

Sichtweisen und

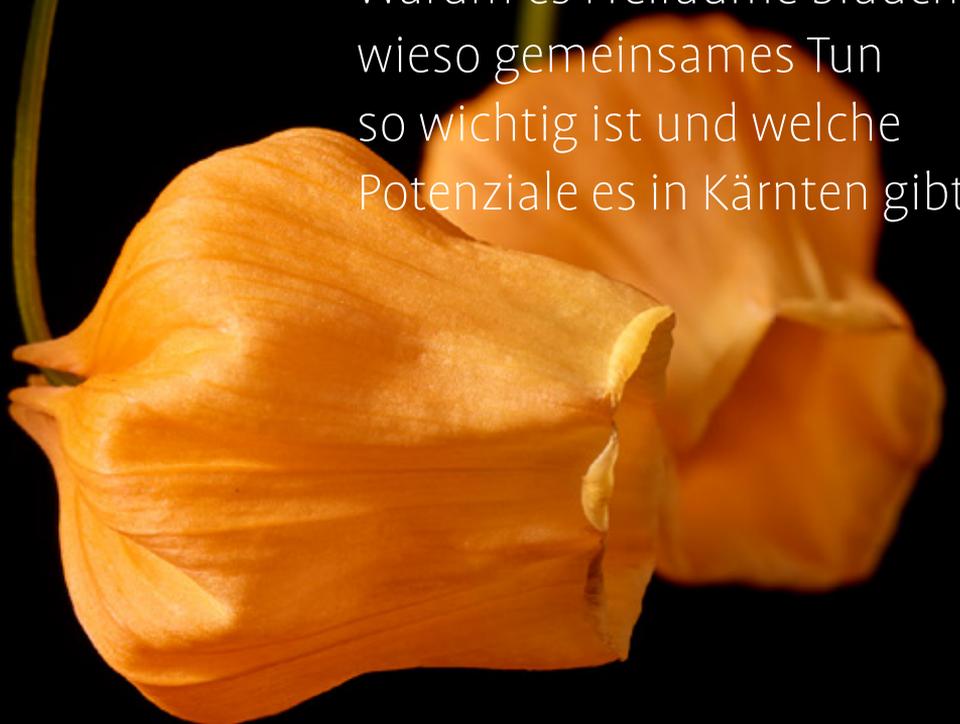
KWF-Magazin 1.2023

Porträts zu

Arbeiten im

Innovationsökosystem

Warum es Freiräume braucht,
wieso gemeinsames Tun
so wichtig ist und welche
Potenziale es in Kärnten gibt.



Sichtweisen und Porträts zu Arbeiten im Innovationsökosystem

Warum es Freiräume braucht,
wieso gemeinsames Tun
so wichtig ist und welche
Potenziale es in Kärnten gibt.

Fraunhofer KI4LIFE

Joanneum Research

Peter Wedenig, AMS Kärnten

FFG – Österreichische
Forschungsförderungsgesellschaft

Hotel Karnerhof

Marliese Fladnitzer-Ferlitsch

02 **Gemeinsam**
EDITORIAL

04 **Freiraum und Eigenverantwortung, um Innovation
entstehen zu lassen**
VON KARIN SCHEIDENBERGER

12 **Kärnten – eine hochentwickelte europäische
Industrieregion**
VON ERIC KIRSCHNER

15 **Damit Innovation gelingt, muss man offen sein**
VON KARIN SCHEIDENBERGER

19 **Planet Wissen**
AUS »TOTAL ALLES ÜBER KÄRNTEN«

22 **Wann kann Forschung in Unternehmen gelingen?**
VON BIRGIT TAUBER

25 **Verwurzelt zwischen Moderne und Tradition**
VON KARIN SCHEIDENBERGER

32 **Innovationsökosystem Kärnten**
VON ANDREAS STARZACHER

36 **Klar kommunizieren – über gute Inhalte,
mit neuen Maßnahmen und viel Freude**
VON GERDA SCHLACHER

Gemeinsam

EDITORIAL

Wir alle wissen es: Wir benötigen kreative, aktive, neugierige Köpfe und ein Umfeld, in dem der Forschergeist gefordert wird, um eine breite Innovationskultur im Zusammenspiel zwischen Unternehmen, Forschung und Bildung aufzubauen. Das passiert im Rahmen unserer Arbeit – im gemeinsamen Tun.

¶ Dafür wiederum braucht es Innovationsräume, um den Flow der Begeisterung im gemeinsamen Tun entstehen zu lassen, zu fördern und das vorhandene Potenzial weiterzuentwickeln. Dies kann sich in kooperativen Projektvorhaben zwischen Unternehmen und | oder Bildungs- und Forschungseinrichtungen zeigen. Oder in Bildungs- und Vernetzungsformaten, wo Austausch passiert und Wissen transferiert wird.

¶ Im Mittelpunkt stehen immer die Menschen, die gemeinsam handeln und in die Wirkung kommen.

¶ **Wie aber finden wir gemeinsam die zukünftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Kärntner Unternehmen? Wie können wir sie für das Innovationsökosystem in Kärnten begeistern? Wie verändern sich die Anforderungen der jungen Menschen an die Arbeitswelt und das Innovationsökosystem?**



Mag. Sandra Venus, KWF-Vorstand

¶ Wir alle brauchen sinnvolle und mutige Ziele in den Unternehmen und auch die entsprechenden Werkzeuge, um diese umzusetzen. Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in allen Branchen sind die Grundvoraussetzung für das Gelingen.

¶ Für uns ist die KWF-Strategie 2030 für Technologien, Gründungen, Ausbildungen und Kooperation ein wesentlicher Bestandteil, um zur Umsetzung des Green Deals als nachhaltige Wachstumsstrategie Europas beizutragen. Der Weg zu einem qualitativen, ressourcenschonenden Wachstum soll durch die Entkopplung von Ressourcenverbrauch und Wachstum gelingen. Dieses wertschöpfende Wachstum ist über alle Branchen hinweg von essenzieller Bedeutung.

¶ Die Welt verändert sich immer schneller – es gilt, laufend Neues zu erlernen und mehr Dinge zu bewältigen. Die Arbeit – »Wie, wo und wann arbeite ich?« – ist in einem Wandel, der uns herausfordert und teilweise überfordert. KI (Künstliche Intelligenz) wird, wie die Digitalisierung, zu einem nicht mehr wegzudenkenden Bestandteil, um Wissen und Daten in effizienter Weise zu nutzen. Dieses Knowhow findet man in den zahlreichen Unternehmen, in Bildungs- sowie Forschungseinrichtungen und natürlich bei den vielen außergewöhnlichen Menschen. Eine ganz wesentliche Aufgabe des KWF ist es, den Wissenstransfer bei den geförderten Projekten noch weiter in den Vordergrund zu stellen. Für den erfolgreichen Wissenstransfer benötigen wir Menschen, die offen für Kooperationen sind und die gemeinsam voneinander lernen wollen. Das heißt, Arbeit in der Zukunft bedeutet Kommunikation, Neugier, Offenheit und Sinnstiftung. Ein kritischer Umgang mit den neuen Anwendungsbereichen muss diesen Weg begleiten.

¶ **Wie kann Arbeit neu gedacht werden?**

Es gilt, vom Wissen ins Denken, Ausprobieren und Entwickeln zu kommen. Neues ist anders. Wie gut es ist, entscheiden wir – gemeinsam!

¶ Wir versuchen auch zukünftig, aus der gelebten 30-jährigen Erfahrung des KWF, das Innovationsökosystem in Kärnten – also die Menschen – gut zu begleiten und mit unterschiedlichen Formaten und Projekten dazu beizutragen, dass eine bunte Vielschichtigkeit entsteht und die Arbeit Freude bereitet. Mit neu erworbenem Wissen eröffnen sich neue Sichtweisen und Wege.

¶ Die Weiterentwicklung des Innovationsökosystems steht dabei im Mittelpunkt, und so spielen die Ideengenerierung, das interdisziplinäre Denken sowie eine internationale Vernetzung eine wichtige Rolle. Alles das ist Arbeit.

Sandra Venus
KWF-Vorstand

Freiraum und Eigenverantwortung, um Innovation entstehen zu lassen

VON KARIN SCHEIDENBERGER

Eigeninitiative ist bei Fraunhofer gern gesehen und auch erwünscht. Eva Eggeling legt Wert darauf, ihr Team nicht einzuengen, sondern verschafft ihm den Freiraum, seine Ideen sprießen zu lassen.

»Dass die Marke Fraunhofer so ein Magnet in Kärnten ist, hat es mir schon etwas einfacher gemacht, denn meine ersten 13 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind mir zugelaufen«, erzählt Dr. Eva Eggeling, die Standortleiterin von Fraunhofer KI4LIFE, mit einem Augenzwinkern. Dabei merke ich, wie stolz sie auf ihr Team ist. »Unser Erfolg steht und fällt mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Natürlich ist die fachliche Expertise eine Grundvoraussetzung, aber die Chemie in meinem Team muss stimmen«, führt die Mathematikerin aus.

Die erste aktive Stellenanzeige schaltete sie im Herbst 2022. Die drei Jahre davor – Fraunhofer hat 2019 im Klagenfurter Lakeside Park angedockt – hatte sie das Glück, aus Initiativbewerbungen und ihrem Netzwerk wählen zu können. Viele ihrer Mitarbeitenden kamen von der Uni und wollten in der Forschung bleiben, aber eher mit anwendungsorientiertem Schwerpunkt. Mittlerweile arbeiten am Klagenfurter Standort 15 Personen, ungefähr die Hälfte davon sind Frauen. Das Team ist perfekt aufeinander eingespielt und versteht sich blind – das weiß ich schon von meinem letzten Besuch¹. Alle Türen sind offen, es herrscht eine flache Hierarchie ohne Abteilungsleitung. Viel Wert wird auf die persönliche Weiterentwicklung der Mitarbeitenden gelegt, je nach persönlicher Neigung und Interesse.

¹
<https://kwf.at/fraunhofer-2023/>



Fraunhofer Innovationszentrum für Digitalisierung und Künstliche Intelligenz KI4LIFE, als Teil der Fraunhofer Austria Research GmbH

Standort

→ Klagenfurt am Wörthersee

Letztes gefördertes Projekt

→ ML&Swarms

Förderbare Projektkosten

→ EUR 223.367,30

Förderung | Barwertquote

→ EUR 223.367,30 | 100 %

Ansprechperson im KWF

→ Ing. Raindl Robert, Bakk.

Förderungsbegründung

→ Ausbau von Forschungs- und Innovationskapazitäten mit Schwerpunkt auf ein »grüneres und digitales Europa« und Life Sciences

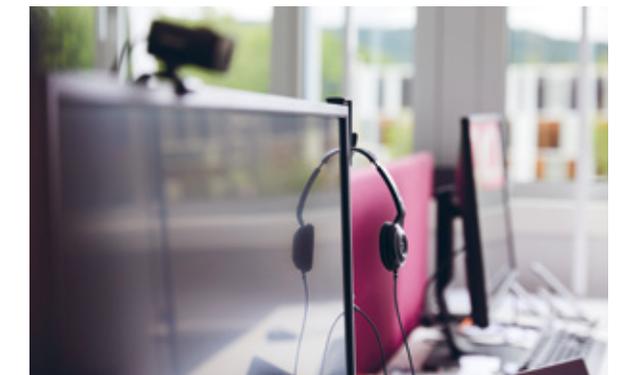


¶ **Gute Netzwerkpflege gehört bei Eva Eggeling zur Tagesordnung und spielt ebenso wie die Eigeninitiative eine wichtige Rolle, um Innovation entstehen zu lassen.** Zum einen steht sie mit Unternehmen in Kontakt, hört diesen zu und nimmt ihre Probleme auf, und zum anderen weiß sie – durch ihr enge Vernetzung – an welchen Innovationen gerade an den Universitäten getüftelt wird. So kann sie mit ihrer Expertise die Brücke zu den Unternehmen schlagen und mit ihrem Team deren Probleme lösen.

¶ »Innovation geschieht nicht auf Knopfdruck, man muss sich dazu untereinander austauschen und auch den Raum dafür haben – Dinge entstehen im Miteinander. Das gelingt am besten an informellen Orten, wie etwa in der Kaffeeküche oder beim gemeinsamen Mittagessen«, hebt Eggeling hervor. Dazu braucht es vor allem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ihre eigenen Ideen einbringen. Fraunhofer stellt dafür ein eigenes Budget zur Verfügung: Mitarbeitende können einen gewissen Teil ihrer Zeitressourcen dafür aufwenden, an ihren individuellen Projektideen zu arbeiten. Da ist es auch okay, wenn die ursprüngliche Idee nicht zum gewünschten Ziel führt. Eine positive Fehlerkultur gehört zur guten wissenschaftlichen Praxis, und aus so mancher Sackgasse kann man auch sehr viel lernen.

¶ Innovative Personen beschreibt die Mathematikerin als Menschen, die mit großer Leidenschaft ihrer Arbeit nachgehen und eine Sinnhaftigkeit in ihrem Tun sehen. »Mein Team brennt für unsere Themen. Sie wollen keinen 08|15-Job, wo man nur anwesend ist. Ihre eigene Motivation, etwas zu bewegen, ist ihr Antrieb«, streicht Eggeling die positiven Eigenschaften ihrer Mitarbeitenden heraus.

¶ An Kärnten schätzt sie das superinnovative Klima, bedauert aber, dass das Land noch nicht so gut darin ist, dies auch zu bewerben. Gerade der Lakeside Park bietet eine gute Mischung aus inspirierenden Unternehmen in Kombination mit sehr lebendigen Startups und der Uni Klagenfurt, der Technologiepark Villach steht dem in nichts nach. Fraunhofer wurde in Kärnten mit offenen Armen willkommen geheißen. »Cool, dass ihr da seid, wir können gemeinsam etwas bewegen«, beschreibt Eva Eggeling die Willkommenskultur. Ob Stadt, Land, Wirtschaftskammer, Förderstellen, die Industriellenvereinigung, die Universität Klagenfurt oder das Joanneum Research – alle haben ihre Kräfte gebündelt und Fraunhofer dabei unterstützt, sich in Kärnten zu etablieren und die gemeinsame Arbeit Früchte tragen zu lassen. Fraunhofer KI4LIFE bereichert das Kärntner Innovationsökosystem als starker Partner für Unternehmen in der angewandten Forschung. **Den Schwerpunkt in Klagenfurt auf KI zu legen, um damit voll durchzustarten, kam gerade zur richtigen Zeit.** »Wir verfügen über viel fachliche Kompetenz, um das Potenzial von KI für Unternehmen sichtbar zu machen. Außerdem haben die Kärntner Unternehmen durch uns auch den direkten Draht zur deutschen Fraunhofer-Gesellschaft und damit einen kurzen Weg zu noch mehr Expertinnen und Experten«, schließt Eggeling ab.





Innovations.TALENT

Das zweijährige Coaching- und Ausbildungsprogramm »Innovations.TALENT« (vormals »Innovationsassistent«) stärkt die Innovationskraft der heimischen Unternehmen, insbesondere der KMU, und leistet damit – bereits seit 20 Jahren – einen wertvollen Beitrag für das Innovationsökosystem in Kärnten. Der KWF fördert die Personalkosten für Absolventinnen oder Absolventen einer Universität oder Fachhochschule, die ein Innovations-, Forschungs- oder Entwicklungsprojekt im Unternehmen planen und umsetzen. In einem Gespräch erzählt die Absolventin und jetzige Mitarbeiterin bei Fraunhofer Ivana Tadić von ihren Erfahrungen.

Wie hat Ihnen das Programm »Innovations.TALENT« gefallen?

→ Vor allem das Netzwerken und der Austausch mit gleichgesinnten Leuten aus unterschiedlichen Branchen hat mir besonders gefallen. Ich habe dadurch meine eigene Arbeit auch aus einer anderen Perspektive gesehen. Alles, was wir gelernt haben, hat mir etwas gebracht. Sei es, wie man einen Businessplan erstellt, seien es die persönlichen Einheiten zur Selbstreflexion oder wie man gut in Gruppen arbeitet. Das Teambuilding wurde großgeschrieben, ich bin noch immer mit fast allen Kolleginnen und Kollegen in Kontakt. Ich empfehle jedem, dem es möglich ist, eine Teilnahme am Programm – zum einen für die persönliche Weiterentwicklung und zum anderen als Chance für das Unternehmen.

Wie beeinflusst diese Ausbildung Ihre tägliche Arbeit?

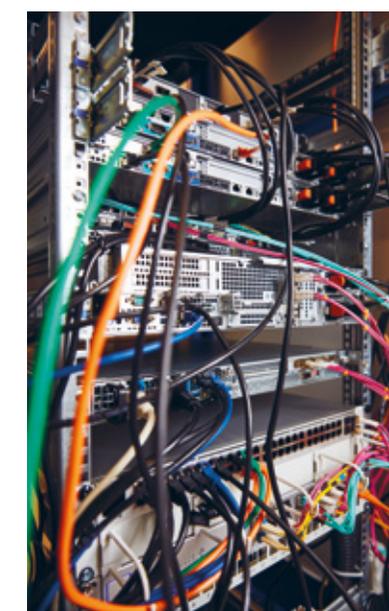
→ Ich nutze mein aufgebautes Netzwerk und weiß, bei welchen ehemaligen Kolleginnen und Kollegen ich thematisch etwas nachfragen kann, dadurch entstehen neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Es ergeben sich auch mit Erich Hartlieb von der FH Kärnten² immer wieder gemeinsame Projekte. Das vermittelte Knowhow kann ich täglich anwenden – von den Basics, wie man richtig netzwerkt, bis hin zum Erstellen einer Homepage.



Ivana Tadić, BSc schloss ihren Bachelor in Angewandter Betriebswirtschaft an der Universität Klagenfurt ab und ist als Assistentin der Geschäftsleitung bei Fraunhofer KI4LIFE tätig. Sie absolvierte im Jahrgang 2018 | 2019 das KWF-Programm »Innovations.TALENT«.

Worin sehen Sie die Chance des Innovationsstandortes Kärnten?

→ Kärnten hat sehr viel Potenzial, zum einen direkt hier im Lakeside Park mit seinen unterschiedlichen Unternehmen sowie der Nähe zur Universität Klagenfurt mit ihren technischen Studienrichtungen, aber auch mit dem Technologiepark in Villach. Es gibt auch Förderungen, die von der BABEG und dem KWF geboten werden. Startups haben mit dem build! einen guten Ansprechpartner für ihre Ideen. Privat sprechen natürlich die Nähe zu Italien und Slowenien sowie die Seen und Berge in Kärnten für sich.



² Dr. Erich Hartlieb gehört – neben Dr. Rita Faillant, Dr. Philipp Hungerländer und Dr. Günther Karner – zum Organisationsteam des KWF-Programms »Innovations.TALENT«.

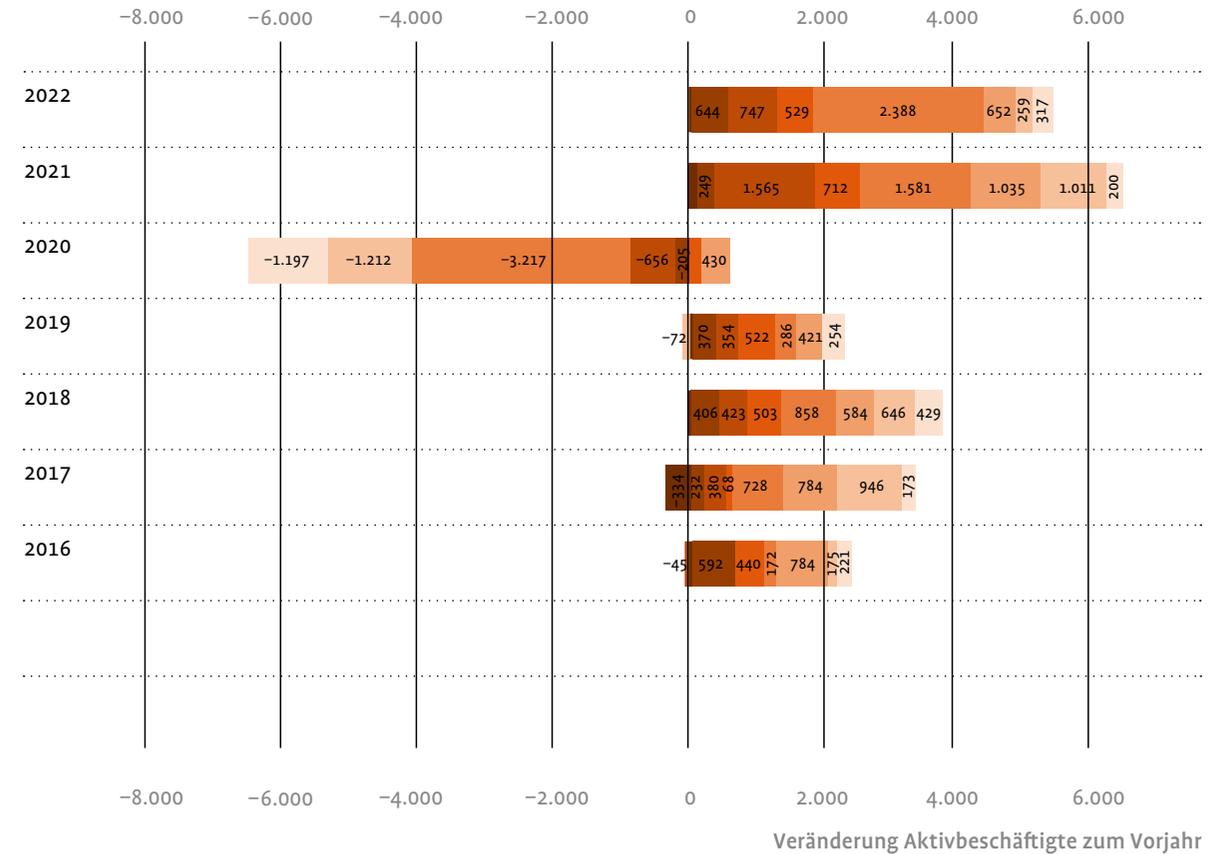
Kärnten – eine hochentwickelte europäische Industrieregion

VON ERIC KIRSCHNER

Kärnten hat in den vergangenen Jahrzehnten einen deutlichen strukturellen Wandel erlebt. Heute zählt Kärnten zu den hochentwickeltesten europäischen Industrieregionen – es ist gelungen, zu den Spitzenregionen aufzuschließen, wobei sich die Determinanten der Wettbewerbsfähigkeit verändert haben. Die Zahl der Beschäftigten stieg im Jahr 2022 auf über 217,5 Tsd. (+2,6 %); die Dynamik selbst wurde von weiten Teilen der Wirtschaft getragen, wie nachfolgende Abbildung verdeutlicht. Nach krisenbedingten Rückgängen im Jahr 2020 (-5.884 Beschäftigte) setzte 2021 ein Aufholprozess ein. Neben den klassischen Dienstleistern waren auch deutliche Beschäftigungszuwächse in der Sachgütererzeugung zu beobachten. Zudem steigt die Beschäftigung in den Branchen der wissensintensiven Dienstleister und im Technologiebereich der Produktion kontinuierlich an.

MMag. Eric Kirschner ist langjähriger Mitarbeiter im Joanneum Research und ist dort Leiter der Policies-Forschungsgruppe Regionalökonomie und Strukturpolitik. Wirtschaftsdaten, die vom Joanneum Research für Kärnten aufbereitet werden, finden Sie unter <https://wibis.kwf.at/>

Wachstumsbeitrag der Wirtschaftsbereiche in Kärnten
Beschäftigungsabbau | Beschäftigungsaufbau



- Land- und Forstwirtschaft, Fischerei
- Technologiebereich des Produktionssektors
- Sonstiger Produktionssektor (inkl. Bauwesen)
- Wissenschaftliche, technische und IKT-Dienstleistungen
- Handel, Reparatur; Verkehr und Lagerei; Beherbergung und Gastronomie
- Öffentliche Verwaltung, Unterrichtswesen, Gesundheits- und Sozialwesen
- Arbeitskräfteüberlassung
- Sonstige Dienstleistungen

¶ Wissen, Forschung und Entwicklung, vor allem aber die Fähigkeit, zu innovieren und Innovationen zu nutzen, um neue Produkte und Prozesse erfolgreich am Markt implementieren zu können, sind zentrale Elemente der internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Ein Blick auf die aktuellste F&E-Erhebung verdeutlicht, dass die Zahl der Kärntner F&E-Beschäftigten zwischen 2002 und 2019 um +157,4 % angestiegen ist (Österreich: +115,1 %)¹. Getrieben wurde dieser Aufholprozess im Speziellen von Klagenfurt und Villach. Es ist gelungen, eine überregional wirkende Infrastruktur zu entwickeln und das Ökosystem nachhaltig zu stärken. Hier sind unter anderem der Lakeside Park, der tpv Technologiepark Villach, Silicon Austria Labs, Joanneum Research, Fraunhofer etc. zu nennen. **Gerade für die Wettbewerbsfähigkeit hochentwickelter Industrieregionen mit ihrer intensiven Einbindung in die internationale Arbeitsteilung ist eine gute Ausstattung mit qualifizierten Humanressourcen die zentrale Determinante:** Nur auf ihrer Basis sind Innovationsprozesse in den Unternehmen und ein struktureller Wandel hin zu technologie- und wissensintensiven Aktivitäten umsetzbar und gesamtwirtschaftliche Produktivitätsgewinne zu erzielen. Der Schlüssel liegt hier in einer konsequenten Umsetzung einer innovationsorientierten Regionalpolitik, in einer intelligenten Spezialisierung und in der Verwertung von Wissen. Im Kern einer modernen Regionalpolitik muss immer eine kooperative sowie strategische Vorgehensweise stehen. Neue Produktionskonzepte können nur durch eine enge Kooperation mit den Zulieferbetrieben, den unternehmensbezogenen Dienstleistern und der angewandten Forschung umgesetzt werden. Es muss gelingen, mehr Unternehmen erfolgreich in das Dreieck »Wissenschaft | Bildung | Unternehmen« einzubinden, das heißt, die bestehenden Angebote müssen gezielt weiterentwickelt und stärker miteinander vernetzt werden, etwa die berufsbezogenen Ausbildungsangebote und die HTL mit den tertiären Bildungsinstitutionen.

¶ Die zentrale Herausforderung ist hier der Mangel an Arbeitskräften – die Zahl an qualifizierten Arbeitskräften (Humankapital) determiniert die internationale Standortqualität. Hier müssen noch vorhandene Reserven erfolgreich aktiviert werden, wobei die Arbeitslosenquote derzeit niedrig ist und rund 40 % von insgesamt 15.960 Arbeitslosen (April 2023) maximal über einen Pflichtschulabschluss verfügen. Bildung schützt allerdings immer weniger vor Arbeitslosigkeit: Rund 38 % der Arbeitslosen verfügen über einen Lehrabschluss; zudem weist die Statistik rund 1.000 arbeitslose Akademikerinnen und Akademiker aus. In höheren Qualifikationsniveaus ist immer wieder ein Qualifikationsmismatch zu beobachten. Es steigt eben nicht nur die Nachfrage nach technischen Berufen, technisch-naturwissenschaftliche Fähigkeiten (MINT) werden in nahezu allen Berufsgruppen immer mehr zu einer Schlüsselkompetenz. Entsprechend erscheint es unumgänglich, hier verstärkt gezielte Maßnahmen zu setzen.

¹ <https://wibis.kwf.at/wirtschaft/forschung-und-entwicklung/fe-beschaefigte/>

Damit Innovation gelingt, muss man offen sein

MIT PETER WEDENIG SPRACH KARIN SCHEIDENBERGER



Mag. Peter Wedenig leitet seit 2019 als Landesgeschäftsführer die Geschicke des AMS Kärnten. Davor war er bereits als stellvertretender Direktor tätig und kennt durch seine jahrelange Erfahrung die Herausforderungen des Kärntner Arbeitsmarktes bis ins letzte Detail.

In welcher Branche gibt es aktuell, aber auch über einen längeren Zeitraum gesehen, die höchste Nachfrage nach Arbeitskräften in Kärnten?

Aktuell sind durchgehend alle Branchen betroffen – vom Bau bis hin zum Gesundheitsbereich gibt es keine Ausnahme. Dieser Trend wird noch länger anhalten, es ist kein Abbruch in der hohen Nachfrage sichtbar.

Kann man Arbeitskräfte an eine Region binden?

Wenn man Personen an eine Region binden will, darf man dies nicht nur den Betrieben umhängen, sondern es sind alle Interessensvertreterinnen und -vertreter gefordert, einen Standort attraktiv zu gestalten. Wenn interne und externe Rahmenbedingungen geschaffen sind, ja, dann ist es möglich, Arbeitskräfte zu binden. Aber wir können noch mehr dafür tun – es hat auch mit einer passenden Willkommenskultur zu tun.

Womit könnten Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber aktuell wirklich punkten, um zu langfristigen Arbeitsverhältnissen zu kommen?

Employer Branding gilt als Zauberwort der Stunde. Betriebe sind mit einem Wertewandel konfrontiert, dementsprechend gibt es eine neue Wertigkeit, was die Entlohnung und die Arbeitszeit betrifft. Dieser Wunsch nach einer Work-Life-Balance darf nicht unterschätzt werden. Incentives und Flexibilisierung gelten schon als State of the Art. Heute entscheidet sich die Arbeitnehmerin oder der Arbeitnehmer, ob ein Unternehmen ansprechend ist und der Job in Frage kommt, und nicht mehr umgekehrt. Die Einstellung zur Arbeit hat sich geändert, umso wichtiger ist es, die Arbeit gut zu gestalten.

Gibt es aus Ihrer Sicht freie Arbeitsplätze und geeignete Menschen auf Jobsuche, die aber einfach nicht zusammenfinden? Wenn ja, woran könnte das liegen und wo sollte man hier ansetzen?

Ja, diese gibt es. Das hängt zum Teil auch mit der Mobilität zusammen und der Frage, wie komme ich vom Wohnort zum Arbeitsplatz. Hier sind aber auch die Betriebe in ihrer Flexibilität gefragt, so muss etwa der Dienstbeginn nicht um Punkt 7:00 Uhr sein, wenn eine andere Zeit Mitarbeitenden eine (öffentliche) Anreise erleichtert.

¶ In einem neuen Pilotprojekt matchen wir nicht Beruf mit Beruf, sondern sehen uns vielmehr die Kompetenzen und Interessen der einzelnen Personen an. Dazu haben wir mit der Universität Klagenfurt einen Kompetenzcheck erstellt, mit dem wir informelle Kompetenzen wie Interessen und Hobbys erheben. Zeitgleich zerlegen wir ein Stellenprofil in die einzelnen Kompetenzen und sehen uns an, welche oder welcher Arbeitssuchende diese Anforderungen bestmöglich erfüllt – frei nach dem Motto: »Bäcker gesucht, Schlosser gefunden.« Damit gehen wir einen neuen Weg der Vermittlung und verbuchen auch die ersten Erfolge.

Stichwort Innovationsökosystem: High Potentials, Fachkräfte, Lehrlinge und so weiter – in welcher Kategorie steckt das meiste Potenzial für ein erfolgreiches Innovationsökosystem?

Wenn man Innovation rein Top-down denkt, muss die Führung natürlich offen dafür sein. Wenn von oben blockiert wird, hilft die beste Innovation nichts. Innovatives Vordenken sollte im Betrieb nicht auf eine bestimmte Abteilung fokussiert sein, sondern alle müssen ins Boot geholt werden. Gibt es in einem Unternehmen nur ein oder zwei innovative Personen, und diese verlassen das Unternehmen, stirbt auch die Innovation. Ist Innovation abteilungsübergreifend angelegt, wächst das System einfach weiter, auch wenn jemand wegfällt.

Wie passt das aktuelle Bildungsangebot mit den zukünftigen Angeboten oder dem Bedarf am Arbeitsmarkt zusammen? Gibt es dazu eine Abstimmung oder einen Austausch?

Wir müssen von der Massenausbildung weg, hin zu einer individuellen Ausbildung. Das Anforderungsprofil wird immer komplexer und vernetzter. Der Bedarf der Betriebe ändert sich, da muss auch das Bildungsangebot spezifischer werden. Wir sind alle einer starken zeitlichen Dynamik unterworfen, es ist heute schwierig zu sagen, was genau morgen gebraucht wird. Wie die Betriebe sind auch die Bildungsanbieter gefordert, flexibler und dynamischer zu reagieren. Dazu stehen wir sowohl mit den Unternehmen als auch mit den Bildungsinstitutionen im engen Austausch.

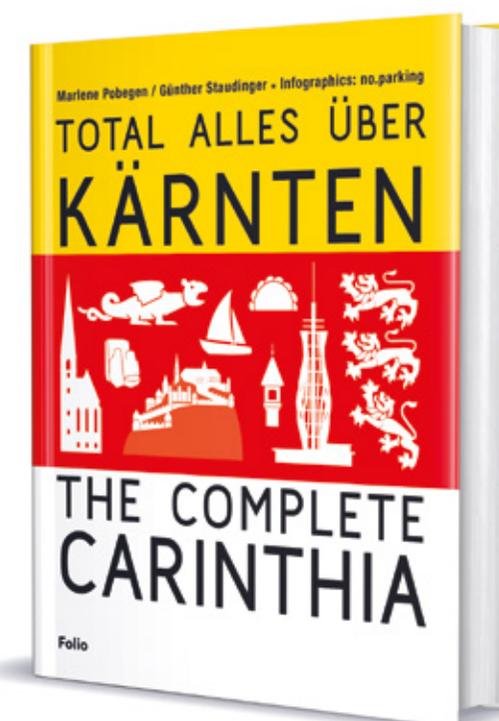


Planet Wissen

AUS »TOTAL ALLES ÜBER KÄRNTEN«

Der KWF hat die Umsetzung des Buches »Total alles über Kärnten« angeregt, um in amüsanter Weise sichtbar zu machen, was Kärnten alles zu bieten hat. Für das Innovationsökosystem spielen darin natürlich das vorhandene Wissen beziehungsweise die Potenziale eine wesentliche Rolle. **Gewinnen Sie auf den folgenden Seiten einen Überblick über die Ausbildungsinstitutionen und den Bildungsstand in Kärnten.**

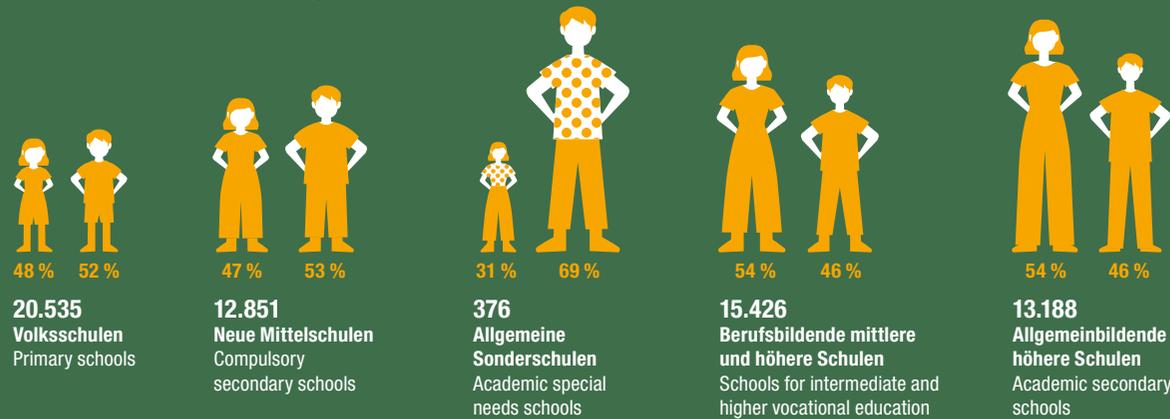
**TOTAL ALLES ÜBER KÄRNTEN |
THE COMPLETE CARINTHIA**
Hintergründiges Wissen über
Kärnten: fantasievoll,
informativ und
unterhaltsam ins Bild
gesetzt. Deutsch | Englisch,
durchgehend
Infografiken, ISBN
978-3-85256-



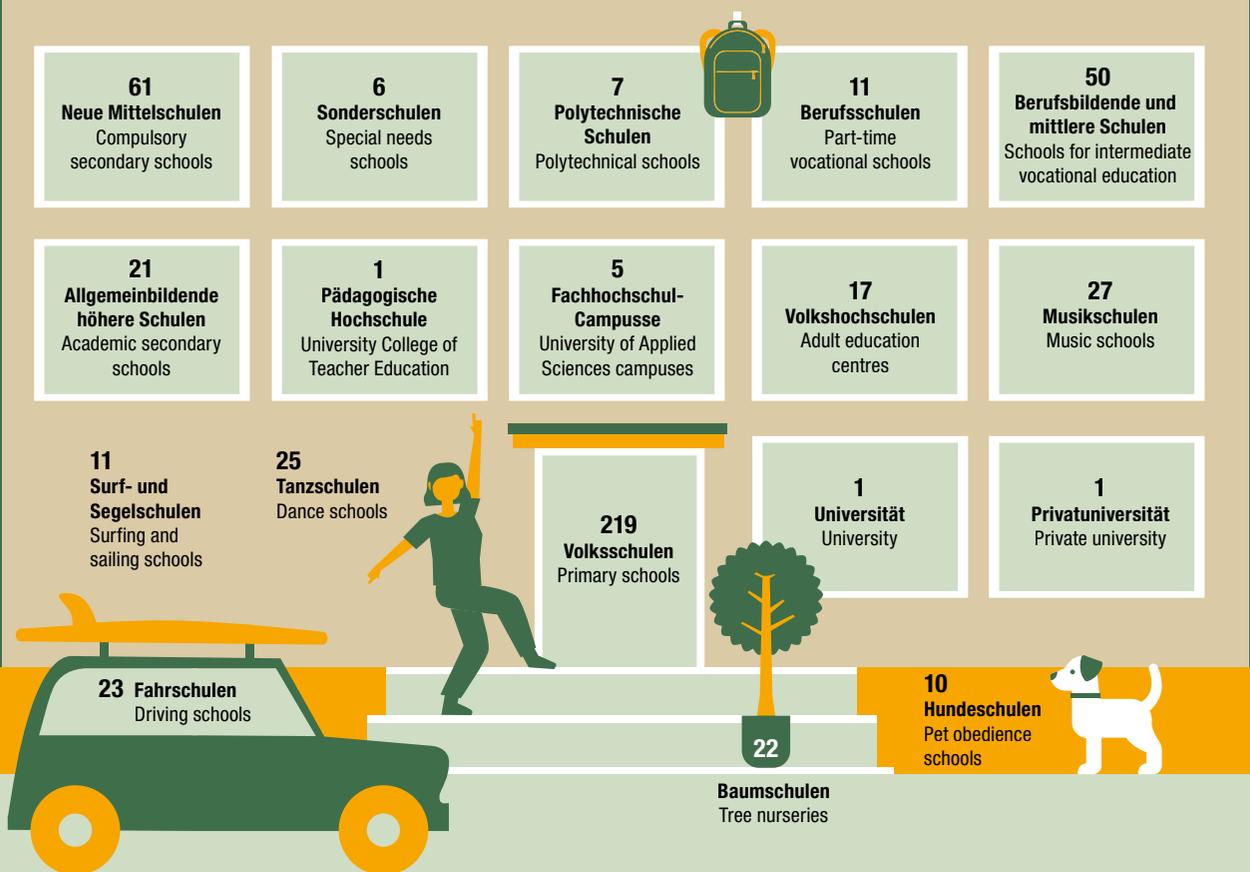
Planet Wissen Planet Knowledge

Hier wird in Kärnten die Schulbank gedrückt. / A survey of Carinthia's educational landscape.

SCHÜLERZAHLEN / PUPIL NUMBERS (10-Jahres-Durchschnitt / 10-year average)



BILDUNGSEINRICHTUNGEN / EDUCATIONAL INSTITUTIONS



BILDUNGSSTAND / LEVEL OF EDUCATION

Schulabschlüsse der 25–64-Jährigen / School-leaving qualifications of persons aged 25–64



	Pflichtschule oder weniger Compulsory schooling or less	Lehre mit begl. Berufsschule Apprenticeship with vocational school	Mittlere und höhere Schule Lower and higher secondary school	Hochschule, Akademie University, academy
2019 (Female)	16% 20%	31% 26%	35% 33%	18% 21%
2019 (Male)	11% 15%	48% 41%	28% 27%	13% 17%
insgesamt in total	14% 18%	39% 33%	31% 30%	16% 19%

AKADEMIKERANTEIL / SHARE OF ACADEMICS



UNIVERSITÄTEN UND STUDIERENDE / UNIVERSITIES AND STUDENTS

- Alpen-Adria-Universität Klagenfurt (AAU)**
 seit / since 1970
 ca. 12.000 Studierende / students
 62% 38%
 4 Fakultäten / faculties
 50 Studien / degree programmes
 1.500 Mitarbeiter*innen / staff
 272 Partner-Unis / partner universities
 Medienbestand der Bibliothek / Library holdings:
 1.033.000 Bände / books
 36.000 Zeitschriften / periodicals
 Slogan
 „809 Schritte von der Uni bis zum Wörthersee“
 “809 steps from the university to Lake Wörth”
- Pädagogische Hochschule Kärnten – Viktor Frankl Hochschule, Klagenfurt**
 ca. 450 Studierende / students
 88% 12%
 4 Institute / institutes
 2 Departments / departments
 Medienbestand der Bibliothek / Library holdings:
 94.000 Bände / books
 135 Zeitschriften / periodicals
 3.300
 Wörthersee / Lake Wörth
- Gustav Mahler Privatuniversität für Musik Klagenfurt (GMPU)**
 seit / since 2019
 (jüngste Privatuniversität Österreichs / youngest private university in Austria)
 ca. 250 Studierende / students
 48% 52%
 2 Studienrichtungen / fields of study
 Medienbestand der Bibliothek / Library holdings:
 50.000 Noten / musical scores
 10.000 Bücher / books
 2.000 Handschriften / manuscripts
 4.000 Tonträger / recording media
 4.700
 Wörthersee / Lake Wörth
- Fachhochschule Kärnten**
 seit / since 1995
 ca. 2.650 Studierende / students
 60% 40%
 5 Campusse / campuses
 40 Studiengänge / degree programmes
 120 Partnerhochschulen / partner universities
- Campus Klagenfurt, Primoschgasse**
 6.400
 Wörthersee / Lake Wörth
- Campus Klagenfurt, St.-Veiter-Straße**
 5.200
 Wörthersee / Lake Wörth
- Campus Feldkirchen**
 3.000
 Flatschacher See / Lake Flatschach
- Campus Villach**
 900
 Magdalensee / Magdalensee
- Campus Spittal/Drau**
 4.100
 Millstätter See / Lake Millstatt

Wann kann Forschung in Unternehmen gelingen?

VON BIRGIT TAUBER

Forschung und Innovation können nur dann gelingen, wenn es ein klares Bekenntnis der Unternehmensleitung dafür gibt. Diese muss eine Kultur vorleben, die Kreativität, Innovation und Experimentieren unterstützt.



Durch ein solches Bekenntnis werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ermutigt, Risiken einzugehen und neue Ideen zu entwickeln. Idealerweise gibt es dazu eine gemeinsam erarbeitete Forschungs-Roadmap, die an alle transparent und offen kommuniziert wird. Die Roadmap kann durchaus ambitioniert sein, allerdings braucht Forschung Zeit und Ressourcen. Das sollte bei der Planung und Strategie berücksichtigt werden.

¶ Der Schlüssel zu technologischen Durchbrüchen ist auch meist ein interdisziplinärer Austausch. Dieser kann zwischen Abteilungen intern im Unternehmen oder durch die Zusammenarbeit mit Universitäten, Forschungsinstituten oder anderen Unternehmen erfolgen. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die frühzeitige Einbindung von Kunden. (Pilot-) Kunden werden nicht erst in der Serienüberleitung, sondern bereits in der Entwicklungsphase aktiv beteiligt.

Inwieweit hat das mit innovativen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu tun?

Die Voraussetzung für eine erfolgreiche Produktentwicklung und Innovationen sind engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Teammitglieder, die sich gegenseitig motivieren und inspirieren. Die gut im Unternehmen vernetzt sind (zum Beispiel Forschungs-Innovationsteams mit Personen aus der Produktion und | oder aus dem Vertrieb). Und – das ist wichtig – die für ihre Tätigkeit auch Anerkennung erfahren.

¶ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter suchen in ihrer Arbeit Sinn. Diesen Sinn zu kommunizieren, ist in Zeiten mangelnder Arbeitskräfte wichtiger denn je. Die Unternehmensleitung hat die Aufgabe, dem Team die Vorteile der Innovation zu vermitteln und aufzuzeigen, wie Innovationen dem Unternehmen helfen können, erfolgreich zu bestehen. Auch die Auswirkungen der Innovation, wie beispielsweise die positiven Effekte eines klimaschonenden Produkts oder eines energieeffizienteren Prozesses, die zu einer Verbesserung für die Gesellschaft führen, können motivieren, Neues zu entwickeln.

¶ Außerdem darf Forschung und Entwicklung nicht nur »on top« zum Tagesgeschäft angesiedelt werden. Es sind bewusst genügend Ressourcen (Zeit, Budget, Methodenkompetenz) für F&E bereitzustellen.

¶ Und: Es dürfen Fehler passieren! Unternehmen sollten eine Kultur der Akzeptanz von Fehlern fördern, um die Innovationsfähigkeit und Kreativität zu ermöglichen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter brauchen Raum für Experimente und neue Ideen. Es ist wichtig, ihnen die Möglichkeit zu geben, neue Ideen auszuprobieren und Fehler zu machen – ohne negative Auswirkungen auf die Karriere oder das Ansehen im Unternehmen.

Wie können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter motiviert werden, etwas Innovatives umzusetzen?

Dazu braucht es Freiraum und Anreize. Freiraum im Sinne von Raum und Zeit, um kreativ zu sein und neue, vielleicht auch radikale und nicht auf der Hand liegende Ansätze auszuprobieren. Wenig Kontrolle, Lösungsoffenheit und interdisziplinäre Kommunikation beschleunigen den Austausch von Ideen. Diese Ideen sind vielleicht noch unfertig, sie können aber in Schleifen effizient zu einem Lösungsvorschlag entwickelt werden. Innovative Unternehmen haben sehr oft definierte Innovationsprozesse eingeführt. Diese ermöglichen, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein selbstverständlicher Teil der Innovationsprozesse sind und regelmäßig Gelegenheit haben, ihre Ideen und Vorschläge einzubringen.

¶ Schulungen und Weiterbildungen können den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern helfen, nicht nur ihre technisch-fachlichen, sondern auch ihre methodischen Kompetenzen zu verbessern (zum Beispiel Innovationsmethoden wie Design Thinking, agiles Projektmanagement, Kreativitätstechniken). Auch digitale Tools wie Conceptboard unterstützen die Umsetzung von Innovationsprozessen, insbesondere in Zeiten, in denen nicht immer alle gemeinsam an einem Ort verfügbar sind. Schulungen zu digitalen Technologien helfen dabei, mit den neuen Tools vertraut zu werden und insgesamt Lösungen zu entwickeln, die auf den neuen digitalen Technologien basieren.

¶ Am Ende eines erfolgreichen Entwicklungsprozesses oder Forschungsprojektes sollten diese Erfolge auch gebühlich gefeiert werden. Anerkennung trägt dazu bei, die Motivation und das Selbstvertrauen zu steigern. Das Feiern von Forschungserfolgen kann in verschiedenen Formen passieren, wie etwa Team-events, Auszeichnungen (für die kreativste Idee), Veröffentlichungen über interne Firmenkanäle oder öffentliche Zeitungsartikel und Social Media Posts. Manche Unternehmen bieten auch Anreize in Form finanzieller Belohnungen oder alternativer Incentives (zum Beispiel extra Urlaubstage) an.

Anerkennung und Wertschätzung für innovative Köpfe helfen dabei, eine positive Unternehmenskultur aufzubauen, die Innovation, Zusammenarbeit und Wachstum fördert.

Über Birgit Tauber

Dr. Birgit Tauber studierte technische Chemie an der TU Graz. Nach Stationen in der Pharmaindustrie startete sie 2004 als technische Expertin in der FFG. Seit 2016 leitet sie den Bereich Basisprogramme, der auf die Förderung von Unternehmen und insbesondere KMU fokussiert. Das jährliche Förderungsvolumen beträgt rund EUR 300 Mio.

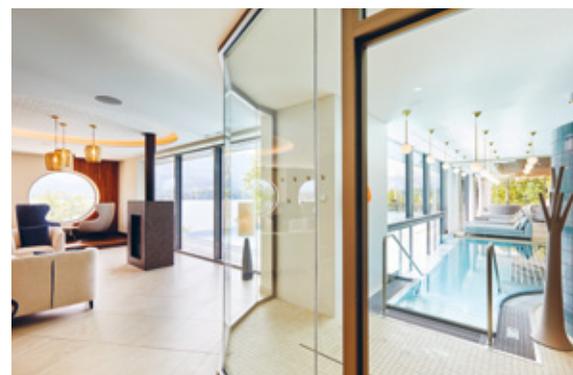
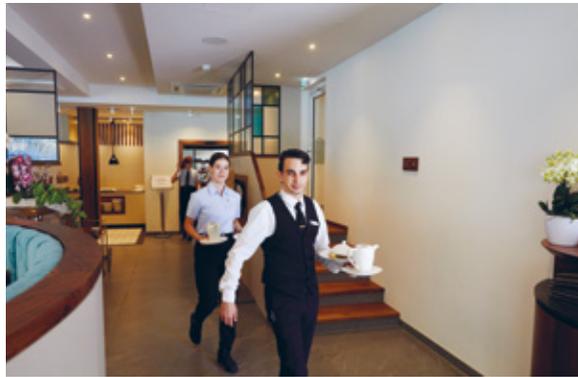
Über die FFG

Die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) unterstützt wirtschaftsnahe Forschung, Entwicklung und Innovation. Sie bietet für Unternehmen aller Größen, Branchen und Themen und deren Forschungspartnerinnen und -partner ein maßgeschneidertes Förderungsangebot. Mit einem Ausschreibungsvolumen von EUR 819 Mio. kam es 2022 zu einem Höchststand.

Verwurzelt zwischen Moderne und Tradition

VON KARIN SCHEIDENBERGER

Vordenken hat im Karnerhof Tradition. Hier bedeutet Innovation, den Zeitgeist zu treffen, sowohl beim Angebot als auch – vor allem – bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.



¶ Schon beim Betreten des Karnerhofs am Faaker See komme ich aus dem Staunen nicht heraus: Ursula und Alfred Karner haben von Herbst 2021 bis Frühjahr 2022 in einen großen Umbau investiert – und ihre Rechnung ist aufgegangen. Mit viel Liebe zum Detail erstrahlt das gesamte Hotel in modernstem Ambiente. Aus dem Loungemöbel im Rezeptionsbereich möchte ich gar nicht mehr aufstehen, durch die vollflächige Verglasung genieße ich einen einzigartigen Blick auf den Faaker See. In den Gängen laden punktuell verstreute samtene Polstermöbel zum Verweilen ein, sorgsam ausgewählte Dekofiguren verwöhnen das Auge des Betrachters. Der Außenbereich wartet mit saftigem Grün und einer parkähnlichen Anlage auf – hier lässt es sich entspannen. Auch im Freien sind über das gesamte Areal mehrere kleine Lounge-Bereiche verteilt. Über einen neu angelegten Kiesweg kommt man zum privaten Badestrand.

¶ Wenn Ursula Karner von den Renovierungsarbeiten erzählt, merke ich, wie viele Überlegungen – auch in den kleinen Details – stecken und mit wie viel Herzblut sie bei der Arbeit ist. »Wenn dann von unseren Besucherinnen und Besuchern auch verstanden wird, was wir mit dem Umbau bezwecken wollen, freut es mich umso mehr«, sagt die Tourismusmanagerin. Das innovative Vordenken hat sie von ihren Eltern, Hans und Adele Melcher, in die Wiege gelegt bekommen – diese hatten bereits in den 70er Jahren auf Wellness gesetzt und mit dem ersten Hallenbad aufgetrumpft und schon damals Zimmer in einer Größe von 36 m² gebaut, was eigentlich erst heute einer Standard-Zimmergröße entspricht. Letzteres kam Ursula Karner beim Umbau entgegen, da sie keine Einheiten zusammenlegen musste. Nun warten 94 topmoderne Zimmer auf ihre Gäste.

¶ **Innovation bedeutet für Ursula Karner, den Zeitgeist zu treffen, was die Produkte, aber auch ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betrifft.** Und diese haben im Karnerhof einen großen Stellenwert – das erkennt man schon beim Blick auf die Website, wo das Team eindeutig im Vordergrund steht und persönlich zu Wort kommt. Ein Großteil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist schon seit Jahren dabei, für diese ist der Betrieb eine Erfüllung und sie wollen gemeinsam etwas weiterentwickeln. »Es gibt immer ein paar, auf die dieser Spirit erst übertragen werden muss. Aber ich wehre mich dagegen, dass man diese Rolle insbesondere jungen Menschen zuschreibt und sie so darstellt, als würden sie nicht arbeiten wollen«, betont Ursula Karner. »Außerdem wird in der medialen Berichterstattung das Arbeiten im Tourismus und der Gastronomie häufig negativ dargestellt«, meint sie weiter. »Ich hoffe, dass sich da der Wind bald dreht. Die Zeit, die man in der Arbeit verbringt, sollte als etwas Sinnstiftendes und Wertvolles präsentiert werden und nicht als etwas, wo man nur die Zeit absitzt.« Für die Tourismusmanagerin steht eine Frage im Vordergrund: Wie gehe ich an die Arbeit heran, sodass sie mir auch Spaß macht?

¶ Um ihr Personal zu halten, setzt sie schon beim Onboarding an, denn wenn es bereits am Anfang nicht passt, sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schnell wieder weg – es mangelt ja derzeit nicht an Arbeits-Alternativen. Das Mitarbeiterhaus bietet 27 Zimmer und lockt mit einzigartigem Seeblick sowie Seezugang. Zusätzlich können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den gesamten Wellnessbereich mitbenutzen und bekommen Vergünstigungen für Familie und Freunde.





¶ Das Recruiting von neuen Mitarbeitenden gestaltet sich als schwieriger Prozess und gelingt eher über Mundpropaganda und Empfehlungen als durch Stellenausschreibungen. Bei den Bewerbungsgesprächen selbst hat sich Ursula Karner zurückgezogen und lässt ihren Abteilungsleiterinnen und -leitern den Vortritt. Sie weiß aus Erfahrung, dass neue Mitarbeitende in der Küche lieber direkt mit dem Küchenchef über die zukünftige Anstellung sprechen wollen als mit der Geschäftsführerin. Zusätzlich setzt sie auch auf die Lehrlingsausbildung. »Die meisten Lehrlinge möchten nach der Ausbildung Auslandserfahrung schnuppern. Nach ein paar Jahren zieht es jedoch viele wieder zurück in die Heimat und an den Karnerhof«, erzählt sie schmunzelnd. Aber dieses Phänomen gilt auch umgekehrt – viele saisonale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den anderen Bundesländern, die über mehrere Jahre hinweg in den Sommermonaten helfen, möchten irgendwann wieder zu Hause leben.

¶ **Um ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch langfristig zu halten und zu motivieren, setzt Ursula Karner zusätzlich auf vertiefende Qualifizierung, sei es durch Cross-Training in anderen Abteilungen oder durch konkrete Fortbildung.** Sie selbst gibt ihr Wissen weiter und lässt ihre Erfahrung in die Weiterentwicklung einer berufsbegleitenden binären Ausbildung an der Fachhochschule Kärnten einfließen. Auch ihr Serviceleiter, Franz Egger, trägt seine Begeisterung für den Beruf weiter, indem er etwa in Schulen die verschiedenen touristischen Berufsbilder vorstellt und ins positive Licht rückt oder an Lehrlingswettbewerben mitwirkt.

¶ Ursula Karner selbst hatte es nach der Matura an die FH für Tourismusmanagement nach Wien gezogen, nach ein paar Jahren in Wien und Chicago kehrte sie wieder zurück zu ihren Wurzeln und übernahm gemeinsam mit ihrem Mann Alfred den Familienbetrieb. Heute hat jeder seinen Bereich, Ursula obliegt die Geschäftsführung und Alfred hat die Marketing-Agenden sowie das Design über. Zeitlich hat die Übergabe von Hans Melcher an seine Tochter Ursula gerade gut gepasst. An ihr liegt es nun, den Betrieb weiterzubringen und wachsen zu lassen, und diesen Raum hat ihr der Vater auch eingeräumt.

Hotel Karnerhof GmbH

Standort

→ Egg am Faaker See

Letztes gefördertes Projekt

→ Modernisierung von Gästezimmern mit Schwerpunkt Familie, Barrierefreiheit und Energieeinsparung

Förderbare Projektkosten

→ EUR 700.000,-

Förderung | Barwertquote

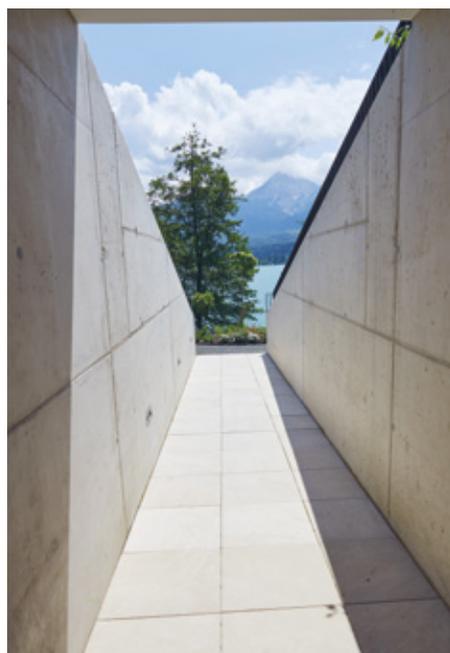
→ EUR 70.000,- | 10 %

Ansprechperson im KWF

→ Monika Walder

Förderungsbegründung

→ Qualitätsverbesserungen für die Winteröffnung und zur Ansprache neuer Kundengruppen



Innovationsökosystem Kärnten

Eine Bestandsaufnahme

VON ANDREAS STARZACHER

¶ **Innovationen – das heißt die Umsetzung von Ideen und Wissen in Form neuer Produkte und Dienstleistungen oder neuer Verfahren, die es ermöglichen, Qualitätsvorteile oder Kostenpotenziale gegenüber Mitbewerbern zu erschließen – haben aus unternehmerischer und volkswirtschaftlicher Sicht eine zentrale Bedeutung.**

¶ Wirtschaftliches Wachstum lässt sich zum größten Teil auf neue Technologien und Innovationen zurückführen. Aktuell ist vor dem Hintergrund bestehender gesellschaftlicher Herausforderungen ein Paradigmenwechsel festzustellen, hin zu ressourcenschonendem Wachstum und einer missionsorientierten Politik. Diese neue Dimension spiegelt sich unter anderem in den sogenannten 5D wider: Dekarbonisierung, Digitalisierung, Demografie, Diversität und Deglobalisierung. Und sie führt zu steigenden technologischen und marktbezogenen Veränderungen sowie zu komplexen Problemstellungen, denen mit einem ebensolchen dynamischen Lösungssystem begegnet werden kann. Innovationsökosysteme bilden ein produktives Umfeld für Innovation, Vernetzung, Forschung und Wissenstransfer und führen zu mehr Wettbewerbsfähigkeit und strategischer Autonomie.

¶ **Im traditionellen Ansatz eines Innovationsökosystems**, das in Kärnten auch historisch bedingt vielfach anzutreffen ist, stehen Leitunternehmen als Knotenpunkt im Verhältnis zu ihren Partnern. Es werden Partnerschaften mit Teilnehmern aufgebaut, die weitestgehend komplementär zum eigenen bestehenden Geschäftsmodell sind. Im Kern sind es die klassischen Kunden- und Lieferantenbeziehungen. Aber auch Mitbewerber dienen als wichtige Informationsquelle für Entwicklungen. Das heißt, Unternehmen benötigen nicht zwingend einen direkten Kontakt zur wissenschaftlichen Forschung, um innovativ zu sein (»kundenzentrierte Innovation«).

¶ Die auf diese Art und Weise optimierten Lösungen für Kundenanforderungen können in spezifischen Anwendungsgebieten mitunter zur Marktführerschaft in Nischenbereichen führen. Hier sind vielfach die sogenannten »Hidden Champions« anzutreffen.

¶ Kärnten weist sowohl beim Zuwachs der Beschäftigten im Forschungsbereich als auch bei den Forschungsausgaben ein kontinuierliches Wachstum auf und liegt mit der aktuellen Forschungsquote (Forschungsausgaben bezogen auf das Bruttoregionalprodukt) erstmals über dem Österreichschnitt. Eine genauere Betrachtung zeigt, dass ein Großteil dieser Innovationsdynamik auf wenigen Branchen basiert und primär von Unternehmen getragen wird, die aus dem Ausland finanziert werden, wobei über 50 % der Forschungsausgaben einem einzelnen Unternehmen zuzuordnen sind. Dieser hohe Konzentrationsgrad auf wenige Unternehmen, vor allem des Elektroniksektors, birgt auch Risiken in sich. Anstrengungen, die Technologie- und Innovationsorientierung, auch in der Breite, weiter zu forcieren, werden kontinuierlich durch Förderungsprogramme sowie Projektentwicklungen unternommen, um das Innovationssystem – auch abseits des Kerns international erfolgreicher, innovativer Unternehmen – zu stärken, mit dem Ziel, Wachstumschancen zu nutzen und die Resilienz des Standorts zu steigern.

Dipl.-Ing.
Andreas Starzacher, Prok.
Leitung Strategische
Wirtschaftsentwicklung
im KWF

¶ Die eingangs skizzierte zunehmende Komplexität im Regulations- und Marktumfeld erfordert mitunter eine Anpassung der Geschäftsmodelle, der traditionelle Ansatz eines unternehmenszentrierten Ökosystems stößt an seine Grenzen. Im Kontext der digitalen und grünen Transformation benötigen Unternehmen ein Umfeld, das ihnen erlaubt, Marktchancen auch ergreifen zu können. Dies erfordert neue Lösungsansätze und die Einführung **adaptiver Innovationsökosysteme**. In einem adaptiven Ökosystem werden der Austausch und die Resonanzfähigkeit dadurch erhöht, dass das Unternehmen sich nicht nur selbst mit den Partnern vernetzt, sondern sich die Partner auch untereinander vernetzen. Open-Innovation-Ansätze, Kollaboration und kooperativer Knowhow-Transfer werden immer bedeutender.

¶ Vernetzungsorganisationen wie Innovationscluster können geeignete Räume anbieten, um das Aufeinanderzugehen von Unternehmen, Bildung, Forschung und Öffentlichkeit (der sogenannte Quadruple-Helix-Ansatz¹) zu institutionalisieren. Sie nehmen dabei die Rollen als Brückenbauer, Trendscout und Innovationsmotor wahr und setzen Impulse für neue Projekte, indem sie regionale Kompetenzen verbinden und damit Innovationen anstoßen. Dies umfasst die Stärkung der Kooperation am Standort, aber auch über den Standort hinaus, um Skaleneffekte nutzen zu können. Die Kärntner Beteiligungen am Green Tech Valley Cluster, dem Silicon Alps Cluster oder dem Digital Innovation Hub Süd schaffen die erforderlichen kritischen Größen und erzeugen dadurch Sichtbarkeit und Finanzierbarkeit.

¹ Das Quadruple-Helix-Innovationsmodell stellt die Beziehungen zwischen Bildung, Forschung, der Unternehmenslandschaft sowie der öffentlichen Hand und der Zivilgesellschaft dar. Diese sektorübergreifende Zusammenarbeit unterstützt insbesondere kleine und mittlere Unternehmen bei der Suche nach Ressourcen, Kenntnissen oder ergänzenden Fähigkeiten, um ihre Innovationsentwicklung voranzutreiben und zum sozialen Wohlstand beizutragen.



¶ Speziell die sich etablierende Forschungsachse Süd – unter anderem durch die Beteiligungen an der Forschungseinrichtung Joanneum Research mit inzwischen 4 Schwerpunkten in Kärnten (Robotics, Digital, Policies, Life), den Silicon Austria Labs (Steiermark, Kärnten, Oberösterreich) und an Fraunhofer (KI4Life) – gewinnt, gerade auch im Zusammenhang mit der Koralmbahn, zusätzlich an Bedeutung. Gemeinsam mit den Bundesländern Ober- und Niederösterreich werden Kompetenzen im Rahmen des Kompetenzzentrums Holz und des Kunststoffclusters aufgebaut. Wesentlich ist es, auch in den Unternehmen selbst Ressourcen zu schaffen, um abseits des Tagesgeschäftes Spielraum für Innovationen zu generieren. Ein höchst erfolgreiches und wirksames Instrument stellt das TALENTE-Programm des KWF dar. In einem gemeinsamen Ausbildungsprogramm vernetzen sich Innovationstalente, Digitalisierungstalente, Internationalisierungstalente, Standorttalente und künftig auch Nachhaltigkeitstalente jeweils untereinander.

¶ **Den Kitt für das Innovationsökosystem stellen die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten dar. In Anbetracht einer ungünstigen demografischen Entwicklung ist es essenziell, junge Leute im Land zu halten und qualifizierten Zuzug zu generieren.**

¶ Der im Jahr 1999 gegründete Technologiefonds Kärnten schafft Anreize in den Bereichen F&E, Technologie, Innovation und Internationalisierung, um die langfristige Entwicklung der Dynamik marktorientierter Unternehmen zu unterstützen. Ziel des Technologiefonds Kärnten, der die Grundlage für die Förderungsaktivitäten des KWF in diesem Bereich darstellt, ist es, das Kärntner Innovationssystem weiterzuentwickeln und zu stärken, um die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Kärnten zu erhöhen. Vieles wurde bereits erreicht, nun gilt es, eine nächste Entwicklungsstufe qualitativ und quantitativ anzustreben. Die Projekte und der Bedarf wären jedenfalls gegeben. Beispielhaft warten die beiden Technologieparks in Klagenfurt und Villach auf den weiteren Ausbau. Viel Phantasie steckt auch in der Konzipierung weiterer themenorientierter Parks der vierten Generation (Quadruple-Helix-Ansatz) – in den Bereichen Logistik, klimaneutrales Wirtschaften, Biodiversität und Recycling – an weiteren Standorten.

¶ **Eine transformative Innovationspolitik für einen strukturellen Wandel bedeutet einen Paradigmenwechsel, weg von der Inputlogik hin zur Wirkungslogik.** Sie umfasst Forschen und Entwickeln mit klarem Blick auf konkrete Herausforderungen und Probleme unter Einbeziehung von Bedarfsträgern. Innovationslabore bieten insbesondere den akademischen Einrichtungen am Standort die Möglichkeit, ein produktives Umfeld für Innovation, Vernetzung, Forschung und Wissenstransfer durch die Bereitstellung von realen Entwicklungsumgebungen zu schaffen. Die bestehenden Infrastrukturen wie der 5G-Playground, die Drohnenhalle oder der Forschungseinraum werden bereits genutzt, neue Labore zu den Themen Digital-Twin, Komplexe Netze der Zukunft (Strom, Wasser, Breitband, Cloud ...) und Additive Manufacturing (3D-Druck) befinden sich in der Pipeline.



Marliese Fladnitzer-Ferlitsch,
Leitung Kommunikation im KWF



Klar kommunizieren – über gute Inhalte, mit neuen Maßnahmen und viel Freude

VON GERDA SCHLACHER

Als Institution des Landes agiert der KWF äußerst verantwortungsvoll mit den öffentlichen Geldern. Gleichzeitig brauchen Innovationen die Freiheit, Risiken einzugehen.

¶ **Was bei wem wie ankommt.**

Für mich bedeutet Kommunikation, etwas sichtbar zu machen. Dabei ist es wichtig, darauf zu achten, was kommuniziert wird und an wen es gerichtet ist. Die KWF-Kommunikation hat zwei Facetten. Wir sehen uns als Institution, die zur Entwicklung des Wirtschaftsstandorts Kärnten einen maßgeblichen Beitrag leistet. Und gleichzeitig gilt es, darauf zu achten, welche Rolle wir dabei übernehmen. In Summe muss sich ein klares und eindeutiges Bild ergeben. Immer wieder werden wir mit der Frage konfrontiert, warum der KWF eigentlich Kommunikation braucht. Wir stehen ja nicht im Wettbewerb und müssen keine Produkte verkaufen. Eine solche Betrachtung greift viel zu kurz. Unsere Kommunikationsagenden leiten sich von den Zielen und der Strategie des KWF ab. Wir stehen für Dienstleistung und immaterielle Produkte. Die Informationen darüber müssen wir so aufbereiten, dass sie unsere Kunden erreichen und von diesen verstanden werden.

¶ **Nur was sichtbar gemacht wird, wird gesehen.**

Mittlerweile gibt es operativ weit mehr Kanäle als noch vor einigen Jahren, denken wir nur an die digitalen Kommunikationsmöglichkeiten. Umso mehr müssen wir auf konsistente Botschaften achten. Und dabei immer wieder unsere Aufgaben und Möglichkeiten erklären, die wir in den unterschiedlichen Maßnahmen wahrnehmen. Unsere Rolle bei Kooperationen, bei denen es um die gemeinsamen Ziele der Partner geht, ist eine gänzlich andere als zum Beispiel bei Investitionsprojekten.

¶ Die KWF-Kommunikation umfasst das Office, das Marketing und die Vorstandsassistenz und beschäftigt, inklusive meiner Person, acht Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Office ist die erste Anlaufstelle und ein wichtiges Bindeglied zwischen innen und außen. Das Marketing befasst sich mit der Sichtbarkeit des Wirtschaftsstandortes, dem KWF-Image und der Vermarktung des KWF-Angebots – jeweils von der Planung bis zur detaillierten Umsetzung.

¶ **Vielleicht könnten wir mutiger sein.**

Als meine größten Herausforderungen sehe ich einerseits, das Wissen weiterzugeben, und andererseits, am Ball zu bleiben. Ich erachte es als wichtig, in der Führungsarbeit meine Erfahrungen mit dem Team zu teilen: Wie mache ich es selbst, wie vermittele ich das Wissen, was ist gut für den KWF? Und wie kann ich dabei die Potenziale bestmöglich fördern? Daneben möchte ich in meiner eigenen Entwicklung nicht stehen bleiben, sondern immer wieder dem Impuls nachgeben, Neues zu lernen, Freiräume auszuprobieren und zu innovieren. Wir haben beim KWF die Freiheit, auch Risiken einzugehen, was ich sehr schätze. So gesehen könnten wir noch viel mutiger agieren. Aber gleichzeitig bin ich mir dessen sehr bewusst, dass wir mit öffentlichem Geld verantwortungsvoll umgehen müssen. Wenn wir, als Institution des Landes Kärnten, innerhalb unserer Möglichkeiten bestmöglich Einfluss nehmen und das Maximum herausholen, bedeutet das für mich Erfolg. Wir konnten schon oft feststellen, dass eine Maßnahme nicht unbedingt teuer sein muss, damit sie wirkt, zum Beispiel eine Veranstaltung. Vielmehr geht es darum, dass sie authentisch, gut überlegt und am Puls der Zeit ist.

¶ **Denk einfach einmal anders.**

Arbeiten im Innovationsökosystem bedeutet für mich in erster Linie hinzuschauen, welche Kompetenzen vorhanden sind und wie man diese bestmöglich nutzen kann. Die üblichen Gruppenkategorisierungen (die Jungen, die Best Ager ...) stimmen einfach nicht mehr. Es braucht andere Zugänge, um bestehende Potenziale zu entfalten.

¶ Die Kernfrage für mich ist, wie Wissen weitergegeben wird, von wem, an wen und in welcher Qualität. Das beginnt bereits in der Ausbildung.



Mag. Dr. Marliese Fladnitzer-Ferlitsch, BSc Leitung Kommunikation

Ausbildung und beruflicher Werdegang

- HBLA für wirtschaftliche Berufe in Spittal an der Drau
- BWL-Studium in Graz und Klagenfurt
- Assistentin am Institut für Marketing und Strategisches Management an der Universität Klagenfurt
- Promotion Wirtschaftswissenschaften
- Mitarbeiterin beim Kärntner Gemeindebund (1 Jahr)
- Assistentin der Bereichsleitung Bankenbetreuung der Raiffeisen Landesbank Kärnten (1 Jahr)
- Seit 2008 beim KWF
- Bis 2013 Vorstandsassistentin
- Danach 2,5 Jahre Karenz (davon 1 Jahr Bildungskarenz)
- Ab 2016 KWF-Kommunikation
- Abschluss Bakkalaureat Psychologie
- Seit Jänner 2020 Leitung Kommunikation

Persönliches

- verheiratet
- 1 Tochter (9 Jahre)

Freizeit

- Familie, Freunde, Musik und Garten

¶ Wir haben als Gesellschaft primär auf die Entwicklung von Individualität und auf Konkurrenzdenken gesetzt. Jetzt bräuchte es ein vernetztes Agieren, eine kooperative Grundhaltung. Das Gemeinsame müsste stärker kulturell verankert werden, was ein kompetitives Agieren in bestimmten Fällen ja nicht ausschließt. In einem Innovationsökosystem sollten Schwerpunkte entstehen, diese sollten eindeutig kommuniziert werden, sodass die Profilierung und eine Positionierung der Region gelingen. Ich denke, dass dadurch auch die gefühlte Zugehörigkeit zu einer Region erreicht werden kann beziehungsweise dadurch die Menschen bleiben, weil sie hier leicht Arbeit finden.

¶ Der Fachkräftemangel ist sicherlich ein für fast alle Branchen gravierendes Problem. Aber was ist eine Fachkraft? Geht es dabei nur um absolvierte Berufsausbildungen, wie zum Beispiel um Mechatronik? Oder sprechen wir von Potenzialen, die erst in einem Job gehoben werden müssen? Meiner Meinung nach braucht es viele Einzelmaßnahmen und vorausschauendes Handeln. Bedarf und Potenzial stehen sich zeitverzögert gegenüber. Die KWF-Qualifizierungsprogramme Innovations.TALENT und Internationalisierungs.TALENT beispielsweise setzen gezielt auf eine Kompetenzentwicklung und forcieren den Vernetzungsgedanken.

¶ **Spielraum für das, was man tut und wie man es tut.**

Employer Branding ist auch für den KWF ein wichtiges Thema. Es geht dabei um eine größere Sichtbarkeit am Arbeitsmarkt. Aber auch darum, transparent zu machen, was und wie wir arbeiten, und um ein ehrliches Aufzeigen der Grenzen, die es bei uns gibt. Wir bieten viel Raum für Flexibilität und erachten es als Vorteil, wenn ganz unterschiedliche Persönlichkeiten bei uns arbeiten.

¶ Ein Incentive, das der KWF bietet, und das nicht nur, weil wir dem Green Deal verpflichtet sind, ist das Klimaticket, das allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kostenlos angeboten wird. Sie sollen angespornt werden, den öffentlichen Verkehr verstärkt in Anspruch zu nehmen. Ich selbst fahre immer öffentlich zur Arbeit und würde mir wünschen, dass noch mehr Kolleginnen und Kollegen ihr Verhalten in diese Richtung verändern. Auch das ist eine Kommunikations-Aufgabe.

Herausgeber | Medieninhaber
KWF Wirtschaftsförderungs Fonds
Völkermarkter Ring 21-23
9020 Klagenfurt am Wörthersee
Austria | Europe
Telefon +43.463.55 800-0
office@kwf.at
www.kwf.at
Landesgericht Klagenfurt
FN 423155 m

Konzept | Idee
Sandra Venus, Erhard Juritsch
und Marliese Fladnitzer-Ferlitsch

Redaktion
Karin Scheidenberger

Projektkoordination
Schlacher Unternehmens-
kommunikation

Gestaltung
Gudrun Zacharias-Maurer

Fotos
Johannes Puch

Lektorat
Lektorat Mischkulnig

Papier
Munken Polar

Druck und Herstellung
Buch Theiss GmbH

Das Magazin wurde mit der gebotenen Sorgfalt gestaltet. Trotzdem können Satz- und Druckfehler, insbesondere bei einzelnen Zahlenangaben, nicht ausgeschlossen werden. Der KWF übernimmt für allfällige solche Fehler keine Haftung.

Auflage
2.000 Exemplare im Juli 2023

Eine gendgerechte Formulierung ist für den KWF selbstverständlich. Im Sinne der Lesefreundlichkeit und des besseren Textflusses werden, wo möglich, geschlechtsunspecifische Termini verwendet. Bei bestimmten Hauptwörtern wie Kunde sind nicht Personen gemeint, sondern Unternehmen.

www.kwf.at/magazin



Kofinanziert von der Europäischen Union

Kärntner Wirtschaftsförderungs Fonds
Völkermarkter Ring 21–23
9020 Klagenfurt am Wörthersee
Austria | Europe
Telefon +43.463.55 800-0
Fax +43.463.55 800-22
office@kwf.at
www.kwf.at

