

STANDORT

[standortagentur] : [erneuerbare energien] [informationstechnologien] [life sciences] [mechatronik] [wellness] : [forschung] [wirtschaft]



1

2

3

4

5

6

7

8

AKTUELLE NACHRICHTEN DER STANDORTAGENTUR TIROL

Nr. 11. | Jg. 03

STANDORT 04 | I I

[Thema: Inhalt]

Standort

Seite 1 | 2

■ Tourismusexperte Harald Pechlaner über Integriertes Standortmanagement
■ Start der 4. Ausschreibung für K-Projekte im Rahmen des COMET-Programms

Erneuerbare Energien

Seite 3

■ Die Schwebebett-Technologie von Syncraft Engineering kommt zum Einsatz
■ Das K-Regio „enerChange“ entwickelt Speicher- und Systemkomponenten

Mechatronik

Seite 4

■ PACT Technologies sorgen mit innovativem Plexiglas für weltweites Aufsehen
■ Das Außerferner Unternehmen DaTARI-US setzt auf Datenspeicher für die Ewigkeit

Informationstechnologie

Seite 5

■ Das IT-Unternehmen seekda arbeitet mit Google zusammen
■ Die Innsbrucker Werbeagentur Kjero ist Spezialist für Word of Mouth Marketing

Wellness

Seite 6

■ Heinz Schletterer über den Adaptionsprozess im Gesundheits- und Wohlfühl-tourismus
■ Fengtirois nutzt Tiroler Naturmaterialien auf eine ganz besondere Art

Life Sciences

Seite 7

■ Oroboros ist ein Global-Player im Bereich der Erforschung der Zellatmung
■ Contec entwickelt und fertigt elektronische Steuerungen und Systeme

[Thema: Impressum]

STANDORT. Aktuelle Nachrichten der Standortagentur Tirol und ihrer Clusterinitiativen. Ausgabe 04 | I I
Herausgeber: Standortagentur Tirol, Ing.-Eitzel-Straße 17, 6020 Innsbruck | Verleger: ECHO Zeitschriften- u. Verlags GmbH | Redaktion: Andreas Hauser, Hugo Huber, Gernot Zimmermann | Fotos: Andreas Friedle | Layout: Thomas Binder, Armin Mügg | Druck: Alpina

„In Tirol sind viele Akteure integriert“

Standort. Tourismusexperte Harald Pechlaner von der Universität Eichstätt-Ingolstadt über Integriertes Standortmanagement und Tiroler Benchmarks.

STANDORT: Herr Pechlaner, was versteht man unter „Integriertem Standortmanagement“?

HARALD PECHLANER: Esverfolgt die Idee, drei wesentliche Zielgruppen einer Region – Wirtschaft, Bevölkerung und Gäste – in Hinblick auf die Ziele, die sie mit der Region verbinden, zusammenzubringen und sie somit integriert. Wenn wir eine erfolgreiche Region entwickeln wollen, müssen wir Überlegungen aller drei Gruppen in Einklang zu bringen – die Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung. Das Ganze hängt auch zusammen – wir haben Wettbewerb und Lebensqualität als großes Ziel. Wir können aber nicht sagen, Wettbewerb ist für die Wirtschaft und Lebensqualität ist etwas für die Menschen in der Region. Im Gegenteil, Lebensqualität ist auch eine für die Wirtschaft sehr interessante Zielgröße.

STANDORT: Sie haben für die Standortagentur Tirol rund 30 Standorte zu diesem Thema abgefragt. Was war der Fokus?

PECHLANER: Der Fokus war ein europäischer. Wir haben die Interviewten befragt, wo ihrer Meinung nach die Benchmarks, die Best Practises der Regionen liegen. Wir haben auch ähnliche Räume wie Tirol in den Mittelpunkt gestellt, es dominiert der Alpenraum, aber nicht nur. Wir haben einzelne Handlungsfelder näher betrachtet, und auf der Grundlage der Standorttheorie diese und ihren Vernetzungsgrad untersucht.

STANDORT: Vernetzungsgrad innerhalb der Regionen?



Harald Pechlaner: „Tirol hebt sich von anderen Regionen durch die Integration der Innovationsförderung ins Standortmarketing ab.“

PECHLANER: Ja, das war der Fokus, vor allem innerhalb der Akteure, die sich mit Standort- und Destinationsmanagement auseinandersetzen. Jede Region hat eigene organisatorische Rahmenbedingungen, innerhalb derer Aufgaben abgewickelt werden. Im Mittelpunkt standen bei uns Organisationen, die sich mit Tourismus- und Standortmarketing sowie Innovationsförderung beschäftigen, dazu kamen noch Institutionen, die sich mit Exportförderung, Kongressorganisation und Messen auseinandersetzen – all dies sind relevante Standortfaktoren.

STANDORT: Gibt es schon Ergebnisse der Vergleiche?

PECHLANER: Die gute Integration von Standortmarketing und Forschungs- bzw. Bildungsbereich ist in

Tirol eine Benchmark. Auffallend ist auch, dass Standortmanagement in Tirol wenig politisch angelegt ist und in Abstimmung von zwei Organisationen – Tirol Werbung und Standortagentur – passiert. Das ist ebenso eine Benchmark. Was im Vergleich zu anderen Regionen etwas abgeht, ist die Integration von Messe- und Kongressbereich, das könnte intensiver sein. Ansonsten sind im Handlungsfeld Wirtschaftsstandort durch die Clusterpolitik sehr viele Akteure integriert. Worin sich Tirol, aber auch Südtirol, noch abhebt, ist die Integration der Innovationsförderung – Stichwort Förderung von Jungunternehmen und Gründungen. Und aber in einem Rahmen, der etwas mit Marke zu tun hat, da ist Tirol sehr gut unterwegs.]

GASTKOMMENTAR

Wer wagt, gewinnt – früher oder später



Ein Seefahrer, der Angst hat, sich zu weit von bekannten Küsten zu entfernen, wird nie Neuland entdecken. Entfernt er sich aber von den ihm bekannten Gewässern, wird er möglicherweise den einen oder anderen Rückschlag erleiden müssen bevor ihm eine Entdeckung gelingt. Scheitern ist eine häufige Nebenwirkung von Innovation.

Woody Allen sagte einmal: „Wenn man nicht hie und da auf die Nase fällt, ist das ein Zeichen, dass man nichts wirklich Innovatives tut.“ Nur wer das Risiko zu Scheitern in Kauf nimmt, kann wirklich kreativ sein. Denn Kreativität bedarf einer Unbefangenheit gegenüber dem Unbekannten. Wir Menschen stützen uns im Alltag – wenn immer möglich – auf unsere Erfahrung, auf das uns Bekannte. Das macht durchaus Sinn, denn so müssen wir nicht zu viel Energie für wiederkehrende Situationen aufbringen. Neue Ideen entstehen aber dann, wenn wir sicheres Gewässer verlassen und unserem Gehirn die Möglichkeit geben, auf eine abenteuerliche Reise ohne sicheren Ausgang zu gehen. Es ist eine Reise, welche ohne den Blick auf unseren Erfahrungskompass unternommen werden muss und somit in Sackgassen enden kann. Wenn wir also die Kreativität fördern wollen, müssen wir Misserfolge zulassen oder gar wertschätzen können, so wie es der indische Weltkonzern Tata mit dem Preis „Dare to try“ vormacht. Dieser wird an Teams verliehen, welche eine kreative Idee ernsthaft umzusetzen versuchten, auch wenn dies in einem Misserfolg endete. Denn: wer nichts falsch macht, macht aller Wahrscheinlichkeit nach auch nichts Neues.

✂ **Ihr Jiri Scherer**

Kreativitätstrainer und Innovationsberater
Denkmotor GmbH, Zürich

ADVENTURE X

Den Businessplanwettbewerb Adventure X von der Standortagentur Tirol und CAST gibt es natürlich auch im Jahr 2012. Zum elften Mal sollen innovative Tirolerinnen und Tiroler motiviert werden, aus tragfähige Geschäftskonzepte zu entwickeln. In dem bewährten Drei-Phasen-Konzept soll Schritt für Schritt aus einer Idee ein erfolgreiches Geschäftsmodell werden, wie immer stehen den Teilnehmern des mehrmonatigen Wettbewerbs bei Coachingeinheiten und Seminarwochenenden Experten aus der Praxis mit Rat und Tat zur Seite. Die Kick-off-Veranstaltung wird Ende Jänner 2012 stattfinden, nähere Infos dazu gibt es auf www.adventurex.info.

[ONCOTYROL]

Exzellente Arbeit

Seit drei Jahren läuft die große Verbundforschung im Oncotyrol.

Über 40 beteiligte Partner aus dem In- und Ausland arbeiten an der Entwicklung innovativer Therapien zur verbesserten Diagnostik und individuellen Behandlung von Krebspatienten bei weniger Nebenwirkungen. Jetzt hat eine internationale Jury das Kompetenzzentrum im Auftrag der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) begutachtet und die exzellente Arbeit bestätigt. Geprüft wurden das bisher Erreichte und die Pläne für die zweite Förderperiode ab 2012, untersucht wurde auch die Qualität der Forschungsprojekte, die Organisation, Kennzahlen wie Anzahl an Beschäftigten oder Patenten und zusätzlich eingeworbene Fördermittel. „Das positive Ergebnis der Expertenevaluierung für Oncotyrol zeigt, dass die Profilbildung am Standort Tirol erfolgreich verläuft und die bisherigen Landesinvestitionen gut platziert sind“, zeigt sich LH Günther Platter erfreut über die Forschungsarbeit, die vom wissenschaftliche Leiter von Oncotyrol, Univ.-Prof. Dr. Lukas Huber (im Bild rechts), koordiniert wird. Der Großteil der öffentlichen Finanzierung kommt ab 2012 mit 4,5 Millionen Euro via FFG vom Bund, Tirol und – zu einem kleinen Teil – das Land Salzburg steuern gemeinsam 2,25 Millionen Euro bei. Mit den künftigen Investitionen der Firmenpartner in Höhe von sechs Millionen Euro und jenen der Wissenschaftspartner stehen insgesamt 13,5 Millionen Euro zur Verfügung.



Foto: Standortagentur Tirol

LICHT FÜR MEKKA

Aus mindestens acht Kilometern Entfernung sind sie seit Oktober in der Nacht lesbar – die vier weltweit größten Uhren mit einem Durchmesser von jeweils 43 Metern in einer Höhe von 425 Meter am Abraj-Al-Bait-Turm in Mekka. Unterhalb der Uhren sind die vier lichtstärksten Medienfasern von jeweils 70 mal 11 Metern in die Fassade integriert – konzipiert wurde die Lichttechnik zur Beleuchtung der Uhr in fünfjähriger Entwicklungsarbeit vom Bartenbach LichtLabor. Zur Optimierung und Überprüfung der gewünschten Erscheinungsbilder wurden vom Tiroler Lichtspezialisten eigens Lichtmodelle zur Beurteilung der visuellen Wahrnehmung gebaut.