

# Tätigkeitsbericht 2016

## Standortagentur Tirol

### **Gemeinsam auf Augenhöhe**

*Das Start-up 2PCS Solutions  
kooperiert mit Exceet Electronics*

### **Steile Durchstarter**

*Die Start-up-Szene Tirols  
sollte man sich merken*

### **Digitale Grenzüberschreitung**

*Zum Ansiedeln schön:  
Die IT entdeckt den Standort Tirol*



# Inhalt

## IM DIENSTE DER TIROLER UNTERNEHMEN

Vorwort LRin Patrizia Zoller-Frischauf

04

## RUHEORT FÜR DIGITALE NOMADEN

Standortagentur-Geschäftsführer Harald Gohm über das Stärkefeld Sporttechnologie, den COWO Tirol und das Potenzial alpiner Coworking Spaces für den Standort.

06

## FÖRDERUNGEN

### Perfektes Holzgas

Hinter der Syncraft-Anlage der IKB stecken eine lange Entwicklungszeit und zwei K-Regio-Projekte.

10

### Hubarme & Höhenflüge

Die Tiroler Innovationsförderung verschafft dem OP-Raum Technik und einer Spezialdrohne Flügel.

12

### Innovative Automatisierer

Bei Vahle-Deto kümmert sich Innovationsassistent Werner Huber um einen klar definierten Innovationsprozess.

14



### Digitale Grenzüberschreiter

Warum Tirol für IT-Ansiedler so reizvoll ist, zeigen Speed U Up, Serenissima Informatica und Cheers.House.

16

### COWO Tirol – Arbeit als Gipfelerlebnis

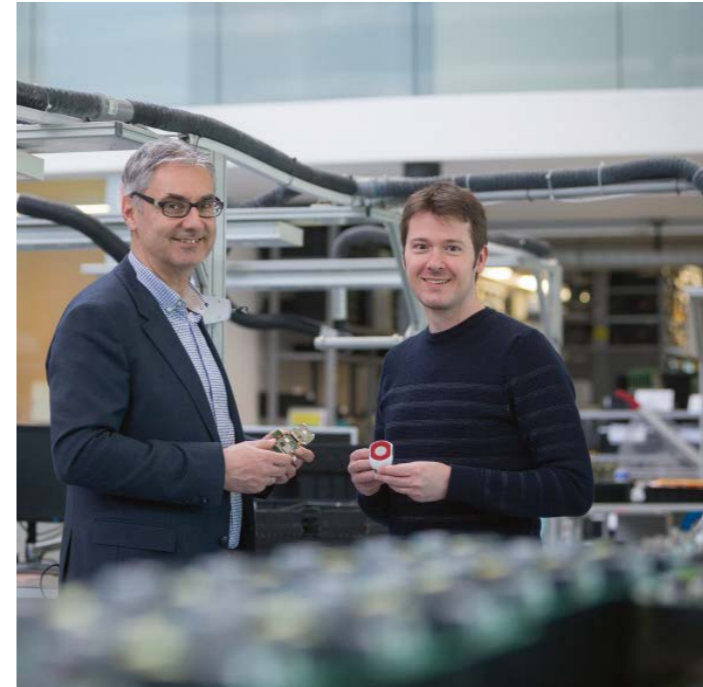
Start-ups, EPU's und etablierte Unternehmen nutzen den Patscherkofel als höchstgelegenen Coworking Space der Alpen.

22

### Tiroler Durchstarter

Single Use Support, Powunity und Fab Atelier sind drei Tiroler Start-ups, die man sich merken sollte.

24



## CLUSTERSERVICES

### Lückenschließer

Neue Geschäftsmodelle & Branchentrends beschäftigen Tirols Betriebe, die Cluster der Standortagentur reagieren mit neuen Services – wie, erklärt Stefan Wolf im Interview.

30

### Auf Augenhöhe

Das Start-up 2PCS Solutions kooperiert mit Exceet Electronics, Ergebnis ist eine Sicherheitsuhr made in Tyrol.

34

### Ferne Welten

Mobilitätsprogramme wie Erasmus+ eröffnen Tirols Jugend für ihre Praktika die gesamte EU.

38

## ZAHLEN. DATEN. FAKTEN.

Rahmen und Zahlen zur Arbeit der Standortagentur Tirol im Jahr 2016.

40

- 42 Die Organe der Standortagentur Tirol
- 43 3 Fragen an: Kuratoriumsmitglied DI Anton Mederle
- 45 Adlerauge – Eckdaten der Standortagentur Tirol im Überblick
- 46 Gemeinsame Sache – Im Cluster sind Einzelne und Branchen stärker
- 49 Europäisch verbunden – Enterprise Europe Network
- 50 Innovation finanzieren – Die Förderberatung der Standortagentur Tirol
- 52 Praktikum? Am besten in Europa – Auslandspraktika in Zahlen
- 54 Dem Standort eine Bühne bieten – Unternehmen und Investoren umwerben
- 56 Standortfaktor neue Unternehmen – Start-ups und Betriebsansiedlung
- 58 Jahresabschluss – Kennzahlen aus der Bilanz 2016
- 59 Zuschüsse im Überblick – Auszahlungen 2016
- 60 Impressum





## IM DIENSTE DER **Tiroler Unternehmen**

Vorwort:  
LRin PATRIZIA ZOLLER-FRISCHAUF

**D**er Wirtschaftsstandort Tirol zeigt sich voller Elan. Für das Jahr 2017 erwarten wir ein stabiles Wirtschaftswachstum von 1,8 Prozent. Dieses folgt einer österreichweit einzigartigen Steigerung der Warenexporte um über neun Prozent im ersten Halbjahr 2016. Begleitet werden diese Zuwächse zudem von einer Trendwende bei den so wichtigen Investitionen. Diese Trendwende wiederum dürfte mit der neuen KMU-Investitionsprämie für 2017 und 2018 endgültig abgesichert sein.

Diese Dynamik ist auch eines: Lohn der konsequenten Innovations- und Technologiepolitik am Standort. Einer der zentralen Umsetzer dieser Politik ist die Standortagentur Tirol. Mit Hilfe ihrer Services und Netzwerke gelingt es Unternehmen und Regionen, zukunftsfähige Projekte erfolgreich zu initiieren und zu verwirklichen. Der vorliegende Tätigkeitsbericht 2016 liefert rund um diese Services beispielhafte Erfolgsgeschichten sowie alle zugehörigen Leistungszahlen.

Strategisch geht die Standortagentur Tirol aus dem Berichtsjahr 2016 mit einem geschärften Dienstleistungsportfolio hervor. Eine vorangegangene durchgeführte Analyse bestätigte zahlreiche im Einsatz befindliche, schlagkräftige Instrumente zur effektiven Vernetzung von Wirtschaft und Wissenschaft. Mit diesen unterstützt die Standortagentur insbesondere die vielen innovativen Klein- und Mittelbetriebe im Land ganz gezielt. Neue Dienstleistungen zielen ab heuer vor allem darauf ab, unseren Unternehmen dabei zu helfen, in innovativen Geschäftsmodellen zu denken. Nur so können Herausforderungen und Chancen der Zeit wie zum Beispiel die Digitalisierung bewältigt werden.

Inhaltlich war im Berichtsjahr 2016 die Bündelung der Kräfte rund um das wachsende Start-up-Ökosystem im Land ein wesentlicher Meilenstein. Im Verein Startup.Tirol bringen die Standortagentur und ihre Partner – darunter namhafte Investoren aus dem privaten Sektor – aussichtsreiche Tiroler Start-ups mit maßgeschneiderter Unterstützung zur Markt- und Investmentreife. Wirkungsvolle Starthilfe wird zudem aus dem Mentorennetzwerk

ein wichtiges Vorbild und einen visionären Denkanstoß für Innovation in der regionalen Standortentwicklung. Und konnte andererseits internationale Start-ups mit Tirol verknüpfen. Ein Markt, auf den wir auch in der Betriebsansiedlung verstärkt setzen. Schließlich gewinnt der Standort mit Start-ups vergleichsweise schnell wachsende Unternehmen mit einem hochwertigen Angebot an qualifizierten Arbeitsplätzen vom Start weg.

Der vorliegende Bericht macht deutlich, die Standortagentur Tirol übernimmt einen entscheidenden Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Tirol und seiner Unternehmen. Mit ihrem profunden Know-how, ihren Services rund um Forschung, Technologie und Innovation, ihrem unermüdlichen Einsatz rund um die internationale Sichtbarkeit besonderer Kompetenzen der Tiroler Wirtschaft und Wissenschaft sowie ihrer bündelnden Rolle bei Leuchtturmprojekten und neuen Themen ist und bleibt sie ein verlässlicher Zukunftsmotor. Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit.

”  
*Die Dynamik der Tiroler  
Wirtschaft ist Lohn der  
konsequenten Innovations-  
und Technologiepolitik am  
Standort.*  
“

Tirol kommen, in dem erfahrene Praktiker ihr Know-how an den unternehmerischen Nachwuchs weitergeben. Dass die Länder Tirol, Südtirol und Trentino mit dem brandneuen EU-Projekt Startup.Euregio und Investitionen in Höhe von insgesamt einer Million Euro für die Dienstleistungen aller Agenturen kräftig nachlegen, sichert die Schlagkraft der regionalen Initiative zusätzlich.

Mit dem COWO Tirol hat die Standortagentur einmal mehr die Rolle des verlässlichen Vordenkers übernommen. Am Patscherkofel hat sie auf knapp 2.000 Meter Höhe den Coworking-Trend in einen touristischen Kontext übersetzt. Damit lieferte sie einerseits

Ihre

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

# Ruheort

## FÜR DIGITALE NOMADEN



*Harald Gohm über das neue alte Stärkefeld Sporttechnologie, über den COWO-Testbetrieb am Patscherkofel, das Potenzial von alpinen Coworking Spaces für den Standort und den bleibenden Eindruck auf internationale Start-ups. Um diese gebe es durchaus einen Hype, der Geschäftsführer der Standortagentur Tirol ist aber von einer nachhaltigen Entwicklung überzeugt: „Das Denken der nächsten Generation hat sich gewandelt.“*

### **Wir sitzen im COWO Tirol, dem höchsten Coworking Space der Alpen, im Panoramarestaurant der Patscherkofelbahn. Wie ist Ihr Resümee des COWO Tirol?**

HARALD GOHM: Der COWO Tirol hier ist ein Symbol, ein Testbetrieb für neues Leben, neues Arbeiten im Gebirge. In der Betriebsansiedlung, in der Wirtschaftsförderung versucht man oft Dinge von außen nach Tirol zu bringen. Man schaut aber zu wenig auf die eigenen Stärken. Die Erkenntnis war, dass wir den alpinen Raum und das traumhafte Umfeld haben und uns neue Technologien die Möglichkeit geben, Arbeiten, Leben und Freizeit sinnvoll miteinander zu verknüpfen. Durch die Kooperation mit der Stadt Innsbruck und die Bereitschaft der politisch Verantwortlichen hatten wir im Herbst die Möglichkeit, diesen Raum mit wenigen Adaptionen in einem Testbetrieb zu nutzen.

### **War der Testbetrieb erfolgreich?**

HARALD GOHM: Im Herbst waren rund 300 Leute in zwei Wochen hier – ob Coworker oder digitale Nomaden, ob bei Veranstaltungen,

Tagungen oder Vorlesungen. In der Wintersaison haben wir die Kombination dieses Angebots mit Skifahren und Freizeit getestet. Offen für alle an zwei Tagen, die anderen Tage – das haben wir aus der Nachfrage gelernt – für geschlossene Veranstaltungen. Im April ist zum Beispiel Audi im COWO Tirol. Für die Arbeit an abteilungsinternen Prozessen wählt man ganz bewusst die besondere Location am Patscherkofel, in immerhin knapp 250 Kilometer Entfernung von Ingolstadt.

### **Der COWO Tirol als Platz für Klausuren...**

HARALD GOHM: Es ist mehr als ein Coworking Space im klassischen Sinn. Wir haben den Namen genommen, weil er prägnant und klingend ist, aber eigentlich ist es ein Klausorraum, ein Raum für Rückzug und Konzentration sowie für ganz verschiedene Anwendungen.

### **War dieser Rückzugsraum von Anfang an geplant?**

HARALD GOHM: In der Entwicklung des Projekts haben wir uns Konzepte in Berlin, Amster-

dam etc. angeschaut. Die erste Idee war, so ein Konzept in den heimischen urbanen Raum zu bringen. Dann fehlt aber das Argument, warum jemand aus Berlin, aus seinem Soziotop, in dem er gut vernetzt ist, hierher kommen soll. Das brachte uns zu unserem absoluten Asset alpiner Raum. Gerade heuer hatten wir einen tollen Winter mit vielen Sonnentagen, während woanders Menschen in Coworking Spaces von nebeligen Städten saßen.

### **Generell liegt Workation, die Verbindung von Urlaub und Arbeit, im Trend. Kann Tirol gegen andere Workation-Destinationen bestehen?**

HARALD GOHM: Uns sind die buchbaren touristischen Produkte für digitale Nomaden aufgefallen, überall, wo Meer, Internet und Infrastruktur im Sinne von Coworking-Räumen vorhanden sind. Wir sind nun die ersten, die diesen Trend in die Berge bringen, die es auch etwas radikaler denken, und gleich den höchstgelegenen Coworking-Raum geschaffen haben. Und das in ansprechender Größe mit Platz für Veranstaltungen mit 80, 100 Leuten.



Im Gespräch:  
GESCHÄFTSFÜHRER HARALD GOHM

### **Der COWO Tirol im Panoramarestaurant ist durch den Abriss desselben bald Geschichte. Kann das Konzept an anderen Plätzen des Standorts Tirol übernommen werden?**

HARALD GOHM: Ja, die Menschen hierher zu holen, natürlich auch mit guter Fluganbindung und Erreichbarkeit aus der Stadt, sind Punkte, von denen wir sagen: Das kann man in Tirol durchaus größer denken. Im nächsten Schritt geht es darum, gemeinsam mit Touristikern Produkte aufzubauen, in denen Hotel, Unterkünfte, Freizeitprogramm und die Möglichkeit des digitalen Arbeitens enthalten sind. Wir sind auch in Gesprächen mit anderen Tiroler Gemeinden und Skigebietsbetreibern, damit es nicht nur temporär war. Wir haben gesehen, dass das Potenzial da ist, wir hatten ein gutes Medienecho und wollen es weiter ausbauen.

### **In Kooperation mit aws und FFG waren im Rahmen von GIN, dem Global Incubator Network, auch internationale Start-ups zu Gast im COWO Tirol. Sehen Sie**

### **generell Start-ups und deren (temporäre) Ansiedlung als Chance für den Standort?**

HARALD GOHM: Mit GIN, einer Aktion der Republik Österreich, versucht man, Österreich als Hot-Spot für diese Start-up-Szene sichtbar zu machen. Gedacht hat man, das sei nur Wien bzw. der urbane Raum. Mit dem COWO Tirol haben wir etwas provoziert: Könnte man nicht diese Start-ups für ein paar Tage nach Tirol bringen? Das Ergebnis war eine extrem positive Resonanz, im Nachbericht sieht man, dass sie davon erzählen, in Tirol auf 2.000 Meter gewesen zu sein, bei Föhnsturm draußen gewesen zu sein, hier gearbeitet zu haben und die regionale Wissenschaftsszene und Investoren getroffen zu haben.

### **Welchen Schluss ziehen Sie daraus?**

HARALD GOHM: Dass wir für solche Aktionen und für Gründer attraktiv sind. Bestätigt wurden wir darin auch in einer Schweizer Studie zur Zukunft des Berggebiets. Der Business Angel Summit in Kitzbühel, den wir heuer zum dritten Mal mit der aws veranstalten, wurde als Beispiel genannt, wie wir Zweit-

v

”

## Das Thema

### Selbstständigkeit wird zur Selbstverständlichkeit.

wohnbesitzer auch als Investoren und mögliche Business Angels für lokale Start-ups zu nutzen versuchen. Wir punkten mit ländlichem Raum, entspannter Atmosphäre, Lockerheit etc.

**Im Oktober 2016 stellten Sie die heimische Start-ups in Wien nationalen Investoren vor. Nimmt man im Osten Österreichs die Tiroler Start-up-Szene – auch für potenzielle Investments – wahr?**

HARALD GOHM: Über diverse Programme und Aktionen mit vielen Partnern – Universität, Werkstätte Wattens, I.E.C.T. Hermann Hauser, private Investoren etc. – ist es im letzten Jahr gelungen, österreichweit sehr stark aufzuzeigen. Es ist etwas da, eine gute Vernetzung, gute Player etc. An dem sollten wir auch festhalten, neue Produkte dafür entwickeln, auch wenn Start-ups derzeit sicherlich ein Hype sind.

**Was wird vom Start-up-Hype bleiben? Ist es eine nachhaltige Entwicklung?**

HARALD GOHM: Das Denken der nächsten Generation hat sich gewandelt. Das Thema Selbstständigkeit wird zur Selbstverständlichkeit, es ist klar im Lebensplan enthalten, mit vielen Hoffnungen, mitunter auch mit nicht erfüllten Erwartungen. Unternehmertum und Entrepreneurship sind positiver konnotiert als früher. Die etablierten Unternehmen schauen darauf, was Start-ups machen, wollen von ihnen lernen.

**Stichwort Start-ups. Vor etwa einem dreiviertel Jahr wurde der Verein Startup.Tirol aus der Taufe gehoben. Wie geht es ihm?**

HARALD GOHM: Wir haben in der Vergangenheit viele Gründerinitiativen mitbegleitet. Es passiert viel in Tirol, was vielleicht zu

einer gewissen Unübersichtlichkeit geführt hat. Startup.Tirol war der Gedanke, dass ein gemeinsames Vorgehen uns weiterbringen wird,

“

und wir daher alle wesentlichen Player in eine Vereinsinitiative bringen sollten. Der Verein wurde in Alpbach präsentiert, er hat sich Ziele gesetzt, die auch – an der Zahl der begleiteten Gründungen und geschaffenen Arbeitsplätze – messbar sein sollen. Faszinierend ist dabei die Idee des Mentorennetzwerks. Der Verein hat die rechtlichen Hürden hinter sich, hat mit Wirtschaftskammer, Universität, Werkstätte Wattens, dem I.E.C.T. um Hermann Hauser gute Partner, mit Harald Oberrauch auch einen „grenzüberschreitenden“ Vorsitzenden.

**Mit Startup.Euregio denkt man schon über den Brenner hinaus.**

HARALD GOHM: Das ist ein dreijähriges Interreg-Projekt mit einem Volumen von einer Million Euro, das im Februar gestartet ist. Gemeinsam mit Südtirol und dem Trentino sollen in der Euregio – immerhin eine Region mit rund 1,8 Millionen Einwohnern – entsprechende Instrumente, spannende Formate und eine stärkere Vernetzung für den Gründungsbereich aufgebaut werden. 750.000 Euro werden dabei von der EU finanziert.

**Sie waren gerade in St. Moritz, der Wirtschaftsstandort Tirol präsentierte sich mit unternehmerischem Know-how. Ihr Rückblick auf diesen Tag im TirolBerg?**

HARALD GOHM: Wir waren – in Kooperation mit der Tirol Werbung – schon bei mehreren Sport-Großveranstaltungen, haben auch beim Konzept mitgewirkt. Unser exklusives B2B-Meeting war mit über 40 Gästen aus dem süddeutschen Raum, aus Norditalien und der Schweiz sehr erfolgreich. Wir haben uns auf



Sporttechnologien, den Freizeitbereich und IT konzentriert und ein positives Feedback bekommen. Die Gäste haben wir zwei Tage betreut, dabei den Standort und die Möglichkeiten, die Tirol für Kooperationen und Ansiedlungen bietet, präsentiert. Zudem gab es einen Ausstellungsbereich für Start-ups und bestehende Unternehmen.

**Sie sprechen die Sporttechnologie an: Mit Armada, Black Diamond, der Leitner Gruppe und TechnoAlpin siedelten sich in den letzten Jahren Unternehmen aus diesem Segment in Tirol an. Ist dieser Bereich generell ein Zukunftsmarkt für Tirol – auch in der Ansiedlungspolitik?**

HARALD GOHM: Im Bereich Sporttechnologie haben wir ein spannendes Kompetenzfeld mit etablierten Unternehmen und starker Forschung. Gemeinsam mit der Universität Innsbruck arbeiten wir an einer Studie, um diese Kompetenzen und das Potenzial aufzuzeigen. Es passt auch zu Tirol, als Produzent dieser Technologien am Standort ist man ja schon kompetent, das Produkt ist gut, weil Tirol dahintersteht. So wie ein Computer aus dem Silicon Valley schon per se nicht schlecht sein wird.

**Mit Black Diamond hat sich eine internationale Top-Marke für Innsbruck entschieden. Hat das ein neues Licht auf die eigenen Kompetenzen am Standort geworfen?**

HARALD GOHM: Das ist ähnlich wie beim COWO Tirol. Man sucht außerhalb der Box, was es denn geben kann, das Naheliegende sieht man oft nicht. Black Diamond passt zu uns, sie haben die Bilder der Marke Innsbruck, der Marke Tirol gesehen, das neue Kletterzentrum, die Kletter-WM – und haben gesagt: Das ist der richtige Standort für uns. Bei vielen Sachen, ob Krebsforschung oder

Informatik, fehlt oft der Bezug, das gibt es in Heidelberg und in den USA. Aber was sind wir? Natürlich auch alpiner Raum, dezentrale Region, Sicherheit, sorgsamer Umgang mit Ressourcen, Sport- und Freizeitindustrie. Da gibt es klare Kompetenzen und tolle Firmen, das müssen wir mehr nach außen kommunizieren und uns im Land darum kümmern.

**Im Land startete das Jahr 2017 mit der Präsentation des Lebensraums Tirol 4.0. Wie wird bzw. soll sich die Standortagentur Tirol in diese Zukunftsvision einbringen?**

HARALD GOHM: Im Vorfeld gab es intensive Arbeiten und von Seiten des Landeshauptmanns Günther Platter den Wunsch nach mehr Vernetzung der Einrichtungen, die sich mit der Marke Tirol beschäftigen, darüber hinaus aber auch mit den Institutionen, die einen Beitrag zur Standortentwicklung leisten. Dabei soll nicht nur, wie Landeshauptmann-Stellvertreterin Ingrid Felipe gemeint hat, aufgrund persönlicher Beziehungen, sondern strukturiert an Themen gearbeitet werden, die Tirol weiterbringen. Es konnte eine hochkarätige Personengruppe aus Industrie, Wirtschaft und Wissenschaft gewonnen werden, die sich hier einbringt. Als Standortagentur Tirol haben wir das Feld der smarten Region übertragen bekommen, in der wir Tirol zukunftsfähig – Stichworte Digitalisierung, Breitbandvernetzung, Energie – machen und im Sinne der Marke durch spannende Projekte international positionieren sollen.

# Perfektes Holzgas

Für Marcel Huber ist die Syncraft-Anlage der IKB sein Vorzeigeprojekt, dahinter stecken eine lange Entwicklungszeit und zwei K-Regio-Projekte, die Flaggschiffe der Wirtschafts- und Technologieförderungen des Landes Tirol.



Regionales Hackgut ist die Grundlage, ein innovativer Schwebestromvergaser das Herz und turboaufgeladene acht Zylinder der Motor des Syncraft-Holzwerkwerks, der weiße Rauch ist Zeichen hocheffizienter thermischer Nutzung.

**W**enn es um weißen Rauch geht, scheut selbst der Vatikan keine Mühe und greift auf chemische Hilfsmittel zurück: Kaliumperchlorat, Laktose und Kolophonium, ein gelbes Baumharz aus Kiefern, Fichten oder Tannen, werden den Stimmzetteln beigemischt, ehe diese im Ofen verbrannt werden und so via weißen Rauch der Welt verkünden: „Habemus papam.“ Auch Marcel Huber scheute keine Mühe, um weißen Rauch zu produzieren, nur geht es ihm nicht um eine päpstliche Botschaft, sondern um die hocheffiziente Arbeit von Holzgaskraftwerken. Sein weißer Rauch entsteigt dem Schornstein, „weil das Abgas soweit thermisch genutzt, sprich abgekühlt wird, bis das darin enthaltene Wasser kondensiert und damit Wasserdampf als weißer Rauch sichtbar wird.“ Seit Jänner 2017 läuft am IKB-Areal in der Rossau ein modernes Holzwerkwerk im Testbetrieb, dahinter steckt, gibt Marcel Huber zu, viel Entwicklungszeit, die er „mit einem tollen Team“, aber auch mit Hilfe von Förderungen durch Land (K-Regio) und Bund (aws, FFG) überstehen konnte. Ausgangspunkt war eine Diplomarbeit im Jahr 2002, in einer Zeit also, in der GE in Jenbach noch unter dem Namen Jenbacher Werke firmierte.

„Es ging damals darum, für Jenbacher Systeme zu entwickeln, damit ihre Gasmotoren mit unterschiedlichen Gasen arbeiten können“, blickt der Tiroler zurück. Besonders faszinierte ihn die Idee, Holz als erneuerbare Energiequelle zu nutzen. Diese Idee verfolgte Huber nach Studienabschluss ab 2004 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am MCI weiter, die Holzwerkwerke seiner Vorstellung sollten der Wärme- und Stromgewinnung dienen, aber auch kleindimensioniert sein, um dezentral vorhandene (Holz-)Ressourcen nutzen zu können.

2006 entwickelte Marcel Huber einen Schwebestromvergaser, 2007 kam es zur Gründung des Spin-Offs Syncraft, 2009 nahm am Gelände der Stadtwerke Schwaz der Prototyp des Syncraft-Holzwerkwerks seinen Betrieb auf. „Die patentierte Schwebestromtechnologie war damals zwar noch nicht fertig, die heute eingesetzte ähnelt aber sehr stark der damals entwickelten Anlage“, sagt Huber.

2009 startete Syncraft gemeinsam mit den Stadtwerken Schwaz, den Thöni Industriebetrieben und dem MCI mit „PowerBox“ ein Projekt im Rahmen des K-Regio-Programms des Landes Tirol. 700.000 Euro an Fördersumme bei einem Projektvolumen von 1,6 Millionen Euro standen für drei Jahre zur Verfügung, Ziel war es, das Produkt zur Marktreife zu bringen. „Wir haben uns das leichter vorgestellt“, gibt Huber im Nachhinein zu, „wir waren auch voller Euphorie und haben unsere Technologie gleich mit anderen Rohstoffen getestet.“ Bald hieß es aber, lacht der Syncraft-Chef, Schuster bleib bei deinem Leisten, denn die Details kosteten Zeit, viel Zeit: Wie kontrolliert man, wie wird gesteuert, wie geregelt? Insofern seien noch „viele Spezialitäten dazu gekommen“, meint der Techniker, unterschätzt habe man auch die vielen Wechselwirkungen, die es bei so einer komplexen Technologie zu berücksichtigen gelte: „Es macht einfach einen Riesenunterschied, ob das System 100 Stunden läuft oder ein Jahr lang im Vollastbetrieb.“

Das K-Regio PowerBox habe schließlich doch zur Marktreife des Produkts geführt, 2012 folgte der erste kommerzielle Prototyp im Südtiroler Vierschach, die Entwicklungen aus dieser Anlage flossen direkt in die nächste Holzgasanlage in Dornbirn ein, die im Dezem-



# Hubarme & HÖHENFLÜGE

Der Medizintechnik-Experte Medgas setzt auf selbst entwickelte Deckenversorgungseinheiten für den OP-Bereich, Lukas Furtenbach schickt eine Drohne für 360-Grad-Videos in die Luft. Unterstützung erhielten beide durch die Innovationsförderung des Landes Tirol.

Der Mount Everest hat schon einiges erlebt. Mit Sir Edmund Hillary und Tenzing Norgay erreichten 1953 erstmals zwei Menschen den Gipfel, 1978 schafften es Reinhold Messner und Peter Habeler ohne zusätzlichen Sauerstoff, Franz Oppurg gar alleine ganz hinauf. 1979 stand mit Hannelore Schmatz die erste Frau am höchsten Berg der Welt, mit Jordan Romero 2010 gar ein 13-Jähriger. Menschen verwundern den Everest also längst nicht mehr, am 19. Mai 2016 kam er aber aus dem Staunen nicht heraus, filmte ihn doch eine Tiroler Drohne Marke Eigenbau auf 8.848 Meter. Im Oktober war der Weltrekord im Fernsehen zu sehen, seither, sagt Lukas Furtenbach, werden die Drohnen-Filmdienste des Innsbrucker Unternehmens FF Film ständig nachgefragt. Die Nachfrage könnte noch weiter steigen, Furtenbach hat seit Kurzem auch eine Drohne im Portfolio, die 360-Grad-Videos liefern kann.

Auf eine gestiegene Nachfrage kann auch Bernhard Heinricher vom Osttiroler Medizintechnik-Spezialisten Medgas-Technik medical systems verweisen. In den Medizintechnik-Bereich sei man als Elektrotechnik-Unternehmen vor mehreren Jahren quasi hineingestolpert, erzählt Heinricher: „Mit unseren Elektroinstallationen hatten wir damals auch Krankenhäuser als Kunden, die medizinischen Medienversorgungssysteme mussten wir allerdings zukaufen. Da haben wir uns gesagt: Warum machen wir das nicht selbst?“ Die Umsetzung war so erfolgreich, dass 2012 in Leisach die Medgas-Technik als Tochter der deutschen Medgas gegründet wurde. Schon ein Jahr später begannen die Überlegungen, eine sogenannte Deckenversorgungseinheit, wie sie in Operationssälen eingesetzt wird, zu entwickeln. 2015 startete die Umsetzung einer Einheit mit Schwenkarm – und wenn man schon dabei ist, dachten die Medgas-Entwickler, geht sich ein höhenverstellbarer Hubarm auch noch aus. „In Ausschreibungen wird großteils der einfache Schwenkarm verlangt, Hubarme, die z.B. im Orthopädie-Operationsbereich zum Einsatz kommen, machen etwa rund 15 Prozent aus“, sagt Heinricher. Ziel war es, ein komplettes Produktportfolio im Talon zu haben. „Beide Produkte sind fertig, im November 2016 haben wir sie auf der Medica, der weltweit größten Medizin-Fachmesse, vorgestellt“, berichtet der Medgas-Geschäftsführer. Aufträge hat man auch schon in der Tasche, allein ins künftige Krankenhaus Wien Nord „liefern wir 190 solcher Systeme“.



Medgas-Technik-Geschäftsführer Bernhard Heinricher: „Mit Schwenk- und Hubarmen haben wir ein komplettes Portfolio für den OP-Bereich im Angebot.“



Die Medica sei das Ziel gewesen, das man sich gesetzt habe. Um den richtigen Zeitplan ins Projekt zu bringen, habe ihn das Schreiben des Projektantrags sehr geholfen, gibt Heinricher zu. Schwenk- und Hubarm wurden jeweils aus dem Förderschwerpunkt Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsprojekte (FEI) des Landes Tirol unterstützt, „diese Förderung war nicht nur wegen des Geldes wichtig, sie hat zusätzlich die notwendige Struktur in die Innovationsarbeit gebracht“.

Auch Lukas Furtenbach konnte auf finanzielle Unterstützung zurückgreifen, als er an seiner gebirgstauglichen Drohne zu arbeiten begann. Seit 2014 bieten der Innsbrucker und sein Partner Harald Fichtinger mit Furtenbach Adventures Heliskitouristen, Expeditionen und exklusive Abenteuerreisen an. Ein befreundeter Kameramann lieferte die Idee, die Adventures auch filmisch zu dokumentieren und die großen Medien- und Fernsehveranstaltungen damit zu beliefern. Schnell hatte man sich als Outdoor- und Naturdokumentarfilmer einen Namen gemacht, wichtig war Furtenbach dabei, „immer technisch up to date zu sein“. Gefilmt wurde auch mit Drohnen, die allerdings ein Handicap haben. „Ab 5.000, ab 6.000 Meter ist die Luft so dünn, dass die Rotoren den Auftrieb nicht mehr schaffen“, weiß Furtenbach. Klar war, dass es für größere Höhen eine Spezialdrohne benötigt, die Hersteller konnten dem Innsbrucker aber nicht helfen: „Wir haben uns dann ins Thema reingestürzt, Berechnungen und Pläne gemacht, das Material übers Internet geordert und zusammengebaut.“ Die Zeit, sagt er, konnten sie sich durch das Initiativprojekt des Landes freischaufeln. Die erste Spezialdrohne crashten sie ins Eis, bei der zweiten explodierte der Akku, die dritte schaffte es auf den Mount Everest.



2016 war Lukas Furtenbach am Mount Everest, der Aufstieg wurde erstmals mit einer selbstgebauten Drohne gefilmt.

Der Drohnen-Erfolg machte Lust auf mehr, 2016 begann Furtenbachs Team – wieder mit einem Initiativprojekt gefördert – mit dem Bau eines Klein-Quadrocopters für eine 360-Grad-Kamera. Die damit gedrehten und mit einer Software nachbearbeiteten Videos machen den Seher sozusagen zum Protagonisten, er erlebt beim Schauen z.B. das Fahren im Tiefschnee. Für die Kamera entwickelten die Tüftler eine eigene Aufhängung, der erste Flug war erfolgreich, der zweite eher nicht. „Trial and Crash“, lacht Furtenbach, inzwischen haben sie die Drohne aber so weit. Zielpublikum sind diesmal nicht Sendeanstalten, sondern TVBs: „Mit den Videos kann der Gast schon zuhause erleben, was ihn im Urlaub erwartet.“ Für Aufträge ist Furtenbach gerüstet, sein vierköpfiges Team wird heuer aufgestockt.

So wie FF Film hat auch Medgas neue Aufträge am Laufen, neben dem Krankenhaus Wien Nord sind, so Heinricher, „noch zwei, drei größere dabei“, ansonsten beliebere man auch Kunden, „die nur ein, zwei Systeme benötigen“. Das sei auch ein Unterschied von Medgas zum „großen“ Mitbewerber am Markt, mit den 18 Mitarbeitern am Standort Lienz sei man ein kleines Unternehmen, dafür aber flexibel und übernehme auch die Montage selbst. Zudem produziert man am Standort, ein Vorteil, liegt doch der Kundenswerpunkt von Medgas im DACH-Markt, die Konkurrenz, die in Frankreich, der Türkei oder gar in Asien produziert, „hat da schon längere Lieferzeiten“, betont Heinricher.

„Wir matchen die innovativen Projekte der Tiroler Unternehmen mit den passenden Förderungen.“

JOHANNES ROHM · UNTERNEHMENSFÖRDERUNG, STANDORTAGENTUR TIROL

ber 2014 ihren Betrieb aufnahm und 2016 mit einem 91-prozentigen Volllastbetrieb überzeugte.

„Unser Ausgangsmaterial – und das ist ein immenser Vorteil gegenüber anderen Technologien – muss nicht groß aufbereitet werden“, so der Unternehmer. Genutzt wird heimisches Brennholz niedriger Qualität, das nur mehr thermisch genutzt werden kann. Huber: „Ob das im Wald verrottet oder bei uns für Strom und Wärme umgewandelt wird, ist egal, es wird auch die gleiche Menge CO<sub>2</sub> freigesetzt.“ Die Verwendung heimischer Biomasse steigert auch die Wertschöpfung vor Ort, der Brennstoffpreis ist im Vergleich zu anderen günstig, was die – zugegeben höheren – Kosten einer Syncraft-Anlage gegenüber anderen Holzgasanlagen rechtfertigt. Alles, was der Wald hergibt – Holz inklusive Rinde und Feinanteil –, kommt in die Anlage, lediglich gehackt und getrocknet, „wobei“, betont Huber, „wir nichts verarbeiten, was man essen kann“. Die Umwandlung von Holz zu Gas erfolgt nun schrittweise, durch die einzigartige Technologie entsteht ein, so Huber, sehr reines Gas, das, bevor es in den Gasmotor geschickt wird, um dort Strom zu erzeugen, abgekühlt und entstaubt wird. Syncraft-Anlagen seien aber keine Alleinunterhalter, schränkt Huber ein, vielmehr eine Ergänzung für größere Biomasseheizwerke oder Fernheizwerke. „Wir können z.B. die Strom- und Wärme-Grundlast für eine Gemeinde liefern“, hält er fest, nämlich dann, wenn im Sommer die größeren Heizwerke nicht effizient ausgelastet werden können.

Am Ende von PowerBox sei dem Team jedenfalls der Knopf aufgegangen, kein Wunder, dass man einen Schritt weiter wollte. In einem zweiten K-Regio, PowerBox<sup>2</sup> (2013–2016, Projektvolumen 1,4 Millionen Euro, Förderung 0,9 Millionen Euro) legte man den Fokus auf alternative Brennstoffe: „Wir haben viel versucht und ausprobiert.“ Getrockneten Klärschlamm in pelletierter Form etwa („Dafür haben wir uns den Maschinenbauer Falkner mit ins Boot geholt.“), was sich als nicht so einfach herausstellte. Bessere Ergebnisse erzielt man mit Altholz z.B. von Paletten. „Da sind wir eigentlich sehr weit, Altholz zerhackt und getrocknet liefert mehr Asche, ist aber mit unserem System aller Voraussicht nach gut verarbeitbar – ein wenig Hirnschmalz wird man wohl vor der letztendlichen Kommerzialisierung noch reinstecken müssen“, meint Huber: „Ergebnis soll ein Demonstrationskraftwerk mit Altholz sein, am liebsten in Tirol.“

Mit seinen „klassischen“ Holzkraftwerken ist Huber schon über die Landesgrenzen hinaus bekannt, nach dem Südtiroler Vierschach und dem Vorarlberger Dornbirn ging Ende 2016 auch im steirischen Stadl ein Syncraft-Werk in Betrieb, weitere Planungsaufträge hat das Schwazer Unternehmen schon in der Schublade. Das Prestigeobjekt sei aber, daraus macht Huber kein Hehl, die Anlage der Innsbrucker Kommunalbetriebe in der Rossau. Zugute gekommen ist ihm dabei das EU-Projekt Sinfonia, mit dem für Innsbruck effiziente und smarte Energielösungen gefördert, gesucht und umgesetzt werden sollen. In nur viereinhalb Monaten Bauzeit wurde das Holzkraftwerk (Kostenpunkt zwei Mil-



Entwicklungsleiter Thomas Streicher und Innovationsassistent Werner Huber (re.): Den Prozess der Produktentwicklung klar strukturieren.



## Innovative Automatisierer

Es war eine klassische Stellenanzeige, die Werner Huber auf den Job als Innovationsassistent bei Vahle-Deto aufmerksam gemacht hat. „Das Automatisierungsthema Richtung Industrie 4.0 hat mich angesprochen“, sagt Huber. Das Unternehmen Vahle war dem studierten Wirtschaftsingenieur ein Begriff, gerechnet hat er daher mit dem Raum Dortmund. Dass Vahle-Deto am Standort Kufstein beheimatet ist, wusste er nicht, als Bayer habe er sich aber gedacht: „Da geh ich doch gerne hin.“

„Angekommen“ bei Vahle-Deto ist Werner Huber im Mai 2016, seither habe er eine Kernrolle in der Firma, erklärt Thomas Streicher, Leiter der Produktentwicklung bei Vahle-Deto. Begonnen hat es in Kufstein im Jahr 1996, als Alfred della Torre das Unternehmen Deto gründete und sich auf die Entwicklung und Produktion von elektronischen Steuerungssystemen für Förderanlagen in der Autoindustrie spezialisierte. 2013 kam es zum Joint Venture mit der deutschen Vahle-Gruppe, ein Spezialist für mobile schleifleitergebundene Energieübertragung. Die Kombination aus Deto-Steuerungssystemen und der Vahle-Kompetenz für Energieübertragung überzeugte am Markt – Großaufträge in Millionenhöhe aus der Industrie u.a. von Daimler, BMW, Audi und Hyundai bestätigen den Erfolgsweg. „Das Wachstum machte es aber auch notwendig, den Produktentstehungsprozess mit verschiedenen Meilensteinen klarer zu definieren“, sagt Streicher. Meilensteine, die den Weg von der Idee bis zum fertigen Produkt klar aufzeigen und auch – für weitere Innovationen – adaptierbar sein sollen. Aufgebaut wurde die Struktur gemeinsam mit Werner Huber aber nicht in der Theorie, sondern, so Streicher, an einem konkreten Projekt, das gerade angestanden ist.

VPower 140 nennt man das Projekt firmenintern, das aus einem Vahle-Projekt zur induktiven Ladetechnik für E-Mobile entstanden ist. „Diese Technologie wollen wir auf Flurtransportsysteme bzw. Automated Guided Vehicles umlegen“, erläutert Streicher. Hintergrund

*Bei Vahle-Deto im Tirol Unterland setzt man auf Wachstum und einen klar definierten Innovationsprozess. Helfen soll dabei Innovationsassistent Werner Huber.*

ist die Zukunft der Autoproduktion Richtung Inselfertigung, um flexibel herstellen zu können. Dazu brauche es, weiß Huber, ein flexibles Transportsystem, das nicht wie ein geschlossenes, starres Förderband funktioniert, sondern autonome Abläufe zulässt. Die Energieübertragung verläuft im Boden und wird berührungslos an die mobilen Fahrzeuge übertragen. Zur Optimierung der Baugröße der Komponenten arbeitet das System mit 140 Kilohertz anstatt der bisher verwendeten 20 Kilohertz zur Energieübertragung.

Für Innovationen wie diese habe man am Markt nur ein gewisses Zeitfenster, ist sich Thomas Streicher bewusst: „Kann man sie liefern, bekommt man den Auftrag, wenn nicht, dann nicht.“ Um die Abstimmung mit der Vahle-Zentrale in Kamen bei Dortmund zu verbessern, installierte – und wartet – Huber etwa ein Planungsprogramm, ein weiterer Schritt in Richtung verbesserter Produktentwicklung. Das sei auch die Aufgabe eines Innovationsassistenten, ist Streicher überzeugt, nicht die Technik im Unternehmen zu definieren, sondern diese zu kanalisieren, zu unterstützen und zu verbreiten, insofern, bestätigt Huber, sei die Aufgabe genau das, was er erwartet hat: „Für ein neues Produkt muss man Strukturen schaffen, die einzelnen Zwischenpunkte müssen auch genau ausgearbeitet werden.“ Natürlich habe er eine Einarbeitungszeit gebraucht, räumt Huber ein. „Dieser ‚Startballast‘ wird aber durch die Förderung des Innovationsassistenten durch das Land Tirol kompensiert“, nennt Streicher einen Pluspunkt des Förderprogramms. Überhaupt, ist er überzeugt, motivieren Förderungen dieser Art Unternehmen eher, Neues anzugehen: „Sonst schiebe ich es vor mir her.“

Vor sich hergeschoben wird bei Vahle-Deto in den nächsten Monaten eher weniger. Neben dem Neubau – inklusive Demo-Anlagen und Testbahnen für neue Produkte – in Schwoich denken die Automatisierungsexperten schon daran, ihre VPower-140-Technik auch für Elektrohängebahnen zu adaptieren.

lionen Euro) errichtet, es erreicht eine Brennstoffwärmeleistung von 892 Kilowatt, 261 Kilowatt elektrische und 393 Kilowatt thermische Leistung. Eingesetzt wird handelsübliches, regionales Waldhackgut, in drei befahrbaren Trocknungsboxen wird dem Brennstoff mit der anfallenden Niedertemperaturwärme die Feuchtigkeit entzogen.

Marcel Huber kann aber noch auf einen weiteren Vorteil seiner Technologie verweisen – es gibt keinen Abfall, als einziges Nebenprodukt fällt Biokohle an, die nicht entsorgt werden muss, sondern genutzt werden kann: Dünger beigemischt, verhindert sie, dass dieser ausgewaschen wird, als Güllezusatz mindert sie die Geruchsbelästigung. Die ersten zwei realisierten Syncraft-Werke produzieren 100 Tonnen Biokohle im Jahr, diese wird als Tierfutterzusatz oder zur Herstellung von Erde verkauft. „Die Reste, die bei anderen Systemen Kosten verursachen, zahlen bei uns das Personal“, schmunzelt Huber, der in einem Forschungsprojekt noch weitere Einsatzgebiete für die Biokohle gesucht hat – und auch fündig wurde. Der Kohlenstoff könne etwa zur Wasser- und Abwasserreinigung eingesetzt werden, auch bei der Kompostierung sei er hilfreich. Hubers Lieblingsidee ist aber eine andere. „Die Kohle eignet sich sehr gut als Grillkohle, sie ist fast rauchfrei und hinterlässt nur wenig Asche“, berichtet der Unternehmer. An die 100 Tonnen Kohle, schätzt er, würden in der Rossau im Jahr anfallen, zu wenig, um regional nachhaltige Grillkohle, die ja noch brikettiert werden müsste, wirtschaftlich produzieren zu können. Anders wäre es, würde man sich mit zwei, drei weiteren Anlagen zusammenschließen. „Ein Grillkohlezertifikat haben wir schon“, gibt er sich optimistisch.

### HINTERGRUND

Die Standortagentur Tirol berät und begleitet Tiroler Unternehmen und Forschungseinrichtungen bzw. Konsortien von Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft kostenlos beim Einwerben von Technologieförderungen bei Land, Bund und EU. Das Service reicht vom Einschätzen der Förderbarkeit von Innovationsvorhaben und das Empfehlen des geeigneten Programms über das Unterstützen beim Erstellen von Förderanträgen und bei der wirtschaftlichen Projektplanung bis hin zum Herstellen von Kontakten zu Know-how-Trägern an den Tiroler Forschungseinrichtungen oder spezialisierten Wirtschaftspartnern. Leistungszahlen lesen Sie auf Seiten 50 und 51.

Das Landesprogramm K-Regio, zu dem die Standortagentur Tirol im Berichtsjahr 2016 eine neue Ausschreibung öffnen konnte, wird aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) kofinanziert.



*„Wir helfen Unternehmen dabei, ihre Projekte in den Anträgen klar darzustellen und die formalen Kriterien einzuhalten.“*

JOHANNES ROHM · UNTERNEHMENSFÖRDERUNG, STANDORTAGENTUR TIROL



*Alles, was der Wald hergibt – Holz inklusive Rinde und Feinanteil – kommt in die Anlage, lediglich gehackt und getrocknet.*

# Digitale Grenzüberschreiter

Tirol übt nicht nur auf Gäste, sondern auch auf den IT-Sektor seinen Reiz aus – ein Drittel der letztjährigen Betriebsansiedlungen beschäftigt sich mit Digitalisierung. Warum der Standort Tirol für die Branche so reizvoll ist, zeigen Speed U Up, Serenissima Informatica Austria und Cheers.House.

**S**ie kommen aus dem irischen Cork, aus München und dem norditalienischen Padua, ihr Ziel ist Tirol. Nicht der Berge und des Urlaubs willen, Tirol soll ihnen Arbeitsplatz und berufliches Betätigungsfeld sein. Doch ohne Tourismus, ohne der Vorreiterrolle Tirols als Land der Gastgeber hätten Cheers.House, Speed U Up und Serenissima Informatica nicht den Schritt über die Grenze gewagt, liegt ihre Kompetenz doch in der Digitalisierung des Tourismus.

26 Unternehmen aus dem Ausland bzw. aus anderen österreichischen Bundesländern haben sich – betreut von der Standortagentur Tirol – im Jahr 2016 in Tirol niedergelassen, speziell Firmen aus dem Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien setzten ihr Interesse auch in die Tat um. Mit neun Unternehmen stammen 34 Prozent der Ansiedlungen aus dem Themenfeld Digitalisierung. Harald Gohm, Geschäftsführer der Standortagentur Tirol, zu den Motiven: „Spezialisten aus dem IKT-Sektor können in Tirol dank der starken Informatik an unseren Universitäten und Fachhochschulen sowohl auf technologischen Vorsprung als auch auf verfügbare Fachkräfte zählen. Zudem finden die IT-Pro-

fis unter den Ansiedlern einen attraktiven Heimmarkt bzw. eine hohe Nachfrage in bestehenden Tiroler Stärkefeldern vor. Denn die Digitalisierung wird im produzierenden Bereich ebenso vorangetrieben wie in dienstleistungsorientierten Sektoren wie dem heimischen Tourismus.“

Auf zweifache Weise stürzt sich Speed U Up in die heimische Tourismusszene, bedingt auch durch die berufliche Vergangenheit der zwei Geschäftsführer, die das 2016 durchgestartete Spin-Out der Münchner Kaphton AG wieder nach Tirol brachte. Eva-Maria Hänel studierte am MCI, arbeitete danach in Deutschland im Marketing-Bereich der Starwood Hotels und wechselte 2014 zur Kaphton AG. Ihr Geschäftsführer-Partner Matthias Dengg absolvierte auch das MCI, über SAP und das Alpenresort Schwarz kam er schließlich zu Speed U Up. Mit „Marketing und Technik“ beschreiben Hänel und Dengg daher ihre Arbeitsschwerpunkte, beide basierend auf effektiven Nutzen digitaler Technologien.

„Die touristische Zukunft des Alpenraums hängt von einem breiten Einsatz moderner digitaler Technologien ab. Zum Beispiel

finden künftig nur strukturierte, semantisch annotierte Daten eine rasche Verbreitung. Die entsprechende Aufbereitung der Daten müssen die Anbieter bereits heute in Angriff nehmen“, weiß Hänel. Das Internet der Zukunft sucht nicht mehr nach Keywords, in den Mittelpunkt der Suche rückt die inhaltliche Bedeutung von Texten und Suchanfragen. Dengg legt daher aktuell den Fokus seiner Arbeit auf die „Annotationen von Daten“, um die Inhalte von Websites maschinenlesbar zu machen. „Weil Google, Facebook, Amazon & Co zu Vermittlern von Dienstleistungen auf Basis persönlicher Userprofile werden, müssen die eigenen Daten ausnahmslos für die Maschinen dieser Anbieter lesbar sein bzw. annotiert werden. Bei der Vorbereitung kommt aus unserer Sicht den Tourismusverbänden eine zentrale Rolle zu. Kurbeln diese den digitalen Direktvertrieb auf eben diesen neuen Kanälen an, können die verbleibenden Zeitfenster effektiv genutzt und die Wertschöpfung aus Vermittlung verstärkt in der Region gehalten werden“, erklärt Hänel. Konkret angegangen wird die Suchmaschinen-Zukunft von Speed U Up – in Kooperation mit dem Semantic Technology Institute der Universität Innsbruck – schon mit den TVBs Seefeld und Erste Ferienregion im Zillertal.

Speed U Up betreibt „Digital Pioneering“ und brachte die MCI-Absolventen Eva Maria Hänel und Matthias Dengg wieder zurück nach Tirol.



Sven Thönes, Kaphton-Vorstandsmitglied: „Innsbruck soll der Ausgangspunkt sein, um den deutschsprachigen Alpenraum von seiner Zentrale aus zu bearbeiten.“

Matthias Dengg denkt aber noch einen Schritt weiter, für ihn haben die aktuellen Tourismuseiten noch sehr viel Potenzial. Über die Besucher der Websites könnten die TVBs viel über ihre Gäste erfahren, nicht nur, von wo sie zugreifen und welche Seiten und Features sie bevorzugen. Der Speed U Up-Geschäftsführer denkt an Buchungs-, Ski- und Reisedaten oder eine Verknüpfung zu den privaten Social Media Daten. Das gewonnene Wissen, fügt Eva-Maria Hänel hinzu, könne zum Beispiel für gezieltes Marketing eingesetzt werden. Speziell auf den Gast zugeschnitten, transportiert über den Kanal, der exakt auf ihn passt. „Wichtig dabei ist der Content, ohne Inhalte nutzen gute Technologien nichts“, ergänzt Dengg.

In Zusammenhang mit Inhalten im Web fokussieren die beiden Geschäftsführer noch ein weiteres Thema: das Erfassen von Erlebnissen in Text, Bild- und Videoformaten und deren Verbreitung im Netz. Der Standardpresstext, sind die zwei MCI-Absolventen überzeugt, hat nicht mehr die Relevanz wie früher, die Zukunft ist für sie „emotionaler Content“ mit der passenden (Bild-)Sprache für Facebook, Twitter, Youtube, Instagram etc. Als Beispiel nennt Hänel einen Neukun-

den, Corvara in Südtirol: „Wir waren einen Tag mit einem Team vor Ort, Redakteur und Fotograf. Der produzierte Content wird gezielt auf Special-Interest-Plattformen distribuiert.“

Tirol als Standort wurde bewusst gewählt, den dauerhaften Technologievorsprung für

*„Die touristische Zukunft des Alpenraums hängt von einem breiten Einsatz moderner digitaler Technologien ab.“*

Speed U Up, so Kaphton-Vorstandsmitglied Sven Thönes, wolle man „durch eine enge Zusammenarbeit mit dem Semantic Technology Institute sichern“. Innsbruck soll der Ausgangspunkt sein, „um den deutschsprachigen Alpenraum von seiner Zentrale aus zu bearbeiten.“ Ähnlich formuliert Uwe Sima die Motivation der italienischen Serenissima Informatica, in Innsbruck mit Serenissima Informatica Austria an den Start zu gehen. Mit Büroautomation beschäftigt sich das Un-

ternehmen aus Padua schon seit den 1950er Jahren, mit dem Eintritt ins Informationszeitalter wurde 1980 die Serenissima Informatica gegründet. Im Angebot hat man, so Sima, ein Gesamtsoftwarepaket für Hotellerie und Gastronomie ab dem Drei-Sterne-Superior- bzw. Vier-Sterne-Bereich, die Softwarelösungen vereinen Front- und Back-Office, Restaurantbetrieb, Einkauf und Warenwirtschaft, Verwaltung der Sport- und Wellness-Angebote, Buchhaltung und Controlling sowie eine Analyse der Daten über Buchungen, Umsätze, Übernachtungen, Aufenthalte und Gäste.

„Die Idee, auch in Österreich und Südtirol Fuß zu fassen, stand bei Serenissima schon länger im Raum“, erzählt Sima, „ein Hindernis war die Sprachbarriere.“ Sima selbst hat mehrjährige Italienerfahrung, hat dort auch mit Serenissima-Produkten gearbeitet. Vor vier Jahren übernahm er ein größeres Projekt in Österreich und fragte bei Serenissima nach, ob Interesse an Österreich bestehen würde. „So wurde die Idee geboren“, resümiert er, nach Businessplan und Konkurrenzbeobachtung war klar, dass man starten möchte.

Italien und Deutschland sind die „Hauptmärkte“, wenn es um Betriebsansiedlungen in



Taj Johnstón-Montesano  
Managing Director Cheers.House

Tirol geht, 2015 war Italien mit elf Ansiedlungen Spitzenreiter, 2016 wurde es von Deutschland mit acht Unternehmenszuwanderungen abgelöst. Die 26 im vergangenen Jahr angesiedelten Betriebe tätigen Erstinvestitionen in Höhe von 14 Millionen Euro (2015: 23) und wollen in den ersten beiden Geschäftsjahren zunächst 179 Arbeitsplätze (2015: 204) aufbauen. Das entspricht einer durchschnittlichen Zahl von 6,8 Arbeitsplätzen pro Ansiedlung. „Die Summe der verbundenen Erstinvestitionen bzw. Arbeitsplätze liegt trotz des hohen Anteils junger Wachstumsunternehmen mit vorsichtiger Personalplanung und eines hohen Anteils an Spezialisten aus dem IKT-Sektor mit niedrigem Investitionsbedarf auf regelmäßigem Niveau“, kommentiert Harald Gohm die Zahlen des Jahres 2016.

Vorsichtig will es auch Uwe Sima angehen, ab April soll ihn ein Senior Sales Manager unterstützen, der Return of Invest ist mittelfristig angepeilt. Erste Kunden hat Sima auch schon, räumt aber auch ein, „dass diese bislang von Italien aus betreut worden sind“. Punkten will er in Österreich mit der Zusammenarbeit mit Protel Austria, dem heimischen Ableger der deutschen Protel, die einer der größten Hersteller von Front-Office-Systemen ist. Protel und deren Produkte kennt Serenissima aus Italien, ist man doch dort Exklusivpartner und hat in der langjährigen Zusammenarbeit Produkte entwickelt, die fix im Protel-System integriert bzw. optimal darauf abgestimmt sind. So wie iSelz, ein Kassensystem, das mit iPhones oder iPads kompatibel ist. „In Italien und Spanien ist das schon Usus, Österreich hinkt dabei etwas hinter her“, weiß Sima über das Alleinstellungsmerkmal von Serenissima. Der Vorteil des Systems ist einfach ein finanzieller, es braucht keine speziellen tragbaren Kassensysteme mehr: „Für den Preis von einem kann man mehrere iPads kaufen.“ Zudem, fügt Sima hinzu, könne der Unternehmer bei Cloud-Systemen via App von überall darauf zugreifen.

Für größere Kunden mit z.B. mehreren Hotels kann Sima noch auf einen weiteren Vorteil der Protel-Serenissima-Kombination verweisen: „Das System hat nur eine Datenbank, auf die alle Hotels zugreifen.“ Der Gast existiert somit nur einmal, seine Daten, Gewohnheiten, Wünsche etc. sind abrufbar und, so Sima, auch für persönlich adressiertes Marketing anwendbar. Hierzu können dann die Zusatzprodukte, wie ein maßgeschneidertes CRM-System von Serenissima, verwendet werden. Um einen persönlichen Kontakt geht es auch Taj Johnstón-Montesano, mit „Business of Belonging“ beschreibt der Kalifornier das erweiterte Kundenbindungssystem von Cheers.House. Gegründet in Cork suchte das irische Start-up den optimalen Platz in Zentraleuropa, Österreich, im speziellen Kitzbühel hätten sich dafür angeboten, meint Johnstón-Montesano: „Es ist eine Hospitality-Area.“

Vermehrt auf Gastfreundschaft setzt man auch bei der Standortagentur Tirol, wenn es um Betriebsansiedlung geht. 104 interessierte Unternehmen wurden im Jahr von der Abteilung Betriebsansiedlung betreut, man unterstützte etwa Serenissima bei der Bürosuche, legte Kontakte zu Steuerberatern, gab Informationen zum Gründen in Österreich. Speed U Up hat sich schon intensiv mit dem Cluster IT Tirol vernetzt, gemeinsam arbeitet man mit weiteren Partnern am Aufbau einer Task-Force für etourism. In den letzten Jahren wurden potenzielle Ansiedler vor allem im Ausland informiert, nun setzt man verstärkt auf Incoming-Events. „Vor Ort in Tirol vermitteln wir Chancen am Standort Tirol nicht nur wirkungsvoller als im Ausland, vor allem aber können interessierte Unternehmen Tiroler Lebensqualität und Lebensgefühl erleben, die für Standortentscheidungen der Zukunft immer wichtiger werden“, berichtet Harald Gohm: „Als besonders vielversprechende Gäste haben wir junge Wachstumsunternehmen mit Verbindung zu bestehenden Stärkefeldern identifiziert. Diese Unternehmen sind standortflexibler als etablierte Unternehmen und finden für ihre neuen Technologien in Tirol auch einen attraktiven Heimmarkt vor.“

Der attraktive Heimmarkt ist für Taj Johnstón-Montesano und sein Cheers.House-Team der ländliche Gastronomie-Bereich, für die neben den Touristen auch die Einheimischen wichtige Kunden wären, aber nicht immer Stammkunden sind. Wie kann man Gäste, aber auch Mitarbeiter und Lieferanten enger ans eigene Lokal binden, ist die Frage, die Cheers.House mit seiner Relationship-Management-Plattform beantworten will. Mit der Software des Unternehmens werden für individualisierte Werbung Information zu Kundengewohnheiten, Erwartungen und Konsumgewohnheiten generiert sowie geeignete Brand Ambassadors identifiziert. „Und die besten Botschafter, um neue Gäste zu gewinnen, sind die Stammgäste“, ist Johnstón-Montesano überzeugt, „der Wirt weiß auch viel bzw. einiges über sie, weiß aber nicht, wie er es umsetzen bzw. verwenden kann.“

Daher kümmert sich Cheers.House – ein international und generationenübergreifend zusammengesetztes Team – um die Beziehung zwischen Gast und Stammlokal. Die Gäste können sich via App direkt mit ihrer Kneipe, ihrem Lieblingsrestaurant verbinden und z.B. mit ein paar Klicks den bevorzugten Tisch reservieren, durch regelmäßige Besuche, durch Konsumation und Weiterempfehlungen steigt der eigene Status, was wiederum zu gewissen Privilegien führt. „Für den Lokalbesitzer geht es um mehr, um die Analyse der Daten, um besser auf seine Gäste zugehen zu können“, sagt der Cheers.House-Gründer. Den ersten Testbetrieb habe man mit einem befreundeten Lokal in Wien durchgeführt, erzählt Johnstón-Montesano, der Wirt wäre sehr erstaunt über die Datenanalyse gewesen. Welcher Gast kommt wie oft, was konsu-



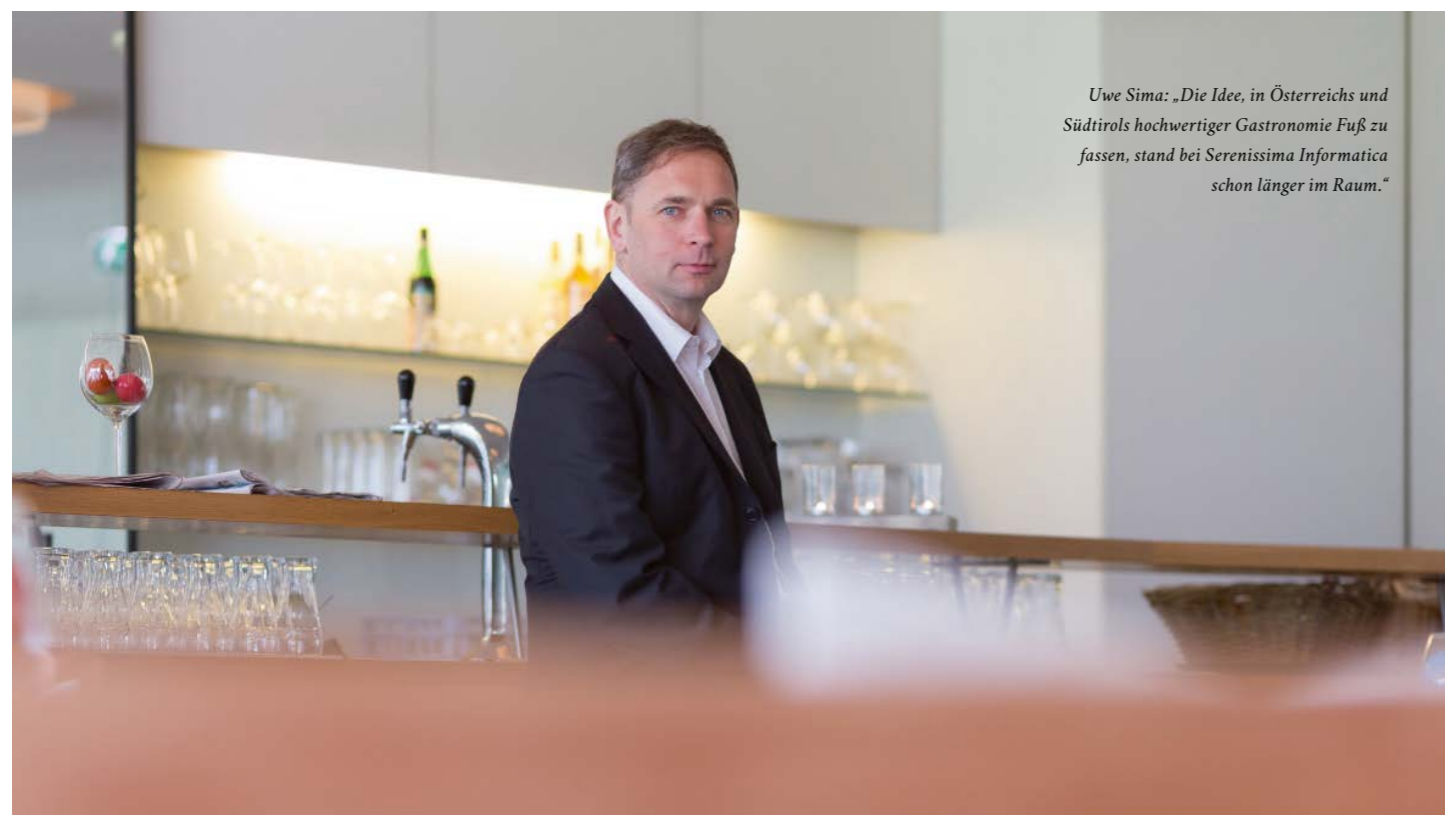
*Wie kann man Gäste, aber auch Mitarbeiter und Lieferanten enger ans eigene Lokal binden, ist die Frage, die Cheers.House mit seiner Relationship-Management-Plattform beantworten will.*

miert er, an welchen Tagen kommt er. „Bei den Gästen, die drei- bis viermal in der Woche da sind, weiß man das. Bei denen, die nur einmal in der Woche kommen, wird es schwieriger, noch schwieriger, wenn sie nur ein- bis zweimal kommen“, schildert Johnston-Montesano. Oft sei es intuitives Wissen, mit Cheers.House will man es für den Lokalbesitzer – er zahlt eine Lizenzgebühr – greifbar machen und es für gezielte Werbung einsetzen. Etwa für spezielle Weinangebote für die Liebhaber des Rebensafts oder Aufforderungen an „verschollene“ Gäste, wieder einmal vorbeizuschauen.

Ein zweiter Testbetrieb läuft derzeit in St. Johann, in Irland arbeiten die Entwickler an mehr Funktionalität und zusätzlichen Features, die Datenanalyse und der Vertrieb sollen in Tirol stattfinden. An rund 15 cheers.house-Kunden bis zum Sommer denkt Taj Johnston-Montesano, der Fokus für weitere Expansionsschritte liegt auf Tirol und Salzburg. Und wenn es da bei kleinen Gastrobetrieben funktioniert, sei man bereit für den nächsten Schritt.

**HINTERGRUND**

Die Standortagentur Tirol begleitet Unternehmen aus dem In- und Ausland bei allen Aspekten einer Ansiedlung oder Betriebserweiterung. Dabei arbeitet sie eng mit Tiroler Gemeinden, der österreichischen Ansiedlungsagentur ABA - Invest in Austria sowie den zuständigen Dienststellen im Amt der Tiroler Landesregierung oder der Wirtschaftskammer Tirol zusammen. Die wichtigsten Herkunftsländer bei Ansiedlungen aus dem Ausland sind bis dato Deutschland und Italien. Die Option einer engen Vernetzung mit und kurzen Wegen zu Forschungseinrichtungen oder spezialisierten Betrieben in bestehenden Clustern wird für Ansiedlungsinteressierte zu einem immer wesentlicheren Entscheidungsfaktor. Die Leistungszahlen von 2016 lesen Sie auf Seite 57.



*Uwe Sima: „Die Idee, in Österreich und Südtirols hochwertiger Gastronomie Fuß zu fassen, stand bei Serenissima Informatica schon länger im Raum.“*

”  
*Die besten Botschafter, um neue Gäste zu gewinnen, sind die Stammgäste.*  
 “



*Die Analysegeräte von Lukas Märks IONICON messen vielseitig und überall: Kabinenluftqualität für Airbus, Wolkenentstehung im CERN oder die Ein- und Ausatemluft für Hersteller von E-Zigaretten.*

# Global vernetzt

*Die Welt bewegen – vom Herz der Alpen aus*

*Standort Tirol – Drehscheibe für Innovation, Kooperation und unternehmerischen Erfolg.*

Der Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Tirol ist international aufgestellt. Weltkonzerne mit Tiroler Stammsitz produzieren hier für den globalen Markt. Ausländische Unternehmen setzen mit ihren Tochter-Firmen auf Tiroler Know-how. Klein- und Mittelbetriebe wie Ionicon, planlicht oder Empl messen Luftqualität über Südkorea, bringen Licht nach Israel oder Feuerwehrröt in die ganze Welt. Und das EU-Projekt AllScale, das Laufzeit und Effizienz der neuen Superrechner optimiert, koordinieren Informatiker der Universität Innsbruck.

Das Dossier „Internationales Tirol“ hat die Geschichten und Hintergründe.

*Jetzt Dossier International lesen!  
 tirol.info/international*





*„Mit dem Attribut höchster Co-working Space der Alpen erregt der COWO Tirol überregionale Aufmerksamkeit. Vor allem aber steht der COWO Tirol für neue Wege im Zusammenspiel von urbanem und ländlichem Raum. Davon profitieren der Standort Tirol und die Landeshauptstadt Innsbruck gleichermaßen.“*

**CHRISTINE OPPITZ-PLÖRER**  
Bürgermeisterin Innsbruck



## Arbeiten als Gipfelerlebnis

*Ungewohnte Gäste fanden sich im Oktober 2016 im Panoramarestaurant am Patscherkofel ein – Start-ups, EPU's und etablierte Unternehmen nutzten die adaptierten Räumlichkeiten als höchstgelegenen Coworking Space der Alpen.*

**S**chon zweimal in der Geschichte war der Patscherkofel Gold wert. 1964 sicherte sich der Vorarlberger Eduard Zimmermann die Goldmedaille im Olympiaabfahrtslauf, zwölf Jahre später beendete der Kärntner Franz Klammer nach 1:45,73 Minuten seinen Arbeitstag, holte damit Gold, machte Österreich glücklich und sich selbst zur Legende. Zimmermann und Klammer gondelten so wie Millionen Skifahrer und Bergwanderer mit der ehrwürdigen, 1928 in Betrieb genommenen Patscherkofelbahn auf den Innsbrucker Hausberg, im Oktober 2016 allerdings brachten die zwei Seilbahnkabinen ungewohnte Gäste auf 2.246 Meter See-

höhe. Heimische und internationale Start-ups, EPU's und etablierte Unternehmen machten nutzen das Panoramarestaurant an der Bergstation der Patscherkofelbahn als COWO Tirol, den höchstgelegenen Coworking Space der Alpen.

Arbeitsplätze mit Höchstleistungs-Internetzugang sowie Besprechungs- und Präsentationsräume standen auf Initiative der Standortagentur Tirol in Zusammenarbeit mit der Stadt Innsbruck, Patscherkofelbahn, IKB und dem TVB Innsbruck zur Verfügung, die Überlegung war, neue Formen des Arbeitens und des Wirtschaftens für Tirol aufzuzeigen, indem auf einem Berggipfel ein urbanes Arbeitsumfeld angeboten wird. Gestartet wurde am 3. Oktober, schon in den ersten Tagen konnte man am Kofel internationales Flair verspüren. Eingeladen im Rahmen des „Global Incubator Networks“ (GIN), eine Initiative der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft FFG und der Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft aws, fanden sich zehn ausgewählte Start-ups aus Asien und Israel am COWO Tirol ein und trafen dabei auf heimische Unternehmen sowie Vertreter der Uni Innsbruck und des MCI. „Durch die Zusammenarbeit mit der FFG und der aws im Rahmen von GIN wollen wir gezielt auch Ansiedlungs-

projekte aus Asien und Israel ermöglichen“, hält dazu Harald Gohm, Geschäftsführer der Standortagentur Tirol, fest.

Erstmals, betonten FFG-Geschäftsführerin Henrietta Egerth und aws-Geschäftsführer Bernhard Sagmeister, sei man mit den Start-ups aus dem Global Incubator Network nach Tirol gekommen, um Kooperationen mit Tiroler Unternehmen und dem Tiroler Investorennetzwerk anzustoßen, dass dafür gleich der höchstgelegene Coworking Space der Alpen zur Verfügung stand, war nicht nur für Egerth und Sagmeister eine positiver „Nebeneffekt“. „Es ist schön hier oben, der Ausblick ist unschlagbar. Und ich finde, es ist ein sehr guter Working Space mit einer super Internet-Verbindung. Und er ist komfortabel“, resümierte Cindy aus Singapur. Und ihr Start-up-Kollege François aus Hongkong ergänzte: „Neben dem schönen Ausblick gibt es eine gute Verbindung zwischen den verschiedenen Interessengruppen. Und da ist auch ein gutes öffentliches Transportsystem, was es einfach macht, herzukommen. Und es gibt eine gute Unterstützung durch die lokalen Ansprechpartner, was Grundvoraussetzung ist in so einem Bereich.“

Über 200 Besucherinnen und Besucher zählte man in den 14 Arbeitstagen der ersten COWO-Phase im Oktober 2016, 29 „Single“-Coworker und 200 Interessierte in 17-Besucher-Gruppen nutzten – abseits von Veranstaltungen wie z.B. dem Start-up-Club – die 30 Arbeitsplätze hoch über den Dächern Innsbrucks. Anfragen für die Wintersaison 2016/2017 zeigten, dass der Platz zum Tüfteln und Entwickeln angenommen wird, folglich öffnete der COWO Tirol von Jänner bis April 2017 nochmals als Kreativplatz dienstags und mittwochs (auf Nachfrage auch von Donnerstag bis Montag) seine Pforten. Für den Tiroler Tourismusexperten Harald Pechlaner zeigt der COWO Tirol dem Land auch neue Entwicklungsperspektiven: „Zum ersten Mal werden in den Alpen Tourismus, Wirtschaft, neu aufkommende Gästedürfnisse und moderne, junge Arbeitswelten miteinander verbunden. Urlaub, Natur und Arbeiten sind kein Entweder-oder mehr. Der Tourismus- und Wirtschaftsstandort Tirol ist mit diesem Projekt absoluter Vorreiter und hat damit das Potenzial, sich langfristig sowohl wirtschaftlich als auch touristisch zu positionieren, junge und mobile Arbeitswelten zu bedienen und innovative Formen der Wertschöpfung zu erschließen.“



# Tiroler Durchstarter

*Auch abseits gehypter Start-up-Standorte tut sich so manches. Single Use Support, Powunity und Fab-Atelier etwa sind drei Tiroler Start-ups, die man sich merken sollte.*



**E**s muss nicht London, es muss nicht Berlin, es muss nicht Wien sein. Auch abseits gehypter Start-up-Standorte tut sich so einiges, in Tirol etwa hat sich in den letzten Jahren eine aktive Start-up-Szene entwickelt. Dafür sprechen steigende Gründungszahlen (2.694 Gründungen jährlich bei einem Plus von zwölf Prozent), ein starker IT-Sektor bei den universitären Ausgründungen, der rasante Zulauf in das 2015 eröffnete Gründerzentrum Werkstätte Wattens, das neben Coworking Space und Team-Offices auch Produktionsbereiche und Fablab zur Verfügung stellt. Laufend frische Ideen wie der COWO Tirol, das winterliche Start-up-Event Skinnovation, der InnCubator als Unternehmensschmiede von Wirtschaftskammer Tirol und Universität Innsbruck, der Verein Startup.Tirol oder das anlaufende Interreg-Projekt Startup.Euregio sowie zunehmend private Kapitalgeber (I.E.C.T. Hermann Hauser, Investorennetzwerk Tirol, Tyrolean Business Angel GmbH...) machen die Tiroler Start-up-Szene über die Grenzen hinaus sichtbar.

Unterstützt wird sie dabei von der Standortagentur Tirol, die mit dem Start-up-Club Tirol (potenziellen) Gründerinnen und Gründern immer wieder die Gelegenheit zur Inspiration, zum Netzwerken und Austauschen bietet. Der gemeinsam mit der aws veranstaltete Business Angel Summit lockt internationale Investoren nach Kitzbühel, denen ausgesuchte Start-ups präsentiert werden. Erstmals organisiert wurde 2016 – gemeinsam mit dem I.E.C.T., der Werkstätte Wattens und dem Gründerzentrum CAST – das Camp Zwei, ein siebenwöchiges Intensivprogramm, das sieben Start-ups bei der Entwicklung der Marktstrategie und beim Markteintritt unterstützt. Im Rahmen des „Global Incubator Network“ lud die Standortagentur Tirol gemeinsam mit der FFG und der aws zehn ausgewählte Startups aus Asien und Israel in den COWO Tirol und präsentierte Tirol als Start-up-Standort, beim Meet & Greet in der Bundeshauptstadt wurde Tirols aufstrebendes Start-up-Ökosystem in den Fokus von Wiener Investoren gerückt. Und frisches Kapital findet vermehrt den Weg in die heimische Start-up-Szene.

*Internationale Start-ups besuchen im Rahmen von GIN (Global Incubator Network) den COWO Tirol; Investor Hermann Hauser referiert beim Start-up-Club Tirol; Reger Andrang beim Business Angel Summit in Kitzbühel; das Camp Zwei, ein siebenwöchiges Intensivprogramm für Start-ups, füllte die Werkstätte Wattens (v. li. ob.)*

Das vom Land Tirol vor vier Jahren ins Leben gerufene Investorennetzwerk Tirol etwa konnte bislang rund zehn Millionen Euro an privatem Beteiligungskapital vermitteln. 2016 gab es in Tirol neun Finanzierungsrunden mittlerer Größe im Wert von insgesamt 7,7 Millionen Euro. Zu diesen zählten unter anderem die Beteiligung des I.E.C.T. an More than Metrics, die Beteiligung der Tyrolean Business Angel GmbH am Medizintechnik-Start-up HearT, die Beteiligung des aws Gründerfonds in Kooperation mit Situlus Holding am Funktechnologieanbieter endiio oder das Joint Venture zwischen der Tiroler iSYS Interventional Systems und dem US-Medtech-Konzern Medtronic.

Für Aufmerksamkeit sorgte auch eine Kooperation des Tiroler Life-Science-Unternehmens Vira Therapeutics mit Böhlinger Ingelheim – diese birgt ein potenzielles Transaktionsvolumen von 210 Millionen Euro und schließt an eine Finanzierungsrunde aus dem Jahr 2015 an, die EMBL Ventures, der Böhlinger Ingelheim Venture Fund und die Empl Foundation gemeinsam mit der aws Venture Capital-Initiative mit 5,5 Millionen Euro bestreiten. In diese Sphären sind Single Use Support, Powunity und Fab-Atelier noch nicht vorgestoßen, es handelt sich aber um drei Tiroler Start-ups, die man sich merken sollte.

## *Kontrollhilfe für Pharmariesen*

Lange Zeit sind Johannes Kirchmair und Thomas Wurm noch nicht im Kirchbichler BHZ, das Türschild ist ein provisorisches, der Raum riecht nach frischer Farbe. Der Ort passt für die zwei Unterländer, auch wenn sie ihre zukünftigen Kunden nicht in Tirol sehen. „Wir arbeiten in bzw. mit der biopharmazeutischen Industrie zusammen“, sagt Kirchmair. Punkten will man bei den Global Playern durch Unterstützung in einem Bereich, der in der einschlägigen Industrie immer wichtiger wird – den Single-Use-Systemen. „Traditionelle Biotechnologie findet im 2000-Liter-Bereich statt“, berichtet Johannes Kirchmair, „die Reinigung dieser Reaktoren und Anlagen ist sehr kompliziert, da darauf geachtet wird, dass danach alles wieder steril ist und nicht einmal ein Pikogramm der vorigen Substanz in den Behältern zurückbleibt.“



*Johannes Kirchmair:  
„Single Use Support  
schließt eine Marktlücke  
in der Pharmaindustrie.“*

Die zeit- und kostengünstige Lösung sind große Einwegsäcke aus Kunststoff im Inneren des Tanks, Single-Use-Produkte, nach genauen Vorgaben aus zugelassenen Kunststoffen produziert und schon vom Hersteller sterilisiert. Doch nicht nur in großen Bioreaktoren kommen Single-Use-Systeme zum Einsatz, für Forschungszwecke etwa werden viel kleinere Mengen benötigt, ein flexibles Produzieren ist dafür notwendig. Auch am Ende der Produktion besteht Bedarf an Single-Use-Bags. „Das Ergebnis einer Produktion sind z.B. 200 Liter einer hochkonzentrierten Lösung für ein Krebsmedikament. Die wird in Beutel mit einem Volumen vom fünf Liter abgefüllt, gelagert und transportiert“, weiß Wurm. Es stellt sich die Frage der Sicherheit: War der Single-Use-Bag vor der Befüllung auch wirklich dicht? Durch ein noch so kleines Loch könnten Verunreinigungen in den an sich sterilen Bag gelangen, ein potenzielles Risiko für Patientinnen und Patienten. Auf der anderen Seite könnte die hochkonzentrierte Substanz durch ein Loch austreten, ein potenzielles Risiko für die Umwelt.

„Es gibt noch keine Technologie, die im Reinraum die hundertprozentige Dichtheit eines Single-Use-Bags garantiert“, nennen Wirtschaftsingenieur Thomas Wurm und Johannes Kirchmair die Marktlücke, die sie mit ihrem 2016 gegründeten Unternehmen Single Use Support schließen wollen, flexibel und dem Kundenwunsch entsprechend. Dabei setzen sie auf Helium und Vakuum.



Aufgrund seiner chemischen Eigenschaften eignet sich Helium als Tracer-Gas, um Kleinstlecks aufzuspüren. Da es in der Umgebungsluft auch nur in ganz geringen Mengen vorkommt, ist eine erhöhte Konzentration zudem leicht messbar. „Es gibt schon Dichtheitsmessungen mit Helium“, erzählt Wurm, der Nachteil sei nur, dass dabei der Bag stark aufgebläht wird, der Prüfling bei der Prüfung sozusagen geschädigt wird. Bei der SUS-Innovation ist das nicht der Fall. Zur Messung im Reinraum kommt der Bag, an den schon bei der Produktion eine Art Heliumkartusche befestigt wird, in einen Behälter, wird auf ein Vlies gebettet und mit einer Kunststoffhülle umgeben. Dann wird ein Vakuum gezogen und der Bag mit Helium gefüllt, ein im Gerät integriertes Massenspektrometer misst einen möglichen Heliumaustritt.

Ihr Alphagerät arbeitet schon, zwar „noch zu kompliziert für Kunden“, wie der gelernte Chemielaborant und MCI-Absolvent Kirchmair einräumt, es ist aber trotzdem schon bei einem Kunden im Einsatz, „damit er sich damit beschäftigen kann“, bestehen doch mit zwei Größen der Pharmaindustrie Verträge, um das Gerät zur Marktreife zu bringen. Die Beta-Variante ist für September 2017 eingeplant, gefördert über eine PreSeed-Finanzierung der aws, Unterstützung beim Durchforschen des Förderdschungels holten sich die zwei Jungunternehmer bei der Standortagentur Tirol. „Optisch fertig und mit angeschlossener Software“ ist das Ziel, drei, vier Partner

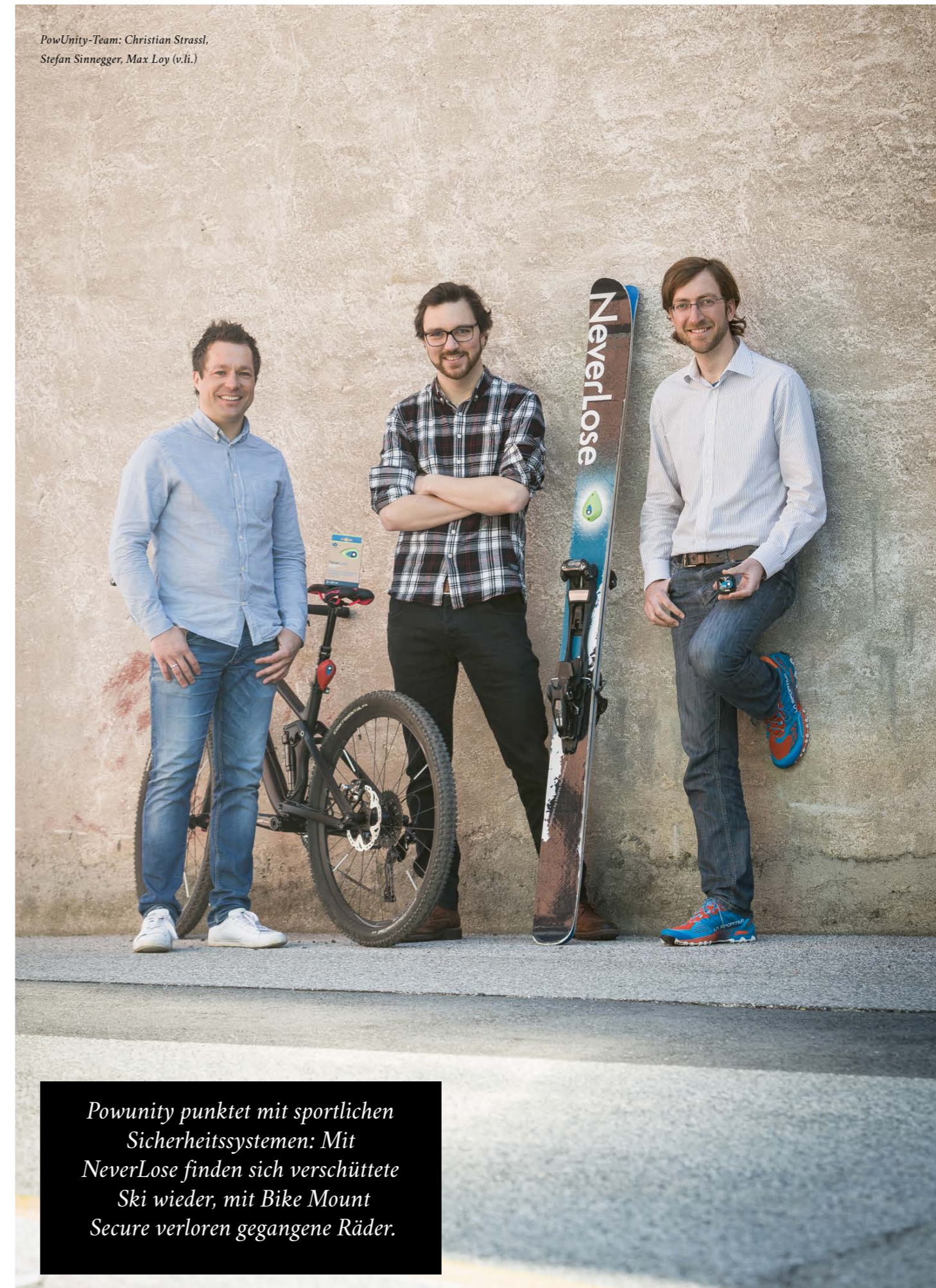
sind als Tester fürs Finetuning angepeilt, Frühling 2018, so der ambitionierte Plan, sollen die ersten Kunden beliefert werden.

### Suchhilfe für Ski und Bike

Stefan Sinnegger und Christian Strassl kannten sich gerade mal einen Tag, als sie im Juni 2014 gemeinsam einen Tag Ski fahrend am Gletscher verbrachten. Zeit für Gespräche blieb auch, man unterhielt sich über das oft-malige Problem begeisterter Tiefschneefahrer: Wie finde ich nach einem Sturz meinen verschütteten Ski? Es blieb nicht beim Gespräch, Sinnegger und Strassl begannen sich – gemeinsam mit Grega Gostinčar – intensiv mit der Thematik zu beschäftigen und hatten eine funkende Bluetooth-Idee.

„Die ersten Teile haben wir im Internet bestellt“, erinnert sich Sinnegger, „in wasserdichte Gehäuse verpackt, im Schnee eingegraben und getestet“, ergänzt Strassl. Das Prinzip funktionierte, vor allem als Sinnegger die Idee hatte, das System um eine „akustischen-Alarm-Komponente“ zu erweitern. Auch technische Herausforderungen wie Wasserdichtheit, Batterielaufzeit und Funktionalität in extremen Temperaturen konnten geklärt werden. NeverLose nannte das Trio seine Entwicklung, gerade mal 35 Gramm wiegt das Teil, am Ski verschraubt ist es via Bluetooth mit dem Smartphone verbunden: Geht der Ski

*PowUnity-Team: Christian Strassl,  
Stefan Sinnegger, Max Loy (v.li.)*



*Powunity punktet mit sportlichen  
Sicherheitsystemen: Mit  
NeverLose finden sich verschüttete  
Ski wieder, mit Bike Mount  
Secure verloren gegangene Räder.*

verloren, schlägt NeverLose Alarm, das lange, oft vergebliche Graben im Schnee hat ein Ende: „In 80 Prozent der Fälle findet man den Ski einfacher und schneller.“

Auf der ISPO 2015 wurde der Prototyp vorgestellt. Strassl: „Das Feedback war enorm.“ Mit der Innsbrucker Stasto KG fand sich ein Partner, bei dem PowUnity in der Zwischenzeit auch eingezogen ist: „Viele Start-ups unterschätzen den Vertrieb und planen mit zu hohen Absatzzahlen. Was nicht selten zu Liquiditätsengpässen führt. Wir haben das Glück, bei unserem Partner Stasto – neben der Beteiligung an PowUnity – auch auf einen bewährten Fullfillment-Prozess zurückgreifen zu können. So können wir uns auf das wesentliche Tagesgeschäft konzentrieren, strategische Vertriebspartnerschaften aufbauen, Online sales kontinuierlich ausbauen und unsere Produktinnovationen vortreiben.“

Mit dem Thermoplaste-Spezialisten Pließnig und Elektronik-Fertiger Exceet Electronics holte man sich 2015 zwei Tiroler Unternehmen für die Produktion mit an Bord, via Crowdfunding wurden 40.000 Dollar ins Budget eingespielt. Zudem „injizierte“ man NeverLose noch einen Diebstahlschutz. Ein eingebauter Bewegungssensor löst einen lauten Alarm aus, wenn der Ski z.B. vor der Skihütte zwei, drei Meter „wandert“, wird der Besitzer via Bluetooth am Handy informiert.

Im Dezember 2015 erfolgte der Markteintritt, das Konzept, diesen so schnell durchzuziehen, ging, so Sinnegger, das zeigen auch die gegenwärtigen Verkaufszahlen im mittleren vierstelligen Bereich. Die ISPO 2016 brachte neue Projektideen, vor allem fürs Fahrrad, an das NeverLose auch verschraubt werden kann. Dem gegenwärtigen Bluetoothstandard sind bei der aktiven Benachrichtigung des Kunden Metergrenzen gesetzt. Strassl: „Beim Fahrrad war das ein gewisses Hemmnis.“ Die Lösung war die Ergänzung durch GPS-Tracking, die Alarmierung ist nun distanzunabhängig, sollte das Fahrrad doch geklaut werden, kann es via GPS geortet werden – für April 2017 ist die Marktreife vom Bike Mount Secure anvisiert. Das Launchpaket lässt neben Bluetooth, Akustik und GPS auch Versicherungskomponenten einfließen. „Uns war es von Anfang an wichtig, das Feedback der Kunden in unsere Produkte einzubinden“, betonen Strassl, Sinnegger und der zum Team dazugestoßene Max Loy. Gutes Feedback holten sie sich auch beim letztjährigen Business Angel Summit in Kitzbühel. Start-up-Events wären sonst nicht so ihre Sache, beim Summit knüpften sie aber Kontakte, die bis heute andauern. „Ich habe dort ein intensives Gespräch mit einem Investor geführt – das waren mehr Informationen, als man sonst in vielen Monaten erhält“, blickt Sinnegger zurück.

## Starthilfe für Schmuckdesigner

Für ein Start-up hat Christian Hafner schon ein leicht fortgeschrittenes Alter, in seiner Zeit bei Swarovski oder Silhouette hat der Anfang-40er dafür schon mit etlichen Designschulen zusammengearbeitet. „Das Problem ist immer das gleiche“, weiß er daher, „es gibt unendlich viele junge Studentinnen und Studenten mit coolen Ideen und Entwürfen. Sie wissen aber nicht, wie man finanziert, produziert und vertreibt.“ Die Frage, die er sich daher immer wieder stellt: Wie kann man mit modernen Produktionsmöglichkeiten, Social Media und digitalen Innovationen die Schmuckideen junger Designer umsetzen, ohne dass



Christian Hafner: „Das Ziel für 2017 sind 100 lancierte Designs und ein Umsatz von 400.000 Euro.“



**Fab-Atelier:**  
– Inspiration –  
– Designerin Megan Collins –  
– Produktion –  
– Armreif Yucca –



diese ein Risiko tragen und ihnen Kosten entstehen. Die Antwort nennt Christian Hafner einen „vertikal integrierten Marktplatz“ – oder Fab-Atelier. „Wir unterstützen aufstrebende junge Designer bei der Finanzierung, der Produktion und dem Vertrieb“, erklärt Hafner, „und konzentrieren uns dabei auf den Schmuckbereich.“ Hinter der scheinbar einfachen Ansage steckt ein ausgeklügeltes Konzept. Der erste Schritt bietet Designern die Möglichkeit, ihren Entwurf auf der FAB-Atelier-Website einzureichen. Nach einem öffentlichen Online-Voting durch die Community werden alle Designer, die mindestens 100 Votes erreicht haben, von FAB-Atelier auf ihr Potenzial bewertet und die Kostenschätzung für eine Produktion von 50 Stück erstellt. Mittels Vorbestellung durch die Konsumenten müssen mindestens 70 Prozent des Finanzbedarfs – die Finanzierungsziele – erreicht werden. Ist dieses Ziel erreicht, geht das Design in die Produktion.

2015 gründete ein Vier-Mann-Team Fab-Atelier, ein Jahr Arbeit wurde in den Aufbau der Plattform gesteckt, eine komplexe Lösung, vereint man doch einen Shop mit Voting-, Preorder und Crowdfundingsystem. Ein Jahr ohne Umsatz, mit viel Motivation, Eigenmitteln sowie Förderungen von CAST und der FFG habe man sich durchgekämpft. Das Ziel für 2017 ist für Christian Hafner klar: „100 lancierte Designs, ein Umsatz von 400.000 Euro.“

Viel Überzeugungsarbeit sei es anfangs gewesen, meint Hafner, auch bei den Designern: „Sie sagten, das sei spannend, aber: Wo ist der Haken?“ Denn Fab-Atelier bietet den Designern nicht wie sonst üblich drei Prozent des Nettoumsatzes, „bei uns sind bis zu 20 Prozent möglich“. Umsetzbar – und für Fab-Atelier auch über den Verkauf gewinnbringend – ist dies, da durch die geringen Produktionsmengen und den garantierten Absatz keine Lagerkosten anfallen, außerdem spart man sich den Zwischenhändler. Auch die Produktionswege sind kurz, die Entwürfe werden in Wattens oder im italienischen Vicenza umgesetzt. Gerade die regionale und nachhaltige Produktion – statt in Asien – punkte bei den jungen Designern, ebenso wie die Räumlichkeiten des Fab-Ateliers in der Werkstatt Wattens. „Die Besucher sind von der Location

begeistert, das sei ja wie ein Berlin in den Alpen“, erzählt Christian Hafner.

Mit seinen Kontakten hat Hafner noch eine zweite Idee im Rahmen des Fab-Ateliers umgesetzt. „Wir wollen den jungen Designern auch unter die Arme greifen“, sagt er. Die meisten Designwettbewerbe würde dort aufhören, wo die Arbeit des Fab-Ateliers erst beginnt, „ein Wettbewerb, ein Presseevent, ein Preisgeld – und dann landet die Idee in der Schublade“. Fab-Atelier startete schon letztes Jahr ein Mentorenprogramm, die besten fünf Designer werden von Profis begleitet und beim Aufbau einer eigenen Marke unterstützt. Hafner: „Nach einem Jahr sollten sie so weit sein, dass ihre Kollektion Umsätze macht.“

Er selbst hat mit dem Camp Zwei auch von einer Mentoren-Plattform profitiert. Bei dem mehrseitigen und damit komplexen Geschäftsmodell sei es oft schwierig, die richtigen Prioritäten zu erkennen. „Die Camp Zwei-Mentoren haben uns über den Sommer geholfen, unseren Blick auf die zum Markteintritt zentralen Fragen zu lenken und Lösungen dafür zu entwickeln“, berichtet er. Vor Camp Zwei habe er schon fünf Minuten gebraucht, um das Geschäftsmodell von Fab-Atelier zu erklären, jetzt gehe es – fast – in einem Satz, lacht er: „Es ist eine Challenge, sich auf das Wesentliche zu reduzieren.“

### HINTERGRUND

Innovationsorientierte Unternehmensgründungen unterstützt die Standortagentur Tirol seit 2002 beim nachhaltigen Start ins Unternehmertum. Im Berichtsjahr 2016 hat die Standortagentur Tirol mit Partnern sowohl des privaten Sektors als auch der öffentlichen Hand die Initiative Startup.Tirol aus der Taufe gehoben (Seite 56). Die Startup.Tirol-Partner bieten jungen Wachstumsunternehmen systematische Begleitung für die kritischsten Phasen beim Gründen – den Markteintritt und die erste Wachstumsphase – gemeinsam an. Durch die enge Verknüpfung von in Coachingformaten zur Verfügung gestelltem Wissen, dem Erfahrungsschatz aus dem Mentorennetzwerk Tirol und dem Kapital aus dem Investorennetzwerk Tirol steigen die Erfolgsaussichten von heimischen und zuziehenden Start-ups erneut.



# Lückenschließer

*Neue Geschäftsmodelle, internationale Branchentrends und Finanzierungsfragen beschäftigen Tirols Unternehmen, die Cluster in der Standortagentur Tirol reagieren darauf mit neuen Services. Wie genau, erklärt Stefan Wolf.*

**Cluster war DAS wirtschaftspolitische Schlagwort des beginnenden 21. Jahrhunderts, vor 15 Jahren war alles Cluster. Wie hat sich die Clusteridee seither entwickelt?**

STEFAN WOLF: Cluster als wirtschaftspolitisches Instrument sind eine Entwicklung der Ende 1990er, Anfang 2000er Jahre. Dieses Konzept kam damals neu auf und war für die Wirtschaftspolitik ein passendes Instrument, um in einer Region Technologie und Innovation auf eine andere Art und Weise zu stärken als mit monetären Förderungen allein. Seither haben sich die Cluster etabliert, auch wenn in einzelnen Fällen wie in Wien sich die Rahmenbedingungen der Wirtschaftspolitik geändert haben und man dort auf andere Instrumente setzt. Es entstehen aber auch immer noch neue Cluster, aktuell etwa der Silicon Alps Cluster zum Thema Mikroelektronik in Kärnten und in der Steiermark.

**Ein länderübergreifender Cluster ist eher etwas Ungewöhnliches.**

STEFAN WOLF: Ja, weil Cluster tendenziell von regionalen Akteuren organisiert und in Österreich mit Landesgeldern finanziert werden. Nichts desto trotz arbeiten aber etwa die Tiroler Cluster eng mit anderen Bundesländern zusammen wie etwa mit unseren oberösterreichischen bzw. niederösterreichischen Partneragenturen. Dabei funktionieren Best-Practice-Reisen, Kooperationsbörsen etc. sehr gut. Innovative Kooperationsprojekte – die Champions League der Clusterarbeit – mit Partnern aus mehreren Ländern müssen, damit sie wirklich zustande kommen, gefördert werden. Für solche überregionalen Kooperationen, also wenn Unternehmen bzw. wissenschaftliche Einrichtungen aus verschiedenen Bundesländern zusammenarbeiten wollen, gibt es derzeit wenige passende Landesförderungen. Alternativ kämen EU-Programme in Frage, diese sind aber meist sehr komplex oder kompetitiv.

**Wie kann ein Standort von Clustern profitieren?**

STEFAN WOLF: Regionen bzw. Bundesländer setzen gezielt auf Forschungs- oder Innovationstechnologien, von denen zukünftige Wertschöpfung erwartet wird. In Tirol hat man sich auf sechs Felder verständigt, in denen – als Voraussetzung für Innovation – die nötige wissenschaftliche Expertise und eine kritische Masse an Unternehmen existieren. Über Cluster kann man nun wirtschaftspolitisch steuernd eingreifen, effektiv Wissenschaft und Wirtschaft zusammenbringen und damit den Unternehmen mit relativ geringen Ressourcen unter die Arme greifen.

**Wie findet Clusterarbeit statt?**

STEFAN WOLF: Grundsätzlich arbeiten wir nach dem österreichischen Clustermodell, das nach fünf Handlungsfeldern funktioniert: Information, Qualifizierung, Kooperation, Internationalisierung und Öffentlichkeitsarbeit. Alles, was wir tun, ordnen wir diesen fünf Themen unter. Zusätzlich haben wir in Tirol pro Cluster Schwerpunktthemen eingeführt, um die wir uns in zwei- bis dreijährigen Laufzeiten speziell kümmern. Bei unseren Aktivitäten achten wir auch sehr auf branchenübergreifende Kooperationen im Sinne einer cross industry innovation – auch dadurch bedingt, dass bis auf den Holzcluster Tirol alle Cluster in einer Einrichtung, der Standortagentur Tirol, organisiert und die einzelnen Einheiten aufgrund der geringen Größe sehr agil sind. Ziel unserer Clusterarbeit ist es, Unternehmen bei der Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen zu unterstützen, damit diese ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern und wir gemeinsam bestehende Arbeitsplätze sichern und neue schaffen können.

**Wie profitieren die Unternehmen außerdem davon?**

STEFAN WOLF: Man schafft Community, Sichtbarkeit und initiiert Projekte, es kümmert sich jemand um die Unternehmen des Clusters. Im Rahmen unserer Möglichkeiten können wir außerdem Maßnahmen und Services anbieten, die es am Markt sonst nicht gäbe, obwohl sie regionalwirtschaftlich sinnvoll sind. Hier sind wir Lückenschließer ebenso wie Vernetzer und Vertrauensperson. Dass etwas Neues entsteht, passiert meist durch den persönlichen Kontakt und gegenseitiges Vertrauen – und es benötigt immer einen Kümmerer. Diese Kümmererfunktion bei Innovationsprojekten übernehmen wir gerne, denn Unternehmen – insbesondere KMUs – haben in den seltensten Fällen Zeit und Ressourcen, dies zu tun. Gäbe es keine Cluster und man würde Unternehmen fragen, wie die öffentliche Hand ihnen helfen könne, würden – davon bin ich überzeugt – viele antworten, dass es jemanden braucht, der sich um die Vernetzung zwischen Unternehmen und zwischen Wirtschaft und Wissenschaft kümmert.

**In einer breiten Befragung setzte sich die Standortagentur Tirol zwischen Mitte 2015 und Mitte 2016 mit der Situation, den Bedürfnissen und den Entwicklungsmöglichkeiten der Tiroler Unternehmen auseinander. Kann man das Ergebnis auf entscheidende Punkte herunterbrechen?**

STEFAN WOLF: Wir wollten wissen, ob das, was zum Beispiel die Cluster seit einigen Jahren machen, noch das ist, was die Unternehmen

*Die Kümmererfunktion bei Innovationsprojekten übernehmen wir gerne, denn Unternehmen haben in den seltensten Fällen Zeit und Ressourcen, dies zu tun.*



”

*Wir versuchen in einer Art Open-Innovation-Ansatz Start-ups mit bestehenden Unternehmen zusammenzubringen.*

“



*Stefan Wolf leitet die Innovations- und Clusterservices der Standortagentur Tirol.*

brauchen. Gezeigt hat sich, dass viele Services nach wie vor gebraucht werden, manche Services neu entstehen müssen und es manche Sachen in der bisherigen Intensität nicht mehr benötigt, z.B. Internationalisierung im Sinne von Exportunterstützung. Als Konsequenz werden wir ab heuer – mit ein, zwei Ausnahmen – keine Gemeinschaftsstände auf Fachmessen mehr haben. Vor ein paar Jahren sind wir mit Gemeinschaftsständen auf zehn bis 15 Fachmessen präsent gewesen. Auch das Thema „qualifizierte Mitarbeiter“ sehen die Unternehmen als wichtig, aber nicht in unserer Hauptverantwortung.

#### **Was wünschen sich die Unternehmen?**

STEFAN WOLF: Sie brauchen nach ihren eigenen Angaben vor allem Informationen, wie sich ihre Branchen entwickeln und welche neuen Trends aufkommen werden. Als KMUs – wir haben ja viel mit KMUs zu tun – haben sie aber neben ihrem Tagesgeschäft schlicht nicht die Ressourcen, sich diese Informationen selbst zu verschaffen. Hier springen die Cluster der Standortagentur Tirol ein.

#### **Wie will die Standortagentur Tirol darauf reagieren?**

STEFAN WOLF: Diese Informationen bieten wir v.a. mit zwei neuen Dienstleistungen an: In jedem Cluster wird es Trendreisen geben. Abgestimmt mit dem jeweiligen Clusterbeirat werden ganz gezielt Regionen, die in einem bestimmten Bereich Trendführer sind, besucht, z.B. Eindhoven für den Medizintechnik-Bereich und Dänemark für den Energiebereich. Am zweiten Service arbeiten wir gerade. Es wird eine Trendrecherche geben, die die wichtigsten Entwicklungsperspektiven in einer Branche herausfiltert. Diese Informationen sollen den Unternehmen laufend mitgeteilt werden. Nicht einmal im Jahr als Trendreport, sondern in einem schnellen, überschaubaren Format.

#### **Was sind weitere Anliegen der Cluster-Mitglieder?**

STEFAN WOLF: Das Thema Geschäftsmodell wurde angesprochen – über alle Branchen und Bereiche hinweg. Aufgrund der Digitalisierung kommen neue Unternehmen mit neuen Strategien und Produkten auf den Markt. Am Energiesektor etwa ist es durch die Liberalisierung des Strommarkts ja möglich, mit einem deutschen Anbieter einen Vertrag abzuschließen. Das heißt, heimische Anbieter müssen auch an ihrem Geschäftsmodell arbeiten, um darauf reagieren zu können.

#### **Mit welchen Services sollen Unternehmen dabei unterstützt werden?**

STEFAN WOLF: Das Thema Start-up spielt dabei eine Rolle. Start-ups bringen neue Ideen und neue Produkte auf den Markt, die Tiroler Unternehmen sind daran interessiert. Daher versuchen wir in einer Art Open-Innovation-Ansatz Start-ups bzw. junge unternehmerisch denkende Personen mit bestehenden Unternehmen zusammenzubringen. Wir wollen dafür ein Programm aufsetzen: Eine Gruppe von Unternehmen formuliert

Herausforderungen, mit Blick über die Landesgrenzen scouten wir dann mit einem Partner passende Start-ups, die gemeinsam mit den Unternehmen neue Produkte entwickeln.

#### **Hat man etwas Ähnliches schon umgesetzt?**

STEFAN WOLF: Schon letztes Jahr haben wir gemeinsam die Innovation Days durchgeführt, ein Konzept, das Thomas Kohler von der Uni Innsbruck entwickelt hat. Firmen teilen Herausforderungen mit, eine externe interdisziplinäre Gruppe denkt über Lösungen nach und entwickelt Produkte. Die Gruppen waren in diesem Fall waren das rund 150 Studierende – von der Uni Innsbruck, dem MCI, der FH Kufstein, der TU Wien und der FH Vorarlberg.

#### **Gab es ein Ergebnis?**

STEFAN WOLF: Erstens ein tolles Feedback von den Unternehmen, denen der Spirit der Veranstaltung gefallen hat. Die Unternehmen bekommen zusätzlich auch eine Kundensicht von ganz jungen Menschen. Es sind mehrere Gruppen auch noch mit den Unternehmen in Kontakt. Und zweitens natürlich für die Unternehmen konkrete Lösungsansätze auf ihre Problemstellungen.

#### **Und ein konkretes Produkt?**

STEFAN WOLF: Der TVB Seefeld suchte eine Möglichkeit, digital mit dem Langläufer zu kommunizieren. Bei den Innovation Days wurde ein Konzept einer Datenbrille entworfen. Sie wurde zwar nicht in der vorgestellten Form umgesetzt, aber es gibt derzeit in einer etwas anderen Anwendung einen Prototyp, der bei der Ski WM in St. Moritz vorgestellt wurde.

#### **Gibt es noch andere Wege, Unternehmen bei ihrer Arbeit an neuen Geschäftsmodellen zu helfen?**

STEFAN WOLF: Wir werden auch ein sogenanntes Kompetenzmapping anbieten, eine von unserer niederösterreichischen Partneragentur ecoplus entwickelte Methode. Bei einer Desktop-Recherche und einem Workshop mit einem Unternehmen wird dieses nicht nach seinen Produkten, sondern nach Kompetenzen analysiert. Danach setzt sich ein Expertenteam ohne Unternehmensvertreter zusammen und entwickelt kurz- und mittelfristige Innovationspotenziale – neue Produkte, neue Märkte – auf Basis der Kompetenzen. Zudem arbeiten wir an einer Workshop-Reihe für Geschäftsmodellentwicklung. Cluster-Mitglieder können dabei ihr derzeitiges Geschäftsmodell gezielt analysieren und unter Expertenanleitung verbessern. Man kann aber auch mit neuen Innovationsprojekten kommen, um dafür Geschäftsmodelle zu entwickeln.

#### **Stichwort investment ready – wie sehen die Unternehmen generell die Finanzierungsthematik?**

STEFAN WOLF: Das ist nicht nur bei Start-ups ein Thema, sondern auch bei bestehenden klassischen Tiroler Mittelständlern. Expansions- und Wachstumsfinanzierung ist schwierig geworden. In der Standortagentur Tirol betreiben wir, um Ideen und Kapital zusammenzubringen, das Investorennetzwerk Tirol. Einige Investoren sind nicht nur an Start-ups interessiert, sondern auch an bestehenden Unternehmen. Wir bieten in Zukunft auch für diese Fälle Vermittlung und Beratung an. Ähnlich gelagert werden wir auch die Dienstleistungen, die wir für neue Unternehmen bei der Betriebsansiedlung erbringen, heimischen Unternehmen bei z.B. der Standortsuche für Betriebsweiterungen anbieten.

#### **HINTERGRUND**

Die Standortagentur Tirol nützt zur Verfügung stehende europäische Mittel zum Ausbau zukunftsfähiger Tiroler Branchen in sogenannten Clustern. Die in den Clustern Erneuerbare Energien, IT, Life Sciences, Mechatronik und Wellness Tirol vernetzten Partner – Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Bildungsinstitutionen und Interessensvertretungen – nutzen Synergien, um ihre Wettbewerbsfähigkeit gemeinsam besser und effektiver zu stärken als alleine. Die Clustermanagements bieten dafür Plattformen, Know-how, Kontakte und beratende Begleitung. Des Weiteren etablieren die Clustermanagements den passenden Rahmen für die konzertierte Etablierung von Schlüsselthemen wie aktuell der Digitalisierung bei den Mitgliedsunternehmen und am Standort. Zahlen, Daten und Fakten zur Clusterarbeit 2016 lesen Sie auf den Seiten 46 bis 48.



## Auf Augenhöhe

*Das Innsbrucker Start-up 2PCS Solutions suchte für seine Sicherheitsuhr einen heimischen Produktionspartner, gefunden hat man ihn über den Cluster Life Sciences Tirol in Ebbs mit Exceet Electronics. Eine Win-Win-Situation, profitieren doch die Jungen vom Know-how der Alten, diese wiederum von den neuen Technologien der Gründergeneration.*

**D**ie EURO 2008 brachte dem Innsbrucker Tivolistadion drei spannende Spiele, jubelnde Spanier und eine eigene Autobahnabfahrt. Insofern profitiert vielleicht auch Felix Piazolo vom damaligen Fußball-Highlight, wenn sich der Geschäftsführer von 2PCS Solutions von Innsbruck aus Richtung Ebbs auf den Weg macht. In den letzten Monaten war das öfters der Fall, geht doch beim Unterländer Elektronik-Spezialisten Exceet eine 2PCS-Sicherheitsuhr in Produktion – und deren Geschichte geht auf die EURO 2008 zurück. Mit Fußball hatte das damals eher wenig zu tun, auch nichts mit einem

mobilen Notrufsystem. „Im Jänner 2008 startete ein Interregprojekt mit dem Ziel, für die EURO ein auf RFID, auf radio-frequency identification basierendes Informationssystem für Touristen aufzubauen“, blickt Piazolo zurück. In nur wenigen Monaten gelang es den Projektpartnern Region und Hochschule Rosenheim, Universität Innsbruck und Standortagentur Tirol die Touristeninfo aufzubauen. Heute ist das Innsbrucker RFID-System längst von anderen Technologien abgelöst, dass die Weiterentwicklung des Projekts nun in Alters- und Pflegeheimen zum Einsatz kommt, ist eine Nachhaltigkeit der anderen Art.

”

*Der laufende Austausch, den wir in den Clustern organisieren, ist Grundlage zahlreicher Kooperationen. Die Offenheit unter Gleichgesinnten ermöglicht die Entwicklung gemeinsamer Projektideen, deren Umsetzung wir nach Bedarf begleiten.*

“

PETRA STÖCKL · CLUSTERMANAGERIN LIFE SCIENCES TIROL

„In 27 Innsbrucker Stromkästen hatten wir aktive RFID-Reader installiert, die in einem Umkreis von circa 200 Meter die RFID-Tags der User erfassen konnten“, erzählt Piazo, Mitarbeiter des Instituts für Strategisches Management, Marketing und Tourismus an der Uni Innsbruck. Die User hatten sich vorher über eine Plattform registriert, ihre Interessen bekannt gegeben und bekamen so via SMS die für sie passenden Informationen zum jeweiligen Standort. „Nach der EURO hat uns eine Pflegeeinrichtung angesprochen“, erinnert sich Felix Piazo. Ob das System nicht auch für Demenzpatientinnen und -patienten mit Laufdrang anwendbar wäre, damit man sie, wenn sie den Rückweg in die Pflegeeinrichtung nicht mehr finden würden, lokalisieren könnte. „Im Prinzip ja“, war die Antwort, allerdings mit der Einschränkung, dass das nur in der Nähe eines RFID-Readers funktionieren könnte.

„Wir sind dieser Idee aber dann mit Partnern in einer Machbarkeitsstudie nachgegangen“, sagt Piazo, „und haben für einen Prototyp ein Set an Technologien zusammengeführt.“ Für Indoor ein RFID-System, für Outdoor einen GPS-Tracker, damals mit einer Oneway-Kommunikationsmöglichkeit. Für ein echtes Produkt mit echten Einsätzen beantragte man anschließend das EU-Projekt 2PCS im Rahmen des Ambient (heute Active) Assisted Living Joint Programme, von Sommer 2011 bis Ende 2013 entwickelte man mit Partnern aus Südtirol, Deutschland, den Niederlanden und der Schweiz 50 Geräte, in die das Feedback von älteren Personen, Pflegeeinrichtungen und deren Mitarbeitern einfluss. Am Ende des Projekts war für Piazo klar, dass 2PCS auch auf den Markt kommen soll. Es habe dann noch einige Zeit gedauert, die auf unterschiedliche Institutionen, Unternehmen und Länder verteilten Rechte zu entwirren, als Ende 2015 dann die 2PCS Solutions GmbH gegründet wurde, „hatten wir bis dahin noch eine Weiter-, ja Neuentwicklung durchgeführt“.

Gesucht wurde vom 2PCS-Team nun ein Hersteller, „wir wollten dafür einen österreichischen Partner“. Gefunden wurde ein potenzieller auf einer gemeinsamen Veranstaltung der Cluster Life Sciences bzw. IT Tirol der Standortagentur zum Thema eHealth. Felix Piazo: „Das war unser erster Kontakt mit Exceet.“

Ein zweiter kam nur wenige Wochen später dazu, Jochen Kuhn, der mit seinem Unternehmen RF-Embedded an der 2PCS-Entwicklung beteiligt war, hatte vom bayerischen Oberaudorf seine Fühler über den Inn hinweg nach Ebbs ausgestreckt. Nach den ersten Gesprächen war rasch klar – die Chemie für die Kooperation passt zwischen dem Start-up 2PCS und dem 100-Mann-Unternehmen Exceet.

„Wir haben einen gewissen Pool an Start-ups, mit denen wir zusammenarbeiten“, sagt Wolfgang Unterlerchner, Geschäftsführer von Exceet Electronics, „2PCS passt da gut dazu.“ Unterlerchner stieß 2011 zur Ebbser Contec Steuerungstechnik & Automation Gesellschaft, die im selben Jahr Teil der internationalen Exceet-Gruppe wurde. „Ich habe damals festgestellt, dass wir in Tirol nur wenige Kunden hatten und auch nicht bekannt waren“, blickt er zurück. Darauf habe man aktiv begonnen, ein Netzwerk aufzubauen, genutzt habe man dazu die Mitgliedschaft beim Cluster Life Sciences Tirol. Unterlerchner: „Wir waren zwar immer dabei, haben uns aber zunächst nicht eingebracht.“ Das habe er geändert, es sei auch viel zurückgekommen, immer wieder sei vom Clustermanagement der Kontakt zu Unternehmen – „vor allem Start-ups“ – hergestellt worden, die auf die Elektronik-Kompetenz von Exceet zurückgreifen wollten. Speziell Start-ups aus dem Bereich Medizintechnik und Mobile Homecare hätten bei dem Ebbser Unternehmen angedockt, „wir bauen uns damit eine entsprechende Kompetenz auf“. Neben 2PCS arbeiten auch das Innsbrucker Jungunternehmen Cubile Health mit seinem Sicherheitssystem fürs Krankenbett sowie das Start-up Texible mit maßgeschneiderten technischen Textilien mit Exceet zusammen, zwei weitere Projekte aus diesem Bereich befinden sich schon in der Pipeline.

„Die Start-up-Szene hat für uns aber zudem eine strategische Komponente“, gibt Unterlerchner zu, auch wenn sie gegenüber etablierten Unternehmen einen größeren Betreuungsaufwand bedeuten würden. „Start-ups springen schneller auf Trends auf, sind auch in der Realisierung schneller. Das heißt zwar nicht, dass wir ein fertiges Produkt in die industrielle Fertigung bringen, wir sind aber schneller bei aktuellen Trends dabei.“ Außerdem, ist er überzeugt, seien heutige Start-ups die Industriekunden von morgen: „Nicht, weil aus jedem Start-up ein Großer wird, sondern weil viele als Mitarbeiter in die Industrie gehen und die Start-up-Technologie mit ins Unternehmen bringen.“ Als Beispiel nennt er das Arbeiten mit einem Raspberry Pi, den Einplatinencomputer zum Programmieren und Experimentieren. „Start-ups bauen schnell was auf einem Raspberry Pi zusammen, kommen zu uns und sagen: Bringt das in die industrielle Produktion.“ Ähnliches, so Unterlerchner, sei inzwischen auch schon mit jungen Mitarbeitern eingessener Kunden passiert.

Auch das 2PCS-Team wollte in die Produktion, die Sicherheitsuhr, war Piazo überzeugt, war fertig. „In die Entwicklung waren 2.380 Personen und Einrichtungen auf quantitativer Ebene eingebunden, 110 Personen mit Workshops und Tests“, berichtet der 2PCS-Gründer, der Input führt etwa zu flexiblen Trageformen, der Farbgestaltung



Felix Piazo: „Für die ersten Kleinserien sind wir startklar, unsere Zielvorgabe sind 5.000 produzierte Stück in fünf Jahren.“



Wolfgang Unterlerchner: „Um ein Netzwerk aufzubauen, haben wir uns in den Cluster eingebracht. Es ist auch viel zurückgekommen, immer wieder ist vom Clustermanagement der Kontakt zu Unternehmen hergestellt worden.“

und einem magnetischen Ladekabel. Die Alarmfunktion der Uhr ist einfach zu bedienen, sie funktioniert sowohl Indoor als auch Outdoor, eine integrierte Sprachverbindung ermöglicht die Kommunikation mit der Einrichtung, die dazugehörige Softwareplattform wird in den Notrufprozess der Einrichtung integriert, auch ethisch-rechtliche Aspekte zum Schutz der Privatsphäre („Unsere Uhr trackt nicht.“) wurden berücksichtigt.

„Die Uhr war im Prinzip fertig“, stimmt Unterlerchner zu, was fehlte, war die „Industriereife“. Das „Innenleben“ bestand aus „fünf, sechs Platinen, die verschraubt werden mussten“, sagt er, erstens ein Zeitaufwand, zweitens fehleranfällig. Exceet brachte sein Produktionswissen ein, das Ergebnis ist eine zusammenklappbare Platine, die „quasi in die Uhr reinfällt“. Für den Unternehmer ein typischer Start-up-Vorgang, der sich von einem Industriekunden unterscheidet. „Etablierte Unternehmen haben eine vorgegebene und lange Produktentwicklung im Haus, ist diese abgeschlossen, kommen sie zu uns, damit wir produzieren“, erläutert Unterlerchner, viele Änderungsmöglichkeiten, die eventuell Zeit und damit Geld ersparen würden, seien nicht mehr gegeben. Anders bei Start-ups. „Sie selbst glauben zwar, dass sie am Ende der Entwicklung zu uns kommen, für uns ist es hingegen ein früher Zeitpunkt, wo noch viel möglich ist“, lacht der Techniker. So seien noch weitere Optimierungen in die Uhr eingeflossen, bestätigt Piazo, für Kleinserien ist man startbereit, als Zielvorgabe hat man sich 5.000 ausgelieferte Stück in fünf Jahren gesetzt, Ergänzungsprodukte sind auch schon angedacht. Geplant sei, in den nächsten Jahren weiter mit Exceet zu kooperieren, auch wenn es, meint Felix Piazo augenzwinkernd, nicht so leicht sei, mit einem Start-up, zusammenzuarbeiten. Was Wolfgang Unterlerchner, ebenfalls augenzwinkernd, bestätigt.

#### HINTERGRUND

Die Standortagentur Tirol nützt zur Verfügung stehende europäische Mittel zum Ausbau zukunftsfähiger Tiroler Branchen in sogenannten Clustern. Die Innovationskraft und internationale Wettbewerbsfähigkeit der jeweiligen Sektoren - Erneuerbare Energien, IT, Life Sciences, Mechatronik und Wellness - werden gestärkt, in dem die jeweiligen Clustermanagements zu mehr Forschung oder strategischer Innovationsarbeit motivieren und andererseits Kooperationen zwischen den heimischen Unternehmen bzw. zwischen den heimischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen anregen, beraten und begleiten. Innovationen, die aus solchen Kooperationen entstehen, sichern den Unternehmen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil und Marktvorsprung. Zahlen zu Kooperationen 2016 lesen Sie auf Seite 48.



*Erasmus von Rotterdam reiste im 16. Jahrhundert durch halb Europa. Erasmus+ eröffnet heute Studenten, Schülern und Lehrlingen die gesamte EU.*

## Ferne Welten

*Sie kann nur jedem raten, einmal im Leben solch eine Erfahrung zu sammeln, sagt Julia Lintner, die dank Erasmus+ ihr Praktikum im sonnigen Italien absolvierte.*

**D**er Tag der Geburt ist nicht genau bekannt, auch über das Geburtsjahr weiß man nicht Bescheid, selbst der Geburtsort wird nur vermutet. Bekannt sind aber die Stationen des späteren Lebens: Schulbesuche in Gouda, Utrecht und Deventer, Priesterweihe in Gouda, Studien in Paris, Cambridge und Turin, Aufenthalte in Venedig und Löwen, Jahre in Basel und Freiburg, Tod in Basel. Ein bewegtes Leben, nicht nur geografisch, gilt der Gelehrte doch als einer der bedeutendsten und einflussreichsten Repräsentanten des europäischen Humanismus. Viele Denkmäler wurden ihm gesetzt, allein in der Stadt Rotterdam, in der er angeblich geboren ist, sind die Universität, eine Brücke, eine U-Bahnlinie und ein Krankenhaus nach ihm benannt. Auch die EU ehrt Erasmus, der oft als erster Europäer bezeichnet wird, das Erasmus-Programm war das weltweit größte Förderprogramm von Auslandsaufenthalten an Universitäten, die Fortführung Erasmus+ vereint seit 2014 alle EU-Programme für allgemeine und berufliche Bildung, Jugend und Sport auf europäischer und internationaler Ebene, ist sozusagen der grenzenüberschreitende Bildungsturbo Europas.

Auch Julia Lintner schaffte es dank Erasmus+ über die Grenzen, für ihr vorgeschriebenes Praktikum an den Zillertaler Tourismusschulen wagte die Wattenerin den Sprung nach Cavallino-Treporti. Vielleicht kam sogar der wahre Erasmus dort einmal vorbei, grenzt doch die 13.000-Einwohner-Gemeinde direkt an Venedig, wo der Humanist immer wieder beim Verleger seiner Werke, dem Buchdrucker Aldus Pius Manutius, vorbeischaute. Zwei Monate verbrachte Julia Lintner als Praktikantin im Hotel Ca' di Valle, am Anfang, blickt sie zurück, hatte sie etwas Heimweh, das sich aber mit der Zeit legte. „Es wurde der beste Sommer meines Lebens. Zwei Monate weg von den Eltern, Sonne, Strand und die besten Kollegen, die man nur haben kann. Was will man bitte mehr?“ Lintner war eine von von 82 Schülerinnen und Schülern berufsbildender mittlerer und höherer Schulen, die im Jahr 2016 – betreut von der Standortagentur Tirol – mit Hilfe von Erasmus+ ein Auslandspraktikum absolvierten. Dazu kommen noch 79 Studierende, vier Graduierte – junge Fachkräfte maximal ein Jahr nach ihrem Abschluss – und fünf Lehrlinge, weiß Katharina Schmidhofer, die für Mobilitätsprogramme zuständige Mitarbeiterin der Standortagentur Tirol.

„Im Prinzip“, sagt Schmidhofer, „ist die heutige Generation sehr offen und motiviert, ins Ausland zu gehen. Bei den Schülern läuft es ganz gut.“ Lehrerinnen und Lehrer würden bei den Pflichtpraktika auf die Vorteile eines Auslandsaufenthalts für die Fremdsprachkenntnisse verweisen, auch Schülerinnen und Schülern höherer Jahrgänge seien Vorbilder. „Eher schwierig ist es bei den Lehrlingen“, berichtet Schmidhofer. Einerseits fehle der Lehrling im Betriebe, andererseits sei die

Hürde der Fremdsprache größer: „Sie bevorzugen daher Aufenthalte in Deutschland, Südtirol und der Schweiz, auch sind die Praktika mit drei bis vier Wochen kürzer.“ Speziell für Junge Fachkräfte initiierte die Tiroler Arbeiterkammer 2006 das Projekt TirolerInnen auf der Walz, damit diese von Erasmus+ profitieren können – 2010 kamen auch Lehrlinge und Schüler dazu. Koordiniert wird das Projekt von der Standortagentur Tirol, finanzielle Unterstützung gibt's zudem vom Land Tirol. „Über das internationale Austauschprogramm xchange haben wir ein Netzwerk im Hintergrund, mit dem wir die passenden Praktikumsplätze für Lehrlinge suchen können“, erklärt die Mobilitätsspezialistin. Auch ausländische Lehrlinge, die Erfahrung in Tirol sammeln wollen – 2016 waren's vier –, unterstützt Schmidhofer bei der Suche, „ganz optimal wäre da natürlich ein zeitgleicher Austausch“. Für 2017 ist geplant, sich vermehrt um Erasmus-willige Lehrlinge zu kümmern: „Sie sind in ihrer Zeit im Ausland weiterhin in Österreich sozial- und krankenversichert, der Betrieb bekommt für die Zeit des Praktikums die Lehrlingsentschädigung von der Wirtschaftskammer refundiert.“

Je nach Gastgeberland werden die Praktikantinnen und Praktikanten mit 500 bis 600 Euro gefördert, dazu kommt noch eine Reisekostenauspauschale. Speziell bei den Praktika im Hotelgewerbe sei es so, dass die Schülerinnen und Schüler Kost und Logis erhalten, auch Julia Lintner fand im Hotel Ca' di Valle Unterschlupf, vor allem aber auch Anschluss: „Wir haben alles gemeinsam gemacht, keiner wurde ausgegrenzt. Wir waren ein Team und das hat man bis zum letzten Tag gesehen.“ Natürlich gebe es, so die Schülerin, einige Dinge die man bei einem Auslandspraktikum beachten sollte, etwa Kenntnisse in der Landessprache zu haben, auch solle man sich bewusst sein, dass man im Ausland oft viel mehr arbeiten müsse als in Österreich. „Trotzdem“, betont Julia Lintner, „kann ich an meiner Stelle nur jedem raten, einmal in seinem Leben diese Erfahrung zu sammeln.“

### HINTERGRUND

Die Standortagentur Tirol wickelt in Tirol seit dem Jahr 2011 EU-geförderte Berufspraktika in Europa von jungen Tiroler Arbeitnehmern & Tiroler Lehrlingen, von Tiroler Schülern berufsbildender mittlerer und höherer Schulen sowie von Studierenden und Graduierten der Tiroler Hochschulen und der Fachhochschule Dornbirn ab. Das Handlungsfeld dient neben der Internationalisierung vor allem der Höherqualifizierung heimischer Fachkräfte, die ihre gesammelten fachlichen und persönlichen Erfahrungen im Anschluss an die Berufspraktika im europäischen Ausland in den Tiroler Arbeitsmarkt einbringen. Zahlen, Daten und Fakten zu den sogenannten Mobilitäten 2016 lesen Sie ab Seite 52.

# 2016

## Der Rahmen. Die Zahlen.

*Die Arbeit der  
Standortagentur Tirol  
im Jahr 2016.*



*Organigramm der Standortagentur Tirol*

**Tiroler Landesregierung**

**Standortagentur Tirol**



**Kuratorium der Standortagentur Tirol**



**Geschäftsführer**

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

# Beschlussfassung

Die Organe  
der Standortagentur Tirol  
im Jahr 2016

## Das Kuratorium der Standortagentur Tirol



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



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



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



**Dipl. Ing. Anton Mederle**  
Geschäftsführer Thöni Industrieholding



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

## Hintergrund Kuratorium

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

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

## Hintergrund Geschäftsführung

**Die Geschäftsführung:**  
Dr. Harald Gohm

### Der Geschäftsführung obliegen:

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



## 3 Fragen an Kuratoriumsmitglied Dipl. Ing. Anton Mederle

**Herr Mederle, wenn Sie auf das vergangene Jahr zurückblicken: Wie verlief 2016 für die Thöni Unternehmensgruppe ?**

Das Geschäftsjahr 2016/17, das noch bis Ende März läuft, hat in allen Geschäftsbereichen und Geschäftsfeldern der Thöni Gruppe die unterschiedlichsten Herausforderungen und Chancen mit sich gebracht. Bei vergleichbaren Umsätzen wie im Vorjahr konnten wir aufgrund verschiedenster Maßnahmen das Ergebnis weiter verbessern. Diese Entwicklung lässt uns auch sehr positiv in das neue in Kürze beginnende Geschäftsjahr blicken.

**Welche Herausforderungen sehen Sie im Jahr 2017 für den Standort Tirol?**

Der steigende Wettbewerb fordert von Unternehmen ein sehr hohes Maß an Flexibilität in Liefermenge und Lieferzeitpunkt, in höchster Qualität bei absolut konkurrenzfähigen Preisen. Dafür benötigen wir hochmotivierte und sehr gut ausgebildete Mitarbeiter, eine erstklassige Infrastruktur und ein sehr positives und optimistisches und wirtschaftsfreundliches Grundklima in Gesellschaft und Politik. Tirol ist hier auf einem guten Wege, wir müssen aber ALLES tun, dass das noch besser wird.

**Welchen Kurs hat das Kuratorium der Standortagentur Tirol anlässlich dieser Herausforderungen für die Einrichtung festgelegt?**

Die Weiterentwicklung der verschiedensten Aktivitäten und Dienstleistungen der Standortagentur sind für den Wirtschaftsstandort Tirol sehr wichtig. Die Schwerpunkte in den Clustern, in der Betriebsansiedlung und in der Förderabwicklung von hoch innovativen Projekten sind unverzichtbar. Der Blick und die Maßnahmen sind in die Zukunft gerichtet.

## Strategie der Standortagentur Tirol



# Adlerauge

## Eckdaten der Standortagentur Tirol im Überblick

<b>Name</b> Standortagentur Tirol	<b>Landeszuwendungen laufendes Geschäft 2016</b> 3,4 Mio. Euro
<b>Unternehmensform</b> öffentlich-rechtlicher Fonds Tiroler Zukunftsstiftung	<b>Ausbezahlte Zuschüsse 2016</b> 3,06 Mio. Euro
<b>Gegründet</b> 1997	<b>Mitarbeiter</b> 38,13 Vollbeschäftigtenäquivalente
<b>Trägerschaft</b> 100 % Land Tirol	<b>Kuratoriumsvorsitz</b> LRin Patrizia Zoller-Frischauf
<b>Gesamterträge 2016</b> 7,9 Mio. Euro	<b>Beteiligungen 2016</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CAST - Center for Academic Spin-offs Tyrol (30 %)</li> <li>• Oncotyrol GmbH (21 %)</li> <li>• Standortagentur Tirol Management GmbH (100 %)</li> <li>• Technikum Kufstein GmbH in Liqu. (5,5 %)</li> </ul>

### Positionierung

#### Stärken

Zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes Tirol arbeitet die Standortagentur Tirol als Dienstleister der Tiroler Wirtschaft und Wissenschaft rund um die Themen Forschung, Technologie, Innovation und Kooperation. Zum einen motiviert und begleitet sie verstärkte Zusammenarbeit der Betriebe und Forschungseinrichtungen in eigenen Clustern und vernetzt über das Enterprise Europe Network zu internationalen Technologiepartnern. Zum anderen berät und begleitet die Stand-

ortagentur Tirol Unternehmer wie Forscher bei der Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsprogrammen des Landes, des Bundes und der EU. Des Weiteren stärkt sie den Wirtschaftsraum, indem sie nachhaltige Unternehmensgründungen aus dem In- und Ausland begleitet und die Kapitalisierung innovativer Start-ups über das Investorennetzwerk Tirol ermöglicht.

#### Entwickeln

An der bestmöglichen Standortentwicklung arbeitet die Standortagentur Tirol mit Maßnahmen, die der Profilbildung des Wirtschaftsraums Tirol dienen. Zukunftsbranchen baut sie mittels Clustermanagement auf und aus. In den Regionen und in Tiroler Gemeinden optimiert sie

die inhaltliche Ausrichtung mit einem eigenen Beratungsservice der Standortagentur Tirol Management GmbH. Zudem motiviert und begleitet sie Leuchtturmprojekte, die das Kompetenzprofil Tirols über-regional sichtbar machen.

#### Vermarkten

Die Standortagentur Tirol betreibt das internationale Marketing für den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Tirol. Auftritte organisiert sie in enger Kooperation mit Tiroler Unternehmen, Universitäten

und Fachhochschulen, sämtlichen Mitgliedern in den Tiroler Clustern sowie der Tirol Werbung.

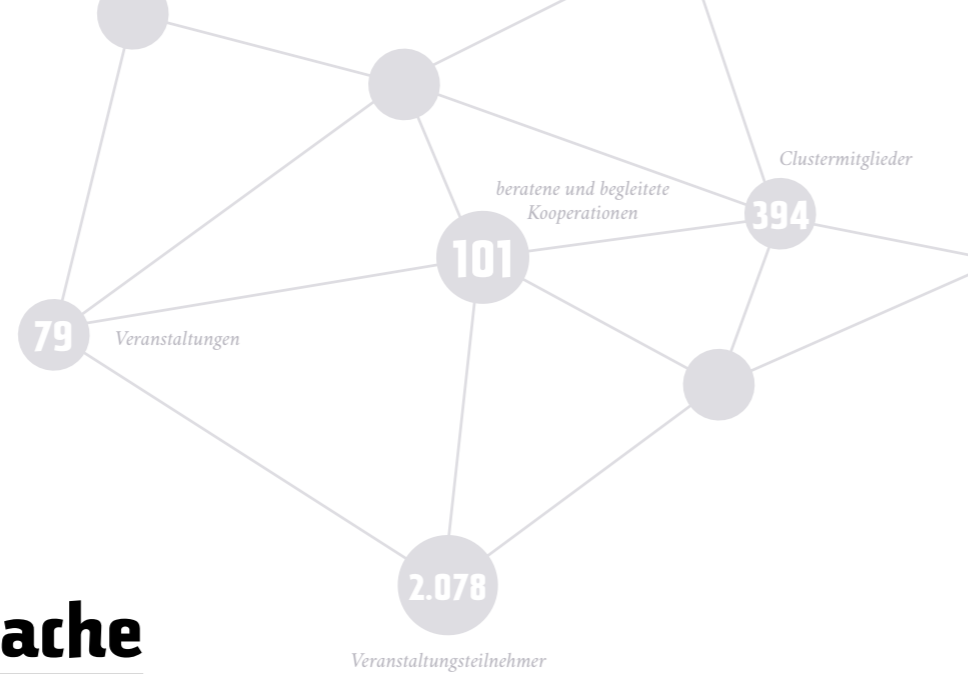
#### Zielgruppen

- Unternehmen
- Forschungseinrichtungen
- Tiroler Innovationszentren
- Regional- und Bezirksverwaltung
- Junge Europäer
- Fachkräfte

#### Handlungsfelder

- Motivierung, Beratung und Begleitung zur Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsprogrammen von Land, Bund und EU
- Forschungs- und Unternehmensförderung
- Beschleunigter Wissens- und Technologietransfer
- Forschungsverwertung und technologieorientierte Gründungen
- Qualitative Weiterentwicklung zukunftsfähiger Wirtschaftssektoren
- Regionalberatung
- Entwicklung und Begleitung von Leuchtturmprojekten
- Technologie- und Standortmarketing
- Betriebsansiedlung





## Gemeinsame Sache

*Im Cluster sind die Einzelnen und strategisch wichtige Branchen stärker.*

Die Standortagentur Tirol managt fünf Tiroler Cluster in den Fachbereichen Erneuerbare Energien, Informationstechnologien, Life Sciences, Mechatronik und Wellness: eigens eingesetzte Clustermanagements etablieren Kommunikations- und Koordinationsstrukturen zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Bildungseinrichtungen einer Branche. Innerhalb dieser treiben sie Innovationsarbeit und Kooperationen voran, zeigen Trends auf,

vermitteln technische Neuheiten und führen geeignete Projektpartner für Verbundprojekte zusammen. Im In- und Ausland verbessert der geschlossene Auftritt die Sichtbarkeit der betreffenden Branchen und ihrer besonderen Kompetenzen. Die Bündelung des Managements von fünf Clustern in der Standortagentur Tirol erleichtert Clustermitgliedern zudem die interdisziplinäre Zusammenarbeit.

### BETEILIGTE PARTNER 2016

FACHBEREICH	ANZAHL MITGLIEDER AUS WIRTSCHAFT UND WISSENSCHAFT	ANZAHL ARBEITSPLÄTZE DER MITGLIEDER	JAHRESUMSATZ DER MITGLIEDERSUNTERNEHMEN IN MIO. EURO (2016)
Cluster Erneuerbare Energien Tirol	58	7.530	3.652
Cluster Informationstechnologien Tirol	89	2.334	292
Cluster Life Sciences Tirol	44	13.511	2.535
Cluster Mechatronik Tirol	77	11.088	3.592
Cluster Wellness Tirol	108	7.709	456
Clusterübergreifend	18	5.830	137
proHolz Tirol / Holzcluster *)	124	6.750	1.530
<b>Gesamt</b>	<b>518</b>	<b>54.752</b>	<b>12.194</b>
<b>Gesamt ohne proHolz Tirol / Holzcluster</b>	<b>394</b>	<b>48.002</b>	<b>10.664</b>

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

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

## Treffpunkt Cluster

Insgesamt 79 **Veranstaltungen** haben die Clustermanagements in der Standortagentur Tirol im Jahr 2016 für ihre Mitglieder durchgeführt. **2.078 Mitglieder** (gesamte Teilnehmer) haben diese zur Vernetzung, zum Technologietransfer, zur Qualifizierung

oder zur Vermarktung genutzt. **221 Clustermitglieder** informierten sich zu den genannten Themen zudem bei ebenso vielen Betriebsbesuchen der Clustermanagements.

TREFFPUNKTE	ERNEUERBARE ENERGIEN	INFORMATIONSTECHNOLOGIEN	LIFE SCIENCES	MECHATRONIK	WELLNESS	GESAMT
Betriebsbesuche	35	55	49	38	44	221
Veranstaltungen						
Informationsveranstaltungen	1	3	3	9	3	19
Partnertreffen	1	1		1	3	6
Exkursionen	3	3	2	4	1	13
Fachtagungen		4	2	5	1	12
Messen, internationale Fachkongresse und Wirtschaftsempfänge	1		5	2	1	9
Workshops / Seminare	2	7	4	6	1	20
<b>Summe Veranstaltungen</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>79</b>



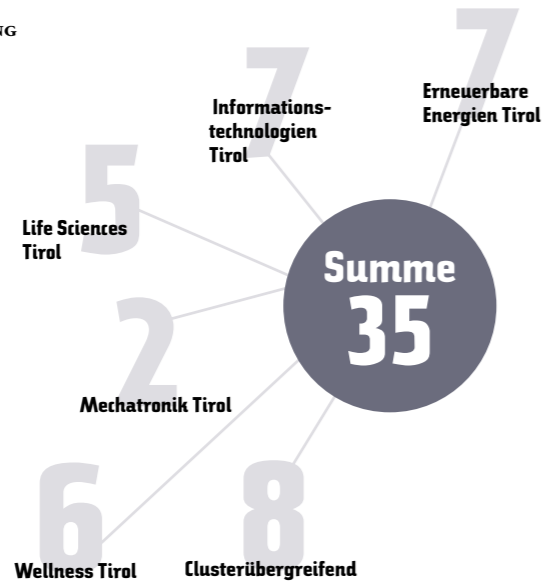
Einblick in die Arbeit der von der Standortagentur Tirol koordinierten Cluster sowie die Innovationsarbeit von Clustermitgliedern geben die Beiträge „Lückenschließer“ und „Auf Augenhöhe“ ab S. 30.

## Cluster – Innovation im Fokus

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

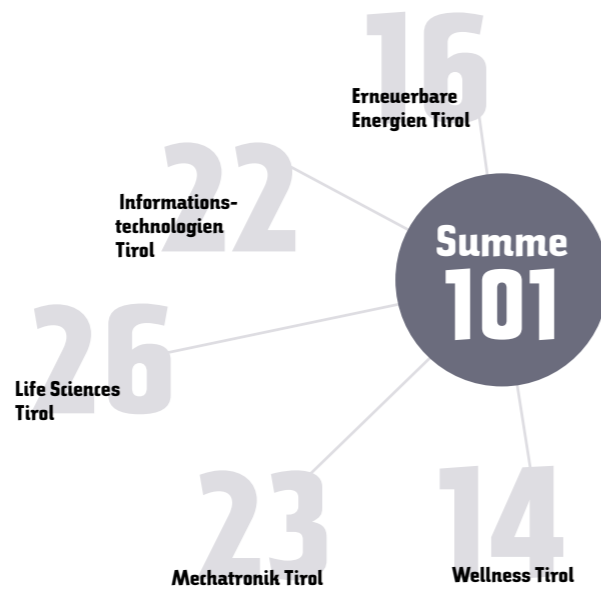
### ANTRÄGE ZU REGIONALER FTI-FÖRDERUNG UNTER CLUSTERBETEILIGUNG

35 von 100 und damit über ein Drittel der im Rahmen der regionalen FTI-Förderung des Landes Tirol im Jahr 2016 eingereichten Anträge kommen von Mitgliedern der Tiroler Cluster oder haben mindestens ein Mitglied aus den Tiroler Clustern im Konsortium.  
Ein Überblick nach Clustern.



### BERATENE KOOPERATIONEN 2016

Mitglieder der Tiroler Cluster haben sich Kooperationsstärke erarbeitet. Im Jahr 2016 konnten die Clustermanagements der Standortagentur Tirol insgesamt 101 (2015: 80) laufende oder geplante Kooperationen ihrer Mitglieder beraten.  
Ein Überblick nach Clustern.



## 5 aus 40

### Tiroler Cluster Awards 2016

Zu den Tiroler Cluster Awards 2016 reichten 40 Clustermitglieder Ihre Forschungs- und Entwicklungs- bzw. Innovationsprojekte ein. Die besten sind im Rahmen des Tiroler Innovationstages 2016 am 23. November 2016 in fünf Fachkategorien ausgezeichnet worden.

Die ausgezeichneten Projekte kamen von diesen Unternehmen und Forschungseinrichtungen:

**Cubile Health GmbH** (Life Sciences), **IDM Energiesysteme GmbH** (Erneuerbare Energien), **Rateboard GmbH** (IT), **MCI Management Center Innsbruck in Kooperation mit Swarco Raiders** (Mechatronik) sowie **Organoid Technologies GmbH** (Wellness).



## Europäisch verbunden

Zugang zu internationalen Kooperationen mit dem Enterprise Europe Network.

Mit mehr als 3000 Mitarbeitern ist das Enterprise Europe Network (EEN) das weltweit größte Support Netzwerk bei Internationalisierung für Klein- und Mittelbetriebe. Als Kontaktstelle für Technologietransfer und Innovationsmanagement im Enterprise Europe Network unterstützt, vermittelt und begleitet die Standortagentur Tirol internationale Unternehmenskooperationen in den Bereichen Technologie, Forschung und Entwicklung. Die Vermittlung internationaler Technologie- und Projektpartner (europäische Forschungsförderung) erfolgt mittels der EEN-Kooperationsdatenbank. Dieser virtuelle Marktplatz zählt mehr als 10.000 Kooperationsprofile für die Suche nach Business-, Technologie- und Forschungspartner. Seit 2015 führt die EEN-Kontaktstelle der Standortagentur Tirol auch Innovation Management Assessments (IMP<sup>3</sup>rove – Benchmark Instrument) bei Tiroler Unternehmen durch.

### EEN – FAKTEN AUS DEM BETREUUNGSGEBIET 2016



# Innovation finanzieren

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

Die Standortagentur Tirol berät und begleitet heimische Betriebe und Forschungseinrichtungen bei der Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsförderprogrammen des Landes, des Bundes und der Europäischen Union. Zum regionalen

Kompetenzzentrenprogramm K-Regio (mehrjährige, gemeinsame Forschungsprojekte der Wirtschaft und Wissenschaft) wickelt die Standortagentur Tirol die Ausschreibungen ab und startete die jüngste Ausschreibung im Dezember 2016.

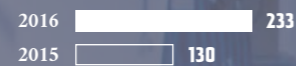
Einblick in Innovations- und Forschungsprojekte unter Förderung im Rahmen der Tiroler Innovationsförderung und vorangegangener Beratung durch die Standortagentur Tirol geben die Beiträge „Perfektes Holzgas“, „Hubarme und Höhenflüge“ sowie „Innovative Automatisierer“ auf den Seiten 10–15.

## BERATUNGEN ZU FTI-FÖRDERUNGEN VON LAND UND BUND

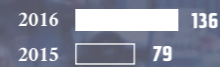
Zu regionalen und nationalen Förderprogrammen im Bereich Forschung, Technologie und Innovation (FTI) konnte die Standortagentur Tirol im Jahr 2016 insgesamt 369 Beratungen (2015: 209) durchführen. Davon betrafen 233 Beratungen die Innovationsförderung des Landes Tirol (2015: 130) sowie 136 Beratungen Bundesprogramme (2015: 79) der aws, der FFG, der ÖHT, der CDG oder des FWF. Beratungen zu den Kompetenzzentren-Programmen K-Regio (Land Tirol, EFRE-Fonds) und COMET (FFG) sind in der Statistik inkludiert.

## ANZAHL BERATUNGEN

Landesprogramme (inkl. K-Regio)



Bundesprogramme (inkl. COMET)



**369**  
Summe Beratungen

## BETREUTE AUSSCHREIBUNGEN

Die Standortagentur Tirol bereitete im Jahr 2016 eine neue Ausschreibung des Kompetenzzentrenprogramms K-Regio des Landes Tirol vor und öffnete die EFRE-kofinanzierte Ausschreibung am 1. Dezember 2016. Bis zum Ende der Ausschreibung am 15. März 2017 sind insgesamt neun Anträge eingegangen. Die Entscheidung über Förderungen in der Höhe von 2,7 Millionen Euro soll nach einer externen Expertenevaluierung im Herbst 2017 fallen.

Beratung und Begleitung der Bewerberprojekte leistete die Standortagentur Tirol des Weiteren zur Landesausschreibung InnovationsassistentIn 2016 bzw. zu den Ausschreibungen für neue K-Projekte und K1-Zentren im Bundesprogramm COMET. Aus 28 Einreichungen im Programm InnovationsassistentIn bewilligte das Land Tirol 20 Projekte zur Förderung. Von vier Einreichungen für K1-Zentren aus Tirol oder mit Tiroler Beteiligung wurde ein K1-Zentrum mit Tiroler Beteiligung bewilligt. Von vier Einreichungen für K-Projekte aus Tirol oder mit Tiroler Beteiligung wurden zwei K-Projekte mit Tiroler Beteiligung bewilligt.

## EINREICHUNGEN UND BEWILLIGUNGEN ZU AUSSCHREIBUNGEN 2016

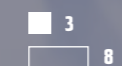
InnovationsassistentIn



K-Regio



COMET



■ Bewilligungen\* □ Einreichungen

\*) Im Programm K-Regio sind Bewilligungen nicht dargestellt, weil diese zum Zeitpunkt des Erscheinens dieses Tätigkeitsberichtes noch nicht feststanden.

## ENTWICKLUNG EINREICHUNGEN ZUR TIROLER INNOVATIONSFÖRDERUNG

Die Beteiligung an der Innovationsförderung des Landes Tirol bleibt unter Bewerbung sowie Beratung durch die Standortagentur Tirol im Jahr 2016 stabil. Während Einreichungen zu den Programmen Initiativprojekte sowie Forschung-Entwicklung-Innovation leicht rückläufig sind, erfährt das Programm InnovationsassistentIn mit 28 Einreichungen den höchsten Zulauf seit Etablierung des Programms.

## ENTWICKLUNG EINREICHUNGEN 2014–2016

Initiativprojekte



Forschung-Entwicklung-Innovation (FEI)



FEI in Kooperation



InnovationsassistentIn



## BESCHÄFTIGTENZAHLEN DER ANTRAGSTELLER ZUR TIROLER INNOVATIONSFÖRDERUNG

Den größten Anteil der im Jahr 2016 zur Tiroler Innovationsförderung einreichenden Betriebe erzielen mit 35,8% Unternehmen mit 2–5 Beschäftigten. An zweite Stelle reichen sich EPU's mit 19,4% der Einreichungen, gefolgt von Unternehmen mit 6–10 Mitarbeitern und einem Anteil von 17,9% an den Einreichungen zur Tiroler Innovationsförderung. Der gemeinsame Anteil an den Einreichungen von Betrieben mit 2–20 Mitarbeitern liegt mit 65,7% bei knapp zwei Dritteln. Damit motiviert die Innovationsförderung des Landes Tirol erfolgreich eine höhere Innovations- und Technologieentwicklungstätigkeit insbesondere der kleinstrukturierten Tiroler Wirtschaft.

## MITARBEITERZAHL



## ANTEIL ERSTANTRAGSTELLER BEI TIROLER INNOVATIONSFÖRDERUNG

Bei der Tiroler Innovationsförderung des Landes Tirol liegt der Anteil der Erstantragsteller bei 40%. Dieser Anteil unterstützt das strategische Ziel, die Zahl der innovationsaktiven Unternehmen am Standort zu erhöhen.

## ANTEIL ERSTANTRAGSTELLER



# Praktikum? Am besten in Europa.

Geförderte Auslandspraktika in Zahlen.

Die Standortagentur Tirol wickelt EU-geförderte Auslandspraktika von Studierenden und Graduierten der Tiroler Hochschulen und Fachhochschule Dornbirn, von Tiroler Lehrlingen und jungen Arbeitnehmern sowie von Schülern berufsbildender mittlerer und höherer Schulen am Standort ab. Die beste Option für junge Menschen, sowohl ihre fachlichen als auch sprachlichen und interkulturellen Kompetenzen für die bevorstehende Karriere zu erweitern. Die Finanzierung der Stipendien erfolgt durch die Europäische

Union im Rahmen des Europäischen Programms ERASMUS+.

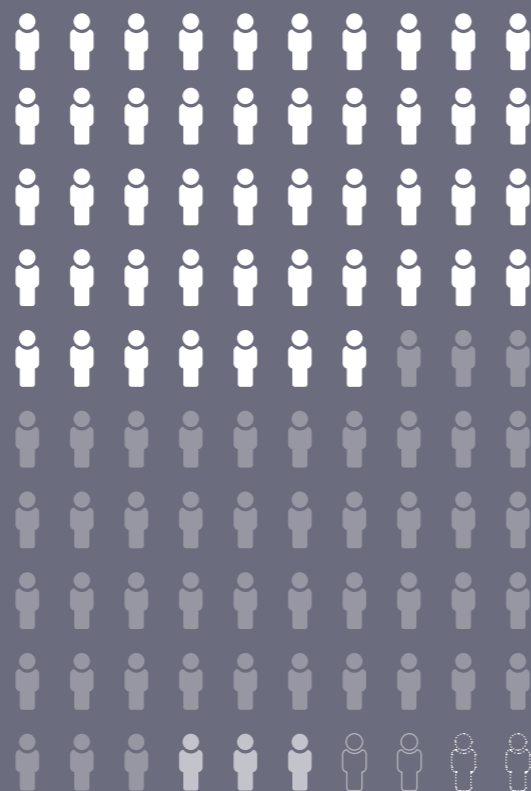
Im Jahr 2016 hat die Standortagentur Tirol insgesamt 173 sogenannte Mobilitäten betreut. 170 davon waren Auslandsaufenthalte junger Tiroler, weitere drei betreffen Incoming-Lehrlinge, die zu Tiroler Betrieben vermittelt worden sind.

## MOBILITÄT. VERTEILUNG NACH ZIELGRUPPEN

Im Jahr 2016 konnte die Standortagentur Tirol insgesamt 173 Mobilitäten abwickeln (2015: 259).

Zum ersten Mal waren Schüler von Berufsbildenden Mittlern und Höheren Schulen mit 82 (2015: 102) und damit 47,7 % aller Mobilitäten die stärkste Teilnehmergruppe. Die Standortagentur Tirol betreut diese in Zusammenarbeit mit der Arbeiterkammer Tirol. Es folgt die Teilnahme von Studierenden aus den heimischen Hochschulen mit 79 (2015: 122) und damit 45,7 % aller Mobilitäten.

Bei den Lehrlingen konnten 5 Lehrlinge (2015: 12) und damit 2,9 % der Mobilitäten zu europäischen Betrieben vermittelt werden. Die Beteiligung der Graduierten lag mit 4 Auslandspraktika (2015: 19) bei 2,3 %. 3 Lehrlinge (2015: 4) kamen aus europäischen Ländern in Tiroler Betriebe.



- Schüler (47,4%)
- Studierende (Erasmus+) (45,7%)
- Lehrlinge outgoing (TirolerInnen auf der Walz, xchange) (2,9%)
- Graduierte (Erasmus+) (2,3%)
- Lehrlinge incoming (1,7%)

## MOBILITÄTEN. VERTEILUNG NACH ZIELLÄNDERN STUDIERENDE UND GRADUIERTE



## MOBILITÄTEN. VERTEILUNG NACH ZIELLÄNDERN SCHÜLER UND LEHRLINGE (OUTGOING)



# Dem Standort eine Bühne bieten

Die Standortagentur Tirol wirbt außerhalb Tirols um Unternehmen und Investoren.

Im Rahmen des internationalen Marketings für den Standort Tirol präsentiert die Standortagentur Tirol die wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Leistungen Tirols sowie besondere Kompetenzen seiner Betriebe und Forschungseinrichtungen zu verschiedensten Terminen im In- und Ausland. Dabei spricht

sie potenzielle Kooperationspartner und Kunden der heimischen Betriebe an oder interessiert Unternehmen und Investoren mit dem Potenzial, frische Impulse, neue Arbeitsplätze oder Kapital nach Tirol zu bringen.

17.916 Seitenansichten tirol.info  
9.656 Besucher  
210.000 Zeichen neuer Lesestoff in Themen-Dossiers

## 360 Grad Standort Tirol

Auf [www.tirol.info](http://www.tirol.info) präsentiert die Standortagentur Tirol den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Tirol seit Herbst 2015 als dynamischen und zukunftsfähigen Standort, der bei Unternehmen und Fachkräften mit hoher Lebensqualität punktet. Neben Themen-Dossiers bieten über 100 weitere Beiträge Fakten und Best Practices zu den zentralen Standort-Säulen Wirtschaft, Wissenschaft und Tourismus, zum Charakter von Land und Leuten sowie zu Chancen rund um das Investieren, Kooperieren oder Forschen in Tirol.



Drei neue Themen-Dossiers hat die Standortagentur Tirol im Jahr 2016 auf dem Standortmarketing-Portal [tirol.info](http://tirol.info) gelauncht. Diese zweisprachigen Themen-Dossiers beschäftigen sich in insgesamt **12 Beiträgen** mit dem Vorsprung der Tiroler Wirtschaft und Wissenschaft durch internationale Vernetzung (Dossier: Internationales Tirol), der Vielfalt und Führungspositionen der heimischen Wintersportindustrie (Dossier: Wintersportindustrie) sowie anlässlich des Global Wellness Spa Summit im Oktober 2016 mit besonderen Leistungen der Tiroler Wellness-Wirtschaft (Dossier: Gesundes Tirol).



2 Sonderausgaben  
2 Klassikausgaben Cluster  
275.000 Zeichen

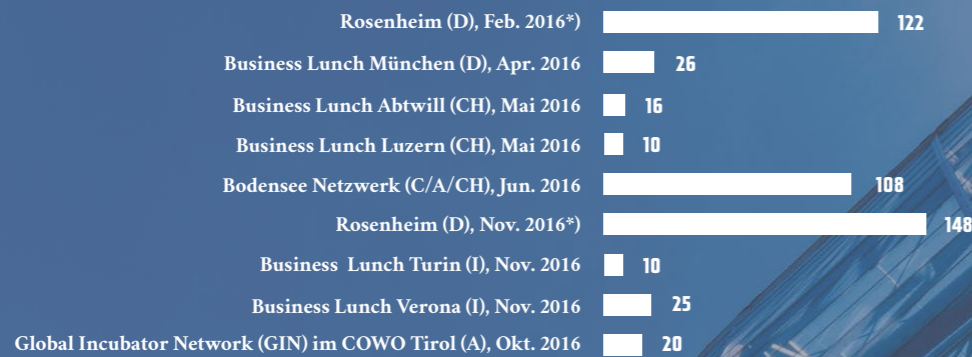
## Standort – Nachrichten aus dem Innovations- und Technologieland Tirol

Alle Standortausgaben werden an sämtliche Netzwerkadressen der Standortagentur Tirol verschickt sowie bei Terminen der Standortagentur Tirol im In- und Ausland verteilt und können auf [www.standort-tirol.at/standort](http://www.standort-tirol.at/standort) nachgelesen werden.

Den Standort Tirol mit Nachrichten aus dem Innovations- und Technologieland Tirol hat die Standortagentur Tirol im Jahr 2016 insgesamt viermal herausgegeben. Zwei – je in deutsch und englisch verfügbare – Sonderausgaben beschäftigten sich mit den Schwerpunktthemen Start-ups Tirol anlässlich des Business Angel Summits Kitzbühel im Juli 2016 sowie anlässlich des Global Wellness Spa Summit im Oktober 2016 mit besonderen Leistungen der Tiroler Wellness-Wirtschaft. Beide Ausgaben adressierten mit den Gästen der jeweiligen Plattform vorwiegend internationales Publikum. Zwei weitere Klassikausgaben des Standortes holten auf den Fachbereichsseiten Leistungen von Mitgliedern aus den Tiroler Clustern vor den Vorhang.

### PRÄSENTATIONS- UND DIALOGTERMINE BETRIEBSANSIEDLUNG 2016

Bei von der Standortagentur Tirol organisierten Präsentationsterminen vor ausländischen Unternehmen erzielte der Wirtschaftsstandort Tirol Interesse bei insgesamt 485 Fachkontakten.



\* in Zusammenarbeit mit ABA Invest in Austria und Außenwirtschaftszentrum München

### INVESTORENMARKETING 2016

Bei von der Standortagentur Tirol und ihren Partnern organisierten Investoren-Treffen erzielte der Wirtschaftsstandort Tirol Kontakte zu insgesamt 174 internationalen Investoren.



### INTERNATIONALE FACHMESSEN INNOVATIONS- UND CLUSTERSERVICES 2016

Die Innovations- und Clusterservices in der Standortagentur Tirol präsentierten den Wirtschaftsstandort Tirol im Jahr 2016 gemeinsam mit 15 Tiroler Unternehmen auf vier internationalen Fachmessen mit insgesamt 187.100 Fachbesuchern.



# STANDORTFAKTOR: NEUE UNTERNEHMEN

## Start-ups

Ideen mit Netzwerken und Kapital stärken

In den letzten Jahren hat sich in Tirol eine aktive Start-up-Szene entwickelt. Noch schneller wachsen soll das Tiroler Start-up-Ökosystem mit Hilfe der im Jahr 2016 aus der Taufe gehobenen Public-Private-Partnership-Initiative Startup.Tirol. Die Partner (zur Gründung Standortagentur Tirol, I.E.C.T. Hermann Hauser, Tyrolean Business Angel GmbH und Werkstätte Wattens) bieten Plattformen und Formate, die Start-ups mit attraktivem Wachstumspotenzial vor allem in der Phase der Umsetzung und beim Markteintritt intensiv und individuell unterstützen. Im Jahr 2016 wurden Formate wie das 7-wöchige Intensiv-Programm Camp Zwei

gelauncht. Ein weiteres primäres Ziel, der Aufbau eines Mentorennetzwerks mit Vertretern aus der heimischen Wirtschaft, wird im Jahr 2017 umgesetzt.

Im Investorennetzwerk Tirol führt die Standortagentur Tirol eigenkapitalsuchende Jungunternehmen mit regionalen und internationalen Privatinvestoren zusammen. Zum erweiterten Netzwerk zählen zum Zeitpunkt 106 Investoren, mit 15 von ihnen stand man im Berichtsjahr im engen Austausch zu 25 kapitalsuchenden Projekten.

## Betriebsansiedlung

Wertschöpfung importieren

Interessierte Investoren unterstützt die Standortagentur Tirol mit einem umfangreichen Serviceangebot auf allen Wegen der Investitionsprüfung und Umsetzung einer Ansiedlung.

26 neue Unternehmen haben sich im Jahr 2016 mit Unterstützung durch die Standortagentur Tirol aus dem Ausland oder österreichischen Bundesländern in Tirol angesiedelt. Das sind um drei mehr als im vorangegangenen Berichtsjahr und markieren den Bestwert im

Vergleich aller Jahresbilanzen der Standortagentur Tirol. Kumuliert planen alle Ansiedler des Jahres 2016 erste Investitionen in Höhe von rund 14 Millionen Euro und wollen im ersten Planungszeitraum von bis zu zwei Jahren 179 neue Arbeitsplätze schaffen. Damit beläuft sich die Zahl der durchschnittlich geplanten Arbeitsplätze pro Ansiedlung im Jahr 2016 auf 6,9. Das stärkste Herkunftsland von Betriebsansiedlungen ist Deutschland mit acht Ansiedlungen. Zum ersten Mal reiht sich

Österreich mit sechs Ansiedlungen an zweite Stelle, gefolgt von Italien mit fünf Ansiedlungen. Die Zahl der betreuten Ansiedlungsinteressenten liegt im Jahr 2016 bei 104.

Von aktuellen Best Practices der Betriebsansiedlung berichtet der Beitrag „Digitale Grenzüberschreiter“ ab S. 16.

### PLATTFORM STARTUP.TIROL 2016

Die Standortagentur Tirol hat im Jahr 2016 insgesamt acht Veranstaltungen umgesetzt, an denen insgesamt 75 Start-up-Teams aus Tirol bzw. insgesamt 618 Vertreter der Tiroler Start-up-Community teilgenommen haben. Die Teilnehmer nutzten die Termine zum Know-how-Gewinn, zur Inanspruchnahme von Mentoring, zum Treffen von Investoren oder zum Erfahrungsaustausch mit Gleichgesinnten. Veranstaltungen im Rahmen der Initiative Startup.Tirol sind den vier Themenkreisen Start-up, Umsetzung, Wachstum und Inspiration zugeordnet und sprechen Start-ups in insgesamt vier unterschiedlichen Entwicklungsphasen laut Legende zur Tabelle an.

DATUM	VERANSTALTUNG	ZIELGRUPPENPHASE	TEILNEHMENDE TEAMS	TEILNEHMENDE DER COMMUNITY
15. März	Start-up-Club	Start-up	6	65
03. Mai	Start-up-Club	Start-up	3	58
06. Juni	Start-up-Club	Start-up	2	30
06. Juni	Camp Zwei Demo Day*)	Umsetzung	7	60
09. Juni	Innovation Days Demo Day**)	Inspiration	25	188
08. Juli	Business Angel Summit***)	Wachstum	14	102
20. Oktober	Start-up-Club	Start-up/Wachstum	10	66
19. Dezember	Start-up-Club	Inspiration/Start-up	8	49
		<b>Summe</b>	<b>75</b>	<b>618</b>

\*) in Zusammenarbeit mit I.E.C.T. Hermann Hauser

\*\*\*) in Zusammenarbeit mit Universität Innsbruck und den Innovations- und Clusterservices in der Standortagentur Tirol

\*\*\*\*) in Zusammenarbeit mit aws - i2 Business Angels Austria

Inspiration: Erste Anknüpfungspunkte mit Unternehmertum - Start-up: Pre-Seed und Gründungsphase - Umsetzung: Markteintritt - Wachstum: Skalierung des Unternehmens



# Jahresabschluss

Kennzahlen aus der Bilanz 2016

ERTRÄGE 2016	€	7.993.177,03	AUFWENDUNGEN 2016	€	7.562.790,00
Jährliche Zuwendung Land Tirol	€	3.734.645,36	Standortpositionierung, Standortvermarktung	€	1.061.913,48
Zuwendungen Land Tirol für Bezuschussung von Förderprojekten bzw. Projekte unter Landescofinanzierung (z.B. COMET)	€	2.552.320,10	Unternehmensgründung, Betriebsansiedlung, Standortentwicklung	€	1.377.097,97
Sonstige betriebliche Erträge	€	1.615.618,15	Vernetzung und Wettbewerbsfähigkeit	€	1.984.044,24
Erträge aus Wertpapieren und Zinsen	€	90.593,42	Wissens- und Technologietransfer sowie Mobilitätsprogramme	€	439.043,98
			Vertraglich zugesicherte Mittel für Förderprojekte	€	2.658.961,05
			Aufwendungen aus Wertpapieren und Zinsen	€	41.729,28
			Ergebnis	€	430.387,03

## ERTRÄGE 2016

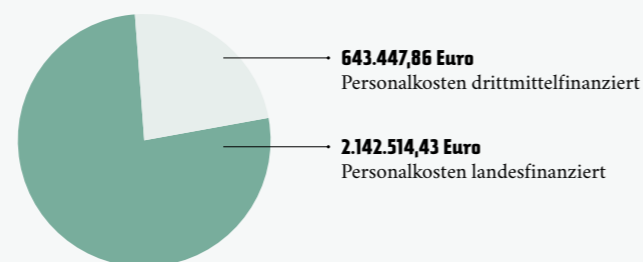
Die Finanzierung der Arbeit der Standortagentur Tirol erfolgt aus Mitteln des Landes Tirol, sonstigen betrieblichen Erträgen und Erträgen aus Wertpapieren und Zinsen. Die jährliche Zuwendung des Landes Tirol belief sich im Berichtsjahr auf 3.734.645,36 Euro. Für die Bezuschussung von Förderprojekten bzw. Projekten unter Landescofinanzierung - wie beispielsweise COMET-Zentren am Standort Tirol bzw. mit Beteiligung von Tiroler Unternehmen - hat die Standortagentur Tirol im Jahr 2016 Landesmittel in Höhe von 2.552.320,10 Euro erhalten. An sonstigen betrieblichen Erträgen - das sind Einkünfte aus Mitteln der Europäischen Union und des Bundes sowie Erträge aus Dienstleistungserlösen - erzielte die Standortagentur Tirol 1.615.618,15. Die Erträge aus Wertpapieren und Zinsen beliefen sich auf 90.593,42 Euro.

## DRITTMITTELFINANZIERUNG PERSONALKOSTEN 2016

Vom Personalaufwand des Geschäftsjahres 2016 in Höhe von 2.785.962,29 Euro werden 643.447,86 Euro und damit rund 23,10 % aus Drittmitteln finanziert. Bei diesen Drittmitteln handelt es sich im Wesentlichen um vereinnahmte EU-Förderungsbeiträge und Rückflüsse aus Bundesprogrammen.

## AUFWENDUNGEN 2016

Bei ihren Aufwendungen setzte die Standortagentur Tirol im Jahr 2016 mit 1.984.044,24 Euro inhaltlich den größten Teil ihrer Aufwendungen zur Vernetzung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Standortes und seiner Unternehmen mit Hilfe von Clustern ein, während in den Wissens- und Technologietransfer mit Förderberatung für Land, Bund und EU sowie die europäischen Mobilitätsprogramme 439.043,98 Euro flossen. Die Aufwendungen für die Standortpositionierung im In- und Ausland beliefen sich im Jahr 2016 auf 1.061.913,48 Euro, während für die Handlungsfelder Gründung, Betriebsansiedlung und Standortentwicklung Mittel in Höhe von 1.377.097,97 Euro eingesetzt worden sind. Weiterhin entfällt ein hoher Anteil der Aufwendungen der Standortagentur Tirol mit 2.658.961,05 Euro auf die Bezuschussung von Förderprojekten im Bereich Forschung, Technologie und Innovation. Das Ergebnis des Geschäftsjahres 2016 beläuft sich auf 430.387,03 Euro.



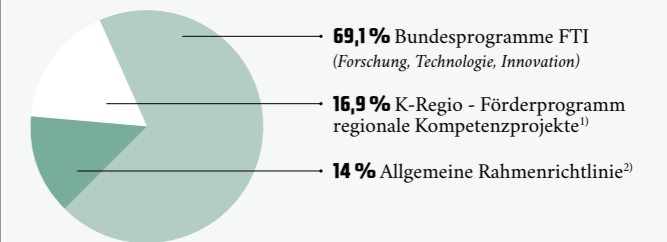
# Zuschüsse im Überblick

Auszahlungen der Standortagentur Tirol im Jahr 2016

Zuschüsse sind alle im Jahr 2016 getätigten Auszahlungen der Standortagentur Tirol von vertraglich zugesicherten Mitteln. Die Zuschüsse 2016 zeigen den tatsächlichen Mittelfluss an Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Forschungsverbände und andere Projektträger im betreffenden Jahr, unabhängig vom Jahr der Förderzusage und Mittelbindung. Die Summe der Auszahlungen beläuft sich im Jahr 2016 auf 3.059.376,67 Euro.

## AUSBEZAHLTE ZUSCHÜSSE 2016 NACH FÖRDERBEREICHEN

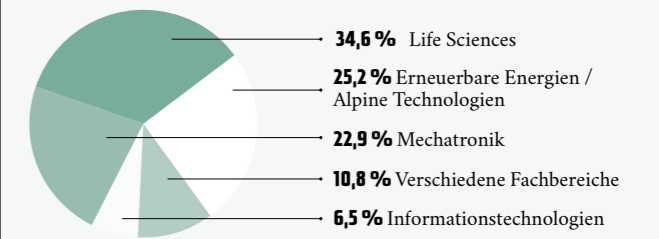
Der größte Anteil der Projekte, an die im Jahr 2016 Zuschüsse ausbezahlt worden sind, entfällt mit 69,1 % (2.114.356,19 Euro) auf Projekte, die in Bundesprogrammen für Forschung, Technologie und Innovation (FTI) wie dem COMET-Programm oder dem Basisprogramm der FFG gefördert und von der Standortagentur Tirol cofinanziert werden. Der Anteil an Zuschüssen für Projekte im Rahmen des Landesförderprogrammes K-Regio liegt im Jahr 2016 bei 16,9 % (517.172,17 Euro). Die Zuschüsse an Projekte im Rahmen der Allgemeinen Rahmenrichtlinie der Standortagentur Tirol belaufen sich im Jahr 2016 auf 14 % der Auszahlungen (427.851,31 Euro).



<sup>1)</sup> Die Vergabe von Mitteln an regionale Kompetenzzentren im Förderprogramm K-Regio aus Mitteln des Landes Tirol ist in der Richtlinie K-Regio 2014-2021 - Förderprogramm Regionale Kompetenzprojekte der Standortagentur Tirol geregelt.  
<sup>2)</sup> Die Allgemeine Rahmenrichtlinie über die Gewährung von Zuschüssen aus dem Fonds Tiroler Zukunftsstiftung regelt die Vergabe sämtlicher Mittel der Standortagentur Tirol.

## AUSBEZAHLTE ZUSCHÜSSE 2016 NACH FACHBEREICHEN

Der Großteil der von der Standortagentur Tirol im Jahr 2016 ausbezahlten Zuschüsse entfällt wie im vorangegangenen Berichtsjahr auf den Fachbereich Life Sciences mit 34,6 % (1.057.604,37 Euro) der Auszahlungen. Es folgt der Fachbereich Erneuerbare Energien/Alpine Technologien mit 25,2 % (771.411,68 Euro). Deutlich gestiegen ist der Anteil des Fachbereichs Mechatronik mit 22,92 % (701.152,30 Euro). Es folgen Auszahlungen an verschiedene gemischte Fachbereiche (10,8 % bzw. 330.782,70 Euro) sowie den Fachbereich Informationstechnologien mit 6,5 % (198.428,62 Euro).



## ENTWICKLUNG ZUSCHÜSSE 2013 - 2016

Die Summe der von der Standortagentur Tirol ausbezahlten Zuschüsse ist im Jahr 2016 auf 3.059.376,67 Euro gestiegen. Während die Auszahlungen für Bundesprogramme (FTI) im Vergleich zum Vorjahr nahezu gleich geblieben sind, sind sowohl die Zuschüsse im Rahmen der Allgemeinen Rahmenrichtlinie als auch für das Landesförderprogramm K-Regio gestiegen. Ab dem Jahr 2015 werden K-Regio Förderungen des Landes Tirol wieder über die Standortagentur Tirol ausbezahlt.

## ENTWICKLUNG IN MILLIONEN EURO



# Impressum

---

## Standortagentur Tirol

### Geschäftsführung:

Dr. Harald Gohm

### Alle Rechte vorbehalten.

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

### Text:

Andreas Hauser  
Standortagentur Tirol

### Gestaltung & Produktion:

KULTIG Werbeagentur

### Herausgeber und Medieninhaber:

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

### Bildquellen:

Andreas Friedle: Titel, 2, 3 (1), 7–9, 10–11, 12 (klein), 14, 15, 17–20, 23, 24 (2), 26–28, 30–32, 34–37

Patscherkofelbahn BetriebsgmbH: 1  
Standortagentur Tirol: 2, 22, 24 (1, 3, 4), 40, 47, 50, 53, 54, 57

KULTIG: 3 (2), 55

Land Tirol: 4, 42 (1, 2, 5)

Medgas Technik: 12

FF Film: 12

Fab Atelier: 29

GAPS: 38

Steka: 42 (3)

Christoph Mederle: 42 (4), 43

Madeleine Gabl: 44

Fotolia: 49

Werkstätte Wattens: 56

### Stand:

Innsbruck, März 2017

### Druck- und Satzfehler vorbehalten.

### Hinweis:

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



*Dieser Tätigkeitsbericht wurde klimaneutral auf FSC®-zertifiziertem Papier gedruckt.*



**Standortagentur Tirol**

Ing.-Etzel-Straße 17  
6020 Innsbruck · Österreich  
+43.512.576262 *t*  
+43.512.576262.210 *f*  
office@standort-tirol.at *e*  
[www.standort-tirol.at](http://www.standort-tirol.at) *w*

*Standortagentur Tirol – eine Einrichtung des Landes Tirol.*

