

DIE ZUKUNFT TIROLS // LAND DER (UN-)MÖGLICHKEITEN?



AUSGABE // OKTOBER 2015

DIE PLATTFORM //
DER WETTBEWERB //
DIE IDEEN

VORSCHLÄGE FÜR DIE ZUKUNFT

THEMA // DIE ZUKUNFT TIROLS

THEMEN DER ZUKUNFT

DIE DIGITALE
REVOLUTION

UNTERNEHMER SEIN IST
SCHWER, UNTERNEHMER
WERDEN NOCH VIEL MEHR

WAS MACHT WISSEN?
DIE MACHT DES WISSENS!

www.zukunft-tirols.at

Zur freien Entnahme mit der Aufforderung zur aktiven Mitgestaltung der Zukunft



THEMEN DER ZUKUNFT



DIE ZUKUNFT TIROLS // VORWORT

Wollen wir ein Museum werden oder wollen wir auch in 10 oder 20 Jahren ein modernes und erfolgreiches Land sein?

SEITE | 8

DIE ZUKUNFT TIROLS // LAND DER (UN-) MÖGLICHKEITEN?

EXECUTIVE SUMMARY

SEITE | 10



POSITIONIERUNG ALS INNOVATIONS- UND HIGHTECH STANDORT

SEITE | 30



LUST HABEN, ETWAS ZU UNTERNEHMEN

SEITE | 32



TIROL – DIE URLAUBS- DESTINATION

SEITE | 38



REGIONALE, NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFT

SEITE | 41



DIE NATUR NÜTZEN UND SCHÜTZEN

SEITE | 43



TEIL 1 // TIROL – EIN LAGEBERICHT

Die Studie skizziert das aktuelle Bild Tirols und geht auf die auf Tirol zukommenden Herausforderungen ein.

SEITE | 14

TEIL 2 // MIT MUT UND IDEENREICHTUM DIE ZUKUNFT GESTALTEN

SEITE | 28



**ZUM
WOHLE DER
GEMEINSCHAFT**

SEITE | 44



**ZEICHEN
SETZEN UND
KURS VORGEHEN**

SEITE | 47



**VISION
RAUM-
PLANUNG**

SEITE | 48



**MOBILES
TIROL**

SEITE | 48





TEIL 3 // DAS PROJEKT – MAKING OF

Hintergründe zum Projekt und
Vorstellung aller Beteiligten.

SEITE | 52

DAS VORLÄUFIG LETZTE WORT

Die Studie soll Tiroler*Innen anregen,
über die Zukunft nachzudenken und dazu
motivieren, diese aktiv (mit) zu gestalten.

SEITE | 51



**DIE PLATT-
FORM // DER
WETTBEWERB**

SEITE | 54



**INFOBOX: ZAHLEN
UND FAKTEN ZUR
IDEENPLATTFORM**

SEITE | 55



**AKTEUR*INNEN
UND
PARTNER*INNEN**

SEITE | 56





**DIE
GEWINNER*INNEN**

SEITE | 56

**DIE INTERVIEW-
PARTNER*INNEN**

SEITE | 60

**DIE
STUDENT*INNEN**

SEITE | 64

**DIE
PARTNER*INNEN**

SEITE | 68

**EXPERT*INNENTEAM
UND JURY**

SEITE | 70

**DAS
PROJEKTTEAM**

SEITE | 74



DIE ZUKUNFT TIROLS // VORWORT

Tirol steht gut da! Tirol ist ein besonderer Standort mit vielen Vorzügen und einzigartigen Potentialen. Das Herz der Alpen ist bekannt für seine Schönheit, spektakuläre Natur, erstklassigem Tourismus und Alpinismus. Tirol bietet höchste Lebensqualität. Dennoch muss sich Tirol für die Zukunft rüsten. Einflüsse von außen, Megatrends und Wandel gehen nicht spurlos an Tirol vorüber. Rahmenbedingungen werden schroffer und viele Vorzeichen stehen auf Sturm. Heutige Kernkompetenzen sind morgen schon obsolet. Erfolgreiche Wirtschaftszweige von morgen müssen rasch initiiert werden, um bestehen zu können. Wenn wir die Zukunft gestalten wollen, dann müssen wir heute damit anfangen. Äußere Einflüsse und Trends gilt es, aktiv anzugehen. Es bedarf einer intensiven Regionsentwicklung. Eine klare Strategie, die Veränderung miteinbezieht, Tradition und Moderne verbindet und alle Akteur*Inne(n) vernetzt, ist gefragt. Die vorliegende Studie zeigt die Ergebnisse des Zukunft Tirols Projekts im Überblick, das sich damit beschäftigt, wie Tirolerinnen und Tiroler die Zukunft Tirols sehen.



Wollen wir ein Museum werden oder wollen wir auch in 10 oder 20 Jahren ein modernes und erfolgreiches Land sein? Was kann und muss sich in Tirol tun, um die Zukunft nicht zu verschlafen? Welche Trends sind für Tirol relevant bzw. stehen im Einklang mit den Standortgegebenheiten? Was sind innovative Geschäftsideen oder Lösungsansätze?



Aus zahlreichen Interviews und online Diskussionen mit Tiroler*Innen zieht die Studie den Status quo der Tiroler Wirtschaft, Gesellschaft und Landschaft und gibt Einblick in die Gegebenheiten, die Tirol einzigartig machen. Sie zeigt die Stärken, wie die besondere Natur, und Schwächen, wie das begrenzte Raumangebot Tirols, und formuliert notwendige Handlungsfelder und Möglichkeitsräume.



Damit Tirol für die Zukunft gerüstet ist, muss es seine Hausaufgaben erledigen und sich auf die äußeren Einflüsse, wie technologischen Fortschritt, Klimaveränderungen, demografischen Wandel oder Ressourcenknappheit einstellen. Reagieren ist zu wenig! Es bedarf aktiven Gestaltens der Zukunft. Dazu gehört vor allem die proaktive und konsequente Umsetzung von innovativen Ideen, die auf Zustimmung stoßen und dennoch keine Minimallösungen und Kompromisse darstellen. Ideen für die Zukunft Tirols wurden online auf der Plattform www.zukunft-tirols.at entwickelt. Die besten Ideen, wie ein Schulkonzept der Zukunft, ein mobiles FabLAB oder ein on- und offline Pop-up Store und die darum entstandene Diskussion, sind als Denkanstöße und als Aufruf für aktives Handeln zu sehen.

Die Zukunft Tirols Studie ist aus folgendem Grund ganz besonders: Sie wurde im partizipativen, offenen Ansatz – dem Open Innovation Gedanken entsprechend – mit Tiroler Visionär*Innen, Vordenker*Innen, Tiroler Bürger*Innen und Interessierten online und offline gemeinsam erarbeitet. Begleitet wurde das Projekt von der Wirtschaftskammer Tirol, dem Lehrstuhl für Innovation und Entrepreneurship der Universität Innsbruck und deren Student*Innen. Für die Zukunft Tirols ist nicht nur die Meinung der Expert*Innen wichtig. Es braucht das Wissen und die Unterstützung ALLER!

An dieser Stelle möchten wir uns bei allen Mitwirkenden für ihr Engagement und ihren Aufwand, den sie in das Projekt gelegt haben, bedanken.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Johann Füller'.

Prof. Dr. Johann Füller



DIE ZUKUNFT TIROLS – LAND DER (UN-)MÖGLICHKEITEN? EXECUTIVE SUMMARY

Tirol ist ein Möglichkeitsraum – Markus Langes-Swarovski

*Die Wirtschaftskammer Tirol zusammen mit dem Lehrstuhl für Innovation und Entrepreneurship der Universität Innsbruck und deren Student*Innen haben anhand zahlreicher Interviews und einer online Diskussion auf www.zukunft-tirols.at den Status quo Tirols in verschiedenen Bereichen untersucht und Stärken und Schwächen identifiziert. Fazit: Tirol bietet ein hohes Maß an Lebensqualität und besondere Standortfaktoren, dennoch ist es in vielen zukunftsweisenden Bereichen nur Mittelmaß. Wir befinden uns in einem strukturellen Umbruch und nun gilt es, die Zukunft aktiv zu gestalten. Die Studie schlägt Handlungsfelder vor, die für den Standort Tirol passen und sich den Kompetenzen des Standortes bedienen. Ziel ist es, ein gemeinsames Zukunftsbild zu entwickeln und in Zusammenarbeit aller darauf hinzuarbeiten. Um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern, gilt es nicht nur das Mögliche, sondern sogar das scheinbar Unmögliche anzupacken.*

TIROL – EIN LAGEBERICHT

Im Herzen Europas avancierte Tirol zu einer Top Tourismus Destination und einer weltweit bekannten und beliebten (Tourismus-) Marke. Tirol bietet mit seiner vielfältigen Landschaft, der Natur und seinen starken Traditionen eine hohe Lebens- und Standortqualität. Die Stadt Innsbruck begeistert durch ihren urban-alpinen Charakter Menschen aus aller Welt. Sie wurde mehrfach zu einer der Top 10 Reisedestinationen in Europa gewählt.¹

Die Inntalfurche, das Oberland, aber auch die Berge und Täler prägen die unterschiedlichen Regionen des Landes. Tirol betreibt Spitzenforschung und beheimatet bekannte Vorzeigeunternehmen wie Swarovski oder MedEl. Über die Zeit verbesserte der rapide Ausbau von Tourismusangeboten die Infrastruktur nachhaltig. Das Bildungskonzept, die Start-up Szene und die Produktion sind Mittelmaß, besitzen jedoch vielversprechendes Potential.



Megatrends und Strukturbrüche verändern Tirol

Der Wohlstand Tirols ist fragil. Veränderungen von außen und Themen wie demographischer Wandel, der Flüchtlingsstrom, Klimaveränderungen, Ressourcenknappheit, aber auch Technologieveränderungen, wie Digitalisierung oder vernetzte Mobilität, fordern den Standort zunehmend heraus. Auf die Gesellschaft, die Landschaft und Natur, das politische System und die Infrastruktur kommen Veränderungen mit fühlbaren Auswirkungen zu. Heutige Wirtschaftszweige wie das produzierende Gewerbe, die Lebensmittelindustrie, der Tourismus oder die Dienstleistungen kommen durch Strukturveränderungen zunehmend unter Druck. Besonders prägende Trends und Veränderungen, die auf Tirol wirken und denen sich das Land stellen muss, sind²:

- Digitale Revolution und Wissensexpllosion: Neue Technologien (z.B. Robotics oder Mikroelektronik) werden nicht nur Produkte und Dienstleistungen verändern, sondern auch die Art und Weise zu arbeiten. Die Wissensexpllosion mehrt den Wert von Bildung und Forschung.
- Klimaveränderung und Ressourcenknappheit, aber steigendes Umwelt- und Verantwortungsbewusstsein. Somit wird die Natur zunehmend wichtiger; ein bewusster und nachhaltiger Umgang ist entscheidend.
- Demographischer Wandel und Migration: Das soziale Gefüge gerät zunehmend unter Druck.

Kritische Handlungsfelder

Wirtschaft und Gesellschaft werden sich in und um Tirol weiterentwickeln und strukturelle Schwächen müssen minimiert werden; nicht irgendwann, sondern zügig. Sechs Handlungsfelder wurden identifiziert:

Wirtschaftsstandort Tirol

- Tirol bietet großes Potential für kreative Ideen in der „Kopfarbeit“ und auch im Technologiebereich, nützt diese aber zu wenig aus; zu wenige neue Unternehmen entstehen.
- Die begrenzte Fläche und hohe Standortkosten erfordern eine Konzentration auf Wirtschaftszweige mit hoher Wertschöpfung.
- Schwierige Rahmenbedingungen (hohe Bürokratie, wenig Kapital) schwächen Innovation und Gründungsaktivitäten.
- Die Abhängigkeiten des Tourismus vom Winter und teilweise unprofitable Betriebe stellen das aktuelle Tourismuskonzept in Frage.
- Schwindende Rolle der Landwirtschaft aufgrund Platzmangels und mangelnder Rentabilität.

Bildungsangebot und Universität

- Tirols Bildungsansatz ist nicht auf dem neuesten Stand.
- Unternehmertum kommt noch zu selten aus dem universitären Bereich; Student*Innen werden zu wenig gefordert und unterstützt, eigene innovative Projekte zu initiieren.





Der Mensch im Mittelpunkt

- Die starke Tiroler Mentalität steht Wandel und Neuerung teilweise hinderlich gegenüber.
- Gesellschaftlicher Wandel rüttelt an der Anspruchsgesellschaft.

Natur und Ressourcen

- Tirols Kernkompetenz ist die einzigartige Naturgegebenheit. Diese kann besser genutzt und geschützt werden.

Infrastruktur und Rahmenbedingungen

- Politik und Behörden in der Kritik: wenige mutige Entscheidungen, Wahrnehmung als Bürokraten statt Brückenbauer.
- Hohe Belastung durch den Verkehr, fehlende neue Mobilitätskonzepte.
- Raum wird kleinteilig geplant, zu wenig integriertes Denken.

Vernetzung

- Zu wenig Vernetzung der Innovationstreiber*Innen, der Entscheider*Innen und der Bevölkerung.

Konsequenzen für Tirol

Um in Tirol den hohen Standard zu halten und international konkurrenzfähig zu bleiben, bedarf es vor allem mehr Mut zu Unternehmertum und innovativen Lösungen in allen Bereichen. In Tirol kann Innovieren jedoch frustrieren, braucht es doch oft einen langen Atem, um die Hürden bis zur Realisierung einer Idee zu überwinden. Hinderliche Rahmenbedingungen, Überregulierung, aber auch mentale Barrieren der Tiroler*Innen sind mit verantwortlich für die eher träge Entwicklung. Im derzeitigen Reformprozess fehlen eine erkennbare Richtung seitens der Politik und ein klares Bekenntnis zur aktiven Gestaltung sowie eine förderliche Dynamik bei der Umsetzung. Erste Schritte könnten so aussehen:

1. *Ein Fokus auf „Denkarbeit“, vor allem in den Bereichen Technologie und Life-Science.*
2. *Erste Initiativen und Signale, um die Anzahl an Neugründungen und die Attraktivität Tirols für Unternehmen zu steigern. Auch für bestehende Unternehmen muss es leichter werden, Innovationen umzusetzen.*

3. *Ein Ausbau des Tourismus zu einem Ganzjahresangebot verringert die Abhängigkeit von den Schneeverhältnissen.*
4. *Eine Spezialisierung auf Regionalität und Nachhaltigkeit der Tiroler Landwirtschaft ist eine Chance, aktuelle Trends auszunützen.*
5. *Ein bewusster Umgang mit der Natur ist essentiell; nicht nur zur Erhaltung des Lebensraums, sondern auch für die Wirtschaft, den Tourismus und die Landwirtschaft.*
6. *Der Sozialstaat wird es in Zukunft schwer haben, die gewohnten Ansprüche zu gewährleisten. Eine Beteiligung jedes Bürgers und jeder Bürgerin trägt dazu bei, diese Herausforderung zu stemmen.*
7. *Die Politik steht in der Kritik. Erste Signale und in aktives Zugehen auf die Bürger*Innen sollten der nächste Schritt sein.*
8. *Die Raumplanung verändert sich. Wie könnten Wohnräume der Zukunft die Kommunikation und das Zusammensein verbessern?*
9. *Großes Verkehrsaufkommen und hohe Abgaswerte fordern neue Mobilitätskonzepte.*

MIT MUT UND IDEENREICHTUM DIE ZUKUNFT GESTALTEN

Folgende Ideen und Lösungsvorschläge wurden im Rahmen des Projektes entwickelt:

1. **POSITIONIERUNG ALS INNOVATIONS- UND HIGHTECH STANDORT:**
 - Gründung eines Innovations- und Technologiezentrums zur Vernetzung und Verortung aller Akteur*Innen
 - Das innovative Potential der Universität stärker für Wirtschaft und Gesellschaft einsetzen
 - Technologiekompetenzen vermehrt in den Schulunterricht, die Aus- und Fortbildung aufnehmen
2. **LUST HABEN, ETWAS ZU UNTERNEHMEN:**
 - Aufbau eines universitären, fakultätsübergreifenden Entrepreneurship Centers
 - Die Vernetzung von Innovations(be)treiber*Innen und Gründer*Innen mit Universität, KMUs, Großunternehmen und Start-ups etc. fördern

- Räume für Gründer*Innen schaffen.
- Förderung des unternehmerischen Gedankens bereits in der Schule.

3. TIROL – DIE GANZJAHRES-URLAUBSDESTINATION:

- Klare Positionierung zum Beispiel in den Themen Gesundheit, Entschleunigung und Action.
- Work in Residence als neues, chancenreiches Konzept.

4. REGIONALE, NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFT:

- Etablierung von Trüffelprodukten.
- Erweiterung der landwirtschaftlichen Wertschöpfung bis zum Verkauf der Produkte.
- Verstärkte Kooperationen mit dem Tourismus.

5. DIE NATUR NÜTZEN UND SCHÜTZEN:

- Konzepte zur Reduktion von Energie- und Ressourcenverbrauch verfolgen.
- Intensivierung von Initiativen zur regenerativen Energiegewinnung.
- Neue nachhaltige Geschäftsmodelle und Kreislaufwirtschaftsansätze unterstützen.

6. ZUM WOHLER DER GEMEINSCHAFT:

- Verstärkung der freiwilligen Arbeit.

- Besonderes Augenmerk auf Werte wie Zivilcourage in der Schul- und Ausbildung.
- Flüchtlingsdebatte mit Menschlichkeit und Rücksicht sowohl auf Flüchtlinge, als auch auf Einheimische angehen.

7. ZEICHEN SETZEN UND KURS VORGEHEN:

- Gemeinsame Vision für Tirol entwickeln.
- Eine online Diskussionsplattform als erste Initiative für mehr Dialog.
- Beamt*Innen und Politiker*Innen Einblicke in die Unternehmerwelt geben, damit diese die Anforderungen besser verstehen.

8. VISION RAUMPLANUNG:

- Integrierte Raumplanung, die intelligentes Wohnen und Arbeiten, Versorgung und Freizeitgestaltung zulässt sowie unterschiedliche Räumlichkeiten und Nutzungsangebote mit und ohne Concierge³ Service bietet.

9. MOBILES TIROL:

- Planung von Mobilitätskonzepten, die es Tourist*Innen und Einheimischen erlaubt, sich in Tirol auch ohne eigenes Auto und Mobilitätseinbußen zu bewegen.

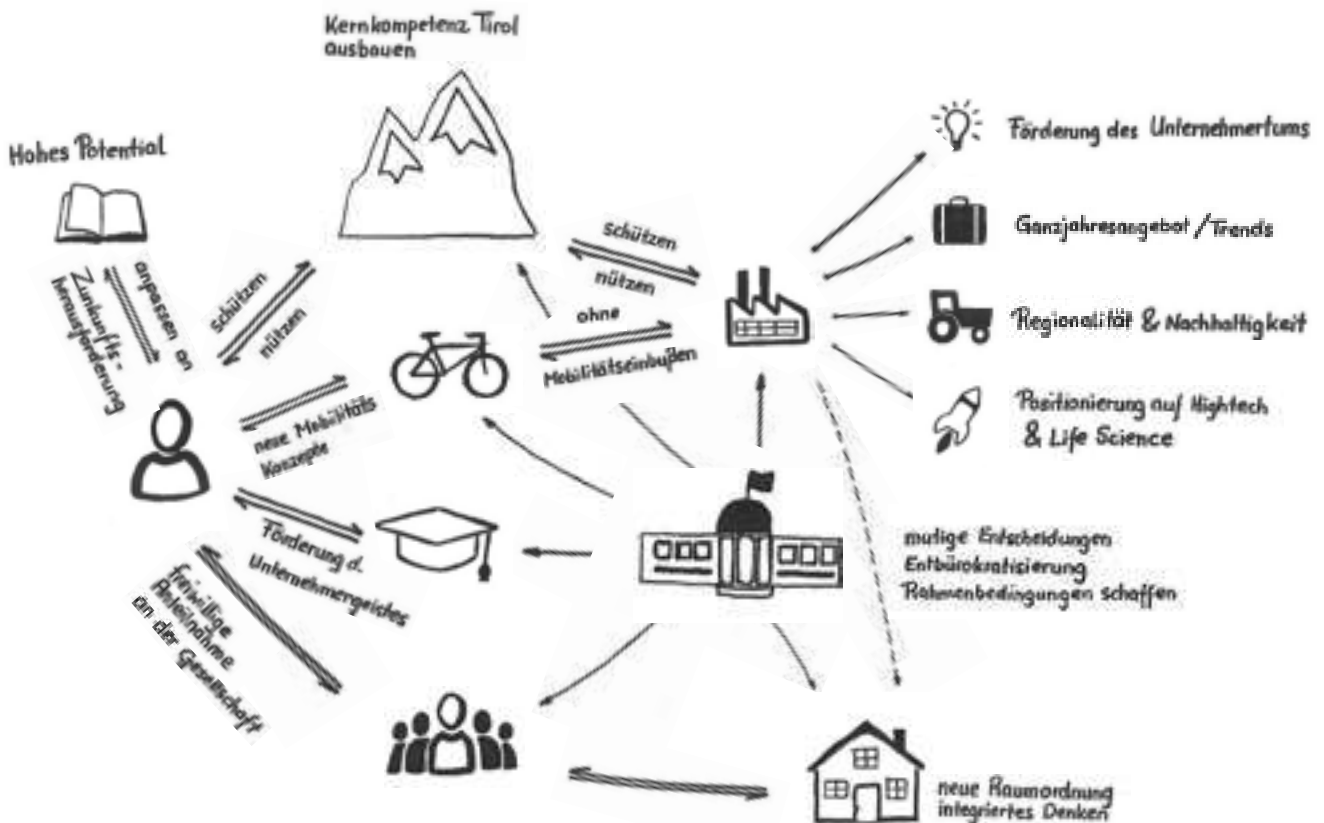


Abbildung 1 // Ein Überblick – Zusammenfassung des ersten Teils der Studie

TEIL 1 // TIROL – EIN LAGEBERICHT





Wir sind keine Insel der Seligen. Der Wind bläst auch über die Berge zu uns herein – Jürgen Bodenseer

Teil 1 der Studie gibt die aktuelle Situation des (Wirtschafts)standortes Tirol wieder. Hierzu wurden zum einen Aussagen aus Interviews und einer online Diskussion auf www.zukunft-tirols.at verwendet, zum anderen Indikatoren wie Wertschöpfungsverteilung oder die Gründungsintensität berechnet. Im Besonderen werden die Bereiche Wirtschaft inklusive Tourismus und Landwirtschaft, Natur, Bildung und Forschung, die Tiroler Gesellschaft, Politik, Mobilität und Raumordnung angesprochen und auch deren Zukunftspotential, Nachhaltigkeit, Anpassungsfähigkeit untersucht. Es geht auch um die Vernetzung der einzelnen Bereiche.

TIROL. DER WIRTSCHAFTSSTANDORT

Ein wichtiger Aspekt für die Zukunft Tirols ist die Wirtschaft. Sie schafft Arbeitsplätze und Einkommen.

Tirol hat mehrere Leuchtturmunternehmen, die global agieren. Darunter sind: Swarovski Gruppe (30 Tsd. Beschäftigte; 3,05 Mrd. € Umsatz), Fritz Egger Gruppe (7,2 Tsd. Beschäftigte; 2,22 Mrd. € Umsatz), Plansee-Gruppe (6 Tsd. Beschäftigte, 1,2 Mrd. € Umsatz), Firmengruppe M-Preis (5,5 Tsd. Beschäftigte, 772 Mio. € Umsatz), Tyrolit Gruppe (4,6 Tsd. Beschäftigte, 602 Mio. € Umsatz), Sandoz GmbH (3,6 Tsd. Beschäftigte, 1,5 Mrd. € Umsatz), IGO-Ortner Gruppe (3,3 Tsd. Beschäftigte, 512 Mio. € Umsatz), Swarco AG Konzern (2,7 Tsd. Beschäftigte, 509 Mio. € Umsatz), EGLO Gruppe (1,5 Tsd. Beschäftigte, 381 Mio. € Umsatz), TIWAG Tiroler Wasserkraft AG (1,2 Tsd. Beschäftigte, 968 Mio. € Umsatz)⁴.

Bei Tirols Start-ups stechen folgende hervor: Die ROLF-Roland Wolf GmbH stellt innovative Holzbrillen her⁵; die seekda GmbH ist ein führender Anbieter im Bereich eTourismus⁶; Cyprumed e. U⁷ entwickelt innovative Lösungen für die orale Einnahme von Medikamenten, die bisher nur gespritzt werden konnten; die superTEX composites GmbH stellt einen hochinnovativen Faserverbundswerkstoff her⁸; die Vira-Therapeutics GmbH entwickelt eine alternative Tumorbehandlung durch den Einsatz von Viren⁹.

Treiber der Wirtschaft ist der Mittelstand; so sind 46,7 % der Betriebe Tirols Kleinst- bis Mittelbetriebe¹⁰. Bisher wird Tirol international allerdings lediglich als Tourismusmarke wahrgenommen, nicht aber als Wirtschafts- und Technologiestandort. Der produzierende Sektor hat einen Anteil von 28,6 % an der gesamten Wertschöpfung. Die Holzwirtschaft zählt zu einem innovativen Wirtschaftstreiber. Landwirtschaft macht ca. 0,9 % der Wertschöpfung Tirols aus

(Stand 2012). Der gesamte Dienstleistungssektor erwirtschaftet 70,4 %, wobei der Tourismus 14 % und der Handel 10,9 % erreichen¹¹.

Die digitale Revolution

Die digitale Revolution ist da, das ist ein Fakt. Wenn wir das nicht beherrschen, ist es, wie wenn du kein Handwerk kannst – Reinhold M. Karner

Neue Technologien werden die Industrielandschaft verändern und neue Geschäftsfelder ermöglichen. Themen wie Industrie 4.0¹² und „Internet of Things“ drängen die Industrie zu einer Transformation. Durch Additive Manufacturing bzw. 3D Drucker¹³ können auch klein- und mittelständische Unternehmen, ja sogar Einzelpersonen, höchstqualitative Produkte individuell und schnell selbst herstellen. Auch neue, innovative Materialien werden die Produktion zunehmend verändern und eine effektivere Ressourcenverwendung begünstigen. Für Produktionsfirmen werden Skaleneffekte, d.h. Kostenersparnisse durch eine Steigerung der produzierten Menge immer weniger bedeutsam. Durch den Trend „Internet of Things“ werden zunehmend „smarte“ Lösungen¹⁴ gefunden, die Gegenstände untereinander, aber auch mit Menschen kommunizieren lässt, wie z.B. smarte Uhren, die den Puls eines Menschen nehmen und an das Smartphone weitergeben können. Ebenso entwickeln sich Prozesse effektiver. Bei all diesen Möglichkeiten werden die Karten jedoch neu gemischt; neue Unternehmen entstehen, während etablierte an Stellenwert verlieren werden. Obgleich die Chancen überwiegen, besteht die Gefahr, dass immer mehr Macht und Wertschöpfung an die US-Giganten Google, Apple, Amazon und Co abwandern.





Tirol und Technologie

Tirol beherbergt Unternehmen, die technologisch sehr fortgeschritten arbeiten, zum Beispiel kann Tirol in der Glasverarbeitung in Verbindung mit Additive Manufacturing außerhalb den Toren von Swarovski Kompetenzen erweitern. Auch die Holzindustrie um Klausner Trading International, Binderholz, Pfeifer, Brüder Theurl GmbH und Egger wird davon betroffen sein und erfordert das Überdenken der Produktion sowie das Innovieren neuer Angebote, Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle, wie z.B. „smarte Böden“ mit integrierten Sensoren, die als Alarmanlagen oder Ladestation funktionieren sind denkbar. Im Großen ist Tirol jedoch in eher konservativen Industriezweigen aktiv mit wenigen Hightech- und Spitzenunternehmen; hier besteht Aufholbedarf in puncto Digitalisierung.

Klasse statt Masse

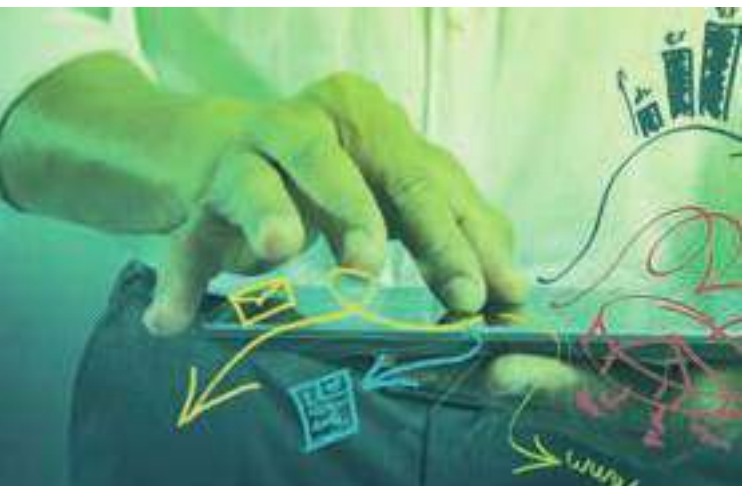
Aufgrund der Standortgegebenheiten geht es im Zuge der Digitalisierung weniger um Masse, sondern vielmehr um Klasse. Die Chancen stehen besonders gut in Bereichen mit hoher Wertschöpfung. Eine Positionierung in Richtung Hochtechnologiestandort (Hightech und Life-Science) ist möglich. Hierzu ist es wichtig, ein attraktives Umfeld und hervorragende Bedingungen für die Ansiedlung von Hochtechnologiefirmen und deren qualifizierte Mitarbeiter*Innen zu bieten. Der Konnex von Wirtschaft und Wissenschaft gewinnt zunehmend an Bedeutung.

Inmitten der Berge – Fluch und Segen

Einflüsse und Trends von außen werden die Wirtschaft und Gesellschaft fundamental verändern. Die Industrie und Produktion wird zu einer Transformation gedrängt – Markus Langes-Swarovski

Tirol hat eine Kernressource, die zunehmend an Bedeutung gewinnt: die Lage inmitten der Berge. Gleichzeitig begrenzt die Beschaffenheit Tirols die Nutzfläche. In Tirol sind nur ca. 12 % der gesamten Fläche als Dauersiedlungsraum verwendet¹⁵. Eine flächenintensive Industrie ist in Tirol nicht möglich und zu Ländern mit günstigsten Industrieflächen nicht konkurrenzfähig. Die Bezirke Tirols sind sehr divers. So gibt es die Stadt Innsbruck und ihre Umgebung, die Inntalfurche, wo viele Unternehmen angesiedelt sind, das Oberland sowie die ländlichen Täler und Berge, in denen vorwiegend Tourismus und Landwirtschaft den Alltag bestimmen.

Trotz der unterschiedlichen Gegebenheiten ist eine gemeinsame Ausrichtung für Tirol notwendig und auch möglich. Tirol sollte dabei die individuellen Qualitäten der Regionen nützen, Limitationen, wie Platz, bedenken und die Wirtschaft darauf zuschneiden. Um höchste Nachhaltigkeit zu erreichen, müssen alle wirtschaftlichen Anstrengungen mit der Umwelt in Einklang gebracht werden. Kooperationen mit Südtirol und Bayern bieten sich aufgrund der Lage an, werden aber teilweise nur auf dem Papier durchgeführt. Diese bedürfen in Zukunft einer Intensivierung und auch darüber hinaus gilt es, sich stärker zu vernetzen.



Tirol sollte sich nicht nur nach Süden sondern viel stärker auch nach Norden, den Münchner Raum orientieren – Reinhard Schretter

Unternehmer sein ist schwer, Unternehmer werden noch viel mehr

Es gibt gewisse Stolpersteine, aber man redet da über Stolpersteine, nicht über Fußfesseln – Maria Danilova

Um ein Tirol der Möglichkeiten und Neues zu schaffen, müssen die Rahmenbedingungen sowohl für bestehende Unternehmen als auch für Gründer*Innen stimmen. Derzeit sinkt die Motivation der Unternehmer*Innen. Im Ländervergleich ist Tirol auf dem letzten Platz in der Gründungsintensität¹⁶ in Österreich und eine aktive Start-up Szene scheint klein. Mitgrund dafür sind die großen Hürden, denen sich Unternehmer*Innen und Gründer*Innen stellen müssen.

Viele Hindernisse auf dem Weg

Die Umgebung und die Umwelt sind perfekt geeignet, um Ideen zu kreieren, aber zur Umsetzung der Ideen scheint Tirol der falsche Ort. Unternehmer*Innen kritisieren die Widerstände der Politik und Behörden, die vermehrt die Rolle der Kritiker und weniger die der Förderer von Projekten einnehmen.

Für meine ersten Bauvorhaben habe ich eine Mappe mit Dokumenten gebraucht. Heute sind wir zu zweit nicht im Stande, die benötigten Unterlagen zu tragen – Hannes Parth

Auch ein Mentalitätsdefizit ist erkennbar – oftmals stehen die fehlende Befürwortung Dritter und eine Angst vor dem Versagen Neugründungen im Weg. Hohe bürokratische Hürden und die Überregulierung erweisen sich als Stolpersteine. Die Zuständigkeiten für Gründer*Innen sind in Tirol oft undurchsichtig und die Flut an (benötigten) Informationen ist groß. Viele einfache Schritte dauern viel zu lange und sind zu aufwendig. Mangelware gerade für Start-up Unternehmen ist das Risikokapital. Das Banken- und Kredit-system in Österreich wirkt überholt und bremsend für eine Start-up Kultur.

Wenn ein Jungunternehmer heute Geld braucht, dann bekommt er keines – Fritz Unterberger

Der unternehmerische Gedanke

Es braucht mehr Unternehmertum und Innovationen, um Arbeitsplätze zu schaffen und die Wertschöpfung

in Tirol zu erhöhen. Daher ist es wichtig, den unternehmerischen Gedanken z.B. durch Förderungen und niederschwellige bürokratische Prozesse zu forcieren und Gründungswillige zu motivieren; die Freude am Unternehmertum soll zurückkommen. Unternehmer*Innen müssen fühlen, dass ihre Arbeit gewollt ist und unterstützt wird – nicht nur im Wirtschaftsbereich, sondern auch im Sozialen.

Ich will nicht mehr – Das ist eine Stimmung die aufkommt durch Gesetze, durch Neid, durch die Regierung usw. Wir sind Menschen und Menschen brauchen positive Motivation. Und wenn die nicht ausreichend gegeben ist, werden wir uns auch nicht entsprechend anstrengen – Reinhold M. Karner

Denn nur dann sind Menschen bereit, Risiken des Gründens einzugehen und alles zu geben. Es braucht aber auch eine professionelle Begleitung. Dabei geht es nicht (nur) um Rechts- oder Businessplan Betreuung, die vielfach bereits angeboten wird, sondern um aktive Unterstützung im Bereich der Umsetzung. Neue Finanzierungsformen müssen sich etablieren, seien es Start-up Fonds oder Crowdfunding. Ebenso müssen für Investor*Innen Anreize geschaffen werden, um in Tiroler Start-ups zu investieren. Vorstellbar ist dies in Form von steuerlichen Erleichterungen für Investments. Gelingt ein attraktives Angebot für Unternehmer*Innen, das im Einklang mit Umwelt und Gesellschaft steht, wirkt sich das positiv auf den Arbeitsmarkt aus, aber auch anziehend für weitere internationale Unternehmen, die folgen.

Folgende Handlungsfelder der Tiroler Wirtschaft wurden identifiziert:

- Digitale Revolution nicht verschlafen, sich auf sie vorbereiten und Hightech-Anstrengungen und Life-Science Kompetenz ausbauen
- Das Potential der Kreativität und Denkarbeit erkennen und deren Umsetzung in Unternehmensgründungen fördern
- Strategisch ganzheitliche Vorgehensweise für Tirol entwickeln und die individuelle Kompetenz der einzelnen Bezirke dabei nutzen
- Kooperationen mit dem Süden und Norden Tirols verstärken und intern vernetzen
- Unternehmerfreundliche Rahmenbedingungen schaffen (mehr Kapital, Förderung und Betreuung, weniger Hürden und Bürokratie)
- Den unternehmerischen Gedanken forcieren und die Start-up Szene aufbauen





Der Schnee schmilzt – Was bleibt?

Wir sind das Tourismusland Nr. 1 – das ist so dieser Stehsatz, der geradezu an ein Denkverbot erinnert – Franz Linser

Die Erfolgsgeschichte Tirol wäre ohne Tourismus nicht möglich. Über die Jahre hat sich ein Top-Angebot entwickelt und mit jährlich über 44 Millionen Nächtigungen zählt Tirol zu einer bedeutenden Destination weltweit. Im Jahr 2014 betrug das Bettenangebot über 330.000¹⁷. Prognosen lassen einen Anstieg von 14 auf 15 % der Wertschöpfung Tirols bis 2025 vermuten¹⁸. Der Tourismus bewirkt, dass kleine Täler auch heute noch bewohnt sind und eine gute Infrastruktur aufgebaut wurde. Einzelne Gebiete wie Ischgl oder das Ötztal haben sich zu Tourismushochburgen mit Konzepten wie „Relax if you can“ bzw. einem besonderen Actionangebot entwickelt. Der rapide Anstieg des Tourismus führte in manchen Gegenden zu einer Monostruktur, die sich meist auf den Skitourismus verlässt. Diese Entwicklungen begünstigen jedoch den Massentourismus, was teilweise zu niedriger Qualität führt und die Natur beeinträchtigt. Sowohl aus Arbeitgeber- als auch aus Arbeitnehmer-sicht manifestiert sich die Kritik an der Saisonalität und des teilweise geringen Lohnes.

Rüsten für die Zukunft

Der Tourismus muss sich für die Zukunft rüsten und sich vielen Herausforderungen stellen. Der Klimawandel führt zu weniger Schnee, was eine Beschneigung immer kostspieliger, schwieriger und schädlicher macht. Die Schneesicherheit wird in Zukunft nur noch für hochgelegene Skigebiete, nicht aber für die niederen Kleinbetriebe gegeben sein, was zu einer sinkenden Besucherzahl an Skifahrer*Innen führen wird. Zunehmende Kosten, steigende Grundstückspreise und die oftmals hohe Überschuldung der Tourismusbetriebe machen es in den nächsten Jahren schwieriger, ein Hotel profitabel zu führen und erfolgreich an nächste Generationen zu übergeben. Junghoteliers und Fachpersonal, die ihr Handwerk verstehen und Tirol auch authentisch verkörpern, werden Mangelware.

Mutige Konzepte

Die Alleinstellung ist schwer erzielbar, weil im Tourismus fast alles kopierbar ist – Andreas Altmann

Der Tourismus braucht mutige Konzepte. Ein Fokus auf Qualitäts- und nicht Quantitätstourismus ist

unumgänglich – sanft, ohne eine Vertempelung und Partymeilen. Hierbei steht Luxus nicht primär im Vordergrund. Zukünftige Tourist*Innen sehnen sich nach Authentizität, Tradition und Persönlichkeit. Tirol wird eine Konzentration des Wintertourismus auf die höhergelegenen Skigebiete nicht verhindern können. Um veränderter Witterung und der Saisonalität vorbereitet zu begegnen, muss Tirol das Angebot ganzjährig erweitern. Zunehmende Temperaturen in europäischen Breiten und die fragile (Sicherheits-) Lage in vielen traditionellen Sommerurlaubsändern begünstigen diese Anpassung. Trends wie Gesundheit, Nachhaltigkeit und Entschleunigung oder neue Sportarten dürfen nicht versäumt werden. Völlig neue Angebote gilt es zu entwickeln, die auf die zukünftigen Lebensgewohnheiten zugeschnitten sind.

Die Forderungen an Tirols Tourismus lauten folgendermaßen:

- Verringerung der Abhängigkeit vom Wintertourismus, hin zum Ganzjahrestourismus
- Qualitäts- statt Quantitätstourismus
- Eingehen auf Trends wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, Entschleunigung und neue Sportarten
- Aufbau neuartiger Konzepte

Mehr als nur Landschaftspflege

Die Sehnsucht nach ehrlichen, gesunden Lebensmitteln wächst schneller als Facebook, Twitter und Co – Georg Schärmer

Der Stellenwert der Landwirtschaft hat sich in Tirol verändert und schwindet. Ein Rückgang um ca. 20 % der landwirtschaftlichen Fläche ist bis 2032 prognostiziert und ein sinkender Beitrag zur Bruttowertschöpfung Tirols von 2012 noch 0,9 % auf 0,05 % in 2025¹⁹. Oft werden Betriebe nur noch nebenerwerblich oder als Hobby geführt und sind hoch subventioniert. Dennoch spielt die Agrarwirtschaft eine große Rolle, nicht nur für die Lebensmittelherstellung, sondern auch für den Landschaftsschutz und die Landschaftspflege. Die Nachfrage nach regionalen bzw. nach Bio-Produkten nimmt zu, doch die Bewirtschaftung von Bio-Höfen wird durch viele Auflagen erschwert.

Fokus auf Regionalität, Genuss und Nachhaltigkeit

Der Trend zur bewussten Ernährung ist allgegenwärtig und auch die Lust der Verbraucher*Innen zum „Selbermachen“ steigt. Besonders die Wertigkeit der



Produkte und die Wiedererkennung der Vielfalt und Regionalität rücken in den Vordergrund. Tirols Landwirtschaft soll nicht auf Masse ausgerichtet sein, sondern ein authentisches, ursprüngliches Modell darstellen, das sich auf Regionalität, Genuss und das Nachhaltigkeitsbedürfnis konzentriert.

Bis zur Vermarktung

Die Erweiterung der Wertschöpfungskette bis zur Vermarktung, wie schon in Zügen der „Bio vom Berg“ Initiative²⁰ der Supermarktkette M-Preis mit 130 regionalen Bio-Erzeugnissen vorgemacht, ist eine große Chance. Nicht das Endprodukt alleinig, sondern auch der Prozess und das Teilnahmeerlebnis sind für die Konsument*Innen spannend. Kooperationen mit dem Tourismus und zwischen Landwirt*Innen und Hotels bzw. Gasthäusern sind naheliegend.

Kleine Betriebsgrößen

Die kleinen Betriebsgrößen verlangen, dass Landwirt*Innen sich zunehmend vernetzen. Einerseits um Synergien zu nutzen, wie einen gemeinsamen Einkauf von Betriebsmitteln und teure Anlagen und Maschinen zu teilen, andererseits um Erfahrungen

und Know-how auszutauschen. Neue Technologien erleichtern dies zunehmend.

Neue Verbindungspunkte

Die Sehnsucht nach Eigenprodukten und Landwirtschaft auch von Bewohner*Innen in städtischen Regionen eröffnet neue Verbindungspunkte: Urban Gardening²¹, neue Sharing-Modelle oder sogar Teilzeitarbeitsmodelle mit nebenerwerblichen Betrieben sind denkbar. Hierzu braucht es genügend Flexibilität und die Wertschätzung für das Moderne und zugleich das Traditionelle.

Tirols Landwirtschaft sollte folgende Punkte beachten:

- Spezialisierung auf Regionalität, Nachhaltigkeit und erlebbare Landwirtschaft
- Erweiterung der Wertschöpfung bis zum Verkauf der Erzeugnisse
- Verstärkte Kooperationen mit Tourismus (Verkauf regionaler Produkte, Urlaub auf dem Bauernhof)
- Vernetzung, um Synergien zu nutzen und Erfahrungen auszutauschen
- Neue Verbindungspunkte zwischen Landwirtschaft und Städtern nutzen (z.B. Teilzeitmodelle)





DIE KRAFT DER NATUR

*Wir leben natürlich auch alle von der schönen Natur
– Hansi Neuner (†)*

Die Natur ist eine Kernressource Tirols: wunderschöne Berge, grüne Täler, kristallklares Wasser und verwinkelte Bäche. Klimaveränderung und (wirtschaftlicher) Fortschritt beeinflussen unsere Umwelt nachhaltig mit der Gefahr der Ausbeutung und Verschmutzung. Alarmierend ist die Tatsache, dass das Land, welches vor allem die Natur als größtes Kapital hat, im Jahr 2012 bei CO₂-äquivalenten Treibhausgas-Emissionen rund 26 % über dem festgelegten Zielwert der ersten Kyoto-Periode lag. Österreich überschreitet den Wert hingegen um nur 16 %²². Der Großteil der Emissionen resultiert aus dem Sektor Verkehr.

Die Natur erhalten

Es gilt, die einzigartige Natur zu schützen, aber auch zu nützen; als Lebensraum, als Ressource und Energielieferant. So ist der Wasserreichtum ein Aushängeschild Tirols und wird in Zukunft noch an Bedeutung zunehmen, wie beispielsweise die Entwicklungen in Kalifornien oder Saudi-Arabien zeigen²³. Natur, Ressourcen und Energie sollen effektiv verwendet und der Verbrauch ständig beobachtet werden; die Ressourcenproduktivität muss gesteigert werden. Förderungen im Bereich der regenerativen Energien (Wasser-, Wind- und Solarkraft) und der Technologien zur Verringerung des Rohstoffverbrauches sind sinnvoll. Technologien und Konzepte, die eine Verunreinigung von Wasser und Luft verhindern, bzw.

kompensieren, sollten in Tirol vermehrt zum Einsatz kommen. Auch die Forschung zum Umgang mit klimatischen Veränderungen ist ein wichtiger Bestandteil. Firmen wie alpS²⁴ sind in dieser Forschung Vorreiter. Erworbenes Know-how könnte den Standort bekannt und für neue Firmen attraktiv machen. Die lebenswerte Umgebung ist Wettbewerbsfaktor nicht nur für den Tourismus. Sie kann Tirol auch für Unternehmer*Innen, Forschung und Innovator*Innen attraktiv machen. Gutachten und Auflagen müssen der Natur dienen, sollen aber einer wirtschaftlichen Nutzung der Natur nicht vollends im Wege stehen.

Überregulierung

In den Interviews wurde indes deutlich, dass den Unternehmer*Innen die Natur am Herzen liegt und sich deren Wert bewusst sind, die Naturschutzgutachten und -auflagen jedoch auf Grund der Intransparenz und des Antragsaufwands für überzogen und oftmals unverhältnismäßig halten.

Die Forderungen hinsichtlich „natürlicher“ Nutzung lauten folgendermaßen:

- Natur nützen und schützen
- Regenerative Energien als Kernkompetenz ausbauen, vor allem in der Wasserenergie
- Verbrauch von Ressourcen optimieren und steuern, auch durch neue Technologien wie energieeffiziente Gewinnung, Recycling
- Auflagen und Gutachten transparenter gestalten und eine Balance zwischen Schützen der Natur und Verhindern von Wirtschaftlichkeit finden



WAS MACHT WISSEN? DIE MACHT DES WISSENS!

Ich glaub', dass für Tirol die Forschung und Bildung einen sehr hohen Stellenwert hat, um langfristig unseren Wohlstand und die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern – Franz Josef Pirkl

Informationen und Wissen vervielfachen sich exponentiell. Das Wissen der Welt verdoppelt sich alle zwei Jahre (Stand 2013). Die Wissenshalbwertszeit, ein Maß, das angibt, wie lange Wissen zeitgemäß ist und in der Praxis anwendbar bleibt, sinkt rapide (betriebliches Fachwissen hat eine Halbwertszeit von ca. 4 Jahren, IT Fachwissen hingegen von nur 1,5 Jahren²⁵). Folglich wird Bildung immer wichtiger. Durch alle Bereiche hindurch entstehen immer höhere Anforderungen an die Fähigkeiten und Kompetenzen der Mitarbeiter*Innen. Der sogenannte „war of talents“ hat begonnen; Know-how und Wissen, gerade im Bereich der Digitalisierung (z.B. Diagnose, Data Science, Robotics), werden immer essentieller. Wer sich nicht weiterbildet, wird wegrationalisiert. Der demografische Wandel und die sich wandelnde Einkommensverteilung verändern das soziale Gefüge und soziale Kompetenzen gewinnen an Bedeutung. Der Mensch und sein Wissen ist eine wichtige Ressource: „Denkarbeit“ ist ein großes Potential für Tirol. Um dieses Potential auszuschöpfen, braucht es die richtige Bildung und Forschung.

Schule 2.0

Natürlich hat Tirol bereits ein kostenloses und hochentwickeltes Bildungssystem im städtischen und ländlichen Bereich. Viele didaktische Ansätze, Materialien und Konzepte sind dennoch veraltet. Junge Schüler*Innen werden die Veränderungen der Zukunft am deutlichsten spüren, deshalb sollte schon früh ein Bewusstsein für den Wandel und seine Auswirkungen geschaffen werden. Die neue Generation muss sich auf zukünftige Herausforderungen in Berufen vorbereiten.

Technologie in der Schule

Damit in Zukunft unsere Digital Natives nicht zu Digital Naives verkommen, bedarf es eines aktiven, kreativen Umganges mit Technologie und nicht nur der passiven Nutzung – Michael Sieb

Technologie ist fest in unserem Alltag verankert, jedoch sind ihre Hintergründe und Funktionsweisen häufig nebulös. Die Einführung von Computern

im Unterricht, digitalisierte Schulstunden (sog. MOOCs²⁶) und Informatik sind nicht genug: Trendthemen in Bereichen wie Technik, Programmierung, Robotertechnik, Digitalisierung, Kreativität und Innovation müssen abgedeckt werden. Hierbei geht es weniger um die reine Wissensvermittlung, sondern um die Anwendung in entsprechenden Projektarbeiten. Neben den Funktionsweisen der Technologie muss auch der Umgang mit Technologie Einzug in die Syllabi und Curricula halten, damit die Kehrseiten und Risiken von technologischem Fortschritt den Schüler*Innen frühestmöglich bewusst werden.

Holistisches und selbständiges Denken

Auch sollte das angeeignete Wissen aus vielen Fächern nicht isoliert, sondern in Zusammenhänge gebracht sein, um ein ganzheitliches Denken, eine holistische anstelle einer partiellen Anschauung zu ermöglichen. Eine unternehmerische „Früherziehung“ könnte die Motivation der Jugend steigern, ihre Ideen später selbständig umzusetzen. Schüler*Innen sollen Grundlagen erlernen und die grundlegende Unsicherheit ablegen, dass ihre Ideen – die durchaus vorhanden sind – scheitern könnten. Eigenverantwortliches Handeln, Kreativität und das Selbstwertgefühl werden auf diese Weise ebenso gefördert.

Soziales Engagement fördern

Soziale Projekte sind bereits in der Volksschule und durch die gesamte Ausbildungszeit junger Menschen zu verankern und vermehrt im Lehrplan zu berücksichtigen, um Fähigkeiten wie Empathie, Dankbarkeit und Verständnis zu stärken.

Internationalität

In einer Welt der Globalisierung gewinnen Fremdsprachen weiter an Bedeutung und ein internationales Schulprogramm muss verstärkt werden. Auch in Hinblick auf die Attraktivität des Standortes für ausländische Unternehmer*Innen, Forscher*Innen sowie deren Familien.

Nach der Ausbildung ist vor der Weiterbildung

Höchste Qualität ist auch in den verschiedenen Ausbildungsebenen gefragt. Höhere Technische Lehranstalten (HTLs) in Tirol haben eine gute Qualität. Sie müssen sich jedoch ständig an die neuen technologischen Entwicklungen anpassen. Außerdem gilt die Devise: Man lernt nie aus. Kinder und





Jugendliche sollten ebenso wie Erwachsene jeglichen Alters und Wissensstandes für neueste Technologie begeistert werden. Die Kommodifizierung der Technologie, die Konfigurierung und Adaptierung von Systemen oder Produkten für eigene Zwecke anstatt der bloßen Anwendung schafft kreatives Neuland. Eine Macher-Kultur²⁷ könnte die Anzahl an Fachkräften steigern und Tirol so als Region für Technologie positionieren.

Universitäten

Wir sind keine große Region, aber wir haben den großen Vorteil, ein guter Universitätsstandort zu sein – Wieland Alge

Wir haben eine Univer-City. In Innsbruck haben wir die Situation, dass 25 % der Bevölkerung Studierende sind – Tilmann Märk

Die Universitäten und Hochschulen Tirols sind auf einem hohen Niveau (vor allem gemessen an der Größe Tirols). Laut dem Times Higher Education Ranking 2014/15 liegt die Universität Innsbruck im internationalen Vergleich als zweitbeste österreichische Universität auf dem nicht weiter aufgeschlüsselten 201.-225. Platz weltweit. Auch die Medizinische Universität Innsbruck ist international anerkannt. Die Bedeutung der Universitäten nimmt zu, doch das Potential ist noch nicht voll ausgeschöpft. Haben 2012 noch 29.924 (Ausländeranteil 38 %) Student*Innen in Tirol studiert, werden bis 2025 bis zu 38.500 (Ausländeranteil 44 %) Studierende erwartet²⁸. Optimierungsbedarf gibt es in allen Bereichen der Lehre, Forschung sowie dem unternehmerischen Potential.

Absolventen*Innen der Universität

*Diesen Student*Innen muss man eigentlich sagen: Danke, dass ihr da seid, und wenn ihr da bleibt, wäre es noch besser – Wieland Alge*

Im Jahr 2014 gab es alleine an der Universität Innsbruck 3.994 Absolvent*Innen²⁹. Dem Arbeitsmarktservice AMS werden schätzungsweise 40 % der zu vergebenden Stellen in Tirol mitgeteilt. Im Jahr 2014 sind 916 Stellen für Akademiker bei AMS eingegangen³⁰. Ein Indikator, dass in Tirol wenige Stellen für hochqualifizierte Absolvent*Innen angeboten werden. Ausländische Student*Innen kommen nach Tirol, um die gute Ausbildung zu genießen, absolvieren ihr Studium, gehen im Schnitt 20 Mal pro

Saison Skifahren, und verlassen Tirol im Anschluss wieder. Oftmals, weil den Student*Innen die Perspektive fehlt, um in Tirol zu bleiben oder nicht das Gefühl vermittelt wurde, in Tirol gebraucht zu werden. Diesen Entwicklungen gilt es entgegenzuwirken, um die hochausgebildeten Arbeitskräfte und Top-Performer zu halten.

Den Student*Innen Unternehmertum lehren

Ein Studium heißt Gas geben, Lust an Leistung haben, Lust haben etwas zu bewegen, Lust an Ausprobieren, Neugierde, aber auch a Gaudi haben – Andreas Altmann

Aus der Perspektive der Student*Innen sollte ein vermehrter Praxisbezug verfolgt und verstärkt die Grundlagen des Unternehmertums unterrichtet werden. Zudem bedarf es der Vernetzung auf Instituts-ebene, um funktionale Fakultätssilos aufzubrechen und Herausforderungen und Aufgabenstellungen gemeinsam zu lösen. Oftmals fehlt dem/der Physiker*In das Unternehmergeschick oder dem BWL-Absolvierenden die Idee. Dementsprechend ist ein vermehrt interdisziplinäres Kursangebot nötig.

Für Innovation und Forschung

Wenn ich mich in zehn Jahren irgendwo in der Welt als Tiroler vorstelle, dann würde es mich freuen, wenn die Leute dann nicht nur ans Skifahren denken, sondern auch an innovative Forschung, die aus Tirol kommt – Severin Schwan

Für Viele sind die Universitäten Schlüsselstelle für wirtschaftlichen Fortschritt. In den Interviews dieser Studie forderten einige Teilnehmende eine stärkere unternehmerische Ausrichtung der Universitäten. Insgesamt sollten Innovationen innerhalb der Universitäten und Fachhochschulen stärker auch wirtschaftlich genützt werden und zu Unternehmensgründungen führen. Das enorme Potential einer unternehmerischen Hochschule zeigt sich z.B. an der Stanford University. Dort haben seit 1930 Student*Innen 40.000 Unternehmen gegründet und 5,4 Millionen neue Jobs geschaffen, die einen jährlichen Umsatz von 2,7 Milliarden Dollar erwirtschaften³¹. Damit dies auch anderen universitären Gründerteams gelingt, bedarf es einer besseren Unterstützung und intensiveren Förderung. Die wissenschaftliche und kommerzielle Verwertung von Forschungsergebnissen sollten sich nicht ausschließen. Ein Musterbeispiel

hierfür in Tirol ist MedEl³² oder Ionicon³³. Vor allem Physik, Informatik, Medizin und Life-Science stellen Bereiche dar, die neben der wissenschaftlichen Nutzung der Forschungsergebnisse auch interessant sind für die kommerzielle Nutzung.

Spitzenforschung ist Voraussetzung für den weiteren Erfolg. Deshalb ist es von Bedeutung, weitere Spitzenforscher*Innen und Teams an die Universität zu bringen. Sie sind wiederum Ausgangspunkt für wissenschaftliche und kommerzielle Erfolge.

Die Forderungen an die Bildung und Forschung Tirols lauten folgendermaßen:

- SCHULBILDUNG: Bildungssystem anpassen an zukünftige Herausforderung
 - Umgang mit Technologie vermehrt in den Lehrplan integrieren
 - Zivilcourage und soziales Engagement stärken
- AUS- UND WEITERBILDUNG:
 - Technologiekompetenzen vermehrt in Aus- und Fortbildung einbauen
- UNIVERSITÄT:
 - Braindrain entgegenwirken
 - Förderung des unternehmerischen Denkens und interdisziplinäre Zusammenarbeit und Angebote in den Universitäten erhöhen
 - Vernetzung zwischen Wissenschaft und Wirtschaft intensivieren
 - Umsetzung und Kommerzialisierung von Innovation unterstützen
 - Spitzenforschung an der Universität forcieren



DER MENSCH IM MITTELPUNKT

Des Tirolers Stärken sind seine Schwächen

Die Nordkette ist nicht nur ein Skigebiet, sondern dient oftmals als schützende Mauer – Wieland Alge

Die Mentalität der Tiroler Bevölkerung ist von diversen Charaktermerkmalen geprägt. Werte wie Ausdauer, Stolz, Fleiß und Traditionsbewusstsein werden oft assoziiert; ihre Willensstärke könne Berge versetzen.

Wir haben eine mords Power, wir haben einen mords Willen, wir wissen was kämpfen ist, wir wissen, wie hart wir der Natur manches abringen müssen – Reinhold M. Karner

Diese starken Attribute sind oftmals jedoch auch hinderlich. Tiroler*Innen fällt es schwer, Erfolg zu teilen und zu honorieren. Sie sind eher konservativ und zurückhaltend gegenüber Wandel und Neuem, Scheitern wird schnell mit Schwäche gleichgesetzt. Der Stolz wirkt oftmals einer effektiven Vernetzung entgegen. Die genannten Wesenszüge erschweren das vernetzte Arbeiten, aber auch das Innovieren und Gründen von Unternehmen.

Tatsächlich sollten eigentlich unsere Sprachkenntnisse und die Internationalität aufgrund des Tourismus relativ hoch sein – Wieland Alge

Tirol ist zwar international, aber es fehlt dennoch an Internationalität und Weltoffenheit. Durch z. B. Auslandsaufenthalte ist bei der jungen Generation jedoch eine Öffnung zu erleben.

Eine Balance finden

Vor allem das Miteinander ist wichtig. Dazu gehört auch, den Erfolg des anderen zu schätzen und zu teilen. Es braucht Mut, um offen für Neues zu sein. Neben all den neuen Herausforderungen und Kompetenzen, die es braucht, dürfen die vorhandenen Werte nicht abhanden kommen. Die wertvolle Tradition Tirols und der Generationenaustausch sind von großer Bedeutung und sollten weiterhin gepflegt werden, auch wenn sich die Familie und ihre Ausprägungen z. B. in Form von Patchworks stark verändern.

Die Forderungen an die Bevölkerung Tirols lauten folgendermaßen:

- Balance zwischen Stärken und Schwächen finden
- Mut und Offenheit für Neues entwickeln
- Internationalität fördern
- Fehlerkultur erlauben und „Ausprobieren“ fördern
- Generationenaustausch fördern

Das soziale Gefüge (Sozialstruktur)

Globale Ereignisse wie die Griechenlandkrise, Naturkatastrophen und Kriege im Nahen Osten machen bewusst, dass wir in einer volatilen Welt leben.





Verglichen mit anderen Teilen der Welt ist Tirol mit niedriger Kriminalität und einem funktionierenden Sozialsystem sicher und stabil. Tiroler*Innen haben Anspruch auf Leistungen auf hohem Niveau, wie Kinderbetreuung, Bildung, Krankenversicherung und Altersbetreuung. Einige Schwächen bestehen dennoch:

Das täglich Brot

Die hohen Lebensunterhaltskosten stehen in keiner Relation, wenn man sieht, was ein durchschnittlicher Arbeiter verdient – Philipp Walschebauer

Im Vergleich mit Österreich (8,4 %) hat Tirol eine geringere Arbeitslosigkeit mit 6,9 %³⁴. Das mittlere Bruttomonatseinkommen pro Erwerbstätigen lag 2014 bei 2.300 €, damit unter dem österreichischen Durchschnitt von 2.424 € und an vorletzter Stelle vor dem Burgenland³⁵. Die Lebenshaltungskosten, vor allem die Mietpreise, steigen stetig an und sind in Tirol vergleichsweise hoch. So ist z.B. das Wohnen mit 7,64 € pro Quadratmeter teuer (2014 durchschnittlich in Österreich 6,93 €³⁶). Es ist heute bereits schwierig, sich eine eigene Wohnung zu kaufen und die Kosten für ein Eigenheim im Innsbrucker Raum sind geradezu unfinanzierbar. Ungleichheit und die Anzahl der als arm definierten Menschen steigen. So galten in Erhebungen 2011/13 in Tirol 51.923 Personen im Erwerbsalter als armutsgefährdet, obwohl 51,4 % davon sogar einer Erwerbstätigkeit nachgingen³⁷.

Wir haben Ansprüche

In dreißig Jahren werde ich nicht wie jetzt in Österreich einer von 450.000 Pflegebedürftigen sein, in dreißig Jahren bin ich einer von einer Million – Georg Schärmer

Die älter werdende Gesellschaft bzw. der Rückgang der Erwerbstätigen wird das soziale System herausfordern. Zwar stellt die Medizin bessere Präventions- und Diagnoseverfahren zur Verfügung, die steigende Anzahl an älteren Menschen führt aber zugleich zu steigenden Ausgaben im Pflege- und Gesundheitswesen. Bereits heute sind Pflegekräfte, die Alters- und Krankenpflege am Limit.

Wir werden vielfältiger

Derzeit sind 18,5 % der Beschäftigten in Tirol Ausländer*Innen und Tirol wird zunehmend vielfältiger³⁸. Für auswärtige Arbeiter*Innen mangelt es an Unterstützung. Selbst für Spitzen- und Führungskräfte ist der Integrationsprozess diffizil. Die Thematik der Migration nimmt durch die Flüchtlingsströme nach Europa an Brisanz zu. Es ist die unbedingte Aufgabe aller Länder in Europa, die Flüchtlinge vor menschenunwürdigen Umständen und lebensbedrohlichen Gefahren zu bewahren und natürlich gilt es zu berücksichtigen, wann diese Gegebenheiten vorliegen und wann wirtschaftliche Gründe zur Flucht nach Europa motivieren. Ebenso sind die Auswirkungen auf die heimische Volkswirtschaft zu berücksichtigen. Eine geeignete Lösung für die Aufnahme von Migrant*Innen muss dringend gefunden werden. Natürlich wäre es am besten, wenn sich in den betroffenen Ländern die Kriegszustände und unmenschlichen Lebensbedingungen schnellstmöglich ändern.

Auf Tirol kommen deutliche Strukturbrüche zu, die nur durch eine Weiterentwicklung der Zivilgesellschaft und durch mehr Eigenverantwortung und Initiative der Bürger*Innen aufzufangen sind. Gesellschaftlichen Problemen muss offen begegnet werden, sie müssen adressiert und z. T. in Eigenverantwortung angegangen werden. Das kann in vielerlei Hinsicht geschehen: (1) in der Forschung, also der Identifikation, wo welche Probleme bestehen. (2) Im Bereich der sozialen Innovationen oder Entrepreneurship, indem man Ideen und gemeinsame Lösungen findet, die der Gesellschaft zuträglich sind. Oder (3) in Freiwilligenarbeit, Schulprojekten und Events. Viele Tiroler*Innen engagieren sich bereits jetzt ehrenamtlich; geeignete Anreizsysteme und Zeitmodelle könnten deren Anzahl erhöhen. Auch im gesellschaftlichen Bereich ist Vernetzung wichtig: Ein großes Netzwerk an freiwillig und ehrenamtlich aktiven Bürger*Innen wirkt stabilisierend.

Die Forderung im Bereich der Sozialstruktur lautet folgendermaßen:

- Gesellschaftliche Herausforderungen offen angehen, z. T. in Eigenverantwortung



BRÜCKENBAUER STATT BÜROKRAT

Da muss eine Roadmap her. Nur ich sehe in der Politik noch keinen, der den Mut dazu hat – Reinhold M. Karner

Um ein Land zu führen, braucht es einen funktionierenden öffentlichen Sektor. Sicherlich gilt zu berücksichtigen, inwieweit Tirols Politik und Verwaltung von Österreich und der EU anhängig ist. Das System mit ohnehin vielen und sich stetig mehrenden Regeln wird zunehmend komplex und kann hinterfragt werden. Hinzu kommt der fehlende Mut von Verhandlungsführer*Innen und Behördenleiter*Innen, Entscheidungen zu treffen. Sie sichern sich vielmehr mit Gutachten doppelt ab. Die Vermutung liegt nahe, dass Beamte sich auf diese Weise vor den Auswirkungen möglicher Fehlentscheidungen schützen. In der Politik fehlt zunehmend die Courage für einschneidende Änderungen, die Wähler*Innenstimmen kosten. Eine klare Vision und Strategie, welchen Weg Tirol einschlägt, ist außerdem nicht erkennbar.

Die berühmte Käseglocke wird den Fortschritt nicht ermöglichen, man muss ein gesundes Wirtschaften zulassen – Reinhard Schretter

Es ist zu bedenken, dass in der Politik ein hohes Maß an Geschicklichkeit, Durchsetzungsvermögen und sozialen wie fachlichen Kompetenzen gefragt ist. Der Staat sollte Brückenbauer sein und kein Bürokrat. Vor allem muss er Anreize schaffen, anstatt weitere Verordnungen und Einschränkungen zu proklamieren. Der Staat hat die Verpflichtung, den Markt in bestimmte Bahnen zu lenken, Risiken zu reduzieren und Entwicklungen anzustoßen. Es ist die Aufgabe des Staates, Situationen zu analysieren, Toleranzen abzuwägen und Hindernisse zu minimieren. Die Maxime sollte lauten: „Wie kann ich etwas ermöglichen?“. Der unternehmerische Gedanke muss sich auch in Ämtern und Politik verbreiten. Es geht vor allem darum, ein Ziel zu setzen und dieses mutig mit zu verfolgen. Am Ende braucht es einen demokratischen Konsens, Transparenz und direkten Kontakt. Eine offene Diskussion mit den Bürger*Innen könnte für die Politik eine Chance sein.

Die Forderungen an den Staat lauten folgendermaßen:

- Der Staat als Brückenbauer
- Minimierung der Bürokratie
- Anreize statt Verordnungen
- Entrepreneurship-Gedanke in Ämtern und Politik
- Enger Diskurs mit Bürger*Innen





(T)RÄUME VERSCHMELZEN

Die ganzen Flächen-, Entwicklungs- und Raumpläne wie sie heute sind, die gehören überholt – Michael Prachensky

Raum und Arbeit

In Tirol achtet die Raumplanung nicht genug auf Ausgewogenheit, vielmehr wird sie von einzelnen Bauherren und Projektentwickler*Innen gesteuert, ohne ortsübergreifenden Plan. Die Wirtschaft entwickelt sich in Richtung „saubere“ Produktion und Fertigung, in der weite Teile der Arbeit aus Denkarbeit vor dem Computer bestehen. Neue Berufe benötigen zur Ausübung häufig nur einen Internetzugang, aber kein permanentes Büro. Home Office Lösungen und Co-working spaces werden zunehmen.

Die Raumplanung in Tirol sollte sich verändern und folgende Einflussgrößen stärker beachten: Mobilität, Vernetzung, Altersstruktur der Bevölkerung, neue Technologien und die Art der Arbeit. Um den Raum in Tirol optimal zu nutzen, muss man gemeinde- und bezirksübergreifend denken. Völlig neue Stadtkonzepte können aufkommen. Ein Beispiel für die bereits geschehenden Veränderungen ist die Smart City Wien³⁹. Tirol sollte ganzheitliche Stadtkonzepte weiterdenken, weg vom strikten Denken ausgewiesener Gebiete, hin zu einem integrierten Ansatz: Wohnen, Arbeiten und sogar Urlaub wachsen zusammen. Ein erster notwendiger Schritt ist offensichtlich der Ausbau des Breitbandangebotes.

Raum und Leben

Raum und Architektur beeinflussen die Gesellschaft und die Kommunikation der Bewohner*Innen. Baumaßnahmen, wie hohe Gartenzäune oder Mauern, haben Menschen eher auseinander getrieben anstatt Raum für Begegnungen zuzulassen. Für die Zukunft sind vernetzende Projekte denkbar, vergleichbar mit einer typischen Campusuniversität in den USA. Auch könnten vermehrt Generationenhäuser entstehen. Sogenannte Smart Home Solutions erlauben es, mit dem Haus/der Wohnung zu kommunizieren und werden das Wohnen revolutionieren. Konzepte wie Urban Gardening werden den Lebensraum verschönern und sich dem Trend des „Selbermachens“ und des Naturbewusstseins anschließen.

Die Forderungen an die Raumplanung Tirols lauten folgendermaßen:

- Ausbau und Intensivierung von Smart Home und City Lösungen
- Weg vom Denken in Gemeinden, hin zu integriertem und bezirksübergreifendem Denken
- Ausbau des Breitbandangebotes
- Neue Architekturprojekte sollten Kommunikation der Bewohner fördern
- Elemente von Stadt und Land vermischen durch Konzepte wie „Urban Gardening“

NICHT VERKEHR(T) – SAUBERE MOBILITÄT

Wir brauchen Mobilitätsalternativen, das heißt wir müssen uns der technischen Revolution widmen – Ernst Fleischhacker

Der Verkehr in Tirol ist kurz vor dem Kollabieren. Autobahnen sind überfüllt, der Transitverkehr ist hoch wie nie und in Städten wie Innsbruck sind Parkplätze schon lange Mangelware. In Tirol sind aktuell fast 520.000 Kraftfahrzeuge angemeldet. Prognosen rechnen mit einem weiteren Anstieg von 30 % bis 2035. Insgesamt nimmt der Stellenwert des Autos als Statussymbol jedoch ab, vor allem für Großstadtbewohner*Innen, die als Touristen*Innen sehr häufig Tirol besuchen. Die Erreichbarkeit von Urlaubsorten und die Mobilität innerhalb der Destination werden deshalb zum Thema. Urlaubsorte, die nicht oder nur schwer ohne Auto zu erreichen sind, können an Attraktivität verlieren. Neue Lösungen verändern die

Personen- und Warenlogistik. Neue Industrien könnten dadurch entstehen.

Das Ziel neuer Mobilitätskonzepte ist klar: saubere Mobilität. Dabei ist zu beachten, dass ein neues System nicht als nachteilig oder einschränkend von Einwohner*Innen oder Touristen*Innen empfunden werden darf. Neue Technologien aber auch Zugeständnisse und Anreize werden notwendig sein. Durch die Standortgegebenheiten (wie z.B. die Wasserkraft) hat Tirol die Möglichkeit, ein Vorreiter in dieser Thematik zu werden.

Die Forderungen an die Mobilität Tirols lauten folgendermaßen:

- Saubere Mobilität als langfristiges Ziel
- Kompetenzen ansiedeln und Infrastruktur ausbauen
- Anreize schaffen für frühe Adaptierung neuer Systeme



KONNEKTIVITÄT: VERNETZUNG IN ALLEN BEREICHEN

Das Problem, das derzeit noch ein bisschen herrscht, ist, dass viele Institutionen nebeneinander arbeiten. Man müsste einen Weg finden, wie man diese miteinander vernetzen und das Netzwerk funktionieren kann – Walter Ischia

Tirol ist zu klein, um alles aus eigener Hand zu stemmen. Es braucht die Vernetzung innerhalb Tirols aber auch über die Landesgrenzen hinaus, um wirtschaftlich konkurrenzfähig zu sein und den Herausforderungen der Zukunft gewachsen zu sein.

Die heterogene Zusammensetzung von Netzwerken und die intensive Zusammenarbeit der verschiedenen Akteur*Innen steigern die Leistungsfähigkeit und Widerstandsfähigkeit der Region.

Vernetzung ist daher auf allen Ebenen zu forcieren: Politik, Industrie, Wirtschaft und Wissenschaft müssen systematisch zusammenarbeiten, Institutionen eng mit der Bevölkerung und der Wirtschaft. KMUs, Startups, Großunternehmer*Innen aber auch Investor*

Innen müssen vermehrt miteinander kommunizieren und Möglichkeiten finden, sich gegenseitig zu unterstützen. Auch ein Wissenstransfer der Generationen sollte begünstigt werden, um neue und alte Werte miteinander zu verschmelzen. Dabei ist es wichtig, dass es sich bei den Kooperationen nicht um Lippenbekenntnisse und Absichtserklärungen handelt, sondern um funktionierende, schlanke Teams, die aktiv handeln. Neueste Kommunikationstechnologien und soziale Netzwerke unterstützen die Vernetzung und sollten zum Einsatz kommen. Jedoch stellen diese keine Selbstläufer dar, es braucht ein aktives Management. Letztendlich steht die Vernetzung von Menschen untereinander und über alle Hierarchien im Fokus: Weg vom Silodenken, hin zu einem Denken in (Öko-)Systemen.

Die Forderungen an Tirol lauten folgendermaßen:

- Vernetzung in allen Bereichen forcieren
- Heterogenität nutzen
- Kommunikation begünstigen
- Denken in Ökosystemen



TEIL 2 // MIT MUT UND IDEEN- REICHTUM DIE ZUKUNFT GESTALTEN





*Der zweite Teil der Studie stellt Lösungsansätze und Ideen vor, die aus Inhalten der Interviews abgeleitet sind und auf Einreichungen des Ideenwettbewerbes auf der Onlineplattform www.zukunft-tirols.at basieren. Über 600 Teilnehmer*Innen sammelten fast 250 Ideen auf der Plattform. Dabei konnten Teilnehmer*Innen zu insgesamt sieben Themenbereichen Ideen verfassen: Für Tirol allgemein (22 % der eingereichten Ideen), Kultur und Internationalität (12 %), Bildung und Forschung (11 %), Infrastruktur und Rahmenbedingungen (14 %), Wirtschaft und Industrie (13 %), Natur und Landwirtschaft (11 %) und Tourismus (17 %). Eine Mehrfachauswahl von Kategorien war möglich. Ideen, die in der Studie vorgestellt oder erwähnt werden, sind mit einer Kennung „ID“ versehen. Sie hilft Ihnen, diese mit ausführlicher Beschreibung auf der Plattform wiederzufinden und sich bei Interesse weiter zu informieren. Die vorgestellten Ideen sollen einen Denkanstoß geben, wie auf künftige Herausforderungen Tirols reagiert werden könnte. Neun Konzepte werden vorgestellt:*

1. POSITIONIERUNG ALS INNOVATIONS- UND-HIGHTECH STANDORT: Ein Fokus auf „Denkarbeit“, vor allem in den Bereichen Technologie und Life-Science.

- Gründung eines Innovations- und Technologie-zentrums zur Vernetzung und Verortung der Akteur*Innen
- Das innovative Potential der Universität stärker für die Wirtschaft und Gesellschaft einsetzen
- Technologie vermehrt in den Schulunterricht, die Aus- und Fortbildung aufnehmen

2. LUST HABEN, ETWAS ZU UNTERNEHMEN: Erste Initiativen und Signale, um die Anzahl an Neugründungen und die Attraktivität Tirols für Unternehmen zu steigern. Auch für bestehende Unternehmen wird es leichter, Innovationen umzusetzen.

- Die Vernetzung von Innovations(be)treiber*Innen und Gründer*Innen mit Universität, KMUs, Großunternehmen und Start-ups etc. fördern
- Räume für Gründer schaffen
- Ein universitäres, fakultätsübergreifendes Entrepreneurship Center aufbauen
- Förderung des unternehmerischen Gedankens bereits in der Schule

3. TIROL – DIE GANZJAHRES-URLAUBS-DESTINATION: Ein Ausbau des Tourismus zu einem Ganzjahresangebot verringert die Abhängigkeit von den Schneeverhältnissen.

- Klare Positionierung, zum Beispiel in den Themen Gesundheit, Entschleunigung und Action
- Work in Residence als chancenreiches neues Konzept

4. REGIONALE, NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFT:

Eine Spezialisierung auf Regionalität und Nachhaltigkeit der Tiroler Landwirtschaft ist eine Chance, aktuelle Trends auszunützen.

- Etablierung von Trüffelprodukten
- Erweiterung der landwirtschaftlichen Wertschöpfung bis zum Verkauf der Produkte
- Verstärkte Kooperationen mit dem Tourismus

5. DIE NATUR NÜTZEN UND SCHÜTZEN: Ein bewusster Umgang mit der Natur ist essentiell; nicht nur zur Erhaltung des Lebensraums, sondern auch für die Wirtschaft, den Tourismus und die Landwirtschaft.

- Konzepte zur Reduktion von Energie- und Ressourcenverbrauch verfolgen
- Intensivierung von Initiativen zur regenerativen Energiegewinnung. Neue nachhaltige Geschäftsmodelle unterstützen

6. ZUM WOHLER DER GEMEINSCHAFT: Der Sozialstaat wird es in Zukunft schwer haben, die gewohnten Ansprüche zu gewährleisten. Jede*r Bürger*In trägt dazu bei, diese Herausforderung zu stemmen:

- Verstärkung einer freiwilligen Arbeit
- Besonderer Augenmerk auf Werte wie Zivilcourage in der Schul- und Ausbildung
- Vernetzung aller Akteur*Innen, um Kräfte zu bündeln
- Flüchtlingsdebatte mit Menschlichkeit und Rücksicht sowohl für Flüchtlinge aber auch Einheimischen angehen





7. ZEICHEN SETZEN UND KURS VORGEBEN: Die Politik steht in der Kritik. Erste Signale und ein aktives Zugehen auf die Bürger*Innen müssen die nächsten Schritte sein:

- Gemeinsame Vision für Tirol entwickeln
- Eine online Diskussionsplattform als erste Initiative zu mehr Dialog
- Beamten und Politiker Einblicke in die Unternehmerwelt geben, damit diese die Anforderungen besser verstehen

8. VISION RAUMPLANUNG: Die Raumplanung verändert sich. Wie könnte das Zusammenleben in Zukunft aussehen?

- Integrierte Raumplanung, die intelligentes Wohnen und Arbeiten, Versorgung und Freizeitgestaltung zulässt sowie unterschiedliche Räumlichkeiten und Nutzungsangebote mit und ohne Concierge Service bietet

9. MOBILES TIROL: Großes Verkehrsaufkommen und hohe Abgaswerte fordern neue Wege:

- Planung von Konzepten, die es Tourist*Innen und Einheimischen erlauben, sich in Tirol ohne eigenes Auto oder Mobilitätseinbußen bewegen zu können



1. POSITIONIERUNG ALS INNOVATIONS- UND HIGHTECH STANDORT

Das Thema Innovation ist nicht auf die Technologie beschränkt, das Thema Innovation, das ist aus meiner Sicht überhaupt der Kern – Andreas Altmann

Ich glaub', ganz generell müssen es wirklich Bereiche sein mit einer hohen Wertschöpfung. Sonst ist man mit den Ländern in Asien, zunehmend Lateinamerika und Afrika nicht mehr wettbewerbsfähig – Severin Schwan

Um eine zusätzliche Positionierung Tirols in Richtung Hightech, Digital- und Life-Science-Zentrum in Angriff zu nehmen, muss der Standort für führende Unternehmen, Innovatoren*Innen, Investoren*Innen

und Spitzenforscher*Innen noch interessanter werden. Da dies nicht über Nacht geschieht, sind wegweisende Signale umgehend auszusenden. Interessante Anknüpfungspunkte für finanzkräftige in- und ausländische Unternehmen bilden neben den bereits existierenden Tiroler Spitzenunternehmen auch Forscherteams an der Universität und den Tiroler Start-ups, wie z. B. das Nixie-Team der Uni Innsbruck⁴⁰ oder das Pharmazie Start-up Cyprumed⁴¹. Diese werden allerdings noch nicht mit der Marke Tirol assoziiert. Entsprechende Konferenzen, Veranstaltungen und Working in Residence Modelle (Seite 39) könnten dazu führen, Tirol nicht nur als Urlaubsdestination wahrzunehmen, sondern auch für die Unternehmen als attraktiven Innovations- und Hightech Standort zu etablieren.

Ein Innovations- und Technologiecampus, wo jede*r zusammenarbeitet.

Es gibt viele Ansätze, aber so richtig zu Ende gebildet hat sich das noch nicht. Es steckt vieles noch im guten Willen aber nicht in der Umsetzung – Reinhard Schretter

Ein Innovations- und Technologiecampus könnte eine geeignete Maßnahme sein, Forschung und Wirtschaft zusammenzuführen (siehe Abbildung 2).

Das Zentrum soll neueste Technik und beste Betreuung für Start-Ups, Unternehmer*Innen und Forscher*Innen sowie Student*Innen bereitstellen, um ein kreatives Umfeld zu schaffen. Unternehmen und Institutionen wie das CAST⁴², transidee⁴³, Co-working spaces, universitäre Labore und Institute, aber auch HTL Werkstätten (und sogar Schulen) könnten sich dort ansiedeln und am Zentrum gemeinsame Innovation und spezielle Projekte angehen. Die praktische Umsetzung neuester Forschungsfelder oder das

Lösen anwendungsorientierter Aufgabenstellungen gemeinsam mit Forscher*Innen und Student*Innen könnte Unternehmen einen enormen Innovations- und Technologieschub geben.

Unternehmen erschaffen sich so einen Wettbewerbsvorteil und können neue Märkte und Geschäftsfelder erschließen. Spezielle Gemeinschaftsräume, die für alle zugänglich sind, fördern den Wissensaustausch und die Kommunikation untereinander. Ein Event/Konferenz-Gebäude könnte dazu verwendet werden, Interessenten*Innen auch aus dem Ausland einzuladen.

Ähnlich der Start-up Factory in Berlin (<http://factory-berlin.com>) könnten Investor*Innen und Unternehmen gefunden werden, die Mitarbeiter*Innen im Innovations und Technologiecampus einsetzen, um neu gegründete Unternehmen zu unterstützen und in die Rahmenbedingungen für Start-ups sowie in diese selbst investieren. Aus den erfolgreichen Start-ups kann dann wieder Kapital geschöpft und auf neue Projekte verteilt werden (vgl. ID140, User KaiZer).

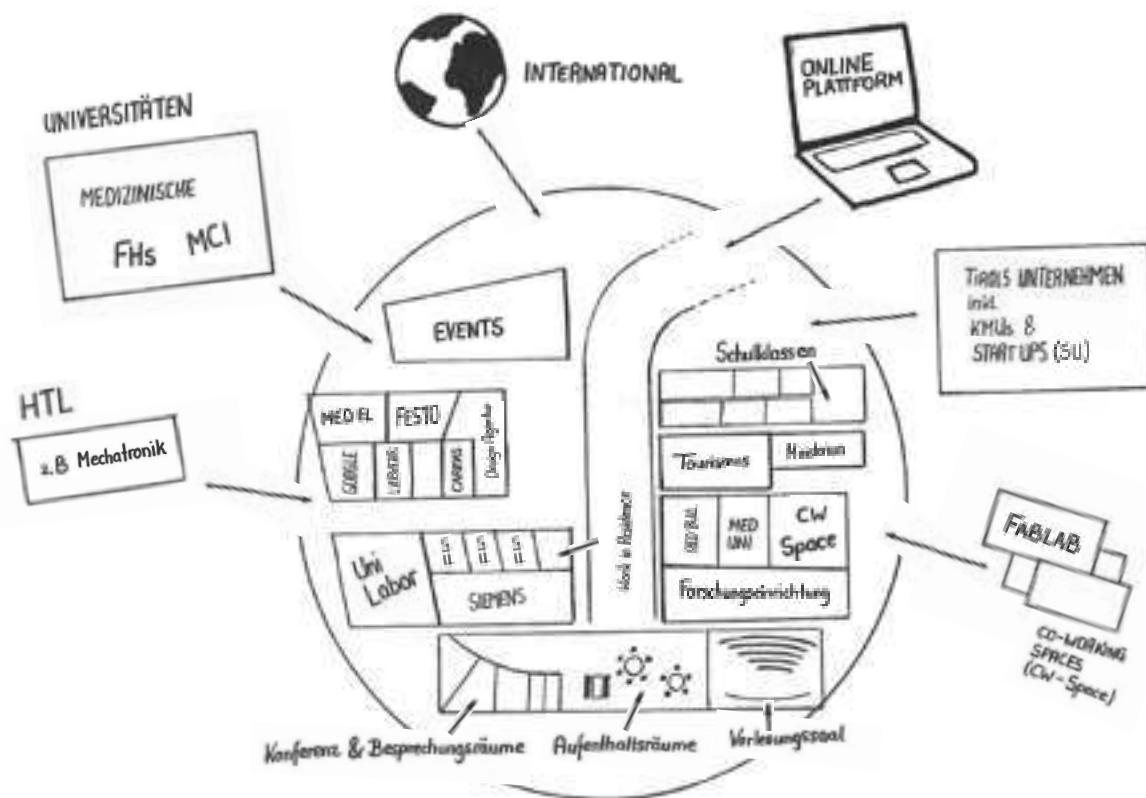


Abbildung 2 // Ein skizzierter Innovations- und Technologiecampus



Spitzenforscher für Tirol

Bereit sein, über die Nordkette hinweg zu sehen – Tilmann Märk

Zunächst brauche ich die Top-Wissenschaftler. Die Unternehmer kommen später – Severin Schwan

Möchte man Hightech Unternehmen ansiedeln, braucht es zunächst Forscher(-gruppen), die in einer dieser Technologien führend sind. Ist der/die Spitzenforschende in der Szene bekannt, folgen ihm/ihr weitere Forscher*Innen nach und ein Hub kann sich bilden. Dazu braucht es keine Nobelpreisträger*Innen, sondern die Riege davor, sogenannte „Rising Stars“ in ihren Forschungsbereichen. Sie werden sich in Tirol nur dann ansiedeln, wenn sie von den Gegebenheiten und Rahmenbedingungen des Standortes überzeugt sind.

Die Nebensächlichkeiten werden zu Hauptsache – Severin Schwan

Nicht nur die Wissenschaftler*Innen, sondern auch deren Familien müssen sich wohlfühlen. Dies beinhaltet die Verfügbarkeit internationaler Schulen, einen hohen Lebensstandard, Freizeitmöglichkeiten, einen Arbeitsplatz für den/die Lebenspartner*In und nicht zuletzt ausreichendes Budget und eine umfangreiche Ausstattung des Instituts. Als Zeichen der Wertschätzung sollten Einladungen und Rekrutierungsanfragen von höchster Stelle getätigt und reguliert werden.

Technologie in der Bildung

Die grundlegenden Kompetenzen im Technologiebereich können bereits in der Schulbildung vermittelt werden: Die meisten Schüler*Innen sind mit dem Umgang mit Youtube und sozialen Medien vertraut. Besondere virtuelle Kursangebote, sogenannte MOOCs, sind einfach per Rechner/Smartphone zugänglich und wirksam, auch für die Nachbereitung von Inhalten. Ähnlich dem klassischen Fach „Handwerken“, in dem Schüler*Innen einen direkten Kontakt mit Materialien und Werkzeugen einüben, sollten sie den Umgang mit Hightech erlernen, praktische Aufgaben lösen. Das Projekt TiroLAB (tirolab.at) stellt ein solches Lernkonzept für Schüler*Innen dar im Bereich Robotics, einfacher Programmierung und Elektronik: Schüler*Innen (aber auch Erwachsene)

lernen spielerisch, mit Hightech umzugehen, lernen mechanische Grundprinzipien, Programmierung und die Konstruktion von Robotern. Die Verwendung von Open Source Electronic Hard- und Software (z. B. Scratch⁴⁴ oder Arduino⁴⁵) und 3D Drucker ermöglichen dies zu überschaubaren Kosten. Die derzeitige Reichweite ist klein und auf freiwilliger Basis. Zukünftige Projekte sollten flächendeckend angeboten werden.

Technologiekurse könnten die Aus- und Fortbildung bereichern. Geeignete Formate sind z. B. Hackathons⁴⁶ oder Makerthons⁴⁷. Auch Initiativen wie die „Hour of Code“, die Ende 2013 in den USA ins Leben gerufen wurde, sind denkbar (ID144, User: win.lee). Führende Unternehmen und prominente Köpfe haben sich dabei zusammengeschlossen, um das Programmieren mit spielerischen Lerneinheiten zu fördern. Eine andere Möglichkeit sind anwendungs- und projektorientierte Bildungseinrichtungen, die Kompetenzen vermitteln, ohne die im 21. Jahrhundert nichts mehr funktioniert (ID240, Offene Coding Schule, User Sophie Edlmair und ID318, Coder Dojo, User Dr. Antonio J. Roa-Valverde). Das Angebot richtet sich an Interessierte, die Apps entwickeln wollen, Student*Innen, die kreative Nebenjobs suchen, Auszubildende, die sich weiterentwickeln wollen, Inhaber*Innen kleiner Betriebe, die digitale Ressourcen nutzbar machen möchten, Mütter oder Väter, die von zu Hause aus programmieren wollen.

2. LUST HABEN, ETWAS ZU UNTERNEHMEN

Wir haben das Potential, es muss aber an die Oberfläche kommen – Markus Langes-Swarovski

Stürz dich auf die Bühne. Gebt ihnen Luft zum Atmen. Gebt ihnen Entwicklungsmöglichkeiten und gebt ihnen Unterstützung – Reinhold M. Karner

Ein Pedal ist zulässig: Das Gaspedal. Jetzt probiert es mal, habt Freude und traut euch. Bitte geht nicht unkalkuliert in das Risiko, aber probiert es – Andreas Altmann

Verschiedene Bereiche müssen ineinandergreifen, um Innovationen und Unternehmensgründungen den Weg zu ebnen. Eine gemeinsame Anlaufstelle für Unternehmensgründungswillige, die viele Kompetenzen bündelt, Auskunft und Hilfe leisten kann und

über das Angebot von CAST, Standortagentur, Wirtschaftskammer, Universität und Unternehmen bzw. Institutionen Einblick gibt, wäre eine große Erleichterung für Gründer*Innen. Auch ist die Kommunikation auf allen Ebenen (Land, Wirtschaftskammer, Universität, Unternehmer*In, aber auch der Gründer*Innen untereinander) wichtig. Bestenfalls wird eine Art Basisbewegung entstehen. Gute Beispiele hierfür sind die Bäckerei in Innsbruck oder der kürzlich ins Leben gerufene, unabhängige Blog für Start-ups „Startalps“ (ID151, User georggassner).

Gründungsfinanzierung und eine richtige Beratung werden eine Rolle spielen, aber letztendlich ist es die Dynamik, die einen da weiter bringt – Reinhard Schretter

Um die Gründungskultur zu stärken, bedarf es der physischen Vernetzung der Innovations(be)treiber*Innen (Gründer*Innen, Universität, KMUs, Großunternehmen und Start-ups) und der Bildung einer Start-up Community rund um ein Entrepreneurship Center. Dieses Center soll als Lehranstalt, Inkubator und Akzelerator dienen, aber auch Betreuung im Wachstum bereithalten. Fort vom Gedanken: Das ist meine Idee, die teile ich nicht. Hin zu gegenseitiger Unterstützung. Dafür könnten Räumlichkeiten und Angebote rund um die Universität genutzt werden. Abbildung 6 illustriert ein mögliches Konzept eines Entrepreneurship Centers. Dabei sind vor allem die Punkte Education, Incubation, Prototyping, Acceleration, Growth, aber auch das Networking von Bedeutung:

Education

Um den Gründungswillen zu steigern, muss entsprechendes Wissen vermittelt und das Interesse und die Motivation zum Gründen geweckt werden. Initiativen für ein gegenseitiges Kennenlernen von Interessierten, die Gründung interdisziplinärer Teams und der Erfahrungsaustausch mit Gründer*Innen und Unternehmer*Innen stellen erste Schritte dar.

Große Firmen verstehen, dass die Universität ein attraktives Umfeld ist und zwar im doppelten Sinne: einerseits für neue Entwicklungen, neue Ideen und Aktivitäten Richtung Spin-offs. Aber auch für top ausgebildete Mitarbeiter – Tilmann Märk

Universitäten selbst müssen weg vom Modell einer rei-

nen Ausbildungs- und Forschungsstätte hin zur Etablierung zu einer Unternehmensschmiede, denn sie verfügen über die besten Voraussetzungen für Start-ups: Wissen und talentierten Nachwuchs. Professor*Innen sollten ihre Student*Innen für Entrepreneurship begeistern und ihnen das notwendige Wissen vermitteln, ihnen zeigen, wie Geschäftsmodelle entwickelt und positioniert werden und wie eine Finanzplanung funktioniert. Studierende werden sich mit diesem Rüstzeug in Eigendynamik an eigene Projekte wagen. Aktuell wird Entrepreneurship im PhD-Programm der Universität Innsbruck angeboten – ein erster Schritt in die richtige Richtung. Eine Vereinfachung der Anrechenbarkeit von Kursen aus anderen Disziplinen oder Studiengängen in unternehmerische Fortbildung würde weitere Student*Innen BWL-ferner Fächer anziehen. Denkbar ist auch, Entrepreneurship in den Curricula anderer Studiengänge zu berücksichtigen, so könnte ein*e Physikstudent*In im Bachelorstudium bereits die Möglichkeit erhalten, die Grundzüge der Unternehmensgründung und Betriebswirtschaft zu erlernen. Der interdisziplinäre Gedanke ist eine Chance, Student*Innen aus verschiedenen Fachrichtungen an einen Tisch zu bringen und sich kennenzulernen. Während gezielter Veranstaltungen, Kurse oder auch in eigenen Begegnungsräumen können sich Teams bilden, die eine Idee entwickeln und zukünftig vielleicht sogar ein Unternehmen gründen. Eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen regionalen Unternehmen (auch im Mittelstand) und Student*Innen kann förderlich sein: Der erste Kundenkontakt könnte die Selbstständigkeit und Eigenverantwortung der Student*Innen fördern. (ID30, User alex)

Stellschrauben sind bereits vor der universitären Bildung zu justieren. Um die Motivation und den Mut der Schüler*Innen zu steigern, ihre Ideen später selbstständig umzusetzen, können unternehmerisches Denken und Selbstständigkeit schon im frühen Alter in den Lehrplan mit aufgenommen werden. Schulen bieten eine risikofreie und experimentierfreudige Umgebung für erste unternehmerische Schritte.

Das müssen wir mehr tun. Ein Alter oder die Eltern müssen öfter sagen „Du mach das, probiere das“ – Josef Glatzl

Das Bewusstsein von Aktion und Reaktion kann früh



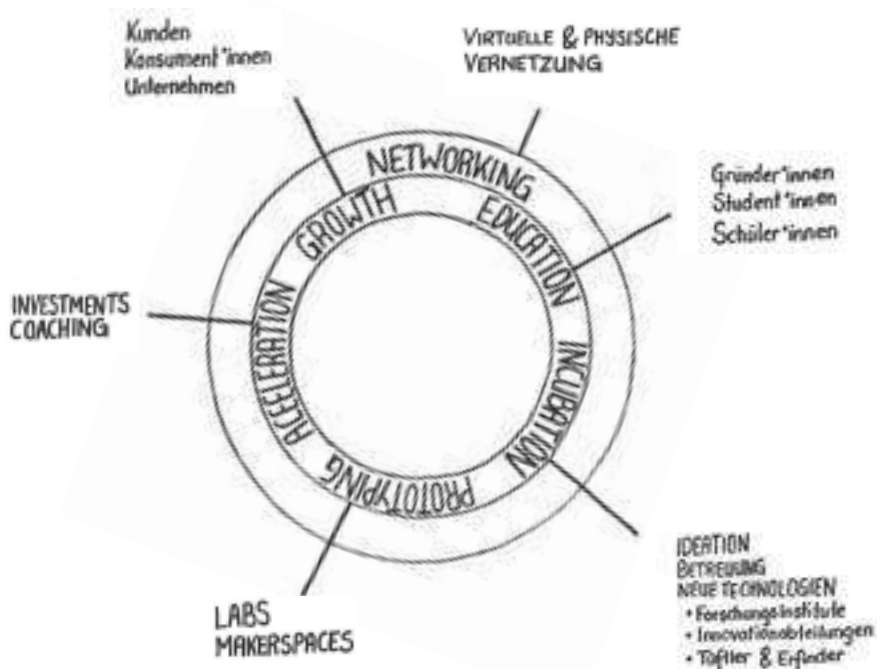


Abbildung 6 // Entrepreneurship Center

gelernt und erste Erfolge gefeiert werden. Kinder auf dem Haiminger Apfelmarkt machen es vor: Die auf dem Markt verkauften Äpfel werden von Kindern direkt an die Autos der Käufer*Innen getragen. Sie organisieren sich selbst und können Erfolge, auch in Form eines kleinen Taschengeldes, verzeichnen.

Incubation

In der Incubation Phase können Geschäftsideen zusammen mit einer Community ausgearbeitet und Mitgründer*Innen gesucht werden. Methodenwerkzeuge wie kreative Tools und Mentor*Innen, Hackathons, Ideen- und Designwettbewerbe, Events, Vorträge oder Camps wirken unterstützend, um ihre Geschäftsideen auszuarbeiten und an ihrem Leistungsangebot zu feilen. Vor allem die Kooperation mit der Universität, mit Forschungseinrichtungen, Entwicklungsabteilungen von Unternehmen und Tüftler*Innen und Erfinder*Innen kann zur Entwicklung von Ideen beitragen. Fragen zur technischen Umsetzbarkeit können Lehrstühle der Universitäten, Expert*Innen oder Berater*Innen klären. Insgesamt geht es darum, wer wen mit welcher Leistung bestmöglich unterstützen kann, ohne in der frühen Phase viel zu kosten, aber stets mit der Chance, dass daraus erfolgreiche Lösungen und florierende Start-ups entstehen.

Student*Innen sollten ihre ersten Gehversuche innerhalb des Studiums machen können und bestenfalls erste Unternehmungen tatsächlich betreiben. Durch den Status „Student*In“ und durch Betreuung inner-

halb des Entrepreneurship Centers sowie der Bereitstellung von Räumlichkeiten ist das Risiko gering und Interessierte könnten optimal gefördert werden. Student*Innen und Professor*Innen sollten auch die Zeit haben, an ihren eigenen Ideen zu arbeiten. Start-up Semester könnten Student*Innen die Möglichkeit geben, während ihres Studiums für ein bis zwei Semester an einer Geschäftsidee zu arbeiten (ID136, User Kathrin Treuting). Sogar ein Aussetzen des Studiums oder der universitären Tätigkeit für eine gewisse Zeit, um Geschäftsideen zu verfolgen, könnte überlegt werden. Derzeit sind diese sogenannten Sabbaticals nur für die Forschung, nicht aber für Unternehmensgründungen möglich.

Prototyping

In Werkstätten, die mit aktueller Technologie wie 3D Druckern, CNC-Fräsen und anderen Maschinen ausgestattet sind, lassen sich Ideen realisieren und erste Prototypen gestalten. Hierbei ist zu beachten, keine redundante Infrastruktur zu schaffen, sondern in einer Bestandsaufnahme zu erheben, welche Labore, Maschinenparks und Equipment in bestehenden Einrichtungen, wie beispielsweise in HTLs und Wifi Lehr- lingsstätten, Berufsschulen oder Betrieben bereits vorhanden sind. Mittels Sharing-Modellen kann die Auslastung der bestehenden Infrastruktur erhöht, und auf das Know-how der Lehrmeister*Innen und Lehrlinge zurückgegriffen werden. Diese Zusammenarbeit stärkt die Vernetzung zwischen Unternehmen, Lehrlingen und Ideengeber*Innen. So könnte die Lehr- lingsbildung das Prototyping beschleunigen, indem

anstelle vorgesehener Standardprojekte erste kostengünstige Prototypen gemeinsam mit Start-ups entworfen und produziert werden. Durch eine Öffnung von Lehrbetrieben und Berufsschulen für das Prototyping erhalten Auszubildende einen Einblick in die Gründer*Innenszene, können kreativ arbeiten und bekommen ein Gespür für die Selbständigkeit. Die jeweiligen Einrichtungen und Ansprechpartner lassen sich in der virtuellen Community online buchen.

Die Universität könnte Budgets für erste Prototypen einrichten, quasi ein Unternehmerstipendium, die den Student*Innen erlaubt, erworbenes Wissen direkt umzusetzen. Sogar die Einführung einer speziellen GmbH auf Probe ist denkbar, die zwar vom Gründungskapital und der Firmenbucheintragung absieht, aber den Student*Innen einen sicheren Rahmen verschafft, unternehmerisch zu agieren.

Acceleration

Ideengeber*Innen, Investor*Innen und Berater*Innen sollen verknüpft werden. Unternehmen und Investor*Innen sollten junge Unternehmer*Innen aktiv unterstützen und finden im Gegenzug vielleicht Innovationen, die für ihr Unternehmen von Relevanz sind. Grundsätzlich geht es darum, in innovativen Modellen beispielsweise mittels Crowdsourcing und -funding das Know-how zu erhöhen und das Risiko zu senken. Auch steuerliche Vergünstigungen für Investitionen sind zu diskutieren. Vorstellbar sind steuerliche Erleichterungen für Investments in Start-ups. Ein weiteres Beispiel für ein gelingendes Konzept ist Apple mit dem App Store – Apple muss die hunderttausenden App-Entwickler*Innen nicht bezahlen, sondern bekommt 30 % Kommission für den Vertrieb der user-generierten Apps. Die App-Entwickler*Innen tragen damit das Risiko selbst, können im Erfolgsfall aber 70 % des Umsatzes für sich verzeichnen. Vergleichbare Win-Win Situationen lassen sich auf viele Bereiche adaptieren.

Growth

Innerhalb der Community können ständig Optimierungen von Technologien und Produktionsprozessen gesucht und ein Wachstum kann durch professionelle Betreuung verstärkt werden. Anlaufstellen, die Verwaltungsdienste anbieten, werden junge Unternehmen im operativen Geschäft unterstützen, Kunden*Innen zu finden und Geschäftsbeziehungen aufzubauen und zu pflegen.

Network & Community

Vernetzung mit Co-working spaces und FabLABs

Eine Kooperation zwischen Entrepreneurship Centers, unabhängigen FabLABs und Co-working spaces in Tirol könnte das Tiroler Start-up Potential fördern. FabLABs und Co-working spaces stärken den Wissenstransfer unter den Nutzern, begünstigen das Netzwerken und optimieren die Arbeitsbedingungen. FabLABs sind öffentlich zugänglich und bieten Hilfe mit Geräten und Maschinen. Eine der Gewinnerideen des Ideenwettbewerbes auf www.zukunft-tirols.at ist deshalb FABLAB.TIROL ein mobiles FabLAB, das den Zugang zum benötigten Equipment erleichtert (siehe Infobox 1).

Bei der Entscheidung für ein kreatives Gemeinschaftsbüro ist es unverzichtbar, Besonderheiten und Ausstattung der verschiedenen Angebote einzusehen und sich mit anderen Co-Workern auszutauschen. Dies könnte durch eine Online-Plattform mit Diskussionsforum ermöglicht werden (vgl. ID241, User Michael Sieb). Denkbar ist darüber hinaus ein Co-working Pass für Tirol, der es erlaubt, zwischen Co-working spaces zu wechseln, um so interessante Menschen und Arbeitsumgebungen kennenzulernen und von eventuell verschiedenen Angeboten zu profitieren.

Viele Tiroler*Innen könnten von einer „Macher“-Kultur profitieren und Dinge und Gegenstände selbst herstellen. Gibt man Macher*Innen einen Raum, in dem sie sich als Unternehmer*In probieren und die Skalierbarkeit testen können, ist dieser neben Universität und Ausbildung für neue Start-ups ein potentieller Nährboden für neue Ideen. Eine Gewinneridee des Ideenwettbewerbes auf der Plattform www.zukunft-tirols.at stellt eine Möglichkeit vor, wie Selbstgemachtes eine Bühne bekommen könnte (siehe Infobox 2).

Virtuelle Plattform

Angelehnt an Open Innovation und Crowdsourcing von Firmen wie Google, Intel und Siemens könnte eine Online-Plattform durch Einbeziehung der Öffentlichkeit im Internet von der Kreativität und Leistung der Masse profitieren. Darüber hinaus sind Verbindungen mit internationalen Entrepreneurship Centers, Unternehmen oder anderen Unterstützer*Innen denkbar. Hierbei ist es wichtig, alle relevanten Partner*Innen zu Beginn an einen Tisch zu bringen,





damit ein Einvernehmen über die Erwartungen, Anforderungen, Rahmenbedingungen und Prozesse der Plattform entsteht. Ein Beispiel für eine erste Umsetzung dieser Idee ist „Open Innovation Südtirol“, eine offene Plattform, die Kleinst- und Kleinunternehmen sowie mittelständische Handwerksbetriebe aus Südtirol in ihrem Innovationsprozess erfolgreich unterstützt. (Zusammengefasst aus den Ideen der Plattform: ID140, Start-up Factory, User KaiZer; ID:178, Unityrol, User chewbacca, ID257, InnoLab.tirol, User Michael Sieb). Hat sich erst einmal eine große, motivierte Community gebildet, die erste Erfolge verzeichnet, ist dies ein großer Anreiz für weitere Interessierte.

Als Best Practice für ein Entrepreneurship Center dient die Initiative der TU München, die UnternehmerTUM. Dieses Zentrum vereint Bildung, Incubation, Acceleration und Beratung; gibt die Möglichkeit, Prototypen herzustellen und vergibt Venture Capital. Eine Visualisierung des in München entstandenen „Center for Innovation und Business Creation“ sieht folgendermaßen aus (Abbildung 3):

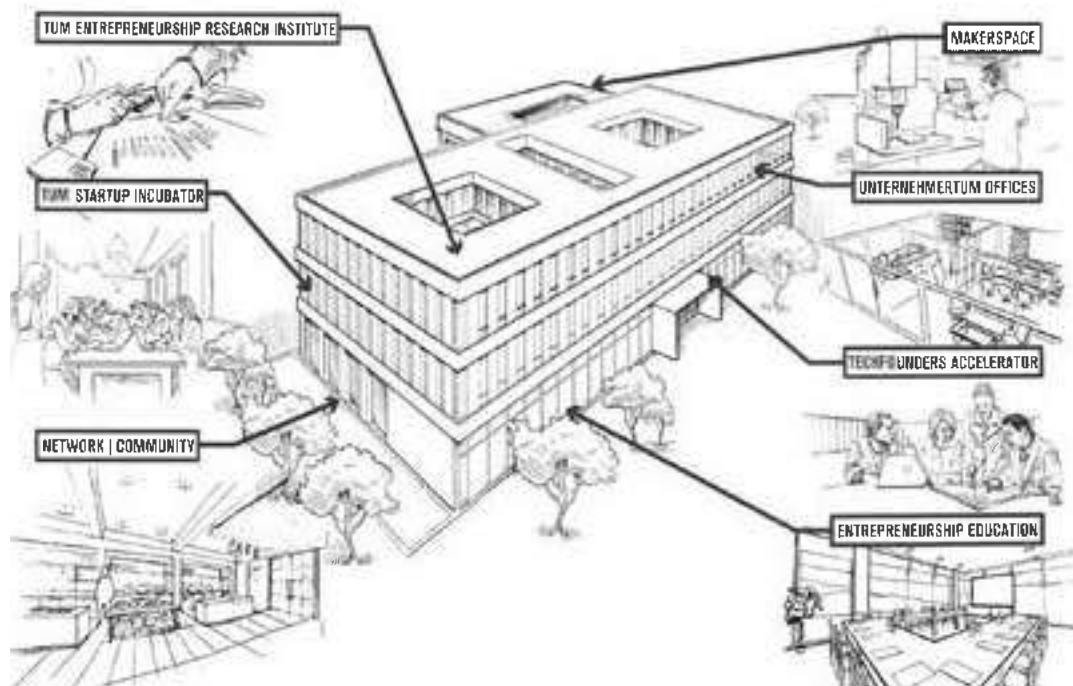


Abbildung 3 // UnternehmerTUM⁵⁶



INFOBOX 1 (PLATZ 2)
GEWINNERIDEE:
FABLAB.TIROL

(ID 226, User Michael Sieb)

Eine öffentlich zugängliche Hightech Werkstätte in der „fast alles“ entstehen kann. Das fablab.tirol möchte allen Tiroler*Innen Zugang zu Geräten wie Lasercutter, CNC Fräsen, 3D Drucker ermöglichen. Es soll temporär und mobil sowie virtuell aktiv sein. Temporär und mobil bedeutet, dass es für einen begrenzten Zeitraum an verschiedenen Orten seine Türen öffnet. Virtuell bietet das fablab.tirol eine Plattform mit Tutorials und einer Trainer*Innen-Datenbank die Möglichkeit, bestehende Initiativen sichtbar zu machen und zu vernetzen.



INFOBOX 2 (PLATZ 3)
GEWINNERIDEE:
ON- UND OFFLINE POP-UP STORE

(ID 71 + ID 312, User LisaS + Kate Rushton)

Diese Gewinneridee wurde aus zwei Einreichungen kombiniert. Zum einen aus der Idee „Die Plattform um DEINE Werke zu teilen!“ (ID 71 User LisaS), einer Online-Plattform, über die man Selbstgemachtes, das zu klein für den kommerziellen Vertrieb erscheint, präsentieren, vertreiben oder tauschen kann. Zum anderen aus „Tirol It Up – Pop Ups As Testers“ (ID312 Kate Rushton): Ein Pop-up Store ist ein Laden, der verschiedene Produkte und Services über eine kurze Zeit anbietet, ehe er sein Sortiment wechselt. Somit können über einen kurzen Zeitraum viele verschiedene Produkte getestet und publik gemacht werden. Die Kombination aus online und offline überzeugte die Jury, weil sie vor allem kleinen Herstellern*Innen einen Distributionskanal zu Verfügung stellt und neue Geschäftsgründungen fördert.



3. TIROL – DIE GANZJAHRES-URLAUBS-DESTINATION

Die Stärken Natur, Tourismus und Gesundheit sind aus meiner Sicht die wichtigsten Aspekte, auf die man sich noch konzentrieren sollte, weil sich Tirol mit seinen Eigenheiten und Stärken gut einbringen kann – Franz Josef Pirkl

Auf Basis der Interviews und gesammelten Ideen auf www.zukunft-tirols.at ergeben sich drei innovative Szenarien, wohin sich der derzeitige Tourismus entwickeln könnte:

3.1 Ausbau des Sommertourismus – Der Weg zum Ganzjahresangebot

Tirols Tourismusangebot ist vor allem bekannt für den Skitourismus. Die geographischen Gegebenheiten bieten jedoch weit mehr. Auf uns zukommende Trends erlauben neue Angebote und Erlebnisse.

Nachhaltigkeit und Entschleunigung:

Hunderte Emails jeden Tag lesen. Das ist alles so eine Last. Man braucht viel Zeit, um alles los zu werden – Birgit Pristauz

Das Arbeitstempo beschleunigt sich und Druck sowie Stresslevel steigen. In einer Erhebung im Jahr 2014 schätzten sich rund ein Drittel der befragten Führungskräfte in Deutschland und Österreich selbst als Burnout gefährdet ein⁴⁸. Tirol hat das Potential, ein Ort zum Durchatmen zu sein. Denkbar sind Angebote, die nicht auf all-inclusive und Rummel setzen, sondern sich auf Abgeschlossenheit, Einfachheit und Ruhe spezialisieren. Es geht darum, dem schnellen Alltag zu entfliehen und dort Kraft und Energie zu tanken. Ziel ist es, die innere Balance der Gäste wiederherzustellen, die Belastbarkeit bzw. Resilienz/Widerstandsfähigkeit zu steigern, um nach einem Aufenthalt in Tirol gestärkt in den Alltag zurückzukehren. Zusätzliches Selfness-Coaching bietet Besucher*Innen Begleitung in zentralen Lebensfragen wie Familie, Beruf, Freundeskreis, Interessen, Werte an (User LSB-Berufszwei, ID186). Dabei geht es um ein fachlich fundiertes Angebot für Gäste, denn ein Urlaub bietet oftmals die Möglichkeit, über Veränderung im persönlichen oder beruflichen Umfeld nachzudenken.

Action auch im Sommer:

Die Natur hat immer offen! – Franz Josef Pirkl

Für Hansi Neuner gehörten Sport und Tourismus zusammen. Er sah großes Potential im Ausbau des Action-Tourismus. So ist Tirol weltbekannt für den Wintersport für jede Könnersstufe. Das Sommerangebot sollte über Wandern und Klettern hinausgehen:

- Wellenpark für Indoorsurfing in den Kitzbühler Alpen (User SURFTIROL, ID50)
- Outdoor Fitness-Studios (ID131, User petechips) und funktionelles Training
- Erweiterung des Bike-Angebots (User masterpt, ID122, oliver team_icecard, ID289): Ein gemeinsames Konzept von Trail-Designer*Innen und Liftbetreiber*Innen ist bislang nicht erkennbar und weitere Erschließungen von Trails sind notwendig.

Zusätzliche Ausbildungsstätten, die mit Bergsport assoziierte Risikofaktoren im Sommer aber auch Wintersport proaktiv und präventiv angehen, erscheinen sinnvoll. Besucher*Innen der Plattform www.zukunft-tirols.at begrüßen ein Kompetenzzentrum tyrol.alpin (User tyrol.alpin, ID331). Das Kompetenzzentrum bietet saisonspezifische Fortbildungsangebote für Alpinbegeisterte, um alpine Risiken besser einzuschätzen und zu minimieren.

Wellness und Gesundheit:

Ein breites Wellness Angebot in Tirol ist bereits vorhanden, sollte aber verstärkt auf Qualität setzen. Qualität bedeutet nicht immer, in große Wellness-tempel zu investieren, sondern auch einzigartige Erlebnisse, individuelle Besonderheiten und eine persönliche und kompetente Betreuung zu offerieren. Anbieter*Innen können vermehrt auf den Gesundheitsaspekt eingehen. In Zusammenarbeit mit Kliniken, Ärzt*Innen oder Betreuer*Innen, kann der Gesundheitstourismus zu einem Aushängeschild Tirols werden. Neue Behandlungsmethoden, Präventionsmaßnahmen und Sportmedizin sollten konzentriert in das Sortiment aufgenommen werden. Die schöne Naturkulisse, die frische Luft und das gesunde Wasser, wie auch die Infrastruktur und das hohe Niveau der Medizin bieten perfekte Standortbedingungen für diese Art des Tourismus. Gegenüber klassischen Krankenhäusern ist die Kombination aus Natur und Top-Medizin die weitaus bessere Option für eine

erfolgreiche Genesung und Erholung. Ein solches Angebot ist außerdem unabhängig von der Jahreszeit und vom Wetter. Gesundheitstourismus ist ein aufkommender Trend, der in vielen Ländern Anklang findet.

In engem Konnex mit dem Thema ist der barrierefreie Tourismus. Spezielle Angebote für Zielgruppen mit gesundheitlichen und kurativen Interessen und eine Anpassung der Infrastruktur sind zu berücksichtigen (vgl. User Kathinka, ID99). Der Verein „Snowlimit: No Handicap Skifahren“ bietet bereits spezielle Skikurse für Menschen mit Behinderung an. (User Kathinka, ID137)

3.2 Work in Residence

Das Denken sollte in schöner Umgebung und schöner Landschaft passieren – Michael Prachensky

Ähnlich wie die großen Dichter und Denker auf Reisen gingen und sich in die entlegensten Gegenden zurückzogen, um nachzudenken, sich inspirieren zu lassen und ihre Werke zu kreieren, ist es nun auch möglich, abgeschiedene Orte für die Arbeitswelt zu nutzen. Das Konzept „Arbeiten, wo andere Urlaub machen“ birgt Potential. In Zeiten der Digitalisierung ist ein festes Büro nicht mehr notwendig. Eine Karte, die Tirol noch nicht ausspielt. Arbeiten Manager*Innen an neuen Strategien oder umfangreichen Projekten, bietet sich eine andere Umgebung an, um dem operativen Alltag zu entfliehen. Die Facette des Tiroler Tourismus ist bis auf das Europäische Forum in Alpbach wenig gelebt. Es gäbe durchaus Potential für mehr Kongresse, Workshops und Symposien in Tirols Destinationen, die auch zu dauerhaften Kreativzentren und Work-in-Residence Hotels/Apartments führen können. Eine entsprechende Infrastruktur zeigt Abbildung 4:

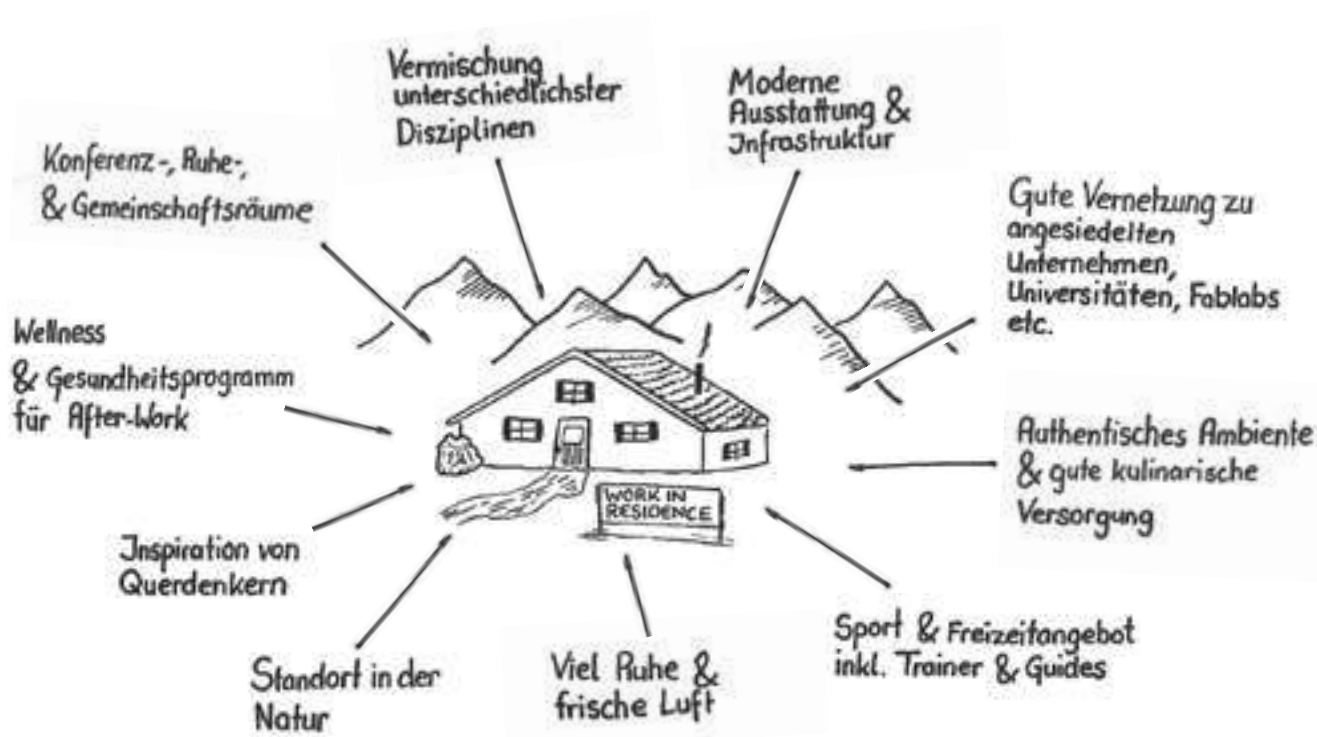


Abbildung 4 // Work in Residence



Ein Breitband-Internetzugang, Einkaufsmöglichkeiten und ein leicht zugänglicher, aber trotzdem abgeschiedener Standort mit direktem Zugang zur Natur bilden die ideale Voraussetzung für Work-in-Residence. Zusätzlich bieten die Berge einzigartige Möglichkeiten, in den Arbeitspausen Kraft zu tanken. Freizeit- und Sportangebote (z.B. Yoga, Klettern, Wandern, Biken, Tourengehen oder eine Runde Golf) mit ausgebildeten Guides und Trainer*Innen sollten genauso verfügbar sein wie Wellness- und Gesundheitsangebote mit Gesundheitschecks.

Manager*Innen und Arbeitskräfte unterschiedlicher Disziplinen könnten sich in passenden Räumen für Meetings und in gemeinsamen Workshops begegnen und austauschen. Zufällige Begegnungen in entspannter Atmosphäre führen oftmals zu neuen Ideen und wertvollen Kontakten.

Werden während des Work-in-Residence Aufenthaltes zudem die Potentiale der Tiroler Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Fachkräfte erkannt, so könnten diese zu Investitionen in Seminaranlagen, „Think Tanks“ oder gar Standortansiedlungen führen. Eine solche Entwicklung trüge auch dazu bei, die niedrige Start-up Quote in Tirol zu erhöhen und neue Arbeitsplätze zu schaffen. (z.T. auch ID245, SummitStormStay, User Sophie Edlmair)

Zum Thema Tourismus wurden weitere vielfältige Ideen eingereicht (siehe Abbildung 5):

A Plattform für:

- Hotels, um untereinander Informationen und Erfahrungen auszutauschen (z.T. aus ID145,

User

Emma Marcus)

- Tourist*Innen und Hotels: Hotels können sich

aufgrund von Profilen nach bestimmten Kriterien zertifizieren lassen, z.B. Nachhaltigkeit (z.T. aus ID260, User SUSTAYNABLE)

- Tourist*Innen und Einheimische: Als digitaler Concierge können Einheimische Fragen von Tourist*Innen simultan beantworten (ID334, User Kate Rushton)

B Smart Sights: Servicepoints mit WLAN-Zugang, Solarladestation und Touchbildschirm mit Zugriff auf Informationen und eine Art Gelbe Seiten (aus IDs 234,320,213,306 von User Anna, IreBar, KaiZer, Lorenz)

C FrogInns (ID253, User LisaS): Orte und Gegenstände werden mit Hashtags/Nummern versehen. Wählt man diese in einer App, bekommt man alle Informationen über den Ort/Gegenstand

D ARkultur (ID83, User Alessandro de Vecchi): Informationen z.B. in Museen können direkt in eine augmented reality Brille eingespielt werden

E Mit Wearable Devices können sportliche Leistungen während eines Aufenthaltes in Tirol aufgezeichnet und das Trainingsprogramm angepasst werden (ID121, User Sofia Albasini)

F Smart Hotel (ID264, User EnderK): Steuerung von Raumeinstellungen (z.B. Temperatur, Lichtverhältnisse) in Hotels über eine App

G Portal, auf dem Routen (z.B. Wanderrouten) mit GPS und Routenpunkte aufgerufen werden können. (ID132, User geo-franzi)

H Verbindung analoger und digitaler Leit- und Orientierungssysteme, z.B. in Skigebieten (ID300, User Kurt Höretzeder)

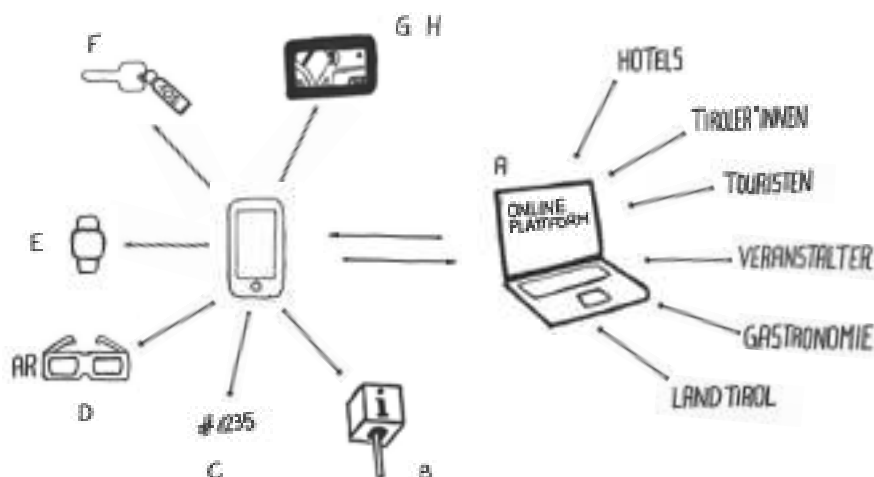


Abbildung 5 // Technologie im Tourismus



4. REGIONALE, NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFT

Folgende drei Lösungsvorschläge für die Landwirtschaft der Zukunft ergaben sich aus den Interviews und Ideen auf der Plattform www.zukunft-tirols.at:

4.1 Spezialisierung auf Regionalität und Nachhaltigkeit

Trüffelprodukte – versuchen, Bio, Regionalität und Exzellenz in irgendeiner Form einzigartig zu verbinden. Das könnte funktionieren – Jürgen Bodenseer

Die Transformation der Landwirtschaft ist ein andauernder Prozess, der nicht durch eine kleine Idee erreicht werden kann. Eine zukunftsweisende Initiative stellt die Genussregion Österreich dar⁴⁹. Darüber werden spezielle für die Region typische Produkte vermarktet und über die Grenzen hinaus bekannt gemacht. Sogenannte Trüffelprodukte entstehen. Betrachtet man den „Champagner“, wird klar, dass diese Produkte mit der Tradition der Region korrelieren und sich über einen langen Zeitraum entwickelten. Es liegt an den Landwirt*Innen, sich heute damit zu beschäftigen, welche Produkte speziell in Tirol herausragend sind und sein können, und diese besonders zu fördern und auch zu vermarkten. Zum einen geht es hierbei um Trüffelprodukte der Region wie den „Alpbachtaler Heumilchkäse“ oder das Osttiroler Berglamm bekannt zu machen. Zum anderen aber auch, dass jede(r) Landwirt*In für seine/ihre eigene Spezialität stehen kann und soll. Landwirt

Josef Glatzl bietet z.B. besonderes Dinkelmehl oder selbstgemachtes Brot an.

4.2 Erweiterung der Wertschöpfung bis zum Verkauf der Produkte

Produzieren und verkaufen, die zwei Sachen gehören zusammen. Nur produzieren ist zu wenig – Josef Glatzl

Bei der Vermarktung sind kreative Wege gefragt, die auf die bestehende Infrastruktur zurückzugreifen, wie vorhandene Märkte, Gastronomie, Handel oder das Internet.

Vermarktungsplattformen wie die Bauernkiste⁵⁰, über die landwirtschaftliche Betriebe direkt an Privatkund*Innen verkaufen und zustellen lassen können, sind fortschrittliche Lösungen, wenn auch die Reichweite noch relativ gering ist. Bei solchen Lieferservices ist es den Kunden*Innen wichtig, wählen zu können, welche Nahrungsmittel sie von welchen Landwirt*Innen erwerben möchten. Neben Obst und Gemüse sollten besonders auf traditionelle Weise zu wertvollen Produkten weiterverarbeitete Lebensmittel, wie Brot, Käse, Speck oder auch Müsli, angeboten werden.

Die konventionelle Markthalle könnte künftig als Versandhaus dienen, das von Landwirt*Innen zentral beliefert wird und von dort aus die Bestellungen bequem nach Hause zu Konsument*Innen geliefert werden. Dadurch lassen sich beispielsweise ohne großen Aufwand individuelle Frühstücksbuffets für





das Wochenende zusammenstellen. Immer häufiger wird nicht das Produkt, sondern die Zeit gekauft, die man durch lange Wege oder großer Vorbereitungszeit aufbringen müsste. Regionale Produkte sollten vermehrt ihren Weg auch in die Supermarktkontingente finden und für Verbraucher*Innen beim täglichen Einkauf sichtbar sein. Die Klassifizierung und Kommunikation von landwirtschaftlichen Erzeugnissen ist daher bei neuen Konzepten unerlässlich. Ganz eindeutig muss erkennbar sein, wer das Produkt wo herstellt und worin die Besonderheit besteht. Bestenfalls entstehen starke regionale Marken.

Auch neue Gastronomietypen können zu einer verstärkten Nachfrage an regionalen Produkten führen. Der Trend von gesunden, qualitativ hochwertigen Fast und Slow Food Gerichten, wie das Ludwigs in Innsbruck für hochwertige Burger oder die Machete für Burritos aus regionalen Zutaten, könnte auf Tiroler Gerichte weiter adaptiert werden: ein(e) Käsespätzle-Spezialist*In, der/die auf alte Tiroler Getreidesorten und Tiroler Bergkäse zurückgreift; ein Kartoffel-Imbiss, der besondere Kartoffeln aus Tirol verarbeitet und günstige und gesunde Mittagssnacks anbietet. Eben Konzepte, die „ur-kultig“ sind und alte Rezepte und Speisen auf moderne Weise neu interpretieren.

Ein besonderes Projekt, das auf Gesundheit, Regionalität und Nachhaltigkeit setzt und kurz vor der Umsetzung ist, stellt das Konzept „Liebe & Lose“ dar (User LiebeundLose, ID62). In einem eigenen Shop können ausgewählte regionale Waren verpackungslos erworben werden. Ein Cateringservice verkocht

nicht verkaufte Lebensmittel zu delikaten Speisen. Private Events außerhalb der Geschäftszeiten sollen das Angebot abrunden.

4.3 Verstärkte Kooperationen mit dem Tourismus

Es gibt ein paar gute lokale Initiativen. Die beziehen zum Beispiel die Milch von dem Bauern, der selber pasteurisiert – Franz Josef Pirtkl

Gezielte lokale Kooperationen zwischen Landwirt*Innen und Hotels, Restaurants und Gasthäusern sollten weiter ausgebaut und verstärkt werden. So werden Hotels von lokalen Landwirt*Innen mit regionalen, hochqualitativen Produkten beliefert. Hotels können auf diese Weise auf hochwertige Produkte zugreifen und damit werben, Landwirt*Inne(n) erwerben so feste Abnehmer*Innen mit kurzen Belieferungswegen. Produkte regionaler Landwirt*Inne(n) sollten sichtbar präsentiert, Informationen über Herkunft, Beschaffung und Betrieb bereitgestellt werden. Landwirt*Innen sollten jedoch nicht nur als Lieferanten agieren. Ein Besuch der Landwirtschaftsbetriebe könnte das Urlaubsangebot abrunden und zugleich zu neuen Direktabnehmer*Innen der Produkte führen. Das klassische Konzept von „Urlaub auf dem Bauernhof“ passt zu den steigenden Zahlen ökologisch bewusst lebender Menschen und zu der Idee von Tourismusangeboten zur Entschleunigung und dem Erleben der Natur. Die Umsetzung derartiger Konzepte könnte das Bewusstsein der Bevölkerung gegenüber Lebensmitteln und dem Handwerk Landwirtschaft steigern. (User Bernhard Penz, ID298)

