionssprünge gemacht. Die Digitalisierung erweiterte diese Spektren fast schon galaktisch, doch türmte sich damit auch eine IT-Hürde auf, die weltweit alle Hersteller:innen und Anwender:innen der modernen Audio- und Videosysteme (AV) gleichermaßen vor den Kopf stößt. Vor allem natürlich jene, die diese Technologien professionell herstellen, anbieten oder nutzen und damit zur ProAV-Familie zählen.

JOYNED | AUDIO.
NETWORK.
TECHNOLOGY.

Fabian, der nach seinem Studium bei d&b audiotechnik Geräte entwickelt und in der Elektronik- und Softwareentwicklung gearbeitet hat, beschreibt die Ausgangslage für das globale Problem so: „Stell dir eine Arena vor, in der ein Konzert für 50.000 Besucher:innen stattfindet. Da hast du wahnsinnig viele Mikrofone, die die Töne zum Mischpult transportieren, von dem sie dann wieder über extrem lange Strecken zu hundert Lautsprechern transportiert werden müssen. Die Mikrofone, das Mischpult und die Lautsprecher kommen von verschiedenen Hersteller:innen und müssen am Ende alle zusammen funktionieren.“ Um dieses Funktionieren zu schaffen, müssen die Systeme kompatibel gemacht werden, was für die verantwortlichen Techniker:innen wegen der schier endlosen Zahl an Schnittstellen und der so komplexen Netzwerktechnologien eine enorme Challenge ist – jedes Mal aufs Neue. Von Flughäfen über Konferenzzentren hin zur zwar kleinen, aber dann doch mit einigen Lautsprechern ausgestatteten Bar ergeben sich ähnliche Ausgangssituationen, doch ist ein Konzert das beste Beispiel, weil die Tontechniker:innen und das Equipment dort Meisterleistungen vollbringen müssen, um für jede:n Besucher:in ein unvergessliches Schallerlebnis zu ermöglichen.

Wie groß das IT- beziehungsweise Netzwerk-Thema ist, zeigt sich daran, dass sich alle großen Lautsprecher-Hersteller:innen dieses 360-Milliarden-Dollar-Marktes zu einer Allianz zusammengeschlossen haben, um internationale, offene Standards zu etablieren, mit denen das Zusammenspiel auf den IT-Netzwerken geregelt wird. Fabian hat in diesen internationalen Gremien mitgearbeitet. „Da habe ich gemerkt, dass es trotz gemeinsamer Standards immer noch eine riesen Challenge für jede:n Hersteller:in ist, die Software und Elektronik in ihren Geräten umzusetzen“, sagt er und beschreibt damit auch gleich den Hintergrund des Startups JOYNED, das er 2022 zusammen mit dem spanischen Profimusiker und tiefgründigem Kenner der internationalen Szene Richi Rozas Abella gegründet hat. Mit dem Ziel, eine Lösung zu schaffen, die es den Hersteller:innen ermöglicht, die Netzwerktechnologien in ihre Produkte zu integrieren und den schier endlosen, zermürenden und ressourcenschöpfenden IT-Tüftelien

ein Ende zu setzen. Fabian: „Anfangs war es ein Hobbyprojekt von mir. Dann bin ich auf das Tiroler Startup-Ökosystem aufmerksam geworden und das war der Beginn dafür, dem ganzen eine Chance zu geben, meinen Job zu kündigen und in die Startup-Gründung einzutauchen.“

Weil er die Berge liebt, tut der gebürtige Franke das alles in Tirol, in Mutters, um genau zu sein, von wo er „verkünden“ kann: **„Im letzten Jahr haben wir unsere Lösung fertig entwickelt und sind dabei, das Ganze in den Markt zu bringen.“** Das Vertrauen ihres Pilotkunden, eines namhaften Herstellers aus der Branche, hatte Fabian und Richi in die komfortable Situation versetzt, sich und ihre Mitstreiter – zwei Softwareentwickler, ein Salesadvisor und ein Salesagent für Italien zählen zum JOYNED-Team – aus ersten Umsätzen zu finanzieren. „Das ist natürlich eine super Referenz für weitere Projekte. Ich will aber nicht verheimlichen, dass wir erst vor Kurzem einen großen Fuckup hingelegt und unsere Finanzierungsrunde in den Sand gesetzt haben. Worauf wir stolz sind, ist, dass es uns trotzdem noch gibt und wir uns jetzt wieder stärker auf Partnerschaften und Kund:innen

fokussieren können“, erzählt Fabian mit einer großen Portion Selbstironie, aber auch dem Wissen darum, wie sehr der Markt auf eine Lösung wie ihre wartet: „Die langen Entwicklungszyklen der Kund:innen sind da eine Hürde und es ist auch eine wichtige strategische Entscheidung für große wie kleine Hersteller:innen, eine neue Technologie in ihre Produkte zu bringen. Doch prinzipiell ist es das Thema Nummer eins am Markt.“

Ein Thema, dem Fabian und Richi mit ihrer ausgeklügelten Netzwerk-Software die Schärfe nehmen. Heuer wollen sie noch die erste Version ins Feld bringen und das Zertifizierungsprogramm abschließen. Auf der ISE 2024, der Anfang kommenden Jahres stattfindenden Leitmesse der Branche in Barcelona, soll die Lösung präsentiert werden. Sie besteht aus einem Mikrocontroller, der in Kombination mit der JOYNED-Software zum Netzwerk verbindet. „Für guten Sound und den Genuss“, sagt Fabian und betont: „Das Schöne ist, dass wir ein so emotionales Thema unterstützen.“ Sprache und Musik. ▲

www.joyned.at



Hier geht's zum Startup-Pitch.

INTRAPRENEURSHIP: MEHR ALS EIN BUZZWORD – EIN AKT DES MUTES



Startup-Beauftragter
Martin Granig

In der heutigen, sich unaufhörlich wandelnden Geschäftswelt, ist Mut nicht nur eine Tugend, sondern eine Notwendigkeit. Als Unternehmer:innen stehen wir vor der doppelten Herausforderung, nicht nur innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, sondern auch als Führungspersonen unsere Teams durch dieses komplexe Terrain zu navigieren.

Intrapreneurship ist ein Schlüsselkonzept, das Tempo und Richtung unserer Unternehmungen bestimmt. Aber um diese progressive Denkweise in unserer Firmenkultur zu verankern, reicht es nicht aus, nur über das nötige Know-how oder den Willen zu verfügen. Was wirklich erforderlich ist, ist ein „Mutausbruch“ – die Courage, bestehende Normen und Prozesse in Frage zu stellen.

Was ist Intrapreneurship?

Intrapreneurship bezieht sich auf den Prozess, bei dem Mitarbeiter:innen innerhalb einer Organisation ähnlich wie Unternehmer:innen agieren. Diese Mitarbeitenden, oft als „Intrapreneurs“ bezeichnet, entwickeln innovative Ideen und Lösungen, wobei sie Unternehmensressourcen nutzen, um diese Ideen in rentable neue Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren umzusetzen. Es geht darum, ein unternehmerisches Mindset in einer bereits etablierten Organisation zu fördern, wodurch Innovation von innen heraus angeregt wird.

Unternehmens-Immunsystem: Ein Balanceakt zwischen Stabilität und Innovation

In vielen Organisationen existiert eine Art „Immunsystem“, das darauf programmiert ist, den Status quo zu bewahren. So wie das biologische Immunsystem des Körpers Fremdkörper abwehrt, so neigt auch das unternehmerische Immunsystem dazu, neue und radikale Ideen als Bedrohungen zu identifizieren und zu neutralisieren. Dabei

können selbst die besten Ideen auf Widerstand stoßen, vor allem wenn sie das Potenzial haben, etablierte Prozesse und Strukturen zu verändern.

Dies ist jedoch meist keine böswillige Entscheidung des Managements, sondern ein Resultat der vorhandenen Anreizsysteme. Manager:innen werden dafür bezahlt, Prozesse einzurichten, die Fehler minimieren; Produkte zu entwickeln, die einen großen Markt ansprechen, und vor allem sicherzustellen, dass diese Produkte auch profitabel sind.

Radikale Innovationen passen oft nicht in bestehende Strukturen. Sie erfordern einen experimentellen Ansatz, der von den etablierten Anreizsystemen nicht immer unterstützt wird. Solche Innovationen passen nicht immer gut in bestehende Prozesse und Incentive-Systeme, die auf Kosteneffizienz und Fehlerminimierung ausgerichtet sind.

Dies zeigt die Notwendigkeit, das unternehmerische Immunsystem flexibel genug zu gestalten, um Innovationen nicht nur zu tolerieren, sondern auch zu fördern. Das erfordert einen Balanceakt, der Mut, strategisches Denken und eine Überarbeitung interner Anreizstrukturen beinhaltet.

Von der Immunabwehr zum Innovationskatalysator

Je weiter Intrapreneurs vom Kerngeschäft entfernt arbeiten, desto mutiger muss man als Unternehmer:in sein. Für kleinere Verbesserungen reicht es, Räume im aktuellen System zu schaffen.

Für radikalere Innovationen sollte jedoch über organisatorische Unabhängigkeit nachgedacht werden – von der räumlichen Verlegung des Projektteams etwa bis hin zur Ausgründung eines unabhängigen Startups. Diese Entkopplung ermöglicht eine Freiheit von den beschränkenden Einflüssen des Unternehmens-Immunsystems.

Auch Anreizsysteme müssen überdacht werden. Direkte finanzielle und persönliche Anreize können entscheidend sein. Man könnte sogar virtuelle Unternehmensanteile für Schlüsselmitarbeiter:innen in Betracht ziehen – warum hier nicht von den in der Startup-Welt sehr üblichen Mitarbeiter:innenbeteiligungsmodellen lernen?

Die Auswahl der Intrapreneurs sollte ebenso sorgfältig erfolgen. Nicht jede:r hochleistungsfähige Mitarbeiter:in im bestehenden System ist automatisch geeignet, ein:e Pionier:in in neuen Projekten zu sein.

Schließlich kann die Zusammenarbeit mit externen Partner:innen wie Startups oder ein Entrepreneur-in-Residence-Programm frische Perspektiven und Know-how einbringen.

Der Mut zur Innovation

In einer Zeit, in der Veränderung die einzige Konstante ist, erscheint Intrapreneurship nicht mehr als bloßes Buzzword, sondern als unverzichtbares Instrument für nachhaltigen unternehmerischen Erfolg. Es ist die Sprache des Mutes und fördert nicht nur das Überleben, fördert sowohl das Überleben als auch das Aufblühen in einer komplexen Welt. **Von der Modulation des Unternehmens-Immunsystems bis zur Einführung neuer Anreizsysteme und von der sorgfältigen Auswahl von Intrapreneurs bis zur Zusammenarbeit mit externen Partner:innen: Jeder Schritt erfordert einen „Mutausbruch“.**

Es geht darum, einen Moment der Inspiration zu erleben sowie darum, eine Kultur der ständigen Innovation zu etablieren. Wenn wir das schaffen, verwandeln wir das Immunsystem des Unternehmens von einer Barriere in einen Katalysator für Innovation und machen dies zum neuen Normalzustand. ▲

NO DREAM IS TOO BIG

Projektmanagerin bei
der Standortagentur Tirol
Stefanie Höllinger

Stefanie Höllinger ist Projektmanagerin bei der Standortagentur Tirol und engagierte Treiberin der Gründer:innen-Szene. Im Interview zeigt sie auf, wie kraftvoll Frauen gründen und wie sie dazu ermutigt werden.

Der Begriff „Female Empowerment“ wird meist mit Gesellschaftspolitik und dem zähen Ringen um Chancengleichheit gleichgesetzt. Wird das Trendwort direkt übersetzt, heißt es „Ermächtigung“ und wirkt so gleich viel stärker, größer und mächtiger. Was bedeutet Female Empowerment für dich?

Stefanie Höllinger: Ich verbinde damit, sich gegenseitig zu bestärken, zu unterstützen und eine positive Veränderung in der Gesellschaft zu bewirken; Hemmschwellen abzubauen und ein Netzwerk aufzubauen, um sowohl Frauen als auch Männer dazu zu ermutigen und zu ermächtigen, für Chancengleichheit einzustehen. Zudem bedeutet es für mich, für sich selbst, seine Ideen sowie Bedürfnisse einzustehen und diese selbstbewusst zu verfolgen – getreu dem Motto unserer Female-Empowerment-Workshopreihe: „no dream is too big“.

Die aktuelle und damit dritte Ausgabe des Tiroler Startup-Magazins SENKRECHT zeigt den spannenden Mut von Frauen auf, die sich Startup zutrauen. Was zeichnet innovativ gründende Frauen besonders aus?

Stefanie Höllinger: Es heißt, dass Frauen oft sorgfältiger und überlegter handeln, empathischer und weniger risikofreudig sind. Frauen gründen auch anders als Männer – sie machen dies häufig allein oder in kleineren Teams. Studien zeigen, dass divers aufgestellte Gründungs-Teams erfolgreicher und kreativer sind als homogene Teams. Und laut einer Studie der Boston Consulting Group erhalten Startup-Gründerinnen aktuell zwar noch weniger Unterstützung bei Investments als Gründer, wenn sie diese aber erhalten, sind sie deutlich erfolgreicher in Bezug auf das Generieren von Gewinnen als ihre männlichen Mitstreiter, weil sie nämlich realistischere Prognosen erstellen.

Der Wagemut, der für die Gründung eines Startups entscheidend ist, ist so etwas wie die Zwillingsschwester des Risikos, das ebenso eine Grundvoraussetzung für den ersten Schritt ist. Wie sind in dem Zusammenhang die Rahmenbedingungen in Tirol?

Stefanie Höllinger: Startup.Tirol hat bereits vor mehreren Jahren damit begonnen, verstärkt auf das Thema Female Empowerment zu setzen und so eine sehr gute Basis für potenzielle Gründerinnen in Tirol geschaffen. 2023 wurde die Female-Empowerment-Workshopreihe bereits zum vierten Mal durchgeführt. Und seit Jänner 2022 veranstaltet Startup.Tirol gemeinsam mit der Werkstätte Wattens und dem Impact Hub Tirol monatlich den fe:female-empowerment-Stammtisch. Der Einsatz lohnt sich – das sehen wir ganz konkret unter anderem an den Zahlen für Österreich: Mit einem Anteil von 23 Prozent hat Tirol im Vergleich zu den anderen österreichischen Bundesländern, die bei durchschnittlich 19 Prozent liegen, deutlich mehr Gründerinnen.

Berufliches Netzwerken scheint Frauen nicht so sehr im Blut zu stecken. Wie kann dieses Netzwerken im Sinne des Female Empowerments gefördert werden?

Stefanie Höllinger: Unsere fe:female-empowerment-Stammtische waren vom ersten Termin weg immer sehr gut besucht und jedes Mal kommen neue, interessierte Teilnehmerinnen dazu. Rund 400 Frauen waren bisher dabei. Wir ermutigen sie, sich gegenseitig auszutauschen, zu unterstützen und zu vernetzen. Schön daran sind nicht nur die Erfolgsgeschichten, von denen uns berichtet wird, sondern auch die daraus resultierenden beruflichen Kooperationen, neuen Jobs sowie Freundschaften. **Frauen können also sehr wohl netzwerken – es braucht nur die richtigen Plattformen dafür.**



Wer sich Startup traut, muss sich auch mit dem potenziellen Scheitern des Unternehmens auseinandersetzen. „Nur Prinzessinnen richten ihr Krönchen, echte Königinnen ziehen ihr Schwert“ – so lautet ein schöner Spruch. Stimmt er auch im unternehmerischen Kontext?

Stefanie Höllinger: Scheitern gehört dazu und der von uns Frauen teils selbst auferlegte Hang zum Perfektionismus kann bei einer Gründung durchaus hinderlich sein. Wenn ich oft höre, was Frauen alles zeitgleich unter einen Hut bringen, dann bin ich doch überrascht, wie viele noch immer an ihren Fähigkeiten zweifeln. Hier setzen wir mit der Female-Empowerment-Workshopreihe an und unterstützen mit den inhaltlichen Säulen die Persönlichkeitsentwicklung und das Entrepreneurship. Seit heuer bieten wir die Workshopreihe gemeinsam im AplusB South-West Konsortium an, sodass sich unsere Teilnehmerinnen mit anderen potenziellen Gründerinnen aus Kärnten, Salzburg und Vorarlberg vernetzen und sich auf ihrem Weg zur Gründerin gegenseitig inspirieren und unterstützen können. Natürlich ist es nicht angenehm, wenn man mit einer Idee scheitert, aber wir zeigen auf, dass man dennoch immer etwas Gutes mitnehmen kann. Manche Ideen werden im Rahmen unserer Programme – oder danach – neu überdacht und es finden sich neue Ansätze, Ideen, Lösungen oder auch Co-Founder:innen mit denen man den Weg gemeinsam bestreiten kann. ▲

#Mutausbruch:
Von der Forschung ins
Unternehmer:innentum



Hier geht's zum
Startup-Pitch.

KINCON BIOLABS

LEUCHTENDE FORSCHUNG FÜR MODERNE MEDIZIN

Der Sprung aus der biochemischen Grundlagenforschung direkt in die kommerzielle Nutzung ist so schwierig wie selten. Die Gründer des Biotech-Startups KinCon biolabs haben eine Technologie entwickelt, um genau das zu schaffen – und im Kampf gegen Krebs einen entscheidenden Beitrag zu leisten. Einen leuchtenden Beitrag.

Neugier oder der Ehrgeiz, noch ein bisschen tiefer zu graben und noch einen Schritt weiterzugehen, sind die prickelndsten Triebfedern der Menschen – und des Fortschritts. „Da entdeckt man Sachen, die man nicht erwartet. Das war meine Motivation, in die Wissenschaft zu gehen. Neues Wissen schaffen, Entdeckungen machen – das ist das Spannende“, sagt Eduard Stefan. Die Dynamik, die in seinen Worten steckt, vermag ihrerseits Neugier zu wecken und es lohnt sich, diesbezüglich tiefer zu graben, sind Eduard Stefan und sein Kollege Philipp Tschaikner doch dabei, die Medikamentenforschung auf eine neue Stufe zu heben – und an Innovationen mitzuwirken, die Leben retten. „Wir wollen Pharmafirmen helfen, bessere Medikamente herzustellen. Medikamentenentwicklung ist ein schwieriger, langwieriger Prozess, der Millionen kostet und nicht immer wie gewünscht ausgeht“, erklärt Eduard Stefan. Nun ist es an der Zeit, sein Geheimnis zu lüften beziehungsweise dem Hintergrund der potenziell bahnbrechenden Revolution näher zu rücken, die im Tiroler Biotechnologie Startup KinCon biolabs steckt.

Eduard Stefan ist Biochemiker. Der Begriff Biochemie bedeutet so viel wie „die Chemie des Lebens“ und das lenkt den Blick recht schön in die kleinen Welten, in denen sich Biochemiker:innen bewegen und biochemische Prozesse in Lebewesen auf molekularer Ebene entschlüsseln. „Ich habe Ende der 1990er-Jahre begonnen, Genetik zu studieren, weil ich verstehen wollte, wie die Erbin-

Name des Unternehmens:
KinCon biolabs

Gründungsjahr:
2022

Phase:
Prototyp

Branche:
Life Sciences

KinCon-biolabs-Gründungsteam:
Eduard Stefan und Philipp Tschaikner



formation codiert ist“, erzählt er. Die Geschichte der Entschlüsselung der DNA beziehungsweise der Bauanleitung für alle Teile und Funktionen eines Lebewesens ist fast wie ein weltweiter Labor-Krimi, der mit der Entdeckung der beeindruckenden Doppelhelix-Struktur in den 1950er-Jahren nur einen ersten Höhepunkt erreichte. Mit den technischen Möglichkeiten häuften sich die wissenschaftlichen Erkenntnisse und rasch auch das Wissen darum, wie Medikamente auf molekularer Ebene funktionieren. Erbkrankheiten zu analysieren und Lösungsstrategien anzubieten, rückte in den Forschungsmittelpunkt Eduard Stefans, als er in Berlin zum Doktor für molekulare Biologie promovierte. „Dann bin ich nach Kanada gegangen, wo es um die Frage ging, wie man die Schalter in den Zellen analysieren kann. Das kann man sich wie einen Lichtschalter vorstellen. Wenn etwas immer eingeschaltet ist, ist es nicht gut. Wenn es immer abgeschaltet ist, ist es auch nicht gut. Es muss an- und abgeschaltet werden – so funktionieren viele Proteine in den Zellen“, erklärt er einen Schlüssel des Lebens, der auch der Schlüssel von Krankheiten ist und nicht zuletzt seiner Forschung, die ihn vor 15 Jahren zurück nach Österreich brachte. Nach Innsbruck.

Hier, am Institut für Molekulare Biologie der Universität Innsbruck, konzentrierten er und sein Forschungsteam sich unter anderem auf die sogenannte Kinase-Aktivität. Kinasen sind die molekularbiologische Entsprechung der von Stefan beschriebenen Lichtschalter, die zahlreiche Prozesse im Körper steuern. Sind bestimmte Kinasen mutiert, also genetisch verändert, können Krankheiten entstehen – wie Krebs oder Morbus Parkinson. „Uns ist es gelungen, die Kinase-Aktivität zu messen“, fasst Eduard Stefan die jahrelange Grundlagenforschungsarbeit in knappe Worte und hält fest: „Wir haben dabei entdeckt, dass wir nicht nur den Mechanismus in der Krebszelle erklären können, sondern dass wir die Technologie auch verwenden können, um Vorhersagen zu treffen, wie gut oder schlecht ein Medikament wirken könnte.“

Den Trick als simpel zu bezeichnen, mit dem das Team die Aktivität sichtbar macht, wird dem enormen For-

schungsaufwand zwar nicht gerecht und doch klingt die Technologie genial einfach. Ein Enzym mit dem bombastisch schillernden Namen „bioluminiszendes Luziferaseenzym“ wird an die mutierte, also krankheitsbedingende Kinase gehängt. Wird dann ein Medikamentenwirkstoff hinzugefügt und beginnen die Enzymfragmente zu leuchten, bedeutet das, dass der Wirkstoff wirkt. Je stärker das Leuchten, umso besser die Wirkung und das ist auch der Clou, mit dem es möglich ist, die Wirksamkeit potenzieller Medikamenten- oder Wirkstoffkandidaten schon in der Zellkultur zu testen – und sonst so langwierige und teure Entwicklungsstufen mit Siebenmeilenstiefeln zu nehmen.

Rundum animiert durch das FFG-Spin-off-Fellowship, das die beiden Wissenschaftler mit der Welt der Firmengründung und der Wirtschaft vernetzte und Unmöglichkeiten aber vor allem auch Möglichkeiten aufzeigte, wagten sie 2022 den entscheidenden und mutigen Schritt heraus aus der Universität und gründeten das Startup KinCon biolabs. „Extrem wichtig und für uns superspannend war auch unsere Teilnahme am Creative Destruction Lab, einem weltweit aktiven Mentor:innenprogramm, nach dem wir uns um 180 Grad gedreht

haben“, erzählt Eduard Stefan. Statt selbst Medikamente beziehungsweise vielversprechende Wirkstoffe zu entdecken, liegt ihr momentaner Fokus nun darauf, eine Plattform aufzubauen, um Pharmafirmen bei der Entwicklung zu unterstützen und dabei zu helfen, ihre Medikamente zu verbessern.

Den Machbarkeitsnachweis (proof of principle) hat das KinCon-Team mit einer Kinase-Mutation erbracht, die bei rund 50 Prozent der Melanom-Patient:innen für die Entstehung des sogenannten „schwarzen Hautkrebs“ verantwortlich ist. Derartige Aktivitäten zu blockieren ist einfacher, als inaktive Kinasen zu reaktivieren. Doch arbeitet KinCon auch in diese Richtung und hat, unterstützt durch eine Förderung des Health Hub Tirol und der Standortagentur Tirol, ein Forschungsprojekt gestartet, das die inaktiven Kinasen bei Parkinsonpatient:innen im Visier hat. Eduard Stefan: **„Vielleicht können wir mit unserer Technologie eine Basis liefern, um Wirkstoffe in diese Richtung zu entwickeln.“** Und mit leuchtender Neugier neue Türen in ein besseres Leben aufstoßen. ▲

www.kincon-biolabs.eu



Es ist verlockend, die Lösung des Startups MADiscover als Tinder für jene Unternehmen zu bezeichnen, die andere Unternehmen kaufen oder mit ihnen kooperieren wollen. Mit Big-Data-Analyse, Künstlicher Intelligenz (KI) und einem so tiefgreifenden wie umfassenden strategischen Know-how macht MADiscover bislang Unmögliches möglich. Co-Founder und CEO Mai Anh Dao erzählt vom Reiz und von der Treffsicherheit der Innovation.

Wenn eine erfolgreiche und schon in jungen Jahren preisgekrönte Wissenschaftlerin ihre Uni-Karriere an den Nagel hängt und ins kalte Startup-Wasser springt, drängt sich die Frage nach dem Warum zuallererst auf. Warum?

Mai Anh Dao: Ich wurde dazu in vielen Gesprächen mit meinen Co-Foundern Florian Bauer und Wieland Alge fast überredet. Florian und ich hatten nicht die Absicht, ein Startup zu gründen, sondern waren eigentlich auf der Suche nach jemandem mit Interesse

daran, unseren Prototypen weiterzuentwickeln. Dann haben wir Wieland getroffen und der meinte, das sei totaler Humbug, das könnten nur wir mit unserer Expertise machen. Es ist mir nicht leicht gefallen und es war auch keine vernünftige Entscheidung, doch habe ich das Startup als Abenteuer betrachtet und war auch gespannt, wie ich mich in der Königsdisziplin, ein Unternehmen aufzubauen, behaupten würde.

Nun haben wir gewissermaßen das Pferd von hinten aufgezäumt, das ist ein wenig unfair gegenüber den Leser:innen. Wie ist es denn überhaupt zur hop- oder drop-Situation gekommen?

Mai Anh Dao: Florian und ich haben am Institut für Strategisches Management der Uni Innsbruck im Mergers and Akquisitions-, also dem M&A-Bereich geforscht. Ich hatte mich schon in der Masterarbeit mit Unternehmensakquisitionen beschäftigt, nicht mit dem Heuschreckenphänomen (als „Heuschrecken“ wer-



Hier geht's zum Startup-Pitch.

den Investor:innen bezeichnet, die ein Unternehmen kaufen, umstrukturieren und mit höchstmöglicher Rendite verkaufen – Anm. d. Red.), sondern vielmehr mit strategischen Fragen wie: Wie wird (Mehr-)Wert mit einer Akquisition im Unternehmen geschaffen oder welche Veränderungsprozesse läutet das ein? Wir haben uns auf den Mittelstand konzentriert, weil der das Rückgrat unserer Wirtschaft ist und diese Unternehmen im globalen Wettbewerb unter Wachstums- und Veränderungsdruck stehen. Wir haben einerseits flächendeckende Forschung betrieben, andererseits auch Tiefeninterviews gemacht, um die Hintergründe zu verstehen.

Wann oder wie tauchte das Problem auf, dessen Lösung dann zur Basis eures Startups wurde?

Mai Anh Dao: Wir hatten ein Projekt mit einem Metallverarbeiter durchgeführt, der mit einer Liste von 127 potenziell interessanten Unternehmen zu uns kam und wissen wollte, wie diese Unternehmen strategisch zu ihnen passen würden. Nach einem Strategie-Workshop haben wir uns dann jedes Unternehmen manuell angeschaut und nach bestimmten Kriterien durchgesehen.

Welche Kriterien waren das?

Mai Anh Dao: Etwa Innovationskraft, Marktabdeckung oder die Vertriebsstärke, aber auch die Frage danach, wie die Eigentümer:innen noch in das Tagesgeschäft involviert sind oder welche Kompetenzen hinter der Produktpalette stehen. Wir haben uns die Webseiten der Unternehmen angeschaut und Hintergrundchecks gemacht. Es war ein sehr elaboriertes Scoring-Verfahren mit Bewertungen verschiedenster Dimensionen, um das Ganze ein Stück weit zu rationalisieren und die Unternehmen vergleichbar zu machen. Die besondere Herausforderung dabei ist, dass diese Art von Screening nicht bekannt werden soll. Wenn sich Unternehmen auf die Suche nach Kooperationspartner:innen, Entwicklungspartner:innen oder Unter-

MADISCOVER BIG DATA KÜSST KI FÜR PERFEKTE FIRMEN- PARTNERSUCHE





#M

Name des Unternehmens:
MADiscover

Gründungsjahr:
2019

Phase:
Wachstum

Branche:
M&A

nehmen machen, die sie aufkaufen könnten, um sich selbst weiterzuentwickeln, möchten sie nicht, dass der Markt davon erfährt. Hunderte Unternehmenswebsites und Datenbanken zu analysieren, ist viel Arbeit und mit Intransparenz, blinden Flecken oder Informationslücken behaftet. Das war das Momentum, in dem wir sagten: Das muss man doch automatisieren können, es muss doch Techniken geben, mit denen man strategisch relevante Daten abgreifen und entsprechend strukturiert auswerten kann.

Wie sieht das nun in eurer Lösung aus?

Mai Anh Dao: Wir beginnen normalerweise damit, ein großes Schleppnetz auszuwerfen und zigtausende Unternehmen für einen Suchauftrag zu screenen. Parallel dazu entwickeln wir mit dem M&A-Team käuferspezifische Kriterien, nach denen wir zunächst die Eignung der Unternehmen und dann die Evaluierung dieser vornehmen. Die Shortlist mit den Ergebnissen stellen wir dann in einem

Dashboard so für unsere Kund:innen zusammen, dass sie mit der zumeist erweiterten Shortlist, das heißt 25–200 Targets pro Suchauftrag, dynamische Rankings und individualisierte Magic Quadrants erstellen und ganz unterschiedliche Perspektiven integrieren können.

Wieviel menschliche und Künstliche Intelligenz steckt in eurer Lösung?

Mai Anh Dao: Wie ein Unternehmen sich präsentiert – beispielsweise auf der Website – verrät sehr viel darüber, wie kundenorientiert, innovativ oder effizient es wahrgenommen werden möchte. Diese Textdaten ziehen wir heran bei unseren Analysen und vergleichen gescreente Unternehmen miteinander. Wir hatten kürzlich ein Projekt, bei dem wir über 100.000 Unternehmen nach sämtlichen Kriterien miteinander verglichen haben. Künstliche Intelligenz hilft uns dabei, große Datenmengen zu systematisieren, Muster zu erkennen, die ein menschliches Gehirn nicht in der

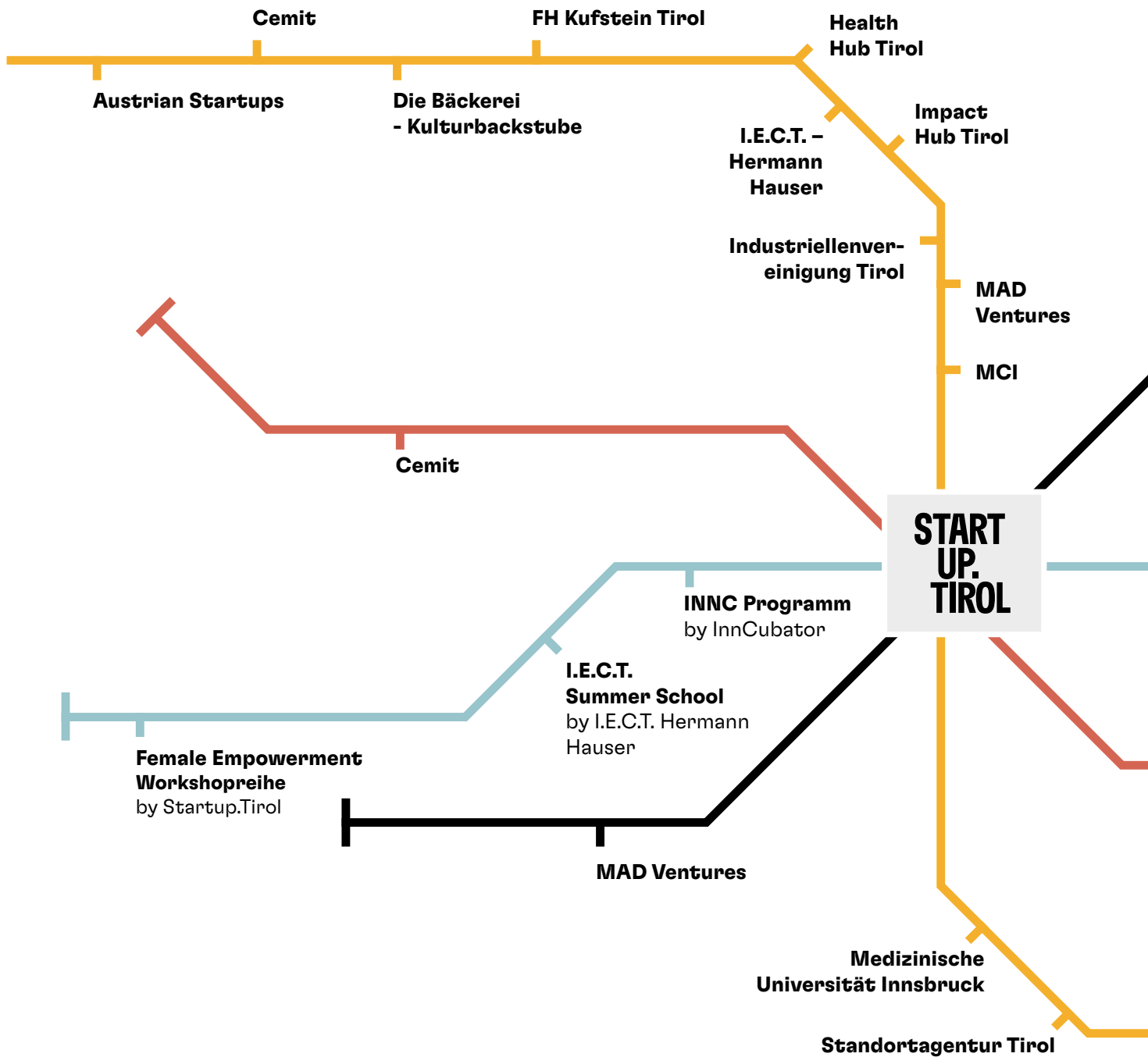
Lage ist zu verarbeiten. Und natürlich lernt diese auch von Projekt zu Projekt Muster besser zu erkennen. Dabei steht allerdings nach wie vor die menschliche Intelligenz im Vordergrund. **Wir als MADiscover-Team sind dabei gefragt, möglichst zielgerichtet und zeitsparend für unseren Kund:innen zu verstehen, was die zugrunde liegenden Rationalen des Akquisitionsvorhabens sind, damit wir unseren Algorithmus „trainieren“ können.** Und dann steckt natürlich ganz viel Erfahrung und strategische Intelligenz kundenseitig drin.

Das klingt, als wärt ihr auch eine Art Dolmetscher für die Kund:innen?

Mai Anh Dao: Ja, wir sagen den Kunden auch oft, dass wir die Übersetzer und Transformatoren sind – zwischen ihrer Domain-Expertise und Marktdaten. ▲

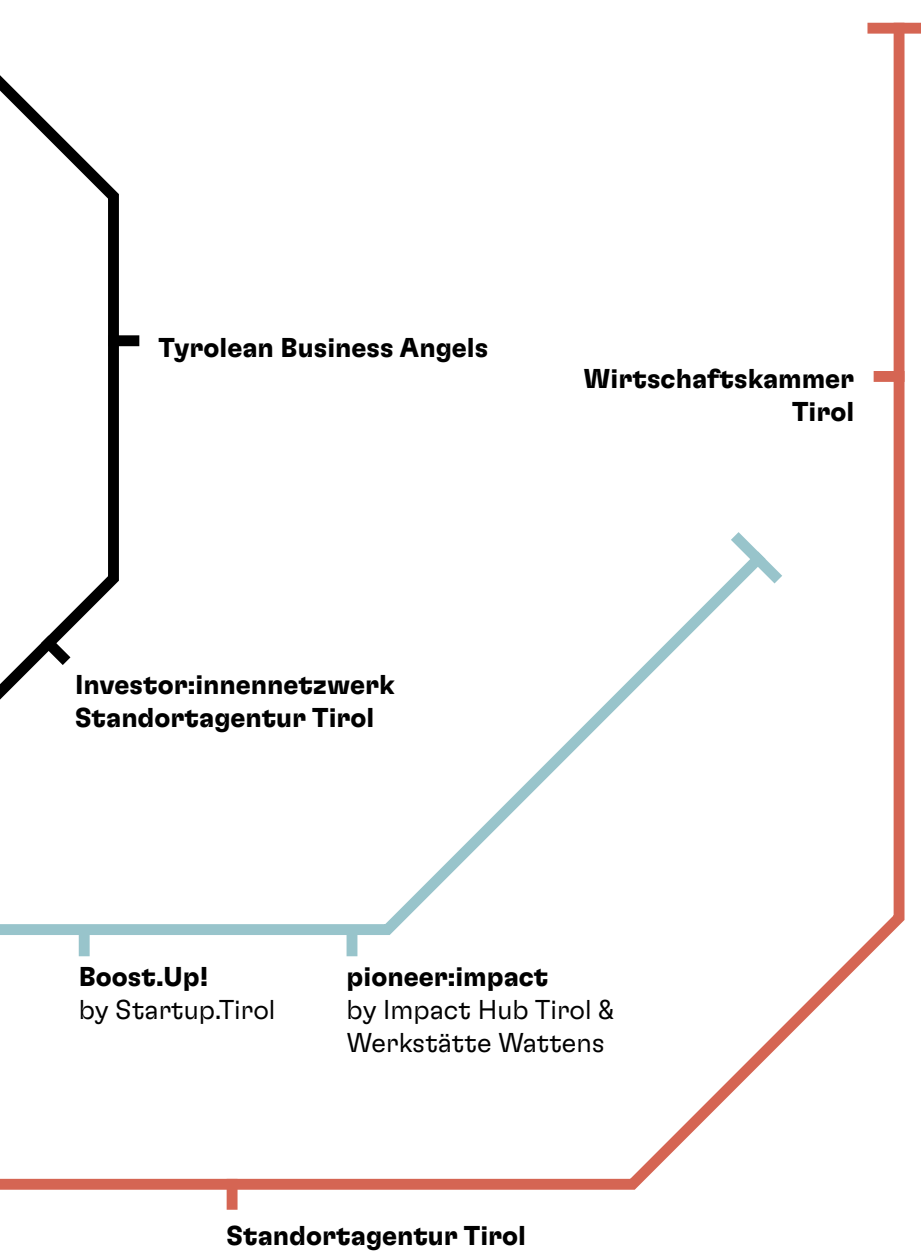
www.madiscover.com

START UP. TIROL



www.startup.tirol

Startup.Tirol ist der Dreh- und Angelpunkt zur Bewusstseinsbildung, Unterstützung und Vernetzung in der Tiroler Startup-Szene. Startup.Tirol vereint maßgebliche Initiativen Tirols, um Startups in einem attraktiven Startup-Standort zu fördern und zu begleiten. www.startup.tirol.



info

- Programme**
- Förderberatung**
- Investment**
- Startup.Tirol Anlaufstellen**

Alle Coworking Spaces & Fablabs unter startup.tirol/coworking

Alle Szene-Events im Veranstaltungskalender unter startup.tirol/events



SILKE

VIELSEITIGES, BRUCHSICHERES UND RUNDUM GESUNDES BABY-GESCHIRR

#Mutausbruch:
Jobs, Care-Arbeit
und Startup-
Gründung

Name des
Unternehmens:
SILKE

Gründungsjahr:
-

Phase:
Prototyp

Branche:
Konsumgüter

#S

Die Tatsache, dass es so etwas noch nicht am Markt gibt, hat Jennifer Gebetsberger und Madeleine Nitsch-Meyer erst enorm erstaunt und dann extrem angespornt. Mit Babygeschirr, das die Eigenschaften eines Keramiktellers und einer schützenden Silikonhülle vereint und alle gesundheitsschädlichen Plastikgefahren vom Baby fernhält, startet ihr Startup SILKE durch. Im Interview erzählen Jenny und Lena, was sie zu dem mutigen Schritt animiert.

Wie habt ihr euch gefunden?

Lena Nitsch-Meyer: Wir haben uns durchs Studium kennengelernt. Jenny hat Molekularbiologie studiert, ich Jus. Damals gab es noch das studiVZ, das soziale Netzwerk für Studierende, und da hatte ich ein lustiges Profilfoto – zwiebelschneidend mit Taucherbrille. Das war vor gut 15 Jahren. Jenny hat mich angeschrieben, wir haben uns getroffen und es ist eine Freundschaft entstanden, die durch die Kinder noch einmal vertieft wurde.

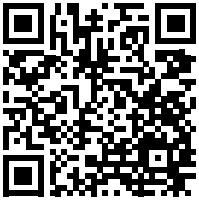
Ihr seid beide Mütter von zwei Kindern im Alter von zwei und sieben Jahren. War das und das Wissen um die Molekularbiologie ausschlaggebend dafür, sich intensiver mit dem Geschirr eurer Kinder auseinanderzusetzen?

Jenny Gebetsberger: Ja, genau. Die Idee entstand im Mai 2021, als mein jüngster Sohn knapp ein Jahr alt war. Ich war sehr unzufrieden mit den Plastiktellern oder Schüsseln aus Melamin,

einem Material, das Erkrankungen im Blasen- und Nierensystem verursachen kann. Auch Geschirr aus Bambus kann Plastik beigemischt sein und es hat in der EU nie die Zulassung für den Lebensmittelkontakt erhalten, weil unter anderem auch hier krebserregende Schadstoffe freigesetzt werden können. Da habe ich begonnen, an einer bruchsicheren Keramikschüssel zu feilen und dann einen Prototypen gebaut, um zu sehen, ob das überhaupt funktionieren kann.



SILKE-Gründungsteam:
Jennifer Gebetsberger und
Madeleine Nitsch-Meyer



Hier geht's zum
Startup-Pitch.

Vom quasi privaten Basteln hin zu einem Startup mit enormem Potenzial – schließlich kommen jährlich weltweit über 132 Millionen Kinder zur Welt, davon rund eine Million im DACH-Raum und knapp 80.000 in Österreich – ist es ein großer Schritt. Was hat dich dazu bewogen, ihn zu setzen?

Jenny Gebetsberger: Ich wusste natürlich nicht, wie man das umsetzen kann, aber als ich mich im April 2022 – last minute – für die Aktion des WOMAN-Magazins „Spitzenfrauen helfen Frauen an die Spitze“ beworben habe, wo sich neben anderen auch Isabel Zinnagl, die Gründerin von ALMA Babycare als Mentorin zur Verfügung stellte, kam alles ins Rollen. Ich hatte vorher niemandem davon erzählt, habe dann aber überraschend das Mentorship gewonnen und dachte, so, jetzt musst du es machen. Und ich erzählte Lena davon.

Lena Nitsch-Meyer: Ja, Jenny hat mir den Prototypen gezeigt, ich war sofort begeistert und sagte, wenn du Unterstützung brauchst, bin ich gerne dabei. Wir haben uns damals gedacht, dass es so etwas doch schon am Markt geben muss. Das war aber nicht der Fall und wir sagten, wow, wie geil ist das denn, das muss auf den Markt.

Habt ihr euch da schon ausgekannt mit dem Markt und der Produktions- und Wirtschaftswelt der Branche?

Lena Nitsch-Meyer: Nein, wir haben auch nicht gleich losgelegt, sondern uns erst umgeschaut. So sind wir auf den großartigen fe:female-empowerment-Stammtisch gestoßen, haben dort eine Mitarbeiterin von Startup.Tirol kennengelernt und sie meinte, wir würden super für das InnCubator-Programm passen. Ab November 2022 waren wir dabei.

Jenny Gebetsberger: Dort wurde in den ersten Wochen entschieden, wel-

che Teilnehmer:innen beziehungsweise Ideen wirklich Startup-Potenzial haben. Wir kamen in die nächste Runde und bekamen unglaublich viel Unterstützung beziehungsweise in den Workshops sehr viel Fachwissen. Manche Kursteilnehmer:innen haben wir öfter gesehen als unsere Ehemänner, im InnCubator wächst man wirklich rasch zusammen und wir wurden sehr bestärkt, weiterzumachen.

Wie habt ihr weitergemacht?

Jenny Gebetsberger: Wir haben uns beim Boost.Up!-Programm von Startup.Tirol beworben und unsere Idee im März 2023 vor Expert:innen präsentiert und verteidigt. Unser Pitchdeck in diesem Rahmen vorzustellen, war schon eine andere Liga. Seit Mai 2023 sind wir dabei. Als einziges reines Frauenteam und die einzigen, die keinen technischen Schwerpunkt haben. Es ist fast wie ein Wirtschaftsstudium – wir lernen extrem viel dazu.

Dabei muss euch schon ein gewisser Grundmut verbinden und vor allem viel Energie, neben euren Jobs und der Care-Arbeit zu Hause derart intensiv an eurem Startup zu arbeiten...

Lena Nitsch-Meyer: ... ja, und ein bisschen Blauäugigkeit, doch vielleicht ist es auch gut, nicht aus der Wirtschaft zu kommen.

Jenny Gebetsberger: Der Spaß und die Freude sind sehr wichtig. Wäre Lena nicht von Anfang an von der Idee begeistert gewesen, wäre alles anders gekommen, doch stehen wir voll hinter der Idee, dass SILKE eine langlebige Alternative zum herkömmlichen Babygeschirr ist. Das auch anderen Eltern zur Verfügung zu stellen, ist schon eine schöne Motivation.

Was sind die nächsten Schritte?

Jenny Gebetsberger: Wir haben

im Juni 2023 das Patent in Österreich und auch den Markenschutz eingereicht. Der nächste Schritt ist, zu gründen und wir suchen bereits nach geeigneten Produzent:innen – so regional wie möglich. Auch arbeiten wir an unserem Webshop und wollen online, aber auch im stationären Handel zu finden sein.

Lena Nitsch-Meyer: Seit Dezember 2022 haben wir eine tolle Produktdesignerin unter Vertrag, die an der Schüssel gefeilt hat. Wir haben eine Schüsselform entwickelt, die passt und ein Design gefunden, das ästhetisch ansprechend ist – auch für den kinderlosen Haushalt. Jetzt geht es um das Silikon, das die Schüssel rutschfest, bruchfest und auch gas- und flüssigkeitsdicht macht, damit Lebensmittel hygienisch darin aufbewahrt werden können. Die Silikonhülle soll ja auch als Deckel zur Aufbewahrung von Lebensmittelresten verwendet werden können.

Ist die Multifunktionalität beziehungsweise die Tatsache, dass SILKE auch noch verwendet werden kann, wenn die Kinder größer, groß oder gar schon aus dem Haus sind, neben der Schadstofffreiheit ein entscheidendes Argument?

Jenny Gebetsberger: **Selbstverständlich. Mehr als 20 Prozent des Babygeschirrs landen auf dem Müll. Das ist eine enorme Ressourcenverschwendung. Eine Umfrage unter Eltern hat gezeigt, dass 40 Prozent mit dem angebotenen Geschirr nicht zufrieden sind.** Mikroplastik ist ein wichtiges Thema und es ist doch schockierend, wenn man dem Baby einen Brei aus Bioprodukten kocht, es aber sein kann, dass es durch die Schüssel oder über den Teller Schadstoffe aufnimmt.

Lena Nitsch-Meyer: Es ist schließlich nicht nur wichtig, was man isst, sondern auch, worauf beziehungsweise woraus man isst. ▲

instagram:
[silke.family](https://www.instagram.com/silke.family)



THERESE FIEGL

REGIONALE

LEUCHTTURMWÄRTERIN

Bauernkiste-Gründungsteam:
Therese Fiegl



Name des Unternehmens:
Bauernkiste
Tiroler Edle
Tiroler Reine
Tiroler Edles

Gründungsjahr:
1997

Phase:
Etabliertes Unternehmen

Branche:
Lebensmittel

Mit der Bauernkiste spannte sie ein starkes Netz zwischen regionalen Produzent:innen und Kund:innen, sie veredelte Tiroler Handwerks- und Genusskunst und erkannte das digitale Potenzial schon, als das Überleben des Internets noch stark bezweifelt wurde. Das initiative Gründungs-, Beziehungs- und Innovations-Reich von Therese Fiegl ist so groß wie bunt – und gespickt mit Mutausbrüchen, die starke Wurzeln geschlagen haben.

Der Blick reicht tief hinein in die Landeshauptstadt und das Innsbrucker Becken, hoch hinauf zu den Bergen und auch darüber hinaus. Das Bild, das den Büroalltag von Therese Fiegl prägt, ist großartig und spiegelt mit all seiner quirlig-alpinen Dynamik auch ihre eigene Innovationskraft wider. Könnten die Fäden, die Therese Fiegl von hier aus über das Land, zu den Feldern, in die Täler und die Handwerkstätten hinein gezogen hat, auf wundersame Weise zum Leuchten gebracht werden, würde ein ziemlich buntes Netzwerk erstrahlen. „Ja, es ist viel passiert“, sagt sie. Stimmt. Mit einem untrüglichen Gespür für das, was wichtig ist, gut ist und gebraucht wird, hat die heute 58-Jährige vor 26 Jahren damit begonnen, bäuerliche Produzent:innen ganz direkt mit jenen Konsument:innen zusammenzuspannen, die qualitativ hochwertige, heimische Produkte lieben und die Arbeit, die dahintersteckt auch wertschätzen. So, wie sie selbst. „Die Gründung der Bauernkiste hatte ganz persönliche Gründe“, sagt sie und lässt jenen Erinnerungsfaden

#Mutausbruch:

Von der innovativen Gründung zum etablierten Unternehmen – mit mehreren Ideen und Projekten

aufblitzen, der zurück in ihre Studienzeit reicht. Aus Protest, dem Wunsch nach etwas ganz Eigenem und jedenfalls gegen die familiäre Tradition, Medizin zu studieren, besuchte sie die Universität für Bodenkultur (Boku) in Wien und widmete ihre Diplomarbeit der „Landchaftspflegeleistung der alpinen Landwirtschaft anhand des Tuxer Tals“.

Im Zuge ihrer Recherchen tauchte sie tief in die bäuerliche Welt dieses schwer zu bewirtschaftenden Zillertaler Seitentales ein, durchleuchtete die Triebfedern der Landwirt:innen und kam zu dem Schluss, dass Agrarförderungen zwar gut und wichtig sind, „aber eigentlich wollten sie mehr für ihre Produkte bekommen, weil es ganz einfach etwas anderes ist, wenn sie hier in den Bergen produziert werden und nicht industriell im Tiefland“.

In den 1990er-Jahren steckte das Bewusstsein gegenüber dem Wert des Regionalen, Nahen und ohne irre Transit-Umwege Produzierten noch in den Kinderschuhen. Was spätestens mit der brutalen Geburt des Klimawandels und dem Wissen um seine Ursachen wie seine Folgen eine *Conditio sine qua non* für das Überleben des Planeten wurde, war damals kaum Thema. „Mir hat der Wunsch der Bauern:Bäuerinnen eingeleuchtet und ich dachte mir damals, dass ich mich gerne für diese alpine Landwirtschaft einsetzen würde“, so Therese, die parallel zum Beenden des Studiums eine Familie gründete und ziemlich flott die ersten drei ihrer vier Kinder bekam. Fiegl: „Mit drei Kindern wollte ich nicht mehr auf den Bauernmarkt gehen. Ich wollte, dass mir die Produkte ins Haus geliefert werden.“

Dieser Wunsch traf auf ihre im Tuxer Tal geweckten Ambitionen und Therese traf zufällig eine ehemalige Studienkollegin, die auf einem Bauernhof in Thaur „gelandet“ war. Die fragte sie, ob es für die Bauern:Bäuerinnen nicht interessant wäre, eine Direktvermarktungsplattform mit Zustellung auf die Beine zu stellen. „Sie war gleich begeistert, hat die Bauern gesucht und gefunden und ich habe mich

bei den potenziellen Kund:innen umgeschaut“, erzählt Therese. Wie all ihre Initiativen beziehungsweise Unternehmungen ist auch der Beginn der Bauernkiste von kleinen Schritten gekennzeichnet, intensiver Recherche, vielen Gesprächen und ihrem wohl angeborenen Talent, Menschen nicht nur zusammenzubringen, sondern auch zu neuen Wegen zu animieren. „Ich mag die Menschen, das bereichert mich so“, sagt sie ohne jegliche Koketterie.

Mit 77 Kund:innen und neun bäuerlichen Lieferant:innen startete die Bauernkiste im September 1997. Auf beiden Seiten dieser nachhaltigen Medaille wuchs die Zahl stetig an und erreichte in der Corona-Zeit die Spitze von 1.200 Kund:innen. Die zwischenzeitlich 60 bäuerlichen Betriebe haben nicht nur die Direktvermarktung ohne Zwischenhändler:innen zu schätzen gelernt, sondern auch die Vielfalt auf ihren Feldern und in ihren Ställen. Waren es zu Beginn rund 25 Gemüsesorten, die über die Plattform angeboten werden konnten, so hat sich diese Zahl über die Jahre verdoppelt – und damit auch die Standbeine der Produzent:innen. „Bei Fleisch sind wir auch wahnsinnig gut geworden“, rundet Therese den Blick in die Bauernkisten ab, die den Bauern:Bäuerinnen auch dank der schlanken Organisationsstruktur ein wertschätzendes Einkommen sichern. „Wir sind eine Vermarktungsplattform, keine Firma und auch keine GmbH. Ich bin als selbstständige Unternehmerin provisionsbeteiligt und lege großen Wert auf Transparenz. Die Differenz zwischen dem, was die Bauern:Bäuerinnen bekommen, und dem, was die Kundschaften zahlen, ist immer genau nachvollziehbar“, erklärt Therese. Nach drei Jahren hatte ein kleiner Aufruhr im Kreis der Produzent:innen dazu geführt, dass das Profil der Plattform geschärft und das Angebot erweitert wurde. Vor allem die Bauern:Bäuerinnen wurden zu Thereses treuen Mitstreiter:innen. „Sie haben verstanden, was ich wollte“, sagt Therese, die mit den Jahren zu einer Botschafterin des rundum respektvollen Konsums und der Kraft heimischer Produkte wurde. Ständig dafür werbend



Hier geht's zum Pitch.

und stets offen für neue Ideen oder Möglichkeiten. Über Bauernkisten-Kontakte wurden bald auch die TIROLER-EDLE-Schokoladen sowie die TIROLER-EDLE-Edelbrände geboren und in kongenialer Zusammenarbeit mit dem Innsbrucker Traditionsunternehmen Walde die TIROLER-REINE-Seifen.

2015 betrat Therese Fiegl neuerlich Neuland, als sie das Geschäft „Tiroler Edles“ in der Innsbrucker Altstadt eröffnete und dem EDLEN und REINEN sowie von ihr handverlesenen Handwerker:innen seither ein Schaufenster bietet. Auf die Frage, nach welchen Kriterien sie ihre Partner:innen auswählt, sagt sie: „Das ist schon etwas sehr Persönliches, wo ich aus meinem Bauch heraus sage, was mir gefällt und wo die Qualität passt.“ Befeuert von diesem Gespür war Therese Fiegl früher als andere von der Kraft der Regionalität genauso überzeugt wie von der Kraft des Digitalen.

2003 eröffnete sie den Bauernkisten-Onlineshop – trotzdem ihr Prophezeit worden war, dass es „das Internet“ in ein paar Jahren nicht mehr geben werde. Das EDV-Programm, das sie extra für die Bauernkiste schreiben ließ, hatte nur – beziehungsweise ausgerechnet – am allerersten Tag versagt. „Da habe ich jedem Bauern und jeder Bäuerin händisch zugewiesen, was er/sie liefern muss“, erzählt Therese, schmunzelt in Erinnerung an diese spannungsreichen Stunden und resümiert: **„Ja, wir waren früh dran mit dem Regionalen. Der Zauber des Anfangs und der Idealismus tragen relativ gut, doch muss man dranbleiben und es muss sich bezahlt machen.“** Das hat es. Für alle. ▲

bauernkiste.at
tiroleredle.at
tirolerreine.at
tiroleredles.at

IM GESPRÄCH - CHAPEAU VOR DEM MUT

Im Interview beleuchten Mario Gerber, Tiroler Landesrat für Wirtschaft, Tourismus und Digitalisierung, und Christoph Walser, Präsident der Wirtschaftskammer Tirol, die heimische Startup-Szene und unterstreichen ihre positive Signal-Wirkung für die Zukunft des Wirtschaftsstandortes.

Was die dritte Ausgabe des Startup-Magazins SENKRECHT dynamisch umrahmt, ist der Mutausbruch. An welchen unternehmerischen oder politischen Mutausbruch erinnern Sie sich am besten?

Christoph Walser: Der erste Mutausbruch passiert in dem Moment, in dem man entscheidet, Unternehmer:in zu werden. Danach gibt es viele Situationen, in denen man an einer Entscheidung zweifelt, einen der eigene unternehmerische Kern aber dazu bringt, Dinge zu tun, die man sich sonst nicht trauen würde. Mutausbrüche begleiten einen das ganze unternehmerische Leben lang und politisch ist es jeden Tag eine Mutprobe, aufzustehen und wieder in den Job zu gehen.

Mario Gerber: Mit meiner Amtsübernahme musste ich meine Geschäftsführertätigkeit ruhend melden, aber man muss, wie Präsident Walser sagt, nun einmal jeden Tag Entscheidungen treffen. Bei mir war es so, dass mein Vater die Idee hatte, ins Kühtal zu gehen. Ziemlich mutig waren die nächsten großen Investitions-Schritte, bei denen klar war, dass ich dafür, langfristig betrachtet, geradestehen und die Verantwortung tragen muss – auch, wenn es in die Hose geht. Und politisch? Es ist heutzutage überhaupt mutig, politisch tätig zu sein.

Welche Form der Unterstützung war für Sie persönlich am wertvollsten?

Christoph Walser: Für mich war die Unterstützung meiner Familie entscheidend. Wenn deine Partnerin oder dein Partner nicht mitzieht, kannst du das sowieso vergessen – dann funktioniert es privat nicht und wenn es privat nicht funktioniert, hast du den Kopf nicht frei.

Mario Gerber: Das kann ich nur unterschreiben. Ich würde es aber auf Freunde ausweiten: Bei mir sind es zwei, denen ich bedingungslos vertrauen kann – das ist extrem wichtig. Doch die Familie muss natürlich hinter einem stehen, insbesondere als Politiker, weil sie vieles mittragen und vielleicht auch ertragen muss.

Die Wege von Startups sind über weite Strecken von Mut und manchmal auch Wagemut gekennzeichnet. Wie wichtig ist diese Form der Unternehmen für den Wirtschaftsstandort Tirol?

Christoph Walser: **Startups sind natürlich ein ganz essenzieller Faktor für den Wirtschaftsstandort Tirol und vor allem für die Vielfältigkeit der Wirtschaft.** Ein sehr positiver Aspekt ist, dass Startups nicht nur von jungen, sondern ebenso von älteren Menschen gegründet werden. Die Inno-

vationskraft im Land ist riesig und das spiegelt die Startup-Szene wider. Deswegen ist es essenziell, dass wir zu den perfekt funktionierenden Unternehmen – in Industrie, Handwerk oder Tourismus – auch ganz andere Unternehmen haben. Die Kreativwirtschaft und natürlich das Startup-System insgesamt sind sehr bedeutsam und werden ja auch von allen Seiten unterstützt: vom Land, der Standortagentur Tirol oder von der Wirtschaftskammer Tirol – etwa mit dem InnCubator. In Summe braucht es das alles, um attraktiv zu bleiben.

Mario Gerber: Wenn wir uns die globale Wirtschaftswelt anschauen, dann haben wir in Europa intensive Herausforderungen zu stemmen. Die Innovationen, die durch Startups entstehen, sind ein ganz wesentlicher Punkt, der unsere Wirtschaft prägen wird. Wir haben tolle Betriebe, einen tollen Mix und gute Voraussetzungen, was die Wissenschaft betrifft. **Ich bin immer wieder begeistert von den Tiroler Startups und ihrer Kraft.** Wir wollen natürlich, dass diese Unternehmen bei uns bleiben und zeigen, dass das Umfeld große Chancen bietet. So fördern wir beispielsweise bis zu 100 Prozent der Startup-Kosten im ersten Jahr – das ist schon super. Trotzdem darf zuweilen die Frage nach der Sinnhaftigkeit, also der Tragweite, gestellt werden.

Was heißt das genau?

Christoph Walser: Am Ende des Tages geht es aber auch in der Startup-Szene darum, etwas zu finden, was der Markt braucht. Da gibt es viele tolle Beispiele. Was man aber nicht ganz vergessen darf, ist, dass bestehende Unternehmen genauso innovative Ideen haben und damit neu entstehen können.

Mario Gerber: Generell sind Startups sehr spannend und ich bin oft beeindruckt davon, mit welchem Elan die



Präsident der Wirtschaftskammer Tirol & Tiroler Landesrat für Wirtschaft, Tourismus und Digitalisierung
Christoph Walser & Mario Gerber

Leute vorgehen und für ihre Ideen einstecken – Chapeau vor dem Mut. Wir haben keine Kultur des Scheiterns, was sich ändern muss. Doch Tirol ist mit seinen Startups, in Relation zur Bevölkerungszahl, auf Platz zwei. Das ist ein Spiegel dieser Tiroler Mentalität des Durchbeißen und an etwas zu glauben. Und immerhin haben 48 Prozent der Startups ein marktreifes Produkt. Diesbezüglich können wir schon stolz sein – das Land und die Wirtschaftskammer Tirol haben dabei geholfen, eine gute Landschaft zu kreieren.

Christoph Walser: Ich muss beim Thema Scheitern einhaken, denn ich gebe dem Landesrat Recht: Bei uns bist

du ein Leben lang abgestempelt, wenn du mit einem Unternehmen pleitegehst, obwohl es viele Gründe gibt, warum das passieren kann. Wenn jemand den Mut hat und schlussendlich scheitert, dann muss man der betroffenen Person auch die Chance geben, etwas Neues zu machen. In Bezug auf Startups ist zudem das Signal wichtig, dass es großen Spaß macht, an einer Idee zu arbeiten, selbst dann, wenn es notwendig ist, nach einer gewissen Zeit einen Strich zu ziehen oder zu schauen, ob es etwas bringt oder nicht – und wenn man sich selbst eingestehen kann, dass es keinen Sinn macht, dann hat das auch wieder etwas mit Mut zu tun. Entscheidend ist in diesem Zusammenhang vor allem der Austausch: Der

InnCubator oder die Standortagentur Tirol unterstützen Startups sehr dabei, dass sie nicht blind herumfliegen.

Viele Gründer:innen betonen die Kick gebende Unterstützung durch die verschiedenen Initiativen und Projekte in den verschiedenen Startup-Phasen. In welchen Bereichen sollte Ihrer Meinung nach noch nachgelegt werden?

Mario Gerber: Das Bekenntnis von Seiten der Wirtschaft ist eindeutig auf dem Tisch und ich glaube, wir müssen da dranbleiben und dürfen uns nicht ausruhen. Das heißt, es wird weiter einen engen Austausch mit der Wirtschaftskammer Tirol geben. Dem Thema Startups wurde in der Standortagentur Tirol schon länger ein eigener Bereich gewidmet, um sie zu unterstützen und die Community weiter auszubauen. Durch die Vereinigung maßgeblicher Initiativen Tirols ist mit Startup.Tirol ein Dreh- und Angelpunkt zur Bewusstseinsbildung, Unterstützung und Vernetzung in der Tiroler Startup-Szene gelungen, um Startups in einem attraktiven Startup-Standort zu fördern und zu begleiten. Ein Punkt ist mir persönlich wichtig und das nicht nur, weil ich zwei Töchter und meine Frau habe: Obwohl Tirol was die Anzahl Gründerinnen betrifft österreichweit auf Platz eins liegt, dürfen wir nicht nachlassen und müssen Frauen, die gründen wollen, verstärkt unterstützen.

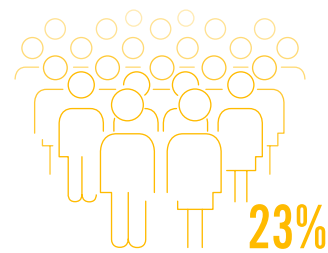
Christoph Walser: Für unsere Generation ist die Frage der Gleichstellung eigentlich keine Frage mehr, doch ist klar, dass sich hier die Rahmenbedingungen noch weiterentwickeln müssen. Wir sollten im Zusammenhang mit Startups die weibliche Hälfte jedenfalls noch mehr unterstützen.

Mario Gerber: Wichtig ist in diesem Kontext auch, mehr aufzuklären und Frauen aufzuzeigen, was alles möglich ist. Mit Angeboten wie dem fe:female-empowerment-Stammtisch, den Startup.Tirol gemeinsam mit der Werkstätte Wattens und dem Impact Hub Tirol einmal im Monat durchführt, kann Angst genommen und Mut gemacht werden. Wir müssen ja generell wieder zu mehr Optimismus zurückkehren. Startups ebenso wie Gründerinnen sind ein gutes Zeichen dafür, weil sie zeigen, dass man auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Ideen haben und diese umsetzen kann. ▲

TIROLS STARTUP- SZENE

Was ist ein Startup?

- Ein Unternehmen:
- jünger als 10 Jahre
 - innovativ
 - skalierbar



der Gründer:innen sind weiblich,
77% sind männlich.



Mitarbeiter:innen gibt es
durchschnittlich pro Startup.

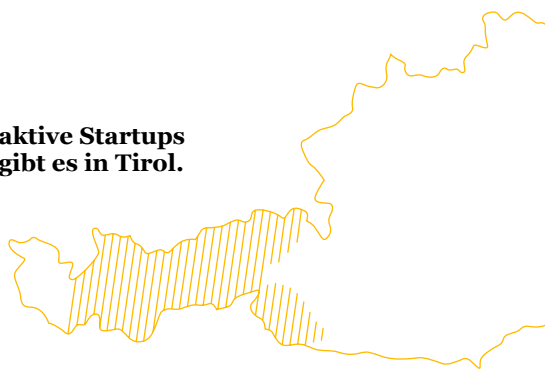
Obwohl in Österreich Startups
jährlich nur **1% aller gegründeten Unternehmen** ausmachen,
erwirtschaften sie **29% des Wertschöpfungsbeitrags** aller
neu gegründeten Unternehmen.

1%

29%

265

aktive Startups
gibt es in Tirol.



8%

aller österreichischen Gründungen
erfolgen in Tirol.

34,5%

der Gründer:innen haben
einen Migrationshintergrund
(Ausländer:innen, die Tirol als
Wunsch-Standort wählen).

20%

sind Unternehmen,
die mehr als 500.000 Euro externes
Eigenkapital akquiriert haben.

22%

sind
akademische
Spin-offs.



Hier erhaltet ihr einen
Einblick in den Wirt-
schaftsstandort Tirol:

Quellen: Austrian Startup Monitor,
Economica Institut für Wirtschaftsforschung

LIEBE LESER:INNEN!



Lisa Spöck

Standortagentur Tirol, Startups
lisa.spoeck@standort-tirol.at
0676 843 10 12 18

Stefanie Höllinger

Standortagentur Tirol, Startups
stefanie.hoellinger@standort-tirol.at
0676 843 10 12 57

Claudia Rieser

Junge Wirtschaft Tirol, Frau in der Wirtschaft Tirol, Ein-Personen-Unternehmen
claudia.Rieser@wkttirol.at
05 90 90 5-1359

Wir freuen uns, dass ihr euch die Zeit nehmt dieses Magazin durchzublätern und wir hoffen, dass euch das Lesen ebenso viel Freude bereitet, wie uns das Erstellen!

Ziel des Magazins ist es, Bewusstsein zu schaffen für das Thema Startup und die ein oder andere Person dazu zu motivieren, das eigene Unternehmen zu gründen und/oder andere auf dem unternehmerischen Weg zu begleiten und zu unterstützen.

Bei der diesjährigen Ausgabe geht es speziell um das Thema Mut. Denn es benötigt eine Portion Mut, Probleme in der

Welt zu sehen, Lösungen zu entwickeln und diese dann auch umzusetzen. Und es benötigt auch Mut, wenn mal etwas nicht so klappt wie geplant, daraus zu lernen und entschlossen weiterzumachen. Danke an all jene, die sich ein Herz fassen und mutig sind, ob im Kleinen oder Großen. Wir wünschen euch alles Gute weiterhin und freuen uns sehr, motivierte Gründer:innen sowie Unternehmer:innen auch künftig auf ihren Wegen zu begleiten. Und wer weiß, vielleicht springt ja der ein oder andere mutige Gedanke, den man in diesem Magazin lesen kann, auf andere über!

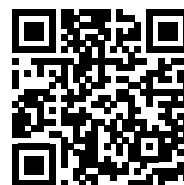
Wenn euch das Magazin gefällt, gebt

uns gerne eure Rückmeldung dazu – auch Verbesserungsvorschläge sind willkommen.

Viel Spaß beim Umsetzen eurer Projekte und allgemein dabei, mutig zu sein.

Alles Liebe

Eure Lisa & Stefanie & Claudia



Alle bisherigen Ausgaben des Startup-Magazins **SENKRECHT** finden sich hier gesammelt!

INTERESSE AM TIROLER

Bitte setzt euch mit uns in Verbindung!

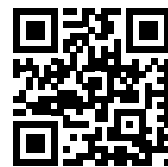
STARTUP ÖKOSYSTEM?

Startup.Tirol

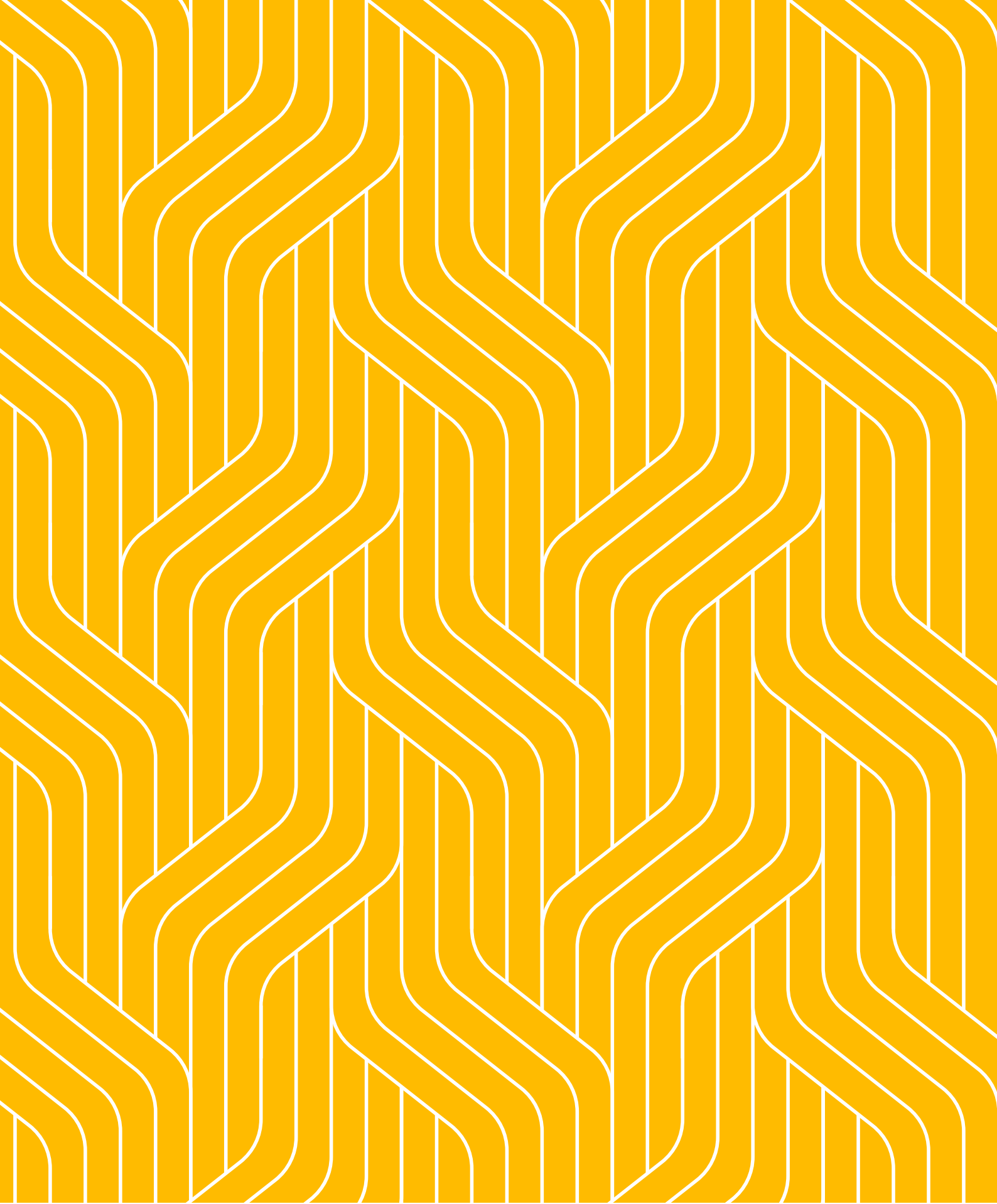
ist der Dreh- und Angelpunkt zur Bewusstseinsbildung, Unterstützung und Vernetzung in der Tiroler Startup-Szene. Startup.Tirol vereint maßgebliche Initiativen Tirols, um Startups in einem attraktiven Startup-Standort zu fördern und zu begleiten.

Kostenloses Erstgespräch vereinbaren und Informationen erhalten:

office@startup.tirol,
+43 (0)512 576 262 300
www.startup.tirol



START UP. TIROL



Impressum Standortagentur Tirol – Geschäftsführung: Dr. Marcus Hofer, Startups: Stefanie Höllinger, BA, Lisa Spöck, MSc, Junge Wirtschaft Tirol – Landesvorsitzender: Dominik Jenewein, Geschäftsführerin: Claudia Rieser, MA. **Alle Rechte vorbehalten.** Alle Informationen wurden mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengetragen, jedoch kann für den Inhalt und die Richtigkeit keinerlei Gewähr übernommen werden. **Redaktionelle Beiträge:** Alexandra Keller. **Gestaltung & Produktion:** Die Wilden Kaiser. **Produktion:** Hutter Druck GmbH & Co.KG. **Herausgeber und Medieninhaber:** Standortagentur Tirol, Ing.-Ettel-Straße 17, 2. OG, 6020 Innsbruck, Junge Wirtschaft Tirol, Wilhelm-Greil-Straße 7, 6020 Innsbruck. **Bildquellen:** Junge Wirtschaft Tirol, Fotograf: Victor Malyshev, Standortagentur Tirol (S. 10), Startup.Tirol (S. 22+23). **Quellen:** Tirols Startup-Szene (S. 30): Austrian Startup Monitor (2022), Economica Institut für Wirtschaftsforschung (2022).