

# **Projektbericht**

## ***Startup Center Wieselburg***

für die Lehrveranstaltung

### **Angewandtes Unternehmensprojekt**

Lorena Viktoria Meierhofer BA, MA

Alexander Höftberger BA

6. Semester 2020

18PMPMB

FH Wiener Neustadt - Campus Wieselburg

Erstellt von:

<b>Name Studierende</b>	<b>Matrikelnummer</b>	<b>Jahrgang</b>	<b>Studiengang</b>
Daniel Denkmaier	51846246	2018	PMPMB18
Andreas Gewolf	51854510		
Katja Gruber	51846251		
Thomas Karner	51846258		
Christine Kurz	51846261		
Cornelia Pöchhacker	51846262		
Ingrid Steindl	01051804		

## **Eidesstattliche Erklärung**

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe, alle Ausführungen, die anderen Schriften wörtlich oder sinngemäß entnommen wurden, kenntlich gemacht sind und die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Fassung noch nicht Bestandteil einer Studien- oder Prüfungsleistung war.

Dieses Dokument ist unsererseits ohne Unterschrift gültig.

# Projektbericht

## Startup Center Wieselburg



## Executive Summary

Zur Lösung und Ausarbeitung des Auftrages „Erstellung eines realisierbaren Marketing- und Vermarktungskonzepts für eine Startup-Organisation in der Stadtgemeinde Wieselburg“ wurde das sieben-köpfige Team ECOsystem am 26.09.2020 beauftragt. Die letzte Meilensteinpräsentation und somit der Abschluss des Projektes fanden am 04.06.2021 statt.

Um einen Überblick über die (inter-)nationale Startup-Szene sowie Einblicke zu den Themen Finanzierung und Unternehmensgründung zu bekommen, wurde im ersten Schritt eine umfangreiche Umfeldanalyse durchgeführt. Diese beinhaltete des Weiteren die Erhebung der Ist-Situation in Wieselburg sowie die Identifizierung von potentiellen StakeholderInnen, KooperationspartnerInnen sowie der Konkurrenz der künftigen Startup-Organisation in Wieselburg.

Im Zuge der Best Case Analyse wurden die bestehenden (inter-)nationalen Startup Einrichtungen nach Erfolgskriterien, wie z.B. Organisation, Performance oder Know-How mittels Scoring-Modell gereiht und Best Case-Fälle identifiziert, welche in weiteren Ausarbeitungen als Vorbild dienen.

Um weitere Insights zu generieren, wurde eine Marktforschung in Form von Einzelinterviews und Fokusgruppen mit ExpertInnen sowie GründerInnen durchgeführt. Hierbei konnten Beweggründe und Bedürfnisse der GründerInnen an eine Startup-Organisation sowie essentielles Fachwissen und wertvolle Tipps von gesamt elf ExpertInnen eingeholt werden.

Die Trendanalyse gab Aufschluss über die Trends, welche direkten Einfluss auf ein Startup Center in Wieselburg haben. Die identifizierten vier Megatrends sind New Work, Wissenskultur, Konnektivität und Neo Ökologie.

Unter Berücksichtigung der gesammelten Informationen der Umfeldanalyse wurden im Rahmen eines Kreativworkshops Ideen zu möglichen Konzeptrouten gesammelt. Im Zuge der zweiten Meilensteinpräsentation wurden drei ausgewählte, ausgearbeitete Konzeptrouten präsentiert.

Der Auftraggeber hat sich für eine kombinierte Konzeptrouten mit dem Überbegriff "Green Economy and Green Technology" entschieden, wobei die Faktoren Familienfreundlichkeit, Nachhaltigkeit und Innovation ebenso Einzug in die Ausarbeitung finden sollten. Resultierend aus den weiteren Ausarbeitungen wie der Marktsegmentierung,

Zielgruppenanalyse und Positionierung wurde die familienfreundliche, nachhaltige, innovative und digitale Startup-Organisation „FrameWork Wieselburg“ ins Leben gerufen.



Abbildung 1: Logo FrameWork Wieselburg, eigene Darstellung

Um den Gefallen des Konzeptes in der Zielgruppe abzutesten, wurde dieser im Zuge von Einzelinterviews sowie einer Matrixbefragung an den bestehenden Startups der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg abgetestet. Das Konzept wurde entsprechend den Ergebnissen adaptiert.

In der Umsetzung der Konzeptroute wurde ein dezentraler Ansatz berücksichtigt, um alle bestehenden Ressourcen in Wieselburg zu involvieren. Durch Kooperationen von Gemeinde, privaten EigentümerInnen und dem Campus Wieselburg werden Räumlichkeiten, Geräte, Kompetenzen, E-Mobilität den Startups zur Verfügung gestellt. Das Startup Center bietet eine Küche mit gemütlichem Aufenthaltsraum, ein Verpflegungsangebot für GründerInnen, StudentInnen und EinwohnerInnen sowie kleinere Büros, um Rückzugsmöglichkeiten zu bieten.

Der oder die LeiterIn der Startup Organisation betreut die Startups und sorgt für den laufenden Ausbau des Netzwerkes und die Bekanntmachung der Organisation. Diese Person ist das Gesicht des Startup Centers und stellt ein Allroundtalent in den Bereichen Marketing, BWL und Projektmanagement dar. Ein(e) AnsprechpartnerIn am Front Desk unterstützt die Startups bei der Buchung diverser Ressourcen, empfängt Gäste sowie Pakete und unterstützt die Leitung. MentorInnen stehen den Startups beratend zur Seite und unterstützen die GründerInnen fachlich sowie mental und binden diese in ihr wertvolles, bestehendes Netzwerk ein.

Um die Startups finanziell zu unterstützen, wurden Förderkriterien in Form eines Stufenmodells entwickelt. Die hierzu gehörigen drei Stufen gliedern sich wie folgt:

- Stufe 1: 3 Säulen der Nachhaltigkeit (50% der Gesamtförderung)
- Stufe 2: Kinder (50% der Gesamtfördersumme)
- Stufe 3: Innovation (Sonderfördertopf)

In Stufe 1 werden Kriterien, entlang der drei Säulen der Nachhaltigkeit, definiert. Um die maximale Fördersumme der Stufe 1 (also 50% der Gesamtfördersumme) auszuschöpfen, müssen mindestens 60% der Kriterien erfüllt werden. Dies wären z.B. ein gewisser Prozentsatz der Wertschöpfung muss regional bzw. national sein (ökologisch), nicht nur der Firmen- sondern auch der Wohnsitz wird in Wieselburg gegründet (sozial) oder auch eine Gewinn-/Umsatzgrenze (ökonomisch).

In Stufe 2 erhalten GründerInnen eine prozentuell gestaffelte Förderung pro Kind – dies unterstreicht die Familienfreundlichkeit der Organisation.

Stufe 3 stellt einen Sonderfördertopf dar, welcher an besonders innovative Startups vergeben wird. Die Bewertung der Innovationskraft erfolgt durch eine Fachjury anhand vorgegebener Kriterien. Voraussetzung hierfür ist die Erfüllung von Stufe 1 des Fördermodells.

Das Leitbild von FrameWork Wieselburg stellt sich wie folgt dar:

„Wir, das Framework Wieselburg, fördern innovatives, grünes Unternehmertum im Einklang mit einem glücklichen Familienleben, um die Welt für nachfolgende Generationen nachhaltig zu bewahren.“

Die Werte der Startup-Organisation lauten: Diversität, authentisch, familiär, Verantwortung und Weiterentwicklung.

Die Ziele des FrameWork Wieselburg bauen auf den drei Säulen der Nachhaltigkeit – ökologisch, sozial und ökonomisch – auf:

- Wir möchten GründerInnen mit nachhaltigen und innovativen Ideen fördern und diese bei der Unternehmensgründung fachlich sowie mental unterstützen.
- Wir möchten nachhaltige Startups bei der Umsetzung ihres grünen Geschäftsmodells unterstützen und ihnen die notwendige Infrastruktur kostengünstig und ressourcenschonend bieten.
- Weiters werden die GründerInnen und Startups mit den notwendigen StakeholderInnen der Region vernetzt, um einen Transfer von Wissen und Ressourcen sicherzustellen. Hierdurch entsteht für die regionalen UnternehmerInnen, EinwohnerInnen sowie GründerInnen ein nachhaltiger Mehrwert und ein miteinander – genauer gesagt, eine große Community wird geschaffen.

Das USP (Unique Selling Point) lautet daher:

*„Wir bieten GründerInnen durch die individuelle Kundenbetreuung das beste Fundament, um die Balance von Familienleben und Unternehmensgründung zu ermöglichen.“*

Das FrameWork Wieselburg fokussiert sich speziell auf Menschen, welche einen Kinderwunsch oder bereits eine eigene Familie haben und bietet die optimalen Rahmenbedingungen und die beste Unterstützung, um Familie und Unternehmertum optimal miteinander vereinbaren zu können. So schafft FrameWork einen Raum für ein innovatives Miteinander und die Community setzt gemeinsam Maßstäbe für eine nachhaltige Zukunft.

### Die Dachbotschaften bezogen auf die drei Säulen der Nachhaltigkeit lauten:

- Wir wollen UnternehmerInnen dabei unterstützen, nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln und aufzubauen, welche einen positiven Impact auf unsere Umwelt haben.
- Der Erfolg einer Unternehmung definiert sich bei uns nicht nur durch den Unternehmensgewinn, sondern beinhaltet ebenso die mentale und körperliche Gesundheit der GründerInnen, sowie ein glückliches und erfülltes Familienleben.
- Wir sehen Innovation als Schlüssel für eine bessere und nachhaltigere Zukunft und möchten Startups in den Bereichen Green Technology und Green Economy einen Platz bieten.

Die Zielgruppe der Startup-Organisation sind Eltern und Personen mit Kinderwunsch, StudentInnen und SchülerInnen der Wieselburger Bildungseinrichtungen mit Gründungsidee sowie bestehende Startups der FH Wiener Neustadt, Campus Wieselburg und der Zielregion im Umkreis von etwa 1 Stunde Anfahrtsweg.

In der Kommunikation wird die kreative Leitidee „Wir vereinen grünes Unternehmertum mit harmonischem Familienleben“ umgesetzt. Der gewählte Slogan lautet: *„Frame your work! Mach's dir einfach und gründe jetzt im FrameWork“* sowie als Zusatz: *„– deinem nachhaltigen Startup Center in Wieselburg.“*, welcher zu Beginn aufgrund der noch fehlenden Bekanntheit notwendig ist.

Die Big Idea hinter der kreativen Leitidee stellt die Darstellung alltäglicher Probleme des Unternehmer-Daseins, das heißt die Problematik der Vereinbarkeit von Unternehmertum und Privatleben, dar. Das FrameWork Wieselburg bietet die perfekte Lösung. In der Umsetzung sollen Humor und übertriebene Darstellung als Stilelemente dienen.

Als gewählte Kommunikationskanäle sind online die eigene Website als auch jene der Stadtgemeinde und Fachhochschule, Social Media-Kanäle wie LinkedIn, Instagram und Facebook geplant. Bei den Offline-Kanälen wird speziell auf Veranstaltungen zum Netzwerken bzw. einer Startup Messe in der Messe Wieselburg, sowie auf Printmedien und Out-Of-Home-Werbung wie z.B. Plakate gesetzt.

## Inhaltsverzeichnis

Executive Summary .....	4
1. Auftrag .....	11
2. Team .....	11
3. Umfeldanalyse.....	12
3.1. Definition Startup.....	13
3.2. Ist-Situation Unternehmensneugründungen in Österreich .....	16
3.3. Motive der Gründung eines Start-Up Unternehmens .....	21
3.4. Relevante Hindernisse bei Gründungen .....	22
3.5. Gründe, warum Startups scheitern.....	24
3.6. Finanzierung erheben .....	25
3.7. Finanzierungsquellen österreichischer Startups .....	26
3.8. Arten von Beteiligungskapital.....	27
3.9. Eruiierung Business Angels .....	32
3.10. Arten von Finanzierungsmöglichkeiten .....	35
3.11. Kostenstrukturen unterschiedlicher Branchen .....	36
3.12. StakeholderInnen von GründerInnen.....	40
3.13. Medien und Presse.....	41
3.14. Faktoren eines attraktiven Gründungsstandortes .....	42
3.15. Mögliche StakeholderInnen für Wieselburg .....	46
3.16. Standorteröffnung weXcelerate .....	51
3.17. Inländische Gründungshotspots auf Bezirksebene.....	51
3.18. Überblick Startup-Szene INTERNATIONAL .....	53
3.19. Startup-Ökosysteme .....	54
3.20. Startup MitbewerberInnen.....	62
3.21. Startup-Wettbewerbe.....	83
3.22. IST-Situation der Stadtgemeinde Wieselburg .....	86
4. Marktforschung.....	90
4.1. Einzelinterviews .....	90
4.2. Fokusgruppen.....	102
5. Trendforschung – Startup-Center Wieselburg .....	128
6. Best-Case-Analyse.....	144
7. SWOT Analyse.....	171
8. Konzeptrouten .....	180
8.1. Familienfreundliche Gründung.....	180

8.2.	Nachhaltigkeit im Fokus .....	182
8.3.	Hippes & futuristisches Center .....	183
8.4.	Offenes Center für eine starke Community .....	185
8.5.	Handwerker & Logistik .....	186
9.	Finale Konzeptroute .....	187
9.1.	Marktsegmentierung und Zielgruppenanalyse .....	187
10.	Positionierung .....	193
10.1.	Ziele der Organisation .....	193
10.2.	Alleinstellungsmerkmal .....	194
10.3.	Leitbild .....	194
10.4.	Werte .....	196
10.5.	Corporate Identity .....	197
10.6.	Positioning-Map .....	198
11.	Abstestung Konzept .....	202
12.	Marketing Mix .....	211
12.1.	Product .....	211
12.2.	Förderkriterien .....	213
12.3.	Place .....	217
12.4.	People .....	220
12.5.	Physical Environment .....	225
12.6.	Promotion: .....	227
13.	Zusammenfassung .....	249
14.	Abbildungsverzeichnis .....	259
15.	Tabellenverzeichnis .....	261

## 1. Auftrag

Am 26.09.2020 wurde das Projektteam ECOsystem mit der Erstellung eines realisierbaren Konzeptes für eine Startup-Organisation in Wieselburg beauftragt.

Unser ausgearbeitetes Konzept soll eine positive Entwicklung sowie ein nachhaltiges Wachstum der Startup-Szene in Wieselburg anstoßen, um die Stadt Wieselburg für junge, innovative UnternehmerInnen noch attraktiver zu machen. Mit der Erteilung unseres Projektauftrages und dem Kickoff im September 2020 wurde erstmalig auch die Zusammenarbeit zwischen der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg und der Stadtgemeinde Wieselburg eingeläutet.

## 2. Team

Unser Team besteht aus sieben Personen aus sieben unterschiedlichen Regionen. Da wir alle in unterschiedlichen Phasen unseres Lebens stecken, können wir auf einen breitgefächerten Erfahrungsschatz zugreifen. Mit über 100 Jahren Berufserfahrung aus unterschiedlichen Branchen vereinen wir umfassende Fähigkeiten, Talente und Kompetenzen. Durch diesen optimalen Mix ist es uns möglich, eine Vielzahl an Lösungsmöglichkeiten zu kreieren, um unseren Projektauftrag gemeinsam erfolgreich zu meistern.



Abbildung 2: Projektteam ECOsystem, Foto von links nach rechts: Cornelia Pöchhacker, Ingrid Steindl, Daniel Denkmaier, Katja Gruber, Christine Kurz, Mitte: Andreas Gewolf, Thomas Karner; eigene Darstellung

### 3. Umfeldanalyse

Die Inhalte in der folgenden Arbeit wurden mittels Sekundärforschung, Desk Research<sup>1</sup> gewissenhaft recherchiert.

Zu Beginn des Projektes wurde mit der Umfeldanalyse begonnen. Hierbei ging es darum, alle Rahmenbedingungen, Einflüsse und äußeren Faktoren zu sammeln, die auf das Projekt wirken können. Die Umfeldanalyse soll eine Antwort auf die Frage geben, welche Chancen und Risiken für die zukünftige Entwicklung des Projektes bestehen und zu berücksichtigen sind.

Im Zuge der Umfeldanalyse war es besonders wichtig einen genauen Überblick über die Startup Szene regional, national und international zu erhalten und die Global Player der Startup-Szene zu identifizieren. Wie zu erwarten führt hier auch kein Weg am Silicon Valley vorbei. Ausschlaggebend für diesen Erfolg ist vor allem die enge Verknüpfung von Wirtschaft und Wissenschaft.

Des Weiteren wurde die Ist-Situation in Wieselburg unter die Lupe genommen. Hier war es wichtig alle relevanten und wichtigen Daten und Fakten zur Stadtgemeinde zu recherchieren, welche für das Projekt von großer Bedeutung sind. Wichtig war hier, welche Unternehmen und Betriebe bereits angesiedelt sind.

Ein wichtiger Bestandteil der Umfeldanalyse war zudem, die potenziellen StakeholderInnen und deren Interessen zu eruieren, aber auch wie deren Interessen positiv für das Projekt verwendet werden können.

Im Kapitel „Finanzierung“ wurden die verschiedenen Formen der Finanzierung von Unternehmen recherchiert. Im Speziellen, welche Möglichkeiten es hier gibt und wie die Nutzung dieser in Österreich aussieht. Eine sehr beliebte Finanzierungsart von Startups stellt die Inanspruchnahme von Risikokapital dar. In Österreich ist jedes zweite Startup mit Risikokapital (Business Angels, Venture-Capital, Crowd Funding, u.ä.) finanziert.

Bei den Startup-MitbewerberInnen haben wir nicht nur regional recherchiert, sondern auch landes- und bundesweit. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt gibt es sowohl auf regionaler als auch auf bundesweiter Ebene zahlreiche Initiativen rund um das Thema Startup und Unternehmensgründung. Speziell im näheren Umkreis von Wieselburg gibt es mit

---

<sup>1</sup> Smart News Fachverlag GmbH, 2020. Desk-Research. Abgerufen am 07.10.2020 um 19:17 Uhr. Online unter: <https://www.marktforschung.de/wiki-lexikon/marktforschung/Desk-Research/>

dem Beta-Campus in Waidhofen an der Ybbs und dem Quartier A mit der Initiative MarkerSpace[A] eine schnell wachsende Konkurrenz. Umso wichtiger ist es für die neue Startup Organisation in Wieselburg, sich von dieser eindeutig zu differenzieren und so abzuheben.

### 3.1. Definition Startup

Um ein klares und gemeinsames Verständnis für den Projektauftrag zu erhalten, wurde zu allererst zu Grundbegriffen wie "Startup" recherchiert.

#### **Ziel**

Ziel war es, den Begriff "Startup" zu definieren.

#### **Ergebnisse**

Der Begriff „Startup“ geht auf das Englische „to start up“, zu Deutsch „etwas in den Gang setzen“, zurück.<sup>2</sup> Hierbei handelt es sich um ein junges, noch nicht etabliertes Unternehmen. Jedoch wird nicht jedes junge Unternehmen als Startup bezeichnet. Die wichtigste Eigenschaft eines Startups ist eine innovative Geschäftsidee und ein hohes Wachstumspotential. Häufig sind diese Unternehmen auch in einer sehr frühen Phase auf Fremdkapital und dementsprechende Finanzierungsmöglichkeiten angewiesen.<sup>3</sup> Hierzu zählen beispielsweise Venture-Capital, Business Angels, Crowdfunding, die Inanspruchnahme von Förderprogrammen- und -Mitteln, sowie Kapital von Freunden und Familie.<sup>4</sup>

AWS (austria wirtschaftsservice) definiert ein Startup als ein Unternehmen mit innovativer Geschäftsidee, welches die Vorgaben für ein kleines Unternehmen nach EU-Definition (max. 50 MitarbeiterInnen und Jahresbilanzsumme oder Jahresumsatz weniger als 10 Mio. Euro) einhält und dessen Gründung maximal fünf Jahre zurückliegt bzw. Unternehmen, dessen erster kommerzieller Verkauf nicht länger als sieben Jahre zurückliegt.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> GRÜNDERSZENE LEXIKON, 2019. Startup – Begriff. Was ist ein Startup? Abgerufen am 04.10.2020 um 20:25 Uhr. Online unter: <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/startup>

<sup>3</sup> ACHLETINER, Ann-Kristin Dr. Dr. Prof., 2018. Start-up Unternehmen. Abgerufen am 06.10.2020 um 17:40 Uhr. Online unter: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/start-unternehmen-42136/version-265490>

<sup>4</sup> GRÜNDERSZENE LEXIKON, 2019. Startup – Begriff. Was ist ein Startup? Abgerufen am 04.10.2020 um 20:25 Uhr. Online unter: <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/startup>

<sup>5</sup> AWS AUSTRIA WIRTSCHAFTSSERVICE, o.J. Definition Start-up. Abgerufen am 04.10.2020 i, 21:00 Uhr. Online unter: [https://www.aws.at/fileadmin/user\\_upload/Downloads/ergaenzende\\_Information/Definition\\_Start-up.pdf](https://www.aws.at/fileadmin/user_upload/Downloads/ergaenzende_Information/Definition_Start-up.pdf), S. 1 f.

Die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG definiert ein Startup als innovatives Unternehmen, dessen Gründung maximal fünf Jahre zurückliegt und den Definitionen betreffend KMU laut Empfehlung der Kommission (veröffentlicht am 20. Mai 2003) entspricht. Das Unternehmen muss neu sein. Eine Gründung an einem neuen Standort oder Zusammenschlüsse von bestehenden Unternehmen zählen nicht als neu.<sup>6</sup>

Der Austrian Startup Monitor definiert ein Startup als junges Unternehmen (d.h. jünger als 10 Jahre), welches in seinen Technologien, Geschäftsmodellen, Dienstleistungen oder Produkten innovativ ist und ein signifikantes MitarbeiterInnen- oder Umsatzwachstum aufweist.<sup>7</sup>

### **Fazit**

Eine universell gültige Definition für Startups liegt somit nicht vor. Verschiedene Förderprogramme definieren die Kriterien für Startups unterschiedlich. Die Begriffe der Innovation, ein hohes Wachstumspotential, die Neuartigkeit, die Unternehmensgröße, der Gewinn und die Bilanzsumme, sowie der Zeitpunkt der Gründung zählen zu den wesentlichen Faktoren für Förderprogramme.

### **Phasen eines Startups**

Im Zuge der Recherche konnte identifiziert werden, dass der Aufbau eines Startups in drei bis sechs Phasen beschrieben wird. Am Beginn eines jeden Startups oder der sogenannten **Pre-Seed Phase** steht die Findung einer innovativen Geschäftsidee, sowie die mögliche Umsetzung dieser. In der sogenannten **Seed-Phase** werden die Vorarbeiten zur Unternehmensgründung erledigt. Dies inkludiert die Erstellung von Markt- und Umfeldanalysen, Ermittlung des Kapitalbedarfes und dessen Finanzierung, die Herstellung eines Produkt-Prototyps, sowie Erstellung des Businessplans. In der **Startup- bzw. Gründungsphase** findet die Unternehmensgründung statt. Das marktreife Produkt wird nun fertiggestellt und das Rollout findet anschließend statt. In dieser Phase stehen die Gestaltung der Vertriebs- und Produktionsmöglichkeiten, sowie die Umsetzung des

---

<sup>6</sup> FFG- DIE ÖSTERREICHISCHE FORSCHUNGSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT, 2005-2020. Abgerufen am 06.10.2020 um 18:00 Uhr. Online unter: <https://www.ffg.at/programm/startup>

<sup>7</sup> AUSTRIAN STARTUP MONITOR, 2019. Austrian Startup Monitor 2019. Abgerufen am 06.10.2020 um 17:10 Uhr. Online unter: <https://austrianstartupmonitor.at/wp-content/uploads/2020/04/Austrian-Startup-Monitor-2019-compressed.pdf>, S. 4

Marketingplans im Vordergrund. In der **Aufbauphase** steht die Marktdurchdringung im Vordergrund. Diese Phase geht in etwa bis zum dritten Jahr. In der **Wachstumsphase bzw. der Expansions-Phase** sollte sich das Geschäftsmodell erfolgreich am Markt etabliert haben. Nun soll eine Expansionsstrategie festgelegt werden. Hierzu zählen beispielsweise die Weiterentwicklung der Produkte bzw. der Dienstleistung oder die Erweiterung des Vertriebssystems. Diese Phase dauert vom dritten bis zum sechsten Jahr. Im sechsten Jahr beginnt die **Reifephase**. Das Startup beginnt nun nachhaltig zu wachsen, sich an Zukunftsmärkten zu orientieren und arbeitet an seiner Unternehmenskultur.<sup>8</sup> Die Phasen eines Startups werden wie oben beschrieben von unterschiedlichen Quellen divers definiert, einen Überblick bietet Tabelle 1.

Tabelle 1: Vergleich Definition Startup Phasen<sup>9</sup>

Definition nach	Phasen					
WKO <sup>8</sup>	Seed-Phase	Startup Phase (Gründung)	Early Stage (Markteinführung)	Expansion (Wachstum)		
Austrian Startup Monitor <sup>10</sup>	Pre-Seed oder Seed Phase	Startup Phase		Growth Phase	Later Stage	Steady Phase
Gründerlexikon <sup>11</sup>	Seed Phase	Startup Phase	Emerging growth	Expansion		
Wesentliche Merkmale	Entwicklung Idee Konzeptentwicklung Erstellung Businessplan	Unternehmensgründung Marktreifes Produkt	Markteintritt- und durchdringung	Expansionsstrategie festlegen, Weiterentwicklung, Erweiterung, Internationalisierung	Startup ist am Markt etabliert	Unternehmensentwicklung stagniert, kein wesentliches Wachstum mehr
Überschneidungen		Gestaltung Vertriebs- und Produktionsmöglichkeiten, Imageaufbau, Umsetzung Marketingplan				
			Erweiterung Vertriebssystem			
						

<sup>8</sup> GRÜNDERSZENE LEXIKON, 2019. Startup – Begriff. Was ist ein Startup? Abgerufen am 04.10. 16:00 Uhr. Online unter <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/startup>

<sup>9</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 23:50 Uhr. Online [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf) unter S. 13

## **Fazit**

Eine universell gültige Definition für Startups liegt somit nicht vor. Verschiedene Förderprogramme definieren die Kriterien für Startups unterschiedlich. Die Begriffe der Innovation, ein hohes Wachstumspotential, die Neuartigkeit, die Unternehmensgröße, der Gewinn und die Bilanzsumme, sowie der Zeitpunkt der Gründung zählen zu den wesentlichen Faktoren für Förderprogramme.

## **3.2. Ist-Situation Unternehmensneugründungen in Österreich**

Das nachfolgende Kapitel beschreibt die aktuelle Situation der Unternehmensneugründungen in Österreich und gibt einen Überblick über diese.

### **Ziel**

Ziel ist es, die aktuelle Situation von Unternehmensgründungen in Österreich zu erheben.

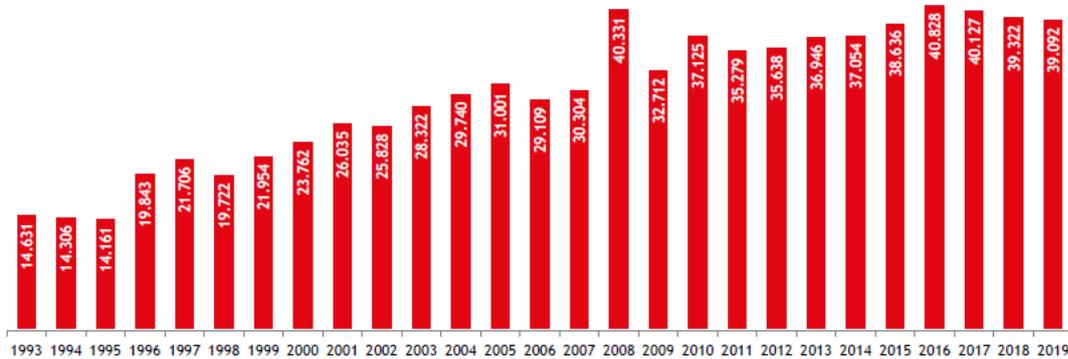
### **Ergebnisse**

39.092 Unternehmen wurden in Österreich 2019 neu gegründet (im Vergleich zum Vorjahr -0,6 %; seit 2017 ist ein leichter Rückgang zu verzeichnen).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter: <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 12

## Unternehmensneugründungen in Österreich 1993 - 2019



Bruch in der Zeitreihe aufgrund geänderter rechtlicher Lage: Die Tätigkeit der selbständigen Personenbetreuung wurde im Jahr 2007 ausdrücklich in der Gewerbeordnung geregelt, dies führte zu einem sprunghaften Anstieg der Mitglieder- und Gründungszahlen im Jahr 2008.  
Quelle: WKO



Abbildung 3: Unternehmensneugründungen in Österreich 1993-2019<sup>11</sup>

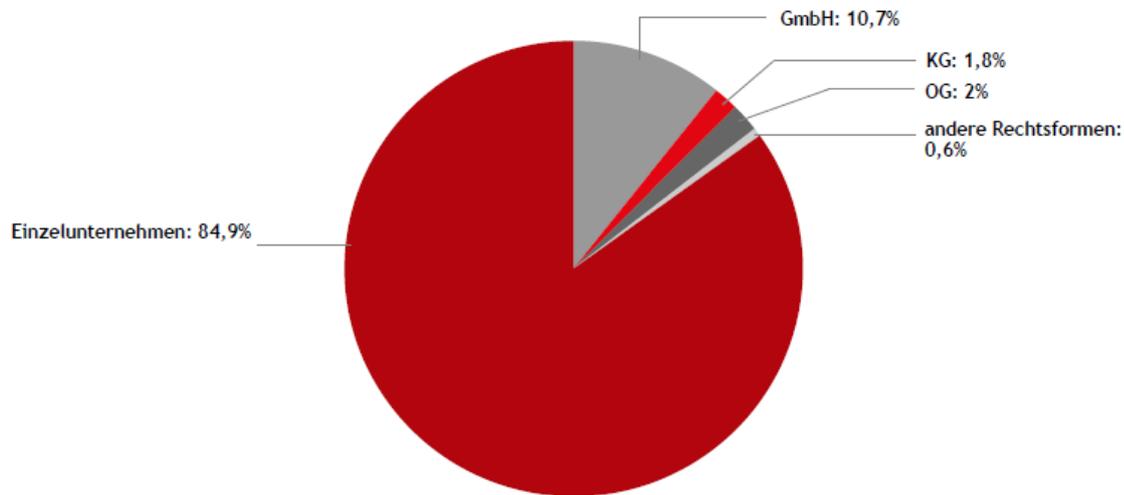
Der Großteil (2019: 79,8 %) der gewählten Rechtsformen bei Unternehmensneugründungen entfällt auf nicht eingetragene Einzelunternehmen (2019: 5,1 % e.U.). Am zweiten Platz liegt die GmbH mit 10,7 % (ab 1.7.13 inkl. GmbH neu) und an dritter Stelle mit 3,8 % sind KG und OG – siehe Abbildung 4.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 17

<sup>12</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 13

## Unternehmensneugründungen 2019 nach Rechtsformen

Anteile in %



Quelle: WKO



Abbildung 4: Unternehmensneugründungen 2019 nach Rechtsformen<sup>13</sup>

2019 fand die Hälfte der Gründungen in der Sparte „Gewerbe und Handwerk“ (ohne selbstständige Personenbetreuung: 39 %) statt, 22 % gründeten im „Handel“ sowie 16 % in der Sparte „Information und Consulting“ (siehe Abbildung 5).<sup>14</sup> 2019 fallen 77,2 % der Neugründungen in die Tabelle 2 angeführten 20 Fachgruppen.<sup>15</sup>

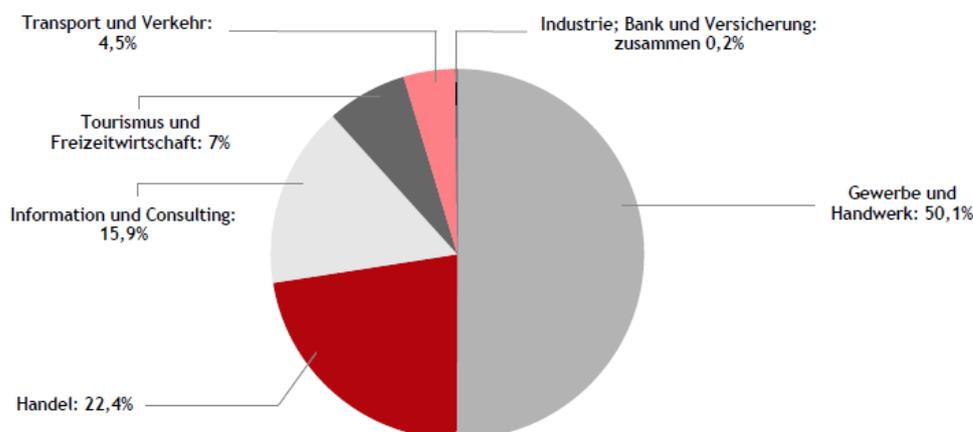
<sup>13</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter: <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 21

<sup>14</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter: <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 14

<sup>15</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter: <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 14

## Unternehmensneugründungen 2019 nach Sparten

Anteile in %



Quelle: WKO



Abbildung 5: Unternehmensneugründungen 2019 nach Sparten<sup>16</sup>

Tabelle 2: Unternehmensneugründungen 2019 nach Fachgruppen<sup>17</sup>:

	Anzahl	Anteil in %
Personenberatung und Personenbetreuung	7.378	18,9
Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie	2.626	6,7
Direktvertrieb	2.302	5,9
Versand-, Internet- und allgemeiner Handel	2.110	5,4
Werbung und Marktkommunikation	2.053	5,3
Persönliche Dienstleister	1.919	4,9
Gewerbliche Dienstleister	1.368	3,5
Fußpfleger, Kosmetiker und Masseure	1.265	3,2
Chemische Gewerbe und Denkmal-, Fassaden- und Gebäudereiniger	1.112	2,8
Gastronomie	1.076	2,8
Freizeit- und Sportbetriebe	1.061	2,7
Güterbeförderungsgewerbe	951	2,4
Berufsfotografen	820	2,1
Kunsthandwerke	733	1,9
Bau	715	1,8
Lebensmittelhandel	637	1,6
Versicherungsagenten	562	1,4
Handel mit Mode und Freizeitartikeln	553	1,4
Fahrzeughandel	480	1,2
Elektro-, Gebäude-, Alarm- und Kommunikationstechniker	458	1,2
<b>TOP 20-Branchen zusammen</b>	<b>30.179</b>	<b>77,2</b>

<sup>16</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter: <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 22

<sup>17</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter: <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 14

Das Durchschnittsalter von GründerInnen liegt bei 39 Jahren. Wobei es prozentuell zwischen den Altersklassen von 20 und 50 Jahren relativ homogen verteilt ist (siehe Tabelle 3).<sup>18</sup>

Tabelle 3: Altersklassen von NeugründerInnen (EinzelunternehmerInnen)<sup>19</sup>

Altersgruppe	1993-2019	2019	2019
	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %
unter 20 Jahre	1,3	508	1,5
20 bis unter 30 Jahre	24,4	8.021	24,2
30 bis unter 40 Jahre	32,8	9.587	28,9
40 bis unter 50 Jahre	25,6	7.570	22,8
50 bis unter 60 Jahre	12,8	5.623	16,9
über 60 Jahre	3,1	1.892	5,7

### Fazit

39.092 Unternehmen wurden in Österreich 2019 neu gegründet (im Vergleich zum Vorjahr -0,6 %; seit 2017 ist ein leichter Rückgang zu verzeichnen).<sup>20</sup> Der Großteil (2019: 79,8 %) der Rechtsformen betrifft dabei nicht eingetragene Einzelunternehmen (2019: 5,1 % e.U.). Am zweiten Platz liegt die GmbH mit 10,7 % (ab 1.7.13 inkl. GmbH neu) und an dritter Stelle mit 3,8 % folgen die KG und die OG.<sup>21</sup>

2019 entfiel die Hälfte der Gründungen auf die Sparte „Gewerbe und Handwerk“ (ohne selbstständige Personenbetreuung: 39 %), 22 % gründeten im „Handel“ sowie 16 % in der Sparte „Information und Consulting“.<sup>22</sup>

Das Durchschnittsalter von GründerInnen lag 2019 bei 39 Jahren.

<sup>18</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 16

<sup>19</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 16

<sup>20</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 12

<sup>21</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 13

<sup>22</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993 – 2019, Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter <http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf>, S. 14

### 3.3. Motive der Gründung eines Startup Unternehmens

In diesem Kapitel wurden Beweggründe von Startup-UnternehmerInnen erhoben, um weitere Schlussfolgerungen daraus zu ziehen.

#### **Ziel**

Ziel war es, die wichtigsten Motive von österreichischen GründerInnen zu erfahren, die sie zu einer Gründung bewegen.

#### **Ergebnisse**

Das zentrale Motiv, um ein Startup zu gründen, ist für beinahe alle TeilnehmerInnen (91 %), die Möglichkeit, eine eigene Idee zu verwirklichen bzw. ein Problem lösen zu können.<sup>23</sup> Österreichische Startup-GründerInnen können demnach Großteils als „opportunity driven entrepreneurs“ charakterisiert werden. Auch eine positive Einschätzung der Marktchancen spielt eine Rolle und wurde von 56 % als bedeutender Auslöser angegeben. Eine sehr starke Triebfeder (51 %) ist typischerweise auch der Wunsch nach beruflicher Autonomie und danach, ihre/sein eigene/r Chef/in zu sein.

Mit einigem Abstand folgen finanzielle Interessen. Nur für etwas mehr als ein Drittel (38 %) ist finanzieller Erfolg ein grundlegender Motivationsfaktor. Interessant ist ferner, dass nur 4 % aus Notwendigkeit gründeten, weil sie keinen passenden Job fanden und diesen lieber selbst schufen. Der Wunsch, mit dem Startup eine Familientradition fortzusetzen, war nur für 1 % der befragten GründerInnen relevant.<sup>24</sup>

Dargestellt sind die eben genannten Motive in Abbildung 6.

---

<sup>23</sup> FFG- DIE ÖSTERREICHISCHE FORSCHUNGSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT, 2005-2020. Abgerufen am 11.02.2021 um 16:04 Uhr. Online unter: [https://www.ffg.at/sites/default/files/allgemeine\\_downloads/ffgallgemein/publikationen/austrian\\_startupmonitor\\_2018.pdf](https://www.ffg.at/sites/default/files/allgemeine_downloads/ffgallgemein/publikationen/austrian_startupmonitor_2018.pdf), Seite 16-18

<sup>24</sup> FFG- DIE ÖSTERREICHISCHE FORSCHUNGSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT, 2005-2020. Abgerufen am 07.10.2021 um 19:17 Uhr. Online unter: [https://www.ffg.at/sites/default/files/allgemeine\\_downloads/ffg%20allgemein/publikationen/austrian\\_startupmonitor\\_2018.pdf](https://www.ffg.at/sites/default/files/allgemeine_downloads/ffg%20allgemein/publikationen/austrian_startupmonitor_2018.pdf), Seite 38-39

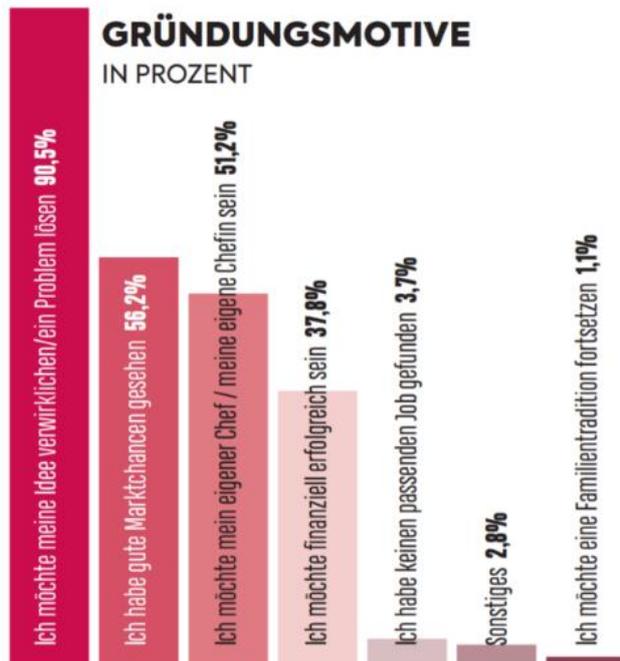


Abbildung 6: Gründungsmotiven nach Prozent<sup>25</sup>

### Fazit

Das größte Motiv für Österreichs Startup-GründerInnen ist, die Möglichkeit ihre eigenen Ideen zu verwirklichen. Auch der Wunsch nach beruflicher Autonomie ist eine starke Triebfeder. Ein weiterer grundlegender Motivationsfaktor ist der finanzielle Erfolg, jedoch folgt dieser mit großem Abstand zu den beiden oben genannten Motiven.

### 3.4. Relevante Hindernisse bei Gründungen

Das nachfolgende Kapitel beinhaltet die möglichen Hindernisse bei der Gründung eines Startups.

#### Ziel

Ziel war es, die wichtigsten Hindernisse für eine Unternehmensgründung zu erheben.

<sup>25</sup>FFG- DIE ÖSTERREICHISCHE FORSCHUNGSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT, 2005-2020. Abgerufen am 07.10.2020 um 19:17 Uhr. Online unter: [https://www.ffg.at/sites/default/files/allgemeine\\_downloads/ffg%20allgemein/publikationen/austrian\\_startupmonitor\\_2018.pdf](https://www.ffg.at/sites/default/files/allgemeine_downloads/ffg%20allgemein/publikationen/austrian_startupmonitor_2018.pdf), Seite 38-39

## **Ergebnisse**

Hürden und Hindernisse liegen vor allem in der Bürokratie und der finanziellen Belastung bei Gründungen. Die häufigsten Gründe lt. KMU Forschung Austria und dem Franchise-PORTAL sind die nachfolgenden:

- **Unter-Finanzierung<sup>26</sup>**

Förderungen gibt es zwar ausreichend, jedoch ist es nicht immer einfach herauszufinden, welche Förderung die sinnvollste für das Vorhaben ist (Förderrichtlinien, Antragstellung, u.a.).<sup>27</sup> Viele GründerInnen möchten sich nicht überschulden und nehmen zu geringe Kredite auf. Dabei vergessen viele, dass die Startup-Phase mitunter mehrere Monate dauern kann, bis zum Erreichen des Break-even-points. Gerade in dieser Zeit fallen nicht nur Start-Investitionen an, auch müssen Gehälter ausbezahlt werden. Weiters können bei Unterfinanzierung die erforderlichen Finanzmittel bei einer notwendigen Expansion nicht aufgebracht werden.

- **Finanzierungshindernisse/Eigenkapitalfinanzierung, Business Angels, Venture**

- **Kapital, Fremdkapitalfinanzierung, Crowdfunding**

Gründungen scheitern in Österreich häufig daran, InvestorInnen zu finden. Neben der Fehleinschätzung beim Kapitalbedarf können zum Beispiel teure Zinsen von Anfang an zur Belastung werden, wohingegen tilgungsfreie Zeiten am Anfang zu hohen Kosten in späteren Jahren führen.

- **Lückenhafte Fach- und Branchenkenntnisse**

Es fehlt an fundiertem Branchen-Know-How und Kenntnissen über Tücken und Fallstricke des Marktes.<sup>28</sup>

- **Mangelnde Rechtskenntnisse**

Mangelnde Rechtskenntnisse führen beispielsweise zu einer falschen Wahl der Gesellschaftsform. Weitere Hindernisse sind die Dauer der GmbH-Gründung, oder Formerfordernisse in der Gründungs- und Anschlussphase (Notariatsakt, Beglaubigung, Beurkundung...), Bewilligungen für die Gründung, Gewerbeordnung,

---

<sup>26</sup> KMU Forschung Austria, 2017. Analyse der Rahmenbedingungen, Hemmnisse und Hindernisse für innovative Unternehmensgründungen in Österreich. Veröffentlicht im November 2017. Online unter: [https://www.rat-fte.at/files/rat-fte-pdf/publikationen/2017/1803\\_Rahmenbedingungen%20Innovative%20Gruendungen.pdf](https://www.rat-fte.at/files/rat-fte-pdf/publikationen/2017/1803_Rahmenbedingungen%20Innovative%20Gruendungen.pdf)

<sup>28</sup> FranchisePortal GmbH, 2017. Hürden und Hindernisse bei der Unternehmensgründung. Veröffentlicht am 14.11.2017. Online unter: <https://www.franchiseportal.at/ratgeber/huerden-und-hindernisse-bei-der-unternehmensgruendung-a-30285>

Eintrag ins Firmenbuch (Dauer, Notar, Firmenbuchgericht...), Urheberrechtsverletzungen, notwendige Genehmigungen, sowie Patentverletzungen, Höhe und Fälligkeit der Steuern oder keine ausreichende Versicherung bzw. rechtliche Absicherungen. Laut ExpertInnen-Meinung werden durch die bestehende Bürokratie viele innovative Gründungsprojekte gar nicht umgesetzt. Weiters führen die derzeitigen rechtlichen Rahmenbedingungen zum Schutz der Marktmacht etablierter Unternehmen vor innovativen MitbewerberInnen.

- **Kulturelle Einflussfaktoren**

Österreich hat keine (ausgeprägte) Kultur des Scheiterns. Dies schreckt vor einer schnellen Gründung ab, da bei potenziellen GründerInnen das Risiko und das damit verbundene soziale Stigmata im Falle des Scheiterns als zu groß erscheint.

- **Fehlendes kaufmännisches Know-How**

UnternehmerInnen müssen den Überblick über Finanzen und Steuern behalten. Daher müssen auch Bilanzen gelesen und verstanden werden.

- **Falsche Preiskalkulation**

- **Unklare Zielgruppe, diffuser Kundennutzen**

Oft wurde die Zielgruppe nicht klar genug identifiziert oder mit der Geschäftsidee nicht der Wunsch des Kunden getroffen. Weiters wird der Kundennutzen nicht klar genug kommuniziert oder der USP ist verwaschen.

- **Falsche Zeitkalkulation und unrealistische Kapazitäts-Einschätzungen**

Gut ein Drittel der Arbeitszeit nehmen unbezahlte Arbeiten wie Akquise, Kontaktpflege oder Werbemaßnahmen ein. Auch müssen administrative Tätigkeiten, wie Einkauf, Planung, Buchhaltung oder Rechnungsstellungen erledigt werden. Dies muss ebenso in den Verkaufspreisen oder kalkulierten Jahresumsätzen Berücksichtigung finden.

### 3.5. Gründe, warum Startups scheitern

Das nachfolgende Kapitel beschäftigt sich mit den Gründen, warum Startup-Unternehmen scheitern können.

#### **Ziel**

Ziel war es, die bedeutendsten und häufigsten Gründe zu eruieren, warum Startup-Unternehmen scheitern können.

## **Ergebnisse**

Die Ergebnisse werden wie folgt zusammengefasst:<sup>29</sup>

- **Fehlende Marktnachfrage**

Scheitern am Marktpotential – das Produkt ist völlig am Markt vorbeigeplant, teilweise war der Markt noch nicht reif oder es wurden Features entwickelt, die aus Sicht der Zielgruppe nicht benötigt und daher auch nicht nachgefragt wurden.

- **Unzureichende Finanzmittel**

In der Wachstumsphase fehlt die Anschlussfinanzierung.

- **Das falsche Team**

Die Zusammenarbeit innerhalb des Teams funktioniert nicht oder die Kompetenzen des Teams sind für die Geschäftsidee nicht ausreichend.

- **Starke Konkurrenz**

- **Preisgestaltung und Kosten**

Die Kosten sollen gedeckt werden. Die KundInnen jedoch sollen nicht durch einen hohen Preis abgeschreckt werden.

- **Schlechtes Kernprodukt**

- **Fehlen eines erfolgreichen Geschäftsmodelles**

- **Falsches Innovationsmarketing**

- **Ignorieren der Kundenbedürfnisse**

## **3.6. Finanzierung erheben**

Das nachfolgende Kapitel beschäftigt sich mit den verschiedenen Formen der Finanzierung von Unternehmen. Im Speziellen wird erläutert, welche Finanzierungs-Möglichkeiten es gibt und wie die Nutzung dieser in Österreich aussieht. Zusätzlich wurden Business Angel-Netzwerke sowie Kostenstrukturen von Unternehmen analysiert.

### **Ziel**

Ziel war es, die möglichen Finanzierungsmöglichkeiten von Startups zu erheben.

---

<sup>29</sup> Lead Innovation Management GmbH, 2020. Lead Innovation Blog. Abgerufen am 30.09.2020 um 10:30 Uhr. Online unter: <https://www.lead-innovation.com/blog/gr%C3%BCnde-startups-scheitern>

## **Ergebnisse**

Die Gründung und der Aufbau eines Unternehmens sind mit zahlreichen Kosten verbunden. Für die Entwicklung von Produkten, die Erstellung von Prototypen, sowie für diverse Marketingmaßnahmen ist ein hohes Maß an finanziellen Mitteln notwendig. Zumeist verfügen Startups über wenig Eigenkapital und sind in einer sehr frühen Phase auf Fremdkapital angewiesen. Eigene Ersparnisse reichen oftmals nicht aus und aufbringbare finanzielle Mittel aus dem Familien- und Freundeskreis sind zumeist begrenzt. Ohne ausreichend Kapital drohen Startup-Unternehmen zu scheitern. Kreditinstitute sind mit der Vergabe von Krediten an junge innovative Unternehmen sehr zurückhaltend, da diese nicht über ausreichend Sicherheiten verfügen. Im Falle eines Misserfolges kann die Bank ihren Einsatz verlieren und auf keine Mittel zugreifen. Da ein Bankkredit somit in den meisten Fällen nicht in Frage kommt, stellt Beteiligungskapital zumeist die einzige Möglichkeit für die Beschaffung von Fremdkapital dar. Das Beteiligungskapital, auch Wagniskapital oder Risikokapital genannt, kann von unterschiedlichen Quellen wie Privatpersonen, spezifischen privaten und öffentlichen Institutionen, sowie von Unternehmen bereitgestellt werden.<sup>30</sup> In Österreich ist jedes zweite Startup mit Risikokapital finanziert.<sup>31</sup>

## **Fazit**

Das Grundkapital ist für den Erfolg eines Startups entscheidend.

### **3.7. Finanzierungsquellen österreichischer Startups**

Abbildung 7 zeigt die Bedeutung unterschiedlicher Finanzierungsmöglichkeiten österreichischer Startups. 69 % der österreichischen Startups wurden unter anderem durch Ersparnisse der GründerInnen finanziert, 48 % der Startups nahmen nationale öffentliche Förderungen in Anspruch, 27 % erhielten Unterstützung durch einen Business Angel, 23 % finanzierten sich mit ihrem Cash Flow, 19 % mit Bankkrediten, 19 % erhielten finanzielle Unterstützung durch Familie und Freunde, 16 % nahmen EU-Fördergelder in Anspruch,

---

<sup>30</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 23:40 Uhr. Online unter [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf) S.7

<sup>31</sup> AUSTRIAN STARTUP MONITOR, 2020. Austrian Startup Monitor 2019. Abgerufen am 06.10.2020 um 21:10 Uhr. Online unter <https://austrianstartupmonitor.at/wp-content/uploads/2020/04/Austrian-Startup-Monitor-2019-compressed.pdf> S. 84

15 % finanzielle Unterstützung durch Inkubatoren, Akzeleratoren und „Company Builder“, 14 %: Venture Capital, 8 %: Crowd Funding.<sup>32</sup>

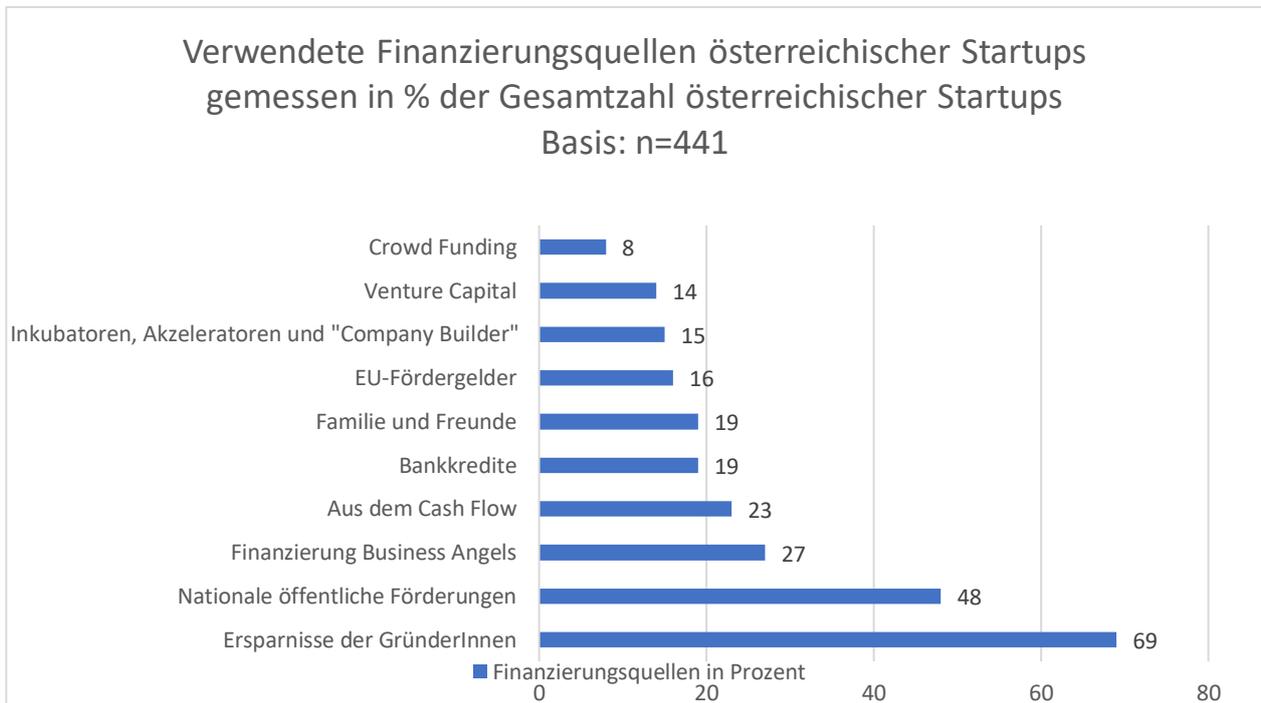


Abbildung 7: Finanzierungsquellen österreichischer Startups – eigene Abbildung<sup>33</sup>

### 3.8. Arten von Beteiligungskapital

Das nachfolgende Kapitel beschreibt die verschiedenen Arten von Beteiligungskapital.

#### 3.8.1. Business Angels

Business Angels stellen neben anderen Möglichkeiten eine lukrative Quelle für Fremdkapital dar. Als Business Angel wird eine vermögende Privatperson verstanden, welche ihr Eigenkapital, Netzwerk, Wissen, Zeit oder andere Kompetenzen in junge Unternehmen investiert, um einen Gewinn daraus zu ziehen. Business Angels nehmen durch ihre Investitionen an Chancen und Risiken der Unternehmen teil.<sup>34</sup> Sie besitzen bereits langjährige Erfahrung im Geschäftsleben und sind oft persönlich motiviert am Aufbau eines

<sup>32</sup> AUSTRIAN STARTUP MONITOR, 2020. Austrian Startup Monitor 2019. Veröffentlicht im Jänner 2020. Abgerufen am 06.10.2020 um 18:40 Uhr. Online unter <https://austrianstartupmonitor.at/wp-content/uploads/2020/04/Austrian-Startup-Monitor-2019-compressed.pdf> S. 83

<sup>33</sup> AUSTRIAN STARTUP MONITOR, 2020. Austrian Startup Monitor 2019. Veröffentlicht im Jänner 2020. Abgerufen am 06.10.2020 um 18:40 Uhr. Online unter <https://austrianstartupmonitor.at/wp-content/uploads/2020/04/Austrian-Startup-Monitor-2019-compressed.pdf>, S. 83

<sup>34</sup> ACHLEITNER Ann-Kristin Dr. Dr. Prof. Business Angels. Abgerufen am 06.10.2020 um 20:10 Uhr. Online unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/business-angels-27156/version-250819>

Startups mitzuwirken. JungunternehmerInnen können durch sie wertvolle Management-Erfahrungen und ein Netzwerk an Business-Kontakten in ihr Unternehmen einbringen. Sie eignen sich ideal als AnsprechpartnerInnen in frühen Phasen und investieren im Durchschnitt 50.000 bis 250.000 Euro in der ersten Finanzierungsrunde. In Österreich liegt die typische Investmenthöhe bei 100.000 bis 150.000 Euro. Im Gegensatz zu institutionellen InvestorInnen sind sie in ihrer Gestaltung der Beteiligung unabhängig und frei. Business Angels agieren zumeist als Coaches, unterstützen und fördern das Unternehmer-Team. Sie halten etwa fünf bis sieben aktive Investments, wobei die Beteiligungsdauer pro Investment bei etwa fünf Jahren liegt. Zu Business Angels können JungunternehmerInnen über Plattformen wie [aiaa.at](http://aiaa.at), [business-angels.at](http://business-angels.at) und Ähnlichen recherchieren und direkt Kontakt aufnehmen. Ebenso kann man durch persönliche Empfehlungen und Veranstaltungen mit Business Angels in Kontakt kommen. Hier gibt es beispielhaft den Austrian Business Angel Day, welcher von der aws, dem Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie sowie der Erste Bank unterstützt wird.<sup>35</sup>

### 3.8.2. Venture-Capital

Venture-Capital ist eine weitere Form der Finanzierung. Hier werden Investments in junge Unternehmen unter Verlustrisiko gesteckt. Diese Form stellt keinen Kredit dar, sondern ist eine Art Entwicklungshilfe für die Unternehmen. Eine Venture-Capital-Gesellschaft beschafft das Kapital von Versicherungen, Banken, Pensionsfonds und vermögenden Privatpersonen und legt dieses in einen Venture-Capital-Fond an. Die Gesellschaft betreut und verwaltet diesen Fond. Mit diesem Fond beteiligt sich die Gesellschaft an mehreren Startups. Wenn diese Startups nun in Konkurs gehen, verliert die Gesellschaft ihr Investment. Im Falle eines Börsengangs oder Verkauf der Startups an etablierte Unternehmen, kann die Gesellschaft Gewinn daraus schöpfen. Einen Teil dieser Erträge erhält die Gesellschaft, ein Teil fließt an die Investoren des Venture-Capital-Fonds zurück.<sup>36</sup>

Die Investments können in verschiedenen Entwicklungsphasen der Unternehmen, auch Stages genannt, getätigt werden. Investments in der Seed-Phase, sind am

---

<sup>35</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 23:50 Uhr. Online unter [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf) S. 16 ff.

<sup>36</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 23:50 Uhr. Online unter [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf) S. 20

risikoreichsten.<sup>37</sup> Venture-Capital-Gesellschaften investieren daher zumeist in der Early Stage- oder der Expansions-Phase, um das Risiko eines Verlustes zu verringern. Venture-Capital wird zumeist in einer späteren Phase, als die Finanzierung durch einen Business Angel, verwendet. Um das Risiko noch weiter zu minimieren, sichern sich die Gesellschaften Kontroll- und Mitspracherecht an den Startups zu. Hiermit nehmen sie auch einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung des Unternehmens. Venture-Capital wird auch zunehmend von der öffentlichen Hand bereitgestellt (Corporate Venture Capital).<sup>38</sup>

Venture-Capital-Gesellschaften haben ein großes Interesse am schnellen Wachstum eines Beteiligungsunternehmens. Sie investieren typischerweise 100.000 bis 5 Millionen Euro. Die Beteiligungsdauer liegt bei etwa 3 bis 7 Jahren. Die meisten Gesellschaften sind auf bestimmte Branchen, Technologien oder Geschäftsmodelle spezialisiert.<sup>39</sup>

### 3.8.3. Inkubatoren, Akzeleratoren und Company Builder

Im Gegensatz zu anderen Finanzierungsquellen steht bei Inkubatoren und Akzeleratoren nicht die Bereitstellung von Kapital im Vordergrund, sondern die Unterstützung des Gründungsvorhabens. Inkubatoren und Akzeleratoren sind typischerweise auf eine bestimmte Branche, Technologie, Geschäftsmodell oder einen bestimmten Markt spezialisiert.<sup>40</sup>

**Inkubatoren** sind Institutionen, welche GründerInnen im Rahmen der Vorgründungs- und Gründungsphase Unterstützung, Beratung und Coachings bieten und stellen eine notwendige Infrastruktur wie Räumlichkeiten und Kommunikationstechnologie günstig zur Verfügung. Die GründerInnen bekommen zudem einen Zugang zu Netzwerken und werden mit potentiellen Kapitalgebern wie Business Angels oder Venture-Capital-

---

<sup>37</sup> GRÜNDERSZENE, 2019. Was ist ein Venture-Capital? Abgerufen am 18.10.2020 um 10:51 Uhr. Online unter <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/venture-capital-vc>

<sup>38</sup> ACHLEITNER Ann-Kristin Dr. Dr. Prof., 2018. Venture-Capital-Gesellschaft. Abgerufen am 06.10.2020 um 11:20 Uhr. Online unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/venture-capital-gesellschaft-51333/version-274509>

<sup>39</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 12:10 Uhr. Online unter [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf) S. 19 f.

<sup>40</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 12:10 Uhr. Online unter [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf) S. 24

Gesellschaften verknüpft.<sup>41</sup> Sie bieten eine mittelfristige Unterstützung von einem halben Jahr bis hin zu 5 Jahren.<sup>42</sup>

**Akzeleratoren** stellen Programme innerhalb von Institutionen dar und sind auf die Förderung von Startups in einer sehr frühen Phase spezialisiert. Oftmals können die Startups lediglich eine Geschäftsidee vorweisen. Durch Coaching und Vermittlung von Know-How soll der Wachstumsprozess vorangetrieben werden. Sie unterstützen Startups typischerweise im Speziellen bei der Investoren- und Kundengewinnung, um so schnellstmöglich ein marktreifes Produkt oder eine Dienstleistung entwickeln zu können. Akzeleratoren betreuen in der Regel mehrere Startups parallel über einen festen Zeitraum von mehreren Wochen. Sie bieten daher nur eine kurzzeitige Unterstützung.<sup>43</sup>

**Company Builder** sind Institutionen, welche bei der Gründung eine aktive Rolle einnehmen. Sie sind Teile oder Abteilungen von Investmentunternehmen und gründen die Startups entweder selbst oder beteiligen sich bereits sehr früh an einer bestehenden Geschäftsidee und statten diese mit Management-Erfahrungen und finanziellen Mitteln aus. Ziel ist es, möglichst viele kommerzielle und stark wachsende Startups hervorzubringen. Ihr Branchenfokus liegt vor allem im (High-)Tech Bereich wie z.B. KI, E-Commerce, Mobilität und Finanzdienstleistungen. Sie nehmen eine deutliche größere Rolle bei der Mitgestaltung und Vermarktung der Unternehmen ein als Inkubatoren und Akzeleratoren und sind über alle Wachstumsphasen hinweg intensiv involviert.<sup>44</sup>

#### 3.8.4. Crowdfunding und Crowdinvesting

Beim Crowdfunding wird über Homepages oder spezielle Plattformen zur Spende oder Beteiligung an einem Unternehmen aufgerufen.<sup>45</sup> Die Besonderheit liegt darin, dass nicht durch einige wenige große InvestorInnen Kapital bereitgestellt wird, sondern durch eine Vielzahl an InternetnutzerInnen. Diese Art der Finanzierung eignet sich vor allem für Projekte, welche auf einen **B2C-Markt** zielen. Das Finanzierungsvolumen liegt

---

<sup>41</sup> ACHTLETINER, Ann-Kristin Dr. Prof. Inkubator. Abgerufen am 06.10.2020 um 11:20 Uhr. Online unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/inkubator-37031/version-260475>

<sup>42</sup> HABERSTOCK, Philipp Dr. Prof., 2020. Accelerator. Abgerufen am 06.10.2020 um 11:30 Uhr. Online unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/accelerator-122123/version-373420>

<sup>43</sup> HABERSTOCK, Philipp Dr. Prof., 2020. Accelerator. Veröffentlicht am 11.02.2020. Online unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/accelerator-122123/version-373420>

<sup>44</sup> HABERSTOCK Philipp Dr. Prof., 2020. Company Builder. Abgerufen am 06.10.2020 um 14:30 Uhr. Online unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/company-builder-122119/version-373415>

<sup>45</sup> Bendel Oliver Dr. Prof., 2019. Crowdfunding. Abgerufen am 06.10.2020 um 11:50 Uhr. Online unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/crowdfunding-53556/version-369943>

typischerweise zwischen 25.000 bis 2 Millionen Euro. Das Mitspracherecht der InvestorInnen ist in der Regel stark eingeschränkt. Im Wesentlichen dient Crowdfunding zur Finanzierung eines Startups ohne größere Einflussnahme und Mitwirkung durch InvestorInnen. Durch die InvestorInnen entsteht bei dieser Art der Finanzierung jedoch kaum ein Zugewinn an unternehmerischem Know-How oder Kontakten wie z.B. bei einem Business Angel.<sup>46</sup>

### **3.8.5. Initial Coin Offering (ICO)**

Initial Coin Offering stellt eine neue rein digitale Finanzierungsmöglichkeit dar, welche kapitalmarktrechtlich zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht reglementiert ist und eine spezielle Form des Crowdfundings darstellt. Diese Art der Finanzierung eignet sich ausschließlich für Unternehmen, deren Geschäftsmodell auf Blockchain-Technologie bzw. Kryptowährungen basiert.<sup>47</sup>

### **3.8.6. Fördergelder**

Öffentliche Fördermittel werden von der EU oder von Bundes-, Länder-, regionaler oder kommunaler Ebene vergeben und stellen die häufigste Quelle für Fremdkapital dar.<sup>48</sup>

### **3.8.7. Kapitalaufnahme im Falle einer Finanzierung durch Risikokapital**

In Österreich ist jedes zweite Startup, genauer 52 %, mit Risikokapital finanziert.<sup>49</sup> Die nachfolgende Abbildung 8 erläutert die Höhe der Kapitalaufnahmen im Falle einer Inanspruchnahme von Risikokapital durch z.B. Venture Capital oder Business Angels.

---

<sup>46</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 12:10 Uhr. Online unter [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf), S. 26 f.

<sup>47</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 12:10 Uhr. Online unter [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf), S. 29

<sup>48</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 12:10 Uhr. Online unter [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf), S. 13

<sup>49</sup> AUSTRIAN STARTUP MONITOR, 2020. Austrian Startup Monitor 2019. Abgerufen am 06.10.2020 um 16:10 Uhr Online unter <https://austrianstartupmonitor.at/wp-content/uploads/2020/04/Austrian-Startup-Monitor-2019-compressed.pdf>, S. 84

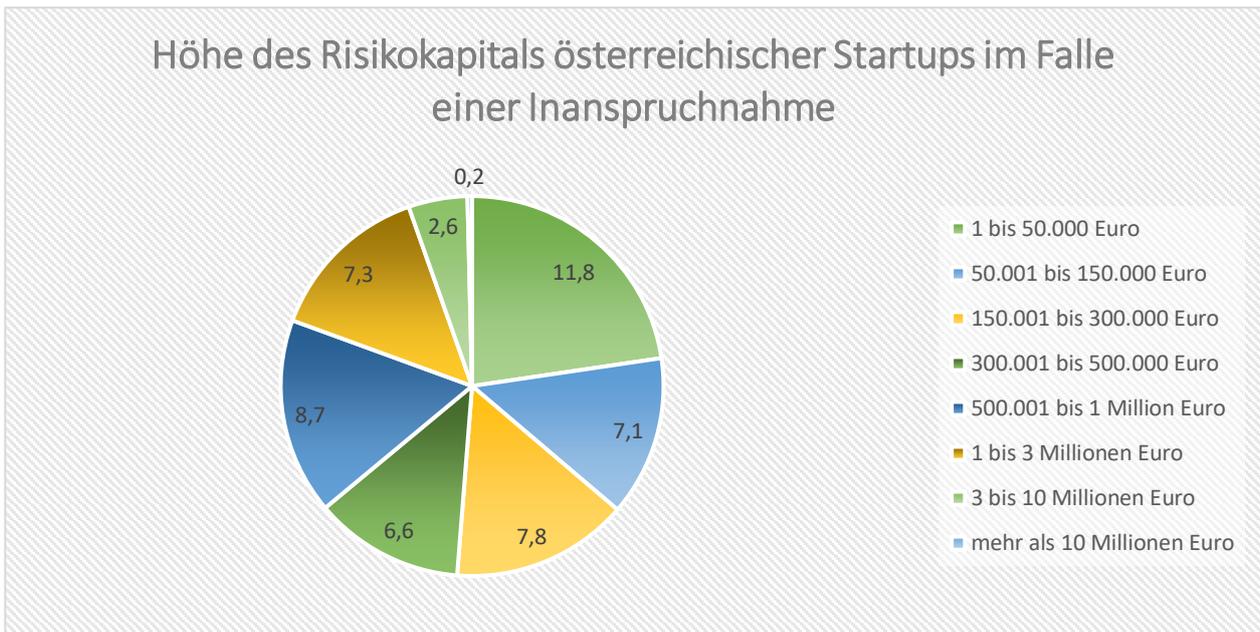


Abbildung 8: Höhe Risikokapital, eigene Darstellung<sup>50</sup>

### 3.9. Eruierung Business Angels

Unternehmensengel und andere InvestorInnen schließen sich häufig zu Netzwerken zusammen, die sich der Förderung vielversprechender Jungunternehmen und Startups verschrieben haben. Auch in Österreich gibt es mehrere solcher Netzwerke, die zumeist auch über eine Website verfügen, bei der sich die ExistenzgründerInnen registrieren können, um dort ihre Projektunterlagen einzureichen. Diese werden dann geprüft und im besten Fall ist ein(e) InvestorIn daran interessiert, sich bei einem bestimmten Startup als Business Angel zu beteiligen. Die Businesspläne und Proposals werden einem Screening unterzogen, und erst danach an die Business Angels weitergegeben. Schätzungen zufolge werden nur ca. 10 % der jährlich eingereichten Projekte weitergegeben. Hauptablehnungsgründe sind: Rechtliche Rahmenbedingungen, mangelnde technische Machbarkeit, unzureichende Kommerzialisierungskonzepte, unprofessionelle oder nicht aussagekräftige Unterlagen.

<sup>50</sup> AUSTRIAN STARTUP MONITOR, 2020. Austrian Startup Monitor 2019. Abgerufen am 06.10.2020 um 16:10 Uhr Online unter <https://austrianstartupmonitor.at/wp-content/uploads/2020/04/Austrian-Startup-Monitor-2019-compressed.pdf>, S.22

### 3.9.1. Business Angels-Netzwerke Österreich

Im Folgenden werden die wichtigsten Business-Angels-Netzwerke in Österreich aufgezählt:

- **AAIA – Austrian Angel Investors Association – [aaia.at](http://aaia.at)**

Involvierte Business Angels sind: Johann “Hansi” Hansmann, Niki Futter, Werner Wutscher, Selma Prodanovic, Paul Voithofer, Michael Altrichter, Manfred Reichl<sup>51</sup>

- **Austrian Business Angels Netzwerk – i2 - AWS**

Der Geschäftsführer von aws Gründerfonds ist Ralph Kunzmann. AWS ist seit 20 Jahren mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Förderprogrammen aktiv. Diese werden wie folgt angeführt: AWS Garantie (Unterstützung bei Kreditvergabe), AWS erp-Kredit (zinsgünstige Kredite mit flexibler Laufzeit und Verzinsung), AWS Seed-financing (von der Idee zum Markteintritt - Zielgruppe Deep Tech Startups - Digitalisierung, IKT, Physical Science, Clean Tech, Quantentechnologie, Life Science; Voraussetzung ist, dass das Geschäftsmodell auf einer hohen technischen oder wissenschaftlichen Herausforderung (Technologiesprung) basiert.<sup>52</sup>

Förderungen bis ca. 800.000 EUR sind möglich. AWS Creative Impact bietet Platz für innovative neue Produkte und Dienstleistungen. Sie bietet Unterstützung bei Entwicklung von Prototypen, die Erreichung der Marktreife sowie das Umsetzen von Kooperationsprojekten. Zielgruppe sind natürliche Personen sowie Unternehmen in Gründung und KMU (Förderung bis 200.000 EUR). Eine weitere Möglichkeit ist AWS Eigenkapital bei der Unterstützung mit Risikokapital (Idee zur Marktreife zu bringen).<sup>53</sup>

- **Business Angels – AWS**

AWS Connect – Online Plattform – Bündelung der bestehenden aws-Services. Die i2 Business Angels Plattform mit über 360 InvestorInnen ist eingebunden. AWS-Connect ermöglicht Startups, kleineren und mittleren Unternehmen einen transparenten Marktzugang in die InvestorInnen bzw. Investorenszene, um dort rascher sichtbar zu werden.

- **Business Angel Institute**

Business Angels: Mag. Berthold Baurek-Karlic, Dr. Herwig Rollett

---

<sup>51</sup> AAIA – AUSTRIAN ANGEL INVESTORS ASSOCIATION, 2020. Abgerufen am 13.10.2020 um 09:30 Uhr. Online unter <https://aaia.at/ueber-uns-team/>

<sup>52</sup> AUSTRIA WIRTSCHAFTSSERVICE GESELLSCHAFT MBH, 2020. Abgerufen am 13.10.2020 um 09:15 Uhr. Online unter <https://www.awsconnect.at/investoren>, abgerufen am 13.10.2020 um 09:15 Uhr

<sup>53</sup> AUSTRIA WIRTSCHAFTSSERVICE GESELLSCHAFT MBH, 2020. Abgerufen am 13.10.2020 um 09:00 Uhr. Online unter <https://www.aws.at/aws-seedfinancing/>

- **Angel-Investment – Netzwerk**  
(<https://www.investmentnetzwerk.at/>)
- **European Super Angels Club**  
Business Angel: Martin Steininger – fokussiert auf Startups in weiterentwickeltem Stadium<sup>54</sup> - Markus Ertler, Berthold Baurek-Karlic
- **AplusB**  
Academia plus Business – innovative Startups aus Wissenschaft und Industrie
- **Accent Inkubator GmbH (NÖ), Inits Innovation into Business (Wien)**  
Akademischer Inkubator, gegründet von der Universität Wien, TU-Wien, Wirtschaftsagentur Wien, Science Park (Stmk.), Tech2b (OÖ), Startup Tirol, build Gründerzentrum
- **Venionaire Capital**  
Business Angels: Mag. Berthold Baurek-Karlic, Bernhard A. Fichtenthal, Martin Steininger
- **eQventure**  
Herbert Gartner – Investitionsfirma aus Graz<sup>55</sup> - Business Angel des Jahres 2017
- **PrimeCrowd (Markus Kainz)**
- **Speedinvest (Oliver Holle)**
- **Tecnet Equity (Doris Agneter, tecnet Equity NÖ Technologiebeteiligungs-Invest GmbH)**
- **Apex Ventures**  
Business Angels: Stefan Haubner, Christoph Kanneberger und Andreas Riegler
- **Push Venures**  
Lukas Püskök – Business Angel des Jahres 2018
- **AngelMeVentures**  
Markus Ertler – Business Angel des Jahres 2019, einer der Digitalpioniere in Österreich (Gründer von ImmobilienScout24.at). In 30 Startups aktiv.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> DER BRUTKASTEN, 2017. European Super Angels Club: Neues Investorennetzwerk in Wien vorgestellt. Veröffentlicht am 31.03.2017. Online unter <https://www.derbrutkasten.com/european-super-angels-club-neues-investorennetzwerk-in-wien-vorgestellt/>

<sup>55</sup> STEINSCHADEN Jakob, 2018. eQventure von Herbert Gartner ist der österreichische Top-Startup-Investor 2018. Veröffentlicht am 21.12.2018. Online unter <https://www.trendingtopics.at/eqventure-von-herbert-gartner-ist-der-oesterreichische-top-startup-investor-2018/>

<sup>56</sup> APA-OTS, 2019. Markus Ertler ist Business Angel of the year 2019. Veröffentlicht am 22.10.2019. Online unter <https://noe.wirtschaftszeit.at/startup-detail/article/markus-ertler-ist-business-angel-of-the-year-2019>

- **Startup300 – Plattform<sup>57</sup>**  
Michael Eisler, Bernhard Lehner, Dominik Greiner (Tabakfabrik Linz – Chris Müller, Strada del Startup, Talent Garden, Think 300, pioneers, startuplive) <https://startup300.at/>
- **lect Capital Partners (Hermann Hauser)**
- **Mad.ag**
- **Next-floor (Dr. Thomas Bodmer, Marcus Salzmann)**
- **Tyrolean Business Angel**
- **weXelerate**  
Geschäftsführer Dominik Greiner, selbst ein Business Angel, mit dem Startup weXelerate
- **Business Angels Fonds**  
die Beteiligung von Business Angels wird durch Co-Investments verdoppelt – Zielgruppe KMU<sup>58</sup>

### 3.10. Arten von Finanzierungsmöglichkeiten

Abbildung 9 bietet einen Überblick zu den Finanzierungsmöglichkeiten abhängig von der Phase, in welcher sich das Startup befindet.

---

<sup>57</sup> STARTUP300 AG, 2020. Abgerufen am 13.10.2020 um 09:35 Uhr. Online unter <https://startup300.at/>

<sup>58</sup> AUSTRIA WIRTSCHAFTSSERVICE GESELLSCHAFT MBH, 2020. Abgerufen am 13.10.2020 um 09:17 Uhr. Online unter <https://www.aws.at/aws-business-angel-fonds/>

FINANZIERUNGS- PHASE	(PRE-)SEED (VORGRÜNDUNG)	START-UP (GRÜNDUNG)	EARLY STAGE (MARKTEINFÜHRUNG)	EXPANSION (WACHSTUM)
<b>Unternehmens- phase</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Produktkonzept</li> <li>* Marktanalyse</li> <li>* Grundlagenentwicklung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Unternehmensgründung</li> <li>* Entwicklung bis zur Produktreife</li> <li>* Aufbau Marketing und Vertrieb</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Fertiges Produkt/ Produktionsbeginn</li> <li>* Markteintritt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Marktdurchdringung</li> <li>* Professionalisierung</li> </ul>
<b>Typische Probleme und Herausforderungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Problem-Solution-Fit (Einschätzung von Produkt- und Marktidee)</li> <li>* Ausarbeitung Geschäftskonzept</li> <li>* Forschung und Entwicklung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Gewinnung von Referenzkunden</li> <li>* Suche nach Führungskräften und Personal</li> <li>* Aufbau Produktion</li> <li>* Liquidität/ Kapitalgebersuche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Aufbau von Marktpositionen und Image</li> <li>* Aufbau Vertrieb</li> <li>* Professionalisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Internationalisierung</li> <li>* Ausbau Produktion</li> <li>* Produktionsdiversifikation</li> <li>* Organisationsprobleme</li> <li>* Suche nach Fremdkapital</li> </ul>
<b>Typische Finanzierungs- quellen</b>	<p style="text-align: center;">Unternehmer</p> <p style="text-align: center;">3 F („Family, Friends and Fools“)</p> <p style="text-align: center;">Förderungen</p> <p style="text-align: center;">Inkubatoren/Akzeleratoren</p> <p style="text-align: center;">Business Angels</p> <p style="text-align: center;">(Pre-)Seed Fonds/Early Stage VC</p> <p style="text-align: center;">Venture Capital</p> <p style="text-align: center;">Corporate Venture Capital</p> <p style="text-align: center;">Strategischer Investor</p> <p style="text-align: center;">Crowdfunding/Crowdinvesting</p>			

Abbildung 9: Arten von Finanzierungsmöglichkeiten während verschiedener Phasen – Abbildung original übernommen aus „Angels, VC & Co“<sup>59</sup>

### 3.11. Kostenstrukturen unterschiedlicher Branchen

Die nachfolgende Abbildung 10 zeigt die Branchenverteilung österreichischer Startups. Diese demonstriert, dass die Software Branche mit 31,2 % dominiert, gefolgt von Konsumgütern mit 10,1 %, Hardware mit 10,1 %, Life Sciences mit 9,2 %, Kreativwirtschaft mit 7,0 %, Finanzwesen und Finanztechnologie mit 6,3 %, Energie und Mobilität mit 5,3 %, Handel mit 4,4%, Tourismus mit 3,1 %, Bildung mit 2,8 % sowie Baugewerbe und Immobilien mit 2,6 %. Die restlichen 7,9 % wurden nicht genauer definiert.<sup>60</sup>

<sup>59</sup> DÖMÖTÖR Rudolf Dr.; FRANKE Nikolaus Dr. Univ.-Prof., 2018. Angels, VC & CO. Start-up-und Wachstumsfinanzierung abseits von Banken und Förderungen. Abgerufen am 06.10.2020 um 12:10 Uhr. Online unter [https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw\\_lf\\_angels\\_2018.pdf](https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/publikationen/jw_lf_angels_2018.pdf), S. 22

<sup>60</sup> AUSTRIAN STARTUP MONITOR, 2020. Austrian Startup Monitor 2019. Abgerufen am 06.10.2020 um 12:10 Uhr. Online unter <https://austrianstartupmonitor.at/wp-content/uploads/2020/04/Austrian-Startup-Monitor-2019-compressed.pdf>, S. 30

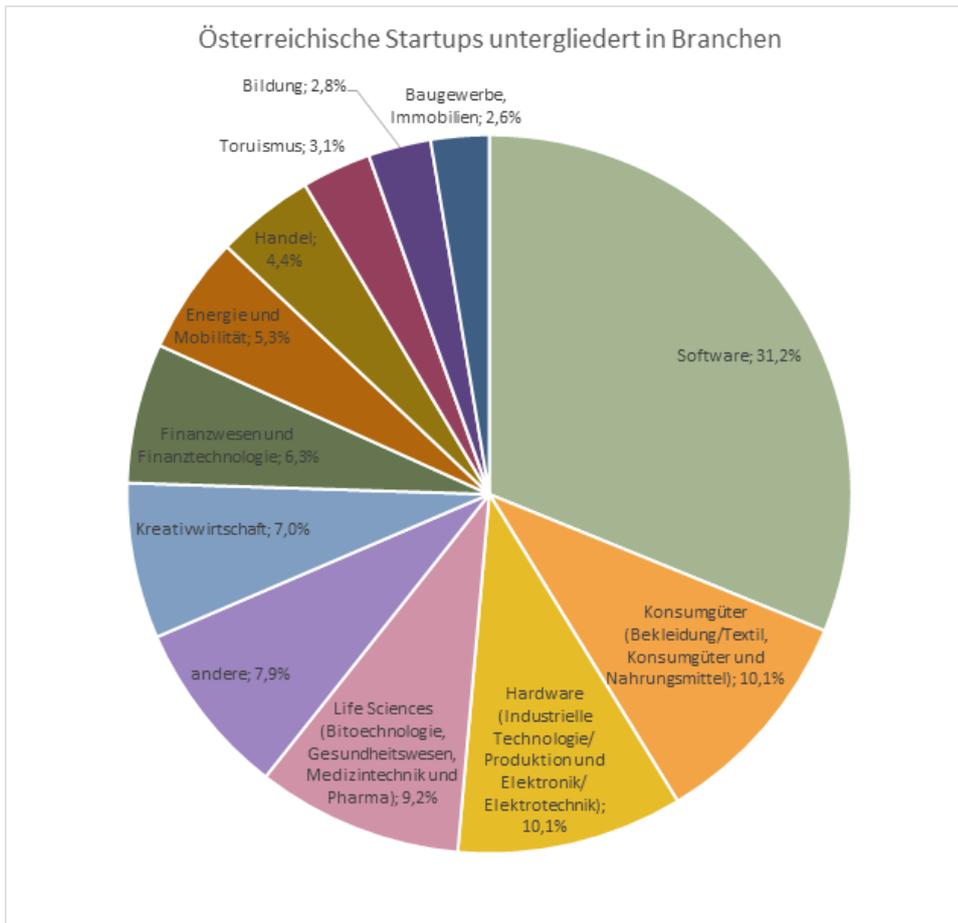


Abbildung 10: Österreichische Startups nach Branchen, eigene Darstellung<sup>61</sup>

Die Kostenstruktur eines Unternehmens gibt Auskunft darüber, in welchem Verhältnis die verschiedenen Kostenarten verteilt sind. Hierzu zählen beispielsweise Personalkosten, Materialkosten, Anlagekosten und Energiekosten. Besonders forschungsintensive Branchen geben viel Geld im Bereich der Forschung und Entwicklung aus.

Abbildung 11 zeigt die Aufwendungen für den Bereich Forschung und Entwicklung in Relation zum Umsatz forschungsintensiver Branchen in Deutschland im Jahr 2017. Die höchsten Aufwendungen mit 8,8 % konnte der Wirtschaftszweig Pharmazeutische Industrie, gefolgt von Elektronik/ Messtechnik und Optik mit 7,5 %, Schiff-/ Bahn- und Flugzeugbau mit 6,2 %, der Automobilindustrie mit 5,6 % und der Elektrotechnik mit 4,9 %, verzeichnen.<sup>62</sup>

<sup>61</sup> AUSTRIAN STARTUP MONITOR, 2020. Austrian Startup Monitor 2019. Veröffentlicht im Jänner 2020. Online unter <https://austrianstartupmonitor.at/wp-content/uploads/2020/04/Austrian-Startup-Monitor-2019-compressed.pdf>, S. 30

<sup>62</sup> RADTKE Rainer, 2020. Anteil der internen F&E-Aufwendungen am Umsatz forschungsintensiver Branchen in Deutschland im Jahr 2017. Veröffentlicht am 25.05.2020. Online unter

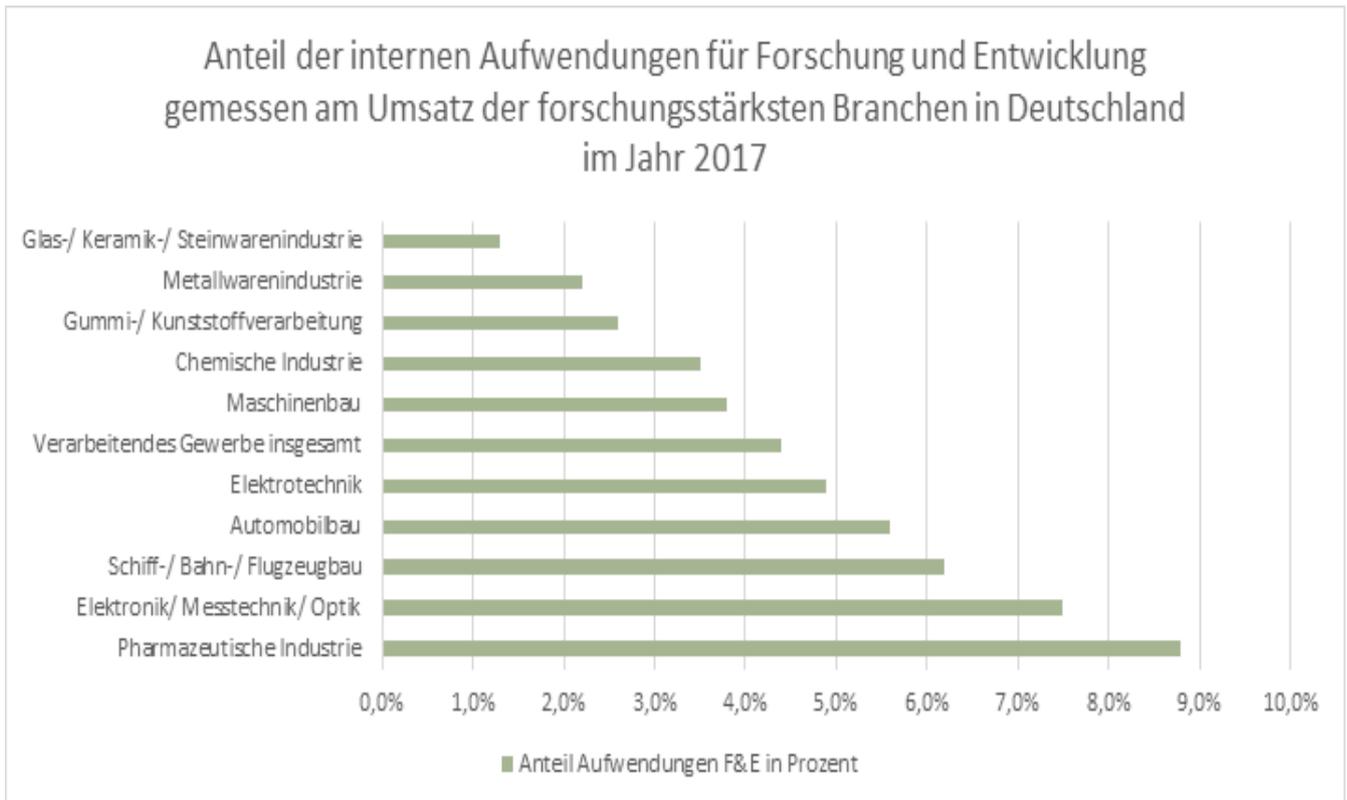


Abbildung 11: Anteil F&E Aufwendungen gemessen am Umsatz forschungsintensiver Branchen in Deutschland im Jahr 2017<sup>63</sup>, eigene Darstellung

Die OECD Directorate for Science, Technology and Industry teilt herstellende Unternehmensbranchen in Kategorien aufgrund ihrer Forschungs- und Entwicklungsintensität ein. Die nachfolgende Tabelle 4 bietet hierzu eine Übersicht.

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/275129/umfrage/forschungsstaerkste-branchen-in-deutschland-nach-funde-personal-und-aufwendungen/>

<sup>63</sup> RADTKE Rainer, 2020. Anteil der internen F&E-Aufwendungen am Umsatz forschungsintensiver Branchen in Deutschland im Jahr 2017. Veröffentlicht am 25.05.2020. Online unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/275129/umfrage/forschungsstaerkste-branchen-in-deutschland-nach-funde-personal-und-aufwendungen/>

Tabelle 4: F&E intensive Branchen lt. OECD, eigene Darstellung<sup>64</sup>

F&E-Intensität	Hoch-technologische Industrien	Mittel-hoch-technologische Industrien	Mittel-niedrig-technologische Industrien	Niedrig-technologische Industrien
<b>Branchen</b>	Flugzeuge und Raumfahrzeuge	Elektrische Maschinen und Geräte, u.ä.	Bau und Reparatur von Schiffen und Booten	Manufacturing, u.ä.; Recycling
	Pharmazeutika	Kraftfahrzeuge, Anhänger und Sattelaufleger	Gummi- und Kunststoffprodukte	Holz, Zellstoff, Papier, Papierprodukte, Druck und Verlagswesen
	Büro-, Buchhaltungs- und Rechenmaschinen	Chemikalien ohne Arzneimittel	Koks, raffinierte Erdölprodukte und Kernbrennstoffe	Lebensmittel, Getränke und Tabak, Sonstige
	Radio-, Fernseh- und Kommunikationsausrüstung	Eisenbahnausrüstung und Transportausrüstung, u.ä.	nichtmetallische Mineralprodukte	Textilien, Textilwaren, Leder und Schuhe
	Medizinische, Präzisions- und optische Instrumente	Maschinen und Geräte, u.ä.	Grundmetalle und Metallerzeugnisse	

### Fazit

Startups sind zumeist in einer sehr frühen Phase auf Fremdkapital angewiesen. Die eigenen Ersparnisse und das Kapital aus Familien,- Freundes,- und Bekanntenkreis reichen meistens nicht aus. Banken sind bei der Vergabe von Krediten aufgrund des Fehlens von Sicherheiten zumeist zurückhaltend. Eine sehr beliebte Finanzierungsart von Startups ist daher die Inanspruchnahme von Risikokapital (auch Wagniskapital genannt). In Österreich ist jedes zweite Startup mit Risikokapital (Business Angels, Venture-Capital, Crowd Funding, u.ä.) finanziert. Risikokapitalgeber investieren meistens in bestimmte Branchen, Geschäftsmodelle oder Technologien. Business Angels bieten neben ihrer finanziellen Mittel auch noch wertvolle Kontakte und Management-Erfahrungen. Aufgrund dessen sind sie in den ersten Phasen eines Startups äußerst beliebt. Ebenso ist Crowd-funding im frühen Stadium eines Startups beliebt, um Geld für die Entwicklung bzw. die Herstellung des Produktes oder der Dienstleistung zu sammeln. Venture-Capital wird typischerweise erst in Anspruch genommen, sobald es ein marktreifes Produkt gibt und erste Umsätze verzeichnet wurden.

69 % der österreichischen Startups wurden unter anderem durch Ersparnisse der GründerInnen finanziert, 48 % der Startups nahmen nationale öffentliche Förderungen in

<sup>64</sup> OECD Directorate for Science, Technology and Industry, 2011. ISIC REV. 3 TECHNOLOGY INTENSITY DEFINITION. Veröffentlicht am 07.07.2011. Online unter <https://www.oecd.org/sti/ind/48350231.pdf>

Anspruch, 27 % erhielten Unterstützung durch einen Business Angel, 23 % finanzierten sich mit ihrem Cash Flow, 19% mit Bankkrediten, 19 % erhielten finanzielle Unterstützung durch Familie und Freunde, 16 % nahmen EU-Fördergelder in Anspruch, 15 % finanzielle Unterstützung durch Inkubatoren, Akzeleratoren und „Company Builder“, 14 %: Venture Capital, 8 %: Crowd Funding.

Verschiedene Branchen sind mit unterschiedlichen Kostenstrukturen verbunden. Hochtechnologische Branchen stecken viel Geld in den Bereich Forschung und Entwicklung. Hierzu zählen laut OECD folgende Wirtschaftszweige: Flugzeuge und Raumfahrzeuge, Pharmazeutika, Büro-, Buchhaltungs- und Rechenmaschinen, Radio-, Fernseh- und Kommunikationsausrüstung und medizinische, Präzisions- und optische Instrumente.

### 3.12. StakeholderInnen von GründerInnen

Im Folgenden sind Gruppen, welche mit UnternehmensgründerInnen interagieren festgehalten.

#### **Ziel**

Ziel dieses Kapitels war es, Anspruchsgruppen zu identifizieren, mit denen gemeinsame Interessen geteilt werden.

#### **Ergebnisse**

- **EigentümerInnen/ AnteilseignerInnen**<sup>65</sup>  
Interessen: Gewinn | Investiertes Kapital vermehren | Macht
- **MitarbeiterInnen**  
Interessen: Arbeitsplatz | faires Gehalt | sicherer Job | soziale Sicherheit | Weiterbildung | zwischenmenschliche Kontakte | Status und Prestige | sinnhafte Tätigkeit
- **FremdkapitalgeberInnen**  
Interessen: sichere Kapitalanlage | gute Verzinsung | Entwicklung einer langen Partnerschaft | Vermögenszuwachs
- **Stadt, Gemeinde, Kommune**

---

<sup>65</sup> Startup Guide Ionos, 2018. Interne und externe Stakeholder eines Unternehmens. Veröffentlicht am 12.11.2018. Online unter: <https://www.ionos.de/startupguide/gruendung/stakeholder/>

Interessen: Schaffung von Arbeitsplätzen | Wachstum der Stadt/Gemeinde | Image | Steuern | Sozialleistungen | Corporate Social Responsibility | Spenden

- **AnwohnerInnen vom Unternehmensstandort**

Interessen: keine Beeinträchtigungen durch den Geschäftsbetrieb | neue Arbeitsmöglichkeiten

- **KundInnen**

Interessen: Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis | Service | Kulanz

- **Wettbewerb**

Interessen: Einhaltung fairer Grundsätze und Spielregeln | Kooperationen

- **Staat und Politik<sup>66</sup>**

Interessen: Steuern | Arbeitsplätze | Sozialleistungen | Erhalt von Natur und Umwelt | Spenden

Das Interesse liegt vor allem im Wachstum des Unternehmens und in der Schaffung von Arbeitsplätzen, wodurch wieder Steuern anfallen und einen wesentlichen Beitrag zum Staatsbudget beitragen. Außerdem nehmen Staat und die Politik durch ihre Wirtschafts- und Steuerpolitik einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg eines Unternehmens.

### 3.13. Medien und Presse

Medien und Presse können einen großen Einfluss auf andere StakeholderInnen und ihre strategischen Interessen ausüben. So können zum Beispiel Massenmedien dafür genutzt werden, um Statements zu setzen, die andere StakeholderInnen bewusst in ihren Entscheidungen beeinflussen sollen<sup>67</sup>.

Die richtigen StakeholderInnen von Startups zu identifizieren, ist sehr stark von der Branche der Neugründung abhängig und kann nicht pauschaliert werden.

Wieselburg kann aber GründerInnen von „normalen“ Unternehmen grundsätzlich alle nötigen StakeholderInnen aus den verschiedensten Branchen direkt in Wieselburg bieten.<sup>68</sup>

---

<sup>66</sup> Wirtschafts ABC, Staat als Stakeholder am Unternehmen. Abgerufen am 16.10.2020. Online unter <https://www.wirtschafts-abc.com/stakeholder-staat>

<sup>67</sup> presssprecher, Die Mediale Einflussnahme von Stakeholdern. Aufgerufen am, 16.10.2020. Online unter <https://www.presssprecher.com/nachrichten/die-mediale-einflussnahme-von-stakeholdern-9073>

<sup>68</sup> Stadtgemeinde Wieselburg, Branchen. 2020. Abgerufen am 10.10.2020. Online abrufbar unter <https://www.wieselburg.gv.at/WIRTSCHAFT/Betriebe/Branchen>

### 3.14. Faktoren eines attraktiven Gründungsstandortes

Will sich ein Standort optimal als StakeholderIn für Startups positionieren, ist es essentiell, herauszufinden, warum GründerInnen an einem bestimmten Ort gründen und warum nicht. Der Einfluss des Standortes ist nicht nur für die positive Entwicklung einer Region, sondern auch für die des Unternehmens von großer Bedeutung.<sup>69</sup>

Deshalb sollten folgende Punkte im Vorfeld geklärt werden:

- **Lage**

Wie entscheidend sind Faktoren wie die Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln oder die Anbindung an die Autobahn? Sind genügend Parkplätze vorhanden?

- **Steuerliche Vorteile und Fördermittel**

Gibt es einen wirtschaftlich relevanten Anreiz zur Niederlassung von Unternehmen von denen angenommen werden kann, dass sie in Zukunft am internationalen Markt eine Schlüsselrolle spielen werden?

- **Magnetwirkung und Wettbewerb**

Sind im engeren Umkreis des Standortes themenverwandte Unternehmen oder Institutionen, die ein Startup bereichern könnten? Oder ist der Wettbewerb am Standort für einige Branchen zu hoch, dass diese sich nicht mehr gegenseitig fördern?

- **Technologische Infrastruktur**

Ist ein State of the Art Internetzugang vorhanden?

- **Arbeitskräfte**

Ist der Standort für zukünftige Arbeitskräfte attraktiv? Gibt es genügend Freizeitangebote, gastronomische Betriebe und Hotels? Kann genügend Wohnraum für neue Arbeitskräfte zur Verfügung gestellt werden?

- **Kooperation und Netzwerk**

Wie gut kann der Kontakt zu Fachhochschulen, Universitäten und Unternehmen mit Forschungseinrichtungen vor Ort genutzt werden?

- **Raum und Mietkosten**

Steht genügend Raum zu erschwinglichen Preisen zur Verfügung und kann bei einem Wachstum der Startups der nötige Platz geboten werden?

---

<sup>69</sup> Stadt Marketing Austria, 10 Kriterien für einen attraktiven Unternehmensstandort. Abgerufen am 10.10.2020. Online abrufbar unter <https://www.stadtmarketing.eu/unternehmensstandort-kriterien/>

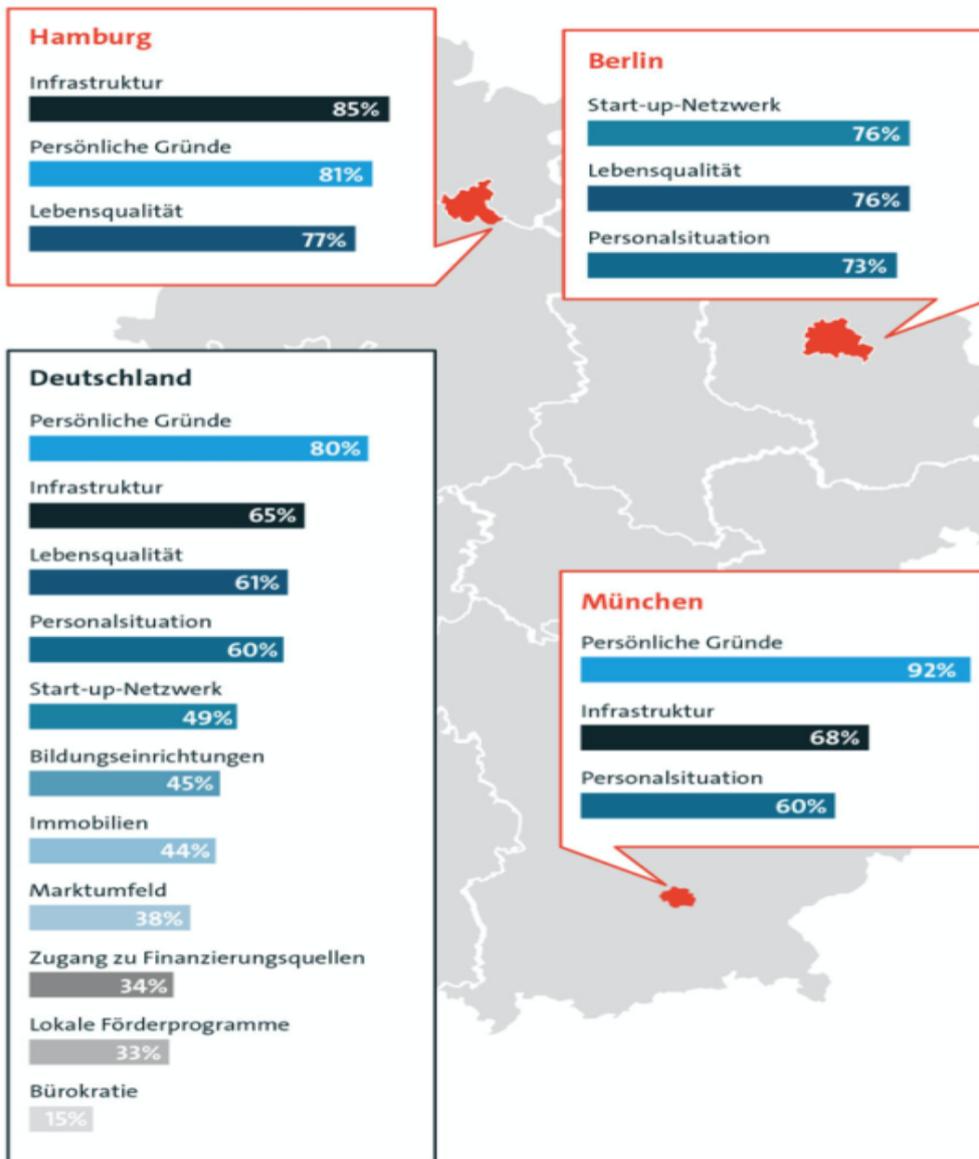
Die Ergebnisse einer Online Befragung von über 220 Online und IT Startups in Deutschland durch Bitkom<sup>70</sup> zeigt, dass die GründerInnen bei der Wahl des Standortes sich stark von persönlichen Faktoren wie der Nähe zu Freunden und zur Familie, sowie der Lebensqualität vor Ort leiten lassen (sh. Abbildung 12 und Abbildung 13). Die Infrastruktur und die Personalsituation spielen ebenfalls eine große Rolle. Für etwa jedes zweite Startup spielt Netzwerken mit Veranstaltungen oder GründerInnenstammtischen eine wichtige Rolle, genauso wie die Qualität von Bildungseinrichtungen und Universitäten vor Ort.

---

<sup>70</sup> Bitkom, 2020. Standortwahl. Abgerufen am 18.10.2020. Online unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Startups-Persoeliche-Gruende-sind-bei-der-Standort-wahl-entscheidend.html>

# Start-ups: Wie Gründer ihren Standort wählen

Welche Faktoren bei der Standortwahl eine bedeutende Rolle spielen



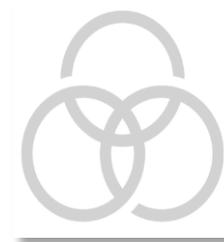
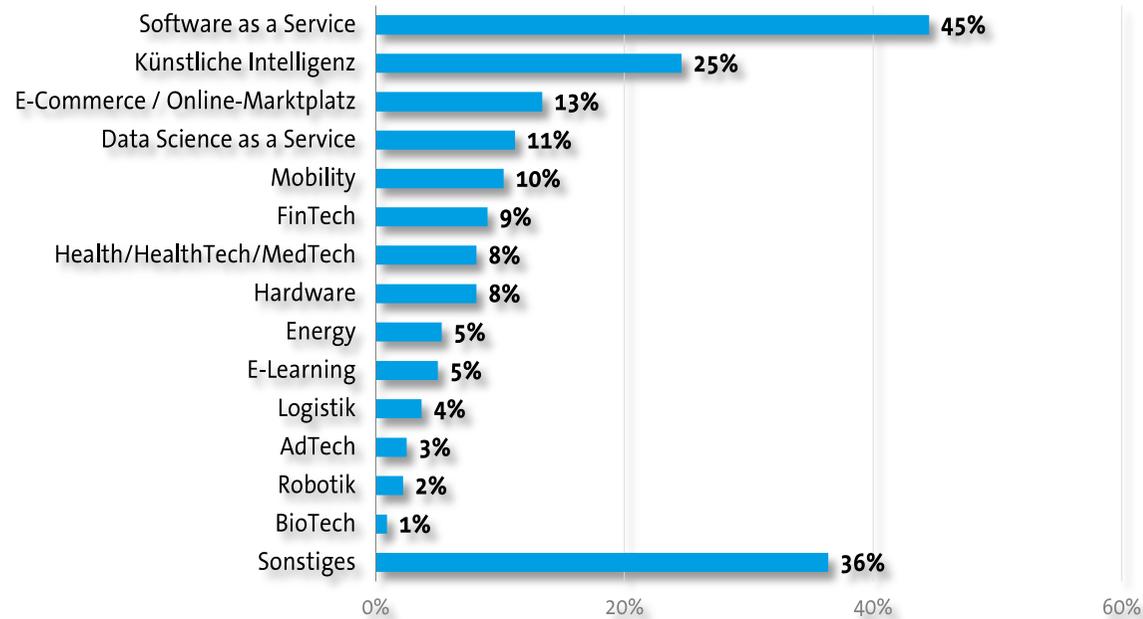
Basis: 227 Gründer von IT- und Internet-Start-ups in Deutschland  
Quelle: Bitkom Research 2015

Abbildung 12: Startups – Wie Gründer ihren Standort wählen<sup>71</sup>

<sup>71</sup> Bitkom, 2020. Standortwahl. Abgerufen am 18.10.2020. Online unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Startups-Persoenliche-Gruende-sind-bei-der-Standort-wahl-entscheidend.html>

## Tätigkeitsbereich & Leistungsangebot

In welchen der folgenden Bereiche ist euer Startup tätig?



bitkom

9 Basis: Alle befragten IT- und Internet-Startups (n=321); Mehrfachnennungen in Prozent

Abbildung 13: Tätigkeitsbereich & Leistungsangebot<sup>72</sup>

<sup>72</sup> Bitkom, 2020. Standortwahl. Abgerufen am 18.10.2020. Online unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Startups-Persoенliche-Gruende-sind-bei-der-Standort-wahl-entscheidend.html>

### 3.15. Mögliche StakeholderInnen für Wieselburg

Das nachfolgende Kapitel beschreibt die möglichen StakeholderInnen für eine Startup-Organisation in Wieselburg.

#### 3.15.1. MentorInnen, InvestorInnen und Business Angels

Der Österreicher Dr. Johann Hansmann ist seit fast 20 Jahren einer DER erfolgreichsten Investoren und Business Angels in der Europäischen Startup Szene. 2015 wurde er mit dem „Best European Early Stage Investor 2015“ ausgezeichnet.<sup>73</sup>

Mit seinem Unternehmen – Hansmen Group – ist er in über 40 Startup Unternehmen beteiligt und einer der Big Player in Europa. Im Jahr 2012 war er auch Mitbegründer der „Austrian Angels Investors Association“, welcher er als aktiver Präsident dient.

#### 3.15.2. Peak Pride - Venture Capital

Peak Pride leitet die HPH Startup Unit und investiert dort vor allem in die Bereiche Prop-tech, Automatisierung, Healthcare & Wellbeing und Sustainability. Unterstützt werden die Startups finanziell mit wirtschaftlichem und branchenspezifischem Know-How und mit einem guten Netzwerk das vor allem als Türöffner fungieren soll.<sup>74</sup>

Die Kriterien für ein Investment setzen sich zusammen aus:

- Regionalität (DACH und Central und Eastern Europe)
- Fokusbereich (Proptech, Healthcare, Sustainability)
- Ticketgröße Eigenkapital Investment von 200.000 Euro bis 1 Million Euro
- aktuelle Phase des Startups (pre-seed, seed, series A)

Peak Pride begleitet private InvestorInnen bei ihren Investmentbeteiligungen mit Know-How und Struktur.

---

<sup>73</sup> Hansman Group, 2020. Über Hansi. Abgerufen am, 10.10.2020. Online unter: <https://hansmen-group.com/de/ueber-hansi/>

<sup>74</sup> Peak Pride, 2020. Impressum. Abgerufen am 10.10.2020. Online unter <https://peak-pride.com/impressum/>

### 3.15.3. Messe Wieselburg

Die Messe Wieselburg liegt im Zentrum der Stadt Wieselburg. Das Messezentrum ist in ganz Österreich für seine verschiedenen Messen bekannt. Auch wird die Messe Wieselburg sehr gerne für Veranstaltungen gebucht, denn das Messegelände bietet über zehn verschiedene Seminarräume. Gemeinsam mit dem Hotel I'm Inn Wieselburg bieten sie ein Rundumservice an. Vom Seminar für 20 Personen bis zum Kongress mit bis zu 2.500 Teilnehmern können am Messegelände in Wieselburg alle Varianten abgedeckt werden.<sup>75</sup>

### 3.15.4. Wissenschaft & Forschung

Im Folgenden sind diverse Forschungs- und Bildungseinrichtungen als potentielle StakeholderInnen beschrieben.

#### Fachhochschule Wiener Neustadt - Campus Wieselburg

##### **Forschung**

Lebensmittelwissenschaft | Marketing & Decision Making Behaviour | Nachhaltigkeit | Energiesysteme<sup>76</sup>

##### **Lebensmittelwissenschaft**

Im Mittelpunkt stehen die Entwicklung und die Optimierung von Lebensmitteln und dazugehörigen Verfahrensschritten. Ein weiteres Hauptziel der Forschung wird der Verwertung von Nebenprodukten aus der Lebensmittelproduktion, sowie der Entwicklung von Lebensmitteln für spezielle Zielgruppen gewidmet.

##### **Marketing & Decision Making Behaviour**

Dieser Forschungsbereich gliedert sich in vier Bereiche mit folgenden Schwerpunkten:

Teil 1: Bedürfnisse, Motive und Entscheidungsprozesse von VerbraucherInnen

Teil 2: Kundenverhalten entlang des Kaufprozesses

Teil 3: Entscheidungen von Personen in Gesprächen oder Verhandlungen

Teil 4: Green Marketing und sensorisches Marketing

---

<sup>75</sup> Messe Wieselburg, 2020. Startseite. Abgerufen am 09.12.2020 um 09:32 Uhr. Online unter: <https://www.messewieselburg.at/>

<sup>76</sup> Fachhochschule Wiener Neustadt, Campus Wieselburg, Unsere Forschungsbereiche. Abgerufen am 10.10.2020 um 16:32. Online unter: <https://wieselburg.fhwn.ac.at/forschungsbereiche?location=2>

## ***Nachhaltigkeit***

Dieser Forschungsbereich unterstützt durch angewandte Forschung die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft unter Berücksichtigung der drei Dimensionen: Ökologie, Ökonomie und Soziales.

Beinhaltet sind unter anderem die Entwicklung von nachhaltigen Verfahrenstechniken, die Bewertung von ökologischen Produkten, Dienstleistungen und Industriestandorten oder auch Motiv- und Akzeptanzforschung zu Einstellungs- und Verhaltensänderung im Bereich Nachhaltigkeit.

Die zentralen Forschungsfelder sind:

- Kreislaufwirtschaft
- Ökobilanzierung
- Bewusstseinsbildung im Nachhaltigkeitsbereich

## ***Energiesysteme***

Geforscht wird vor allem zu Aspekten einer umweltschonenden Energieversorgung. Die Kernpunkte liegen dabei auf der Integration von erneuerbaren Energietechnologien sowie auf Verfahren zur Gewinnung und Konversion von Biomasse.

## ***Einrichtung***

Den Forschenden stehen am Campus Wieselburg die folgenden Labors und Einrichtungen zur Verfügung<sup>77</sup>:

- 3D-Prototyping
- Chemie-Labor
- Co-Working-Spaces
- Consumer Science Center
- E-Commerce Lab
- Fotostudio
- Innovations-Studio
- Mikrobiologie Labor
- Neuromarketing Lab
- Produktentwicklungslabor
- Projekt-Werkstatt
- Sensor Labor
- Smart Energy Lab

An der Fachhochschule bestehen verschiedenste Kooperationen mit Forschungseinrichtungen, öffentlichen Institutionen, Unternehmen oder Organisationen aus den unterschiedlichsten Branchen.

---

<sup>77</sup> FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg, 2020. Labors. Abgerufen am 10.10.2020. Online unter: <https://wieselburg.fhwn.ac.at/hochschule/infrastruktur/labore>

## ZKW Group GmbH

Forschung: Lichttechnologien

Im Rahmen des open:lighthouse Programms **sucht ZKW nach externen PartnerInnen**, die gemeinsam Innovationen vorantreiben und Bahnbrechendes entwickeln möchten.

Das open:lighthouse Programm zielt neben late-stage Startups auch auf StudentInnen, MarketerInnen und MitarbeiterInnen von Forschungseinrichtungen ab, die sich vor allem mit folgenden Themen beschäftigen:<sup>78</sup>

- Autonomes Fahren
- Individualisierung
- Digitalisierung
- E-Mobilität
- Nachhaltigkeit

## HBLFA Francisco Josephinum Wieselburg

Forschung: Agrartechnik | Biomasse | Lebensmitteltechnologie<sup>79</sup>

### ***Agrartechnik***

Im Hauptinteresse stehen neue Technologien des Precision und Smart Farmings, sowie der Digitalisierung.

### ***Biomasse***

Das ForscherInnen-Team zeichnet sich durch viel Erfahrung in Punkto nachwachsender Rohstoffe und erneuerbaren Energien, internationalen Kontakten und einem umfangreichen Überblick über die Potenziale und Anwendungsmöglichkeiten aus. Die Entwicklung von Konzepten, Stellungnahmen zu Anfragen und unabhängige Beratung sind die zentralen Anliegen der ForscherInnen.

### ***Lebensmitteltechnologie***

Die LebensmitteltechnologInnen entwickeln neuartige Lebensmittel, optimieren Verarbeitungsprozesse und erproben neue Technologien bzw. Roh- und Hilfsstoffe.

---

<sup>78</sup> ZKW, Die Zukunft des Lichts. Abgerufen am 10.10.2020. Online unter <https://zkw-group.com/home/produkte-und-innovationen/die-zukunft-des-lichts/>

<sup>79</sup> Josephinum, Forschung, Entwicklung und Prüfung am Francisco Josephinum. Abgerufen am 10.10.2020. Online unter <https://www.josephinum.at/forschung-und-pruefung.html>

## Technologie und Forschungszentrum Wieselburg (TFZ)

Forschung: Bioenergiesysteme | Agrar- und Lebensmitteltechnologie<sup>80</sup>

Das TFZ ist spezialisiert auf Bioenergiesysteme, Agrar- und Lebensmitteltechnologie.

Es bietet forschungs- und technologieorientierte Labor- und Büroflächen auf 2.900 m<sup>2</sup> und nennt auch eine Versuchshalle sein Eigen. Derzeit nutzen sieben Unternehmen das Technologie- und Forschungszentrum und beschäftigen insgesamt 94 MitarbeiterInnen.

## BEST - Bioenergy and Sustainable Technologies

Forschung: Bioenergy | Sustainable Technologies<sup>81</sup>

Das Unternehmen arbeitet an den wissenschaftlichen und technologischen Grundlagen für Prozesse, die aus Biomasse und Abfall: Wärme, Strom, gasförmige und flüssige Energieträger und Grundstoffe für die chemische Industrie produzieren. Zudem wird an der gemeinsamen Nutzung von Bioenergie und anderen erneuerbaren Energiebereitstellungstechnologien für effiziente, umwelt- und klimafreundliche und wirtschaftliche Lösungen für das Energiesystem der Zukunft geforscht.

## Fazit

Die richtigen StakeholderInnen von Startups zu identifizieren, ist sehr stark von der Branche der Neugründung abhängig und kann nicht pauschaliert werden.

Wieselburg kann aber GründerInnen von „normalen“ Unternehmen grundsätzlich alle nötigen StakeholderInnen aus den verschiedensten Branchen direkt in der Stadtgemeinde Wieselburg bieten.<sup>81</sup>

Aufgrund der Technologie und Forschungseinrichtungen sowie der Fachhochschule Wieselburg, des Josephinums und der größten Bio-Messe des Landes bietet Wieselburg jenen Startups Start-Vorteile, die ihren Schwerpunkt im Bereich der Lebensmittel- und Agrarwirtschaft oder die biologische oder die nachhaltige Entwicklung legen.

Weitere Stärken bietet die ansässige Firma ZKW, welche zu den weltweit führenden Unternehmen in der Lichtforschung gehört und derzeit unter anderem am autonomen Fahren forscht.

---

<sup>80</sup> ECO plus, Technologie- und Forschungszentrum Wieselburg-Land. Abgerufen am, 10.10.2020. Online unter: <https://www.ecoplus.at/interessiert-an/technologie-forschungszentren/tfz-wieselburg-land/>

<sup>81</sup> BEST - Bioenergy and Sustainable Technologies GmbH. Abgerufen am, 10.10.2020. Online unter: [https://www.best-research.eu/de/unternehmen/zentrum\\_im\\_ueberblick](https://www.best-research.eu/de/unternehmen/zentrum_im_ueberblick)

### 3.16. Standorteröffnung weXcelerate

Im Herbst 2019 eröffnete mit dem „weXcelerate am Lindengrund“ auf 1.500 Quadratmetern und vier Stockwerken ein neuer Innovation Hub in Dornbirn, Vorarlberg.

- Die Vorarlberger Unternehmenslandschaft hat weltweit erfolgreiche Unternehmen, die gerade vor beispiellosen Veränderungsprozessen stehen. Ausgelöst durch die Digitalisierung und die damit verbundenen neuen Mitbewerber und Technologien ausgelöst, ist der Bedarf an Know-How sehr groß.
- Idealer Partner und Initiator BTV (Bank für Tirol und Vorarlberg)
- Vorarlberg steht für Innovation und Startups – Image
- Vernetzung – Industrie – Innovation – Startups
- Repräsentativer Standort<sup>82</sup>

### 3.17. Inländische Gründungshotspots auf Bezirksebene

Im nachfolgenden Kapitel wird ein Blick auf die Bezirke Weiz und Bruck an der Leitha geworfen, da diesen ein hoher Anteil an Gründungen zugeschrieben wird.

#### 3.17.1. Bezirk Weiz

Der Bezirk weist eine Gründungsintensität von 7,1 % Neugründungen pro 1.000 Einwohner auf.<sup>83</sup>

Andreas Schlemmer, Leiter WK Regionalstelle Weiz: „In absoluten Zahlen haben sich 2019 653 Personen selbständig gemacht. In diesen Zahlen sind aber auch alle selbständigen Personenbetreuer enthalten, welche die Hälfte der Gründerzahlen ausmachen. Auch wenn diese herausgerechnet werden, bleiben 326 Unternehmensgründungen, welche einen Höchstwert in den letzten zehn Jahren darstellen. Von diesen Gründungen entfallen 135 auf die Sparte Gewerbe und Handwerk, gefolgt von 118 Gründungen im Bereich des Handels und als drittgrößte Sparte verbleibt „Information und Consulting“ mit 50 Neugründungen“.<sup>84</sup>

---

<sup>82</sup> WITTING, Maria, 2019. So verlief die Eröffnung des zweiten weXcelerate-Standorts in Dornbirn. Veröffentlicht am 14.11.2019. Online unter <https://www.derbrutkasten.com/wexelerate-dornbirn/?ref=scrolled0>

<sup>83</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993-2019: Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Abgerufen am 13.10.2020 um 07:40. Online unter [http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf?\\_ga=2.15247284.38483752.1602490892-809546043.1601364326](http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf?_ga=2.15247284.38483752.1602490892-809546043.1601364326), S. 53

<sup>84</sup> BEZIRKSBLÄTTER, 2020. Gründen boomt im Bezirk. Abgerufen am 12.10.2020 um 10:15. Online unter [https://www.meinbezirk.at/weiz/c-wirtschaft/hoechstwert-gruenden-boomt-im-bezirk\\_a3914475](https://www.meinbezirk.at/weiz/c-wirtschaft/hoechstwert-gruenden-boomt-im-bezirk_a3914475)

Der Österreich-Durchschnitt in der Branche Personalberatung und Personenbetreuung beträgt 18,9%, daher ist die o.a. Gründungsintensität des Bezirkes kein signifikanter Indikator für besonders günstige Voraussetzungen zur Gründung eines Unternehmens in der Region.<sup>85</sup>

### 3.17.2. Bezirk Bruck an der Leitha

Der Bezirk weist eine Gründungsintensität von 6,6 Neugründungen pro 1.000 Einwohner auf.<sup>86</sup>

Die Lage zwischen Bratislava und Wien ist ein gutes Terrain für Firmen, auch für internationale Unternehmen. Der deutsche Dachspezialist Bauder hat sich erst im Brucker Westen niedergelassen und auch das Logistikzentrum in Enzersdorf an der Fischa wächst kontinuierlich an", so Thomas Petzel. Die meisten Neugründungen von Unternehmen sind im Bereich der klassischen Dienstleister angesiedelt, "Fußpflege, Kosmetik, Personenbetreuer, Werbung und IT-Dienstleistungen, aber auch Kunsthandwerk und Energetiker fühlen sich bei uns sehr wohl."<sup>87</sup>

Zur vertiefenden Recherche, Statistiken betreffend, wurde gemäß Telefonat mit der WKO Bezirksstelle Bruck an der Leitha auf das Gründungscenter in 3100 St. Pölten verwiesen, da die Zahlen für den Bezirk im Detail nicht vorliegen bzw. veröffentlicht werden.<sup>88</sup>

Gemäß dem nachfolgenden Telefonat mit Mag. Stefan Heher<sup>89</sup>, Gründerservice St. Pölten, gibt es Auswertungen der Gründungen inklusive und exklusive Personenbetreuung jedoch keine für die Öffentlichkeit zugängige auf Bezirksebene. Somit sind auch die Zahlen der Bezirke mit hoher Gründungsintensität wie Waidhofen an der Ybbs mit einem Wert von 6,7 und Güssing mit 7,2 je 1.000 Einwohner nicht aussagekräftig und vergleichbar.

---

<sup>85</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993-2019: Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter [http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf?\\_ga=2.15247284.38483752.1602490892-809546043.1601364326](http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf?_ga=2.15247284.38483752.1602490892-809546043.1601364326), S. 34

<sup>86</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Unternehmensgründungen 1993-2019: Endgültige Ergebnisse. Veröffentlicht im Juli 2020. Online unter [http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf?\\_ga=2.15247284.38483752.1602490892-809546043.1601364326](http://wko.at/statistik/ng/ng2019e-gesamt.pdf?_ga=2.15247284.38483752.1602490892-809546043.1601364326), S. 52

<sup>87</sup>MRAK, Bianca, 2018. Bruck vor den Vorhang. Veröffentlicht am 22.08.2018 um 10:05 Uhr. Online unter [https://www.meinbezirk.at/bruck-an-der-leitha/c-wirtschaft/bruck-vor-den-vorhang\\_a2839034](https://www.meinbezirk.at/bruck-an-der-leitha/c-wirtschaft/bruck-vor-den-vorhang_a2839034)

<sup>88</sup> Gemäß Telefonat WKO Bezirksstelle Bruck an der Leitha MIT WEM?, Tel: 02162/ 62141, am 13.10.2020 um 08:20 Uhr

<sup>89</sup> Gemäß Telefonat Gründerservice St. Pölten mit Mag. Stefan Hefer, Tel: 02742/851/17710 vom 13.10.2020 um 08:28 Uhr

### 3.18. Überblick Startup-Szene INTERNATIONAL

#### Ziel

Neben den Branchen sollen auch die führenden Länder und Ökosysteme in der internationalen Startup-Szene identifiziert werden. Zudem sollen auch relevante Erfolgsfaktoren aufgezeigt werden.

#### Ergebnisse

Im Folgenden sind die Ergebnisse der internationalen Startups bezogen auf die Branche und Rate beschrieben.

##### 3.18.1. Branchen

Im Jahr 2017 machten Finanztechnologie-Startups 7,1 % aller weltweiten Startups aus. Dahinter zählen Life sciences and healthcare (6,8 %) und Artificial Intelligence (5 %) zu den führenden Branchen (sh. Abbildung 14).<sup>90</sup>

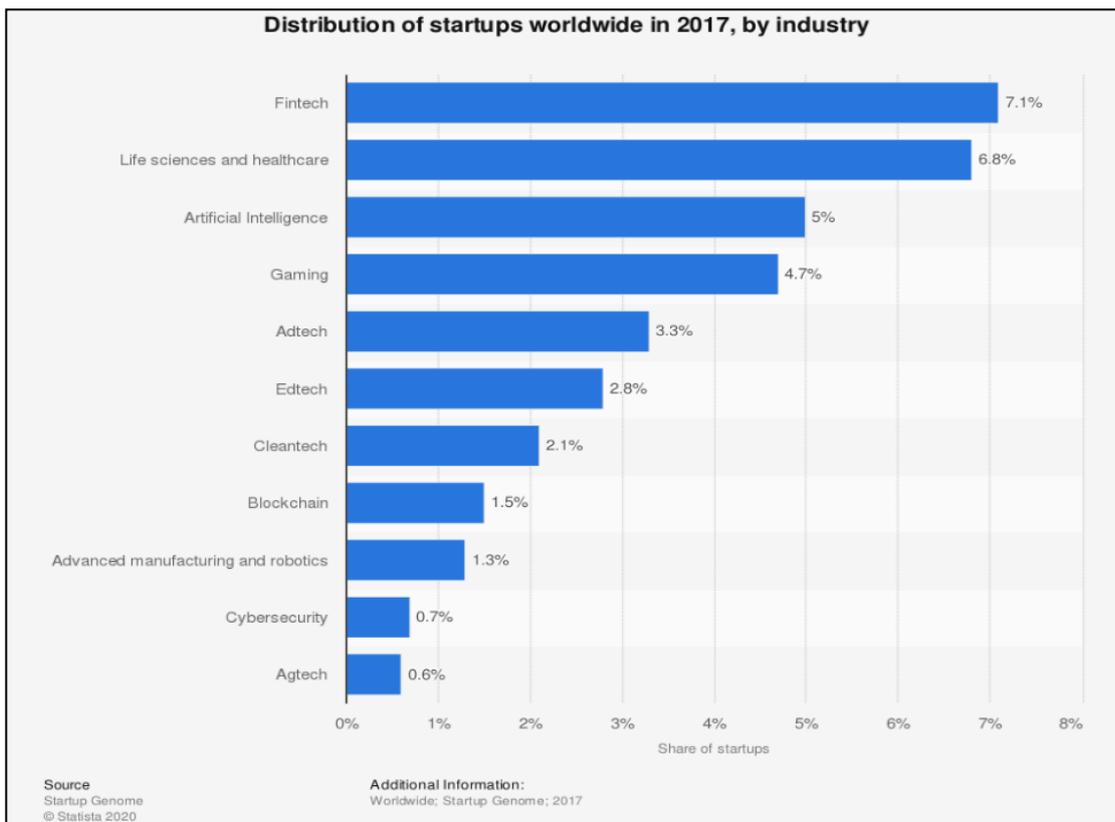


Abbildung 14: Distribution of startups worldwide in 2017, by industry<sup>91</sup>

<sup>90</sup> Statista, Inc. Online unter <https://www-statista-com.wn.idm.oclc.org/statistics/882615/startups-worldwide-by-industry/>, abgerufen am 30.09.2020 um 14:35 Uhr

<sup>91</sup> Statista, Inc. Online unter <https://www-statista-com.wn.idm.oclc.org/statistics/882615/startups-worldwide-by-industry/>, abgerufen am 30.09.2020 um 14:35 Uhr

### 3.18.2. Startup-Rate:

Die Gründungsrate ist der Prozentsatz der 18-64-jährigen EinwohnerInnen, die derzeit aktiv an der Gründung eines Unternehmens beteiligt sind, das sie besitzen oder mitbesitzen werden. Im Jahr 2019 betrug diese in den USA 11,8 %, zum Vergleich in Deutschland bei 5,3 % (sh. Abbildung 15).<sup>92</sup>

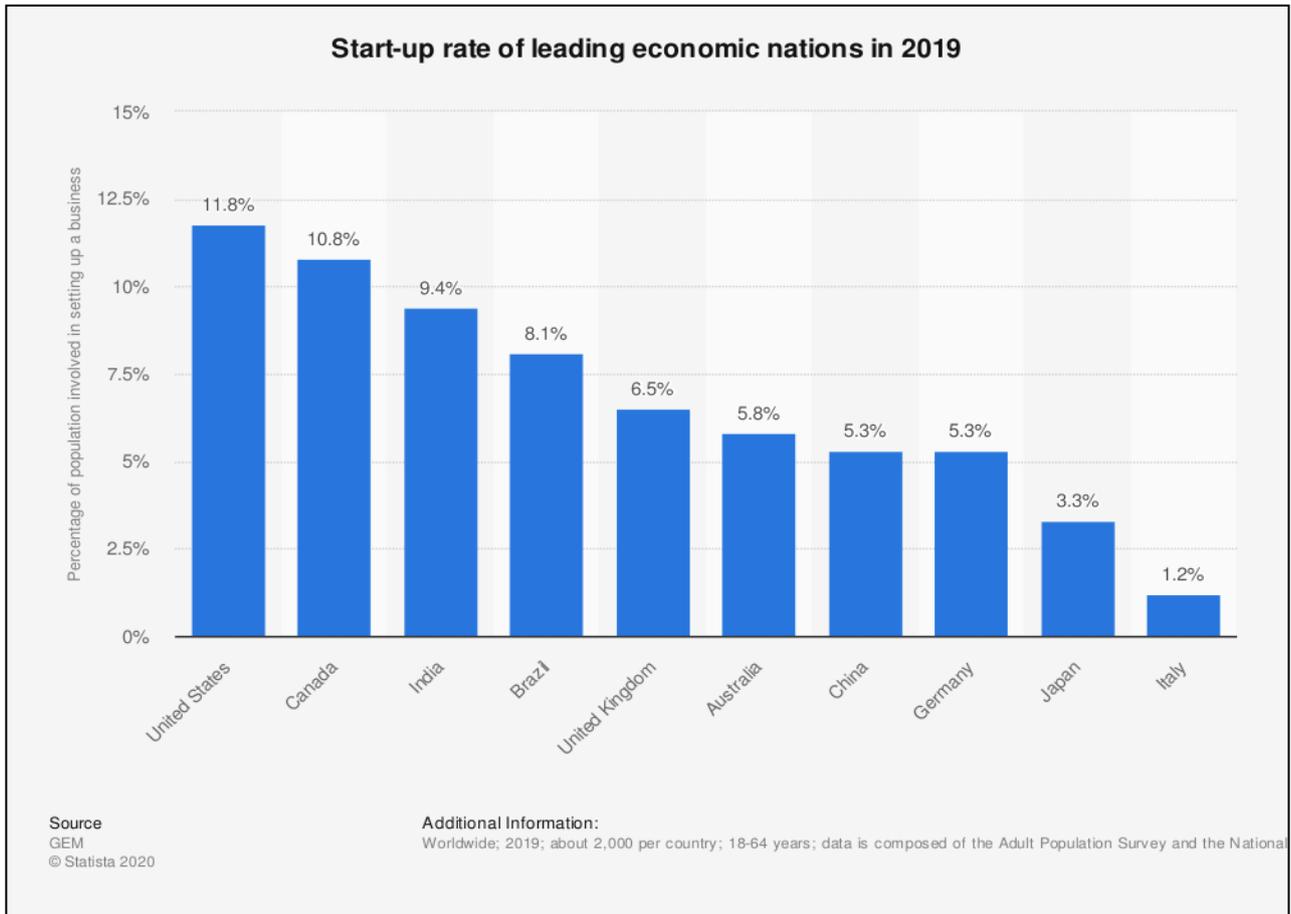


Abbildung 15: Startup rate of leading economic nations in 2019<sup>93</sup>

### 3.19. Startup-Ökosysteme

Der *Global Startup Ecosystem Report* ist ein Ranking, bei welchem die 30 weltweit führenden Startup-Ökosysteme ermittelt werden.

<sup>92</sup> Statista, Inc. Online unter <https://www-statista-com.wn.idm.oclc.org/statistics/268786/start-ups-in-leading-economic-nations/>, abgerufen am 30.09.2020 um 14:45 Uhr

<sup>93</sup> Statista, Inc. Online unter <https://www-statista-com.wn.idm.oclc.org/statistics/268786/start-ups-in-leading-economic-nations/>, abgerufen am 30.09.2020 um 14:45 Uhr

Der Fokus der Beurteilung liegt dabei auf folgenden Faktoren:<sup>94</sup>

- **Performance**  
Wert des Ökosystems (wirtschaftliche Auswirkungen gemessen anhand von Startup- und Exit-Bewertungen über einen Zeitraum von zweieinhalb Jahren), Anzahl und Wachstum der Exits, sowie die Erfolgsquote der Startups.
- **Funding**  
Finanzierungsvolumen und Finanzierungszugang in der Frühphase sowie Qualität und Aktivität der InvestorInnen.
- **Market Reach**  
Misst den Zugang zu Kunden in einer frühen Startphase. Berücksichtigt werden global führende Unternehmen und Unicorns (Startups mit über 1 Milliarde US\$ Unternehmensbewertung) im Ökosystem, die lokale Reichweite (Größe des lokalen Marktes in Abhängigkeit vom BIP des Landes) und die Unterstützung des politischen Umfeldes.
- **Experience & Talent**  
Bewertet die Talente, zu denen Startups in der Frühphase Zugang haben sowie die Startup-Erfahrung im Ökosystem
- **Connectedness**  
Vernetzung innerhalb des Ökosystems und die unterstützende Infrastruktur (z.B. Accelerator-Programme und Inkubatoren)
- **Knowledge**  
Bewertet werden die im Ökosystem vorhandenen Patente (Anzahl, Komplexität und Potenzial) sowie die Forschung und Wissenschaft (H-Index)
- **Growth Index**  
Bewertet das Wachstum der Exits von Technologie Startups und Wachstum der Frühphasenfinanzierung von Technologie-Startups im Ökosystem.

Das Ökosystem wird hierfür als gemeinsamer Ressourcenpool definiert, der sich im Allgemeinen innerhalb eines Radius von 100 Kilometern um einen Mittelpunkt in einer

---

<sup>94</sup> Startup Genome,2020. Online unter <https://startupgenome.com/article/methodology>, abgerufen am 01.10.2020 um 11.15 Uhr

bestimmten Region befindet, mit einigen wenigen Ausnahmen, die auf der örtlichen Realität beruhen.<sup>95</sup>

Die fünf Startup-Ökosysteme, welche das Ranking anführen sind (sh. Abbildung 16), und werden in den folgenden Abschnitten näher beschrieben:

1. Silicon Valley
2. New York
3. London
4. Peking
5. Boston



**Top 30 Global Startup Ecosystems and Runners-up**

	Ranking 2020	Change from 2019	Change from 2017
Silicon Valley	1	0	0
New York City	2 (tie)	0	0
London	2 (tie)	▲ 1	▲ 1
Beijing	4	0	0
Boston	5	0	0
Tel Aviv - Jerusalem	6 (tie)	0	▼ -1
Los Angeles	6 (tie)	0	▲ 3
Shanghai	8	0	0
Seattle	9	▲ 3	▲ 1
Stockholm	10	▲ 1	▲ 4
Washington DC	11	▲ 8	NEW
Amsterdam	12	▲ 3	▲ 7
Paris	13	▼ -4	▼ -2
Chicago	14	▲ 3	▲ 4
Tokyo	15	NEW	NEW
Berlin	16	▼ -6	▼ -9
Singapore	17	▼ -3	▼ -5
Toronto-Waterloo	18	▼ -5	▼ -2
Austin	19	▼ -3	▼ -6
Seoul	20	NEW	NEW
San Diego	21	▼ -1	NEW
Shenzhen	22	NEW	NEW
Atlanta	23	▲ 5	▼ -1
Denver-Boulder	24	▼ -3	▼ -3
Vancouver	25	▼ -1	▼ -10
Bangalore	26	▼ -8	▼ -6
Sydney	27	▼ -4	▼ -10
Hangzhou	28	NEW	NEW
Hong Kong	29	▼ -4	NEW
Sao Paulo	30	NEW	NEW
<i>31-35 and 36-40 are alphabetical order</i>			
Bern-Geneva		▼ -12	NEW
Dallas		NEW	NEW
Miami	31 (ties)	▼ -5	NEW
Munich		▼ -5	NEW
Salt Lake-Provo		NEW	NEW
Copenhagen		NEW	NEW
Delhi		NEW	NEW
Dublin	36 (ties)	▼ -10	NEW
Melbourne		NEW	NEW
Montreal		NEW	NEW

Abbildung 16: Top 30 Global Startup Ecosystems and Runners-up<sup>96</sup>

<sup>95</sup> Startup Genome, 2020. Online unter <https://startupgenome.com/article/methodology>, abgerufen am 01.10.2020 um 11:15 Uhr

<sup>96</sup> Startup Genome, 2020. The Global Startup Ecosystem Report 2020 (GSER2020). Veröffentlicht im Juni 2020. Online unter, <https://startupgenome.com/reports/gser2020>, S. 16

<sup>96</sup> Startup Genome, 2020. Online unter <https://startupgenome.com/article/rankings-top-40>, abgerufen am 01.10.2020

## USA

Mit 14 Startup-Ökosystemen im Ranking sind die USA, im Ländervergleich, ganz klar an erster Stelle.<sup>97</sup> Die Größe des Binnenmarktes sowie der Einwohnerzahl der Vereinigten Staaten spielen dabei eine wesentliche Rolle. Gleichwohl liegt es aber auch an der Mentalität der US-AmerikanerInnen. Gründergeist und Risikobereitschaft gehören zu den Grundtugenden jeglichen Wirtschaftens. Mit dem eigenen Unternehmen zu scheitern, wird in den USA nicht als negativ, sondern als neue Erfahrung wahrgenommen.<sup>98</sup>

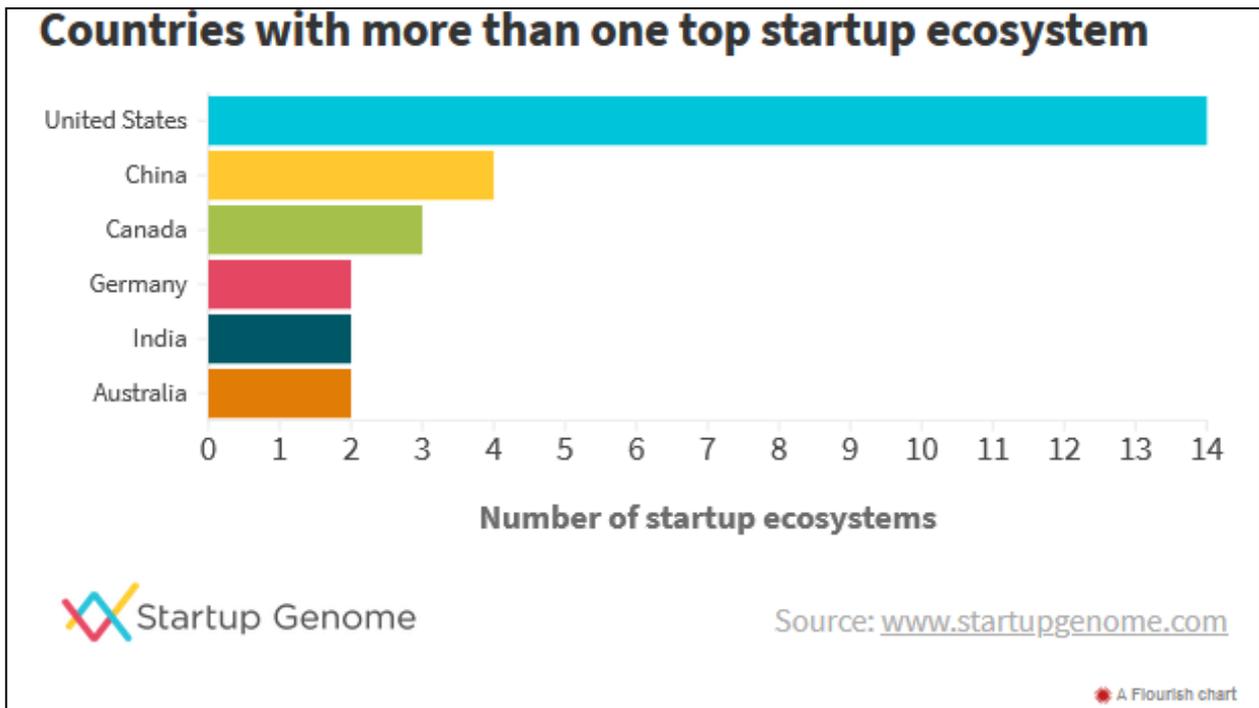


Abbildung 17: Countries with more than one top startup ecosystem<sup>99</sup>

### **Enorme Anzahl an Kapitalgebern**

Um die Startup-Szene herum hat sich eine hochspekulative Finanzindustrie von Business Angels und Venture Capital Firmen gebildet. Aber nicht nur die Zahl der InvestorInnen ist über die Jahre gewachsen, auch das Spektrum und der Internationalisierungsgrad der Finanzierungsangebote haben sich dramatisch erweitert. So sind, speziell aus dem asiatischen Raum, gleich mehrere milliardenschwere Venture Capital Firmen

<sup>98</sup> IHK zu Dortmund. Online unter <https://www.dortmund.ihk24.de/produktmarken/beratung-und-service/international/startups/startup-szenen-weltweit/usa-land-der-unbegrenzten-finanzmoeglichkeiten-3971784>, abgerufen am 11.10.2020 um 11:25 Uhr

<sup>99</sup> Startup Genome, 2020. Online unter <https://startupgenome.com/article/rankings-top-40>, abgerufen am 01.10.2020

hinzugekommen. Startups, welche bei sogenannten Mega-Rounds 100 Millionen US\$ und mehr einsammeln, sind keine Seltenheit mehr.<sup>100</sup>

### Drei Startup-Ökosysteme in den USA unter den Top fünf weltweit:

#### ***Silicon Valley #1***

Das Silicon Valley in Nordkalifornien belegt Platz eins im Ranking der weltweit führenden Startup-Ökosysteme<sup>101</sup> und ist der Brennpunkt für die Hightech-Szene in den USA. Ausschlaggebend für den Erfolg ist vor allem die enge Verknüpfung von Wirtschaft und Wissenschaft. Mit der Stanford University und der UC Berkeley befinden sich zwei der weltbesten Universitäten im direkten Umfeld. Hinzu kommt, dass die Venture Capital-Szene im Silicon Valley extrem präsent ist.

#### ***New York #2***

Internationalität, ein großes Netzwerk von InvestorInnen und AcceleratorInnen sowie zahlreiche Förderprogramme führen dazu, dass New York ebenfalls zu den weltweit erfolgreichsten Startup-Ökosystemen zählt.

#### ***Boston #5***

Auf Platz fünf im Ranking findet sich die Region Boston/Cambridge im Umfeld der Harvard University, die vor allem für ihre Expertise im Bereich Life-Sciences weltweit bekannt ist.<sup>102</sup>

### **Vereinigtes Königreich / London**

Die Startup-Szene im Vereinigten Königreich ist stark im Aufschwung. Vor allem die englische Hauptstadt London hat sich im Ranking von Startup Genome, in den letzten Jahren stark verbessert (sh. Abbildung 18).<sup>103</sup>

---

<sup>100</sup> Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH. Online unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/specials/special/usa/trend-land-usa-75436>, abgerufen am 11.10.2020 um 12:05 Uhr

<sup>101</sup> Startup Genome, 2020. Online unter <https://startupgenome.com/article/rankings-top-40>, abgerufen am 11.10.2020 um 12:39 Uhr

<sup>102</sup> IHK zu Dortmund. Online unter <https://www.dortmund.ihk24.de/produktmarken/beratung-und-service/international/startups/startup-szenen-weltweit/usa-land-der-unbegrenzten-finanzmoeglichkeiten-3971784>, abgerufen am 11.10.2020 um 11:25 Uhr

<sup>103</sup> Startup Genome, 2020. Online unter <https://startupgenome.com/article/rankings-top-40>, abgerufen am 01.10.2020 um 11:45 Uhr

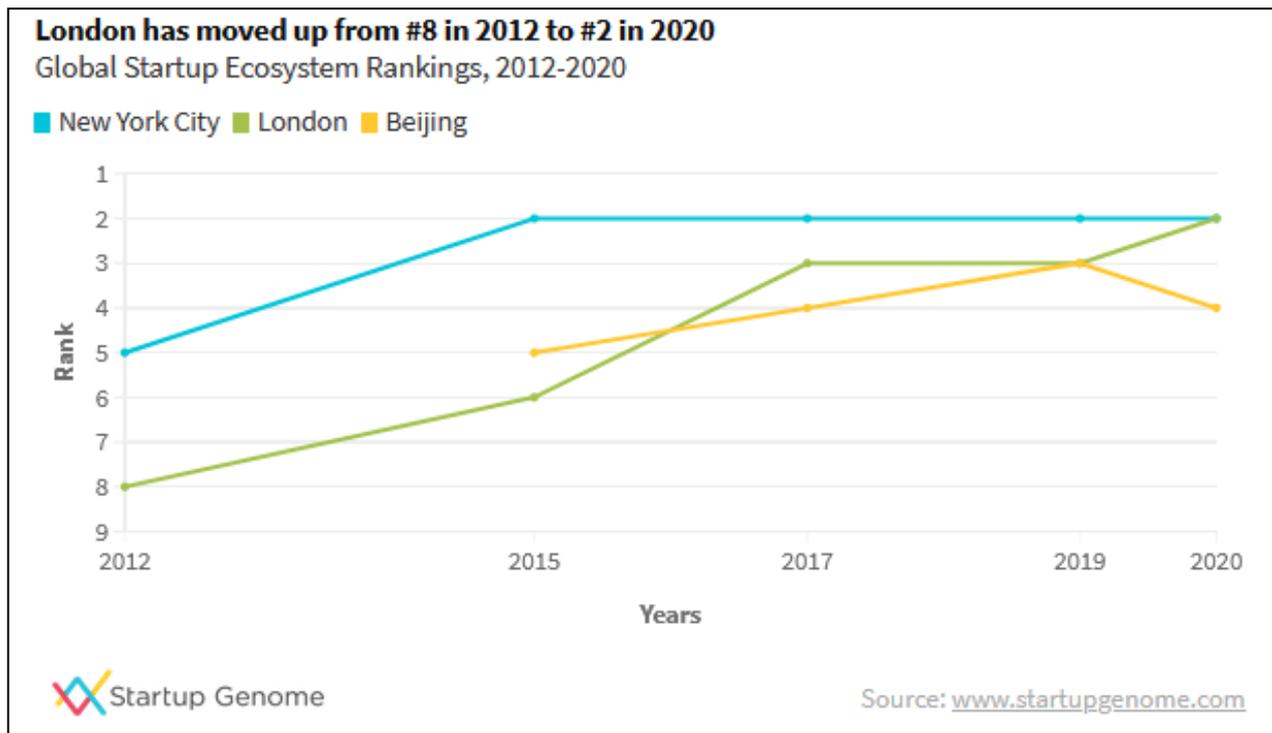


Abbildung 18: London has moved up from #8 in 2012 to #2 in 2020<sup>104</sup>

### **Wichtige Fakten zu London**

- sehr hohe Dichte an InvestorInnen
- 4.489 InvestorInnen in London ansässig, zunehmendes Interesse US-amerikanischer und asiatischer Investoren
- starke internationale Vernetzung
- Visum-Programm für Startup-Unternehmen
- Verfügbarkeit hochqualifizierter Fachkräfte
- mehrere Spitzenuniversitäten<sup>105</sup>
- 145 Accelerator-Programme<sup>106</sup>

<sup>104</sup> Startup Genome, 2020. Online unter <https://startupgenome.com/article/rankings-top-40>, abgerufen am 01.10.2020 um 11:45 Uhr

<sup>105</sup> Common Wisdom London, 2020. London Startup Ecosystem Report 2020. Online unter <https://startupsoflondon.com/london-startup-ecosystem-ultimate-report-2020/>, abgerufen am 07.10.2020 um 09:20 Uhr

<sup>106</sup> Dealroom.co, 2020 <https://datacommons.technation.io/>, abgerufen am 07.10.2020 um 09:50 Uhr

- Unzählige Events und Treffen: laut Tech Nation Report 2019<sup>107</sup> zählt London zu den Top 3 Tech-Meetup-Cities nach Mitgliedern in 2018 (sh. Abbildung 19)
- Im Vereinigten Königreich gibt es 3527 Tech-Meetup Gruppen mit über 1,6 Mio. Mitgliedern und 283 Locations.

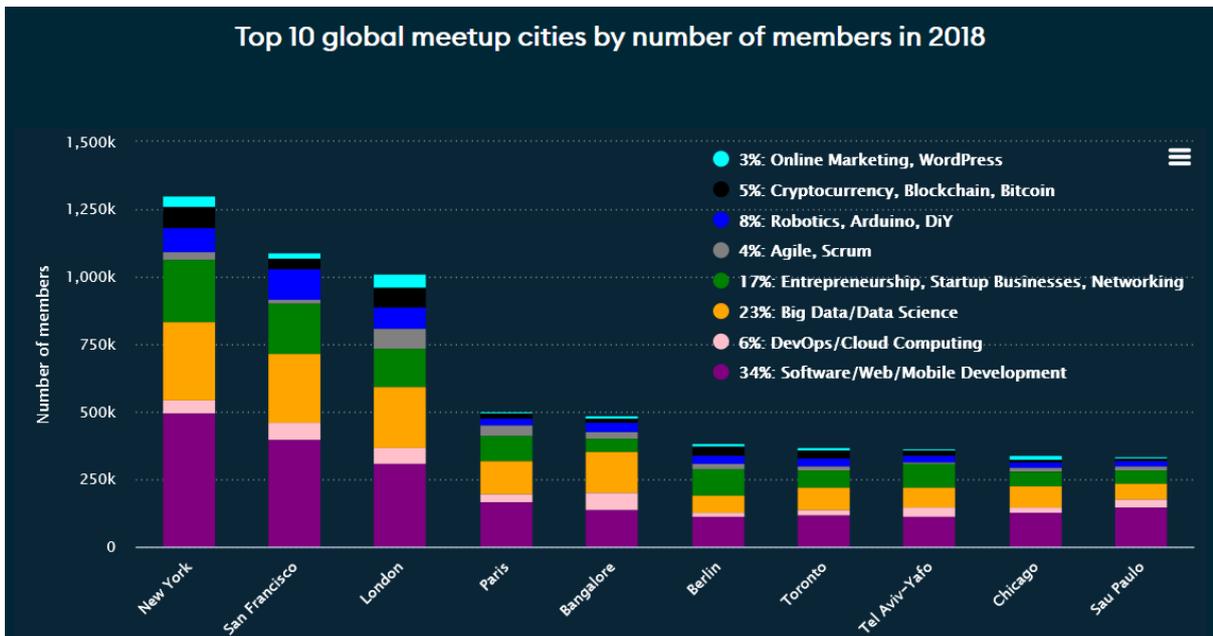


Abbildung 19: Top 10 global meetup cities by number of members in 2018<sup>108</sup>

## China

Chinas Startup-Szene ist in den letzten Jahren massiv gewachsen und zählt zu den stärksten weltweit.

### Vier chinesische Städte finden sich im Ranking des Global Startup Ecosystem Report 2020:<sup>109</sup>

- Peking #4
- Shanghai #8
- Shenzhen #22
- Hangzhou #28

<sup>107</sup> Tech Nation, 2020. Online unter <https://technation.io/report2019/#21-meetups>, abgerufen am 07.10.20 um 10:15 Uhr

<sup>108</sup> Tech Nation, 2020. Online unter <https://technation.io/report2019/#21-meetups>, abgerufen am 07.10.20 um 10:15 Uhr

<sup>109</sup> Startup Genome, 2020. Online unter <https://startupgenome.com/article/rankings-top-40>, abgerufen am 01.10.2020

### ***Starke Involvierung des Staates***

Die Startup-Kultur des technologiebegeisterten Landes zeichnet sich durch hohe Risikobereitschaft und enorm viel Risikokapital aus. Bereitgestellt wird es von der Privatwirtschaft sowie vom Staat, welcher durch eine umfassende Innovations- und Hightech-Strategie, die Technologieführerschaft in vielen Bereichen anstrebt. In den landesweit 156 Hightech-Zonen und 115 Forschungsparks der führenden Universitäten werden vor allem strategisch wichtige Industriebereiche wie Elektromobilität, Biotechnologie, moderne Informations- und Kommunikations-Technologie, Big Data oder künstliche Intelligenz (KI) gefördert. Als wichtigste Zone zählt hierbei der Hightech-Park Zhonguancun im Universitätsbezirk Haidian der Hauptstadt Peking, welcher auch als Antwort auf das amerikanische Silicon Valley gilt.

### ***Risikokapital von Tech-Giganten***

Neben dem Staat sorgen Chinas etablierte Tech-Riesen *Baidu*, *Alibaba* und *Tencent* für die Finanzierung der Startups. Mitte 2018 waren diese drei Unternehmen, bei mehr als der Hälfte der chinesischen Unicorns beteiligt.<sup>110</sup>

### ***Fazit***

Finanztechnologie, Life science and healthcare, sowie Artificial Intelligence sind die führenden Branchen in der weltweiten Startup-Szene. Im Ländervergleich sind die USA, mit 14 Startup-Ökosystemen im Ranking der Top 40 und einer hohen Gründungsrate (11,8 %), ganz klar die Nummer Eins. Die Startup-Szene in China ist stark im Aufschwung und im europäischen Raum ist Großbritannien, vor allem mit dem Ökosystem in London, voran.

Die folgenden Kriterien sind zentrale Erfolgsfaktoren für Startup-Ökosysteme:

Ausreichend **Kapital** für Startups. Das Finanzierungsvolumen, der Finanzierungszugang in der Frühphase sowie Qualität und Aktivität der InvestorInnen sind wesentlich für ein erfolgreiches Startup-Ökosystem.

Die **Vernetzung innerhalb** des Ökosystems sowie die unterstützende Infrastruktur (z.B. Accelerator-Programme und Inkubatoren). Top gewertete Startup-Ökosysteme

---

<sup>110</sup> vgl. Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH. Online unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/specials/special/china/trend-land-china-75342>, abgerufen am 11.10.2020 um 15:03 Uhr

weisen zudem auch eine starke Meetup-Szene und eine Vielzahl an Events und Veranstaltungen auf.

Zugang zu **Erfahrung & Talent** - Talente, zu denen Startups in der Frühphase Zugang haben sowie die Startup-Erfahrung im Ökosystem. Dabei ist vor allem die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen und Universitäten im Umfeld der Startup-Ökosysteme ein wichtiger Punkt.

Die lokale **Reichweite des Marktes**, Unterstützung durch das politische Umfeld sowie der Zugang zu KundInnen in einer frühen Phase, spielen ebenfalls eine wichtige Rolle.

### 3.20. Startup MitbewerberInnen

#### Ziel

Das Ziel der Recherche dieses Kapitels war es, sowohl regional als auch landes- und bundesweit nach MitbewerberInnen der Startup Szene und im Bereich Unternehmensgründung zu suchen. Einerseits um einen detaillierten Überblick über das aktuell bestehende Angebot in einem Umkreis von 30 Kilometern zu bekommen und andererseits, um Anknüpfungspunkte für die Best-Practice Analyse zu finden.

#### Ergebnisse

##### 3.20.1. Regionale Projekte



Abbildung 20: Unterstützer der Leader Initiative<sup>111</sup>

<sup>111</sup> EISENSTRASSE NIEDERÖSTERREICH, 2020. Leader Region. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:05 Uhr. Online unter <http://www.eisenstrasse.info/index.php?id=32>

Das Projekt „Leader Region NÖ“<sup>112</sup> in der Eisenstraße ist ein EU-Förderprogramm für ländliche Entwicklung und richtet den Fokus auf keine spezielle Zielgruppe und ist somit für alle Branchen offen. Diese müssen jedoch einen Beitrag zu den sieben Strategiezielen und den fünf Kernzielen der Region Eisenstraße leisten.

Exemplarisch werden hier der Punkt 2 der Strategie und das 5. Kernziel – beide speziell die Gründerszene betreffend – angeführt.

## **2. Junges Unternehmertum**

Was benötigen Jungunternehmer und EPU's? Auf diese Frage fand eine kreative Gruppe im Rahmen des Bürgerbeteiligungsprozesses die dreidimensionale Antwort „Kohle, Raum und Zeit“, die sogleich namensgebend für diesen Schwerpunkt ist.

**Grundsätzliche Zielsetzung:** Erhöhung der Gründerquote

**Schwerpunkte:** Maßnahmen im Bereich (alternativer) GründerInnen-Finanzierung, Gemeinschaftsbüros, Mentoring

**Leitprojekte:** Crowdfunding-Plattform, Netz von Co-Working-Spaces (Gemeinschaftsbüros) rund um die Zentren Wieselburg-Scheibbs-Waidhofen a.d.Y., Mentoren-Programm

**Themenfeldsprecher:** Gregor Haslinger MBA, CMC<sup>113</sup>

**Das 5. Kernziel lautet:** 5 % Gründerquote

Mit einer Gründungsintensität von 4,1 Prozent je 1.000 Einwohner liegt die Region Mostviertel-Eisenwurzen unter dem NÖ-Schnitt (4,8 %) und weit unter dem Österreich-Mittelwert (8 %). Ziel ist es, die Gründerquote durch Maßnahmen für junges Unternehmertum signifikant zu steigern.<sup>114</sup>

---

<sup>112</sup> EISENSTRASSE NIEDERÖSTERREICH, 2020. Was ist Leader? Abgerufen am 29.09.2020 um 08:45 Uhr. Online unter <http://www.eisenstrasse.info/index.php?id=1078>

<sup>113</sup> EISENSTRASSE NIEDERÖSTERREICH, 2020. Eisenstraße 2020-Strategie. Abgerufen am 29.09.2020 um 08:47 Uhr. Online unter <http://www.eisenstrasse.info/index.php?id=1079>

<sup>114</sup> EISENSTRASSE NIEDERÖSTERREICH, 2020. Eisenstraße 2020-Strategie. Abgerufen am 29.09.2020 um 08:47 Uhr. Online unter <http://www.eisenstrasse.info/index.php?id=1079>

## Gründung findet Stadt



Abbildung 21: Logo der Initiative Gründung findet Stadt<sup>115</sup>

Das Projekt „Gründung findet Stadt“ legt den Fokus auf Leerstände, jedoch auf keine spezielle Zielgruppe und ist für alle Branchen offen.

### Das Förder-Paket „Gründung findet Stadt“ bietet:

- eine attraktive Möglichkeit, ein geeignetes Geschäftslokal zu finden.
- kostenlose Beratung und Unterstützung beim Erstellen eines Business-Plans durch die Gründeragentur riz up
- Hilfe bei der Suche nach einem geeigneten Leerstand in einer der vier teilnehmenden Gemeinden Purgstall a. d. Erlauf, Scheibbs, Waidhofen a. d. Ybbs, Wieselburg
- kostenlose Beratung durch die WK Niederösterreich
- Mentoring: Regionale Wirtschaftstreibende stehen den GründerInnen als Mentoren zur Seite
- gutes Netzwerk durch die kostenlose Teilnahme an der Gründerküche (1 x pro Region)
- kostenlose Öffentlichkeitsarbeit durch die Marketing-Plattform der Initiative „Gründung findet Stadt“
- bis zu € 7.500,- netto an Unterstützung für bestimmte Sachkosten
- kostenlose Beratung/Bedarfserhebung bezüglich Einsatz der finanziellen Unterstützung durch die Eisenstraße Niederösterreich<sup>116</sup>

<sup>115</sup> EISENSTRASSE NIEDERÖSTERREICH, 2020. Startseite Gründung findet Stadt. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:12 Uhr. Online unter <https://www.gruendungfindetstadt.at/>

<sup>116</sup> EISENSTRASSE NIEDERÖSTERREICH, 2020. Startseite Gründung findet Stadt. Abgerufen am 29.09.2020 um 08:53 Uhr. Online unter <https://www.gruendungfindetstadt.at/>

### 3.20.2. Ecospace



Abbildung 22: Logo der Firma ECOSPACE<sup>117</sup>

ECOSPACE ist ein Kollaborations- und Innovationszentrum für Startups, KMUs & für innovative Persönlichkeiten und beherbergt aktuell 24 Unternehmen. Dabei steht ECO für economical und ecological (ökologisch, nachhaltig) und SPACE für Raum (Wirtschaftsraum).<sup>118</sup>

#### ***ECOSPACE: ökologischer, nachhaltiger Wirtschaftsraum***

Die Ziele von ECOSPACE lauten:

- Förderung des Eintritts in die Selbstständigkeit und die Betriebsnachfolge
- Ängste potenzieller JungunternehmerInnen vor einer Gründung nehmen
- Innovation vorantreiben
- Mit der Entwicklung der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Megatrends gemeinsam Schritt halten
- Vernetzung zwischen den Firmen und Institutionen vorantreiben
- Mittels Aufbaus einer „Wieselburger Sharing Economy“ Wieselburgs Wirtschaft und Gesellschaft einen nachhaltigen Impuls, kreativen Raum, neue Wege und Ideen und wertbringende Unterstützung geben<sup>119</sup>

---

<sup>117</sup> QUALITYFOX KG, 2020. Startseite Ecospace Wieselburg. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:15 Uhr. Online unter <https://www.ecospace.at/>

<sup>118</sup> Überblick - ECOSPACE Coworking Wieselburg

<sup>119</sup> QUALITYFOX KG, 2020. Startseite Ecospace Wieselburg. Abgerufen am 06.10.2020 um 09:50 Uhr. Online unter <https://www.ecospace.at/>

## Technopol TFZ Technologie- und Forschungszentrum Wieselburg-Land



Abbildung 23: Screenshot Startseite Technopol Wieselburg Land<sup>120</sup>

Als internationales Zentrum für Bioenergiesysteme, Lebensmittel-, Wasser- und Agrartechnologie ist Wieselburg der jüngste Technopolstandort in Niederösterreich. Technopol vernetzt ansässige Forschungs- und Ausbildungseinrichtungen mit technologischen Unternehmen. Durch diese Zusammenarbeit werden Synergien genutzt und unterschiedliche Kompetenzen miteinander verknüpft. Startups und Spin-offs finden bei ecoplus, der Wirtschaftsagentur des Landes Niederösterreich, die passenden Angebote, einerseits über die Tochter rizup beziehungsweise über die Technopole, wo die StandortleiterInnen individuelle, maßgeschneiderte Beratungen durchführen.

### Der Technopol Wieselburg in Zahlen



Abbildung 24: Der Technopol in Zahlen<sup>121</sup>

<sup>120</sup> ECOPLUS. NIEDERÖSTERREICHIS WIRTSCHAFTSAGENTUR GMBH 2020. Interessiert an, Technopole, Technopol Wieselburg. Abgerufen am 28.10.2020 um 08:25 Uhr. Online unter <https://www.ecoplus.at/interessiert-an/technopole/technopol-wieselburg/>

<sup>121</sup> ECOPLUS. NIEDERÖSTERREICHIS WIRTSCHAFTSAGENTUR GMBH, 2020. Interessiert an, Technopole, Technopol Wieselburg. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:26 Uhr. Online unter <https://www.ecoplus.at/interessiert-an/technopole/technopol-wieselburg/>

## **Geschäftsmodell – Leistungen – Nutzen**

- Vernetzung der Forschungseinrichtungen mit der regionalen Wirtschaft und den Ausbildungseinrichtungen am Standort
- Initiieren von innovativen Projekten
- Sichtbarmachung der Kompetenzen<sup>122</sup>

### **Initiativen in Scheibbs**

## **Förderungen und Beratungen**

### **StartUp-Programm**

Gründer- und Jungunternehmerberatung



Abbildung 25: Überblick über das Angebot der WKO am Standort Scheibbs<sup>123</sup>

Scheibbs ist ein Mitglied der Leader Region NÖ – Eisenstraße und teilt die Initiative Gründung findet Stadt.

Die Wirtschaftskammer Österreich betreibt eine Außenstelle in Scheibbs, wo ExpertInnen zum Thema Gründung zur Verfügung stehen.

### **Initiativen in Waidhofen/Ybbs**

Waidhofen an der Ybbs ist ein Mitglied der Leader Region NÖ – Eisenstraße

Die aktuelle Initiative findet unter dem Namen Gründerspaziergang statt. Neben Informationen zur Entwicklung der Innenstadt Waidhofens werden auch Leerstände besichtigt.

Unterstützung erfährt die Initiative durch ExpertInnen von Wirtschaftskammer NÖ, riz up und der Stadt Waidhofen.

<sup>122</sup> ECOPLUS. NIEDERÖSTERREICHS WIRTSCHAFTSAGENTUR GMBH, 2020. Interessiert an, Technopole, Technopol Wieselburg. Abgerufen am 06.10.2020 um 14:48 Uhr. Online unter <https://www.ecoplus.at/interessiert-an/technopole/technopol-wieselburg/>

<sup>123</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Förderungen und Beratungen, StartUp-Programm. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:28 Uhr. Online unter <https://www.wko.at/site/foerderungen-beratungen/Unternehmens-Startprogramm.html>



## Spaziergang für GründerInnen

Abbildung 26: Spaziergang für GründerInnen<sup>124</sup>

### **Beta-Campus**

Aus dem ehemaligen Bene-Werk in Waidhofen an der Ybbs wurde der Beta-Campus. In der Software-Entwicklung steht das Wort Beta für eine vorläufige Version. Der Beta-Campus ist ein solcher Vorgriff – auf die Zukunft des Wohnens, des Arbeitens, Lernens, Forschens und Netzwerkens.

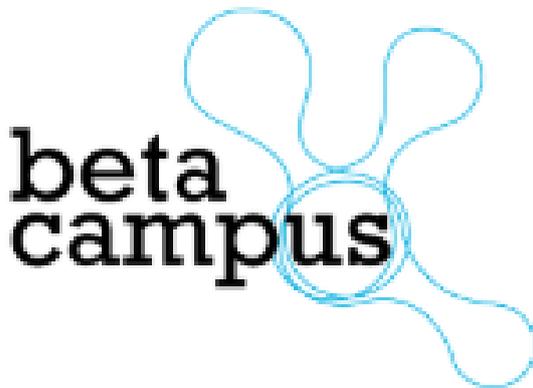


Abbildung 27: Logo beta campus<sup>125</sup>

Aktuell stehen im Coworking Space Flex und Fixdesks sowie Meetingräume zur Vermietung bereit.

---

<sup>124</sup> MAGISTRAT WAIDHOFEN A/D YBBS, 2020. Spaziergang für GründerInnen. Veröffentlicht am 07.01.2020. Online unter <https://waidhofen.at/stadt-waidhofen-ad-ybbs/news-1/spaziergang-fuer-gruenderinnen>

<sup>125</sup> BETA-CAMPUS, 2020. Startseite Beta-Campus. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:39 Uhr. Online unter <https://beta-campus.at/>

## Der Beta-Campus - in seiner Vollversion

- soll Begeisterung für technische Berufe schaffen, die Anzahl der Auszubildenden (SchülerInnen, Lehrlinge, StudentInnen) erhöhen und AbsolventInnen in die Region bringen.
- wird als Schaufenster, Arbeits- und Experimentierraum gemeinsam mit Betrieben in der Region Drehscheibe und Begegnungsraum sein.
- wird der attraktive Ort für Innovation, Forschung & Entwicklung, Inkubation, Neugründung, Vernetzung und Community und soll damit die Innovationskompetenz der Region steigern.<sup>126</sup>



Abbildung 28: Grafische Darstellung des beta campus in seiner Endausbaustufe<sup>127</sup>

<sup>126</sup> BETA-CAMPUS, 2020. Startseite Beta-Campus. Abgerufen am 29.9.2020 um 09:40 Uhr. Online unter <https://beta-campus.at/>

<sup>127</sup> BETA-CAMPUS, 2020. Startseite Beta-Campus. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:40 Uhr. Online unter <https://beta-campus.at/>

## **riz up Gründerzentrum Waidhofen/Ybbs**



riz up Gründerzentrum Waidhofen/Ybbs

Abbildung 29: Screenshot der Übersicht der Leistungen am Standort<sup>128</sup>

### **Wirtschaftskammer Österreich**

Die Beratung für Waidhofen an der Ybbs findet am Standort Amstetten statt.129

## **Förderungen und Beratungen**

### **StartUp-Programm**

Gründer- und Jungunternehmerberatung



Abbildung 30: Überblick über das Angebot der WKO am Standort Waidhofen/Ybbs; Amstetten<sup>130</sup>

<sup>128</sup> RIZ UP NIEDERÖSTERREICHS GRÜNDERAGENTUR GMBH, 2020. Riz up Gründerzentrum Waidhofen/Ybbs. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:42 Uhr. Online unter <https://www.riz-up.at/mietflaechen-und-seminarraeume/waidhofenybbs/>

<sup>129</sup> riz up Gründerzentrum Waidhofen/Ybbs » riz up (riz-up.at)

<sup>130</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Förderungen und Beratungen, StartUp-Programm. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:43 Uhr. Online unter <https://www.wko.at/site/foerderungen-beratungen/Unternehmens-Startprogramm.html>

## Initiativen in Amstetten

**riz up**



einfach starten, sicher wachsen.

KUNDENSTIMMEN KONTAKT ANFAHRT



BERATUNG SEMINARE & VERANSTALTUNGEN VERMIETUNG DIGITHEK **WETTBEWERBE** NETZWERK



Abbildung 31: Screenshot der Übersicht der Leistungen am Standort<sup>131</sup>

Das **riz up Gründerzentrum Amstetten** bietet flexible Bürolösungen, moderne Produktionsflächen, Services von der Benutzung von Besprechungsräumen bis zum Postservice und ein Buffet vor Ort, das vom Snack für zwischendurch bis zum Catering für Veranstaltungen alle Wünsche erfüllt.

Aktuell sind am Standort Amstetten 29 Unternehmen eingemietet.<sup>132</sup>

### Quartier A



Abbildung 32: Logo Quartier A<sup>133</sup>

Das Quartier A wird von der ÖBB Immobilienmanagement GmbH entwickelt. Sie handelt im Auftrag und in Abstimmung mit der ÖBB Infrastruktur AG, die auch die Liegenschaftseigentümerin der Entwicklungsflächen in Amstetten ist.

<sup>131</sup> RIZ UP NIEDERÖSTERREICHS GRÜNDERAGENTUR GMBH, 2020. Riz up Gründerzentrum Amstetten. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:46 Uhr. Online unter <https://www.riz-up.at/mietflaechen-und-seminarraeume/amstetten/>

<sup>132</sup> RIZ UP NIEDERÖSTERREICHS GRÜNDERAGENTUR GMBH, 2020. Riz up Gründerzentrum Amstetten. Abgerufen am 06.10.2020 um 14:28Uhr. Online unter <https://www.riz-up.at/mietflaechen-und-seminarraeume/amstetten/>

<sup>133</sup> ÖBB IMMOBILIENMANAGEMENT GMBH, 2020. Startseite Quartier A. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:48 Uhr. Online unter <http://quartier-a.at/>

Mit dem Quartier A entsteht in Amstetten ein Immobilienprojekt mit Pioniercharakter: Auf insgesamt rund 90.000 Quadratmetern werden Working Spaces, Seminarräume, Gesundheitseinrichtungen und neue Wohnformen gebaut. Das Quartier A wird ein Raum für Startups, Technologieunternehmen, Kreativindustrie und Bildungseinrichtungen und ist – direkt am Bahnhof Amstetten gelegen – sowohl von Wien als auch aus dem Linzer Zentralraum rasch erreichbar. Kurze Wege innerhalb des Quartiers, Smart Mobility Konzepte und moderne Kommunikationstechnologien schaffen mehr Zeit für Business und Freizeit.<sup>134</sup>

Aktuell wird ein Coworking Space, im ehemaligen Volleyballhaus, ein Nebengebäude der Remise am Bahnhofsgelände, angeboten.

### **Wirtschaftskammer Österreich – Beratungsstelle Amstetten**

Förderungen und Beratungen

StartUp-Programm

Gründer- und Jungunternehmerberatung



Abbildung 33: Überblick über das Angebot der WK am Standort Amstetten<sup>135</sup>

<sup>134</sup> ÖBB IMMOBILIENMANAGEMENT GMBH, 2020. Masterplan. Abgerufen am 09.09.2020 um 10:15 Uhr. Online unter <http://quartier-a.at/masterplan/>

<sup>135</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, 2020. Förderungen und Beratungen, StartUp-Programm. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:50 Uhr. Online unter <https://www.wko.at/site/foerderungen-beratungen/Unternehmens-Startprogramm.html>

### 3.20.3. Landesweite Projekte

#### SMARTUP St. Pölten in Kooperation mit FH St. Pölten



Abbildung 34: Screenshot Startseite SMARTUP<sup>136</sup>

Die Innovationsmeile St. Pölten bietet Vernetzung mit bestehenden Unternehmen und finanzielle Unterstützung für Startups mit dem Ziel ein Startup freundliches Ökosystem zu entwickeln und die Stadt St. Pölten als gründerfreundlich zu positionieren und zu etablieren. Intensive persönliche Vernetzung der GründerInnen untereinander sowie mit bestehenden Unternehmen, die Know-How anbieten, aber auch umgekehrt brauchen und die Zusammenarbeit mit der FH St. Pölten stehen im Fokus der Initiative.<sup>137</sup>

<sup>136</sup> FACHHOCHSCHULE ST. PÖLTEN FORSCHUNGSGMBH. Startseite Smartup. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:52 Uhr. Online unter <https://www.stp-smartup.at/>

<sup>137</sup> FACHHOCHSCHULE ST. PÖLTEN FORSCHUNGSGMBH. Entwickeln-Testen-Lernen. Abgerufen am 02.10.2020 um 08:13 Uhr. Online unter <https://www.stp-smartup.at/startups/>



Abbildung 35: Screenshot Startseite riz up<sup>138</sup>

Geschäftsmodell – Leistungen – Nutzen:

- fünf Standorte mit Mietern sowie zusätzliche Seminarräume
- acht zusätzliche Beratungszentren
- Vernetzung & Unterstützung bei Förderungen<sup>139</sup>

#### 3.20.4. Bundesweite Mitbewerber

Bei der Kick-Off Veranstaltung mit Bürgermeister Dr. Josef Leitner am 23.10.2020 wurde das von ihm als gutes Beispiel genannte Startup Center in 6112 Wattens einer genaueren Betrachtung unterzogen und in weiterer Folge in die Best Case Analyse aufgenommen.

<sup>138</sup> RIZ UP NIEDERÖSTERREICHS GRÜNDERAGENTUR GMBH, 2020. Startseite. Abgerufen am 26.10.2020 um 16:53 Uhr. Online unter <https://www.riz-up.at/>

<sup>139</sup> RIZ UP NIEDERÖSTERREICHS GRÜNDERAGENTUR GMBH, 2020. Startseite. Abgerufen am 29.9.2020 um 11:35 Uhr. Online unter <https://www.riz-up.at/>

## Werkstätte Wattens



Abbildung 36: Logo Werkstätte Wattens

### **Infrastruktur, Organisation und Aufbau**

Bei der Werkstätte Wattens handelt es sich um ein internationales Unternehmens- und Kreativzentrum für GründerInnen, Startups und Unternehmen in unterschiedlichen Entwicklungsphasen. Der Fokus liegt auf Technologie, Innovation, regionale Wertschöpfung und nachhaltigem Wachstum.

### **Eigentumsverhältnisse:**

Marktgemeinde Wattens (40 %)

Swarovski Finanz Gesellschaft mbH und (60 %; Gesellschafter: D. Swarovski KG [100%])

Standort: Weisstraße 9/ 6112 Wattens

Gründung: 2015

Geschäftsführer | CEO: Matthias Neeff

Gesamtfläche: 5.100m<sup>2</sup>

Mitarbeiter: 16

Neben einem Co-Working Space, Meeting Rooms, Team Offices und Produktions- und Werkstätteneinheiten, wird auch ein Fablab (CRI-Center for Rapid Innovation) zur individuellen Nutzung angeboten.<sup>140</sup> Dieses beinhaltet, auf einer Fläche von 300m<sup>2</sup>, fünf modernst ausgestattete Labs, welche unter anderem 3D-Drucker (Kunststoff und

---

<sup>140</sup> Werkstätte Wattens, 2020. Online unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de/ueber-uns>, abgerufen am 08.11.2020 um 19:40 Uhr

Metall), 3D-Scanner, CNC Fräsen, CO2-Laser Cutter und 6-Achs Roboter zur Verfügung stellen.<sup>141</sup>

Laut Website sind derzeit 32 Unternehmen und Projekte unterschiedlichster Art vor Ort.<sup>142</sup>

## Leistungen

### START\_UPS

Je nach Phase, in welcher sich das Startup befindet, wird dieses bei den individuellen Herausforderungen und Problematiken unterstützt. Hierfür wird, neben dem Raumangebot auch die Unterstützung durch ExpertInnen, Coaches und MentorInnen angeboten (sh. Abbildung 37).<sup>143</sup>

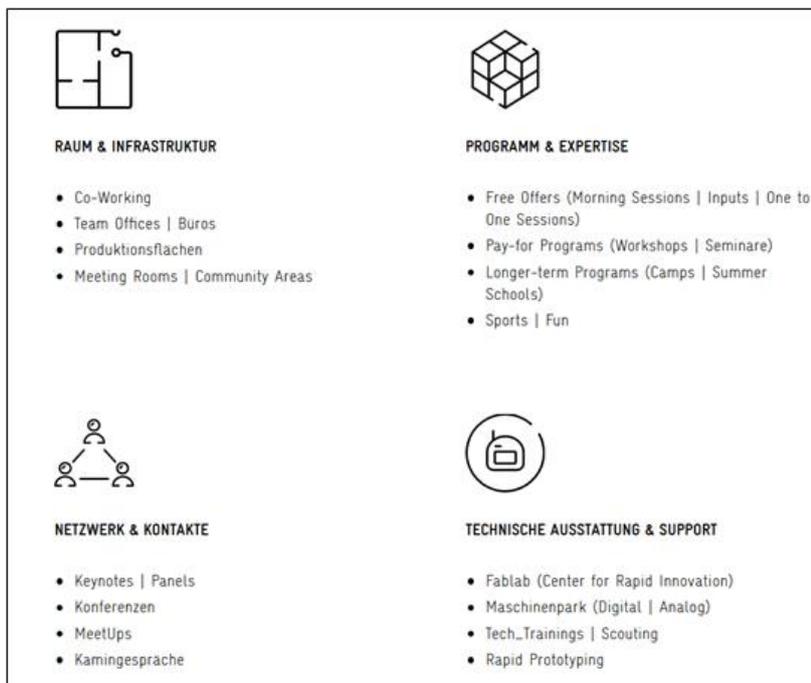


Abbildung 37: Programm für Startups

<sup>141</sup> Werkstätte Wattens. Online unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de/center-for-rapid-innovation>, abgerufen am 08.11.2020 um 19:42 Uhr

<sup>142</sup> Werkstätte Wattens. Online unter <https://www.werkstaette-wattens.at/de/ueber-uns/unternehmen-vor-ort>, abgerufen am 08.11.2020 um 20:22 Uhr

<sup>143</sup> Werkstätte Wattens. Online unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de/for-start-ups>, abgerufen am 08.11.2020 um 19:51 Uhr

## GROWN\_UPS

Auch für bereits etablierte Unternehmen bietet die Werkstätte Wattens Raum und Expertise für neue Innovationen und Initiativen. Dafür können je nach Themenstellung, Unternehmensanforderung und spezifischen Rahmenbedingungen individuelle Programme und Module zusammengestellt werden (sh. Abbildung 38).<sup>144</sup>

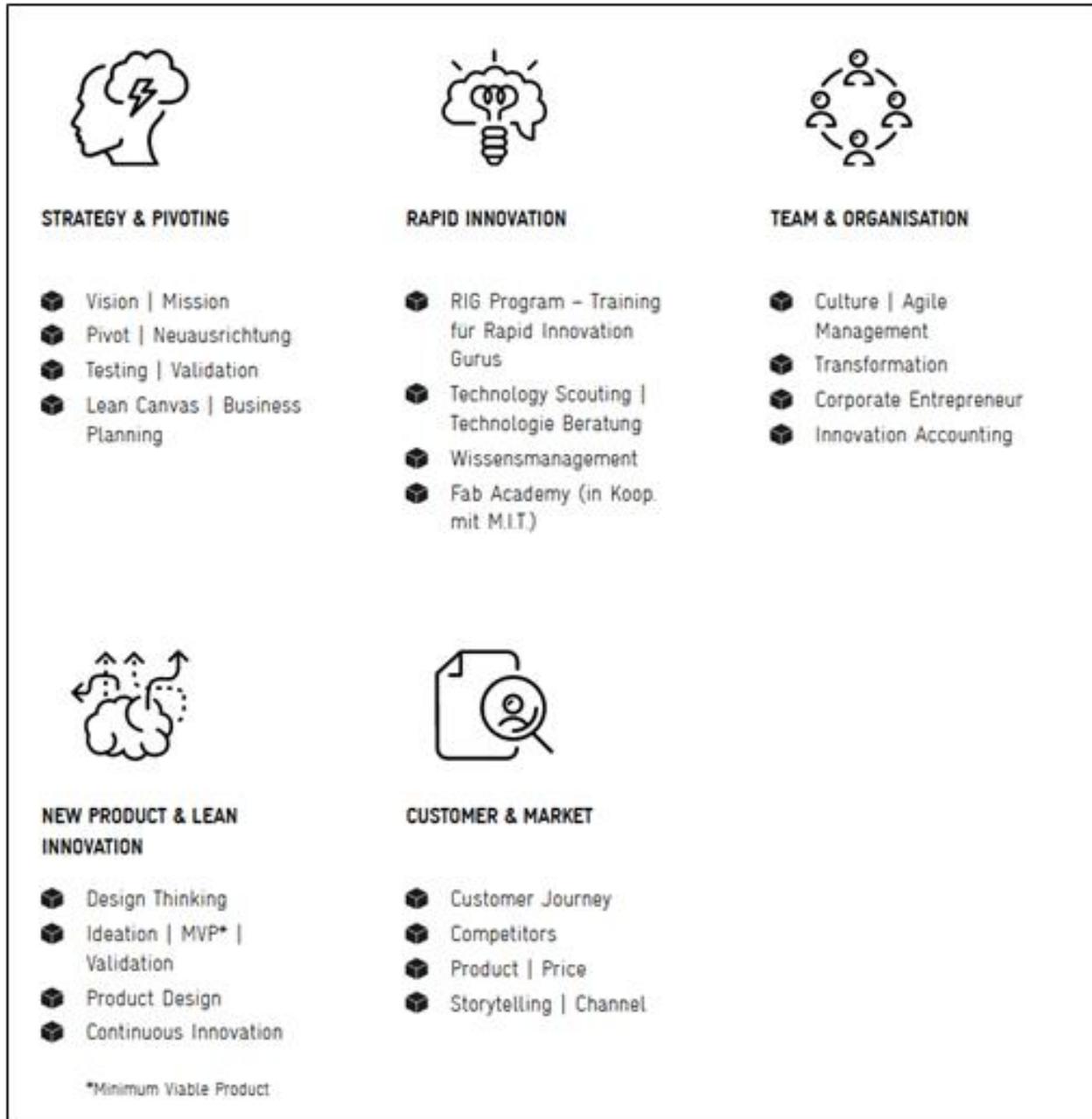


Abbildung 38: Module für GROWN\_UPS<sup>145</sup>

<sup>144</sup> Werkstätte Wattens. Online unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de/for-grown-ups>, abgerufen am 08.11.2020 um 20:12 Uhr

<sup>145</sup> Werkstätte Wattens. Online unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de/for-grown-ups>, abgerufen am 08.11.2020 um 20:12 Uhr

## **INNOVATION CAMPUS**

Der Innovation Campus ist eine Initiative der Werkstätte Wattens, die mit Unterstützung der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) umgesetzt wird. Diese soll jungen und etablierten Unternehmen sowie SchülerInnen und StudentInnen, eine Plattform bieten, um ihre Ideen und Entwicklungsvorhaben zu verwirklichen. Hierfür vernetzt der Innovation Campus die regionale und überregionale Innovationsgemeinschaft, unter anderem über technische Infrastruktur aber auch über zielgruppenspezifische Programmangebote.<sup>146</sup>

## **ALPINE TECH\_INNOVATION HUB**

Ist eine Initiative der Werkstätte Wattens und ihrer Partner, dem I.E.C.T Hermann Hauser und der Standortagentur Tirol. Der Alpine Tech Innovation Hub ist eine Plattform für regionalen und internationalen Austausch und Innovationsförderung. Startups werden in Acceleration Programmen begleitet und ihnen wird der Marktzugang im alpinen Raum eröffnet. Auch etablierte Unternehmen können durch die Teilnahme profitieren, da durch die Kooperation mit Start-ups ihre Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit gefördert werden.<sup>147</sup>

## **Netzwerk/Partner**

Die Werkstätte Wattens bietet zudem ein großes Netzwerk an Partner. Auf der Website werden folgende Netzwerkpartner angegeben:<sup>148</sup>

- I.E.C.T. – Hermann Hauser
- Land Tirol
- Schumbeta
- Standortagentur Tirol
- Die Bäckerei
- Incubator
- New Venture Scouting
- Austrian Angel Investors Association
- Hyve
- WhatAVenture
- Kulturverein Grammophon
- Wundervoll

---

<sup>146</sup> Werkstätte Wattens. Online unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de/innovation-campus>, abgerufen am 08.11.2020 um 20:12 Uhr

<sup>147</sup> Werkstätte Wattens. Online unter <https://www.werkstaette-wattens.at/de/alpine-tech-innovation-hub>, abgerufen am 08.11.2020 um 20:22 Uhr

<sup>148</sup> Werkstätte Wattens. Online unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de/ueber-uns/netzwerkpartner>, abgerufen am 08.11.2020 um 20:14 Uhr

## **Vermarktung**

### Website

Unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de> bietet die Werkstätte Wattens eine sehr übersichtliche Website, auf der alle Leistungen und Angebote detailliert beschrieben werden.

### Bildung und Veranstaltungen<sup>149</sup>

Es werden eine Vielzahl an Programmen, Workshops und Schulungen geboten:

- Impulse für GründerInnen und junge Unternehmen
- Workshops für etablierte Unternehmen
- Workshops für Maker
- Workshops für Schulen und Studierende
- Lehrgänge

### **3.20.5. Big Player am österreichischen Markt**

#### **startUP 300 AG - LINZ - WIEN**



Abbildung 39: Logo startup300 AG<sup>150</sup>

Die *startup300 AG* ist ein wichtiger Player auf dem heimischen Markt, die seit einem Jahr an der Wiener Börse (am Dritten Markt) gelistet ist. Tochterunternehmen von startup300 investieren in Startups und startup300 beteiligt sich an strategischen Partnern. Das Unternehmen betreibt mit der factory300 GmbH einen Startup-Campus in der Linzer Tabakfabrik, begleitet mit der think300 GmbH Unternehmen in der digitalen Transformation und ist Gesellschafter der Talent Garden Austria GmbH, deren erster Campus in Österreich im Jänner 2019 in Wien eröffnet hat.<sup>151</sup>

<sup>149</sup> Werkstätte Wattens. Online <https://www.werkstaette-wattens.at/de/bildung-und-veranstaltungen>, abgerufen am 08.11.2020 um 20:25 Uhr

<sup>150</sup> STARTUP300 AG, 2020. Startseite. Abgerufen am 29.9.2020 um 12:52 Uhr. Online unter <https://startup300.at/>

<sup>151</sup> STARTUP300 AG, 2020. Startseite. Abgerufen am 29.9.2020 um 12:52 Uhr. Online unter <https://startup300.at/>

Die startup300 AG versteht sich als Beschleuniger der digitalen Transformation. Das Unternehmen betreibt ein Innovations-Ecosystem, welches für alle relevanten Zielgruppen einen schnelleren Zugang zu unterschiedlichen erfolgsrelevanten Ressourcen bietet.

Zu diesen gehören:

- Investment-Kapital
- Räume (Coworking Spaces, Innovation-Hubs)
- Consulting
- Zugang zu Startup-spezifischem Know-How
- Event Formate
- Software Tools für Entrepreneurs und Intrapreneurs
- Startup spezifische Services

Das Geschäftsmodell beruht auf drei Säulen:

1. Membership – Zugang zu Arbeitsumgebung, Know-How, Services, Benefits, Vergünstigungen und Events
2. Corporate Consulting – Schwerpunkt digitale Transformation
3. Startup Investments – Beteiligung in früher Phase und Exit-Erlöse<sup>152</sup>

**weXelerate**

weXelerate ist das führende Innovationszentrum für Unternehmen, welches eine Gemeinschaft von über 180 Startups, 21 Unternehmen sowie 70 InnovationspartnerInnen und 300 MieterInnen vor Ort unterstützt, mit Standorten in Wien und Dornbirn. Der Schwerpunkt liegt auf Technologie-Startups und auf Innovationen im Digitalisierungssektor.

---

<sup>152</sup> STARTUP300 AG, 2020. Lagebericht der startup300 AG für das Geschäftsjahr 2019. Veröffentlicht im April 2020. Abgerufen am 06.10.2020 um 15:10 Uhr. Online unter [https://startup300.at/wp-content/uploads/documents/startup300\\_Lagebericht\\_EinzelJA2019.pdf](https://startup300.at/wp-content/uploads/documents/startup300_Lagebericht_EinzelJA2019.pdf)



Abbildung 40: Screenshot Startseite weXelerate<sup>153</sup>

## Angebot

- Startup-Scouting für Unternehmen (bereits über 3.500 erfolgreich gescoutet)
- Vernetzung mit verschiedenen Industrien
- Vernetzung mit strategischen Partnern (z.B. Deloitte.Digital)
- Zugang zum Investoren Netzwerk
- Arbeitsräume, Gemeinschaftsbüros
- Veranstaltungsflächen<sup>154</sup>

## INiTS

INiTS wurde 2002 von der Universität Wien, der Technischen Universität Wien und der Wirtschaftsagentur Wien mit dem Ziel gegründet, die Verwertung von F&E-Ergebnissen durch Spin-offs und Unternehmensgründungen im akademischen Umfeld voranzutreiben.



Abbildung 41: Screenshot Homepage Inits<sup>155</sup>

<sup>153</sup> WEXELERATE GMBH, 2020. Startseite. Abgerufen am 26.10.2020 um 17:05 Uhr. Online unter <https://www.wexelerate.com/>

<sup>154</sup> WEXELERATE GMBH, 2020. Startseite. Abgerufen am 06.10.2020 um 16:10 Uhr. Online unter <https://www.wexelerate.com/>

<sup>155</sup> INITS UNIVERSITÄRES GRÜNDERSERVICE WIEN GMBH, 2020. For Startups. Abgerufen am 26.10.2020 um 17:07 Uhr. Online unter <https://www.inits.at/startups/>

Als Universitärer Business Inkubator (UBI) wurde INiTS von UBI Global seit 2013 wiederholt als einer der weltweit besten universitären Inkubatoren ausgezeichnet und ist im deutschsprachigen Raum die Nummer 1.

Als Wiener Inkubator des AplusB Scale-up Programms gegründet, hat INiTS das Leistungsangebot durch den Technologie-Marktplatz START:IP und durch das Finanzierungsinstrument STARTKapital umfassend erweitert und durch das Acceleration Programm Health Hub Vienna ergänzt.

### ***Fazit***

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt gibt es sowohl auf regionaler als auch auf bundesweiter Ebene zahlreiche Initiativen rund um das Thema Startup und Unternehmensgründung. Speziell im näheren Umkreis von Wieselburg gibt es aktuell mit dem Beta-Campus in Waidhofen an der Ybbs und dem Quartier A mit der Initiative MakerSpace[A] schnell wachsende Konkurrenz. Umso wichtiger wird es für die neue Startup Organisation in Wieselburg sein, sich von der Konkurrenz abzuheben.

### 3.21. Startup-Wettbewerbe

Um den finanziellen Background von Startup-Wettbewerben zu erfahren wurden die Sponsoren erhoben.

#### **Ziel**

Kenntnisse über die Finanzierung von Startup-Wettbewerben erlangen

#### **Ergebnisse**

Wettbewerb	„Drahtzieher“	Unternehmen
Innovation 2 Company <sup>156</sup>	Wirtschaftskammer Wien (Präsident Walter Ruck) & WK NÖ (Präsident Wolfgang Ecker)	A1, Le Club Accor Hotels, Eaton, Heintel, Microsoft, new frontier Club, Post, RZB Goup, Verbund, ÖBB, Casinos Austria, Deloitte, Schlumberger, weekend, Raiffeisenbank, OMV, Mercer, Rosenberger, Eblinger Partner, Vöslauer, HDI, Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger, frauenthal Service, Signa
Aws = Austrian Wirtschaftsservice (Förderbank des Bundes) <sup>157</sup>	Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort; BM für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie	Austria Wirtschaftsservice GmbH = 100% Republik Österreich (Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort und Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie)

<sup>156</sup> WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN, 2020. Startseite Innovation to Company. Abgerufen am 12.10.2020 um 11:54 Uhr. Online unter: <https://www.innovation2company.at/>

<sup>157</sup> AUSTRIA WIRTSCHAFTSSERVICE GMBH, 2020. Startseite Austrian Wirtschaftsservice, Förderbank des Bundes. Abgerufen am 12.10.2020 um 09:16 Uhr. Online unter: <https://www.aws.at/>

Global Incubator Network Austria = Plattform für international Expansion <sup>158</sup>	AWS, FFG, Invest in Austria, WK Ö	ABA Invest in Austria, Wirtschaftsagentur Wien, Außenwirtschaft Austria
AplusB – Programm zur Förderung von Unternehmensgründungen <sup>159</sup>	FFG, AWS, BM für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie,	
Austrian Startups - Verein zur Sichtbarmachung der Start-up Community in Österreich <sup>160</sup>		A1, Google, bitpanda, FFG, Speedinvest, Erste Bank, Austrian Development Agency, Austria Wirtschaftsservice, Impact Hub Vienna, BTP Nährboden, Agro Innovationlab, AMS WIEN Startup Fachzentrum, Wirtschaftskammer Österreich (Außenwirtschaft Austria), Austrian Standards, AVL, Benedikt, Conda, Das Packhaus, Deloitte, der brutkasten, Ecovis, Grow, Entrepreneurship Avenue, ECN, Fiverr, IBM, Infineon, Informer, Innovation into Business, IP, JMC, Mastercard, OMV, Pipeliner, Prime Crowd, QC Ventures, Raiffeisen Bank International, Schönherr, Science Park Graz, Social Entrepreneurship Network Austria, Worldline, Spaces, Startup Tirol, Talent Garden Vienna Tech2b, Tecnet Equity, The Red Bulletin Innovator, Collab, The Ventury, UPS, Wirtschaftskammer Wien, Wikifolio, Wirtschaftsagentur Wien, WU Gründungszentrum
Startup Challenge Austria – Verein zur Förderung von Startups von Schülern und Studenten <sup>161</sup>		A1, Redbull, Porsche, Logicdata, Palfinger, Karriere.at, Raiffeisen-Landesbank Steiermark, der brutkasten, Bertolaso Advisory, JA Alumni Austria, ifte – Initiative for Teaching Entrepreneurship, Wizhub,

<sup>158</sup> AUSTRIAN RESEARCH PROMOTION AGENCY, 2020. About Global Incubator Network Austria. Abgerufen am 12.10.2020 um 10:32 Uhr. Online unter: <https://www.gin-austria.com/about>

<sup>159</sup> VEREIN ÖSTERREICHISCHES INKUBATORENNETZWERK APLUSB, 2020. Startseite Innovation to Company. Abgerufen am 12.10.2020 um 11:54 Uhr. Online unter: <https://www.apusb.biz/>

<sup>160</sup> AUSTRIANSTARTUPS – VEREIN ZUR SICHTBARMACHUNG DER START-UP COMMUNITY IN ÖSTERREICH, 2020. The Home of Austrian Entrepreneurship. Abgerufen am 12.10.2020 um 09:44 Uhr. Online unter: <https://austrianstartups.com/>

<sup>161</sup> VEREIN STARTUP CHALLENGE AUSTRIA, 2020. ABOUT. Abgerufen am 12.10.2020 um 09:30 Uhr. Online unter: <https://startupchallenge.at/about/>

Innovate4nature – Startup-Wettbewerb für Biodiversität <sup>162</sup>	WWF Österreich, Impact Hub Vienna	Erste Group, ÖBB, WKO, BOKU, VielfaltLeben, Bundesministerium Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie; BM Landwirtschaft, Regionen und Tourismus; EU – Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums
2 Minuten 2 Millionen <sup>163</sup>	Puls4	Leo Hillinger (Winzer), Katharina Schneider (Mediashop), Martin Rohla (nachhaltige Projekte), Florian Gschwandtner (Runtastic), Hans Peter Haselsteiner (Strabag), Daniel Zech (Seven Ventures), Markus Kuntke (Bipa, Merkur, Billa), Heinrich Prokop (Gutschermühle), Maximilian Tayenthal (N26)
I2b – ideas to business (Initiative zur Erstellung eines Unternehmenskonzepts) <sup>164</sup>	Wirtschaftskammer Österreich, Erste Bank und Sparkasse	
#glaubandich-Challenge <sup>165</sup>	Erste Bank & Sparkassen, Trending Topics, Gründerservice WK Ö	
Greenstart – Initiative zur Unterstützung von Startups in den Bereichen Energieeffizienz, Erneuerbare Energien, Mobilität und Landwirtschaft <sup>166</sup>	Klima- und Energiefonds	

## Fazit

Beim Großteil der Startup-Wettbewerbe steht meistens im Hintergrund ein Bundesministerium, eine Wirtschaftskammer oder eine Bank als Förderer. Bei jenen WettbewerbInnen, wo dies nicht der Fall ist, stehen Konzerne oder private GroßinvestorInnen dahinter.

<sup>162</sup> INNOVATE4NATURE, 2020. Der Wettbewerb. Abgerufen am 12.10.2020 um 09:54 Uhr. Online unter: <https://www.innovate4nature.at/der-wettbewerb/>

<sup>163</sup> PULS4, 2020. Die Investoren. Abgerufen am 12.10.2020 um 10:16 Uhr. Online unter: <https://www.puls4.com/2-minuten-2-millionen/staffel-7/Die-Investoren>

<sup>164</sup> I2b, 2020. About. Abgerufen am 12.10.2020 um 10:38 Uhr. Online unter: <https://www.i2b.at/about/>

<sup>165</sup> ERSTE BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG, 2020. #glaubandich-Challenge. Abgerufen am 12.10.2020 um 11:09 Uhr. Online unter: <https://www.sparkasse.at/sgruppe/kampagne-unternehmen/glaubandich-challenge>

<sup>166</sup> KLIMA- UND ENERGIEFONDS, 2020. Über Greenstart – Wozu? Abgerufen am 12.10.2020 um 11:23 Uhr. Online unter: <https://greenstart.at/einreichen/wozu/>

## 3.22. IST-Situation der Stadtgemeinde Wieselburg

### **Ziel**

Das Ziel der Recherche war es, alle Daten und Fakten zur aktuellen Situation der Stadtgemeinde Wieselburg zu erheben, welche für das Projekt „Startup-Organisation Wieselburg“ von Bedeutung sind.

### **Ergebnisse**

Die Stadt Wieselburg liegt mit ihren 4.368 EinwohnerInnen in Niederösterreich im Bezirk Scheibbs. Wieselburg ist eine Stadtgemeinde und hat eine Fläche von 5,43 km<sup>2</sup>. Die Stadtgemeinde liegt direkt an der Kleinen und Großen Erlauf -

Dieser Zusammenfluss ist auch am Stadtwappen wiederzufinden. Zur Stadt zählen auch die Stadtteile Rottenhaus und Schacha im Süden.

Der aktuelle Gemeinderat der Stadtgemeinde Wieselburg setzt sich wie folgt zusammen:

**Bürgermeister:** Dr. Josef Leitner (Bürgermeister, SPÖ)

**Vizebürgermeister:** Peter Reiter (Vizebürgermeister, SPÖ)

**5 Stadträte und 16 Gemeinderäte**

### **Wirtschaft & Betriebe**

Wieselburg ist eine wirtschaftlich aufstrebende Stadt, die einen Fokus auf die Themen Innovation und Weiterentwicklung legt. Die Wirtschaft mit den zwei großen Industriebetrieben Firma ZKW Lichtsysteme und der Brauerei Wieselburg wächst und gedeiht seit Jahren. Eine tragende Rolle wird dabei dem Handel und der Gastronomie zu Teil. Die vielen Klein- und Mittelbetriebe machen Wieselburg zum Wirtschaftszentrum der Region. KundInnen und Gästen wird ein ausgewogener Branchenmix geboten. Das Einkaufszentrum inmitten der Stadt, das City Center Wieselburg, bietet eine optimale Ergänzung zu den Geschäften und Lokalen im und am Rande des Stadtkerns.<sup>167</sup>

### **Immobilien & Grundstücke**

Durch Genossenschaften oder private BauträgerInnen entstehen in Wieselburg derzeit (Stand Juni 2020) verschiedene Neubauten mit unterschiedlichen Wohnmöglichkeiten.

---

<sup>167</sup> Stadtgemeinde Wieselburg, 2020. Wirtschaft - Betriebe. Abgerufen am 09.10.2020 um 19:13 Uhr. Online unter: <https://www.wieselburg.gv.at/WIRTSCHAFT/Betriebe>

Freie Geschäftslokale und Betriebsmöglichkeiten zum Mieten oder Kaufen können jederzeit bei der Stadtgemeinde angefragt werden.<sup>168</sup>

### **Stadtquartier Wieselburg**



Abbildung 42: Rendering Stadtquartier Wieselburg<sup>169</sup>

Das Stadtquartier befindet sich im Zentrum von Wieselburg und setzt einen neuen städtebaulichen Akzent. Der Neubau, der sich über fünf Geschosse erstreckt, liegt in bester zentraler Lage. In wenigen Gehminuten sind Bahnhof, Nahversorger, ÄrztInnen, TherapeutInnen und wesentliche Einrichtungen der Stadt Wieselburg erreichbar. Das Stadtquartier bietet modernste Flächen für Arztpraxen, Geschäfte, Gastronomie und Wohnungen. Neben dem hohen Standard, der medizinischen Versorgung und der Einkaufsmöglichkeit runden barrierefreie Zugänge und die großzügige Tiefgarage das Angebot im Haus ab. Die Eröffnung ist für Herbst 2021 geplant.<sup>170</sup>

<sup>168</sup> Stadtgemeinde Wieselburg, 2020. Leben in Wieselburg - Immobilienmarkt. Abgerufen am 09.10.2020 um 19:15 Uhr. Online unter: [https://www.wieselburg.gv.at/LEBEN\\_IN\\_WIESELBURG/Immobilienmarkt](https://www.wieselburg.gv.at/LEBEN_IN_WIESELBURG/Immobilienmarkt)

<sup>169</sup> STADTQUARTIER WIESELBURG; 2020. Startseite. Abgerufen am 07.10.2020 um 09:10 Uhr. Online <https://www.stadtquartier-wieselburg.at>

<sup>170</sup> STADTQUARTIER WIESELBURG; 2020. Startseite. Abgerufen am 07.10.2020 um 09:10 Uhr. Online <https://www.stadtquartier-wieselburg.at>

## **Bildung**

Wieselburg darf sich als Schul- und Bildungsmetropole bezeichnen. Zurzeit werden rund 3.000 SchülerInnen sowie StudentInnen von rund 300 LehrerInnen unterrichtet. Neben der Volksschule, der Neuen Mittelschule, der Musikschule sowie dem Gymnasium präsentiert sich die Stadtgemeinde seit 1999 dank der Installierung und Etablierung der Fachhochschule auch als Hochschulstadt.

Seit über 40 Jahren engagiert sich Wieselburg auch am Sektor der Erwachsenenbildung. Die Volkshochschule, die seit 2003/2004 ein Mitglied der Volkshochschulen Österreichs ist, bietet Jahr für Jahr zahlreiche Sprach- und EDV-Kurse, viele Kurse rund um Körper, Geist und Bewegung. Das Hauptziel der Volkshochschule Wieselburg ist es, in der Bevölkerung die Bereitschaft für ein lebensbegleitendes Lernen zu wecken und zu erhalten.<sup>171</sup>

## **Gastronomie, Bar und Konditorei**

In Wieselburg befinden sich rund 20 Lokalitäten, die für kulinarische Genüsse sorgen. Ob bürgerliche Küche aus dem Mostviertel über Chinarestaurant, Kebab Imbiss bis hin zum traditionellen Italiener - alles ist in Wieselburg vorhanden.

## **Vereine & Freizeiteinrichtung**

Das soziale Miteinander wird in der Stadtgemeinde Wieselburg großgeschrieben. Über 50 aktive Vereine und zahlreiche private Veranstalterinnen und Veranstalter sind Garant für ein abwechslungsreiches und spannendes Freizeit-, Kultur- und Sportangebot, das nicht nur von den WieselburgerInnen, sondern vermehrt auch von interessierten Gästen genutzt wird.<sup>172</sup>

---

<sup>171</sup> Stadtgemeinde Wieselburg - Startseite - LEBEN IN WIESELBURG - Bildung. Abgerufen am 01.12.2020 um 19:35 Uhr

<sup>172</sup> Stadtgemeinde Wieselburg - Startseite - LEBEN IN WIESELBURG - Vereine Abgerufen am 09.12.2020 um 09:41 Uhr

## **Elektromobilität**

Die Stadtgemeinde Wieselburg legt im Zuge des Projekts "Sonnenstadt Wieselburg" großen Wert auf die Elektromobilität. Die Stadtgemeinde Wieselburg selbst besitzt zwei E-Bikes und ein Elektroauto, das neben Fahrten für den Wirtschaftshof auch für die Aktion "Essen auf Rädern" verwendet wird.

Bereits im Jahr 2011 errichtete die Stadtgemeinde Wieselburg am Rathausplatz die erste Sonnenstromtankstelle der Region. Alle NutzerInnen von Elektrofahrzeugen (E-Bikes, E-Scooter und Elektroautos) haben damit die Chance, jederzeit ihr Fahrzeug kostenlos mit Ökostrom aufzutanken. Sollte der von der Photovoltaikanlage auf dem Dach der Solar-Tankstelle gelieferte Strom nicht ausreichend für eine Betankung sein, dann wird zusätzlich 100% Ökostrom eingespeist. Der überschüssige Strom, den die Solar-Tankstelle produziert, wird dem öffentlichen Netz zugeführt. 2015 wurde die Stromtankstelle mit einem neuen Typ-2-Adapter sowie mit einem Starkstromanschluss erweitert, damit schnelle Betankungen möglich sind.

Im Zuge der Erneuerung des Rathausplatzes im Frühjahr 2016 wurde die bestehende Sonnenstromtankstelle ins Bad- und Freizeitzentrum Wieselburg verlegt und durch neue Stromtanksäulen ersetzt. An beiden Standorten können nun Elektro-Autos, E-Bikes und E-Scooter mit kostenlosem Ökostrom betankt werden.<sup>173</sup>

## **Fazit**

Wieselburg ist eine lebenswerte Stadt, welche durch die Vielzahl an Möglichkeiten wie Arbeitsplatz, Gastronomie, Freizeitmöglichkeiten, Vereinswesen bei Familien punkten kann. Die Nähe zur Autobahnauffahrt Ybbs kann als positiver Faktor bewertet werden, wie auch der Bahnhof im Stadtzentrum. Hier könnte noch an den Bahnverbindungen von bzw. nach Kimmelbach oder Pöchlarn gearbeitet werden, um öffentlich schneller und einfacher von Wien oder Linz nach Wieselburg zu gelangen. Ein großer Pluspunkt von der Stadtgemeinde ist, dass alle NutzerInnen von Elektrofahrzeugen (E-Bikes, E-Scooter und Elektroautos) die Möglichkeit haben, jederzeit ihr Fahrzeug kostenlos mit Ökostrom aufzutanken.

---

<sup>173</sup> Elektromobilität - Stadtgemeinde Wieselburg - Startseite - LEBEN IN WIESELBURG - Mobilität & Verkehr - Elektromobilität. Abgerufen am 01.12.2020 um 19:15 Uhr

## 4. Marktforschung

Um weitere Daten zu erheben, wurden im Rahmen einer Marktforschung mehrere ExpertInnen-Interviews sowie vier Fokusgruppen durchgeführt.

### **Ziel**

Ziel der Marktforschung war es, detaillierte Erkenntnisse und Insights zum Thema Startup und zum Wirtschaftsstandort Wieselburg zu gewinnen.

### **Methode**

Im Zuge der Marktforschung wurden qualitative Methoden herangezogen, um die relevanten Daten zu erheben. Dabei handelte sich einerseits um Einzelinterviews mit StakeholderInnen und ExpertInnen der Startup-Szene und andererseits um vier Fokusgruppen mit ansässigen UnternehmerInnen. Hiervon waren zwei Gruppen mit etablierten Unternehmen und zwei Gruppen mit Startups.

Die zentralen Themen waren dabei der Wirtschaftsstandort Wieselburg sowie das Thema Startup und die mögliche künftige Startup-Organisation.

### 4.1. Einzelinterviews

Im Rahmen der Feldphase wurden ExpertInnen der österreichischen GründerInnen- und UnternehmerInnen-Szene befragt, um zusätzlich zu dem erfolgten Desk Research weitere Insights zu den Themen Startups und Unternehmensgründung zu erhalten.

### **Ziel**

Ziel dieser qualitativen Interviews und Gesprächstermine war es, die persönliche Meinung und Erfahrung der ExpertInnen zum Thema Unternehmensgründung zu ermitteln und so mögliche Leistungen und KooperationspartnerInnen für die geplante Startup-Organisation in der Stadtgemeinde Wieselburg zu erheben. Zusätzlich wurden die InterviewpartnerInnen befragt, wie die Startup-Organisation aufgebaut sein könnte, wie dieses organisiert sein soll und welche Trends aus deren Sicht in der Startup-Szene aktuell bestehen.

## **Methodik**

Die ausgewählten InterviewpartnerInnen wurden kontaktiert und von den beiden Gruppen ECOsystem und Wiesionäre im Rahmen von jeweils 1-2-stündigen Gesprächen zum Thema Unternehmensgründung anhand vorbereiteter Fragen interviewt. Die Gespräche fanden online über das Konferenztool Zoom statt. Zusätzlich wurden die Veranstaltungen respACT Unternehmertreff Niederösterreich, das 4. Amstettner Zukunftsforum und die Spin-Off Austria Conference im Rahmen von Onlineveranstaltungen besucht.

Folgende wesentlichen Fragestellungen wurden im Rahmen der Gesprächstermine behandelt:

- Welche Bedürfnisse und Anforderungen haben JungunternehmerInnen?
- Welche Hindernisse und Herausforderungen gibt es bei der Gründung und wie könnte man JungunternehmerInnen bei der Gründung und dem Aufbau Ihres Unternehmens unterstützen?
- Wie könnte eine mögliche Startup-Organisation in der Stadtgemeinde Wieselburg aussehen und was braucht es dafür, dass dieses von JungunternehmerInnen angenommen wird, damit dieses erfolgreich ist?
- Welche allgemeinen Trends und Entwicklungen gibt es in der Startup-Szene?

## **Ergebnisse**

Im nachfolgenden Kapitel werden die Ergebnisse der einzelnen Gesprächstermine in Form von kurzen Fazits präsentiert.

### **respACTUnternehmertreff Niederösterreich**

---

*9.11.2020 09:30 – 11:30 Uhr*

Arbeiten im Home-Office wird in Zukunft zunehmen. Einhergehend muss sich nicht nur die Flexibilität der UnternehmerInnen und MitarbeiterInnen ändern, sondern auch die Führungs- und Kontrollkultur. Der Aufbau einer Vertrauenskultur ist unerlässlich. Gleichzeitig muss ein Ausgleich in produzierenden Unternehmen zwischen Produktion und Verwaltung geschaffen werden.

Co-Working Spaces sind gerade im ländlichen Raum sehr wichtig, nicht nur wegen des persönlichen Austausches, sondern speziell wegen der digitalen Möglichkeiten.

(Glasfaserausbau, Videokonferenzen funktionieren reibungslos von diesen Orten aus) als dezentrale Anlaufpunkte abseits der Ballungszentren.

Diese müssen durch innovative Konzepte zusätzliche Leistungen (Kindergarten, kulinarisches Angebot, Freizeitangebote und dergleichen) anbieten, um sich von der Masse abzuheben und den Arbeitsplatz der Zukunft zu bieten.

**Marion Korherr | Agentur "The Early Birds", Senior Expert Manager bei Clever Clover**

---

*13.11.2020 10:00 bis 12:00 Uhr*

“Sei so spitz als möglich und so breit als notwendig”

Bei Positionierung liegt der Fokus auf Spezialisierung!

Man sollte nur für eine Zielgruppe relevant sein und sich nur mit Startups auseinandersetzen, mit deren Thematik man sich auskennt. Beim Thema Finanzierung würde sie nie mehr auf eine herkömmliche Art, wie einen Bankkredit zurückgreifen, da es in Österreich so viele Förderprogramme, Investoren oder andere Möglichkeiten gibt, wo im Worst-Case kein Geld zurückbezahlt werden muss. Laut Korherr ist es in Österreich definitiv nicht notwendig sich Geld aufzunehmen! Außerdem sei es sehr wichtig sein WHY zu finden. Das soll heißen, dass von einem oder einer außenstehenden betrachtet sofort ersichtlich sein sollte, wofür man steht und woran man glaubt. Eine starke Community gehört mitunter zu den wichtigsten Voraussetzungen für ein erfolgreiches Startup und man sollte nie vergessen, dass der Mensch im Mittelpunkt steht.

**Thomas Ecker | Senior Investment Manager bei tecnet equity**

---

*13.11.2020 13:00 bis 15:00 Uhr*

### **Positive Entwicklung der Startup Szene in Österreich**

Das Thema Startup und Unternehmensgründung gewinnt in der Öffentlichkeit und Politik immer mehr an Bedeutung. Fernsehformate wie 2 Minuten 2 Millionen und wichtige Role Models wie Runtastic haben diese Entwicklung begünstigt. Die Förderungen seitens des Staates sind grundsätzlich besser als in vielen anderen Ländern, beim

Risikokapital hingegen ist Österreich eher im hinteren Bereich, wobei sich das in den letzten Jahren deutlich verbessert hat.

### **Gründermentalität fehlt**

Amerikaner sind bei Geschäftsideen mutiger/ risikobereiter als Leute im deutschsprachigen Raum und somit zumeist auch schneller am Markt. Der "Mut zum Scheitern" fehlt im deutschsprachigen Raum (wurde jedoch in den letzten Jahren besser). Beim Thema Finanzierung denken österreichische UnternehmerInnen hauptsächlich (bzw. nur) an Bank, in anderen Ländern ist das nicht der Fall.

### **Teamfindung als zentraler Erfolgsfaktor – interdisziplinärer Mix ist wichtig**

Startups scheitern oft daran, dass **Expertise fehlt** und das wird in Österreich auch zu wenig thematisiert. WO, WIE und DAS sich die Teams finden wird immer wichtiger! Bei der **Suche nach TeammitgliederInnen/MitarbeiterInnen** sollte man auch „größer“ denken und international agieren.

### **Stichwort: Startups/UnternehmerInnen suchen UnternehmerInnen**

Eine **Startup-Organisation sollte federführend von einem Unternehmer aufgebaut/geleitet** werden, da diese Know-How aus eigener Erfahrung mitbringen und am besten wissen was es braucht. Ideal wäre als **Role Model ein(e) bekannte(r) UnternehmerIn**. Zumeist funktioniert es nicht, wenn Business Angels, Investoren oder Corporates eine Startup-Organisation betreiben, da diese eine zu einseitige Sichtweise haben und es kommt zu Interessenskonflikten.

### **Gregor Haslinger | Rizup**

---

*13.11.2020 16:00 bis 18:00 Uhr*

Die Erkenntnis aus dem Gespräch mit Herrn Haslinger ergab, dass ein gutes **Netzwerk** als Berater zwingend notwendig ist, um Unternehmensgründern in der Angangphase einen guten Start zu ermöglichen bzw. den Einstieg in die Selbstständigkeit zu erleichtern. Einerseits um die **richtigen Ansprechpartner** zu vermitteln, in Bezug auf Themen **wie Recht, Finanzen, Immobilien**, etc. Andererseits um Unsicherheiten zu nehmen, welche vor allem Hürden persönlicher Natur sind.

## Michael Soschner | Gründercommunity und Gründerberater in OÖ

---

*19.11.2020 16:30 – 18:00 Uhr*

Laut Herrn Soschner ist es am Wichtigsten, ein sehr tiefes Wissen über Zielgruppe zu haben und für ein Produkt **eine Nische** zu finden. Weiters sieht er in Bezug auf Startup-Unternehmen den **Fokus auf Kollaboration und Vernetzen**, sowie gute **Mentoren** bereitgestellt werden.

## Amstettner Zukunftsforum – digital

---

*20.11.2020 09:00 – 12:15 Uhr*

Innovation HUBS sind das A&O für die Entstehung einer Dynamik in einer Startup Organisation. Treffen zum Austausch und zum gegenseitigen geistigen befruchten sind in diesem Zusammenhang unerlässlich.

Eine Spezialisierung und das Setzen von Schwerpunkten einer Startup-Organisation sind essentiell, um sich von der Masse abzuheben und die Nachfrage hoch zu halten. Als gutes Beispiel wird der Betacampus in Waidhofen an der Ybbs genannt, wo eine enge Verbindung zu den Bildungseinrichtungen der Umgebung (HTL, Polytechnikum) angestrebt wird.

Eine gute Basisausstattung in technischen Belangen wie Werkstätten, Labore und ein schnelles Internet sind unerlässlich. In Verbindung mit Raum und Räumen zur Zusammenarbeit, Zonen der Entspannung und des Austausches aber auch Bars und Restaurants, ist der Arbeitsplatz der Zukunft ein fließender Bereich zwischen Arbeit und Freizeit.

## Bettina Rehwald | Projektmanagerin Gründung findet Stadt

---

*Freitag 20.11.2020 09:00 bis 10:00 Uhr*

Das Projekt „Gründung findet Stadt“ hat es sich zum Ziel gemacht, Leerstände in vier ausgewählten Gemeinden, Waidhofen an der Ybbs, Purgstall, Wieselburg und Scheibbs, zu minieren und an UnternehmerInnen zu vermitteln. Dadurch sollen die Ortskerne wieder belebter werden. Dies findet unter enger Kooperation mit dem rizup statt, welches sich speziell um die Business Pläne der UnternehmerInnen annimmt und hier beratend zur

Seite steht. Allgemein wird durch dieses Projekt Unterstützung in den Bereichen Marketing, Eventkonzept, Ladenkonzeption und Fotografie angeboten. Angebote im Bereich Marketing und Fotografie werden sehr gut angenommen.

Frau Rehwald sieht es oftmals als Herausforderung für den jeweiligen Unternehmer eine passende Geschäftsfläche zu finden. Die hohen Mietpreise in der Innenstadt spielen hier oftmals eine Rolle. Zudem ist nicht jede Geschäftsfläche für jede/n UnternehmerIn geeignet. Aus ihrer Sicht müssen Anreize geschaffen werden, um UnternehmerInnen ins Ortszentrum zu locken. Einen regelmäßig gewarteten **Leerflächenkatalog** pro Gemeinde erachtet sie als besonders sinnvoll und hilfreich.

Besonderen Unterstützungsbedarf beziehungsweise **Nachfrage sieht sie im Bereich Social-Media und Google-Advertising**. Hierzu bietet es sich an Workshops offerieren. Zudem sieht sie die Schaffung eines Netzwerkes als essentiell.

Gründung findet Stadt plant zudem ein **Mentorenprogramm, in welchem Mentor und Menti im Rahmen eines Kochabends** zusammengebracht werden. Generell sieht sie Mentorenprogramme, Netzwerkabende oder ähnliches als sehr hilfreich an.

Aus ihrer Sicht benötigt Wieselburg eine „bodenständige“ Startup-Organisation, mit welchem sich die Leute identifizieren können. Zudem sollte es einen Kümmerer geben, welcher sich um die Wartung eines Leerflächenkatalogs kümmert. Es sollte allgemein an der Belebung des Stadtzentrums gearbeitet werden. (Positivbeispiel Purgstall)

**Doris Steinacher | Projektmanagerin Accent**

---

*20.11.2020 16:00 bis 17:30 Uhr*

Accent ist ein Inkubator des Landes NÖ für akademische Startups, im Speziellen für Tech-Unternehmen. Die Kunden von Accent sind meist Wissenschaftler. Sie kooperieren eng mit der BOKU, VetMed und Ist-Austria.

Frau Steinacher sieht den Faktor Durchhaltevermögen bei Startups als wesentlichen Erfolgsfaktor. Zwischen Beantragung und Auszahlung von Förderungen liegt oftmals eine große Zeitspanne, welche die JungunternehmerInnen überbrücken müssen. Die Übergangsphase vom Student-Sein in das „echte Leben“, in welchem man sich nun vollkommen selbst finanzieren muss oder in welchem man vielleicht sogar eine Familie erhalten muss, sieht sie als kritischen Punkt. Dies stellt eine sehr schwierige Phase für Startups

dar – viele scheitern an diesem Punkt, weil sie ihr Privatleben nicht aus den Startups heraus finanzieren können. Oft wird es auch von den Startups verpasst, sich rechtzeitig um eine Anschlussfinanzierung zu kümmern. Bis zum vierten Jahr kommt man mit einem guten Projekt mit Förderungen gut durch, danach wird es oftmals schwierig. Hier muss mindestens 1 Jahr im Vorhinein geplant werden.

Als Grundgerüst für ein gutes Startup sieht Frau Steinacher einen ordentlich ausgearbeiteten Business-Plan und eine gute Teamzusammenstellung. Letzteres gestaltet sich bei Wissenschaftlern oftmals schwierig. Im Falle von Wissenschaftlern wird oftmals die Thematik „Marketing“ vernachlässigt.

Das ideale Team besteht aus einem Produktentwickler, einem Zuständigen für das Business und einen Marketing- und Vertriebsmanager. Mit 3er Teams konnte sie in der Vergangenheit sehr gute Erfahrungen machen.

### Spin-Off Austria Conference

---

*25.11.2020 11:00 – 14:00 Uhr*

Österreich befindet sich erst im Aufbau einer Spin-Off Szene samt den dazugehörigen Voraussetzungen und Strukturen und möchte bis 2030 1.000 Spin-offs gegründet haben. lt. BM Fassmann waren es 74 Spin-Offs im Jahr 2019.

Ein geordneter Prozess in der Auslagerung der Spin-Offs ist für die erfolgreiche Etablierung unerlässlich (Thema Geschwindigkeit).

Dynamik muss von selbst entstehen, die Voraussetzungen müssen jedoch von Anfang an passen. Engagement der Beteiligten, **Teilen und Kommunikation** sind wesentlich. **Werkstätten, Forschungseinrichtungen und Orte des Treffens und der Kommunikation sind unerlässlich**, damit sich eine **starke Community** entwickelt.

Es braucht im Umfeld angesiedelte Unternehmen, die den Bedarf an Talenten der Universitäten haben und die mit den Universitäten selbst in enger Zusammenarbeit stehen, um ein Ecosystem entstehen zu lassen.

26.11.2020 – 18:20 bis 19:40 Uhr

Herr Antonitsch vertritt die Meinung, dass Wieselburg aktuell noch keinen richtigen **Nährboden für UnternehmerInnen**, im Speziellen für Startups, bietet. Dieser muss erst geschaffen werden. Als wesentliche und zukunftssträchtige Branchen sieht er vor allem IR, Data-Science, Robotik, das Thema Wasserstoff und das autonome bzw. hochautomatisierte Fahren. Hierzu könnte sich Wieselburg z.B. als Teststadt aufbauen und etablieren. Auch das Thema Nachhaltigkeit nimmt in der Industrie einen immer höheren Stellenwert ein.

Herrn Antonitsch zufolge sind viele Menschen und **Unternehmen in ihrem Gedankenkorsett gefangen** und müssen daraus ausbrechen, um innovativ und kreativ handeln zu können. Offene Startup-Organisationen sind ideal, um viele verschiedene **Leute zusammenzubringen** und verschiedene Sichtweisen auszutauschen. Man muss ständig auf der Suche nach neuen innovativen Ideen sein, denn **Mainstream ist zu wenig**. Um seiner Konkurrenz voraus zu sein, muss man **mehr als Durchschnitt** bieten. Unternehmen wie ZKW sind von Effizienz und ständigem Wachstum angetrieben. Diese Unternehmen müssen aufgelockert werden, um wieder innovativer zu werden. Eine Startup-Organisation könnte hierbei helfen.

Eine **Startup-Organisation braucht ein klares Thema bzw. eine Positionierung**. Wofür Wieselburg steht, kann Herr Antonitsch nicht sagen. Jedoch soll diese **für bestehende Unternehmen in der Region interessant sein** – so sollen Startups und bestehende Unternehmen kooperieren und gemeinsam an Projekten arbeiten.

Damit eine Startup-Organisation funktionieren kann, muss auch ein soziales Umfeld geschaffen werden. Folgendes Beispiel wurde angeführt: Wenn man jemanden trifft, ist man eher dazu geneigt in Wieselburg zu bleiben. Im Rahmen dieser Startup-Organisation sollte Diversität gefördert werden – sprich von jung bis alt und verschiedene Branchen. Da nicht jedes Unternehmen gleich ist, sollte eine individuelle Beratung angeboten werden. Zudem sollte es einen Berater/Vermittler geben, welcher gute Kenntnisse im Bereich Unterstützung und Förderung von Startups besitzt und die Startups auch an andere Institutionen vermittelt. Zuletzt sollte der Platz in der Startup-Organisation leistungsfähig sein.

Aktuell fehlt es in Wieselburg auch an einer guten Möglichkeit wo man sich abends (After Work) treffen kann. Auch eine gute Verkehrsanbindung an Kemmelbach sollte geschaffen

werden. Gegebenenfalls könnten bestehende Einrichtungen wie die Messe Wieselburg als Raum für eine Startup-Organisation genutzt werden.

## **Matthias Neeff | Geschäftsführer Destination Wattens**

---

*03.12.2020 16:30-18:00 Uhr*

Laut Herrn Neeff gibt es drei wichtige „Säulen“, auf welchen eine Startup-Organisation aufbauen sollte:

**Raum:** Die Räume der Organisation sollten so gestaltet sein, dass sie kollaboratives Arbeiten ermöglichen.

**Programm:** Die Begleitung und intensive Betreuung der Unternehmen sind essentiell für Startups.

**Netzwerk:** Eine starke Community, die den Unternehmen mit ihren individuellen Herausforderungen hilft

Wattens hat bewusst die Vielfalt gewählt und sich nicht auf ein Themengebiet/Branche spezialisiert. Herrn Neeff zufolge sind die anfänglichen Herausforderungen von JungunternehmerInnen unabhängig von der Branche immer die gleichen.

Bei der Aufnahme von neuen Unternehmen ist das wesentlichste Kriterium, dass die Menschen, die zu ihnen kommen, Lust auf kollaboratives Zusammenarbeiten haben. Es wird darauf geachtet, dass das Unternehmen in die Gemeinschaft passt. Alle müssen/sollen voneinander profitieren. Der Ort lebt von gegenseitigem Austausch und Lernen.

***Für eine Startup-Organisation sind laut Herrn Neeff folgende Faktoren entscheidend:***

- Spirit und Atmosphäre sind extrem wichtig. Raum für Kreativität und Innovation müssen gegeben sein.
- Das Projekt (Startup-Organisation) muss als langfristige Investition gesehen werden.
- Neben den wirtschaftlichen Zusammenkünften und Austausch, darf auch das soziale Zusammenkommen nicht vernachlässigt werden. In Wattens gibt es hierzu eine z.B. ein Frühstücksformat oder eine gemeinsame Weihnachtsfeier.

- Die Akzeptanz durch die Bevölkerung spielt ebenfalls eine zentrale Rolle. Hier kann vor allem der Gemeinderat als Multiplikator fungieren.

### **Zentrale Rollen/Mitarbeiter**

- Community-Management - sorgt dafür, dass sich Unternehmen wohl fühlen
- Hosts – betreuen Menschen/Unternehmen von außen, welche das besuchen (Gäste und Kooperationspartner)
- Marketing - sorgt für die Vermarktung der Einrichtung und den Auftritt nach außen
- Gesamtverantwortlicher für das operative Geschäft
- Gebietsspezifische ExpertInnen - unterstützen und beraten die eingemieteten Unternehmen in den jeweiligen Fachbereichen
- Organisationsentwicklung

### **Josef Lechner | Wirtschaftsstadtrat/Vorsitzender Stadtmarketing**

---

*04.12.2020 – 09:00 bis 10:20 Uhr*

Das Stadtmarketing war in erster Linie eine Organisation für Veranstaltungen. Deren Hauptaufgaben waren es, Frequenz zu generieren und Wieselburg als Wohlfühlstadt bekannt zu machen. Die Stadtgemeinde muss von der Veranstaltungsorganisation mehr zum Unterstützer und Verbindung zu den Unternehmen werden.

Wieselburg ist aus Sicht von Herrn Lechner sehr stark in den Kernkompetenzen: Lebensmittel, Industrie (ZKW) und Holz (Wiebeba)

Die Stärken von Wieselburg sieht Herr Lechner vor allem in der Infrastruktur sowie in der Kleinfläche der Stadt - Des Weiteren ist eine Stärke von Wieselburg, dass sie eine Wirtschaftsstadt und eine Schulstadt ist. Als Schwäche wird die bestehende Stadtfläche gesehen, da der Raum immer enger wird.

Ziel vom Stadtmarketing ist die Konnektivität mit dem Startup Center, dass die Gründer auch in Wieselburg bleiben und die Räumlichkeiten gefunden werden/geschaffen, welche die Gründer/Unternehmen gerade benötigen (Leerständemanagement).

Damit UnternehmerInnen & GründerInnen nach Wieselburg gehen, ist das Angebot entscheidend: Die Gründer müssen die notwendigen Leerflächen vorfinden, welche ihrer

Anforderungen passen sowie Förderung und Unterstützung von der Stadt muss auch gegeben sein.

Die Leitbetriebe von Wieselburg wie ZKW, FH Wieselburg, Brauunion sowie die Unternehmen im Lebensmittelbereich und Agrarbereich können als Partner vom Startup Unternehmen als Partner fungieren.

Herr Lechner wünscht sich, dass das Startup Center verschiedene Branchen anspricht und nicht auf ein Kernthema spezialisiert wird. Es soll alles beheimaten und als Austausch und Vernetzung der Unternehmer dienen.

### ***Fazit der Einzelgespräche***

Mit einem Startup-Center in Wieselburg soll ein Nährboden für ein kreatives und innovatives Wirtschaften in der Region in und um Wieselburg geschaffen werden. Im Zuge der aufschlussreichen Einzelinterviews konnten die nachfolgenden Punkte als wesentliche Erfolgsfaktoren identifiziert werden.

***Positionierung*** – Die befragten ExpertInnen teilten im Rahmen der Einzelinterviews mit, dass ein Startup-Center klar positioniert sein muss. Hierbei ist eine Definition eines Überthemas notwendig. Die Kernkompetenzen des Centers müssen von den eigenen MitarbeiterInnen abgedeckt werden und nicht zu Dritten ausgelagert werden.

***Symbiose*** - Es muss eine intensive Kooperation der in der Region ansässigen Unternehmen stattfinden. Diese sollen voneinander profitieren und dadurch neue Sichtweise einholen und aus ihrem Gedankenkorsett ausbrechen.

***Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen*** - Die zahlreichen bestehenden Forschungs- und Bildungseinrichtungen sollen durch Kooperationen genutzt werden, anstatt Neues anzuschaffen.

***Netzwerk und Community*** - Die ExpertInnen äußerten, dass der Aufbau eines Netzwerkes sowie einer starken Community essentiell für junge UnternehmerInnen ist. Eine Startup-Einrichtung sollte die GründerInnen daher in diesem Bereich unterstützen und ein bestehendes Netzwerk aus zahlreichen ExpertInnen, MentorInnen und UnternehmerInnen anbieten können.

**Das Team bildet das Grundgerüst** eines erfolgreichen Startups. In den meisten Gruppen fehlen Schlüsselkompetenzen und Co-Founder. Stabilste Teams sind 3er-Teams, bestehend aus einem Entwickler/einer Entwicklerin, einem für das tägliche Business und einer Person für Marketing & Vertrieb! Hier ist Vermittlung gefordert! Die Menschen müssen im Mittelpunkt stehen.

**Beratung, Vermittlung und Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen** – Jungunternehmer benötigen Unterstützung im Bereich Business-Planing, Marketing und Finanzierung. Hierbei ist auch eine Vermittlung und Kooperation mit anderen bestehenden Einrichtungen wie Tecnet, Rizup oder ähnliche möglich.

**Role Model** – Die Startup-Organisation braucht eine(n) erfolgreiche(n) UnternehmerIn, welche/r das Projekt initiiert und nach außen vertritt. Diese/r tritt als Vorbild auf, an welchem sich die GründerInnen orientieren.

**MentorInnen** – Es soll ein MentorInnenprogramm angeboten werden, in welchem GründerInnen von erfolgreichen UnternehmerInnen lernen können. Hierzu zählt beispielsweise das Veranstalten einer “Gründerküche”.

**Work-Life-Balance** – Die Startup-Organisation muss eine angenehme Atmosphäre mit Rückzugsmöglichkeiten und Kreativräumen anbieten. Sozialer Anschluss ist ebenfalls essentiell, damit sich die GründerInnen wohlfühlen, sich mit jemanden austauschen können und möglicherweise auch durch das soziale Umfeld langfristig an den Standort gebunden werden.

**Kreativer Spirit** - Ein Ort des Zusammentreffens muss geschaffen werden. Hierzu zählt beispielhaft ein offener belebter Co-Working Space!

**Technische Infrastruktur** und ggf. auch Werkstätten sind essentiell. Hierbei kann auch auf bestehende Ressourcen von lokalen Unternehmen und Forschungseinrichtungen zurückgegriffen werden.

## 4.2. Fokusgruppen

Im Rahmen der Feldphase führten das Team ECOsystem und das Team Wiesionäre vier Online-Fokusgruppen durch, um neue Erkenntnisse zu den Stärken und Schwächen von Wieselburg, den Bedürfnissen von lokalen UnternehmerInnen, sowie einen möglichen Aufbau einer Startup-Organisation der Stadtgemeinde Wieselburg zu erheben. Die Fokusgruppen wurden im Zeitraum von 17. bis 19. November 2020 über das Online-Konferenztool Zoom durchgeführt.

### **Ziel**

Im Zuge dieser Fokusgruppen wurden die folgenden drei zentralen Fragestellungen definiert und beantwortet:

- Welche Stärken und Schwächen weist die Stadt Wieselburg aus Sicht der lokalen UnternehmerInnen auf?
- Welche Anforderungen und Bedürfnisse haben die UnternehmerInnen an einen Wirtschaftsstandort?
- Wie könnte eine mögliche Startup-Organisation in der Stadtgemeinde Wieselburg aussehen und aufgebaut sein? Welche Leistungen soll dieses anbieten?

### **Methodik**

Die nachfolgenden Ergebnisse basieren auf den Aussagen der TeilnehmerInnen von gesamt vier unabhängig voneinander durchgeführten Online-Fokusgruppen. Die einzelnen Gruppen setzten sich aus drei bis fünf Unternehmens-VertreterInnen zusammen. Moderiert wurden die Fokusgruppen von zwei Teammitgliedern der Teams ECOsystem beziehungsweise Wiesionäre. Alle vier Gruppendiskussionen wurden audiovisuell aufgezeichnet und im Anschluss vollständig transkribiert. Die Auswertung der gewonnenen Daten erfolgte anhand einer inhaltlich-strukturierenden Inhaltsanalyse nach Kuckartz.

## ***Leitfaden***

Die Erhebung wurde unter Zuhilfenahme eines semi-strukturierten Leitfadens durchgeführt. Dieser war in die folgenden Themenschwerpunkte gegliedert:

- Standort Wieselburg (Stärken & Schwächen)
- Infrastruktur
- Kooperation mit Gemeinde / Vernetzung und Austausch
- Zugang zu MitarbeiterInnen
- Attraktivität Wieselburgs für Neugründungen
- Startup-Organisation Wieselburg

Zur Unterstützung wurden im Rahmen der Erhebung der Stärken und Schwächen die Online-Tools „Mural“ und „Menti“ verwendet.

Der vollständige Leitfaden findet sich im Anhang des Berichtes.

## ***Allgemeine Informationen zu den GesprächsteilnehmerInnen***

Ziel der Gruppenzusammensetzung war es, dass die verschiedenen TeilnehmerInnen einer Fokusgruppe einen ähnlichen Hintergrund aufweisen und somit eher homogen sind. Dadurch werden der Prozess der Gruppendynamik und der Gesprächsfluss gefördert. Personen, welche gravierende Unterschiede in ihrem Status genießen, würden auch im realen Leben nicht, beziehungsweise weniger, miteinander kommunizieren. Aufgrund dessen wurden Unternehmens-VertreterInnen aus Unternehmen, welche sich in ihrer Größe möglichst ähneln, in eine Fokusgruppe gemeinsam eingeladen. Um verschiedene Aspekte und Sichtweisen in die Fokusgruppe einzubringen und das Gespräch anzuregen, sollten die TeilnehmerInnen jeder Fokusgruppe aus unterschiedlichen Branchen kommen.

Aufgrund dessen wurden die vier Fokusgruppen wie folgt zusammengesetzt:

**Wiesionäre - Gruppe 1:** Startups, welche aktuell beziehungsweise vormals ihren Sitz in Wieselburg hatten

Datum der Durchführung: 17.11.2020

**Wiesionäre - Gruppe 2:** Startups, welche ihren Sitz in umliegenden Regionen haben

Datum der Durchführung: 18.11.2020

**ECOsystem - Gruppe 3:** Unternehmens-VertreterInnen aus Mittel- und Großunternehmen der Gemeinden Wieselburg-Stadt und Wieselburg-Land, sowie eine VertreterIn eines Unternehmens zur Förderung von Vernetzung und Innovationskraft

Datum der Durchführung: 18.11.2020

**ECOsystem - Gruppe 4:** Unternehmens-VertreterInnen aus Mittel- und Großunternehmen der Gemeinden Wieselburg-Stadt und Wieselburg-Land

Datum der Durchführung: 19.11.2020

## Ergebnisse

Im Zuge der Inhaltsanalyse nach Kuckartz wurden nachstehende Haupt- und Subkategorien gebildet und die inhaltlich relevanten Textpassagen der Transkripte der jeweiligen Kategorie zugeordnet (sh. Tabelle 5):

Tabelle 5: Kategorien Fokusgruppe, eigene Darstellung

Hauptkategorien	Subkategorien
Stärken Wieselburg	Standort/Lage, Infrastruktur, Fläche/Räumlichkeiten, Wirtschaft/Unternehmen, Bildung/Forschung, Mentalität
Schwächen Wieselburg	Humankapital, Information/Bekanntheit, Infrastruktur/Lage, Kooperation/Austausch/Vernetzung, Wahrnehmung
Image Wieselburg	Kommunikation, Potenzial, Fokus, Kooperation, Must Have
Region in und um Wieselburg	Standortwahl, Mögliches Potential, Denken als Region, Arbeitskräfte
Stadtmarketing Wieselburg	Keine Subkategorien
Kooperation und Zusammenarbeit der Unternehmen	Gemeinde, Forschungs- und Bildungseinrichtungen, Unternehmen, Förderinstitute & Beratung, Team- und Schlüsselpositionen
Vernetzung und Austausch	Bestehende Vernetzungen, Vorschläge/Ideen, Optimierungsbedarf/Potenzial
Startup-Organisation und dessen mögliche Positionierung	Kommunikation, Potenzial, Fokus, Kooperation, Must Have
Leistungen und Services der Startup-Organisation	Standort, FH Support, Beratung, Ausstattung, Co-Working Space, Büro und Lagerfläche,
Best- und Worst Practice	Standortwahl, Veranstaltungen als Positivbeispiel, Startup-Center, Amstetten als Positivbeispiel

Im nachfolgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Fokusgruppen unter Verwendung der zehn behandelten Themenschwerpunkte präsentiert.

### **Stärken Wieselburg**

Im Zuge der Fokusgruppen wurden die TeilnehmerInnen nach den Stärken der Stadt Wieselburg befragt.

Die dabei genannten Aspekte gliederten sich in die folgenden Bereiche:

- Standort/Lage
- Infrastruktur
- Fläche/Räumlichkeiten
- Wirtschaft/Unternehmen
- Bildung/Forschung
- Mentalität

Die zentrale Lage der Stadt wird als großer Vorteil gesehen. Von Wieselburg ist man schnell in vielen Großstädten und Ballungsräumen Österreichs, wie Wien, Linz, St. Pölten und auch Graz: *„...wenn man von Wieselburg eineinhalb Fahrstunden mit dem Auto rechnet, leben in dieser Ellipse mehr als die Hälfte der Österreicher. Das heißt wir haben da eine extrem gute Lage, liegen da wirklich in den wirtschaftlichen Ballungsräumen.“* (TN Gruppe 3, 183-192)

Die Verkehrsanbindung und gute Erreichbarkeit mit dem Auto werden als positiver Aspekt gesehen. Dabei wird vor allem die kurze Distanz zur West-Autobahn als wesentlicher Punkt wahrgenommen: *„Was auch für uns wichtig ist, ist auch schon erschienen, ist die Erreichbarkeit also wir sind fünf Kilometer von der Autobahn entfernt und Wieselburg ist dadurch sehr leicht zu finden und das ist natürlich für uns auch sehr wichtig.“* (TN Gruppe 3, 146-152)

Die TeilnehmerInnen sehen die Kompaktheit der Stadt als Stärke, da alles fußläufig erreichbar ist und durch das Messegelände auch genug naheliegende Parkfläche vorhanden ist. Zudem werden auch die im Vergleich zu anderen Städten geringeren Grundstückspreise und Mietkosten als positiv bewertet. Durch vorhandene Leerstände sind auch, speziell was Bürofläche betrifft, ausreichend Optionen vorhanden.

Wieselburg und die InRegion werden als starke Wirtschaftsstandorte gesehen, vor allem in den Bereichen Landtechnik und Lebensmittel. Die Unternehmensvielfalt, was sowohl die Branchen als auch die Größen der in der Region ansässigen Unternehmen betrifft, wird als Vorteil und auch als große Chance (im Sinne von Austausch und Kooperation) empfunden. Die TeilnehmerInnen der Fokusgruppen sehen hierbei die Möglichkeit, dass Startups und Großunternehmen voneinander profitieren können. Des Weiteren weist Wieselburg, aufgrund von großen Arbeitgebern auch ein großes Einzugsgebiet auf.

Eine zentrale Stärke, welche sich bei den Fokusgruppen herauskristallisiert hat, ist das Thema Bildung und Forschung. Die vielen unterschiedlichen Bildungs- und Forschungseinrichtungen in der Region bieten mehrere Vorteile für Wieselburg. Zum einen können diese, durch die Möglichkeit von Kooperationen und gemeinsamen Projekten einen enormen Nutzen für Unternehmen bringen. Zum anderen kommen durch das breite Bildungsangebot sehr viele junge Menschen in die Stadt, die diese beleben und die Kaufkraft erhöhen. Erwähnt wurde auch der Spirit der Fachhochschule: *“Man hat halt diesen Startup-Spirit dort. Sehr viele kleine Startups sind dort gegründet worden, man hat sehr viel Kontakt mit Gründern dort und das alles animiert schon ein bisschen zum Gründen. Und das hat mir wahnsinnig gut gefallen und das sehe ich auf jeden Fall als einen Vorteil.”* (TN Gruppe 2, 261-265). Dieser, aber auch die innovativen SchülerInnen und AbsolventInnen anderer Bildungseinrichtungen in der Umgebung, wie etwa des Francisco Josephinum werden als Gewinn für die Stadt gesehen, da sie neue Ideen und Themen nach Wieselburg bringen. Daraus lässt sich auch schlussfolgern, dass hinsichtlich Gründungsthematik, sehr viel Potenzial gegeben ist.

Ein weiterer Punkt, welcher von den TeilnehmerInnen als sehr positiv bewertet wurde, ist die Mentalität in der Region. Hierbei wurden das große Interesse der Bevölkerung an den Unternehmen, sowie der Zusammenhalt angesprochen. Dies spiegelt sich dadurch wider, dass Regionalität und überparteiliche Zusammenarbeit gelebt werden: *„Wir sind eine Gemeinde auch über die Gemeindegrenzen hinweg, wo rot, schwarz oder sonst was nicht vorne steht, sondern wo man eigentlich das immer gut schafft, dass über Parteigrenzen hinweg zusammengearbeitet wird und damit auch Erfolge möglich sind, die woanders im parteipolitischen Hick-Hack verloren gehen.“* (TN Gruppe 3, 192-204)

Auch die überregionale Bekanntheit der Stadt, aufgrund verschiedener Faktoren wie die Messe, des Wieselburger Bieres und dem Francisco Josephinum, wurde als Stärke thematisiert.

## **Fazit**

Wieselburg vereint sehr viele relevante Voraussetzungen, um ein attraktiver Wirtschaftsstandort für Unternehmen zu sein. Diese Stärken müssen aktiv in die Kommunikation eingebaut werden (zentrale Lage in Österreich, bestehende Forschungseinrichtungen, ...). Die vorhandenen Gegebenheiten bieten jedoch enormes Potenzial, um noch mehr Interesse an der Stadt zu wecken. Hierzu zählen vor allem die Bildungs- und Forschungseinrichtungen. Austausch und Kooperation sollten hier noch viel stärker forciert und auch koordiniert werden, um das gegebene (Gründungs-)Potenzial noch besser zu nützen.

## **Schwächen Wieselburg**

In dieser Kategorie galt es, die aktuellen Herausforderungen der Stadt und der umliegenden Region zu identifizieren.

### Folgende Themenschwerpunkte kristallisierten sich im Laufe der Gespräche heraus:

- Aufholbedarf hinsichtlich der Wahrnehmung und Bekanntheit der Stadt Wieselburg
- Ausbaufähiger Informationsfluss innerhalb der Marktteilnehmer
- Infrastruktur
- Fehlende Positionierung
- Großes Potential bei Kooperation, Austausch und Vernetzung von Bildungseinrichtungen, UnternehmerInnen und Forschungseinrichtungen
- Den Arbeitskräftemarkt betreffende Themen

Die Stadt Wieselburg steht, nach Meinung der Befragten, beim Thema Gewerbeegründung und Standortsuche nicht im Fokus von UnternehmerInnen. Im Vergleich zu Ballungszentren, wie Wien, St. Pölten oder Linz, fehlt es Wieselburg an der überregionalen Bekanntheit als Wirtschaftsstandort.

Die grundsätzlich vorhandenen Angebote und Leistungen im Bereich Bildung, Forschung und Entwicklung sowie Kooperationsmöglichkeiten für Startups, GründerInnen, aber auch für bestehende Unternehmen, sind nicht allen zur Gänze bekannt. Das folgende Zitat verdeutlicht diese Aussage: *“Was in Wieselburg gibt es eine FH?” (TN Gruppe 2, 239-244)*

Das Defizit in der Kommunikation der kleineren Events und Veranstaltungen abseits der Messe wurde genauso wie die mangelnde Motivationsfähigkeit der EinwohnerInnen, diese auch zu besuchen, erwähnt: *“Also wir sind da schon ein bisschen selber schuld und ich denke mir oft, oder ich bin dann oft auch bei Veranstaltungen wo ich mir denke, wo sind jetzt die Leute?”* (TN Gruppe 3, 474-476)

Zusammengefasst liegt großes Potential in der Kommunikation der bereits vorhandenen Möglichkeiten und in der Selbstvermarktung, um die Wahrnehmung bei allen MarktteilnehmerInnen entsprechend zu verstärken.

Zum Themengebiet Infrastruktur wurde häufig die öffentliche Verkehrsanbindung an die Westbahn genannt. Die damit verbundene umständliche und zeitintensive Anreise wurde hier speziell bei der Arbeitskräftesuche für die etablierten Unternehmen als großer Nachteil gegenüber größeren Ballungszentren genannt. Nach Meinung mehrerer TeilnehmerInnen besteht Verbesserungsbedarf beim Radverkehrsnetz, welches auch hinsichtlich fremdenverkehrstechnischer Entwicklungen eine wesentliche Rolle spielt. Die aktuell noch angespannte Verkehrssituation innerhalb des Ortsgebietes (bis zur Eröffnung der Umfahrung), aber auch fehlende Parkplätze in Zentrumsnähe wurden zusätzlich ins Treffen geführt. Damit eng verbunden wurden die geringe Attraktivität des Hauptplatzes, das fehlende Flair im Stadtzentrum, aber auch eine spärliche “Szene” für die jüngere Bevölkerungsgruppe bis zu einem Alter von 25 Jahren genannt. Dabei wurden mehrmals negative Einflüsse auf die Zuzugswilligkeit von Fachkräften, sowie auf die Wahrscheinlichkeit, dass sich jemand beispielsweise nach dem Studium in der Stadt ansiedelt, beschrieben. Nachstehendes Zitat verdeutlicht diesen Punkt: *“Dazu zählt für mich auch der Hauptplatz, der einfach nicht attraktiv ist. Es ist einfach nur ein Durchzugsverkehr und jetzt nicht eine Flaniermeile so wie es in anderen Städten ist.”* (TN Gruppe 3, 406-408)

Die vorhandene innerstädtische Verbauung durch das gesamte Messegelände inklusive der dazugehörigen Parkflächen wurde von einigen TeilnehmerInnen einerseits als Defizit genannt, andererseits als großer Vorteil für den eventuell künftigen Standort einer Startup-Organisation auf dem Messe-Areal gesehen.

Die StudienteilnehmerInnen nannten das fehlende Platzangebot für große Betriebsansiedelungen und fehlende Lagerflächen als weitere Gründe, welche die Bereitschaft von Unternehmen einschränken, in Wieselburg zu gründen. *“Wir sind auch auf der Suche nach einem Lager oder nach Lagerflächen in Wieselburg und haben bis jetzt auch noch nicht wirklich etwas gefunden.”* (TN Gruppe 1, 105-107)

Die fehlende Fähigkeit, ArbeitnehmerInnen und StudentInnen an den Ort zu binden, sowie der Fachkräftemangel, sind Themen die, nach Meinung der Befragten, nicht von heute auf morgen gelöst werden können. Sie sollten jedoch in einem mittelfristigen Stadtplanungs- und Entwicklungskonzept Platz finden.

Ein weiterer Punkt, der von den TeilnehmerInnen identifiziert wurde, ist die fehlende Positionierung der Stadt. Bekannt ist Wieselburg laut ihren Aussagen vor allem für die Brauerei Wieselburg, die vielen Messen und die Bildungseinrichtungen wie die FH und das Francisco Josephinum. *“Also wir wollen, habe ich manchmal das Gefühl, alles sein. Wir wollen Eventzentrum sein mit der Messe, wir wollen in die Digitalisierung gehen, wir wollen Lebensmittel, wir wollen, ja weiß ich nicht was, Bildungsstadt sein. Da fehlt für mich ein bisschen das klare Profil, wohin vielleicht die Reise hingehen könnte”* (TN Gruppe 3, 378-382). Eine klare Positionierung der Stadt und die damit verbundene Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals wird von vielen TeilnehmerInnen als der Schlüssel für die künftige positive Entwicklung und für den Erfolg einer Startup Organisation gesehen.

Ein von vielen TeilnehmerInnen angesprochener Punkt war das große bisher kaum genutzte Potential bei Kooperation, Austausch und Vernetzung von Bildungseinrichtungen, UnternehmerInnen und Forschungseinrichtungen innerhalb der Stadt und der Gesamregion. Der Kontakt beruht demnach in den allermeisten Fällen auf geschäftlichen Beziehungen in Form von Kauf/Verkauf von Produkten und Dienstleistungen. Kaum jemand lebt eine Kooperation hinsichtlich Austausch, Vernetzung und Bündelung von Kräften und Potentialen und weiß über die Möglichkeiten der anderen Marktteilnehmer Bescheid.

### **Fazit**

Wie schon im Fazit bei den Stärken erwähnt, besitzt Wieselburg sehr viele relevante Voraussetzungen, um ein attraktiver Wirtschaftsstandort für Unternehmen zu sein. Viele der genannten Stärken wurden auch bei den Schwächen genannt. Man kann hier erkennen, dass die Wahrnehmung abhängig von Branche und Größe des Unternehmens unterschiedlich ist. So sehen zum Beispiel große Unternehmen nur wenig Möglichkeiten zur Expansion, oder zur Ansiedelung weiterer Betriebe, während in der Wahrnehmung der kleinen Firmen ausreichend Flächen zur Verfügung stehen. Um die erwähnten Schwächen zu minimieren, muss vor allem die Kommunikation hinsichtlich der zahlreich vorhandenen ausgezeichneten Gegebenheiten verbessert werden (zentrale Lage in Österreich, vorhandene Möglichkeiten bei Bildungs- und Forschungseinrichtungen, u.v.m.). Enormes

Potenzial liegt aus Sicht der DiskussionsteilnehmerInnen im Austausch und in der Kooperation der Bildungs- und Forschungseinrichtungen mit den UnternehmerInnen. Die Koordination ist hier ein entscheidender Faktor, um auch zusätzlich vorhandenes (Gründungs-)Potenzial deutlich besser nützen zu können.

Durch das Fehlen einer Flaniermeile in Wieselburg wirkt die Stadt nicht so belebt wie die Ortskerne anderer Städte. Junge Menschen zieht es tendenziell in Städte, in welchen „etwas los“ ist. Resultierend daraus ist eine Belebung des Ortskerns essentiell. Dies kann beispielweise durch Straßenfeste in der Stadt vorangetrieben werden.

Entscheidend hinsichtlich der Attraktivität des Standortes für Arbeitssuchende und Fachkräfte wird mittel- und langfristig die Verbesserung der Anbindung an den öffentlichen Verkehr (Westbahnstrecke) oder die Entwicklung eines alternativen, autonomen Verkehrskonzeptes der Zukunft sein.

### **Image Wieselburg**

Diese Kategorie widmet sich der Fragestellung, wie Wieselburg aktuell wahrgenommen wird und welches Alleinstellungsmerkmal Wieselburg derzeit hat.

Von den befragten Personen wurden folgende Schwerpunkte angegeben, für die Wieselburg bekannt ist:

- Bildungs- und Forschungseinrichtungen (FH Wieselburg, Technopol, Francisco Josephinum)
- Verkehr (Nähe zur Autobahnauffahrt, Durchzugsstadt)
- Brau- und Messestadt (Landwirtschaftsmessen, Hundemessen, Veranstaltungszentrum)
- Technik (Landtechnik, Heizkesselüberprüfung, ZKW)

Trotz der kleinen Größe Wieselburgs und der vergleichsweise geringen Einwohnerzahl hat es Wieselburg geschafft, vor allem als Brau- bzw. Messestadt bekannt zu werden. Weiters wurde von einem Teilnehmer angegeben, dass Wieselburg auch aufgrund der Tatsache, dass es sich um eine Durchzugsstadt handelt, bekannt wurde. Die Begründung war, dass man durch Wieselburg durchfahren muss, wenn man in das Erlaufthal oder zum Schifahren Richtung Ötscher oder Hochkar fahren möchte. Aus Sicht der TeilnehmerInnen hat es Wieselburg jedoch noch nicht vollständig geschafft das Image als

Durchzugsstadt abzulegen und als Wirtschaftsstandort mit vielen Möglichkeiten, auch im Bereich Technik und Forschung, bekannt zu werden. Laut Angabe mehrerer TeilnehmerInnen bietet Wieselburg eine Vielzahl an Bildungseinrichtungen, wie die Fachhochschule, das Josephinum oder das Technopol). Mit diesem Aspekt wurde jedoch auch die fehlende Bekanntheit der Bildungs- und Forschungseinrichtungen angemerkt, welches mit dem Beispiel der Fachhochschule mit ihrem Schwerpunkt Nachhaltigkeit, begründet wurde. Auch bei potentiellen ArbeitnehmerInnen, welche in anderen Städten studiert oder gearbeitet haben, wird Wieselburg nicht als mögliche Arbeitgeberstadt wahrgenommen. Weiters wurde von mehreren TeilnehmerInnen angemerkt, dass der Stadt Wieselburg "Flair" fehle, was zum Teil auch am Branchenmix liegt. Vor allem aber wurde in dem Zusammenhang bemerkt, dass die Tatsache, dass vor allem der Hauptplatz von Makler- oder Versicherungsbüros dominiert wird, zu dieser Wahrnehmung beiträgt. Wie sich die Umfahrung Wieselburg darauf auswirkt, kann noch nicht abgeschätzt werden.

*"Und das was es für mich eben auch so spannend / oder das Negative für mich an Wieselburg ist, dass es eigentlich als Durchzugsstadt wahrgenommen wird. Also ich kenn Wieselburg eigentlich nur deswegen, weil man da immer durchfährt. Das lädt irgendwie nicht ein zum Stehenbleiben von sich aus, ja." (TN Gruppe 3, 427-432)*

### **Fazit**

Durch die Vielzahl an Punkten, für die Wieselburg bekannt ist, ist es mitunter nicht erkennbar wofür bzw. für welche Branche Wieselburg steht (wie folgendes Zitat verdeutlicht): *"Also wir wollen, habe ich manchmal das Gefühl, alles sein. Wir wollen Eventzentrum sein mit der Messe, wir wollen in die Digitalisierung gehen, wir wollen Lebensmittel, wir wollen, ja weiß ich nicht was, Bildungsstadt sein. Da fehlt für mich ein bisschen das klare Profil, wohin vielleicht die Reise hingehen könnten." (TN Gruppe 3, 378-382)*

Wichtig wird es daher sein, eine klare Strategie festzulegen, in welche Richtung Wieselburg sich entwickeln möchte und dies entsprechend nach außen zu kommunizieren.

## Region in und um Wieselburg

Die nachfolgende Kategorie beschäftigt sich mit Wieselburg und seinem Zusammenspiel mit den umliegenden Gemeinden. Der Wunsch nach einer Fusionierung von Wieselburg und Wieselburg-Land, beziehungsweise einem gemeinsamen verstärkten Agieren und gemeinsamer Pläne von Wieselburg mit den umliegenden Gemeinden wurde von einigen TeilnehmerInnen geäußert. Als Gründe dafür wurden vor allem genannt, dass zwischen Wieselburg und Wieselburg-Land keine klaren Grenzen ersichtlich. Des Weiteren ist die verfügbare Fläche in der Stadtgemeinde stark begrenzt, Wieselburg-Land hingegen bietet noch Landreserven. Laut Aussagen einiger TeilnehmerInnen ist der Bezirk Scheibbs mit den umliegenden Bezirken zu klein, um sich in Konkurrenz mit anderen Einrichtungen zu stellen. Vielmehr sei hier ein gemeinsames Denken und Wirtschaften zur Förderung der gesamten Region gefragt. Weiters wird unter dem Standort "Wieselburg" nicht die Stadtgemeinde Wieselburg, sondern eine kleine Region empfunden: *"für mich ist Wieselburg nicht Wieselburg, sondern für mich ist Wieselburg mindestens die InRegion, heißt Wieselburg Land, -Stadt, Petzenkirchen, Bergland. Das ist mein Wirtschaftsraum oder unser Wirtschaftsraum"* (TN Gruppe 3, 192-204)

Laut Aussagen einiger Fokusgruppen-TeilnehmerInnen bietet die flächenmäßig kleine Stadtgemeinde zahlreiche Angebote und beheimatet viele EinwohnerInnen. In weiterer Folge wurde erwähnt, dass Wieselburg jedoch trotz hoher Einwohnerzahl einen familiären Charakter aufweist. Hierbei wurde ein klarer Zusammenhalt in der Region erwähnt. Das familiäre Flair und der offene Zugang zwischen den WieselburgerInnen bieten eine ideale Grundlage für Kooperationen und gemeinsame Projekte und somit eine offene Wirtschaft.

Die TeilnehmerInnen gaben an, dass es in der Industrie sowie dem Handwerk an Fachkräften mangelt:

*"Die Leute fehlen einfach in der handwerklichen Ausbildung."* (TN Gruppe 3, 875-878)

Akademische Abgänger hingegen sind ausreichend verfügbar. In Punkto Handwerker und Fachkräfte herrscht ein klarer Handlungsbedarf. Wieselburg ist an dieser Stelle gefordert, Fachkräfte in die Stadt zu holen beziehungsweise diese durch attraktive Angebote zu binden, damit die lokalen Unternehmen ihren Mangel tilgen können. Ohne qualifiziertes Personal können die lokalen Unternehmen nicht sinnvoll wirtschaften. Daraus resultierend besteht das Risiko, dass Unternehmen in eine Region mit einem guten Angebot an Fachkräften abwandern, um dies zu umgehen. Weiters besteht die Gefahr, dass sich

Unternehmungen nicht in Wieselburg ansiedeln wollen, um ein solches Problem im Vorhinein zu verhindern.

### **Fazit**

Resultierend daraus ist eine Kooperation zwischen Wieselburg und den umliegenden Gemeinden und Einrichtungen gefragt. Das gemeinsame Zusammenarbeiten zum Wohle der ganzen Region soll im Fokus stehen, um eine langfristige positive Entwicklung erreichen zu können. Zudem ist die Stadtgemeinde gefragt, langfristig FacharbeiterInnen in die Stadt zu holen und zu binden, damit lokale Unternehmen diesen Mangel beseitigen können. Wieselburg bietet den großen Vorteil, dass ein familiäres Flair herrscht und sich die EinwohnerInnen untereinander kennen.

### **Stadtmarketing Wieselburg**

Der nachfolgende Abschnitt behandelt die Organisation und den Auftritt des Stadtmarketings Wieselburgs aus Sicht der Fokusgruppen-TeilnehmerInnen.

Die TeilnehmerInnen erwähnten, dass die Tätigkeiten des Stadtmarketings aufgrund der regelmäßigen Veröffentlichung einer eigens erstellten Zeitung sichtbar werden. Ein/e ProbandIn gab an, dass das Stadtmarketing bisher nur über Offline-Kanäle kommuniziert. Hierzu wurde ergänzt, dass die Kommunikation künftig und vor allem aufgrund der zunehmenden Digitalisierung auch online stattfinden soll, um eine höhere Reichweite zu generieren und von mehr EinwohnerInnen wahrgenommen zu werden.

*“Online ist Wieselburg de facto nicht vertreten.” (TN Gruppe 3, 546-559)*

Aktuell wird das Stadtmarketing von den TeilnehmerInnen so wahrgenommen, dass sich dieses primär an die EinwohnerInnen der Region richtet, um die Leistungen kleiner Gewerbe- und Handelsbetriebe, beispielsweise des City-Centers oder des Kinos, zu vermarkten. Die TeilnehmerInnen teilen die Ansicht, dass aktuell zu wenig Vernetzung zwischen den Unternehmen durch das Stadtmarketing entsteht. Hier soll speziell auf eine Vernetzung zwischen jungen und etablierten Unternehmen der ganzen Region in und um Wieselburg gesetzt werden. Die UnternehmerInnen wünschen sich, dass sie um ihre Meinung zu den Tätigkeiten gefragt werden. Zudem wird das Stadtmarketing als zu handelslastig empfunden. Resultierend daraus besteht der Wunsch, dass sich das Stadtmarketing

künftig noch mehr an den Interessen der UnternehmerInnen, der großen, mittleren, sowie der kleinen und verschiedener Branchen, orientiert und diese stärker einbindet:

*“Es gibt in Wieselburg auch das Stadtmarketing wo ja versucht wird, Firmen und Wirtschaftstreibende zu verbinden und zu vernetzen. Aber da muss ich ehrlich sagen, da passiert mir viel zu wenig, also das nehme ich jetzt als Unternehmer fast nicht wahr” (TN Gruppe 4, 646-655)*

*“Wir sind selber als Firma schon seit vielen Jahren beim Stadtmarketing auch Mitglied. was mich hier halt ein bisschen stört, wir werden überhaupt nicht um Feedback gefragt.” (TN Gruppe 3, 730-737)*

Als Beispiele für ein umfangreiches Stadtmarketing wurden seitens der TeilnehmerInnen die Städte Amstetten, Sankt Pölten, Tulln und Wiener Neustadt erwähnt. Die TeilnehmerInnen teilten die Ansicht, dass es hier eine fixe Struktur und einen hauptberuflichen “Kümmerer” für das Stadtmarketing benötigt, um ein vergleichbar umfangreiches Stadtmarketing wie bei den genannten Beispielen zu erreichen. Hierzu wurde ergänzt, dass das Thema Stadtmarketing ein sehr zeitintensives ist und nicht nebenberuflich von einer zuständigen Person abgehandelt werden sollte.

Ein/e ProbandIn äußerte, dass die Angebote des Stadtmarketings primär wiederholend von denselben Personen beziehungsweise Personengruppen genutzt werden. Hier sollte künftig die Kommunikation ausgebaut werden, um mehr und neue Leute zu erreichen und infolgedessen anzuziehen.

### **Fazit**

Wieselburgs Stadtmarketing besitzt Aufholbedarf, um mit größeren umliegenden Städten wie Amstetten oder Sankt Pölten mithalten zu können. Es benötigt eine fixe Struktur mit hauptberuflich Verantwortlichen. Künftig sollen in der Vermarktung auch Online-Kanäle bespielt werden, um mehr Personen zu erreichen. Zudem soll sich das Stadtmarketing künftig auch mehr an den Interessen der verschiedenen lokalen Unternehmen, unabhängig von Größe oder Branche, orientieren, diese aktiv einbinden, um ihre Meinung fragen und die Vernetzung zwischen den Unternehmen fördern.

## Kooperationen und Zusammenarbeit der Unternehmen

Aus den Fokusgruppen ging hervor, dass sowohl JungunternehmerInnen als auch langjährige UnternehmerInnen eine Kooperation untereinander befürworten mit der Prämisse „ein großes Miteinander ohne Konkurrenzgedanken“

*“Eine Kooperation auf jeden Fall [...] wenn es den Technologie-Feldern und Forschungsfeldern der Region entspricht. [...]” (TN Gruppe 4, 1035-1049)*

Um voneinander profitieren zu können, ist aus Sicht der TeilnehmerInnen eine offene, unkomplizierte und hilfsbereite Vernetzung der Unternehmen, Forschungs- und Bildungseinrichtungen sowie Förderinstitute und Berater äußerst wichtig – hierbei wurde auch immer wieder geäußert, dass die AnsprechpartnerInnen aus der Region stammen sollten. Eine zentrale Anlaufstelle mit einer konkreten Kontaktperson sollte in der Startup-Organisation vor Ort sein, wo man hingehen kann, sein Anliegen kundtut und einen hilfreichen Ansprechpartner vermittelt bekommt. Bei einer Vernetzung ohne direkte Vermittlung besteht die Gefahr, dass man sich nicht findet, wenn es zu viel Angebot gibt.

*“[...] Je nachdem was ich brauche, sag ich jetzt einmal, versuche ich in erster Linie in der Region zu finden [...]” (TN Gruppe 1, 502-512)*

*“[...] Das war mir ganz wichtig, dass das regional ist, [...] also diese Kooperation. [...]” (TN Gruppe 2, 568-584)*

*“aber ich glaube man könnte das alles zusammenfassen in dem die Stadt könnte so einen Kümmerer anbieten, mitfinanzieren, das kann durchaus bei der FH angesiedelt sein, weil die haben ja schon Manpower und Kompetenzen in dem Bereich, es ist so glaub ich das was so ein Startup zu Beginn braucht, so eine Anlaufstelle dann natürlich das Netzwerk, [...] gerade sollte man einen Austausch fördern, wo eben große Unternehmen, Startups sich treffen können sich austauschen können vielleicht so Schlagworte, die jetzt bei uns oder die ich gerade forcieren, Mentoring Programme ist so ein Thema, wo praktisch alte Eingesessene, wenn man es so auf mostviertlerisch sagen darf, durchaus auch mit jungen Leuten zusammenarbeitet oder die unterstützt und auch so ein bisschen Sparringpartnerschaft vorgibt.” (TN Gruppe 4, 467-478)*

Für ein junges Unternehmen sind Kooperationen notwendig, da es dadurch einfacher ist sich zu etablieren.

*Aus Sicht der GründerInnen wurde vor allem am Beginn Hilfe bei den Themen Steuern, Recht und Digitales (Onlinemarketing, etc.) benötigt.*

*Weiters sollte die Startup-Organisation ohne Zugangsbeschränkungen sein (z.B. muss in Wieselburg studiert haben).*

„Alteingesessene“ Unternehmen können freie Ressourcen (in Form von Flächen, Geräten, etc.) anbieten. Ein aktives Nutzen der Forschungs- und Bildungseinrichtungen für z.B. Studien, Projekte, etc. wäre ein großer Vorteil sowohl für das Angebot der Startup-Organisation, als auch für die JungunternehmerInnen, welche bereits im frühen Stadium, z.B. professionelle Geräte nutzen können, sowie für etablierte Unternehmen, die eine bessere Auslastung ihrer Ressourcen erzielen.

Ein wesentliches Thema aus Sicht der JungunternehmerInnen war das Engagement der Gemeinde, welcher man grundsätzlich positiv gegenübersteht. Dabei tauchte der Wunsch auf, dass der Bürgermeister persönlich mit den Unternehmen in Kontakt tritt (z.B. in Form eines Bürgermeister-Stammtisches). Gerade für GründerInnen ist dies förderlich, wenn es in Verbindung mit Öffentlichkeitsarbeit steht. Außerdem wäre es aus Sicht der DiskussionsteilnehmerInnen hilfreich, wenn man als Gemeinde aktiv auf die UnternehmerInnen zugeht und sich erkundigt, ob bzw. wo Hilfe oder Unterstützung benötigt wird. Ein Verzeichnis von Unternehmen aus der Umgebung, welche bei einer Gründung relevant sind, wäre ein möglicher Schritt, um JungunternehmerInnen beim Zurechtfinden in der Gemeinde zu unterstützen. Dies könnte man für GründerInnen in Form von „Packages“ für GründerInnen (z.B. Steuer- und Rechtsberatung im 1. Jahr 1.500€) verpacken:

*“und was auch sicher sehr hilfreich wäre, in dieser Phase ist, dass man dann auch irgendwie so Packages vorher hat und ungefähre Kosten, denn wir haben auch echt nicht gewusst, wieviel jetzt auch die Vertragserstellung bei einem Rechtsanwalt kostet. Oder eben das erste Jahr Steuerberaterkosten für Buchhaltung oder für Ein- und Ausgabenrechnung und solche Sachen. Dass die das vielleicht schon anbieten, so Start-Up Packages oder Gründerservicepackages von Steuerberater. Kostet im ersten Jahr 1.500€ und dann für das nächste Jahr mehr oder weniger.” (TN Gruppe 1, 680-687)*

## **Fazit**

Eine Kooperation bzw. Zusammenarbeit wird sowohl von jungen als auch alteingesessenen UnternehmerInnen befürwortet. Die Vernetzung soll dabei unkompliziert und regional erfolgen, eine zentrale Anlaufstelle in der Startup-Organisation ist dabei hilfreich.

Beide Seiten müssen von der Zusammenarbeit profitieren, was auch durch die Ausnutzung freier Ressourcen gegeben sein kann.

In Bezug auf die Gemeinde wünscht man sich offensive Unterstützung, z.B. durch Öffentlichkeitsarbeit, vor allem seitens der JungunternehmerInnen.

## **Vernetzung und Austausch**

Beim Thema Vernetzung und Austausch wurden im Rahmen der Fokusgruppen die bestehende Vernetzung und die aktuell bestehenden Möglichkeiten zum Austausch zwischen den ansässigen Unternehmen und Einrichtungen beschrieben, Optimierungsbedarf aufgezeigt und auch neue Ideen und Vorschläge eingebracht. Die Abgrenzung zum Thema Kooperation und Zusammenarbeit erfolgt durch die Fokussierung auf den Wissensaustausch und die gegenseitige Unterstützung.

Die gegenseitige Vernetzung und der Austausch wird, vor allem für kleinere Unternehmen und für Startups als sehr wichtig und als große Chance empfunden: *„Mit solchen Unternehmern zu sprechen, sich mit denen auszutauschen, man kann viel lernen, man kann sich viel anschauen, man kann viel erfahren was die gemacht haben, was die nicht mehr machen würden und so weiter. Und auch da wieder die geografische Nähe zu solchen Unternehmen, zu solchen Unternehmern. Und wenn man es irgendwie schafft, dass die jungen Startups als Mentor oder so zur Seite stehen, oder da und dort mal mit denen in den Austausch kommt, dann sehe ich das sehr positiv.“* (TN Gruppe 2, 323-329)

Bei der bestehenden Vernetzung wurden einzelne gemeinsame Aktivitäten zwischen Unternehmen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen erwähnt. Es gibt auch einen regelmäßigen Austausch über diverse Netzwerke und Einrichtungen. Der Ecospace wurde dabei als positives Beispiel genannt, da hier bereits ein breiter Mix an Branchen, von Ein-Personenunternehmen bis zu mittelständischen Betrieben, vertreten ist. Positiv wurde seitens der TeilnehmerInnen hervorgehoben, dass zum aktuellen Zeitpunkt bereits regelmäßige Vernetzung unter den 35 Unternehmen bei monatlichen Themenabenden stattfindet.

Dennoch veranschaulichten die Fokusgruppen sehr deutlich, dass es hinsichtlich des gegenseitigen Austauschs noch viel Optimierungsbedarf gibt und das große vorhandene Potenzial noch zu wenig genutzt wird. Hierbei scheitert es vor allem an der fehlenden Koordination und Kommunikation. Veranschaulicht wird die mangelnde Vernetzung untereinander dadurch, dass die Unternehmen und Einrichtungen voneinander oft nicht wissen, welches Leistungsangebot angeboten wird. Die bestehenden Plattformen werden hierfür auch zu wenig genutzt: *„Also, dass man (...) mehr nutzt. Das bieten wir immer wieder an, aber es wird, ja eigentlich selten genutzt. Weil, dass eine gute Möglichkeit wäre, die Dienstleistungen, die da bestehen in der Region, dass man die auch, mehr zu den Menschen bringt. Weil das sehe ich dort schon als Schwäche, dass man dort oft, gar nicht weiß was in der BLT, zum Beispiel, für Geräte da sind, die man nutzen könnte. Oder was jetzt im Technopol alles möglich ist.“ (TN Gruppe 3, 793-803)*

Im Zuge der Fokusgruppen wurden auch die folgenden Vorschläge und Ideen zur Verbesserung eingebracht:

- Regionale Events zum Pitchen für Startups mit anschließender Diskussion
- Neue Plattform/Rahmenbedingungen/Räume für Vernetzung schaffen
- Coaches und Workshops
- Wieselburger Messe nutzen (zur Präsentation oder eigene Startup-Messe)
- Überregionaler Austausch / Vernetzung über die Grenzen der Region hinaus

### **Fazit**

Regelmäßiger Austausch und Vernetzung zwischen Unternehmen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen wird von allen TeilnehmerInnen der Fokusgruppen positiv bewertet und als wesentlicher Aspekt für einen florierenden Wirtschaftsstandort der Zukunft erachtet. Erste Schritte in diese Richtung sind bereits durch Initiativen wie den Ecospace erfolgt, es besteht jedoch noch großes Potential für die Zukunft. Dies wird auch durch bereits konkrete Vorschläge und Ideen der TeilnehmerInnen verdeutlicht.

## Startup Organisation Wieselburg und dessen mögliche Positionierung

Das nachfolgende Kapitel beschäftigt sich mit Vorschlägen für mögliche Branchen oder Themen, welche wichtig für die Positionierung der Startup-Organisation sind.

Im Zuge der Fokusgruppen wurden folgende mögliche Positionierungen erwähnt:

- Agrartechnologie in Verbindung mit Digitalisierung – Wieselburg als Zentrum in Mitteleuropa
- Tourismus mit der Anbindung an den Donauradweg, Hotellerie
- Innovative Forschungseinrichtung mit Patenten, nachhaltige Materialien
- Lebensmittel, Verarbeitung der Urprodukte
- Verknüpfung mit der Messe (räumliche Ressourcen)
- Erste Startup-Messe Österreichs, nach dem Vorbild 2 Minuten – 2 Millionen
- Optik-/Elektronikentwicklung
- Mobilität und Licht
- Sensorik, autonomes Fahren, Mobilität im Allgemeinen
- Vernetzte Infrastruktur, groß gedachte Mobilitätskonzepte
- Öffentliche Verkehrskonzepte mit autonomen Fahren, E-Mobilität
- Transport und Logistik, Last Mile

Laut Angabe der TeilnehmerInnen sind die Kommunikation sowie Wahrnehmung, wie die Startup-Organisation nach außen treten und interagieren soll, essentiell. Durch die Kommunikation nach außen können Informationen an junge Leute getragen werden, um von ihnen als Wirtschafts- und Arbeitsstandort attraktiver wahrgenommen zu werden. Laut den TeilnehmerInnen ist ein weiterer wichtiger Aspekt die richtige Umgebung und ein Image zu schaffen, damit Entwicklungen gefördert und Menschen Themen direkt bearbeiten können. Es soll dadurch Raum entstehen, wo Dinge durch Zufall entstehen können.

*“Einfach machen wird überhaupt nichts bringen, weil warum soll da jemand deswegen zu uns kommen, weil man muss wirklich viele Themen dazu investieren in das Thema.”*  
(Gruppe 4, 954-965)

Durch die vielen Bildungseinrichtungen sowie Forschungseinrichtungen ist der Nachwuchs an neuen MitarbeiterInnen gegeben. Die Wertschöpfung und das Know-How, das von den gut ausgebildeten Menschen ausgeht, soll durch die Schaffung von Angeboten, welches für die Ausübung ihrer Tätigkeiten benötigt wird, in der Region bleiben. Weiters

können durch die Schaffung einer Startup-Organisation beispielsweise Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt oder andere Unterstützung bereitgestellt werden, um die AbsolventInnen in Wieselburg zu halten und ihre Unternehmen dort zu gründen.

*“Wir haben alle Forschungseinrichtungen da, wir haben die [...] besten Köpfe da, wir haben junge Leute da, wir müssen quasi nur mehr das umsetzen. Also das finde ich z.B. sehr spannend, wenn man das zusammenbringt.” (TN Gruppe 3, 1038-1040)*

Bei einer Zusammenarbeit der Unternehmen untereinander ist dies ebenso mit einem Startup Center als auch mit Bildungseinrichtungen und Förderinstituten gemeint, da sich alle Beteiligten einen hohen Benefit für ihr eigenes „Projekt“ erhoffen bzw. erwarten. Voraussetzung hierfür ist die Findung eines (gemeinsamen) Schwerpunktes. Durch den gemeinsamen Schwerpunkt können beispielsweise Know-How, Netzwerk und Hardware in Form von Laboren oder technischen Geräten miteinander genutzt werden. In Verbindung mit Mentoring-Programmen wird ein Austausch an Know-How von Unternehmen oder Bildungseinrichtungen mit dem jungen agilen Charakter von Startup-Unternehmen geboten.

*“Weil, und Geschwindigkeit werde ich aber nur bekommen, wenn ich mich spezialisiere, indem ich wirklich sage, ich konzentrier mich auf ein bestimmtes Feld, auf eine bestimmte Technologie oder auf ein bestimmtes Technologiefeld oder auf eine bestimmte Dienstleistung.” (Gruppe 4, 888-902)*

Als mögliche Positionierungsrouten wurden beispielsweise der Tourismus mit dem Donauradweg in Verbindung mit Übernachtungsmöglichkeiten angegeben. Ein weiterer Teilnehmer nannte die Möglichkeit der Landtechnik in Verbindung mit Digitalisierung als Zentrum von Mitteleuropa. Die Positionierung im Lebensmittelbereich bzw. in der Verarbeitung von Urprodukten nach dem Vorbild von Waldland wurde mehrmals angesprochen. Die Messe bzw. das Messegelände wurde mit dem Gedanken dort eine Art Startup-Messe abzuhalten oder Seminarräume, Gastronomieeinrichtungen bzw. Veranstaltungsräume, anzubieten in Verbindung mit einer möglichen Positionierung gebracht. Optik- und Elektronikentwicklungen wurden von einem weiteren Teilnehmer als mögliche Positionierung angesprochen. Ein weiteres Beispiel wurde in Bezug auf die fehlende öffentliche Verkehrsanbindung genannt. Diese Schwäche Wieselburgs könnte als Chance verstanden werden neue Mobilitätskonzepte zu entwickeln.

Die TeilnehmerInnen gaben weiters an, dass Wieselburg noch keinen Kern gefunden hat, wofür es steht. Wieselburg kann sich die Richtung, in der es wachsen und wofür es stehen möchte, noch aussuchen.

*“Und ich finde Wieselburg hat die große Chance sich den USP noch zu schaffen. Den es offensichtlich noch nicht gibt. Aber ich glaub auch alle externen Besucher, die kommen. Die, die können Wieselburg noch nicht greifen.” (Gruppe 4, 804-817)*

Die Zukunft und die Stadtentwicklung von Wieselburg sind Themen welche EinwohnerInnen, AnrainerInnen, StudentInnen und Unternehmen gleichermaßen betreffen. Von mehreren Teilnehmern wurde daher der Vorschlag gestellt alle Stakeholder in diesen Prozess miteinzubeziehen und gemeinsam zu erarbeiten. Durch die Vielzahl an Positionierungsmöglichkeiten ist es daher wichtig einen Fokus für Wieselburg zu finden.

*“Wieselburg glaub ich muss ein Thema finden, wenn es wachsen möchte, oder es passiert sowieso, dass halt das eine oder andere Unternehmen sich irgendwie gründet, also wenn Wieselburg Geschwindigkeit aufnehmen möchte, dann braucht es ein Thema.” (TN Gruppe 4, 530-544)*

### **Fazit**

Wieselburg hat noch keine klare Positionierung gefunden, wofür es steht. Die Positionierung des neuen Startup-Centers kann daher als Möglichkeit gesehen werden eine Richtung einzuschlagen. In diesem Prozess sollen alle relevanten Stakeholder miteinbezogen werden, um ein breites Commitment zu erzielen. Um eine effiziente Ressourcennutzung zu erzielen, sollen Kooperationen zwischen dem Startup-Center, den bereits bestehenden Bildungs- und Forschungseinrichtungen und den dort bereits ansässigen Unternehmen vereinbart werden.

## Leistungen und Services des Startup Centers

Aus den verschiedenen Antworten der Fokusgruppen lassen sich folgende Schwerpunkte, betreffend den anzubietenden Leistungen und Services des geplanten Startup Centers ableiten:

- Beratung
- FH Support
- Standort
- Positionierung
- Büro und Lagerfläche
- Ausstattung

Das Thema Beratung nimmt vor allem in der Gründungsphase einen sehr hohen Stellenwert ein. Die Beratung in Rechts- und Steuerangelegenheiten wurden hier besonders oft hervorgehoben. Hier sollte eine Anlaufstelle zur Gründerberatung am Startup-Center vorhanden sein, welche offene Fragen schnell beantworten kann und ein gutes Netzwerk zur Verfügung stellt. Besonders für jene die zum ersten Mal gründen, wäre eine Unterstützung in der Vor-Gründungsphase sehr hilfreich. Die Meinungen zu öffentlichen Anlaufstellen wie der WKO gingen stark auseinander. Einige beklagen gar eine falsche Beratung, was zu finanziellem Verlust geführt hat oder zu wenig Wissen in Hinblick auf spezielle Fragen. Andere GründerInnen wiederum waren mit den Leistungen der Wirtschaftskammer sehr zufrieden. Mit viel Lob wurde die Gründungsagentur des Landes Niederösterreich RIZ up erwähnt. *„Die haben bisschen einen Start-Up Spirit, die sind moderner aufgestellt, die sprechen die Sprache der Start-Ups. Also das sehe ich als ganz wichtig“ (TN Gruppe 2, 498-519)* Das RIZ up wird von UnternehmerInnen als motiviert, schnell und unkompliziert handelnd empfunden. *„Diese Leistung - für das Start-Up, das war Gold wert, also all die Antworten, die man da bekommen hat, all die Hints, Tipps, Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen“ (TN Gruppe 2, 527-535)*

Die Fachhochschule nimmt zumindest für Studierende am Campus in Wieselburg bereits eine wichtige Beraterrolle in der Gründerszene ein. Hier finden GründerInnen nicht nur Beratung zu den unterschiedlichsten Herausforderungen in wirtschaftlichen Themenbereichen, sondern auch Gleichgesinnte zum Reden und Diskutieren *(TN Gruppe 2, 64-78)*. Der Austausch unter seinesgleichen fördert die Kreativität und trägt maßgeblich zur Bildung einer Community bei, was das Herzstück eines jeden erfolgreichen Startup-Centers

darstellt. Generell ist eine FH in der Nähe einer Startup-Einrichtung förderlich und wünschenswert (TN Gruppe 2, 344-348), da sich hier viele gut ausgebildete Menschen aufhalten. Dadurch entsteht ein guter Zugang zu hoch qualifizierten Mitarbeitern. Es wird auch der Standpunkt vertreten, dass der Zugang zum Wissen der FH ohne Beschränkungen für nicht Studierende und Alumnis zugänglich sein sollte (TN Gruppe 1, 1006-1009). Einige Studierende nutzen die Infrastruktur am Campus zur Gründung ihres Unternehmens bereits und wollen sich nach Beendigung ihres Studiums auf eigene Faust (TN Gruppe 2, 44-47) beweisen und andere wiederum bereuen die Zeit, die sie an der FH nicht sinnvoll genutzt haben (TN Gruppe 1, 862-870) und würden sich wünschen auch nach Abschluss des Studiums die Infrastruktur und das Know-How am Standort Wieselburg nutzen zu können.

Die Standortwahl ist für GründerInnen eines digitalen Geschäftsmodells nebensächlich, es sei denn es werden Lagerflächen benötigt, wie dies zum Beispiel bei einem Onlinehandel der Fall ist. *„Also im Prinzip Lagerfläche ist ein ganz guter Punkt. Leistbare Lagerfläche.“* (TN Gruppe 1, 1078-1079) Der Standort ist somit stark vom Businessmodell abhängig. Die Wahl des Standortes bekommt aber mehr Relevanz, wenn es um Zugang zu qualifizierten MitarbeiterInnen geht. Dieser ist durch die vorhandenen Bildungseinrichtungen in der Stadt Wieselburg grundsätzlich gegeben. Jedoch könnte (nach Einschätzung der UnternehmerInnen) Wieselburg von potenziellen MitarbeiterInnen aus dem Wiener Raum, durch die unzureichend ausgebaute öffentliche Verkehrsanbindung nicht als attraktiv empfunden werden.

Aus den Fokusgruppen ging auch hervor, dass Wieselburg aus Sicht der UnternehmerInnen keine klare Positionierung (TN Gruppe 2, 883-895), keinen erkennbaren USP (Unique Selling Point) und keinen Spirit für junge UnternehmerInnen besitzt. Hier wurde besonders betont, dass ein architektonisch außergewöhnliches Bauwerk dem Entgegenwirken würde. *„Etwas wo, so etwas wie ein Leuchtturm, so etwas wie ein Jakobskreuz, so etwas wie eine Kirche in Maria Taferl - da gab es auch nichts außer die Kirche. Irgendetwas, was es einzigartig macht und das gibt es in Wieselburg nicht.“* (TN Gruppe 4, 819-833)

Die Infrastruktur für ein Startup-Center sollte aus Sicht der UnternehmerInnen unbedingt einen Front-Desk beinhalten, an welchen administrativen Aufgaben von den eingemieteten Unternehmen übergeben werden können. Hierzu würden der Gäste- Kunden- und Paketempfang gehören, sowie die Betreuung und Verwaltung der gesamten Grundausstattung eines Büros, wie Drucker, Kopierer, EDV-Anlagen, Flipcharts, Beamer und

dergleichen, das allen eingemieteten Gründern zu Verfügung gestellt wird. (TN Gruppe 1, 912-916)

Weitere wichtige Ausstattungsmerkmale stellen Räumlichkeiten dar, in welchen man Veranstaltungen, Seminare oder Präsentationen durchführen kann. (TN Gruppe 2, 935-941) Platz für eine Küche und einen gemütlichen Aufenthaltsbereich in einer angemessenen Größe sollte auch nicht fehlen. Dies würde dabei helfen, locker und ohne Zwang Netzwerken zu können und im besten Fall eine starke Community aufzubauen.

### **Fazit**

Derzeit übernehmen die Fachhochschule Wieselburg und das RIZ up den Großteil der dringend benötigten Beratungsfunktionen, die für eine erfolgreiche Unternehmensgründung am Standort gebraucht werden. Für Wieselburg spricht das Potential von qualitativ hochwertigen MitarbeiterInnen, die aufgrund der Bildungseinrichtungen wie dem Josephinum und der FH Wieselburg gegeben sind. Um den Standort klar zu positionieren und die nötige Infrastruktur für junge UnternehmerInnen zu schaffen, erscheint es aus UnternehmerInnensicht beinahe unumgänglich ein bauarchitektonisches Statement zu setzen, um den Anforderungen eines modernen Startup Centers gerecht zu werden. Denn neben Co-Working Space, Veranstaltungsräumen und einem besetzten Front Desk im Center erwarten GründerInnen auch eine starke Community, um ihre Netzwerke auszubauen und sich mit anderen GründerInnen austauschen zu können.

### **Best Practice**

Im Rahmen der Fokusgruppen wurden einige Best-Practice Beispiele genannt, wobei Städte, Einrichtungen und spezielle Veranstaltungen beschrieben wurden. Allgemein spielt der Standort für eine Unternehmensansiedelung im Falle von Unternehmen, welche z.B. E-Business betreiben eine untergeordnete Rolle, da diese ortsunabhängig funktionieren. Zudem wählen zahlreiche Startups ihren Wohnort für die Gründung.

Nachfolgend befindet sich eine Aufzählung der genannten Best-Practice Beispiele:

### **Veranstaltungen**

- Ybbsiade in Ybbs als idealer Treffpunkt für UnternehmerInnen, wo diese miteinander Netzwerken können
- Einkaufsnächte in Amstetten zur Vernetzung und Erhöhung der Bekanntheit von UnternehmerInnen
- Halloween Shopping Nacht in Neulengbach aufgrund der angenehmen Atmosphäre sowie der Erhöhung der Bekanntheit von lokalen Unternehmen

### **Städte und Einrichtungen**

- Amstetten, St. Pölten, Tulln, Wiener Neustadt aufgrund des professionellen Stadtmarketings
- SMARTup St. Pölten - Vernetzung von bestehenden Unternehmen mit Startups
- Coco Quadrat in Wien und Graz als Positivbeispiel für einen Co-Working Space
- Hagenberg
- Co-Working Spaces in Berlin, bei welchen Kultur, Technik und Gastronomie aufeinandertreffen
- Tabakfabrik Linz

### **Leistungen**

- Willkommensmappen mit Informationen für neue EinwohnerInnen – auch für GründerInnen

### **Fazit**

Wieselburg ist gefordert, durch attraktive Veranstaltungen Leben in die Stadt zu bringen und dadurch die Vernetzung sowie die Bekanntheit der lokalen Unternehmen zu fördern. Allgemein müssen Veranstaltungen und Einrichtungen geboten werden, welche zur Verbesserung der Vernetzung der UnternehmerInnen beitragen. Dies kann beispielsweise durch offene Co-Working Spaces mit Gastro-Angeboten oder einer konkreten Förderung der Zusammenarbeit zwischen jungen und etablierten Unternehmen erreicht werden. Das Angebot der Stadt muss offen und transparent an alle EinwohnerInnen und

UnternehmerInnen kommuniziert werden, um sich der Vielfalt Wieselburgs bewusst zu werden und diese inofgedessen zu nutzen.

### ***Fazit Fokusgruppen***

Im Rahmen der Fokusgruppen konnten zahlreiche neue Insights von den lokalen UnternehmerInnen gewonnen werden.

Im Zuge der Erhebung wurden zahlreiche Stärken und Schwächen des Wirtschaftsstandorts Wieselburg in einem Atemzug genannt. Daraus war erkennbar, dass es sich nicht konkret um Schwächen handelt, sondern lediglich um Potentiale, welche aktuell noch nicht in vollem Umfang genutzt werden. Wieselburg bietet eine große Vielfalt an unterschiedlichsten Unternehmen sowie Bildungs- und Forschungseinrichtungen. Die koordinierte Vernetzung und der Austausch innerhalb dieser Interessensgruppen stellen einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die weitere positive Entwicklung des Wirtschaftsstandortes dar. Um den Standort insgesamt für ArbeitnehmerInnen attraktiver zu gestalten, bedarf es einer besseren öffentlichen Anbindung an die Westbahn-Strecke sowie der Steigerung der Attraktivität des Stadtkerns insbesondere für jüngere Bevölkerungsgruppen.

Die klare Positionierung des Startup-Centers bietet die Chance, durch eine eindeutige strategische Richtung und Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals auch das Image der Stadt Wieselburg zu schärfen und dem Standort zu nationaler sowie internationaler Bekanntheit zu verhelfen.

Bezüglich der essentiellen Aspekte für eine Startup-Einrichtung wurden zahlreiche Argumente der Einzelinterviews bestätigt. Community und Netzwerk sowie die Nutzung bestehender Infrastruktur werden als wesentliche Faktoren angesehen. Es bedarf einer zentralen Ansprechperson und eines Koordinators, um bestehende Potential entsprechend auszunutzen und gleichzeitiger Kommunikation der Aktivitäten.

## 5. Trendforschung – Startup-Center Wieselburg

Im nachfolgenden Kapitel wird eine systematische Trendanalyse beschrieben, um die für die Startup-Organisation relevanten Trends zu erheben.

### **Ziel**

Ziel dieses Kapitels ist es, relevante Trends für die neue Startup-Organisation in Wieselburg zu erheben und diese in den späteren Konzeptrouten einarbeiten zu können.

### **Methodik**

Für die Trendforschung wurden mehrere Plattformen durchforstet, wobei als Hauptplattform das Zukunftsinstitut nach Horx<sup>174</sup> herangezogen wurde. Als weitere Informationsplattformen dienten unter anderem das Gottlieb Duttweiler Institut,<sup>175</sup> das Fraunhofer Institut<sup>176</sup> und die Universität St. Gallen<sup>177</sup> sowie das Schweizer Zukunftsinstitut Trends und Futures<sup>178</sup>.

Ausgehend von den Megatrends nach Horx wurden jene Megatrends identifiziert, die mit unserem Projektthema Startup-Center Wieselburg in Berührung kommen. Zur besseren Vorselektion der einzelnen Trends wurden hierzu sechs Themengebiete zur Einordnung festgelegt.

Zu diesen Themengebieten zählen die nachfolgenden:

- Stadtentwicklung
- Arbeitsplatz der Zukunft
- Gründung
- Startup Szene
- Kommunikation
- Mobilität

---

<sup>174</sup> <https://www.zukunftsinstitut.de/>, abgerufen am 05.11.2020 um 18:20 Uhr

<sup>175</sup> <https://www.gdi.ch/de>, abgerufen am 05.11.2020 um 19:00 Uhr

<sup>176</sup> Startseite Fraunhofer-Gesellschaft, abgerufen am 01.12.2020 um 07:25 Uhr

<sup>177</sup> <https://www.ivw.unisg.ch/de/trendmonitor/>, abgerufen am 05.11.2020 um 19:34 Uhr

<sup>178</sup> Trends&Futures Georgest T. Roos Zukunftsforscher (kultinno.ch), abgerufen am 7.11.2020 um 08:12 Uhr

Hier konnten allein beim Zukunftsinstitut in Summe 28 Trends eruiert werden, die allesamt zahlreiche Berührungspunkte mit den zwölf Megatrends aufzuweisen hatten. Im nächsten Schritt wurden jene vier Haupttrends mit den meisten relevanten Nebentrends und Überschneidungen identifiziert.

Diese lauten: **New Work** | **Neo Ökologie** | **Konnektivität** | **Wissenskultur**



Abbildung 43: Visualisierung der Haupttrends (Eigene Abbildung)

An diesen vier Haupttrendrouten liegen 21 der zuvor identifizierten Trends. Nach weiteren vertiefenden Rechercharbeiten bei den eingangs erwähnten Instituten und zusätzlichen detaillierten Unterlagen zu den Einzeltrends des Zukunftsinstitutes wurden in der finalen Phase zusätzlich sieben Trends erhoben. Diese wurden wiederum entlang der bestehenden vier Megatrends positioniert, mit denen wir uns im nächsten Schritt näher beschäftigen. In Summe wurden somit 28 Trends in das nachfolgende Scoring Verfahren aufgenommen.

## 5.1. Durchführung

Um die Bedeutung der identifizierten Trends noch besser einschätzen zu können, wurde als weitere Entscheidungshilfe ein Scoring-Modell als qualitatives Bewertungsverfahren eingesetzt.

Dazu wurden sechs individuelle Bewertungskriterien erarbeitet, wobei eine unterschiedliche Gewichtung dieser Kriterien erfolgte. Die Fragestellung der Gewichtung der einzelnen Kriterien wurde nach intensiven gemeinsamen Überlegungen, mit dem Hauptaugenmerk der Bedeutung in Bezug auf das Projekt Startup-Center Wieselburg festgelegt.

Nachfolgend werden die Kriterien mit der jeweiligen Gewichtung beschrieben:

### ***Umsetzbarkeit (25 %)***

In der Umsetzung werden sowohl technische als auch wirtschaftliche Gegebenheiten berücksichtigt - bezogen auf das Budget, den zeitlichen Rahmen (kurz-/mittelfristig), das Platzangebot (leerstehende Flächen, Widmungsplan) sowie gesetzliche Regulierungen und die personellen Möglichkeiten.

### ***Gesellschaftliche Relevanz für Startup Center (15 %)***

Mit der Generierung von Wertschöpfung soll langfristig ein Mehrwert für Wieselburg und die umliegende Region geschaffen werden. Die neu entstehenden Arbeitsplätze sowie die zusätzlichen Steuereinnahmen sollen nachhaltig investiert werden, um dadurch ein besseres Image für Wieselburg hinsichtlich einer I(i)ebenswerten Stadt zu schaffen.

### ***Attraktivität für Gründer (20 %)***

Bei diesem Kriterium wurde das Potential von Synergien oder Kooperationen mit anderen GründerInnen und/oder Unternehmen am Standort berücksichtigt, um so die Attraktivität des Standorts für GründerInnen miteinzubeziehen. Weiters wurde eine mögliche positive Auswirkung auf die Entwicklung für Netzwerke beachtet und ob sich der Trend positiv auf die bestehende Infrastruktur vor Ort auswirkt bzw. ob dafür eine spezielle, neue Infrastruktur benötigt wird. Außerdem wurde der Punkt, ob eine Erweiterung von Know-How am Standort möglich ist, beachtet.

### ***Vernetzung Stakeholder (10 %)***

Mit der Vernetzung der Stakeholder soll ein gemeinsamer Mehrwert für die Region geschaffen und dadurch für Unternehmer sowie für Einwohner attraktiver werden. Durch die Steigerung der Attraktivität der Region entsteht regionales Wachstum. Dieses generiert wiederum eine Zunahme beim Angebot an Arbeitsplätzen.

### ***Zukunftspotential (10 %)***

Mit diesem Punkt werden die mittel- bis langfristigen Zukunftsaussichten der Trends beurteilt. Die gesellschaftliche Akzeptanz spielt hier ebenso eine Rolle wie die Beurteilung der möglichen Entwicklungen in der Zukunft. Betrachtet werden die langfristige Wahrscheinlichkeit zur Etablierung, der Ausbau und die Sicherung der Arbeitsplätze und das künftige Wachstum der gesamten Region.

### ***Wettbewerbsvorteil (20 %)***

Bei diesem Kriterium wurde miteinbezogen, ob der Trend dem Standort zu einem USP verhelfen kann. Im Weiteren, inwiefern sich das Startup-Center dadurch von den Mitbewerbern differenzieren und so einen Marktvorteil generieren und stärken kann.

## **5.2. Scoring Prozess**

Der Scoring-Prozess erfolgte je eruiertem Trend anhand einer individuellen Punktevergabe. Es konnten pro festgelegtem Kriterium maximal fünf Punkte vergeben werden. Ein vergebener Punkt ist im jeweiligen Kontext als sehr gering/schlecht zu betrachten. Im Gegensatz dazu sind fünf vergebene Punkte als sehr hoch/sehr gut zu betrachten. Dies schlug sich dementsprechend sowohl auf ein höheres Scoring in der einzelnen Bewertungskategorie als auch auf ein höheres Ranking bei den Endergebnissen nieder. Im Weiteren werden die sechs Bewertungskategorien mit Fokusfestlegung näher erläutert.

Die Bewertung der einzelnen Trends durch Einordnung in das Kriterienmodell erfolgte wiederum gemeinsam unter Zuhilfenahme aller Meinungen der Teammitglieder, um hier ein möglichst objektives Bild zu erhalten.

Zur abschließenden Identifikation und Festlegung jener Trends, die für das Projekt die größte Bedeutung haben, wurden nach dem durchgeführten Scoring-Prozess jene

Trends ausgewählt, welche einen Gesamtscore von 4 oder darüber hinaus erreicht haben (gut/hoch - sehr gut/sehr hoch).

**Punktvergabemöglichkeiten**

1 = sehr gering/sehr schlecht

2 = gering/schlecht

3 = durchschnittlich

4 = gut/hoch

5 = sehr gut/sehr hoch

## Ergebnisse des Rankings und Beschreibung der Trends

Die nachfolgenden Tabellen beschreiben das Ranking der Megatrends.

Tabelle 6: Scoring Prozess New Work, eigene Darstellung

Megatrend New Work															
Bewertungskategorien	Gewichtung	Diversity		Urban Manufacturing		Service Ökonomie		Kreativ-Ökonomie		Startup-Culture		Coopetition		Mobiles Arbeiten	
		Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score
Umsetzbarkeit	25,00%	4	1	3	0,75	4	1	4	1	4	1	4	1	5	1,25
gesellsch. Relevanz	15,00%	5	0,75	5	0,75	4	0,6	3	0,45	4	0,6	3	0,45	3	0,45
Attraktivität für Gründer	20,00%	5	1	4	0,8	4	0,8	4	0,8	3	0,6	4	0,8	4	0,8
Vernetzung Stakeholder	10,00%	4	0,4	5	0,5	4	0,4	5	0,5	5	0,5	4	0,4	3	0,3
Zukunftspotential	10,00%	4	0,4	5	0,5	4	0,4	5	0,5	4	0,4	4	0,4	4	0,4
Wettbewerbsvorteil	20,00%	4	0,8	4	0,8	3	0,6	5	1	2	0,4	3	0,6	4	0,8
<b>Score-Summe pro Trend</b>	<b>100,00%</b>	<b>4,35</b>		<b>4,1</b>		<b>3,8</b>		<b>4,25</b>		<b>3,5</b>		<b>3,65</b>		<b>4</b>	

Tabelle 7: Scoring Prozess Neo Ökologie, eigene Darstellung

Megatrend Neo Ökologie															
Bewertungskategorien	Gewichtung	Sharing Economy		Lebensqualität		Green Tech		Direct Trade		Postwachstums- Ökonomie		Circular Ökonomie		Sinn Ökonomie	
		Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score
Umsetzbarkeit	25,00%	5	1,25	3	0,75	2	0,5	2	0,5	3	0,75	3	0,75	5	1,25
gesellsch. Relevanz	15,00%	4	0,6	5	0,75	5	0,75	5	0,75	4	0,6	5	0,75	5	0,75
Attraktivität für Gründer	20,00%	5	1	4	0,8	4	0,8	3	0,6	5	1	4	0,8	3	0,6
Vernetzung Stakeholder	10,00%	5	0,5	4	0,4	5	0,5	5	0,5	4	0,4	5	0,5	5	0,5
Zukunftspotential	10,00%	5	0,5	5	0,5	5	0,5	4	0,4	5	0,5	5	0,5	5	0,5
Wettbewerbsvorteil	20,00%	2	0,4	4	0,8	3	0,6	4	0,8	4	0,8	5	1	4	0,8
<b>Score-Summe pro Trend</b>	<b>100,00%</b>	<b>4,25</b>		<b>4</b>		<b>3,65</b>		<b>3,55</b>		<b>4,05</b>		<b>4,3</b>		<b>4,4</b>	
Bewertungskategorien	Gewichtung	Blaue Ökologie		Öko Pragmatismus		Next Growth									
		Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score								
Umsetzbarkeit	25,00%	2	0,5	4	1	4	1								
gesellsch. Relevanz	15,00%	4	0,6	2	0,3	5	0,75								
Attraktivität für Gründer	20,00%	3	0,6	2	0,4	3	0,6								
Vernetzung Stakeholder	10,00%	5	0,5	1	0,1	4	0,4								
Zukunftspotential	10,00%	5	0,5	4	0,4	5	0,5								
Wettbewerbsvorteil	20,00%	4	0,8	2	0,4	5	1								
<b>Score-Summe pro Trend</b>	<b>100,00%</b>	<b>3,5</b>		<b>2,6</b>		<b>4,25</b>									

Tabelle 8: Scoring Prozess Konnektivität, eigene Darstellung

Megatrend Konnektivität											
Bewertungskategorien	Gewichtung	Seamless Mobility		Business Ecosystem		Omni Chanelling		Omline		Wir-Kultur	
		Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score
Umsetzbarkeit	25,00%	2	0,5	2	0,5	5	1,25	3	0,75	5	1,25
gesellsch. Relevanz	15,00%	5	0,75	2	0,3	4	0,6	2	0,3	4	0,6
Attraktivität für Gründer	20,00%	5	1	4	0,8	4	0,8	4	0,8	4	0,8
Vernetzung Stakeholder	10,00%	5	0,5	4	0,4	5	0,5	3	0,3	3	0,3
Zukunftspotential	10,00%	5	0,5	4	0,4	5	0,5	4	0,4	3	0,3
Wettbewerbsvorteil	20,00%	3	0,6	5	1	5	1	4	0,8	3	0,6
<b>Score-Summe pro Trend</b>	<b>100,00%</b>	<b>3,85</b>		<b>3,4</b>		<b>4,65</b>		<b>3,35</b>		<b>3,85</b>	

Tabelle 9: Scoring Prozess Wissenskultur, eigene Darstellung

Megatrend Wissenskultur													
Bewertungskategorien	Gewichtung	Crowdsourcing		Co-Working		Talentismus		Kollaboration		Fablabs		Gendershift	
		Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score
Umsetzbarkeit	25,00%	4	1	5	1,25	2	0,5	4	1	4	1	5	1,25
gesellsch. Relevanz	15,00%	2	0,3	3	0,45	4	0,6	3	0,45	4	0,6	5	0,75
Attraktivität für Gründer	20,00%	4	0,8	4	0,8	3	0,6	5	1	4	0,8	4	0,8
Vernetzung Stakeholder	10,00%	2	0,2	4	0,4	4	0,4	3	0,3	4	0,4	4	0,4
Zukunftspotential	10,00%	2	0,2	3	0,3	4	0,4	3	0,3	4	0,4	4	0,4
Wettbewerbsvorteil	20,00%	3	0,6	3	0,6	5	1	3	0,6	3	0,6	4	0,8
<b>Score-Summe pro Trend</b>	<b>100,00%</b>	<b>3,1</b>		<b>3,8</b>		<b>3,5</b>		<b>3,65</b>		<b>3,8</b>		<b>4,4</b>	

Die visuelle Darstellung erfolgt mittels nachfolgender Abbildung in einem Trendradar.

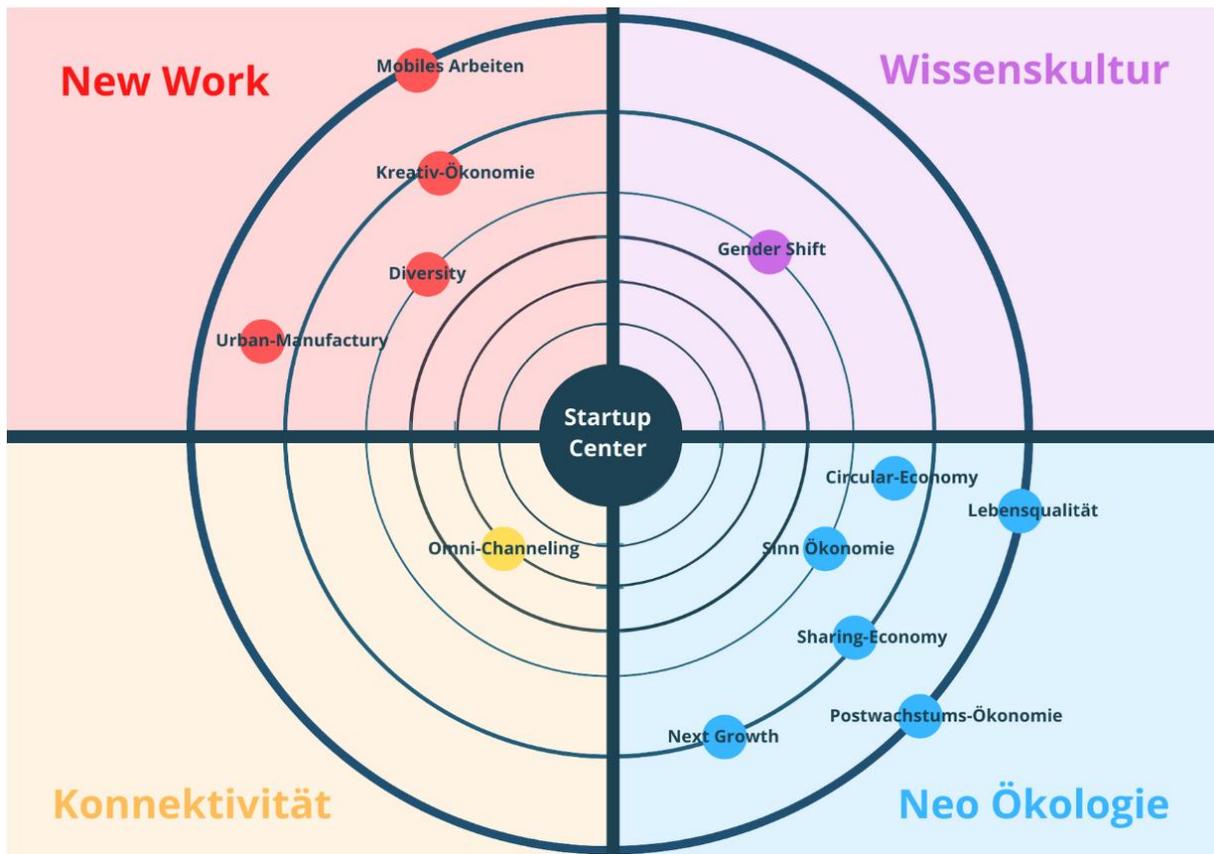


Abbildung 44: Trendradar, eigene Darstellung

## Ergebnisse

Nachstehend werden die einflussreichsten Trends im Allgemeinen beschrieben und deren Einfluss auf das Projekt im Speziellen dargestellt.

### **Omni Channeling (Scoringwert 4,65).**

Bei Omni-Channeling handelt es sich um eine kanalübergreifende, holistische Kundenansprache nach dem Prinzip Real Digital (ganzheitliche Verbindung digitaler und physischer Kundenerfahrung). Praxisbeispiel hierbei ist das Dynamic Pricing – wer sich in der Nähe befindet, erhält Vergünstigungen, da es wahrscheinlich ist, spontan vorbeizuschauen. Entdecken neuer Marken und das Lesen von Produktrezensionen ist für einen Großteil der Menschen ein fester Bestandteil im Kaufentscheidungsprozess <sup>179</sup>.

<sup>179</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2018. Neo-Ökologie. S. 12

*Für das Startup-Center ist es wichtig, mit den KundInnen eine digitale Vernetzung zu schaffen. Durch die ganzheitliche Verbindung der digitalen und physischen Kundenerfahrungen rückt dadurch der Mensch ins Zentrum, gerade weil Technologie eine immer wichtigere Rolle in allen Lebensbereichen einnimmt. Das Startup-Center muss seine eigenen Vernetzungspotentiale erhöhen und selbst wie ein Netzwerk operieren. Dies erfordert Beweglichkeit, Offenheit, Kollaboration und mehr Spielräume. Zentrale Bedeutung haben hierbei die Unternehmenskultur, ganzheitliches Verständnis von Digitalisierung sowie Transparenz und Vertrauen.*

### **Sinn-Ökonomie (Scoringwert 4,4)**

Zusammenhängend mit der Postwachstums-Ökonomie zeigt die Sinn-Ökonomie ein Ende des Strebens nach immer mehr Profit auf. KonsumentInnen kaufen Produkte, welche einen nachhaltigen Nutzen bringen bzw. deren Philosophie des Unternehmens „stimmig“ in Bezug auf Ethik und Nachhaltigkeit ist (sozialer Mehrwert für die Umwelt, die Mitarbeiter, etc.). Ebenso wird bevorzugt in solchen Unternehmen gearbeitet, um „seinen persönlichen“ Beitrag leisten zu können. Der neue Luxus lautet Zeit, Freiheit, Flexibilität und Individualität.<sup>180</sup>

*Anlehnend an das Fazit aus dem Trend “Circular Economy” trifft es auch hier zu, dass man, um zukunftsfähig zu sein, den sozialen, ökologischen und ökonomischen Mehrwert in die Kommunikation des Marketingkonzeptes einbauen muss.*

### **Gendershift (Scoringwert 4,4)**

Die Bildung wird oder ist heute bereits weiblich. Weltweit ist der Trend zu erkennen, dass Frauen den Männern in Sachen Bildungsniveau den Rang ablaufen. Die Zahl der Hochschulabsolventinnen geht seit mehr als 15 Jahren steil nach oben. Das Gender-Gap ist in der Bildung nicht mehr vorhanden. Aktuell stammt fast die Hälfte der Promotionen von Frauen. Sie werden wie schon in der Bildung, zukünftig auch in den beruflichen Feldern mit Männern gleichziehen. Vor allem in den Sektoren Erziehungswissenschaften und

---

<sup>180</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2018. Neo-Ökologie. S. 12

Betriebswirtschaft ist das weibliche Geschlecht dominierend und macht somit deutlich, wie das künftige Bildungssystem die Wirtschaftswelt prägen wird.<sup>181</sup>

*Um die Attraktivität eines Startup-Centers in Wieselburg für das weibliche Geschlecht zu erhöhen, sollte besonders auf deren Bedürfnisse Rücksicht genommen werden. Zum Beispiel wäre hier eine Kinderbetreuungsstätte von hoher Bedeutung, um Karrieren von Frauen mit Kindern zu unterstützen.*

### **Diversity (Scoringwert 4,35)**

Diversität in Unternehmen beschreibt die Vielfalt der Mitarbeiter in unterschiedlichster Art und Weise. Eine Mischung aus Geschlechtern und Herkunft ist ebenso entscheidend und positiv für den Geschäftserfolg wie die unterschiedlichsten Fähigkeiten, Talente und das Know-How der Beschäftigten eines Unternehmens. Diversität beeinflusst nicht nur die Innovationsfähigkeit im positiven Sinn, sondern ist auch für eine stärkere Kundenorientierung und höhere Mitarbeiterzufriedenheit verantwortlich.<sup>182</sup>

Vielfalt in den Altersgruppen schafft Vorteile für Unternehmen. Soft Skills und Erfahrungswissen sind Kompetenzen, die Ältere den Jüngeren voraushaben. Heute gefragte Qualifikationen können morgen schon veraltet sein, umso wichtiger ist Erfahrung. Durch die Einbindung von „Golden Mentors“ können diese den jüngeren Mitarbeitern mit Rat und Tat zur Seite stehen und wichtiges, durch jahrelange Erfahrung gesammeltes, Wissen vermitteln<sup>183</sup>.

*Für das Startup Center am Standort Wieselburg ist es daher wichtig, verschiedene Branchen mit den unterschiedlichsten Mitarbeitern zusammen zu bringen, um hier die Synergien am Standort optimal zu nutzen, den Grundstein für Innovation zu legen und den Nährboden für ein dynamisch wachsendes Ecosystem zu schaffen. Durch die Einbindung von „Golden Mentors“ können diese Soft Skills sowie Erfahrungswissen an die jüngeren Mitarbeiter weitergeben und mit Rat und Tat zur Seite stehen.*

---

<sup>181</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2015. Wissenskultur. S.24

<sup>182</sup> vgl. McKinsey & Company, 2015. Diversity Matters

<sup>183</sup> Zukunftsinstitut GmbH, 2018. Silver Society, (S. 14, 15)

### ***Circular Economy (Scoringwert 4,3)***

Das Denken in Stoffkreisläufen (Cradle to Cradle) forciert nicht nur ökologische Ziele, sondern auch unternehmerisches Potential und spiegelt sich in der Green Economy wider. Nicht nur Startups greifen mit innovativen Lösungen das Thema Zero Waste auf, durch die mediale Resonanz fühlen sich mittlerweile auch Konzerne zum Handeln gezwungen. Demnach ist eine notwendige Anpassung an sich äußerlich verändernde Gegebenheiten (Öko-Pragmatismus) notwendig.<sup>184</sup>

*Um als Startup Organisation in Wieselburg erfolgreich zu sein, muss das Kreislaufdenken in das Marketingkonzept integriert sein, um zeitgemäß zu agieren und für die Zukunft gerüstet zu sein.*

### ***Sharing Economy (Scoringwert 4,25)***

Nutzen ist wichtiger als Besitzen, Zugang ist wichtiger als Eigentum. Die Kultur des bewussten Konsums und das „Miteinander-Teilen“ entstanden aus dem Überfluss und haben mittlerweile auch in der Wirtschaft Fuß gefasst (AirBnB, To Good to Go, Co-Working-Spaces, Carsharing & Co). Das Streben nach Besitz hat ein Ende – weniger ist mehr – ganz im Sinne der XAAS-Branche (anything as a business).<sup>185</sup> Ebenso vertrauen KonsumentInnen immer mehr der digitalen Crowd in Bezug auf Produktauswahl, Preisvergleich und Einkaufserlebnis.

*Bezugnehmend auf das Startup-Center können die Ressourcen entsprechend dem Sharing Economy-Ansatzes angeschafft und geteilt werden. Forschungseinrichtungen sollten ebenso für jedermann/frau zugänglich sein, um den wachsenden Anteil an Prosumern (Producer und Consumer) zu unterstützen und so proaktiv Innovationen vorantreiben.*

---

<sup>184</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2018. Neo-Ökologie. S. 13

<sup>185</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2018. Neo-Ökologie. S. 5

### **Next Growth (Scoringwert 4,25)**

Next Growth beschreibt das Neudenken des Wachstums, in dem nicht nur exponentielles Wachstum und Gewinnmaximierung im Vordergrund stehen. Weniger ist mehr, zu groß gewachsenen Strukturen sind ein Hemmschuh. Die Spezialisierung und die Konzentration auf Nischen sind im Zeitalter der Digitalisierung besonders hinsichtlich Lokalität und Regionalität erfolgsversprechend.<sup>186</sup>

Ein eingeschränktes Wachstum folgert einen stagnierenden Profit, was zur Abwendung von herkömmlichen Wachstumszwängen, zu neuen Geschäftsfeldern und einem "Grünen Wachstum" führt.<sup>187</sup>

Soziale Innovationen sind eine dauerhafte Veränderung von Alltagspraktiken bei Konsumenten und Produzenten und schaffen einen Mehrwert über das Ökonomische hinaus. Sie können im Umfeld des Unternehmens entstehen, wie z.B. Sharing-Ansätze. Ziel hierbei ist weg von einem Produktbesitz zu kommen und stattdessen einen möglichen Produktzugang zu schaffen.

Ebenso fördern kollaborative Innovationen das Zusammenarbeiten an Neuerungen auf Augenhöhe mit unterschiedlichen Stakeholdern. Zum Beispiel arbeiten Prosumer eigenmotiviert und gemeinsam an Problemlösungen mit Gleichgestellten. Hier bilden sich sogar eigene „Communities of Practice“. So entstehen auch Innovationen. Die Grenze zwischen aktiv Produzierenden und passiv Konsumierenden fällt. Aktiv Prosumierende werden schlagartig für die Unternehmenswelt von großer Bedeutung sein.

Eine neue kosmopolitisch heranwachsende Generation verändert das gewohnte materialistisch und konsumorientierte Denken mit einem neuen Mindset, das die globalen Probleme unserer Zeit, den eigenen vorzieht<sup>188</sup>. Wichtiger sind Erlebnisse und Erfahrungen als Eigentum und der materielle Reichtum. Young Talents sind nicht mehr nur mit Geld zu locken. Gesellschaftlicher Nutzen und der Sinn der eigenen Tätigkeit ist ihnen wichtiger.

*Um am Standort Wieselburg langfristig erfolgreich zu sein empfiehlt es sich, sinnstiftend zu denken und zu handeln – nicht nur für das Unternehmen, sondern für eine ganze nachfolgende Generation.*

---

<sup>186</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2018. Next Growth. S. 32, 36

<sup>187</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2018. Next Growth. S. 106, 110

<sup>188</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2018. Next Growth. S. 94

### **Kreativ- Ökonomie (Scoringwert 4,25)**

Die Kreativwirtschaft ist im Laufe der Jahre zu einem großen eigenständigen Wirtschaftsfeld herangewachsen. Von Design, Architektur, Marketing, über Künste bis hin zur rasant wachsenden Gaming-Branche holt die Kreativwirtschaft mit der Wirtschaftsleistung im Vergleich zu klassischen Industriebranchen massiv auf.<sup>189</sup>

*Spielerisches Denken und die Kreativität der Akteure spielen beim Aufbau des Startup Centers eine wesentliche Rolle und sind in weiterer Folge ein unverzichtbarer Erfolgsgarant. Die Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen sowie neuer Ansätze zur Kooperation mit den bestehen Unternehmen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen stehen im Fokus.*

### **Urban Manufacturing (Scoringwert 4,1)**

Der Wunsch nach Individualität und Qualität, das steigende Bewusstsein für lokale Wertschöpfung und die zunehmende Nachfrage nach regionalen Produkten fördert die Entstehung kleiner produzierender Betriebe. Die Vielfalt der Produkte ist groß. Artikel für Lifestyle aber auch traditionelle Produkte, Kleidung, und Delikatessen finden großen Anklang. Die Stadt wird aufgrund der Nähe zum Kunden als Produktionsstätte zurückerobert.<sup>190</sup>

*Auf das Startup Center Wieselburg umgelegt bedeutet das eine mögliche zentrale Bündelung der Aktivitäten und Entwicklungen in diesem Bereich und zusätzlich eine optimierte Nutzung der vorhandenen Leerstände durch Ansiedlung vieler kleinerer Betriebe. Die erfolgsversprechende Kombination von saturiertem Handwerk mit dem Marketing Know-How der Studierenden an der Fachhochschule Wieselburg sowie den digitalen Umsetzungsmöglichkeiten liegen auf der Hand. So können beispielsweise StudentInnen der FH im Zuge eines Projektes ein neu gegründetes Handwerksunternehmen dabei unterstützen, den Auftritt im Internet erfolgsbringend zu gestalten.*

---

<sup>189</sup> ZUKUNFTSINSTITUT, 2020. abgerufen am 3.12.2020 um 08:28 unter New Work Glossar (zukunftsinstitut.de)

<sup>190</sup> ZUKUNFTSINSTITUT, 2020. Abgerufen am 3.12.2020 um 08:50 Uhr unter New Work Glossar (zukunftsinstitut.de)

### **Postwachstumsökonomie (Scoringwert 4,05)**

Profitsteigerung ist nicht das oberste Ziel, sondern ein nachhaltiges Wachstum im Einklang mit sozialen, ökologischen und ökonomischen Faktoren in Zeiten der notorischen (Über-)Sättigung.<sup>191</sup>

*Für eine Startup Organisation bedeutet dies, dass Unternehmen "langsamer" und kleinstrukturierter Wachsen.*

### **Mobiles Arbeiten/ Arbeitsplatz der Zukunft (Scoringwert 4)**

Die zunehmende Flexibilität unter den ArbeitnehmerInnen und die steigende Mobilität bei den Beschäftigten der Kreativ- und Dienstleistungswirtschaft sucht nach neuen Möglichkeiten zur gemeinsamen Arbeit und zum Teilen von Wissen.<sup>192</sup>

Resultate daraus sind Coworking Spaces zum temporären Arbeiten, kombiniert mit Home-Office oder das Arbeiten unterwegs. Räume sind mehr als nur Büros, sie sind Orte der Begegnung, des Austausches, des Netzwerkens, der Lösungssuche und der Geselligkeit.

Es geht um die Weiterentwicklung der Work-Life-Balance durch Schaffung einer neuartigen Umgebung hin zum Work-Life-Blending (Kindertagesstätten, Kulinarik, Freizeitangebot, Wellness, Vereinbarkeit und Kombination Arbeit und Freizeit).<sup>193</sup> Ein Hauptthema ist auch hier der steigende Frauenanteil unter den Studierenden und Gründenden.

VanLife ist für digitale Nomaden oder besser gesagt Menschen, die in einem Berufsfeld arbeiten, dass orts- und zeitunabhängig ist, eine Lösung die bis vor ein paar Jahren noch unvorstellbar schien. Laptop, Kamera und ein Smartphone sind alles, was ein digitaler Nomade braucht, Kundenkontakt findet, wenn nötig, online statt.<sup>194</sup>

*Für Startup Organisationen gehören Coworking Spaces, Gemeinschaftsbüros sowie gemeinsame Aufenthaltsräume zur fixen Ausstattung, um eine gute Vernetzung herzustellen. Aufgrund des steigenden Frauenanteils unter den Gründenden muss eine neuartige Umgebung in Startup Organisationen geschaffen werden, damit Arbeit und Familie besser Einklang finden.*

---

<sup>191</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2017. Achtsamkeit. S. 39, 45

<sup>192</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GmbH, 2020. Abgerufen am 11.1.2021 um 09:04 Uhr unter New Work Glossar (zukunftsinstitut.de)

<sup>193</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GmbH, 2020. Abgerufen am 11.1.2021 um 09:07 Uhr, unter New Work Glossar (zukunftsinstitut.de)

<sup>194</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2019. Leadershipreport. S. 23-28

*Zudem könnten Arbeitspakete oder Projekte an Experten vergeben werden, die man unter Umständen "nur" virtuell kennenlernt, da sie ihre Arbeit mobil erledigen, zeit- und ortsun- gebunden.*

### ***Lebensqualität (Scoringwert 4)***

"Besser statt mehr" wird zur Leitdevise von immer mehr individuellen und kollektiven Stra- tegien, die auf höhere Lebensqualität setzen. Mehr Zeit mit der Familie zu verbringen ist besser als mehr Gehalt, Grünflächen in der Stadt sind besser als noch ein Einkaufszent- rum, weniger und dafür qualitativ hochwertigeres Fleisch am Teller und vieles mehr.<sup>195</sup>

Bewusster Verzicht folgert einen bewussten Konsum, was zum Leitspruch "Weniger ist Mehr" wird.<sup>196</sup>

*Für das Startup Center bedeutet das, dass man anstatt eines neues Hightech Gebäudes einen der verfügbaren Leerstände nutzt und adaptiert. Helle und tageslichtdurchflutete Räume werden geschaffen, Grünpflanzen sorgen für extra Sauerstoff und Rückzugsni- schen lassen kreative Gedanken sprühen. Ein vegetarisches / veganes Restaurant sorgt für den bewussten Verzicht auf Fleisch und kreierte aus regionalen Produkten ein unver- gessliches Essenserlebnis Tag für Tag.*

---

<sup>195</sup> ZUKUNFTSINSITUT, 2020. Abgerufen am 3.12.2020 um 09:22 Uhr unter Gesundheit Glossar (zu- kunftsinstitut.de)

<sup>196</sup> ZUKUNFTSINSTITUT GMBH, 2018. Neo-Ökologie. S. 28

## 6. Best-Case-Analyse

Im Zuge der Best-Case-Analyse wurden relevante Startup-Einrichtungen nach speziellen Erfolgskriterien bewertet, welche zuvor und nach sorgfältigen Überlegungen der Teammitglieder festgelegt wurden.

Im Zuge des Kapitels "Mitbewerber erheben" wurden bereits nationale sowie Startup-Einrichtungen und Projekte identifiziert.

Die bereits erhobenen Einrichtungen sowie ausgewählte internationale Einrichtungen wurden im Zuge der Best-Case-Analyse einer Bewertung anhand der Scoring-Methode unterzogen, um das Ideal-Beispiel für eine Startup-Einrichtung zu erheben und daraus mögliche Handlungsfelder für das Projekt Startup-Center Wieselburg zu identifizieren und abzuleiten.

### **Ziel**

Ziel dieser Analyse war es, relevante Kriterien zu erheben, welche für eine erfolgreiche Startup-Einrichtung notwendig sind und diese nach ihrer Wichtigkeit zu gewichten. Weiters sollten ausgewählte Einrichtungen anhand dieser Erfolgskriterien einem Scoring unterzogen werden und auf Basis dieses Scorings sollte ein Beispiel, der sogenannte Best-Case-Fall, identifiziert werden.

Anhand dessen sollten zuletzt mögliche Handlungsfelder für das Startup-Center in Wieselburg abgeleitet werden, um so ein ausgezeichnetes Angebot bereit stellen zu können. Im Speziellen sollte erhoben werden, was andere Einrichtungen bereits besonders gut machen und wie dies auf Wieselburg umgelegt werden kann.

### Die Best-Case-Analyse gliederte sich in folgende Teile:

- Auflistung der herangezogenen Einrichtungen
- Beschreibung internationale Beispiele
- Erfolgskriterien
- Scoring-Methode
- Ergebnisse Scoring
- Fazit Best-Case-Analyse

## 6.1. Auflistung der herangezogenen Einrichtungen

Folgende Einrichtungen wurden herangezogen:

- startup300 / Linz
- WeXelerate
- INiTS
- Betacampus
- Ecospace
- Rizup Gründerzentrum Amstetten
- Werkstätte Wattens
- TGO/GO Start-up Zentrum Oldenburg
- BlueLion
- SIB Startup Incubator Berlin
- Technopark Allianz (Lichtenstein)

## 6.2. Beschreibung internationale Beispiele

Im nachfolgenden Kapitel werden ausgewählte Best-Practice Beispiele an Startup-Organisationen beschrieben.

### 6.2.1. GO! Start-up Zentrum Oldenburg / TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg GmbH



Abbildung 45: Logo GO! Start-up Zentrum Oldenburg<sup>197</sup>

#### **Infrastruktur, Organisation und Aufbau**

Das GO! Start-up Zentrum ist Teil der TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg GmbH und bietet Startups direkten Zugang zu ExpertInnen, Know-How, MentorInnen und

---

<sup>197</sup> GO! Start-up Zentrum Oldenburg. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/>, abgerufen am 14.11.2020 um 10:05 Uhr

InvestorInnen. Der Fokus liegt dabei sehr stark auf den Bereichen Digitalisierung, Energie, Gesundheit und Nachhaltigkeit.<sup>198</sup>

Standort: TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg GmbH - Marie-Curie-Straße 1 / DE -26129 Oldenburg

Das TGO bietet einen modernen Co-Working Space (GO! WORK<sup>199</sup>), Büro- und Laborräume, Konferenz- und Seminarräume sowie Lagerräume zu unterschiedlichen Mietpreisen. Zudem wird auch ein Mietwagen, Audi A3 Sportback e-tron, zur Verfügung gestellt. Ein Café Bistro „Das Curie“ befindet sich ebenfalls in dem Zentrum.<sup>200</sup>

Laut Website sind derzeit 51 Unternehmen im TGO eingemietet.<sup>201</sup>

## Leistungen

### GO! START-UP<sup>202</sup>

Jährlich zweimal, im März und im September, wird Startups die Chance geboten, an einem 6-monatigen Programm teilzunehmen und in Zusammenarbeit mit ExpertInnen und InvestorInnen das eigene Produkt oder die eigene Dienstleistung optimal auf den Markt vorzubereiten.

### Start-up Track

Der Start-up-Track stellt ein 6 Monate langes begleitetes Intensivcoaching mit 24/7 Zugang zum Coworking-Space und verschiedenen Themenworkshops dar. Dazu gehören auch Mentoring (Austausch mit andern Startups und Zugang zum Netzwerk aus Unternehmen und Verbänden), sowie Kapital (Wert des Programms inkl. Coachings ca. 30.000 € / Team; keine Abgabe von Unternehmensanteilen; Zugriff auf großes Investorennetzwerk)

---

<sup>198</sup> GO! Start-up Zentrum Oldenburg. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/>, abgerufen am 14.11.2020 um 10:05 Uhr

<sup>199</sup> GO! Start-up Zentrum Oldenburg. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/gowork>, abgerufen am 14.11.2020 um 11:21 Uhr

<sup>200</sup> TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg GmbH. Online unter: <https://www.tgo-online.de/buero-und-laborraeume>, abgerufen am 14.11.2020 um 10:15 Uhr

<sup>201</sup> TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg GmbH. Online unter: <https://www.tgo-online.de/mieter>, abgerufen am 14.11.2020 um 10:18 Uhr

<sup>202</sup> GO! Start-up Zentrum Oldenburg. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/go-start-up-zentrum>, abgerufen am 14.11.2020 um 10:30 Uhr

### Fast Track

100-tägiges Intensivcoaching für Jungunternehmer mit Gründungserfahrung in welchem vor allem die Bereiche Vertrieb und Marketing behandelt werden. Darüber hinaus wird der Austausch mit den anderen Teams durch regelmäßige gemeinsame Veranstaltungen gefördert.

### **GO! CORPORATES**

#### Corporate Track

Hierbei handelt es sich um ein, bis zu 100-tägiges Programm, welches sich an bestehende Unternehmen richtet, die einen individuellen Coachingbedarf in den Bereichen Geschäftsmodellentwicklungen und/oder-weiterentwicklung haben.

#### Innovation Sprint

Ist ein 2-wöchiger Workshop, der sich intensiv mit unternehmensinternen und individuellen Fragestellungen auseinandersetzt und den Start von Innovationen betreut („Zusammen mit renommierten Unternehmensberatern und der Nutzung neuester Methoden bringen wir die Innovation durch unseren “Sprint” auf Langstrecke.“)<sup>203</sup> Darüber hinaus können durch die internen Experten, auch Projektthemen fachlicher Art oder Teambuilding-Maßnahmen betreut werden.

### **Netzwerk/Partner**

Initiatoren des GO! Start-up Zentrums:

- TGO Besitz GmbH & Co. KG
- Land Niedersachsen
- Stadt Oldenburg

Das GO! Start-up Zentrum bieten ein umfangreiches Netzwerk an Sponsoren und Partnern, welche unter anderen auch Investoren, Business Angel, Förderstellen und Bildungseinrichtungen beinhaltet.

---

<sup>203</sup> GO! Start-up Zentrum Oldenburg. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/gocorporates>, abgerufen am 14.11.2020 um 11:04 Uhr

Zudem werden auf der Website 20 Mentoren und Coaches vorgestellt, die aus unterschiedlichen Bereichen und Branchen kommen und das Start-up Center als Sparring-Partner unterstützen.<sup>204</sup>

## **Vermarktung**

### Website

Unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de> bietet das GO! Start-up Zentrum eine sehr übersichtliche Website auf der alle Leistungen und Angebote detailliert beschrieben werden. Des Weiteren gibt es einen eigenen Blog, welcher ebenfalls über die Website aufrufbar ist.<sup>205</sup> In diesem werden Coaches, Mentoren und Startups vorgestellt und über Veranstaltungen berichtet.

Unter der Website des TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg, wird auch die Möglichkeit von Stellenausschreibungen sowie eine Kompetenzsuche geboten.<sup>206</sup>

### Veranstaltungen

Das GO! Start-up Zentrum bietet eine Vielzahl an Veranstaltungen, Workshops und Events. Neben den BATCHES, bei welchen man sich für die Förderprogramme bewerben kann werden, unter anderem, auch Veranstaltungen wie zum Beispiel ein gemeinsames Frühstück von Startups veranstaltet.<sup>207</sup>

---

<sup>204</sup> GO! Start-up Zentrum Oldenburg. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/partner>, abgerufen am 14.11.2020 um 11:37 Uhr

<sup>205</sup> GO! Start-up Zentrum Oldenburg. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/aktuelles>, abgerufen am 14.11.2020 um 11:43 Uhr

<sup>206</sup> TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg GmbH. Online unter: <https://www.tgo-online.de/stellenanzeigen>, abgerufen am 14.11.2020 um 11:50 Uhr

<sup>207</sup> GO! Start-up Zentrum Oldenburg. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/aktuelles>, abgerufen am 14.11.2020 um 12:01

## 6.2.2. BlueLion



Abbildung 46: Logo BlueLion<sup>208</sup>

Nachfolgende Informationen stammen ausschließlich von der Website BlueLion.<sup>209</sup>

### **Infrastruktur, Organisation und Aufbau**

BlueLion hat seinen Sitz in Zürich und ist ein gemeinnütziger Inkubator & Accelerator, der seit dem Jahr 2012 besteht und UnternehmerInnen dabei unterstützt, schnell wachsende und nachhaltige Unternehmen zu gründen. Sie stellen mehrere Programme für Startups und Unternehmen zur Verfügung. Zudem kann man aus einer Auswahl von 8 Locations Räumlichkeiten buchen. BlueLion ist speziell auf Tech-Unternehmen spezialisiert. Das BlueLion Team besteht aktuell aus 7 Personen.

Mit 01.10.2020 wurde zudem noch zusätzlich ein neues Inkubatoren-Center eröffnet. Dieses bietet 1.000 m<sup>2</sup> Fläche mit über 80 Arbeitsplätzen (working area), einen Eventbereich für bis zu 150 Personen und verschiedene Kreativ-Räumlichkeiten für Workshops und Meetings (shared community area). Das Gebäude beinhaltet sogar eine Indoor-Sporteinrichtung, eine Küche mit Bar und eine Dachterrasse. Die Räumlichkeiten bieten Internetanschluss, Drucker und vieles mehr. Labore, Werkstätten, Lagerplätze u.ä. werden nicht geboten.

---

<sup>208</sup> BlueLion. Online unter: <https://www.meetup.com/de-DE/BlueLion/>, abgerufen am 08.11.2020 um 18:07 Uhr

<sup>209</sup> BlueLion. Online unter: <https://www.bluelion.ch/> - abgerufen am 08.11.2020 um 18:07 Uhr

## **Leistungen**

Neben dem Angebot von Räumlichkeiten bietet Bluelion verschiedene Programme an. Diese Organisation bietet Startups 3 verschiedene Programme an:

- **Checkup:** Hier können sich Menschen mit Gründungsvorhaben im Rahmen eines Coachings eine zweite Meinung zu seiner Geschäftsidee und einem aktuellen Projektstatus einholen.
- **Like Minded:** Stellt ein Acceleratoren-Programm mit konsistentem Fokus auf das Team des Startups dar. Im Rahmen dieses Programmes kann man unter Ausnutzung des Bluelion-Netzwerkes sein Startup-Team aufbauen und Co-Founder suchen, sowie an seiner Startup-Idee arbeiten. Das Programm endet mit einem Pitch vor dem Bluelion Investors Board. Zudem hilft Bluelion bei der Kontaktaufnahme zu interessanten Stakeholdern und definiert gemeinsam mit dem Team die nächsten Schritte nach dem Programm. Im Jahr 2020 wurden 7 Startups ausgewählt, um an diesem Programm teilnehmen zu können.
- **Samsung 4 Impact:** Ein Acceleratoren-Programm in Kooperation mit Samsung und SEIF für Startups, welche sich der Herausforderung der alternden Gesellschaft stellen. Hierbei ist wichtig, dass das Startup aus der Schweiz stammt, eine technische Spezialisierung aufweist, einen positiven Einfluss ausüben kann, ein Proof of Concept vorliegt, sowie ein gut aufgestelltes Team hat. Das Acceleratoren-Programm beinhaltet Training, Mentoring, Expert Coaching, die Teilnahme an Events, sowie das zur Verfügung stellen von Büroflächen. Das Programm dauert 12 Wochen und ist speziell auf die Bedürfnisse von Early-Stage-Startups ausgerichtet.

Zudem bietet Bluelion 3 Programme für Unternehmen an:

- **Checkup:** Hierbei werden die bestehende Strategie und Unternehmenskultur unter die Lupe genommen. Die Bewertung dieser beiden Punkte stellt den ersten Schritt vor dem Start der internen Innovation dar.
- **Call 4 Innovation:** Hierbei werden das perfekte Setup und Innovatoren für Unternehmen gesucht, um Innovation voranzutreiben.
- **Kickbox-Programm:** Dieses Programm stellt eine bewährte und strukturierte Methode dar, um interne Innovatoren des Unternehmens zu stärken.

### ***Netzwerk, PartnerInnen & Performance***

Es wurden bereits 105 Pre-Seed Startups und 253 Business-Ideation-Projects unterstützt. Durch die Bluelion-Startups konnten bereits 500 Arbeitsplätze geschaffen werden. Aktuell werden 23 Startups betreut. Zu ihren weiteren Kunden zählen 13 große Unternehmen wie Generali, Helvetia, Samsung und viele mehr. Finanziell wird dieses Center durch 9 Einrichtungen wie die Zürcher Kantonalbank und die University of Zurich unterstützt. Zu ihren Partnern zählen 14 Unternehmen wie Business Angels Switzerland, Swiss Healthcare Startups und viele mehr.

### ***InvestorInnen***

Das Bluelion Investors Board besteht aus 7 Business Angels und erfolgreichen UnternehmerInnen. ZKB ist ein Gründungspartner und Spender von Bluelion und unterstützt die Unternehmen. Tech-Unternehmen der Early-Stage Phase können über den Swiss ICT Investor Club Kontakt mit InvestorInnen aufnehmen.

### ***Vermarktung***

Über die Website [www.bluelion.ch](http://www.bluelion.ch) stehen Interessenten alle notwendigen Informationen und Kontaktdaten transparent zur Verfügung. Zudem gibt es einen Blog und verschiedene Events werden über die Website angekündigt.

### ***Standort***

BlueLion hat seinen Sitz in Zürich, der Schweiz. Es gibt zwei Standorte:

- Sihlquai 125, 8005 Zürich: Co-Working Space mit 50 Arbeitsplätzen und einer Küche
- Hafnerstraße 31, 8005 Zürich: Das neue Center besteht aus 3 Stockwerken und bietet zahlreiche weitere Arbeitsplätze und Räumlichkeiten.

### 6.2.3. SIB Startup Incubator Berlin – Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin



Abbildung 47: Logo Startup Incubator Berlin<sup>210</sup>

Nachfolgende Informationen stammen ausschließlich von der Website <https://www.startup-incubator.berlin/co-working-space/> - eingesehen am 08.11.2020 um 15:00 Uhr

#### **Organisation und Aufbau**

Im Startup Incubator der HWR Berlin werden Gründungsideen zur Marktreife entwickelt. Startups mit akademischen Gründungsteams werden hier mit Know-How, Infrastruktur und Stipendien unterstützt. Das Angebot des Startup Incubators richtet sich an alle, welche erst am Anfang ihrer Gründungsvorhabens stehen bzw. sich bereits in der aktiven Gründungsphase befinden. Es richtet sich an Studierende und Absolventen der HWR Berlin, sowie an Externe. Im Fokus steht “Lean Startup”, d.h. das frühzeitige Testen der Produkte mit echten Kunden, um wertvolles Feedback einzuholen und zu vermeiden, dass Produkt-Flops entwickelt werden. Dieses Gründungszentrum besteht seit dem Jahr 2009.

#### **Infrastruktur**

Diese Einrichtung bietet 1.500m<sup>2</sup> Arbeitsfläche. Dieses Gründungszentrum bietet ein VR/AR Lab, einen Co-Working Space, ein Design-Thinking Lab, sowie eine Prototypenwerkstatt mit Lasercutter, 3D-Drucker, Fräse, Drehmaschine, Bohrmaschinen, Sägen, Lötstationen und Handwerkzeugen.

Zusätzlich ist der Startup Incubator ein Teil des Projektes “Kiez der Macher”. Der Weltkonzern Siemens baut für 600 Millionen Euro einen Technologiepark, um Forschungs-, Fach- und Gründungszentren anzusiedeln. Die MitarbeiterInnen der Siemens AG nutzen

---

<sup>210</sup> Startup Incubator Berlin. Online unter: <https://www.startup-incubator.berlin/startups/>, abgerufen am 08.11.2020 um 18:12 Uhr

auch immer wieder gerne den Co-Working Space für das gemeinschaftliche Arbeiten und das Knüpfen von Kontakten.

### ***Leistungen***

Das Gründungszentrum bietet den GründerInnen 3 Programme an:

- **Startup Now:** Unterstützt die GründerInnen bei der Entwicklung Ihrer Idee
- **Berliner Startup Stipendium:** Dieses Programm unterstützt Gründerinnen mit einem Konzept dabei marktreif zu werden
- **Exits:** Dieses Programm ist für technologische und innovative Startup-Projekte und zielt darauf ab, Tools bereitzustellen, um Ideen zu entwickeln und diese in einen Business-Plan umsetzen. Das Programm bietet zudem finanzielle Unterstützung, um die Ideen technisch und unternehmerisch umzusetzen. Die Teams werden durch Finanzierung und Coaching unterstützt.

### ***Netzwerk, Partner & Performance***

Das Gründungszentren verfügt über 30 Coaches, welche die Startups bei ihren spezifischen Fragen helfen und unterstützen. Individuelle Coachings können per Mail oder telefonisch vereinbart werden. Zusätzlich stehen 22 Mentoren zur Verfügung, welche ihre langjährige Expertise einbringen können und die Startups so unterstützen. Die Mentoren stehen nach individueller Vereinbarung für Mentoring-Sessions bereit. Das Center verfügt über fünf Partner wie die tti gruppe, die Investitionsbank Berlin und weitere.

Das Gründungszentrum steht zudem mit fünf internationalen Universitäten in Verbindung, mit welchen gemeinsame Projekte abgewickelt werden.

Es wurden bereits 110 Startups betreut und 280 Events durchgeführt. Aktuell befinden sich ca. 20 Startups im Co-Working Space.

### ***Vermarktung***

Das SIB bietet eine Vielzahl an Events, welche sich mit klassischen Problemen von Startups beschäftigen. Diese werden über die Website und Social Media beworben.<sup>160</sup>

Die Events beschäftigen sich mit dem Themen Netzwerken und Erfahrungsaustausch, Beratung und Workshops sowie dem Aufbau und Zusammenführung von Teams. Um die Attraktivität des Centers zu steigern, wird ein eigener Contest veranstaltet.

**Netzwerken:** Bei dem Startup Dinner kocht ein ausgewähltes Startup – dieses Event dient vor allem zum **unverbindlichen Netzwerken** zwischen StudentInnen, GründerInnen und UnternehmerInnen.

**Netzwerken & Vermittlung von Praktika:** Zahlreiche StudentInnen sind auf der Suche nach Praktika – die Möglichkeit ein Praktikum bei einem Startup zu absolvieren, wird immer beliebter. Das Speed-Dating mit Startups ermöglicht einen Kontaktaufbau zwischen StudentInnen und Startups, um Praktika zu vermitteln.

**Entwicklung Geschäftsmodelle:** Der Lean Startup Workshop dient vor allem dazu, dass man eine Idee in ein Geschäftsmodell nach der Lean Methode entwickelt.

**Netzwerken & Erfahrungsaustausch:** Der monatliche Kontaktabend dient dazu, dass sich Startups untereinander austauschen und wertvolle Erfahrungen miteinander teilen.

**Gründung und Aufbau von Unternehmen:** Der Startup Now Workshop dient dazu, dass die GründerInnen in Fragen zur Gründung unterstützt werden. Hierzu zählen die Wahl der Rechtsform, Business Plan und ähnliches.

**Aufbau eines Teams:** In den Einzelgesprächen mit diversen Experten der Startup-Szene konnten wir immer wieder vernehmen, dass die Teambildung ein ganz wesentlicher Faktor für Startups ist. Oftmals fehlt es an Personen mit Schlüsselkompetenzen und Co-Foundern. Das SIB hat hierzu ein eigenes Event ins Leben gerufen, um Leute zusammenzubringen. Auch in Zeiten von Corona findet dieses Event statt: Ein digitales “Matching-Event”. Für das Event muss man sich registrieren – nach dem Motto “First come, first served” werden 25 Startups und 25 potentielle Co-Founder angenommen und eingeladen.

**Make it Lean Contest:** Der “Make it Lean Contest” ist ein Startup-Wettbewerb, bei welchem sich Startups aus ganz Deutschland mit akademischem Hintergrund bewerben können. Zielgruppe sind Menschen mit einer Gründungsidee oder bereits bestehende Startups, welche bereits an einem Geschäftsmodell arbeiten und bei welchen die Gründung nicht länger als 1 Jahr zurückliegt. Im Zuge dieses Contests können verschiedenste Workshops besucht werden, um seine Idee bestmöglich präsentieren zu können. Die Geschäftsidee muss nach der „Lean-Startup-Methode“ gestaltet sein. Bewerben kann man sich mit einem max. 3-minütigen Pitch-Video. Dieses Video wird dann hochgeladen und nun geht es darum möglichst viele Likes in der Community zu sammeln. Die 3 Videos mit den meisten Likes bekommen ein Preisgeld.<sup>211</sup>

Der Fokus der Facebook Beiträge liegt im Ankündigen diverser Workshops und Veranstaltungen. Vereinzelt werden auch Insights von Veranstaltungen und allgemeine Infos geteilt. Die verschiedenen Veranstaltungen werden auch auf Facebook reingestellt.

### **Standort**

Das SIB ist Teil der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin und hat seinen Standort in 13629 Berlin, Rohrdamm 88

---

<sup>211</sup> BERLIN SCHOOL OF ECONOMICS AND LAW, 2020. Startup Incubator Berlin SIB. Eingesehen am 07.12.2020 um 11:45 Uhr. Abgerufen unter <https://www.startup-incubator.berlin/?lang=en>

#### 6.2.4. Technopark® Allianz



Abbildung 48: Logo Technopark Allianz<sup>212</sup>

Nachfolgende Informationen stammen ausschließlich von der Website <https://www.technopark.ch/technopark-allianz/> - eingesehen am 15.11.2020 um 19:00 Uhr.

#### **Organisation und Aufbau**

Die in der Schweiz ansässige Technopark®-Allianz ist eine Institution für Jungunternehmertum, Innovation sowie Wissens- und Technologietransfer.

Gegründet wurde diese Allianz bereits im Jahr 2002 und hat sich im Jahr 2010 als Non-Profit Organisation etabliert.

---

<sup>212</sup> Technopark Allianz. Online unter: <https://www.technopark.ch/technopark-allianz/>, abgerufen am 15.11.2020 um 19.00 Uhr

Derzeit zählt der Technopark acht Mitglieder, welche in der nachfolgenden Abbildung dargestellt werden.



Abbildung 49: Mitglieder Technopark ®<sup>213</sup>

<sup>213</sup> Technopark Allianz. Online unter: <https://www.technopark.ch/technopark-allianz/>, abgerufen am 15.11.2020 um 19.00 Uhr

Die Mission der Technopark® Allianz lautet sich wie folgt:

*„Unsere Intention ist, mit unserer langjährigen Erfahrung, wirtschaftlicher Vernetzung und akademischen Verbundenheit, Hand in Hand mit den Jungunternehmern und Jungunternehmerinnen wirtschaftliches Wachstum zu generieren und eine nachhaltige Existenz aufzubauen. Die entwickelten Strategien sind wirtschaftlich, effizient, langlebig, sowie flexibel und ermöglichen Jungunternehmen/innen schnell und sicher auf Markt- und Kundenbedürfnisse eingehen zu können.“<sup>214</sup>*

#### **Die Technoparks bieten:**

- eine enge und langjährige Zusammenarbeit mit führenden akademischen Institutionen
- Verfügbarkeit vor Ort
- ein breitgefächertes Kompetenzfeld und Erfahrungen in der Wirtschaft
- die Möglichkeit auf Wachstum für Jungunternehmen innerhalb der Technoparks

#### **6.2.5. Technopark® Liechtenstein**

##### **Netzwerk, Partner & Performance**

Vorteile Standort Liechtenstein:

- die wirtschaftlichen Verbindungen nach Europa und in die Schweiz
- die Anknüpfung an das Technopark® Allianz-Netz mit Schweizer Universitäten

Das Netzwerk der Technopark® Allianz kann auf beinahe 500 Unternehmen in Sachen Beratung, Mentoring und Finanzierung zurückgreifen. Weiteres sind die Parks Mitglieder in der Swisspark.ch, die derzeit aus rund 40 Mitgliedern besteht und von wo aus auf über 2.000 Unternehmen zugegriffen werden kann, um den Unternehmern und Gründern bestmögliche Unterstützung zu bieten.

##### **Finanzierung**

Am Technopark Lichtenstein steht ein eigenes Finanzierungsinstrument zur Verfügung, das Startups in der ganz frühen Phase der Gründung (Seed-Phase), in der das Risiko

---

<sup>214</sup> Technopark Allianz. Online unter: <https://www.technopark.ch/technopark-allianz/>, abgerufen am 15.11.2020 um 19.00 Uhr

noch sehr hoch ist, mit kleineren Beträgen von ca. CHF 50'000 auf Darlehensbasis unterstützt.

Eingemieteten Startups verschafft die Technopark AG einen Zugang zu Investoren und Möglichkeiten der Wachstumsfinanzierung. Die Entscheidung der möglichen Finanzierungen, Partnern und Bedingungen wird dabei stets den Startups überlassen

### ***Infrastruktur***

Es stehen verschiedene Räumlichkeiten für die unterschiedlichsten Anlässe zur Verfügung. Diese eignen sich für Veranstaltungen, Besprechungen, Präsentationen und Seminare von 3 bis 130 Personen. Die Ausstattung reicht von Flipcharts und Moderationskoffer, bis hin zu Beamer, LCD-Monitoren und Soundsystem mit Handmikrofonen.

- Veranstaltungsbereich "Auditorium"
- Seminarraum "Spirit"
- Meetingraum "Summit"
- Meetingraum "Smart"
- Besprechungsraum "Balance"
- Eine vollständige Küche mit Stehtischen für ein Catering

### ***Leistungen***

- Der Technopark Liechtenstein bietet Beratung in:
- finanzieller Planung und Buchhaltung
- Steuern und der Verwaltung von Assets
- Entwicklung von Geschäftsmodellen
- Entwicklung von Produkten
- Produkt-Testing
- strategische Beratung
- Unterstützung in Rechtsangelegenheiten (Copyright und Patentrecht)

Der Fokus richtet sich auf vier Bereiche:



Abbildung 50: zentrale Dienstleistungen

Der Technopark Liechtenstein richtet sich nach einem innovativen Branchenmix. Die Selektionskriterien der verschiedenen Branchen spiegeln auch die Aufnahmekriterien von Startups im Technopark Liechtenstein.

Die GründerInnen am Standort Lichtenstein profitieren von dem Zugang zu zwei Wirtschaftsräumen (EU und Schweiz), F&E und Finanzierungsmöglichkeiten.

Wer einen Standort für sein Startup Unternehmen am Technopark Liechtenstein sucht, muss sich vorab einem Bewerbungsprozess unterziehen.

Nachdem geklärt ist, wie groß das Team ist und wie viele Arbeitsplätze benötigt werden, wird die Verfügbarkeit geprüft und der Bewerbungsprozess kann mit den Details zur Person und dem Business Model fortgesetzt werden. Wenn alle Rahmenbedingungen erfüllt sind, wird man zu einem persönlichen Gespräch eingeladen.

## Arbeitsplatz im Technopark

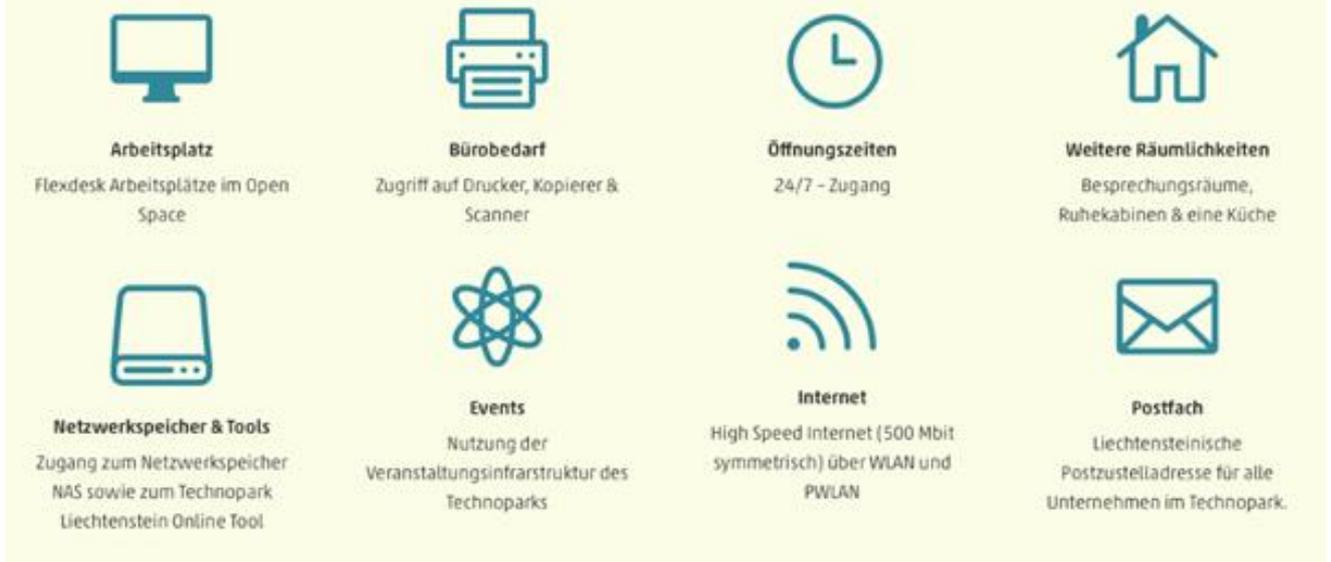


Abbildung 51: Arbeitsplatz im Technopark

### **Erfolgskriterien**

Im Zuge der Best-Case-Analyse wurden Startup-Einrichtungen nach speziellen Erfolgskriterien bewertet, um detailliertere Informationen zu gewinnen, die verschiedenen Aspekte genauer zu untersuchen und mögliche Handlungsoptionen für das Startup-Center in Wieselburg aufzuzeigen.

Im Zuge des Kapitels "Mitbewerber erheben" wurden bereits nationale sowie internationale Startup-Einrichtungen und Projekte identifiziert. Dies beinhaltete regionale Wettbewerber, überregionale und internationale Einrichtungen der DACH-Region.

Im Rahmen einer Online-Recherche wurden die größten Startup-Einrichtungen der DACH-Region erhoben und durchleuchtet.

### **Organisation & Aufbau der Einrichtung/ des Centers (25 %)**

Als wichtigster Faktor wurden die Organisation und der Aufbau der Einrichtung bzw. des Centers festgelegt. Hierzu wurden neben der Infrastruktur auch die Leistungen, welche von der Einrichtung angeboten werden, sowie die Größe, Parkmöglichkeiten, Räumlichkeiten, Labore, Werkstätten, Ausstattung und Geräte beurteilt.

### ***Netzwerk & Partner (20 %)***

Als weiteres Kriterium wurden Netzwerke & Partner der Einrichtung festgelegt. Dies beinhaltet wie viele Unternehmen in Kooperation mit der Einrichtung stehen und wie intensiv und erfolgreich sich diese gestalten. Ein weiteres wesentliches Merkmal betrifft den Zugang zu Kapital sowie die Qualität und Aktivität von InvestorInnen und ob Akzeleratoren- und Inkubatoren-Programme angeboten werden.

### ***Vermarktung & Auftritt nach außen (10 %)***

Das Kriterium Vermarktung & Auftritt nach außen analysierte, wie die Einrichtung nach außen auftritt, welche Workshops, Events, Veranstaltungen und Wettbewerbe angeboten werden und wie sich der Onlineauftritt der Einrichtung gestaltet.

### ***Standort (10 %)***

Beim Kriterium Standort wurde ein Augenmerk auf die Verkehrsanbindung sowie die relevante Infrastruktur gelegt. Dies beinhaltete auf der einen Seite die technische Infrastruktur mit Telekommunikation und auf der anderen Seite die soziale Infrastruktur mit Freizeit und Wohnen. Weiters findet in diesem Kriterium die wirtschaftliche Infrastruktur sowie der Marktzugang Berücksichtigung.

### ***Know-How & Zugang zu Talenten (Gewichtung: 15 %)***

In diesem Kriterium wurde der Fokus dahingehend gelegt, welche Bildungs- und Forschungseinrichtungen es in der näheren Umgebung gibt und ob es hier Potentiale zur Kooperation gibt. Der Zugang zu Bildung ist mit einem höheren Potential an möglichem Know-How und Talenten verbunden.

### ***Performance (Gewichtung: 20 %)***

Im Rahmen dieses Kriteriums wurde die Anzahl an betreuten Startups sowie die Qualität der Betreuung betrachtet und ob aus den Startups erfolgreiche Unternehmen hervorgebracht werden konnten.

## **Scoring Methode**

Die oben angeführten Kriterien wurden für den Scoring-Prozess herangezogen, um die Startup-Einrichtungen entsprechend bewerten zu können.

Pro Erfolgskriterium wurden 1 bis 5 Punkte vergeben (1=schlecht / 5= sehr gut). Die ausgewählten Startup-Einrichtungen wurden auf alle sechs festgelegten Erfolgskriterien überprüft.

Bei Multiplikation der jeweiligen Gewichtung des Erfolgsfaktors und der Punkteanzahl der jeweiligen Erfolgskriterien pro Startup-Einrichtung ergab sich ein Score. Durch Summierung der Scores aller Erfolgskriterien einer Startup-Einrichtung ergab sich der Gesamtscore der Einrichtung. Abschließend wurde die Startup-Einrichtung mit dem höchsten Score pro Kriterium als Best-Case Fall in dieser Kategorie bzw. der Gesamtsieger anhand des Gesamtscores eruiert.

Die Bewertung der Startup-Einrichtungen wurden gemeinsam unter Berücksichtigung der Meinungen aller Teammitglieder durchgeführt, um ein möglichst objektives Bild zu erhalten und ein breites Spektrum an Sichtweisen einfließen zu lassen.

## Ergebnisse Scoring

Die nachfolgende Tabelle beinhaltet die Bewertung der ausgewählten Startup-Einrichtungen:

Bewertungskriterien	Gewichtung	Einrichtungen / Startup-Center													
		startup300		WeXelerate		INITs		Betacampus		Ecospace		Rizup Gründerzentrum Amstetten		Werkstätte Wattens	
		Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score
Organisation & Aufbau	25,00%	4	1	3	0,75	3	0,75	3	0,75	2	0,5	2	0,5	5	1,25
Netzwerk & Partner	20,00%	4	0,8	4	0,8	4	0,8	3	0,6	1	0,2	3	0,6	4	0,8
Vermarktung & Auftritt nach außen	10,00%	4	0,4	3	0,3	3	0,3	3	0,3	2	0,2	4	0,4	4	0,4
Standort	10,00%	4	0,4	5	0,5	4	0,4	2	0,2	2	0,2	3	0,3	2	0,2
Know-How & Zugang zu Talenten	15,00%	3	0,45	3	0,45	4	0,6	2	0,3	3	0,45	4	0,6	2	0,3
Performance	20,00%	3	0,6	4	0,8	4	0,8	3	0,6	2	0,4	4	0,4	3	0,6
<b>Score-Summe</b>	<b>100,00%</b>		<b>3,65</b>		<b>3,6</b>		<b>3,65</b>		<b>2,75</b>		<b>1,95</b>		<b>2,4</b>		<b>3,55</b>

Bewertungskriterien	Gewichtung	Einrichtungen / Startup-Center							
		TGO/GO! Start-up Zentrum Oldenburg		BlueLion		SIB Startup Incubator Berlin		Technopark Allianz (Lichtenstein)	
		Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score	Punkte (1-5)	Score
Organisation & Aufbau	25,00%	5	1,25	3	0,75	4	1	3	0,75
Netzwerk & Partner	20,00%	4	0,8	4	0,8	4	0,8	5	1
Vermarktung & Auftritt nach außen	10,00%	4	0,4	4	0,4	5	0,5	3	0,3
Standort	10,00%	4	0,4	5	0,5	5	0,5	2	0,2
Know-How & Zugang zu Talenten	15,00%	4	0,6	4	0,6	5	0,75	3	0,45
Performance	20,00%	4	0,8	4	0,8	5	1	2	0,4
<b>Score-Summe</b>	<b>100,00%</b>		<b>4,25</b>		<b>3,85</b>		<b>4,55</b>		<b>3,1</b>

Punktvergabemöglichkeiten
1 = sehr gering/sehr schlecht
2 = gering/schlecht
3 = durchschnittlich
4 = gut/hoch
5 = sehr gut/sehr hoch

Abbildung 52: Ergebnis Scoring Best Case Analyse (eigene Darstellung)

## **Fazit**

Anhand des Scorings-Modells wurde das SIB Center Berlin als Sieger im Gesamtscore ermittelt. Dieses Center wurde in vier von sechs Kategorien mit der Maximalpunktzahl von 5 bewertet. In den beiden Kategorien "Organisation und Aufbau" sowie "Netzwerk und Partner" wurden andere Startup-Center als Sieger ermittelt.

Das nachfolgende Kapitel beinhaltet die Positivbeispiele, welche im Ranking in der jeweiligen Kategorie die Maximalpunktzahl von 5 Punkten erreicht haben. Die beschriebenen Aspekte dienen als mögliche Basis für unser Projekt Startup-Center Wieselburg.

## **Organisation & Aufbau der Einrichtung/ des Centers**

---

### *TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg*

Bei dem Kriterium "Organisation und Aufbau" wurde das GO! Start-up Zentrum in Oldenburg am besten bewertet. Als Teil des TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg, bietet es Startups eine enorme Vielfalt an Möglichkeiten und Angeboten. Das GO! Start-up Zentrum bietet ein großes Spektrum an Leistungen und ein breites Programm, welches individuell auf die Bedürfnisse der Unternehmen angepasst werden kann. Neben den Startups können die Angebote auch von bereits etablierten Unternehmen genutzt werden. Das TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg zeichnet sich durch einen Co-Working Space, welcher 24 Stunden 7 Tage die Woche zur Verfügung steht aus und einer Küche inkl. Sitzgelegenheiten.<sup>215</sup> Weiters sind die angebotenen Büro- und Laborräume in ihrer Größe anpassbar und liegen zwischen 17m<sup>2</sup> und 62m<sup>2</sup>. Es werden mehrere Konferenz- und Seminarräume sowie ein Lounge Bereich angeboten. Der größte Konferenzraum eignet sich auch für größere Veranstaltungen und bietet bis zu 130 Personen Platz. Weiters können ein Audi A3 Sportback e-tron sowie Lagerräumlichkeiten angemietet werden.<sup>216</sup> Den Startups wird es so ermöglicht, individuell nach ihren Bedürfnissen Räumlichkeiten aller Art günstig zu mieten und diese auch ihrer aktuellen Unternehmensgröße schnell und flexibel anzupassen.

---

<sup>215</sup> TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg GmbH. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/gowork>, abgerufen am 04.12.2020 um 09:52 Uhr

<sup>216</sup> TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg GmbH. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/gowork>, abgerufen am 04.12.2020 um 11:52 Uhr



Abbildung 53: Konferenzraum<sup>217</sup>



Abbildung 54: Lagerräume<sup>218</sup>

---

### *FabLab Werkstätte Wattens*

Als weiteres Best-Case Beispiel wurde die Werkstätte Wattens in diesem Punkt identifiziert. Diese Einrichtung bietet ein Laboratorium, das sogenannte FabLab (CRI-Center for Rapid Innovation), welches auf einer Fläche von 300m<sup>2</sup> zur individuellen Nutzung angeboten wird und überzeugt mit moderner Ausstattung. Das FabLab bietet Startups, sowie Bastlern einen Raum sich auszutauschen und ihre Produkte vor Ort in die Realität umzusetzen, sowie eine kostengünstige Nutzung von teuren Gerätschaften, welche ansonsten schwer zugänglich wären. Die Laboratorien sind 5 Tage in der Woche zugänglich und auch eine Betreuung durch FabLab Technical Hosts ist möglich, um Fragen zu klären oder für Gerätschaften eingeschult zu werden.<sup>219</sup>

Auch im Startup-Center Wieselburg sollten alle Ressourcen, welche für das Tagesgeschäft der Startups notwendig sind, kostengünstig angeboten werden. Je nach Ausrichtung bzw. Spezialisierung sollen die Bedürfnisse der Startups gedeckt werden. Büroräumlichkeiten mit entsprechender Einrichtung, Konferenzräume, Kreativräume, sowie Lagerflächen werden branchen-unabhängig benötigt. In Laboratorien können Startups ihre Produkte verwirklichen, an diesen feilen und Prototypen erstellen. Die Einrichtung dieses Labors muss sich an der Zielgruppe orientieren. Auch eine soziale Infrastruktur ist von hoher Bedeutung, damit sich die GründerInnen im Center auch wohl fühlen und dort gerne ihren

---

<sup>217</sup> Werkstätte Wattens. Online unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de/center-for-rapid-innovation>, abgerufen am 04.12.2020 um 10:06 Uhr

<sup>218</sup> TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg GmbH. Online unter: <https://www.gruenden-oldenburg.de/gowork>, abgerufen am 04.12.2020 um 11:52 Uhr

<sup>219</sup> Werkstätte Wattens. Online unter: <https://www.werkstaette-wattens.at/de/center-for-rapid-innovation>, abgerufen am 04.12.2020 um 10:06 Uhr

Arbeitsalltag bestreiten, sowie auch ihre Freizeit verbringen. Zu der notwendigen sozialen Infrastruktur zählen eine Küche, Sozialräume und Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung.

### ***Netzwerk & PartnerInnen***

Das Kriterium "Netzwerk und Partner" konnte der Technopark® Liechtenstein für sich entscheiden. Der Technopark Liechtenstein ist ein Mitglied der Technopark® Allianz Schweiz. Diese Allianz umfasst 8 Mitglieder in dem sich aktuell ein Netzwerk aus 454 Unternehmenspartnern wie Nestle, der Universität St. Gallen oder Credit Suisse entwickelt hat.

Ein weiterer starker Netzwerkpartner der Technoparks® ist Swisspark.ch.

Swisspark.ch besteht aus derzeit über 40 Mitgliedern, die im Zentrum der Innovations- und Start-up Förderungsszene der Schweiz stehen. Gemeinsam unterstützen sie ihre Mitgliedszentren mit mehr als 2.000 Unternehmen auf deren Weg zum Erfolg.

Zu Investoren besteht ein sehr großes Netzwerk durch die vielen Partnerschaften der Technopark® Allianz. Der Technopark® Liechtenstein führt z.B. in seinen Partnerschaften „Business Angels Liechtenstein“ an. Hier können sich Startups, gleichermaßen wie Investoren auf einer Onlineplattform registrieren, um einen ersten Kontakt herzustellen<sup>220</sup>.

Durch die Bündelung dieses enormen Wissens und der Ressourcen der verschiedenen Netzwerkpartnern kann den Startups ein großes Feld an Kooperationen geboten werden.

Für das Startup-Center in Wieselburg ist es daher erforderlich sich ein Netzwerk und Kooperationen zu schaffen, damit Zugang zu Ressourcen oder Know-How und somit Wachstum gesichert wird.

### ***Vermarktung & Auftritt nach außen***

Das SIB bietet eine sehr übersichtliche und informationsreiche Website. Die Website ist auf Deutsch und Englisch einsehbar und beinhaltet eine Navigationsleiste, welche einem unmittelbar zu allen angebotenen Bereichen führt. Betreffend Social Media ist das SIB auf Facebook, LinkedIn, Instagram, sowie Twitter vertreten. Alle Kanäle sind auf der Website

---

<sup>220</sup> Business Angels Liechtenstein. Online unter: <https://businessangels.li>, abgerufen am 05.12.2020

verlinkt. Es besteht auch die Möglichkeit, dass man sich für einen Newsletter anmeldet.<sup>221</sup> Auf den Social Media-Kanälen wird speziell auf die Vorstellung und Bekanntmachung der Startups gesetzt. Zusätzlich werden die verschiedenen Events angekündigt, um möglichst viele TeilnehmerInnen zu generieren.

Die Kontaktaufnahme wird den Interessierten sehr leicht gemacht. Die Kontaktdaten und das Team des Centers sind auf der Website leicht zugänglich. Mit Hilfe eines Buttons auf der Website kann man direkt Kontakt aufnehmen. Mit einem 1-minütigen Trailer auf der Website werden alle Leistungen des Centers vorgestellt. Zahlen, Daten, Fakten werden auf der Homepage ebenfalls präsentiert. Angebotene Programme, die Infrastruktur, Events, Wettbewerbe, Mentoren und Coaches werden detailliert auf der Website beschrieben. Auch betreute Startups und FAQ finden sich auf der Website. Mentoren und Coaches werden mit ihren jeweiligen Fachgebieten vorgestellt.

InteressentInnen erhalten so alle notwendigen Informationen einfach und kompakt und können schnell und einfach Kontakt mit dem Center aufnehmen. Bei zahlreichen anderen Centern sind keine Kontaktdaten einsehbar bzw. scheint es so, als möchte man keine Außenstehenden im Center. Dadurch wirkt das SIB im Gegensatz zu anderen offen und einladend. Auch für das Startup-Center Wieselburg sollten alle relevanten Informationen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten schnell und einfach zugänglich gemacht werden.

### ***Know-How & Zugang zu Talenten***

Das SIB arbeitet mit fünf weiteren internationalen Partner-Universitäten zusammen und ist ein Teil der Hochschule für Wirtschaft und Recht in Berlin, welche über 55 Studiengänge anbietet. Diese zählt mit rund 11.000 Studierenden zu den größten Hochschulen Berlins. Das SIB hat somit direkten Zugang zu einer großen Menge an StudentInnen und damit verbunden mit zahlreichen Talenten. Durch die Zusammenarbeit mit internationalen Universitäten werden neue Sichtweisen und weiteres Wissen eingeholt. Fehlende Kompetenzen können durch die Zusammenarbeit mit anderen Schulen und Universitäten eingebracht und kompensiert werden.

Ebenso ist es für Wieselburg wichtig sich auch mit weiteren Standorten, Forschungseinrichtungen und Hochschulen zu vernetzen, um Symbiosen zu entwickeln. Die

---

<sup>221</sup> BERLIN SCHOOL OF ECONOMICS AND LAW, 2020. Startup Incubator Berlin SIB. Eingesehen am 07.12.2020 um 11:45 Uhr. Abgerufen unter: <https://www.startup-incubator.berlin/?lang=en>

Kompetenzschwerpunkte der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg liegen vor allem im Bereich Marketing und Nachhaltigkeit. Fehlende technische Kompetenzen können durch eine Zusammenarbeit mit anderen Fachhochschulen und Universitäten eingeholt werden. Weiteres wäre eine gemeinsame Nutzung von technischer Infrastruktur wie Laboratorien und die gemeinsame Nutzung von Geräten möglich. Die gemeinsame Nutzung von Infrastruktur spart weiters Kosten ein.

### ***Performance***

Das umfangreiche und offene Angebot, die zahlreichen ExpertInnen als Coaches, sowie der ausgezeichnete Zugang zu jungen Talenten haben dem SIB zu 110 betreuten Startups verholfen. Im Rahmen von 280 durchgeführten Events konnten diese in den verschiedensten Bereichen unterstützt werden.<sup>222</sup> Durch die laufende Betreuung und den interessanten Content konnte das SIB bereits 4.414 Abonnenten auf Facebook<sup>223</sup> und 2.370 Abonnenten auf Instagram erreichen.<sup>224</sup>

Um möglichst viele Startups nach Wieselburg zu locken, muss dies offen für alle sein und die Kontaktaufnahme transparent und einfach gestalten. Auf sozialen Medien muss das Center laufend und professionell auftreten, um nicht in Vergessenheit zu geraten.

### ***Standort***

Das SIB ist inmitten der 3,7 Millionen Hauptstadt Berlin situiert. In Geh-Weite liegt ein U-Bahnhof, sowie ein Busbahnhof, welche die direkte Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln ermöglichen. Generell ist das öffentliche Verkehrsnetz in Berlin sehr gut durch Busse, S- und U-Bahnen ausgestattet, welches auch Menschen ohne Auto eine unkomplizierte Anreise ermöglicht. Das SIB steht in engen Kontakt mit dem Großunternehmen Siemens AG. Durch diese enge Zusammenarbeit, das Zukunftsprojekt "Kiez der Macher" und eine eigene Siemensstadt hat sich das Berliner Startup Ökosystem um das SIB verstärkt und bietet den Startups durch die infrastrukturelle und thematische Vernetzung einen großen

---

<sup>222</sup> BERLIN SCHOOL OF ECONOMICS AND LAW, 2020. Startup Incubator Berlin SIB. Eingesehen am 10.01.2021 um 13:00 Uhr unter <https://www.startup-incubator.berlin/>

<sup>223</sup> BERLIN SCHOOL OF ECONOMICS AND LAW, 2020. Startup Incubator Berlin SIB. Eingesehen am 10.01.2021 um 13:00 Uhr unter <https://www.facebook.com/Gruendungszentrum.hwr.berlin/>

<sup>224</sup> BERLIN SCHOOL OF ECONOMICS AND LAW, 2020. Startup Incubator Berlin SIB. Eingesehen am 10.01.2021 um 13:00 Uhr unter <https://www.instagram.com/startup.incubator.berlin/>

Vorteil. Hierbei wird speziell die Gründung neuer Startups in den Bereichen Elektromobilität, urbane, saubere Industrie, soziale Ökonomie, Women in Entrepreneurship und digitale Lösungen für öffentliche Institutionen vorangetrieben.<sup>225</sup>

Im Falle des Standorts Wieselburg würde sich eine Zusammenarbeit mit Großunternehmen der umliegenden Region ebenso anbieten, um gegenseitige Synergien zu erzeugen und voneinander zu profitieren. Im Zuge von Kooperationen könnte die technische Infrastruktur von Unternehmen genutzt werden. Das Thema autofreies Anreisen bekommt einen immer höheren Stellenwert. Die problemlose öffentliche Anreise zum künftigen Startup-Center muss kostengünstig oder -frei gegeben sein.

---

<sup>225</sup> BERLIN SCHOOL OF ECONOMICS AND LAW, 2020. Startup Incubator Berlin SIB. Eingesehen am 10.01.2021 um 13:00 Uhr unter <https://www.startup-incubator.berlin/neue-siemensstadt/>

## 7. SWOT Analyse

Im nachfolgenden Kapitel wird die SWOT-Analyse des Wirtschaftsstandorts Wieselburg angeführt.

### **Ziel**

Ziel dieser SWOT-Analyse ist es, die Stärken, Schwächen, sowie mögliche Chancen und Risiken des Standortes Wieselburg, in besonderem Hinblick auf ein Startup-Center, aufzuzeigen, deren Wechselwirkungen zu beschreiben, daraus resultierende strategische Optionen anzuführen, sowie diese prägnant darzustellen. Die im Rahmen der Umfeldanalyse gewonnen Daten sollen verdichtet und präsentiert werden

### **Methodik**

Im Zuge unserer Umfeldanalyse, welche eine primäre sowie sekundäre Marktforschung enthält, wurden zahlreiche Daten zu den Stärken und Schwächen Wieselburgs erhoben.

Im ersten Schritt wurden alle identifizierten Stärken und Schwächen der Stadtgemeinde Wieselburg in Bezug auf die wirtschaftlichen Gegebenheiten, die Infrastruktur, den Bereich Bildung, Forschung und Entwicklung sowie Kooperation der vorhandenen MarktteilnehmerInnen gesammelt. Auch das Thema Startup Landschaft regional, national und international wurde eingebunden. Parallel dazu wurden mögliche Chancen und Risiken für den Wirtschaftsstandort identifiziert.

In nächsten Schritt wurden die identifizierten Stärken und Schwächen nach ihrer Erfolgsbedeutung in „hoch“ und „niedrig“ eingestuft. Danach erfolgte die Einteilung der Chancen und Risiken nach ihrem Potential und ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit in die Bereiche „hoch“ und „niedrig“. Die nach Ansicht der Gruppe jeweils wesentlichsten Punkte wurden gereiht und im Anschluss in die SWOT Matrix übertragen, um daraus verschiedene Strategien und mögliche Handlungsempfehlungen formulieren zu können.

## Ergebnisse

Das nachfolgende Kapitel beinhaltet die Darstellung und Reihung aller identifizierten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken für den Standort Wieselburg.

Tabelle 10: SWOT-Analyse - Stärken, eigene Darstellung

STÄRKEN		
Erfolgsbedeutung	hoch	<p>Großes Einzugsgebiet: zentrale Lage – nur 5 km/ 5 Minuten von der Autobahn entfernt + in einem Radius von 1,5 Stunden liegen rund 50% der österreichischen Bevölkerung</p> <p>Bildungseinrichtungen – FH, Schulen, Francisco Josephinum + Forschungseinrichtungen BLT, Technopol, FH, ZKW</p> <p><b>Wirtschaftliche Stärke der gesamten Region, große und bekannte Unternehmen (ZKW, Haubis) in direkter</b></p>
	niedrig	<p>Lage nahe Automobilcluster</p> <p>Lage zentral zwischen Linz und St. Pölten und Graz</p> <p>Städtisch, aber doch Nahe zur Natur</p> <p>Vorhandene Infrastruktur - Messegelände</p> <p>Nationale Bekanntheit in ganz Österreich (Messe, Bier, Heizkesselprüfung)</p> <p>Bekanntheit vor allem im Agrarsektor/landwirtschaftlicher Urproduktion</p> <p>Überparteiliche und überregionale Zusammenarbeit</p> <p>Hohe Kaufkraft in der Region</p> <p>Guter Branchenmix mit Potenzial</p> <p>Politik, bekannte Politiker aus Wieselburg/der Region</p> <p>Attraktivität der Region mit starkem Zuzug/Zuwachs, v.a. junger Familien</p> <p>Starker Zusammenhalt der EinwohnerInnen / familiäres Gefühl</p> <p>Nähe zu Skigebieten/ Wintersport</p> <p>Viele Wohnungen im Bau</p> <p>Gutes Freizeitangebot (Vereine, Fitnessstudio, Sportplätze, Freibad, etc.)</p>

Tabelle 11: SWOT-Analyse - Schwächen, eigene Darstellung

SCHWÄCHEN		
Erfolgsbedeutung	hoch	<p>Öffentliche Verkehrsanbindung/Erreichbarkeit (Wieselburg - Ybbs/Kemmelbach)</p> <p>Fehlendes Flair, Freizeitangebot, Szene (Flaniermeile, Hauptplatz, Hallenbad, keine gehobene Gastronomie bzw. keine Lokale für Nachtleben vorhanden)</p> <p>Kommunikation/ Vermarktung nach außen (Was gibt es überhaupt alles in WB?), fehlendes Image und fehlende Positionierung</p> <p>Fehlende unabhängige/ eigenständige Aufbauorganisation von Gemeinde-seite (Stadtmarketing erst im Aufbau begriffen)</p> <p>Zu geringe Koordination der bestehenden Möglichkeiten, fehlende Bekanntheit und zu geringe Vernetzung der Forschungseinrichtungen mit den örtlichen Unternehmen</p>
	niedrig	<p>Verkehrssituation Stadtzentrum (fehlende Radwege, Verkehrsaufkommen im Stadtzentrum-Schichtwechsel ZKW)</p> <p>Trennung zwischen Wieselburg Stadt und Land</p> <p>Fehlender Herrenausstatter</p> <p>Kein Krankenhaus/Altersheim</p> <p>nicht belebte Leerstände</p> <p>(Moderate Preise bei Geschäfts- und Wohnflächen)</p> <p>Mangel an Facharbeitern und Handwerkern</p> <p>Parkplätze? (wenn man die Messe außen vor lässt)</p>

Tabelle 12: SWOT-Analyse - Chancen, eigene Darstellung

CHANCEN			
		Potenzial	
		niedrig	hoch
Eintrittswahrscheinlichkeit	hoch	<p>Anhaltende Krise am Arbeitsmarkt – Trend zur Selbstständigkeit</p> <p>Stetige Steigerung der Nachfrage nach Bildung</p> <p>Ärztzentrum/Gesundheitseinrichtung im Zentrum Wieselburgs</p>	<p>Trends: New Work, Neo Ökologie, Konnektivität und Wissenskultur</p> <p>Hohe Kooperationsbereitschaft zwischen Unternehmen, Forschungs- und Bildungseinrichtungen</p> <p>Vernetzung junger und etablierter Unternehmen - Mentoring</p> <p>Kosteneinsparung durch Nutzung verfügbarer Ressourcen (Messe, Forschungseinrichtungen)</p> <p>Erweiterung des Angebotes und Vergrößerung der FH</p> <p>Digitale Infrastruktur für Startups schaffen (Lizenzen)</p>
	niedrig	<p>Abwanderung ZKW – Humankapital im Überfluss</p> <p>Stadtmarketing nutzen und weiter ausbauen</p>	<p>Hoher Bekanntheitsgrad (Imagegewinn) durch Kooperation mit renommierten Unternehmen im Umkreis</p> <p>Finanzielle Unterstützung des Startup Centers durch Firmen in der Nähe</p> <p>Finanzielle Unterstützung durch externe Investoren</p> <p>Startup-Messe Wieselburg</p>

Tabelle 13: SWOT-Analyse - Risiken, eigene Darstellung

RISIKEN			
		Potenzial	
		niedrig	hoch
Eintrittswahrscheinlichkeit	hoch	<p>Mögliche anhaltende (hygienische) Bedingungen/Richtlinien durch Corona</p> <p>Keine Kooperationen zwischen Unternehmen, Forschungs- und Bildungseinrichtungen etc.</p> <p>Viele Startups sind ortsunabhängig und benötigen vielleicht gar kein extra Büro - zunehmendes professionelles Home-Office und digitale Kommunikation</p>	<p><b>Anhaltende Wirtschaftskrise durch Pandemie – fehlende finanzielle Mittel und Investitionsbereitschaft</b></p> <p><b>Kannibalisierung durch die regionale Konkurrenz (Amstetten, WY, ECOspace)</b></p> <p><b>Mangelndes Interesse der Gründer/ Investoren/ Partner</b></p>
	niedrig	<p>Abwanderung ZKW</p> <p>Gesellschaftlicher und sozialer Trend zu mehr Sicherheit – rückläufige Gründungsintensität</p>	<p>Zunehmendes „Überangebot“ durch zusätzliche Standorte (Ybbs, Melk)</p> <p>Verlust der Bedeutung des Wirtschaftsstandortes Wieselburg durch gesellschaftliche oder technische Entwicklungen</p> <p>Durch die renommierten Firmen im Umkreis finden keine Gründungen statt, da die Mitarbeiter sich in diesen Firmen sehr wohlfühlen/dort gebunden sind.</p>

## 7.1. Ausarbeitung der strategischen Optionen

Für die Ausarbeitung der strategischen Optionen wurden in weiterer Folge die Stärken und Schwächen mit der größten Erfolgsbedeutung gemeinsam mit den relevantesten Chancen und Risiken verknüpft.

Hierfür wurden folgende Strategien herangezogen:

- **Stärken/ Chancen – Strategie:** Eigene Stärken einbringen, und Chancen nutzen, die gut zu den vorhandenen Stärken passen.
- **Schwächen/ Chancen – Strategie:** Eigene Schwächen bewusst machen und gegebenenfalls bearbeiten, um Unsicherheiten in Chancen umzuwandeln.
- **Stärken/ Risiken – Strategie:** Eigene Stärken identifizieren und nutzen, um Risiken zu neutralisieren.
- **Schwächen/ Risiken – Strategie:** Eigene Schwächen erkennen, um Risiken zu meistern.

Tabelle 14: SWOT-Analyse - zusammenfassende Maßnahmen, eigene Darstellung

	STÄRKEN (S)	SCHWÄCHEN (W)
	<p>zentrale Lage – nur 5 km/ 5 Minuten von der Autobahn entfernt + in einem Radius von 1,5 Stunden liegen rund 50% der österreichischen Bevölkerung</p> <p>Bildungseinrichtungen – FH, Schulen, Francisco Josephinum + Forschungseinrichtungen BLT, Technopol, FH, ZKW</p> <p>Wirtschaftliche Stärke der gesamten Region, große und bekannte Unternehmen (ZKW, Haubis) in direkter Umgebung</p>	<p>Öffentliche Verkehrsanbindung/Erreichbarkeit</p> <p>Fehlendes Flair, Freizeitangebot, Szene (Flaniermeile, Hauptplatz, Hallenbad, Lokale)</p> <p>Kommunikation/ Vermarktung nach außen (Was gibt es überhaupt alles in WB?), fehlendes Image und fehlende Positionierung</p> <p>Fehlende unabhängige/ eigenständige Aufbauorganisation von Gemeindeseite (Stadtmarketing erst im Aufbau begriffen)</p> <p>Zu geringe Koordination der bestehenden Möglichkeiten, fehlende Bekanntheit und zu geringe Vernetzung der Forschungseinrichtungen mit den örtlichen Unternehmen</p>
CHANCEN (O)	<p>Trends: New Work, Neo Ökologie, Konnektivität und Wissenskultur</p> <p>Hohe Kooperationsbereitschaft zwischen Unternehmen, Forschungs- und Bildungseinrichtungen</p> <p>Vernetzung junger und etablierter Unternehmen - Mentoring</p> <p>Kosteneinsparung durch Nutzung verfügbarer Ressourcen (Messe, Forschungseinrichtungen)</p> <p>Erweiterung des Angebotes und Vergrößerung der FH</p> <p>Digitale Infrastruktur für Startups schaffen (Lizenzen)</p> <p>O5/S2 Durch eine Erweiterung der FH Kapazitäten können mehr Studierende aufgenommen werden und die Chancen steigen Bildungs- und Forschungseinrichtungen mehr und mehr zu verschmelzen. Dies führt im besten Fall zu Innovationen und schafft neue Arbeitsplätze am Standort Wieselburg.</p> <p>S1/O1 Durch die umliegende Bevölkerungsdichte und Autobahnnähe wären E-Mobilitätskonzepte gut realisierbar.</p> <p>S2/O4/O1 Bildungs- und Forschungseinrichtungen könnten sich Infrastrukturen und Instrumente teilen. Open Innovation (New Work, Sharing Economy)</p> <p>S3/O3 Große Unternehmen der Region und Studierende dabei unterstützen zueinander zu finden. Programme erarbeiten. Zusammenarbeit aufbauen (Praktika)</p>	<p>W5/O2/O6/O3: Digitale Plattform auf welcher Forschungseinrichtungen und Unternehmen ihr Leistungsangebot und ihre Möglichkeiten/Gerätschaften vorstellen – inkl. Ansprechpartner. Die NutzerInnen können über die Plattform auch aktiv auf Kompetenzsuche gehen (Inserat).</p> <p>O4/W4/O2: Eigene Organisation (Plattform, Ansprechpartner) aufbauen, welche sich um Vermarktung, Vernetzung und Austausch kümmert und betreut. Events organisieren (Messe nutzen). Anlaufstelle für alle Wirtschaftstreibenden in der Region (on- und offline)</p> <p>O5/W2/W1: Die öffentliche Verkehrsanbindung verbessern bzw. ein eigenes Mobilitätskonzept erarbeiten um eine unkomplizierte Anreise zu ermöglichen und so die Attraktivität der Stadt zu erhöhen.</p> <p>O2/W4: Kooperationsbereitschaft nutzen um gemeinsam an einer Positionierung für Wieselburg zu arbeiten (damit diese dann auch von allen getragen wird)</p>
RISIKEN (T)	<p>Anhaltende Wirtschaftskrise durch Pandemie – fehlende finanzielle Mittel und Investitionsbereitschaft</p> <p>Kannibalisierung durch die regionale Konkurrenz (Amstetten, WY, ECOspace)</p> <p>Mangelndes Interesse der Gründer/ Investoren/ Partner</p> <p>S2/T1/T2/T3 Kompetenzen der Bildungs- und Forschungseinrichtungen bündeln, ein Alleinstellungsmerkmal entwickeln und dadurch der drohenden Kannibalisierung entgegen, zusätzlich entsteht überregionales Interesse und Investitionsbereitschaft</p> <p>S1/T1/T3 Zentrale Lage und Humanpotential mittels Kommunikationsmaßnahmen nutzen, um Gründer/ Investoren/ Partner zu gewinnen</p>	<p>W3/T2+T3: Durch eine eindeutige Positionierung des Startup Centers kann eine Kannibalisierung vermieden werden. GründerInnen können konkret angesprochen werden, um so deren Interesse zu wecken.</p> <p>W3+W5/T1+T3: Schaffung einer Infrastruktur für KooperationspartnerInnen (Unternehmen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, etc.) um eine Plattform für GründerInnen, Investoren und Partner zu bieten und so deren Interesse zu wecken.</p> <p>W4/T1: Schaffung einer Aufbauorganisation die GründerInnen durch die Vernetzung mit z.B. Investoren unterstützt.</p>

## **Fazit**

Aus der SWOT Analyse ergaben sich folgende wesentliche Faktoren, die für eine erfolgreiche Umsetzung einer Startup Organisation förderlich bzw. entscheidend sind:

### **Positionierung und Alleinstellungsmerkmal**

- Eindeutige Positionierung des Standortes und gleichzeitige Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals des Startup Centers, um sich von MitbewerberInnen deutlich abzuheben und den Anforderungen von GründerInnen zu entsprechen.
- Die Kooperationsbereitschaft der Unternehmen und der politischen Parteien in der Region nutzen, um gemeinsam an einer Positionierung für Wieselburg zu arbeiten, damit diese dann auch von allen getragen werden kann.

### **Kooperation**

- Kompetenzen der Bildungs- und Forschungseinrichtungen bündeln und ausbauen - große Unternehmen der Region und Studierende dabei unterstützen zueinander zu finden, um gemeinsam das Potential bestmöglich ausschöpfen zu können.
- Im Sog der Megatrends New Work und Sharing Economy sollten sich Bildungs- und Forschungseinrichtungen Infrastrukturen und Instrumente teilen (Open Innovation).
- Operative Zusammenarbeit zwischen den ansässigen Marktteilnehmern forcieren, dauerhafte Partnerschaften fördern und verbindliche Programme erarbeiten (Praktika, Projekte).

### **Austausch und Vernetzung**

- Schaffung einer Infrastruktur für alle KooperationspartnerInnen (GründerInnen, Unternehmen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, InvestorInnen) um Vernetzung und Austausch zu fördern und die jeweiligen Kompetenzen und technischen Gegebenheiten (Labore, Maschinen, Gerätschaften) für jedermann sichtbar zu machen.
- Aufbau und Etablierung eines Netzwerkes zur Schaffung einer Community durch aktive Koordination aller StakeholderInnen.

- Eigene Organisation und Plattform inkl. AnsprechpartnerIn aufbauen, welche sich um Vermarktung, Vernetzung und Austausch kümmert. Zusätzliche Events organisieren und dabei die Messe nutzen. Anlaufstelle für alle Wirtschaftstreibenden in der Region (on- und offline).

### **Standort und Lage**

- Nutzung der zentralen Lage und des daraus resultierenden Potentials durch Entwicklung eines eigenen Mobilitätskonzeptes.
- Zentrale Lage verstärkt in die Kommunikation aufnehmen um Wieselburg für GründerInnen, InvestorInnen und PartnerInnen noch attraktiver zu machen.

### **Infrastruktur**

- Freizeitangebote/Flair verbessern (Veranstaltungen, Gastronomie, Sportstätten), um Vernetzung zu fördern und die StudentInnen und einpendelnde ArbeitnehmerInnen zu motivieren, mehr am Alltagsleben in der Stadt teilzunehmen und damit auch langfristig an Wieselburg zu binden.
- Unkomplizierte öffentliche Anreise ermöglichen und so die Attraktivität der Stadt grundsätzlich erhöhen.

## 8. Konzeptrouten

Im nachfolgenden Kapitel werden die Entwicklung und Auswahl von möglichen Konzeptrouten für die künftige Startup-Organisation in Wieselburg beschrieben.

### **Ziel**

Ziel war es, drei Konzeptrouten für eine mögliche Startup-Einrichtung auszuarbeiten und dem Auftraggeber vorzustellen. In weiterer Folge sollte eine Konzeptroute zur weiteren Bearbeitung ausgewählt werden.

### **Methodik**

Um verschiedene Ideen für die Konzeptrouten zu generieren, wurde ein Kreativworkshop unter der Leitung von Katharina Mühl, veranstaltet. Durch das Mitwirken von zehn kreativen Köpfen, bestehend aus dem Team ECOsystem und den ProjektkoordinatorInnen, kamen über 300 Ideen zusammen. Diese wurden anschließend geclustert und verschriftlicht. Die generierten, verschriftlichten Konzeptrouten wurden in weiterer Folge bewertet.

Nach einer Bewertung von fünf verschriftlichten Konzeptrouten wurden die drei nachfolgenden Konzeptrouten präsentiert:

- Familienfreundliche Gründung
- Hip, Modern und Digital
- Nachhaltigkeit im Fokus

### **Ergebnisse**

#### **8.1. Familienfreundliche Gründung**

Die familienfreundliche Startup-City bietet einen Außenbereich als Wohlfühl-Oase mit einer grünen Gartenanlage samt Teich, einem Sportplatz und einem Kinderspielplatz. Des Weiteren bietet das Center eine ganztägige inkludierte und kostenfreie Kinderbetreuung, auch während der Ferien. Ein im Center integrierter Shop sorgt dafür, dass auch kurzfristige Besorgungen des täglichen Lebens rasch und einfach erledigt werden können. Hierzu zählen beispielsweise Güter des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel und Hygieneartikel. Des Weiteren beinhaltet das Center auch günstige Wohnmöglichkeiten, um auch Familien eine gelungene Work-Life-Balance zu ermöglichen.

Im Center wird zusätzliche ein Indoor-Spielpark oder auch ein Trampolinpark geboten, um die Kinder der UnternehmerInnen unter Tags auf Trab zu halten und zu unterhalten.

In Punkto Netzwerk soll speziell auf Kooperationen mit Schulen gesetzt werden. Hier bietet es sich an Vorträge und Wettbewerbe abzuhalten, um bereits bei den SchülerInnen Interesse für das Thema „Unternehmensgründung“ zu wecken.

Um die Attraktivität noch weiter zu steigern soll eine kostenlose Nutzung von E-Mobilität ermöglicht werden, welche seitens der Gemeinde zur Verfügung gestellt wird.



Abbildung 55: Collage Familienfreundliche Startup-Organisation; eigene Darstellung - Bilder: lizenzfrei, Quelle: Canva

## 8.2. Nachhaltigkeit im Fokus

Die Green City stellt ein innovatives und nachhaltiges Konzept eines Startup-Centers dar. Das Gebäude ist energieautark gestaltet. Es bietet eine wunderschöne Gartenanlage, welche neben den GründerInnen auch für AnwohnerInnen zugänglich ist und genutzt werden kann. Gemüse und Obst muss jetzt nicht mehr im Einzelhandel gekauft werden, sondern kann direkt vor Ort im Garten oder auf den begehbaren Dachanlagen angebaut werden.

Auch in Punkto technischer Geräte nimmt der Nachhaltigkeitsgedanke kein Ende. Kaputte Geräte werden nicht einfach im Abfall entsorgt, sondern können in der eigenen Reparaturwerkstatt des Centers repariert werden. Dies spart Zeit und Geld! Des Weiteren können diverse Geräte über die Sharing-Plattform des Centers einfach und unkompliziert mit den anderen GründerInnen geteilt werden.

Die Büroräumlichkeiten befinden sich im Grünen, inmitten der Gartenanlage. So kann auch während der Arbeit die Natur betrachtet werden. Die Gartenanlage bietet ruhige Rückzugsorte zum Nachdenken sowie Plätze zum Netzwerken. Ein veganes Lokal inmitten der Green City bietet den idealen Treffpunkt für die GründerInnen, um sich auszutauschen. Neue Errungenschaften werden auf den Außenwänden der Green City erkenntlich gemacht und visualisieren den Tatendrang und den Spirit im Startup Center. Die Einrichtung der Räumlichkeiten besteht aus Upcycling-Gegenständen.

Nicht nur Geräte, sondern auch Kompetenzen können über eine Plattform ausgetauscht werden. Hier kann konkret nach - im Unternehmen fehlenden - Kompetenzen gesucht werden. Regionalität liegt im Fokus der Green City. Die Teilnahme am regionalen Zusammenleben und die Unterstützung regionaler Projekte stehen im Fokus. Im Rahmen von regelmäßigen Veranstaltungen bietet diese Einrichtung jedem eine offene Bühne zum Kundegeben seiner Erfahrungen und Geschichten.

Crowd-Funding soll unter Einbeziehung der Menschen in der Umgebung stattfinden. Kooperationen mit umliegenden Bildungseinrichtungen werden forciert, um Fortbildungen und technisches Equipment anbieten zu können und gemeinsame Projekte zu erarbeiten. Es werden Projekte mit ansässigen Unternehmen behandelt. Auch das Thema Verkehr steht bei der Green City im Fokus.

Es wird eine kostenlose Nutzung von E-Bikes, Fahrrädern und E-Scootern geboten. Weiters werden Gratis-ÖBB Tickets sowie gratis E-Tankstellen geboten. Für PendlerInnen wird eine eigene Mitfahrbörse installiert, um Mitfahrgelegenheiten zu finden.



Abbildung 56: Collage Nachhaltige Startup-Organisation; eigene Darstellung - Bilder: lizenzfrei, Quelle: Canva

### 8.3. Hippes & futuristisches Center

Das neue Startup-Center soll die Stadt beleben und die jungen SchülerInnen und StudentInnen auch nach ihrem Abschluss in der Stadt halten. Eine hippe Restaurant-Kette im Zentrum des Centers sorgt für einen idealen Treffpunkt der jungen kreativen Leute. Des Weiteren soll eine Verkostungsmöglichkeit nach Vorbild der Tastery implementiert werden, umso Prototypen an Endverbrauchern abtesten zu können. Durch einen Barber Shop, unlimitedes gratis Internet, einen SPA-Bereich, einen Trampolinpark und einen Cross-Fit Bereich sollen Leute angelockt werden. Des Weiteren sollen durch eine Kooperation mit Hotels günstige Übernachtungsmöglichkeiten bereitgestellt werden. Die

Architektur des Centers ist einzigartig und extravagant, von außen wird das Gebäude von Projektoren bestrahlt. Diese werfen Werbung der jungen hippen Startups an die Wand. Dies stellt einen wahren Blickfang dar und sorgt für mehr Bekanntheit der Unternehmen und visualisiert den Tatendrang und den Spirit im Startup Center. Eine weitere Möglichkeit um noch mehr Leben ins Center zu bringen, stellen Pop-Up Stores dar. Im Rahmen einer Event-Reihe soll das Scheitern gefeiert werden, nach dem Vorbild der beliebten Fuck-up-Nights. Auch im Zuge von Wettbewerben sollen die schlechtesten Ideen prämiert werden, um für Unterhaltung und Aufheiterung zu sorgen. Vielen Gründer-Teams fehlt es an Schlüsselkompetenzen. Durch eine Matching-Plattform, nach dem Vorbild von Tinder, sollen Teams mit neuen Teammitgliedern gematcht werden. Die Dachterrasse des Gebäudes bietet eine ideale Möglichkeit um den Abend entspannt ausklingen zu lassen und sein Netzwerk zu erweitern. Hier kann man am Pool bei einem guten Gläschen Wein auf die gemeinsamen Erfolge anstoßen. Dies bietet auch einen ideale Location für diverse Events, speziell in den Sommermonaten. Im Rahmen von Netzwerkabenden soll die Vernetzung gefördert werden – hierzu werden auch Meinungsbildner der Szene eingeladen. Im Bereich Netzwerk wird auf eine Kooperation im Bereich F&E mit namhaften Unternehmen gesetzt. Nicht zuletzt soll das Thema autonomes Fahren aufgegriffen werden. Hierzu könnte die Strecke Bahnhof Ybbs – Wieselburg als Teststrecke dienen. Auch Car-Sharing mit einem Tesla soll stattfinden.



Abbildung 57: Collage Hippe Startup-Organisation; eigene Darstellung - Bilder: lizenzfrei, Quelle: Canva

#### 8.4. Offenes Center für eine starke Community

Durch eine große einladende Mensa, welche EinwohnerInnen, MitarbeiterInnen der umliegenden Unternehmen, sowie StudentInnen anlocken, werden viele verschiedene Persönlichkeiten und Sichtweisen an einen Ort zusammengebracht. Dies sorgt für eine neue kreative und offene Community in Wieselburg und ein „Miteinander“. Jeder soll mitwirken, gründen und sich einbringen dürfen. Das Center wird aktiv von allen Interessierten gestaltet – Wände werden kreativ bemalt, das Center dekoriert und Einrichtungsgegenstände mitgebracht. Kooperation und Netzwerk soll vor allem durch das Nutzen bestehender Einrichtungen wie der FH und des Josephinums entstehen. Jeder soll von den bereits bestehenden Dingen in Wieselburg profitieren und damit arbeiten können. Die Vernetzung und der Austausch sollen noch weiter durch einen Tag der offenen Tür, speziell für Schulen und Stakeholder, und einen Sprechtag beim Bürgermeister ausgebaut werden. Es wird ein Diskussionsforum zum Sammeln und Lösen aktueller Problemstellungen implementiert, an welchem sich alle Interessenten beteiligen können. Im Rahmen von

Firmenaustauschtagen wird das Unternehmen für einen Tag gewechselt, um neue Sichtweisen bekommen zu können. Auch eine rechtliche Betreuung sowie ein Steuerberater sollen ihren Platz im Center finden. Ein eigener Parkplatz bzw. eine Tiefgarage, sowie eine Pendler-Plattform sollen die Anreise und Parkplatzsuche erleichtern.

## **8.5. Handwerker & Logistik**

Lagerflächen stellen ein wesentliches Bedürfnis von UnternehmerInnen dar. Es sollen gratis Lagerflächen am Messegelände bereitgestellt werden. Ab einer gewissen Größe sind zusätzliche Lagerflächen zu einem sehr günstigen Preis von den Unternehmen zu zahlen. Die Flächen sind anpassbar und können flexibel gestaltet werden. Hier soll auch speziell ein Fokus auf HandwerkerInnen gelegt werden. Das Center soll für niemanden beschränkt sein. Es ist offen für alle Interessenten, Branchen und Geschäftsmodelle. Es wird zudem ein Katalog mit allen ansässigen Unternehmungen und deren Angebote erstellt, um den UnternehmerInnen für eine bessere Möglichkeit zur Vernetzung bieten zu können. Speziell wird auch auf den Kompetenzaustausch zwischen HandwerkerInnen und AkademikerInnen gesetzt, um Synergien zu erschaffen. Das Center bietet zudem die Möglichkeit sich mit anderen Unternehmen einen Fuhrpark zu teilen und auf ein umfangreiches Logistik-Know-How zurückzugreifen. Weiters wird auch ein Shuttle-Service für Personen geboten.

### **Fazit**

Die Konzeptrouten „Offenes Center für eine starke Community“ und „Handwerker und Logistik“ wurden aufgrund von fehlendem Erfolgspotential nicht beim Auftraggeber präsentiert. Die drei gewählten Konzeptrouten „Familienfreundliche Gründung“, „Nachhaltigkeit im Fokus“ und „Hippes und futuristisches Center“ stehen im idealen Einklang mit aktuellen Trends sowie den Gegebenheiten in Wieselburg.

## 9. Finale Konzeptroute

Nach der ersten Meilensteinpräsentation und der Präsentation drei ausgewählter Konzeptrouten wurde unser Projektteam mit der Ausarbeitung der **Konzeptroute Green Technology und Green Economy mit Fokus auf Familienfreundlichkeit** beauftragt. Ebenso sollten die Faktoren **Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Innovation** in der Konzeptroute Berücksichtigung finden.



Abbildung 58: Collage Familienfreundliche Startup-Organisation; eigene Darstellung - Bilder: lizenzfrei, Quelle: Canva

### 9.1. Marktsegmentierung und Zielgruppenanalyse

Das nachfolgende Kapitel beschreibt die Segmentierung des Marktes sowie die Analyse der Zielgruppe, welche als Basis für die Positionierung der neuen Startup-Organisation dienen.

#### **Ziel**

Ziel dieses Kapitels ist es, eine Zielgruppe für das Startup-Organisation in Wieselburg zu definieren, um das Center entsprechend positionieren und ein ansprechendes Vermarktungskonzept gestalten zu können, welches die Zielgruppe anspricht. Im Rahmen der Zielgruppenanalyse sollen zudem die Bedürfnisse, Wünsche, Werte sowie die Probleme der Zielgruppe identifiziert werden, um ein besseres Verständnis über diese zu

erlangen, um deren Anforderungen an die Organisation zu erheben und das Leistungsangebot entsprechend gestalten zu können.

### ***Methodik***

Unter Berücksichtigung der bereits erhobenen Daten der Umfeldanalyse sowie der ausgewählten Konzeptroute „Green technology und Green economy“ mit Fokus auf das Thema Familie wurde eine psychographische, soziographische, geographische sowie demographische Segmentierung des Marktes vorgenommen. Zusätzlich zu den Punkten in der Marktsegmentierung wurde zur Ermittlung der Zielgruppe das Modell „Roper Consumer Styles“ der GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) als Hilfestellung herangezogen. Der Zielgruppenansatz des deutschen Marktforschungsinstituts gliedert die Konsumenten in acht Gruppen. Die Dimensionen sind dabei Materialismus vs. Postmaterialismus, Preisorientierung vs. Qualitätsorientierung sowie Vergnügen vs. Sicherheitsorientierung.

### ***Ergebnisse***

Die Zielgruppe lebt derzeit in etwa 1 Stunde Anfahrt um den Raum Wieselburg, dies schließt urbane Regionen wie St. Pölten, Amstetten, Steyr oder auch Waidhofen an der Ybbs in das potenzielle Einzugsgebiet mit ein. Das langfristige Ziel des Angebotes wird sein, GründerInnen davon zu überzeugen ihren künftigen Lebensmittelpunkt nach Wieselburg zu verlegen. Die Städte Wien und Linz wurden „vorerst“ nicht bewusst in das Einzugsgebiet unserer Zielgruppe berücksichtigt, wird aber als Folgeschritt definitiv angestrebt. Im ersten Schritt wollen soll sich das Startup-Center im Mostviertel und dessen Umgebung etablieren.

Die Zielgruppe des Startup-Centers in Wieselburg besteht aus nachhaltig orientierten Startups sowie aus Menschen, welche eine nachhaltige Gründungsidee haben und diese umsetzen möchten. Die Werte und Einstellungen dieser Zielgruppe haben einen hohen philanthropischen Anteil und neben ausschließlicher Gewinnmaximierung schätzen sie vor allem ein nachhaltiges Wachstum. Vielmehr steht die Steigerung des Gemeinwohls sowie das Vorantreiben des Umweltschutzes durch die Unternehmensidee im Fokus. Sie achten privat sowie im Rahmen ihrer unternehmerischen Tätigkeiten auf einen

kleinen ökologischen Fußabdruck. Ihr Konsumstil zeichnet sich durch Rationalität, hohe Qualität, bewusste Ressourcennutzung sowie Zukunftsfähigkeit aus.

Das Familienleben hat für sie einen sehr hohen Stellenwert. Die Vereinbarkeit von Karriere und Familie ist für sie äußerst wichtig. Sie haben bereits Kinder, welche Betreuung benötigen oder haben Zeitnah einen Kinderwunsch. In der Zielgruppe herrschen große Bedenken betreffend Vereinbarkeit von Familie und Job. Die fehlenden Zeitressourcen und das teils schlechte Betreuungsangebot für Kinder wirken als Barriere sich selbstständig zu machen. Das Leben im Einklang mit der Natur, die Erhaltung der Umwelt sowie ein glückliches Familienleben stellen essentielle Lebensziele der Zielgruppe dar.

Zu ihren Werten zählen soziale Toleranz und Gerechtigkeit, Weltoffenheit, Zukunftsorientiertheit, der Gedanke an nachfolgende Generationen und der Erhalt der Umwelt. Sie möchten Pionierarbeit leisten und Produkte bzw. Dienstleistungen entwickeln, um einen positiven Impact auf die Umwelt auszuüben. Der Zielgruppe ist ein gesunder und bewusster Lebensstil äußerst wichtig, welchen sie auch an ihre Kinder weitergeben wollen.

Die Zielgruppe möchte Unternehmensgründung und Familienleben problemlos vereinbaren können. Zudem haben sie einen sehr ausgeprägten Community-Gedanken und suchen den Austausch mit anderen, nachhaltig wirtschaftenden, GründerInnen und Startups, um gemeinsam voneinander zu lernen und Positives zu erschaffen. Die Zielgruppe zeichnet sich durch holistisches Denken aus. Ihnen ist es besonders wichtig, dass die gesamte Wertschöpfungskette auf den Werten Regionalität und Nachhaltigkeit basiert. Für die Umsetzung ihrer Produkte möchten sie auf eine bestehende ressourcenschonende Infrastruktur zurückgreifen, welche auch im Rahmen eines Sharing-Konzeptes mit anderen GründerInnen genutzt wird.

### 9.1.1. Zielgruppen

Der Hauptfokus liegt auf Eltern mit Kindern oder Menschen, die vor der wichtigen Lebensentscheidung stehen bald selbst eine Familie zu gründen. Diese Zielgruppe der Eltern mit Kindern bzw. die, die es bald werden wollen, sollen ebenso Platz finden.

Zudem können StudentInnen und SchülerInnen der Wieselburger Bildungseinrichtungen in Punkto Unternehmensgründung gefördert und so eine Entwicklung in Richtung Gründung in Wieselburg angestoßen werden.

Weitere potentielle Zielgruppen können z.B. bestehende Startups des Campus Wieselburgs sein sowie aus der Zielregion, die beispielsweise im Zuge ihres Studiums gegründet haben oder trotz fehlender Kapazitäten an Räumlichkeiten an der FH in Wieselburg bleiben und das bestehende Netzwerk weiterhin nutzen wollen.

Weiters können es Startups sein, die aktuell in einer anderen Organisation untergebracht sind und deren Gründungsidee thematisch zu Green Economy & Technology passt und die aufgrund fehlender Betreuung in der Organisation oder fehlendem Community-Gedanken wechseln wollen.

### 9.1.2. Persona 1

Die nachfolgende Persona zeigt eine GründerIn, welche durch das Angebot der neuen Startup-Einrichtung zur Gründung motiviert werden könnte.



#### BIOGRAFIE

Julia ist 34 Jahre alt und arbeitet 24 Stunden als Marketingassistentin in einem regionalen Tourismusbüro. Ihre Freizeit verbringt sie gerne mit ihrer Familie in der Natur, daher ist es ihr ein Anliegen diese zu schützen und zu bewahren. In der Freizeit beschäftigt sie sich mit der Entwicklung ihres nachhaltigen Geschäftsmodell und den Umweltauswirkungen von veralteten Produktionsprozessen von Industriebetrieben. Sie spielt schon länger mit dem Gedanken ihr eigenes Unternehmen zu gründen, jedoch aktuell keine Möglichkeit hat Karriere und Kind unter einen Hut zu bringen. Julia ist es ein großes Anliegen, qualitative Zeit mit ihrer Familie zu verbringen.

#### KOMMUNIKATIONSKANÄLE

- Instagram / Facebook
- Website
- Pinterest
- E-Mail
- WhatsApp

#### FRUSTRATIONSFAKTOREN

- Keine Kinderbetreuung
- Keine Unabhängigkeit
- keine flexible Zeiteinteilung
- Keine Chance auf Selbstverwirklichung

## Julia

**ALTER:** 34  
**ORT:** Ottenschlag, NÖ  
**FAMILIE:** verheiratet, 1 Kind (2 J.)  
**BERUF:** Marketingassistentin  
**ARCHETYP:** Beschützer

altruistisch	fürsorglich
beschützend	einfühlsam
selbstlos	innovationsfreudig

#### BEDÜRFNISSE

Verantwortung übernehmen

Einfluss nehmen / Gestalten können

Unabhängigkeit

Vorbildfunktion

#### ZIELE

- Sicherstellung der Familienbedürfnisse
- Unterstützung regionaler Unternehmen
- Gesunder Ernährungsstil
- Bewusstsein schaffen für Umwelt und Nachhaltigkeit

#### MARKEN






Abbildung 59: Persona 1 - Gründerin, eigene Darstellung

### 9.1.3. Persona 2

Die nachfolgende Abbildung beschreibt die Persona für ein bestehendes Startup, welches in das neue Startup-Center einziehen könnte.



#### BIOGRAFIE

Anna und Gregor lernten sich im Rahmen ihres Studiums an der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg kennen. Während ihres Masterstudiums Produktmarketing und Innovationsmanagement entschlossen sie sich ihre nachhaltige Produktidee umzusetzen. Die beiden Studienfreunde gründeten und entwickelten noch während ihrer Studienzzeit einen Online-Shop für Natur-Kosmetikprodukte. Der Online-Shop hat sich in den letzten beiden Jahren äußerst gut entwickelt und die Bestellungen sind aufgrund der schlechten Infrastruktur kaum mehr zu bewältigen. Vor allem benötigen Sie weitere Lagerflächen für ihre Produkte. Nun sind sie auf der Suche nach geeigneten Büro- und Lagermöglichkeiten, um ihren Shop weiterhin auszubauen. Die Lebenspartnerin von Gregor ist seit einigen Monaten schwanger. Er möchte daher seine Selbständigkeit in einem Startup Center ausführen, welches in einem kinderfreundlichen Ort situiert ist. Die Vereinbarkeit seiner Selbständigkeit und Familie ist ihm äußerst wichtig.

**Selbstachtung / Selbstwert**

**Gerechtigkeit**

**Einfluss nehmen / Gestalten können**

**Autonomie**

#### KOMMUNIKATIONSKANÄLE

- Facebook
- Website
- Instagram
- E-Mail
- LinkedIn

#### FRUSTRATIONSFAKTOREN

- Fehlende Work-Life Balance
- Leugner der Klimaproblematik
- Unbewusster Umgang mit den Umweltressourcen
- Negative Einflüsse von Umweltschadstoffen auf den menschlichen Körper

#### ZIELE

- Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Gesellschaft aufrütteln und Umweltproblematik ansprechen
- Bewusstsein für Naturprodukte schärfen
- Online-Shop weiter ausbauen und Sortiment erweitern
- Bewusster Konsum

**Startup: GreenCosmetics**

**ALTER:** 31 & 29 Jahre  
**ORT:** Scheibbs, NÖ  
**FAMILIE:** in Partnerschaft lebend  
**BERUF:** Selbständig

zielstrebig	gesellig
verantwortungsvoll	authentisch
weltoffen	natur- und gesundheitsbewusst

#### MARKEN





Abbildung 60: Persona 2 - Startup, eigene Darstellung

## 10. Positionierung

Um die zuvor definierte Zielgruppe ansprechen und die zu können, wurde eine Positionierung für die neue Startup-Organisation in Wieselburg erarbeitet.

### 10.1. Ziele der Organisation

Aufbauend auf den drei Säulen der Nachhaltigkeit, welche soziale, ökologische sowie ökonomische Aspekte inkludieren, sind für die Startup Einrichtung folgende Ziele festgehalten:

- Wir möchten GründerInnen mit nachhaltigen und innovativen Ideen fördern und diese bei der Unternehmensgründung fachlich sowie mental unterstützen.
- Wir möchten nachhaltige Startups bei der Umsetzung ihres grünen Geschäftsmodells unterstützen und ihnen die notwendige Infrastruktur kostengünstig und ressourcenschonend bieten
- Weiters werden die GründerInnen und Startups mit den notwendigen StakeholderInnen der Region vernetzt, um einen Transfer von Wissen und Ressourcen sicherzustellen. Hierdurch entsteht für die regionalen UnternehmerInnen, EinwohnerInnen sowie GründerInnen ein nachhaltiger Mehrwert und ein Miteinander – genauer gesagt eine große Community wird geschaffen.

Die neue Startup-Einrichtung fokussiert sich speziell auf Menschen, welche einen Kinderwunsch oder bereits eine eigene Familie haben und bietet die optimalen Rahmenbedingungen und die beste Unterstützung, um Familie und Unternehmertum optimal miteinander vereinbaren zu können. So schafft die Startup Organisation einen Raum für ein innovatives Miteinander und setzen gemeinsam Maßstäbe für eine nachhaltigere Zukunft.

Aufgrund der genannten Rahmenbedingungen und dem dezentralen Ansatz der Organisation wurde als Namen für die Startup Organisation „FrameWork Wieselburg“ gewählt.

## 10.2. Alleinstellungsmerkmal

Das Alleinstellungsmerkmal der Organisation lautet wie folgt:

*„Wir bieten durch die individuelle Kinderbetreuung GründerInnen das beste Fundament, um die Balance von Familienleben und Unternehmensgründung zu ermöglichen.“*

Der Fokus der Organisation liegt, ganz klar auf dem Thema Familie und der Kinderbetreuung. Die Organisation soll nicht nur dabei helfen Familie und Unternehmertum besser vereinbaren zu können. Es soll neue innovative Lösungswege bieten, die es bei anderen Organisationen nicht gibt, welche der Zielgruppe überhaupt die Möglichkeit bietet zu gründen.

## 10.3. Leitbild

### 10.3.1. Kurzversion

„Wir, das Framework Wieselburg, fördern innovatives, grünes Unternehmertum im Einklang mit einem glücklichen Familienleben, um die Welt für nachfolgende Generationen nachhaltig zu bewahren.“

### 10.3.2. Langversion

„Wir, das Framework Wieselburg, als nachhaltige Startup Organisation für grüne Technologien und Ökonomie, unterstützen GründerInnen dabei Unternehmertum und Familienleben in Einklang zu bringen. Wir bieten GründerInnen die notwendige Infrastruktur, um sich und ihr Unternehmen etablieren zu können. Dabei ist es uns wichtig, unsere GründerInnen bei dem Balanceakt zwischen Unternehmertum und Elternsein zu unterstützen. Wir sehen Nachhaltigkeit nicht als Trend, sondern als notwendige Verpflichtung. Der Fokus liegt dabei auf sozialen, ökologischen und ökonomischen Gesichtspunkten, um Platz zur Schaffung zukunftsfähiger Innovation zu ermöglichen. In unserer Community agieren wir als eine große Familie, in welcher Zusammenhalt spürbar ist und gelebt wird. Unser Tun richtet sich stets mit Blick in die Zukunft auf die nächsten Generationen, daher übernehmen wir schon heute Verantwortung für Morgen.“

### 10.3.3. Dachbotschaften

Unter Berücksichtigung der drei Säulen der Nachhaltigkeit wurden folgende Dachbotschaften definiert:

- Wir wollen UnternehmerInnen dabei unterstützen, nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln und aufzubauen, welche einen positiven Impact auf unsere Umwelt haben.
- Wir sehen Innovation als Schlüssel für eine bessere und nachhaltigere Zukunft und möchten Startups in den Bereichen Green Technology und Green Economy einen Platz bieten.
- Der Erfolg einer Unternehmung definiert sich bei uns nicht nur durch den Unternehmensgewinn, sondern beinhaltet ebenso die mentale und körperliche Gesundheit der GründerInnen, sowie ein glückliches und erfülltes Familienleben.



Abbildung 61: 3 Säulen der Nachhaltigkeit, eigene Darstellung

## 10.4. Werte

Die Unternehmenswerte der Startup-Organisation definieren sich wie folgt:

- **Familiär** - Familie hat bei uns einen großen Stellenwert. Wir ermöglichen ein erfülltes Familienleben und unsere Startup-Community agiert als eine große Familie. Der Zusammenhalt ist in unserer Einrichtung spürbar.
- **Authentisch** – Wir leben unsere Werte und halten unsere Versprechen. Wir haben nichts zu verstecken und arbeiten transparent. Wir agieren mit Kooperationspartnern, welche dieselben Werte wie wir vertreten.
- **Diversität** - Wir haben keine Vorurteile, sind offen und tolerant. Wir interagieren stets kollegial und fair. Wir fördern Vielfalt und sind stets auf der Suche nach unterschiedlichen Persönlichkeiten, Blickwinkeln und Startups, um voneinander zu profitieren.
- **Weiterentwicklung** - Wir bleiben nicht stehen und entwickeln uns stets aktiv weiter. Wir knüpfen laufend neue Kooperationen und sind aktiv auf der Suche nach Innovation, anstatt darauf zu warten. Wir übernehmen Verantwortung für die Weiterentwicklung unserer GründerInnen, indem wir ihnen die besten Rahmenbedingungen hierfür bieten.
- **Verantwortung** – Wir übernehmen Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft und die mentale und körperliche Gesundheit unserer Community.

## 10.5. Corporate Identity

Die nachfolgende Abbildung zeigt das Logo von FrameWork Wieselburg. Aufgrund der genannten Rahmenbedingungen und dem dezentralen Ansatz der Organisation wurde als Namen für die Startup Organisation „FrameWork Wieselburg“ gewählt.



Abbildung 62: Logo FrameWork Wieselburg; eigene Darstellung

Das FrameWork Wieselburg, bietet die perfekten Rahmenbedingungen für grünes Unternehmertum im Einklang mit der Familie. Die Stichwörter Family, Green Economy and Technology symbolisieren diesen Rahmen. Das Wort „FrameWork“ steht für diese Rahmenbedingungen. Die Farben blau und grün spiegeln den wirtschaftlichen und nachhaltigen Part des Gründercenters wider. Kinder malen gerne, daher steht das mit Pinsel gemalte W für die Kinderbetreuung.



Abbildung 63: Grundsätze Logo FrameWork, eigene Darstellung

Das FrameWork Wieselburg spricht seine Zielgruppe in einem lockeren, humorvollen Ton an und vertritt eine „Du“-Kultur. Ziel ist eine geschlechtergerechte Sprache, welche gleichwertig und symmetrisch ist. Bei Angaben von Geschlechtern wird ebenso das dritte Geschlecht angegeben. Die nachfolgende Tabelle stellt die wichtigsten Richtlinien der Corporate Identity dar.

Tabelle 15: Corporate Identity FrameWork Wieselburg, eigene Darstellung

Tonality	Locker, humorvoll, herzlich, familiär “Du“-Kultur, Verwendung von Vornamen										
Anrede	Liebe Gründerin, Lieber Gründer Wenn vorhanden: Verwendung Vornamen z.B. “Liebe Ingrid”										
Gendern	Paarform - Weibliche und Männliche Form ausgeschrieben Titanic-Prinzip – Weibliche Form zuerst z.B.: “Liebe Gründerin, Lieber Gründer”  Bei Möglichkeit geschlechtsneutrale Formulierungen statt der Paarform, um eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten. (z.B. Studierende, Anwesende)  Verwendung von drei Geschlechtern: weiblich / männlich / divers (w/m/d)										
Titel	Keine Verwendung von Titeln										
Logo											
Symbole											
Farben	 <table border="1"> <tr> <td>WEISS</td> <td>P 2217 C #04383F</td> <td>P 2236 C #318F9A</td> <td>P 3541 C #03989E</td> <td>P 7584 C #B85A23</td> </tr> <tr> <td>BLACK 6C</td> <td>P 4292 C #716D6D LOGO</td> <td>P 2222 C #137D8D LOGO</td> <td>P 7465 C #41C4A0 LOGO</td> <td>P 143 C #F7AC32</td> </tr> </table>	WEISS	P 2217 C #04383F	P 2236 C #318F9A	P 3541 C #03989E	P 7584 C #B85A23	BLACK 6C	P 4292 C #716D6D LOGO	P 2222 C #137D8D LOGO	P 7465 C #41C4A0 LOGO	P 143 C #F7AC32
WEISS	P 2217 C #04383F	P 2236 C #318F9A	P 3541 C #03989E	P 7584 C #B85A23							
BLACK 6C	P 4292 C #716D6D LOGO	P 2222 C #137D8D LOGO	P 7465 C #41C4A0 LOGO	P 143 C #F7AC32							
Schriften	Poppins Medium Clear Sans Think 										
Anwendungsgebiete	Jegliche Kommunikation nach innen und nach außen: Website, Kundenschriften, Newsletter, Broschüren, Social Media-Posts, Werbemedien, MitarbeiterInnen-Schreiben, Schulungsunterlagen, Intranet, Melden am Telefon										

## 10.6. Positioning-Map

Um die Positionierung der Startup-Organisation Framework im Vergleich zu anderen, bestehen Einrichtungen darzustellen, wurde eine Positioning-Map erstellt. Die Startup-Organisationen wurden anhand der beiden Kriterien „Innovationsausmaß/kraft“ und „Nachhaltigkeit“ bewertet.

### ***Begriff 1: Innovationsausmaß/Kraft***

Die Fähigkeit Innovationsfördernde Rahmenbedingungen unter Personen, Gruppen, Netzwerken und MentorInnen zu schaffen (wie gut ist das Zusammenspiel der Dimensionen Mensch, Organisation und Technik).

### ***Begriff 2: Nachhaltigkeit auf alle 3 Säulen (ökologisch, ökonomisch und sozial)***

### ***Legende***

Die Startup Organisationen, welche im Rahmen der Umfeldanalyse (DACH Region) identifiziert wurden, wurden bei der Positioning-Map zur Bewertung herangezogen. Die Bewertung erfolgte anhand der Faktoren Innovationsausmaß/Kraft sowie Nachhaltigkeit von den Organisationen. Das Ranking erfolgte von 1 (niedrig) bis 10 (hoch). Anhand des Gesamtscores der beiden vergebenen Punkte ergab sich die Positionierung und die Größe der Bubbles der Organisationen, auf der Map (sh. Abbildung 64).

### **Folgende Startup Organisationen wurden zur Bewertung herangezogen:**

- Beta Campus Waidhofen (Innovation 5 / Nachhaltigkeit 2)
- SMARTup St. Pölten (Innovation 5 / Nachhaltigkeit 2)
- riz up Gründeragentur (Innovation 5 / Nachhaltigkeit 2)
- Gründung findet Stadt (Innovation 3 / Nachhaltigkeit 2)
- Ecospace (Innovation 5/ Nachhaltigkeit 6)
- Werkstatt Watten (Innovation 9 / Nachhaltigkeit 8)

- startUP 300 AG – LINZ – WIEN, (Innovation 7 / Nachhaltigkeit 4)
- weXelerate (Innovation 9 / Nachhaltigkeit 3)
- TGO Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg (Innovation 8 / Nachhaltigkeit 8)
- Technopark Liechtenstein (Innovation 9 / Nachhaltigkeit 4)
- SIB (Innovation 8 / Nachhaltigkeit 4)
- Blue Lion (Innovation 8 / Nachhaltigkeit 5)

Die nachfolgende Abbildung stellt die Positionierung des FrameWork Wieselburg im Vergleich zu den genannten Einrichtungen dar.

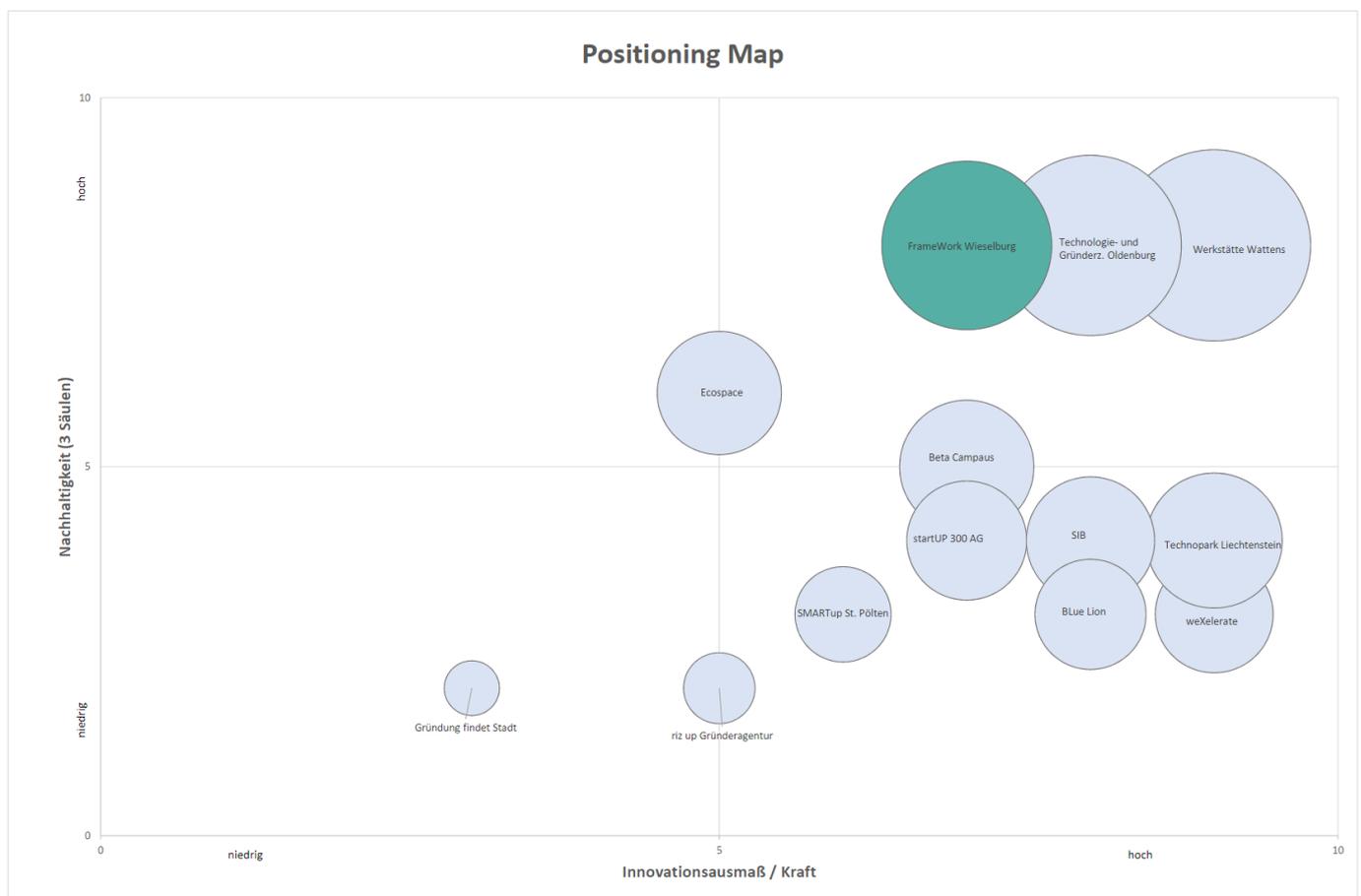


Abbildung 64: Positioning-Map, eigene Darstellung

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Positionierung des FrameWork Wieselburg im Vergleich zu den Organisationen, welche sich um Umkreis von 100 km um Wieselburg befinden.

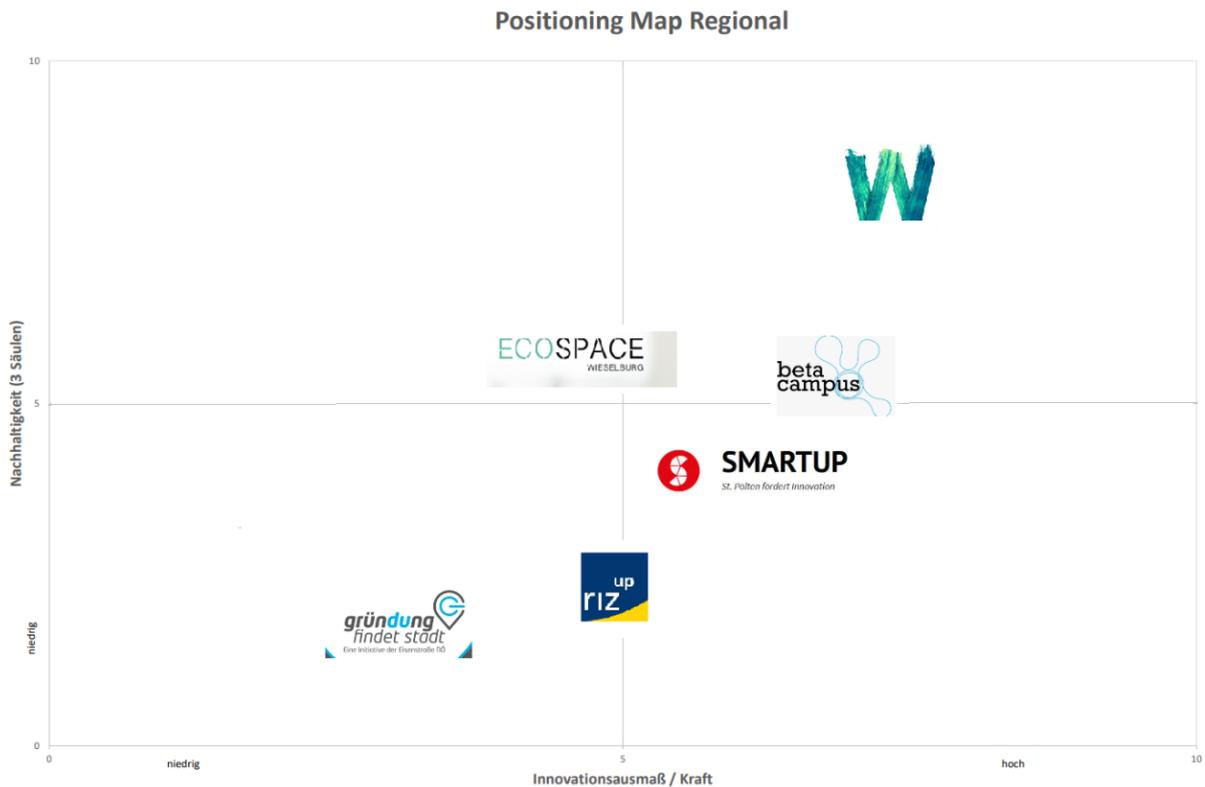


Abbildung 65: Positioning Map regional, eigene Darstellung

Anhand der Positioning Map ist schön zu erkennen, dass sich das FrameWork Wieselburg mit der Spezialisierung “Green Technology and Green Economy mit Schwerpunkt Familie” im oberen Bereich positioniert und sich klar von den anderen Organisationen, welche im Umkreis von 100 km angesiedelt sind, hervorhebt.

## 11. Abtestung Konzept

Das Startup-Center der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg betreut aktuell sechs Startups. Jedes Jahr bewerben sich neue GründerInnen. Jedoch kann aufgrund der räumlichen Ressourcen nur eine begrenzte Anzahl an Startups in das Programm aufgenommen werden. Die neue geplante Startup-Organisation in Wieselburg soll zukünftig Startups, nach der Zeit an der FH, räumliche Ressourcen zur Verfügung stellen, um in Wieselburg zu bleiben sowie weiterhin das bestehende Netzwerk zu nutzen und auszubauen.

### **Ziel**

Ziel dieser Einzelinterviews stellte die Evaluierung der notwendigen Rahmenbedingungen und Anreize dar, um die Startups der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg für die neue Startup-Organisation zu gewinnen und langfristig an den Wirtschaftsstandort Wieselburg zu binden.

### **Methodik**

Es wurden Online-Einzelinterviews mit den aktuellen GründerInnen der Startups der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg durchgeführt. Die Interviews wurden über das Tool MS Teams durchgeführt. Zusätzlich wurde eine Matrixbefragung zur Befragung der Wichtigkeit ausgewählter Faktoren einer Startup-Einrichtung durchgeführt. Die Bewertung fand anhand einer Skala von 1 bis 6 statt. (1 = unwichtig, 6 = sehr wichtig)

Im Zuge der Einzelinterviews wurden die nachfolgenden wesentlichen Fragestellungen behandelt:

- Wie lange plant ihr die Benutzung des Startup-Centers der Fachhochschule?
- Welche Leistungen und Vorteile schätzt ihr besonders am FH Startup Center?
- Welche Anreize/Faktoren/ Beweggründe benötigt es, um in die neue Startup-Organisation in Wieselburg zu wechseln?
- Welche Leistungen muss eine Startup-Organisation aus eurer Sicht auf jeden Fall beinhalten?
- Wie lange erwartet ihr euch Unterstützung von einer Wieselburger Startup-Organisation?

### **Ergebnisse**

Im nachfolgenden Kapitel werden die Ergebnisse der einzelnen Gesprächstermine in Form von kurzen Fazits präsentiert.

### **Startup 1**

---

*28.04.2021*

Das befragte Startup plant nach Abschluss des Projektjahres ca. 1 Jahr im Startup Center zu bleiben. Um ein Startup-Center zu verlassen, braucht es aus ihrer Sicht eine wirtschaftliche Situation, dass man sich selbst ein Büro leisten kann. Die Möglichkeit von zu Hause zu arbeiten, ist bei dieser Gruppe gegeben. Im Falle von mehreren MitarbeiterInnen wäre das Startup-Center zu klein. Sie schätzen insbesondere die kostenlosen Leistungen der FH sowie die Expertise in den Bereichen Recht, Betriebswirtschaft und Lebensmittel. Da das neue Startup-Center nicht kostenlos sein wird, besteht eine Hürde zu wechseln. Ein großer Anreiz wäre, wenn bereits mehrere Startups angesiedelt sind und eine Vernetzung möglich wäre. Ein eigenes Büro sollte gegeben sein. Für das Startup sind die Faktoren Netzwerk, MentorInnen sowie ein Ansprechpartner äußerst wichtig. Das Startup-Center soll eine Betreuung vom Anfang bis zum Marktlaunch und darüber hinaus bieten.

## Startup 2

---

*29.04.2021*

Das zweite befragte Startup plant eine Nutzung des Startup-Centers von 2-3 Jahren zu nutzen.

In einem neuen Startup Center hätte die GründerIn gerne abschließbare, nicht einseh- bare Räume (Büros), in welchen man auch geheimere Sachen besprechen kann, sowie ein Fotostudio, wo man sich das Equipment für Produktfotografie ausborgen kann. Groß- artig wäre auch eine Teeküche zum gemütlich sitzen und plaudern, um mit der Commu- nity leichter ins Gespräch zu kommen.

Was die befragte GründerIn am Startup-Center sehr schätzt ist, dass man immer schnell eine Antwort bekommt, egal zu welchem Thema oder man bekommt einen Kontakt wei- tergeleitet, der einem weiterhelfen kann.

Das Startup-Center braucht auf alle Fälle einen Service mit Beratungsfunktion. Es ist als GründerIn oft einfacher bei einer Ansprechperson nachzufragen, um Prozesse schneller abwickeln zu können, da man sich als GründerIn um so viele Sachen kümmern muss.

Die GründerIn erwartet sich mindestens 1 Jahr, wenn nicht 3 Jahre, Unterstützung vom Startup-Center. Nach 3 Jahren sieht man oft erst ob ein Startup funktioniert.

## Startup 3

---

*03.05.2021 10:00 bis 10:20 Uhr*

Das Startup nutzt aktuell überwiegend das Startup-Center der FH Wiener Neustadt, sowie die Labor der FH Tulln für die Zertifizierung ihrer Produkte. Sie haben jetzt in den letzten Monaten die Vorarbeit geleistet und möchten dann im Sommer nach Abschluss des Pro- jektes gründen. Allgemein stehen sie aber in engeren Kontakt mit dem Startup-Center der FH Wiener Neustadt als mit dem in Wieselburg.

Das Startup Center stellt ihnen somit aktuell Büroräumlichkeiten und Labore zur Verfü- gung. Betreffend Lagerflächen werden sie künftig ihre eigenen Wohnungen in Wien nut- zen. Dieser Punkt wurde jedoch trotzdem als wichtiger Faktor in einer Startup-Organisa- tion beschrieben.

Sie schätzen speziell das umfangreiche Netzwerk und die stetige Erreichbarkeit und Unterstützung der Ansprechpersonen. Vor allem zu Beginn war es sehr wichtig, dass es eine Ansprechperson gibt, welche aufzeigt was zu tun ist, in welche Richtung es gehen soll und dass es jemanden gibt, den man bei speziellen Fragen kontaktieren kann. Zudem wurde ein Mentorenprogramm mit drei MentorInnen genutzt und es wurden Kontakte zu InvestorInnen sowie FörderberaterInnen hergestellt. Die Nutzung von Räumlichkeiten und Laboren ist zum aktuellen Zeitpunkt essentiell.

Es benötigt speziell eine Startup-Einrichtung, welche beratende Unterstützung und dadurch Sicherheit bietet und bei Fragen richtungsweisend zur Verfügung steht.

Der Faktor Netzwerk ist der wichtigste, welchen die Startup-Organisation bieten muss. Das Center muss über umfangreiche und vielseitige Kontakt verfügen (z.B. Förderstellen).

Ein Mentorenprogramm sowie ausreichend Raumressourcen wurden als wichtige Faktoren genannt. Die private Nachhaltigkeit sowie die der Startup-Organisation ist von hoher Bedeutung. Die Themen, welche andere GründerInnen betreffen, wie beispielsweise der Austausch mit anderen Startups sowie ein Co-Working Space, wurden als am unwichtigsten eingestuft.

Die Unterstützung seitens Startup-Center sollte in einem Zeitraum von einem halben Jahr bis zu einem Jahr gegeben sein.

## **Startup 4**

---

*03.05.2021 12:30 Uhr*

Das Startup hat im Rahmen des Projektjahres im September 2017 mit der Umsetzung ihrer Idee gestartet und bereits im Jänner 2018 gegründet. Sie sind nun somit seit etwas mehr als 3 Jahren im Startup-Center der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg beheimatet und möchten auch weitere 1 bis 2 Jahre dortbleiben. Prinzipiell erwarten sie eine Unterstützung von mindestens 3 Jahren, bis hin zu 5 Jahren. Kleinere Beratungsleistungen erwarten sie sich auch nach 3 Jahren noch kostenlos. Sie können sich einen Auszug aus dem Startup-Center nur vorstellen, wenn eine Alternative geboten wird. Es wird ein fixes Büro sowie eine Möglich zum Austausch mit ExpertInnen und anderen GründerInnen benötigt. Das Startup benötigt keine spezielle oder intensive Beratung mehr.

Einmal monatlich tauschen sie sich mit der Beraterin des Startup-Centers zu aktuellen Themen wie Etikettengestaltung oder Personalthemen aus.

In den letzten Jahren wurden vor allem die spontanen Beratungen durch die drei zugewiesenen Coaches der Fachhochschule zu verschiedenen Themen wie Finanzen oder Markenbildung geschätzt. Des Weiteren wurde Infrastruktur wie Räumlichkeiten oder Equipment für Fotografien genutzt. Als Zusatznutzen der Fachhochschule wurde die Möglichkeit StudentInnen spontan zu befragen genannt beziehungsweise auch die gemeinsame Zusammenarbeit an Marktforschungsprojekten.

Eine Art Front Desk, welcher von 8:00 bis 16:00 Uhr besetzt ist und gewisse Leistungen wie beispielsweise Paket- oder Telefondienst gegen eine Miete anbietet, würde im aktuellen Center noch fehlen. Auch Lagerräumlichkeiten wären ein notwendiger Faktor. Des Weiteren wünscht sich das Startup zumindest einmal monatlich einen Networking-Abend mit ExpertInnen und anderen Startups, welche zum aktiven Austausch und für Vorträge genutzt werden können. Hier könnten beispielsweise Fördermöglichkeiten durch ExpertInnen präsentiert werden. Zudem wäre es optimal, wenn es eine Möglichkeit gibt, um Stellenbeschreibungen auszusenden, um Personal oder weitere MitgründerInnen zu rekrutieren.

Der Austausch mit anderen GründerInnen und die Community wurden als sehr wichtig beschrieben. Jedoch ist es essentiell, dass die Startups auch ihre abgetrennten Bereiche bzw. Büros haben, um in Ruhe zu arbeiten.

## Startup 5

---

*06.05.2021*

Das betroffene Startup hat im September 2020 im Rahmen des Projektjahres mit der Umsetzung ihrer Idee gestartet und noch im Februar 2021 aufgrund des Markteintritts eine GmbH gegründet. Aktuell gibt es zwei GründerInnen, wobei eine/r der beiden das Unternehmen nach dem Studium hauptberuflich führen wird. Nach Beendigung des Projektjahres bekommen sie ein Büro im Startup-Center, in welchem sie für 1 bis max. 2 Jahre bleiben möchten. Ihrer Meinung nach muss das Unternehmen nach einem Jahr so weit sein, dass es auf eigenen Beinen steht. Im Speziellen schätzen sie die Beratung in Punkto Fördermittel, Startup-Wettbewerbe, Marktforschungsmöglichkeiten sowie Produkt- und Markenentwicklung an der FH. Weiters konnten sie vom PR-Netzwerk der FH sehr

profitieren. Wieselburg stellt den Mittelpunkt zwischen den Wohnorten der beiden GründerInnen dar. Aufgrund dessen ist der Standort optimal. Für das Startup ist es essentiell, dass es Rückzugsmöglichkeiten, im Idealfall eigene Büros, gibt sowie ein umfangreiches Netzwerk zu Förderstellen, HandelspartnerInnen oder der Presse vorhanden ist. Ein Co-Working Space wird zum Austausch mit anderen Personen und GründerInnen sehr gerne genutzt. Für die eigentliche Arbeit ist jedoch ein Rückzugsort beziehungsweise eigenes Büro notwendig.

## Startup 6

---

*06.05.2021*

Das sechste befragte Startup plant das Startup-Center an der FH so lange wie möglich zu nutzen. Es wird etwa noch zwei Jahre benötigen, um auf eigenen Beinen zu stehen.

Von einem Startup-Center wünschen sie sich einen Besprechungsraum, Infrastruktur (Internet, Hardware wie Drucker, Smartscreen usw.) und eine Küche, um Essen zubereiten zu können oder die Möglichkeit Essen geliefert zu bekommen.

Geschätzt wird besonders die Betreuung am FH Startup-Center dies ist der größte Vorteil, welchen das Startup-Center der FH aktuell bietet. Weitere Punkte sind der Zugang zum Know-How der FH MitarbeiterInnen und deren direkte Unterstützung, der Front-Desk der FH der z.B. Pakete und Post entgegennimmt, die kostenlose technische Infrastruktur und die Büroräumlichkeiten.

Um in eine andere Startup-Center-Organisation zu wechseln müssten die aktuell gegebenen Leistungen gedeckt werden. Eventuell Lagerflächen und der Faktor Rabatte beim Essen durch Zusammenschluss von Startups sollte geboten sein. Auch Steuer- und Rechtsberatung wäre anzudenken.

Zur Sicherstellung der Lebenserhaltungskosten wäre eine finanzielle Unterstützung in Form von Stipendien oder ähnlichem wünschenswert, um sich stärker auf das Startup konzentrieren zu können.

## **Fazit**

Die Ergebnisse der Einzelinterviews mit den GründerInnen werden nachfolgend beschrieben und das Konzept des FrameWork Wieselburg eingearbeitet.

### Infrastruktur:

Ein wesentlicher Punkt ist das Angebot von eigenen, abgetrennten Rückzugsorten beziehungsweise Büros für die Startups, in welchen sie auch sensible Themen ungestört besprechen können. Ein Co-Working Space mit Küche wird ebenfalls als notwendig erachtet, um sich mit anderen GründerInnen auszutauschen oder zu kochen. Zudem sollte ein Foto-Labor beziehungsweise Equipment für Produktfotografien gegeben sein. Bei Möglichkeit wären Lagerflächen im Startup-Center ideal.

### MitarbeiterInnen:

Die Einzelinterviews mit den GründerInnen haben ergeben, dass es essentiell ist, dass es eine zentrale Ansprechperson gibt, an welche man sich für Tipps und Beratungen wenden kann. Eine gute Erreichbarkeit sowie flexible, rasche Beratungstermine mit dieser Person müssen gegeben sein. Diese Ansprechperson sollte zudem über ein gut ausgebautes Netzwerk verfügen, welches Förder- und Beratungsstellen, ExpertInnen, Presse oder Handelspartner inkludiert. Falls die Person selbst nicht weiterhelfen kann, sollte sie an andere Kontakte verweisen können.

### Leistungen:

Das neue Startup-Center in Wieselburg sollte einen Front-Desk besitzen, welcher die Organisation und Koordinierung übernimmt. Dieser sollte von 08:00 bis 16:00 Uhr besetzt sein und Telefon- und Paketdienste anbieten. Eine Beratung in den Bereichen Steuern und Recht, Finanzen, Förderungen Produkt- und Markenentwicklung und Marktforschung soll gegeben sein. In Punkto Fördermittel und Startup-Wettbewerbe sollen Tipps gegeben werden sowie eine Vernetzung mit den notwendigen Stellen erfolgen. Zudem hat sich die Zusammenarbeit mit der Fachhochschule in Punkto Marktforschung bewährt. Um Leben ins Startup-Center zu bringen, sollen Austauschabende mit anderen

GründerInnen und ExpertInnen veranstaltet werden. Auch ein Mentorenprogramm wird als sehr positiv empfunden.

Dauer:

Die gewünschte Verweildauer der befragten Startups in dem Startup-Center variiert zwischen 1 und 3 Jahren. Die Startups wünschen sich eine Beratung bis zum Marktlaunch und darüber hinaus.

Matrixbefragung

Reihung ausgewählter Faktoren nach Wichtigkeit anhand einer Skala (1 = unwichtig / 6 = sehr wichtig):



Abbildung 66: Darstellung Ergebnisse Abtestung Konzept - Matrixbefragung, eigene Darstellung

**Fazit**

Resultierend aus der Matrixbefragung kann festgehalten werden, dass es unbedingt notwendig ist, eine zentrale Ansprechperson im künftigen Startup-Center zu installieren sowie fachliche Beratung für die GründerInnen anzubieten. Nachhaltigkeit im privaten Leben ist den GründerInnen wichtiger als eine nachhaltige Startup-Einrichtung. Optionen auf Wachstum, eine Bereitstellung eines umfangreichen Netzwerkes sowie eines MentorInnenprogrammes und der Austausch mit anderen Startups sollte gewährleistet werden.

Die Verfügbarkeit von Lagermöglichkeiten ist nicht für jedes Startup gleich wichtig. Der Co-Working Space wurde mit einer mittleren Bewertung von 3,0 am unwichtigsten bewertet. Für die GründerInnen ist es von essentieller Bedeutung, dass eigene Räumlichkeiten angeboten werden.

## 12. Marketing Mix

Im nachfolgenden Kapitel wird der Marketing-Mix der Organisation beschrieben. Die nachfolgende Abbildung stellt die ausgearbeiteten Punkte des Marketing-Mix dar.



Abbildung 67: Übersicht Marketing-Mix, eigene Darstellung

### 12.1. Product

Das FrameWork Wieselburg basiert auf den drei Säulen der Nachhaltigkeit - ökonomisch, ökologisch und sozial – und legt seinen Schwerpunkt auf Startups im Bereich Green Economy und Technology. Hierzu wurden Überlegungen für Fördermöglichkeiten für die GründerInnen angestellt, welche neben der Nachhaltigkeit und Innovationskraft auch den Fokus auf die Familien legen.

Das FrameWork Wieselburg umfasst in seinem dezentralen Ansatz nicht nur Räumlichkeiten und freie Ressourcen, wie z.B. Maschinen und Labore von KooperationspartnerInnen, sondern bietet ebenso durch MentorInnen eine fachliche Betreuung der GründerInnen wie z.B. Steuerberatung etc. Beispielsweise können in regelmäßigen Abständen ExpertInnen direkt ins Haus geholt werden, die bei Förderfragen oder rechtlichen Angelegenheiten mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Ein weiterer Aspekt stellt die mentale und physische Gesundheit der Menschen im FrameWork Wieselburg dar. Dies soll unter anderem durch Coaching oder durch Kooperationen mit dem Ärztezentrum sichergestellt werden.

Weiters soll durch die Schaffung eines für alle WieselburgerInnen zugänglichen kostengünstigen und regionalen Bio-Verpflegungsangebotes, z.B. in Form einer Kantine, Austausch und Verbundenheit mit der Gemeinde gestärkt werden.

#### **12.1.1. Freizeit/Community**

Durch regelmäßige Events, wie z.B. Workshops, Speaker-Nights, werden Veranstaltungen zum Netzwerken geboten. Ein Co-Working-Space, diverse Freizeitmöglichkeiten wie z.B. Yoga-Kurse und eine Küche mit Aufenthaltsraum tragen zur Bildung einer Community bei. Flexible, kleine Büros bieten Rückzugsmöglichkeiten zum ungestörten Arbeiten. Ein(e) AnsprechpartnerIn am Front-Desk übernimmt organisatorische Aufgaben, wie beispielsweise die Buchung diverser Räumlichkeiten und Geräte, empfängt Gäste und übernimmt Pakete.

Durch ein gemeinsames Arbeiten an sozialen und nachhaltigen Projekten, z.B. Müllsammelaktion, Kinder-Ferien-Spaß, etc. wird ein Beitrag für die Gemeinschaft geleistet und die Community - auch mit der Bevölkerung - gestärkt.

#### **12.1.2. Sharing**

Mit Hilfe einer Plattform sollen bestehende Ressourcen, welche frei sind, unkompliziert genutzt werden können. Dies bezieht sich nicht nur auf Räumlichkeiten, Geräte, Werkzeuge, etc., sondern ebenso auf Kompetenzen. Für die Wege vom/zum Lager oder anderen Orten steht ein E-Fuhrpark für den Transport zur Verfügung. Auf der Homepage des FrameWorks Wieselburg gibt es ebenso das Angebot von Fahrgemeinschaften, sowie eine Jobplattform<sup>1</sup> für Stellen bei den Startups. Die Nutzung des Sharing-Angebots der Kooperationspartner, beispielsweise ZKW, TFZ oder auch des E-Fuhrparks, bezieht sich nicht nur auf die GründerInnen im Startup Center, sondern genauso auf die EinwohnerInnen Wieselburgs. Für den E-Fuhrpark kann z.B. mit der Fa. Tier kooperiert werden, welche E-Scooter vermietet.

#### **12.1.3. Kinderbetreuung**

GründerInnen mit Kindern bis 14 Jahren wird durch eine Kooperation mit einer Kinderbetreuungseinrichtung in zentraler Position eine Hürde genommen und verschafft eine

flexiblere Einteilung von Privatem und Beruflichem. Wenn trotzdem mal z.B. eine Besprechung länger dauert und die Kinderbetreuungseinrichtung bereits schließen möchte, steht ein Kinder-Abholdienst für Notfälle zur Verfügung.

## 12.2. Förderkriterien

GründerInnen, mit Firmensitz im FrameWork Wieselburg haben die Möglichkeit von einem umfassenden Förderprogramm zu profitieren. Dieses wird in Form eines Stufenmodells umgesetzt, welches sich in die nachstehenden drei Bereiche gliedert.

### Stufenmodell:



Abbildung 68: Darstellung Stufenmodell Förderkriterien, eigene Darstellung

### Stufe 1:

---

#### *3 Säulen der Nachhaltigkeit (50% der Gesamtförderung)*

In der Stufe werden eine noch zu definierende Anzahl Kriterien, entlang der drei Säulen der Nachhaltigkeit, definiert. Um die maximale Fördersumme der Stufe 1 auszuschöpfen, müssen mindestens 60% der Kriterien erfüllt werden.

### 12.2.1. Vorschläge Kriterien:

#### Ökologisch

- Nachhaltiger Aspekt des Unternehmensgegenstandes
- Unternehmensstrategie erzielt eine positive ökologische Wirkung
- CO2-Fußabdruck transparent machen
- Jährliche Veröffentlichung eines "mini"-Nachhaltigkeitsbericht, anhand der SDGs - Sustainable Development Goals 3 (z.B. SDG4-Bildung, SDG5-Geschlechtergleichheit, SDG7-Energien, SDG12-nachhaltige-r Konsum und Produktion)
- Eine festzulegende Prozentzahl der Wertschöpfung muss regional bzw. national sein (Personal, Rohstoffe, Betriebsmittel, ...)

#### Ökonomisch

- Produkte/Dienstleistungen lassen sich der Green Economy oder Green Technology zuordnen
- Unternehmen generieren einen Mehrwert für die Grüne Startup Community im Framework Wieselburg
- Umsatz- und Gewinnobergrenze (noch festzulegen – z.B. ab 500.000€ Umsatz oder ab 30.000€ Gewinn)
- Zeitliche Grenze (noch festzulegen - z.B. 3 Jahre)

#### Sozial

- Wert für die gesamte Gesellschaft: Produkte/Dienstleistungen die gezielt einen Beitrag zum Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz leisten
- Wohnsitz (Hauptwohnsitz bzw. Zweitwohnsitz) in Wieselburg
- Aktivitäten um Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern wie z.B. Gesundheitsförderungen, flexible Arbeitszeiten oder Mitarbeitererevents (jährliche Wohlfühlumfrage mit/für MitarbeiterInnen)
- Buddy-System für neu angekommene Startups
- Soziales Engagement durch die Teilnahme an gemeinnützigen Tätigkeiten als Teil der Startup-Organisation wie z.B. Müllsammelaktionen, Teilnahme am Tag der offenen Tür, Schulvorträge oder Spendenveranstaltungen

## Stufe 2:

---

### *Kinder (50% der Gesamtfördersumme)*

In der Stufe 2 erhält man pro Kind (0-14 Jahre) eine prozentuell-gestaffelte Förderung. Diese ist noch festzulegen. Ein Beispiel hierfür könnte sein, 60 % der maximalen Fördersumme der Stufe 2 beim ersten Kind und jeweils 20 % für das 2. und 3. Kind.

## Stufe 3:

---

### *Innovation (Sonderfördertopf)*

Besonders innovative Startups erhalten die Möglichkeit sich für Gelder aus einem Sonderfördertopf zu bewerben. Die Mittel stammen aus dem Netzwerk von externen PartnerInnen.

Voraussetzung um Stufe 3 beziehen zu können ist, dass Stufe 1 des Fördermodells erfüllt sein muss.

### 12.2.2. Vorschlag für ein Bewertungssystem:

Die Bewertung kann durch eine Fachjury anhand nachfolgender Innovationskriterien durchgeführt werden: Erfolgspotential oder Umsetzbarkeit

Die Merkmale der beiden Kriterien (Erfolgspotenzial und Umsetzbarkeit) werden in der nachfolgenden Tabelle beschrieben.

Tabelle 16: Innovationskriterien Quelle, eigene Darstellung

Erfolgspotential	Umsetzbarkeit
Strategie Fit	Technische Machbarkeit
Synergien	Wirtschaftliche Machbarkeit
Mehrwert für Kunden	Markteintritt
Attraktivität des Zielmarktes	Interne Barrieren
Differenzierung vom Wettbewerb	Gesetzliche Konformität
Umsatz- und Ertragspotential	

Vorschlag Fachjury: VertreterInnen der FHWN Campus Wieselburg, sowie VertreterInnen der kooperierenden Unternehmen und Organisationen, welche die Mittel zur Verfügung stellen.

### 12.2.3. Vorschlag Fördermöglichkeiten:

Die Förderung der Startups kann anhand folgender Möglichkeiten erfolgen:

- Mietzuschuss (Differenzierung Büro, Produktionsstätte, Lagerflächen)
- Kapital (speziell für Stufe 3)
- Kooperationsgutschein (Fachberatung, Infrastruktur, ...)
- Kinderbetreuung (Hortplatz)
- Zuschuss für Anreise mit öffentlichen Mitteln
- Mitgliedschaft im Stadtmarketing und dadurch z.B. einmal pro Quartal Schaltung einer gratis Anzeige

### 12.3. Place

Einer der bedeutendsten Punkte für das „Framework Wieselburg“ ist der dezentrale Ansatz hinsichtlich der Nutzung von Räumlichkeiten. Dieser unterstreicht den nachhaltigen Aspekt durch die Verwendung von verfügbaren räumlichen Ressourcen innerhalb der Stadtgemeinde und des gesamten Netzwerkes der Startup Organisation. Darunter fällt die ständige Nutzung von Flächen, welche die Stadtgemeinde Wieselburg selbst besitzt und verwaltet aber auch solche von privaten Eigentümern, die aktuell leer stehen. Die ressourcenoptimierte Nutzung wird zusätzlich durch die temporäre Verwendung von Räumlichkeiten der NetzwerkpartnerInnen intensiviert.

Gekennzeichnet ist dieser Ansatz vor allem durch seine Individualität und Flexibilität den GründerInnen gegenüber.

So werden beginnend mit kleinen maßgeschneiderten Büros, über eine Vielzahl von Lagerflächen in unterschiedlichen Größen, bis hin zu Hallen für die Produktion, optimale Lösungen für sämtliche Bereiche unternehmerischer Tätigkeit angeboten.

Ergänzend beinhaltet diese dezentrale Lösung nicht nur die Räumlichkeiten, die zur Ausübung der geschäftlichen Tätigkeit notwendig sind, sondern auch die oftmals ungenutzten Flächen und Gerätschaften der KooperationspartnerInnen. Dies können zum Beispiel Labore, Werkstätten aber auch Hörsäle, Besprechungsräume und Veranstaltungsräume sein.

Ein zusätzlicher Benefit ist der unkomplizierte, flexible Wechsel innerhalb der zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten der Startup Organisation bei Veränderung der Bedürfnisse der GründerInnen.

Die Eckpfeiler dieser flächenmäßigen Ressourcen sind aktuell:

- Flächen im Gebäude der Stadtgemeinde Wieselburg (Hauptplatz 26/ Grestnerstraße) mit rd. 200m<sup>2</sup> die sich als Büros eignen und kleinere Abstellflächen verfügbar sind
- Zwei Räume im Ausmaß von 80m<sup>2</sup> in der Adalbert-Stifter-Straße 4, die als Büroräumlichkeiten adaptiert werden können.
- In der Neubaugasse 1a bietet das Areal der ehemaligen Druckerei Queiser eine Vielzahl an Möglichkeiten. Von klimatisierten Büroflächen, die durch Trennwände einfach umgestaltet werden können, Gemeinschaftsräumen, variablen Lagerflächen bis hin zu Produktionshallen. Die Größen sind bedarfsgerecht adaptierbar, die technische Infrastruktur wie EVD Server und Internet High-Speed Anschluss, sind bereits vorhanden.
- Das Herzstück im Hinblick auf die familienfreundliche Gründung, das Kinderbetreuungs-zentrum, befindet sich in zentraler Lage. Es ist von sämtlichen Räumlichkeiten der Startup Organisation fußläufig erreichbar. An der Adresse Neubaugasse 4 bietet das Framework Wieselburg in Kooperation mit der Stadtgemeinde Wieselburg Kinderbetreuungsplätze für Kinder im Alter von 0 – 14 Jahren. Die Betreuungszeiten werden bedarfsorientiert festgelegt und können somit über die herkömmlichen Zeiten von Kindergärten deutlich hinausgehen, bis hin zur Samstagöffnung.
- Wieselburg als familienfreundliche Stadt, wie bereits in den Fokusgruppen als große Stärke von den TeilnehmerInnen hervorgehoben, erfährt hier in Verbindung mit der neuen Startup Organisation, eine zusätzliche Verstärkung.



Abbildung 69: Räumlichkeiten Framework Wieselburg, eigene Darstellung

Nachstehend ein Auszug der Räumlichkeiten und Infrastruktur bei möglichen NetzwerkpartnerInnen:

- Hörsäle und Labore der Fachhochschule Wiener Neustadt Campus Wieselburg (z.B. für Veranstaltungen, Lebensmittel Produktentwicklung, Marktforschung)
- Räumlichkeiten der Messe Wieselburg auch für kleinere und größere Veranstaltungen und temporäre Lagerflächen
- Die ZKW Group bietet technische Versuchslabore ebenso wie Schulungs- und Veranstaltungsräumlichkeiten mit sehr guter technischer Ausstattung
- Das TFZ – Technologie- und Forschungszentrum Wieselburg-Land stellt eine Versuchshalle und Labore mit dem Fokus auf Bioenergiesysteme bereit
- Selbstständige FotografInnen können das Equipment zur Aufnahme von Produktfotos zur Verfügung stellen
- Als Beispiel für die Schulkooperationen steht das Francisco Josephinum an vorderster Stelle und bietet zahlreiche Möglichkeiten. Dort finden sich Labore ebenso wie Schulungsräume und Veranstaltungsräumlichkeiten in unterschiedlichsten Größen mit sehr guter technischer Ausstattung.

## 12.4. People

Um den Anforderungen einer erfolgreichen Startup-Organisation gerecht zu werden, spielt der Punkt People eine wichtige Rolle. Die Personen innerhalb der Startup-Organisation tragen neben der Zufriedenheit der eingemieteten Startups auch wesentlich zur erfolgreichen Gründungsphase dieser bei.

Nachfolgend werden die Repräsentanten des Startup Centers vorgestellt:

### 12.4.1. Leitung der Startup-Organisation:

Die Leitung der Startup Organisation sollte ein Organisationstalent/AllrounderIn sein. Jemand der das "große Ganze" im Blick hat und die Organisation nach außen vertritt. Diese(r) ist verantwortlich für die Vermarktung und Weiterentwicklung der Organisation.

Die Person sollte idealerweise über vielfältige Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen. Dazu zählen unter anderem, Marketing, Betriebswirtschaft und Projektmanagement. Zudem sollte der/die Verantwortliche über ein hohes Maß an Soft-Skills verfügen, welche es zur Betreuung der Startups braucht, um auch die essenzielle Netzwerkarbeit und -pflege erfolgreich zu managen. Diese Person kann hinsichtlich der Rolle als StandortmanagerIn bezeichnet werden.

### 12.4.2. Besetzung Front-Desk:

Diese Person übernimmt administrative Tätigkeiten, wie den Kunden- und Paketempfang (siehe dazu auch *Physical Environment*) und unterstützt die Leitung der Organisation.

### 12.4.3. Role Model / Repräsentant Startup-Center:

Das Role Model ist eine Person, welche die Startup-Organisation nach außen vertritt, sowie Netzwerk und Know-How aus der Startup-Szene und im Idealfall dem Bereich Green Economy und Technology mitbringt.

Vorschläge für diese Position sind:

- LeiterIn FrameWork Wieselburg
- VertreterInnen der kooperierenden PartnerInnen
- Bekannte Persönlichkeiten aus der Startup Szene oder der Wirtschaft. Wichtig dabei ist der Bezug zum Thema Green Economy und Green Technology

**12.4.4. MentorInnen**

Die MentorInnen des FrameWorks Wieselburg unterstützen die Startups mit ihren Erfahrungen und Wissen und bieten auch eine mentale Stütze für die GründerInnen. Zudem helfen die MentorInnen, indem sie die GründerInnen in ihre bestehenden Netzwerke einführen und praktische Tipps geben, um deren langfristige Karriere zu fördern. Wünschenswerte Eigenschaften, welche MentorInnen mitbringen sollten sind Geduld, Kreativität, Motivation, sowie nachhaltiges Denken und Handeln.

Für nachstehende Bereiche ist es empfehlenswert MentorInnen zu akquirieren:

- Nachhaltigkeit & Innovationsmanagement
- Green Economy & Green Technology
- Recht & Steuer
- Gesundheit
- Gründung
- Medienmanagement
- Betriebswirtschaft
- Kommunikation inkl. Social Media Themen
- Förderung & Finanzierung



Abbildung 70: Darstellung Fachbereiche MentorInnen, eigene Darstellung

Vorschläge für diese Position sind:

**Innovation:**

Mag. (FH) Elisabeth Steiner, PHD Leiterin des Fachbereiches Innovation an der FH Wiener Neustadt, Campus Wieselburg

**Nachhaltigkeit und Green Economy:**

Mag. Ernst Ternon, MSc., MSc. MBA – Studiengangsleiter Green Marketing an der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg

**Green Technology:**

DI Klaus Nagelhofer, MSc., BA – Manager Technopol Wieselburg

Mag. (FH) Peter Haselmayer - Geschäftsführer TFZ Wieselburg Land

**Gründung:**

Gregor Haslinger MBA, Gründeragentur riz up NÖ West GmbH, Waidhofen/ Ybbs

Margaretha Bewersdorff BA, MA – Standortkoordinatorin Wieselburg Startup Center

Bettina Rehwald BA – Projekmanagerin Eisenstrasse Niederösterreich

**Förderung und Finanzierung:**

Doris Steinacher – Projektmanagerin bei accent Inkubator GmbH

Thomas Egger – Senior Investment Manager bei tecnet equity

#### 12.4.5. Kooperationen/Netzwerk

Die Kooperations- und Netzwerkpartner des Framework Wieselburg gliedern sich in den folgenden vier Kriterien/Bereiche:

- Infrastruktur:  
Kooperation mit Unternehmen/Organisationen, welche Maschinen, Labore, Räumlichkeiten zur Verfügung stellen.  
Bsp.: FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg, Technopol, ZKW Group
- Startup- und Gründerszene:  
Förderstellen, Beratungsstellen und auch andere Startup Organisationen (für gegenseitigen Austausch)  
Bsp.: riz up, accent Inkubator GmbH, tecnet equity, Beta-Campus Waidhofen/Ybbs, Maker Space Amstetten
- Forschung und Entwicklung:  
Unterstützen die Startups bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistung, welche die Bereiche Green Economy & Green Technology aber auch Marktforschung und Marketing betreffen  
Bsp.: Technopol, TFZ, BLT, FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg
- Unternehmen/Organisationen aus der Region:  
Dabei handelt es sich um Schulen, Firmen aus Wieselburg und Umgebung die in verschiedenen Bereichen kooperieren können  
Bsp.: Francisco Josephinum Wieselburg, Messe Wieselburg aber auch Restaurants, Sporteinrichtungen, Geschäfte mit speziellen Rabattaktionen

### 12.4.6. Stakeholder Map

In der nachfolgenden Stakeholder Map werden die relevanten Bezugsgruppen des FrameWork Wieselburg zur besseren Veranschaulichung grafisch dargestellt.

Der innere Kern bildet die weitere Unternehmensumwelt der Startup Organisation. Der zweite Kreis stellt die direkten Unternehmensumwelt dar, der dritte Kreis die indirekte. Beide inneren Ringe bilden gemeinsam die Community des FrameWork Wieselburg ab.

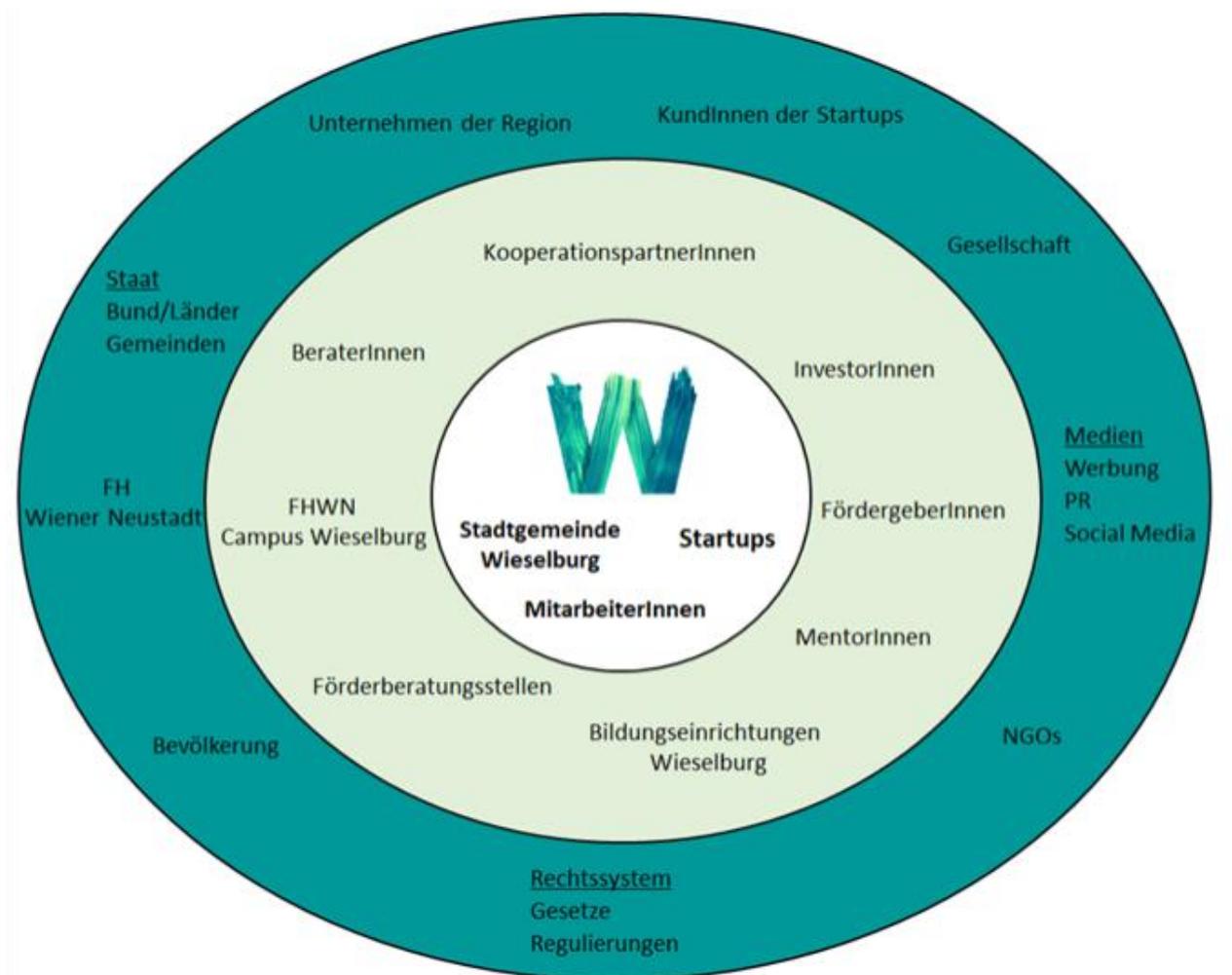


Abbildung 71: Stakeholder Map, eigene Darstellung

## 12.5. Physical Environment

### 12.5.1. Anforderung Räumlichkeiten

Die Anforderungen an die Ausstattung eines Startup Centers kamen in den Fokusgruppen und Einzelinterviews mit GründerInnen hervor. Daher sollte z.B. eine Küche mit einem gemütlichen Aufenthaltsbereich zum Netzwerken einladen. Obgleich ein Co-Working-Space den Spirit des Centers unterstützt und zur Entwicklung einer Community beiträgt, wurden Rückzugsmöglichkeiten, wie ein Entspannungsraum und kleinere Büros ebenso als notwendig erachtet. Je nach Geschäftsmodell sind natürlich auch leistbare Lagerflächen relevant. Außerdem wurden Umkleiden sowie Dusch-Möglichkeit und abschließbaren Spind genannt, um sich nach einer sportlichen Anreise oder anderen Umständen erfrischen zu können.

### 12.5.2. AnsprechpartnerIn und verfügbare Ressourcen

Das Framework Wieselburg bietet einen besetzten Front-Desk, welcher administrative Aufgaben, u.a. Kunden- und Paketempfang übernimmt sowie für weitere administrative Belange zur Verfügung steht (Ausleihen diverser Geräte, Flipcharts, etc.). Beim Front-Desk sollte noch ein Informationsmonitor installiert sein, welcher über aktuelle Ereignisse, Events und verfügbare Ressourcen informiert. Ebenso sollen gängige Softwareprogramme sowie Datenbanken, wie beispielsweise Microsoft Office 365, Adobe Photoshop, Illustrator oder auch Statista etc. über eine günstige Lizenzlösung für die Startups zur Verfügung gestellt werden.

Alle benötigten Utensilien, vom Blatt Papier bis hin zur Kaffeebohne, werden von nachhaltigen Geschäftspartnern bezogen, welche aus dem Mostviertel stammen, um die Wertschöpfung in der Region zu halten.

Sollten von den Startups Räumlichkeiten oder Labore in Einrichtungen sowie deren Maschinen (z.B. 3D-Drucker) der Kooperationspartner benötigt werden, so ist eine Buchung direkt am Front-Desk möglich. Ebenso soll der Front-Desk als zentraler Anlaufpunkt gelten, wenn es um Abstimmungen und Buchungen mit den Kooperationspartnern geht. Aus den Einzelinterviews kam ebenso hervor, dass ein Bedarf an einem Fotolabor für die Erstellung von Produktfotos besteht. Dem soll im Zuge einer Kooperation mit einem professionellen Fotografen entgegengewirkt werden.

Um Events, Workshops und Veranstaltungen abzuhalten, wird auf die Ressourcen (Räumlichkeiten) der Kooperationspartner verwiesen. Diese sind je nach Art und Größe des Events bzw. Veranstaltung mit den Kooperationspartnern abzustimmen. Die Abstimmung soll der Front-Desk übernehmen.

### **12.5.3. Mobilität**

Bei einem dezentralen Ansatz sollten definitiv auch Angebote die (E-)Mobilität betreffend berücksichtigt werden. Hierbei sind z.B. Lastenräder oder E-Scooter für den Weg vom Lager zum Büro hilfreich. Außerdem kann die Anbindung zum Bahnhof gefördert werden oder weitere Transportwege mittels (E-)Car-Sharing. Dabei werden die zurückgelegten Kilometer automatisch verbucht und die CO<sub>2</sub>-Ersparnis angezeigt (ökologischer Fußabdruck als Marketinginstrument). Die E-Fahrzeuge sind über einen öffentlichen Kalender zu buchen. Diese können aber nicht nur von GründerInnen im Startup Center genutzt werden, sondern ebenso von WieselburgerInnen bzw. FH-MitarbeiterInnen.

Die dezentrale Herangehensweise bietet außerdem Möglichkeiten hinsichtlich Neugestaltung von nachhaltiger Mobilität innerhalb des Frameworks. Alle Standorte der Startup Organisation selbst, die KooperationspartnerInnen und die Kinderbetreuungseinrichtung können hier umwelt- und ressourcenschonend verbunden werden. Dies eröffnet ergänzend die Option, zukünftige Mobilitätsthemen der Bevölkerung miteinzubeziehen.

## 12.6. Promotion:

Um das entwickelte Konzept einer neuen Startup-Organisation in Wieselburg der definierten Zielgruppe näher zu bringen, wurde ausgehend von der Positionierung des Framework Wieselburg ein Kommunikationskonzept erstellt, welches ausgewählte Kommunikationskanäle- und Maßnahmen enthält.

### **Ziel**

Ziel dieses Kapitels ist es, ein kreatives, ansprechendes Kommunikationskonzept zu entwickeln, um Bekanntheit zu erlangen und GründerInnen von dem Konzept der neuen Startup-Organisation des Framework Wieselburg zu überzeugen. Des Weiteren dient das Konzept dazu den laufenden Dialog mit den Interessensparteien aufzubauen und aufrecht zu erhalten. Damit soll ein Image als familienfreundliches, verantwortungsvolles und nachhaltiges Startup-Center aufgebaut werden.

Im Rahmen des nachfolgenden Kapitels soll eine konkrete Kommunikationsbotschaft erstellt sowie Kommunikationskanäle ausgewählt und dazugehörige Maßnahmen ausgestaltet werden.

### **Methodik**

Ausgehend von der umfangreichen Umfeld- und Zielgruppenanalyse sowie der Positionierung des Framework Wieselburg wurden unter Berücksichtigung des zur Verfügung stehenden Budgets eine Kommunikationsstrategie sowie Ziele entwickelt. Resultierend daraus wurden konkrete Instrumente und Maßnahmen ausgewählt.

### **Budget:**

- 50.000 Euro Gesamtbudget
- 35.000 Euro Budget rein für Kommunikationsmaßnahmen im 4. Quartal 2021
- Personalkosten wurden mit 3.500 Euro brutto pro Monat veranschlagt

## **Ergebnisse**

### **12.6.1. Kreative Leitidee**

Wir vereinen grünes Unternehmertum mit harmonischem Familienleben.



*Abbildung 72: Darstellung kreative Leitidee, eigene Darstellung*

### **12.6.2. Slogan**

“Frame your work!”

“Mach’s dir einfach und gründe jetzt im FrameWork”

Zusatz: “- Dem nachhaltigen Startup Center in Wieselburg.”

Der Slogan soll aussagen, dass man sich nicht an gegebene Strukturen bindet, sondern mit FrameWork die idealen Rahmenbedingungen vorfindet, um Unternehmertum und Privatleben, speziell auch Familie, vereinen zu können und nachhaltige Lösungen zu entwickeln - frei nach dem Motto: “wir machen was und schauen nicht nur zu!”

### 12.6.3. Big Idea

Die Big Idea des Kommunikationskonzeptes stellt die Lösung eines Problems durch die neue Startup-Einrichtung, dem FrameWork Wieselburg, dar. GründerInnen und Startups sind in ihrem alltäglichen Unternehmens-Dasein mit einer Vielzahl an Herausforderungen konfrontiert. Auch die Vereinbarkeit von Unternehmertum und Privatleben stellt viele vor eine Zerreißprobe.

Im Zuge unserer Kommunikation zeigen wir die, teils auch klischeehaften, Probleme eines Gründers und vermitteln das Gefühl, dass durch den Einzug ins FrameWork Wieselburg diesem Problem ein Ende bereitet wird.

Um Aufmerksamkeit zu generieren und die Blicke auf unsere Werbemaßnahmen zu ziehen, bedienen wir uns der Emotion des Humors und der Übertreibung.

Das Logo sowie der Slogan des FrameWork sollen deutlich erkennbar platziert sein.

### 12.6.4. Kanäle

Nachfolgend werden die Kanäle beschrieben, welche zur Erreichung der Kommunikationsziele verwendet werden. Die Kanäle können in "owned", "paid" und "earned" unterschieden werden.

Die unterschiedlichen Medialkanäle (offline als auch online) unterstützen und verstärken sich gegenseitig. Das Marketing-Modell „Paid-Owned-Earned“ hilft dabei, die möglichen Media-Optionen zu kategorisieren und zu priorisieren, um so die optimale Kommunikationsstrategie zu entwickeln. Aufeinander abgestimmte und ineinandergreifende Kommunikationsmaßnahmen werden entwickelt, die zu integrierten Crossmedia-Strategien führen.

#### Owned Media

Zu Owned Media zählen Medienkanäle die einzig und allein unserer vollen Kontrolle unterstehen. Das betrifft vor allem die Website des Unternehmens, Blogs, Newsletter und Social Media Accounts. Zu den größten Vorteilen dieser Medien gehört, dass sie unabhängig und nachhaltig sind.

## Paid Media

Unter Paid Media versteht man die gekaufte Werbung. Dies sind alle Kanäle und Medien, die mit einem finanziellen Aufwand verbunden sind. Dies kann die klassische Werbung sein, ausgefallene Kampagnen oder moderne Formen des Marketings. Paid Media wird von den Unternehmen sehr gerne gewählt, da sie eine gewisse Bequemlichkeit mit sich bringt und selten mit einem hohen Aufwand verbunden ist.

## Earned Media

Wie der Name vermuten lässt, muss man sich Earned Media verdienen. Erreichen kann man das am besten mit relevanten News, guten Texten sowie Fotos und Audio- und Video-Material. Aber auch Events und Veranstaltungen machen neugierig und stärken die Kontakte zu öffentlichen Redaktionen und unterstützen indirekt die Öffentlichkeitsarbeit (Publik Relation). Unterstützend sind ebenso Erwähnungen in Pressemitteilungen oder in Social Media, positive Rezensionen, Reposts oder im besten Fall Empfehlungen. Von den Medien gehört Earned zu den glaubwürdigsten.

Die nachfolgende Abbildung stellt die ausgewählten Kommunikationskanäle des FrameWork Wieselburg dar:

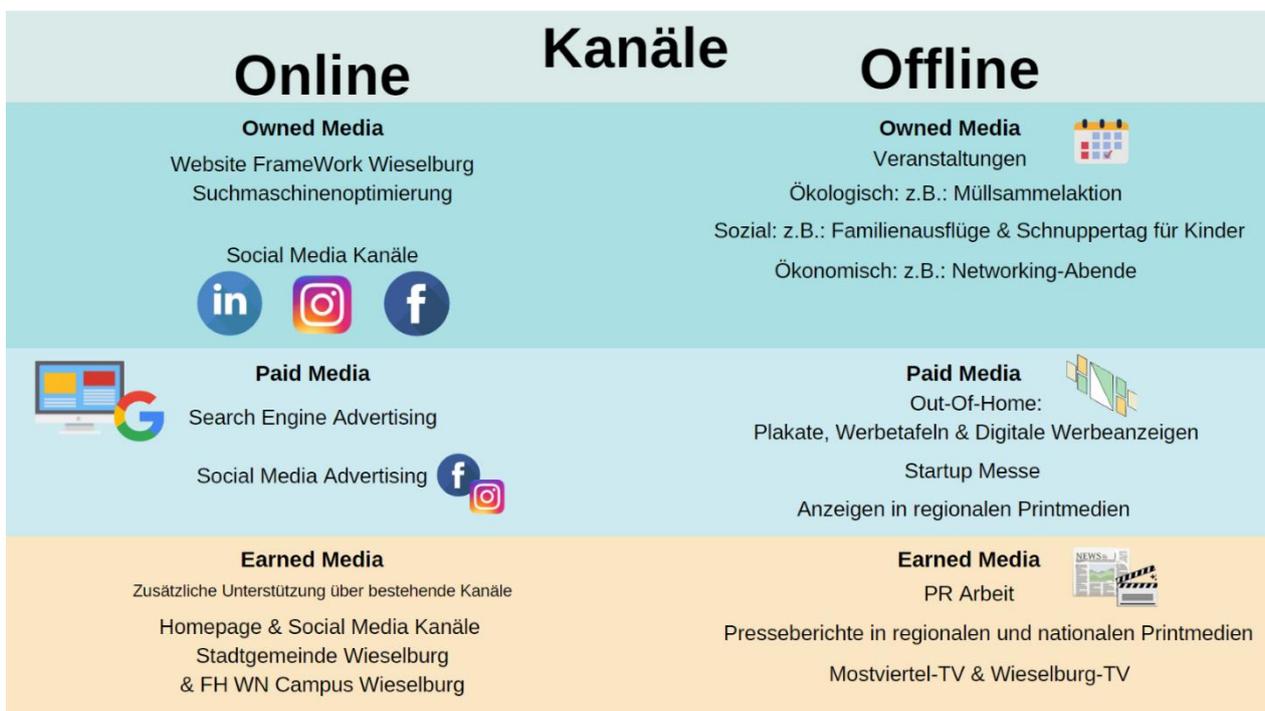


Abbildung 73: Übersicht Kommunikationskanäle, eigene Darstellung

## Online

### Facebook & Instagram

Als führende soziale Netzwerke sind Facebook und Instagram nicht mehr aus dem Alltag vieler ÖsterreicherInnen wegzudenken. Der Content kann aufbereitet und auf beiden Kanälen ausgespielt werden – der Aufwand und das Know-How halten sich dabei in Grenzen. 70,6% der Internetnutzer zwischen 16 bis 64 Jahren nutzen Facebook bzw. 53,6% Instagram (sh. Abbildung 1). 34% der österreichischen Instagram Nutzer befinden sich im Alter von 25-34 Jahren, gefolgt von 28 % im Alter von 18-24 Jahren, 17% befinden sich im Alter von 35-49 Jahren.<sup>7</sup> Die Ansprache der Zielgruppe kann dabei konkret erfolgen und Mundpropaganda wird forciert.

Die Motive sollten den Gründergeist und Community-Gedanken im Startup-Center widerspiegeln. Des Weiteren können beide Medien dazu genutzt werden, um z.B. über Veranstaltungen zu informieren und User einzuladen.

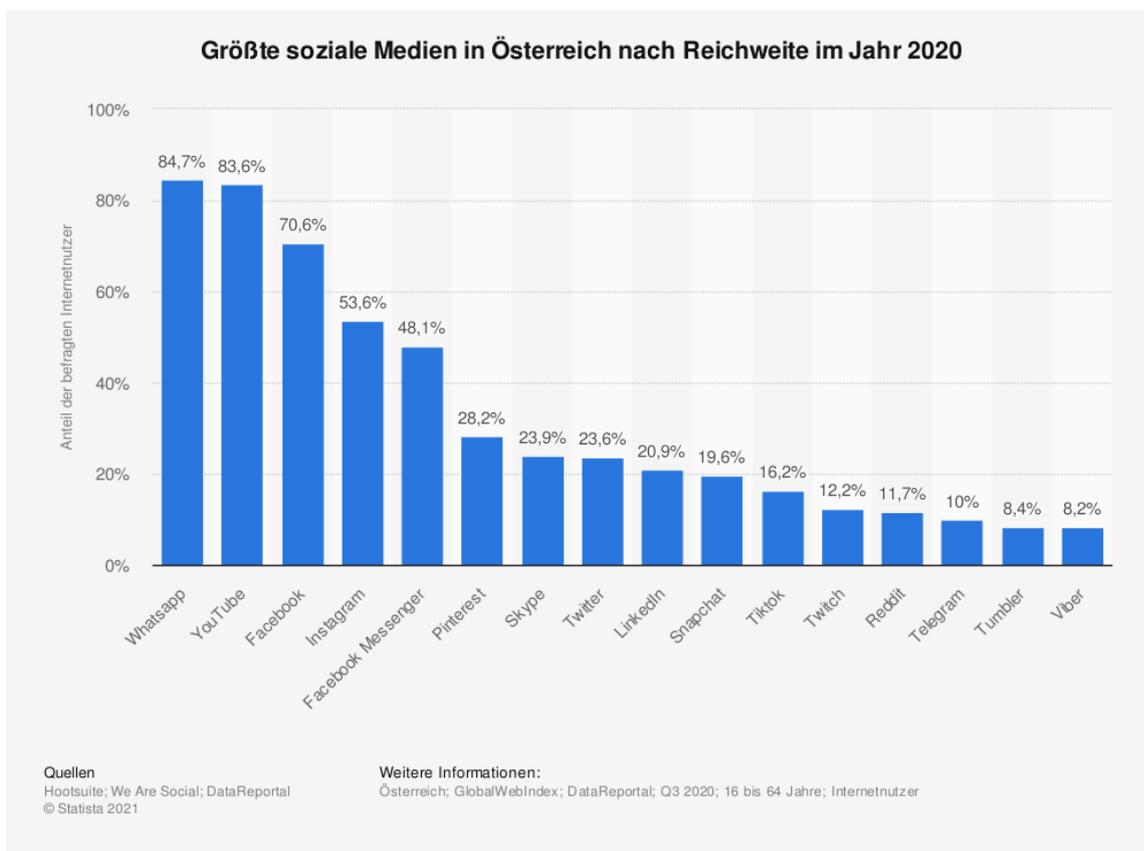


Abbildung 74: Reichweite sozialer Medien in Österreich im Jahr 2020<sup>226</sup>

<sup>226</sup> Hootsuite; We Are Social; DataReportal, Februar 2021; <https://de-statista-com.wn.idm.oclc.org/statistik/daten/studie/534706/umfrage/social-networks-nach-weitestem-nutzerkreis-in-oesterreich/>

## LinkedIn

Die Plattform LinkedIn weist über 1,9 Millionen österreichische NutzerInnen auf und stellt das bevorzugte Job-Portal dar.<sup>10</sup> 61,1% der NutzerInnen befinden sich im Alter von 25-34 Jahren, 21% im Alter von 35-54 Jahre und 15,4% im Alter von 18-24 Jahren (sh. Abbildung 2). Xing liegt in seiner Beliebtheit hinter LinkedIn.<sup>11</sup> Sollte aber aufgrund derselben Ansprache der Zielgruppe und desgleichen Contents ebenso genutzt werden, um eine breite Ansprache potentieller GründerInnen zu gewährleisten.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Altersverteilung der LinkedIn NutzerInnen im März 2021.

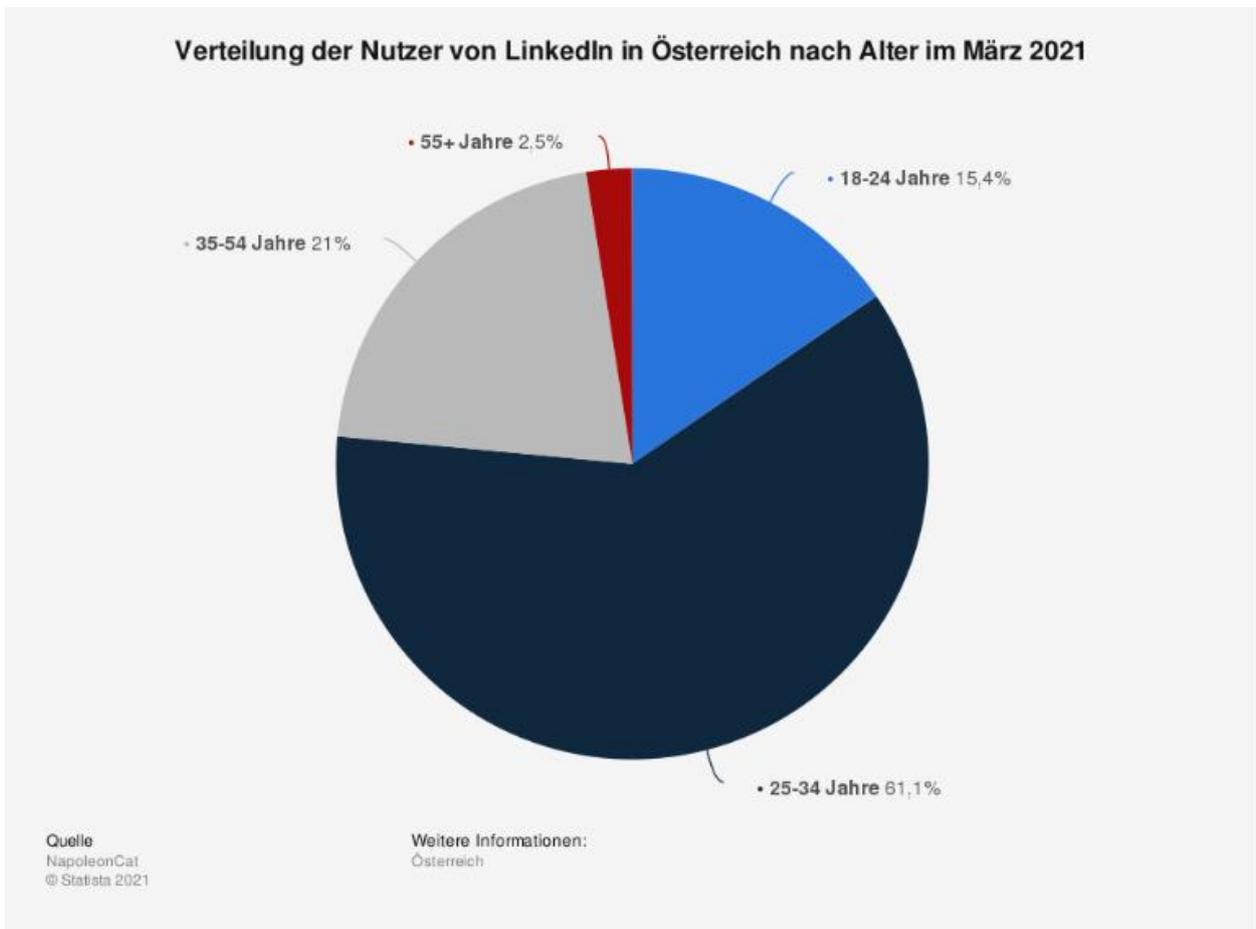


Abbildung 75: LinkedIn-NutzerInnen nach Alter im März 2021<sup>227</sup>

<sup>227</sup> NapoleonCat, April 2021; <https://de-statista-com.wn.idm.oclc.org/statistik/daten/studie/512496/umfrage/linkedin-nutzer-in-oesterreich-nach-alter/>

## Google

Google My Business ist gratis und sollte daher für das Suchmaschinen-Marketing eingesetzt werden. Die Auffindbarkeit im Worldwideweb wird dadurch enorm gesteigert und die Navigation in Google Maps erleichtert (Aktualität, Erreichbarkeit, Öffnungszeiten, Bilder, etc.).

Durch Google Ads ist eine konkrete Einschränkung und Erreichbarkeit der Zielgruppe möglich (verhaltensorientierte psycho-, demo- und geografisch). Die Reichweite ist dabei enorm und wird durch Cookies unterstützt.

## Website

Durch eine interaktive Homepage wird der Besucher sofort am Eingang abgeholt und taucht direkt in die Welt von FrameWork ein und fühlt sich sofort herzlich Willkommen. Durch verschiedene „Räume“ werden die Angebote und Leistungen von FrameWork für GründerInnen präsentiert. Die GründerInnen mit Familie und nachhaltiger Unternehmensidee sollen dabei bestmöglich unterstützt werden bzw. sich direkt einen persönlichen Beratungstermin vereinbaren um sich direkt vor Ort alles ansehen zu können.

Die nachfolgenden Abbildungen stellen eine mögliche Umsetzung der Website dar:

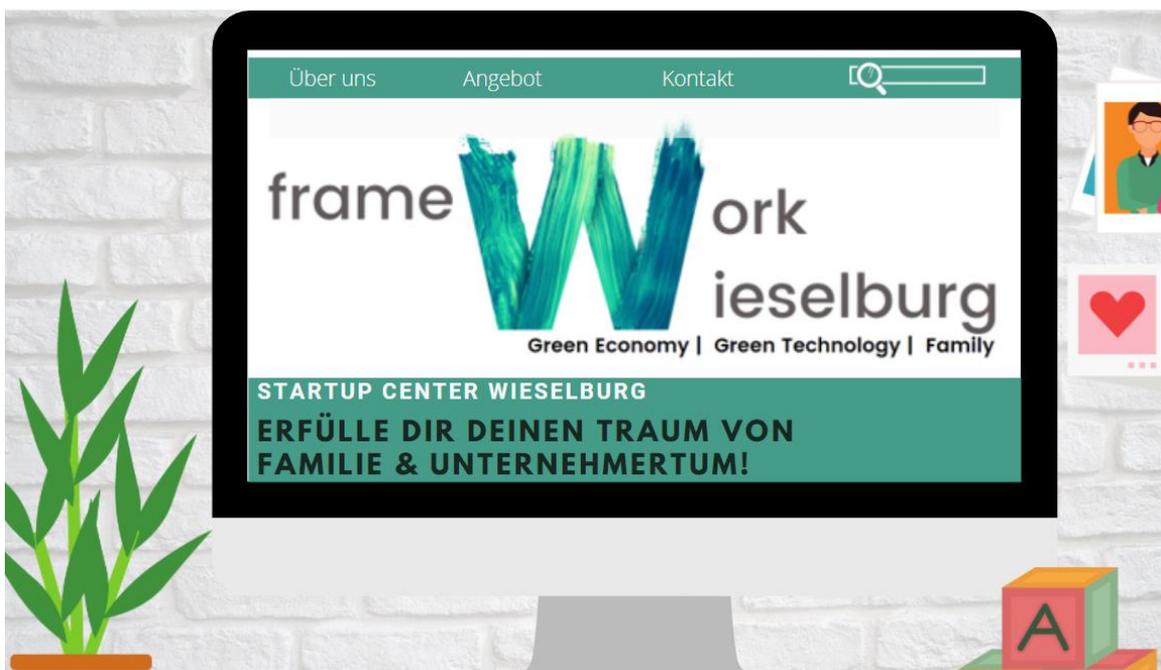


Abbildung 76: Startseite Homepage FrameWork, eigene Darstellung



Abbildung 77: Leitbild und Werte Homepage FrameWork, eigene Darstellung



Abbildung 78: Ziele Homepage FrameWork, eigene Darstellung



Abbildung 79: Alleinstellungsmerkmal und Dachbotschaften, eigene Darstellung

## Facebook

Auf Facebook wird laufend Content gepostet. Hierzu zählt die Bewerbung von verschiedenen Events, die Bekanntgabe von aktuellen Neuigkeiten, Stellenausschreibungen der FrameWork Startups und Teamvorstellungen. Es sollen zwei Postings pro Woche geteilt werden.

Die nachfolgenden beiden Abbildungen zeigen exemplarische Postings für Facebook:



Abbildung 80: Beispiel Ankündigung Events, eigene Darstellung



Abbildung 81: Beispiel Stellenausschreibung für MitgründerInnen, eigene Darstellung

## Instagram

Die Plattform Instagram wird vor allem für die Bewerbung von Events, Zitate und Sprüche und die Vorstellung des FrameWork Team sowie die Vorstellung der Personen und Ideen hinter den betreuten Startups, verwendet. Mittels Story-Funktion sollen vor allem aktuelle Neuigkeiten geteilt werden.

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen mögliche Gestaltungsvarianten für die Umsetzung von Instagram Postings:

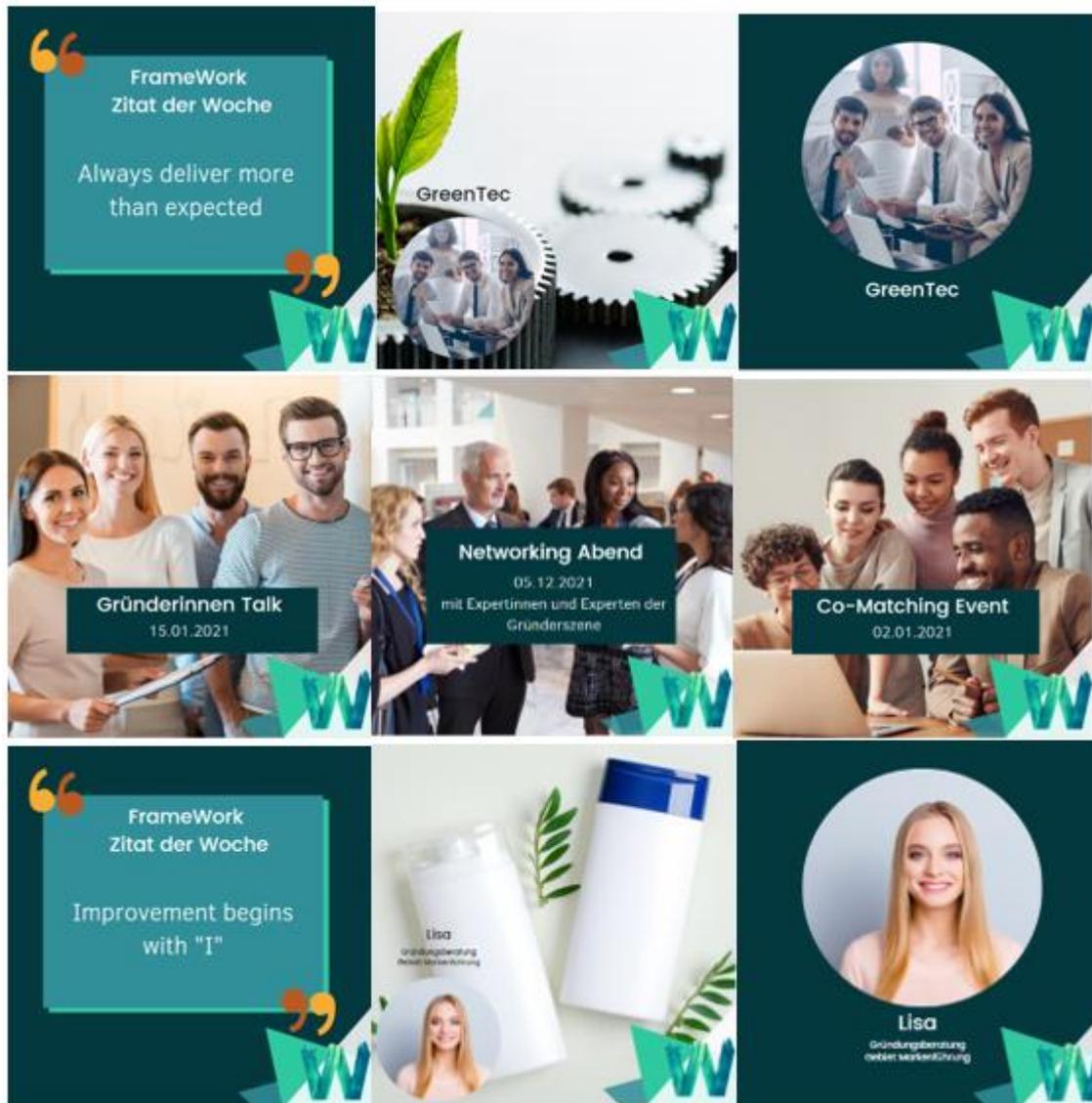


Abbildung 82: Beispiel Feed Instagram, eigene Darstellung

Die nachfolgende Tabelle enthält Beispiele für Social Media Advertising:

*Tabelle 17: Beispiele für Social Media Ads, eigene Darstellung*

Beispiele Kommunikation (z.B. Social Media Ads)				
Nr.	Problem	Szene 1 Situationsbeschreibung	Szene 2 Situation + Text	Szene 3 Darstellung FrameWork
1	Alltagsstress im Home-Office	Person sitzt gestresst am provisorischen Schreibtisch im Wohnzimmer im Home-Office, 2 Telefone läuten, Kind schreit, es läutet an Haustür	Text einfliegen "Musst du dich schon wieder zerreißen?"	Einfärbiger Hintergrund "Mach's dir einfach und gründe jetzt im FrameWork  – dem nachhaltigen Startup Center in Wieselburg."
2	Alltagsstress im Home-Office	Person sitzt zuhause im Home-Office und ist genervt, Nachbarn feiern wilde Studentenparty	Text einfliegen "Nase voll von Home-Office?"	Einfärbiger Hintergrund "Mach's dir einfach und gründe jetzt im FrameWork  – dem nachhaltigen Startup Center in Wieselburg."
3	Kein passendes Büro	Person tüftelt in der Garage an neuem Produkt/Idee	Text einfliegen "Zeit aus der Garage auszuziehen?"	Einfärbiger Hintergrund "Mach's dir einfach und gründe jetzt im FrameWork  – dem nachhaltigen Startup Center in Wieselburg."
4	Probleme mit Förderungen & Steuern	Person kämpft sich mit Machete durch Dschungel	Text einfliegen "Blickst du noch durch den Steuer-Dschungel?"	Einfärbiger Hintergrund "Mach's dir einfach und gründe jetzt im FrameWork  – dem nachhaltigen Startup Center in Wieselburg."
5	Keine Lagerflächen	Person steht vor Tür, öffnet diese und es fliegen 10000 Pakete entgegen	Text einfliegen "Zeit sich Lagerflächen zu besorgen?"	Einfärbiger Hintergrund "Mach's dir einfach und gründe jetzt im FrameWork  – dem nachhaltigen Startup Center in Wieselburg."
6	Veraltete Technologien	Person sitzt vor alten Computer und Schnurtelefon	Text einfliegen "Zeit für neue Technologien?"	Einfärbiger Hintergrund "Mach's dir einfach und gründe jetzt im FrameWork  – dem nachhaltigen Startup Center in Wieselburg."

Die nachfolgende Abbildung stellt das Beispiel 4 grafisch in Form von vier Szene dar:



Abbildung 83: Beispiel Social Media Advertising Umsetzung, eigene Darstellung

## Offline

### Print

Um im Mostviertel durchzustarten, ist regionale Präsenz gefragt. Dies wird erreicht durch Veranstaltungen und Mundpropaganda. Durch regionale Zeitungen und Mundpropaganda wird der Spirit des Startup Centers im Mostviertel verbreitet. Gefördert wird dies durch die Berichterstattung in regionalen Zeitungen wie z.B. NÖN, Tips und Bezirksblättern. Eine kurze Pressemitteilung mit einem Foto fördert eine regionale Vernetzung und das Leben im Startup Center wird der Bevölkerung näher gebracht.

Die RMA (Regionalmedien Austria AG), wo die Bezirksblätter integriert sind, hatte 2020 in Österreich eine Reichweite von 3.336.000 LeserInnen.<sup>4</sup> Bei der NÖN waren es insgesamt 462.000 Personen (sh. Abbildung).<sup>5</sup>

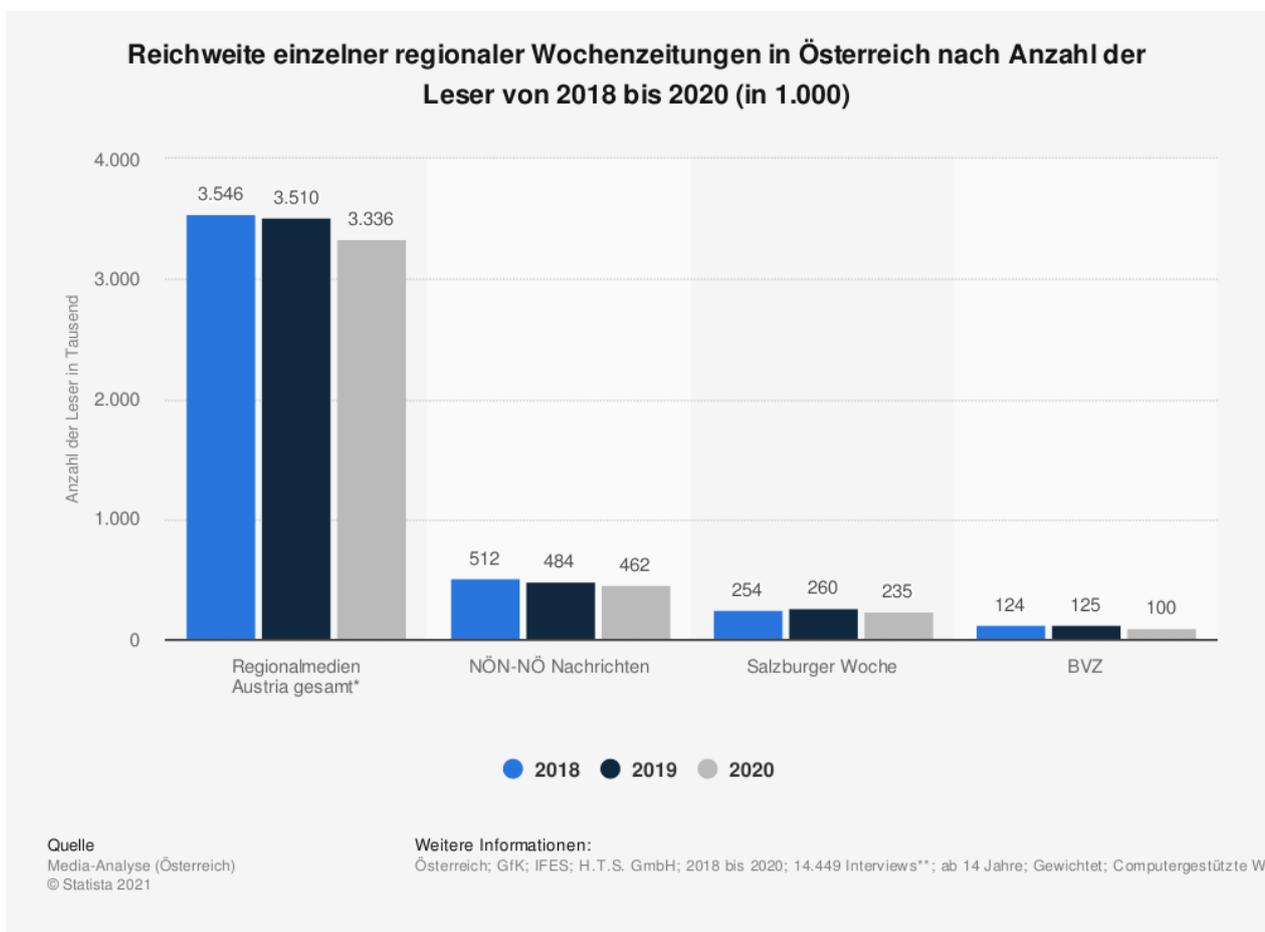


Abbildung 84: Reichweite regionaler Wochenzeitungen in Österreich<sup>228</sup>

<sup>228</sup> Statista, 2021. <https://de-statista-com.wn.idm.oclc.org/statistik/daten/studie/307185/umfrage/regionale-wochenzeitungen-in-oesterreich-nach-anzahl-der-leser-und-geschlecht/>, Veröffentlicht im März 2021

Nationale Aufmerksamkeit wird z.B. durch eine Startup-Messe für nachhaltige GründerInnen erreicht. Dabei kann man auch Sequenzen für Mostviertel-TV und Wieselburg-TV nutzen, um den Flair bis ins Wohnzimmer zu transportieren.

Durch Plakate und Werbetafeln können generische Punkte an z.B. der Autobahn-Auf-/Abfahrt genutzt werden, um auf das familienfreundliche und nachhaltige Startup-Center in Wieselburg aufmerksam zu machen.

## Veranstaltungen

### **Open House**

Um auch einen Rahmen zu schaffen der die Bürger von Wieselburg und seiner Umgebung in das FrameWork einzubinden, könnten gemütliche, unkonventionelle Veranstaltungen wie Barbecue mit Live Musik / Unterhaltung und Forschen für Kinder nach dem Motto: "bring your own" veranstaltet werden. Im Zuge dessen, öffnen die GründerInnen ihre heiligen Türen und gewähren allen BesucherInnen einen Blick hinter die Kulissen. Somit wird ermöglicht, dass die Wieselburger Bevölkerung in den Startup Alltag eintauchen kann. Des Weiteren stehen natürlich alle GründerInnen für Rede und Antwort für jegliche InteressentInnen zu Verfügung.

### **Networking Abende**

Ein Netzwerk aus Personen mit den unterschiedlichsten Skills und Kompetenzen ist Gold wert. Bei einem dieser Abende, welche in Zusammenarbeit mit dem Campus Wieselburg und der Stadtgemeinde stattfinden, soll die Möglichkeit gegeben werden, Kontakte zu den wirtschaftstreibenden Unternehmen aus Wieselburg zu knüpfen und ein eigenes Netzwerk aufzubauen. Ohne Barrieren in einer lockeren Gesprächsatmosphäre tauscht man Ideen aus, diskutiert und erweitert den Horizont. Alle Fragen, die im Laufe der Gründung eines Startups auftauchen, können an solchen Abenden beantwortet werden, welche einmal pro Quartal in den Räumlichkeiten des FrameWork Wieselburg, stattfinden.

### **Workshops**

Bei den verschiedenen Workshops, welche in kleinen Gruppen von max. 8 TeilnehmerInnen angeboten werden, setzt sich das FrameWork Wieselburg mit bestimmten Themen auseinander. Ausgewählte ExpertInnen übermitteln ihre Tipps, Tricks und Know-How zu den unterschiedlichsten Themen. Diese Workshops finden im Innovation Lab

oder Co-Working Space des Campus Wieselburg (je nach Bedarf) statt, wo die benötigte Infrastruktur bereits gegeben ist.

#### Themen eines solchen Workshops könnten sein:

- Pitching: Pitchtraining für dich und dein Startup – damit deine Präsentation jeden überzeugt

Wenn du dein Startup bei einem Investor präsentieren möchtest, kannst du ein Pitchtraining in Anspruch nehmen. In diesem Workshop steht das Trainieren des Pitches an erster Stelle. Des Weiteren werden wertvolle Tipps und Feedback gegeben, wie die Idee präsentiert werden kann.

#### **Speaker Nights (Erfolgsgeschichten, Motivation und Mentoren)**

Speaker Nights sprechen ein großes Publikum an und steigern sowie fördern die Bekanntheit des FrameWork Wieselburg. An diesen Abenden werden nützliches Praxiswissen und Erfahrungen vermitteln, welche Impulse für mehr Erfolg im Business und die persönliche Weiterentwicklung geben. Im Anschluss der Veranstaltung besteht die Möglichkeit sein Netzwerk weiter auszubauen und mit den Protagonisten ins Gespräch zu kommen.

#### Mögliche Speaker:

- Kilian Kaminski - Mitgründer und CEO des österreichischen Start-ups refurbished.

**DIESER MANN HAT EINE GENIALE ANTWORT AUF UNSERE WEGWERFGESELLSCHAFT**

Ganz nach dem Motto "wie neu - nur besser" haben Kilian und sein Team das nachhaltige Einkaufen revolutioniert und bieten vollständig erneuerte Elektronikgeräte an, die bis zu 40 % günstiger sind als neue. Außerdem verspricht refurbished, für jedes gekaufte Gerät einen Baum zu pflanzen. Das Konzept hat sich bewährt, denn refurbished ist mittlerweile der am schnellsten wachsende Online-Marktplatz für refurbished Produkte in der gesamten DACH-Region.

"Bei refurbished tragen wir jeden Tag unseren Teil dazu bei, die Welt mit refurbished Produkten zu verbessern. Diese Mentalität schafft unsere einzigartige positive

Unternehmensatmosphäre – wir sind eine große refurbished-Familie" sagt Kilian Kaminski, Mitgründer refurbished.

Kilian ist einer der "30 unter 30" europäischen Unternehmer von Forbes.

- Michael Bartenstein – Co Gründer Startup AER

**DIESE MARKE KÄMPFT GEGEN DEN WELTWEITEN VERPACKUNGSWAHN.**

Die Vision von AER ist die Eliminierung von Einwegverpackungsmüll durch wiederbefüllbare, mix-it-yourself Reiniger. Fabienne Hierzer und Michael Bartenstein haben basierend auf dem Prinzip „weniger ist mehr“ hochwertige, wiederverwendbare Behältnisse & Flaschen sowie wasserlösliche Pulver im Bereich Home und Personal Care entwickelt.

"Ist die beste Lösung für Kunden und Umwelt tatsächlich, dass eine ästhetisch wenig ansprechende Sprühflasche mit Wasser befüllt quer durch den Kontinent transportiert wird, um dann genau einmal verwendet zu werden, bevor sie auf einer Mülldeponie oder womöglich in den Meeren dieser Welt landet? Aus unserer Sicht lautet die Antwort ganz klar: Nein. Deshalb haben wir den Prozess von A-Z neu gedacht."

- Thema: Mentoren, die Starthelfer

Sie leisten Starthilfe, und das oft kostenlos: Mentoren. Als erfahrene Unternehmer begleiten sie Gründer auf ihrem Weg in die Selbständigkeit.

Seit einigen Jahren gibt es vielerorts Mentoring-Programme. Oft richten sie sich an Angestellte, die Karriere machen wollen. Ein erfahrener Mentor begleitet Gründer beim Aufbau ihres Unternehmens. Was der Mentor den jungen Firmenchefs im Einzelnen mit auf den Weg gibt, hängt immer davon ab, wo der Schuh des Gründers am meisten drückt. So kann der Mentor bei der Ausarbeitung des Businessplanes ebenso helfen wie bei der Umsetzung einer Unternehmensstruktur, er kann Tipps zur Lieferantenauswahl geben oder zur Kundenakquise. Was der Mentor seinen Mentees aber immer mitgeben wird, ist seine praktische Erfahrung.

- Thema: Investoren

Dank großer TV-Shows wie „Die Höhle der Löwen“ und einer breiten medialen Berichterstattung sind Start-ups in aller Munde. Die Existenzgründungsszene wächst und gedeiht. Ein Grund dafür sind die wachsenden Investitionen. Hier bietet sich ein Workshop an, welche Möglichkeiten von Investoren gibt es.

- Inkubator, Accelerator? Wo liegen die Unterschiede?
- Welche Leistungen bietet ein Inkubator?
- Wie viel Geld investiert ein Inkubator?
- Welche Inkubatoren gibt es in AUT?
- Wie finden Start-ups den passenden Inkubator?

### **Fuckup Night - Die neue Kultur des Scheiterns**

Wenn ein Gründer erfolgreich ist, dann ist der Anlass genug für minutenlange Lobeshymnen und detaillierte Beschreibungen der bisherigen Erfolgsgeschichte. Wenn ein Gründer scheitert, dann wird das gern ganz schnell und stillschweigend unter den Tisch gekehrt. Fehler machen im Allgemeinen und Scheitern im Speziellen gelten noch immer als Tabu-Themen. Doch damit soll nun Schluss sein. Ziel der Fuckup Nights ist es unter anderem, Gründern das böse Erwachen zu ersparen – indem offen über die Möglichkeit des Scheiterns gesprochen wird. Im Zuge der Veranstaltungen werden Fehler nicht verurteilt und das Scheitern nicht dämonisiert. Es geht vielmehr darum, sich auf die Suche nach Ursachen zu machen und gemeinsam aus den Fehlern anderer zu lernen.

### **Messe**

Das FrameWork ist Organisator und Aussteller zugleich. In Kooperation mit dem Messezentrum sowie den vorhandenen Kooperationspartnern und ihren Forschungseinrichtungen, wird das Abhalten einer Startup Messe angestrebt. Ziel ist es, die Startup Messe einmal jährlich auszurichten, um Startups und GründerInnen die Chance zu bieten, ihre Ideen zu präsentieren und mögliche Investoren und KooperationspartnerInnen an Land zu ziehen.

Des Weiteren wird eine Ausstellung auf der größten Job- und Karrieremesse Westösterreichs, der *carrere & competence* in Erwägung gezogen, um neue GründerInnen und Unternehmen für das FrameWork Wieselburg zu gewinnen.

Die nachfolgenden Sujets eignen sich für Anzeigen in Printmedien, Plakate oder Messeaufsteller:



Abbildung 85: Beispiele Sujets für Plakate, Aufsteller oder Print, eigene Darstellung



Abbildung 86: Beispielsujet 1 Out-Of-Home, eigene Darstellung



Abbildung 87: Beispielsujet 2 Out-Of-Home, eigene Darstellung

### 12.6.5. Kommunikationsziele und Kommunikationsmix

Mit den Kommunikationszielen will FrameWork Wieselburg Bekanntheit erreichen, ein glaubwürdiges Auftreten vermitteln sowie ein Image als familienfreundliches, verantwortungsvolles und nachhaltiges Startup-Center aufbauen, um die Zielgruppe anzusprechen und GründerInnen zu akquirieren. Gleichzeitig ist es wichtig im laufenden Dialog mit den Interessensgruppen zu stehen.

#### Kommunikationsziel 1

60% aller MostviertlerInnen kennen bis 31.12.2022 das FrameWork Wieselburg als nachhaltiges familienfreundliches Startup Center.

Mit dem Ziel Nr. 1 möchte FrameWork Wieselburg alle Privatpersonen und UnternehmerInnen im Mostviertel erreichen (beinhaltet somit unsere Zielgruppe der GründerInnen im Mostviertel), um Mundpropaganda zu generieren und die Bekanntheit und das Image zu steigern. Dies soll über regionale Medien (Bezirksblätter, Tips, NÖN, Mostviertel-TV, Wieselburg TV, Digitale Werbetafeln, Plakate) erfolgen.

Die nachfolgende Abbildung gibt eine Übersicht zum Kommunikationsziel 1.

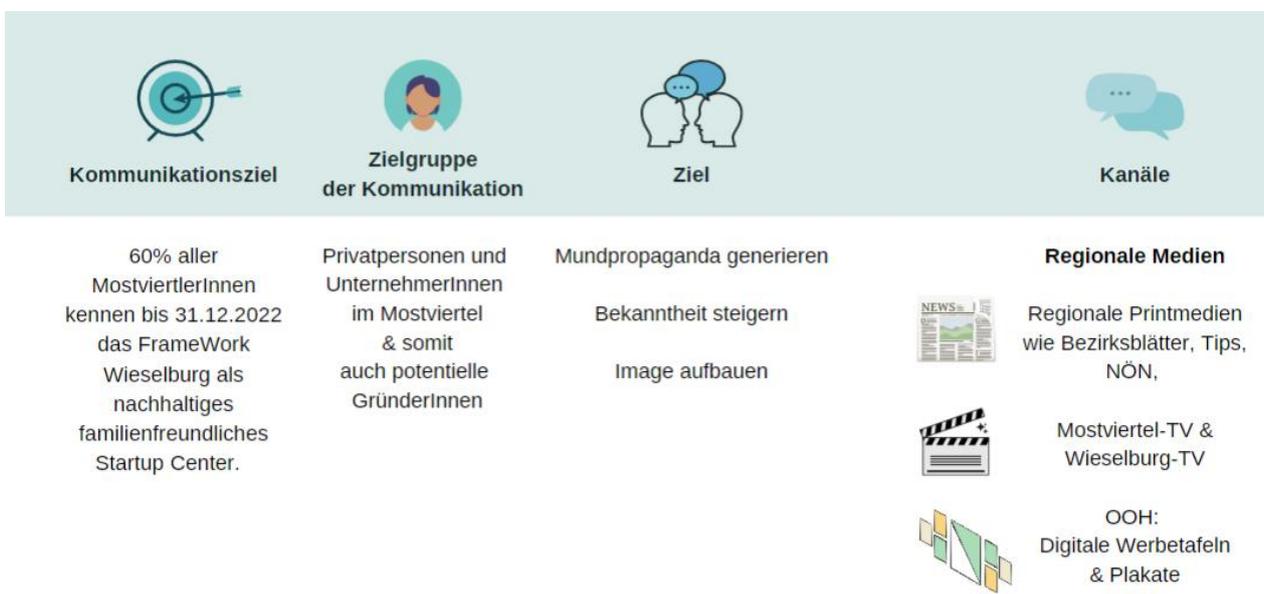


Abbildung 88: Übersicht Kommunikationsziel 1, eigene Darstellung

## Kommunikationsziel 2

Das FrameWork Wieselburg profiliert sich bis 31.12.2023 als familienfreundlichstes Startup Center Österreichs.

Mit dem Ziel Nr. 2 möchte das FrameWork Wieselburg alle GründerInnen und bestehende Startups – mit Familie oder Kinderwunsch, deren Unternehmen in den Bereich „Green Economy & Technology“ fällt, ansprechen. Über die eigene Homepage, LinkedIn, Facebook und Instagram soll das Image gesteigert und der Dialog gefördert werden. Weiters sollen zum Aufbau des Netzwerks und zur Steigerung des sozialen Gemeinwohls Startup Communities mit einbezogen werden, dies wird konkret durch Veranstaltungen gefördert.

Die nachfolgende Abbildung gibt eine Übersicht zum Kommunikationsziel 2.

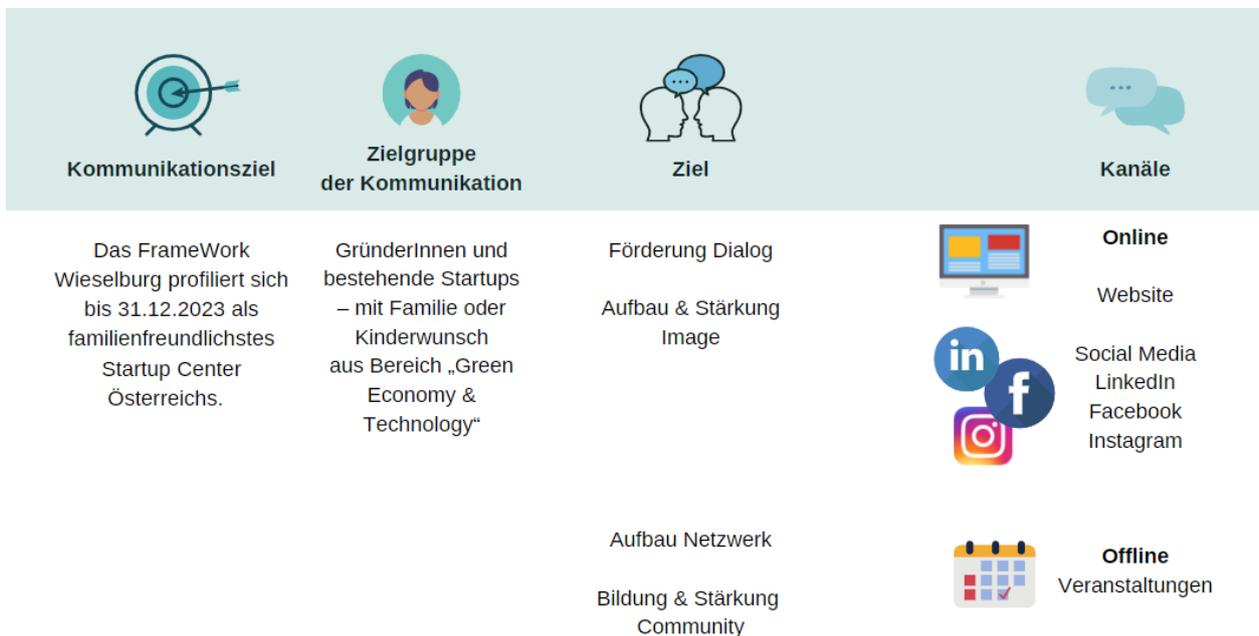


Abbildung 89: Übersicht Kommunikationsziel 2, eigene Darstellung

### Kommunikationsziel 3

Das FrameWork Wieselburg gilt in der jährlichen Zufriedenheitsumfrage als verantwortungsvolles Startup Center und fairer Partner gegenüber seinen Interessensgruppen. (Legitimation, Dialog, Image)

Das FrameWork Wieselburg agiert gegenüber seinen GründerInnen, die sich in der Startup Organisation befinden sowie den KooperationspartnerInnen nach den drei Säulen der Nachhaltigkeit. Durch regelmäßige Veranstaltungen im Haus soll der Dialog gefördert sowie das Image gesteigert und die Legitimation gefestigt werden. Durch die jährliche Zufriedenheitserhebung unter den Stakeholdern wird die Basis zur permanenten Verbesserung des Leistungsangebotes gefördert und das Gemeinschaftsgefühl gestärkt. Durch eine kontinuierlich transparente Kommunikation über die Homepage werden aktuelle Informationen laufend weitergegeben. Die Zufriedenheit wird durch das Vorhandensein einer permanenten Ansprechperson und das bestehende MentorInnenprogramm gesteigert.

Die nachfolgende Abbildung gibt eine Übersicht zum Kommunikationsziel 3.



Abbildung 90: Kommunikationsziel 3, eigene Darstellung

## 13. Zusammenfassung

Im Rahmen der Ausarbeitung für den Projektauftrag, wurden folgende Erkenntnisse für die Startup Organisation „FrameWork Wieselburg“ erlangt:

### **Gründungsmotive**

Das größte Motiv für Österreichs Startup-GründerInnen ist die Möglichkeit ihre eigenen Ideen zu verwirklichen, aber auch der Wunsch nach beruflicher Autonomie ist eine starke Triebfeder. Ein grundlegender Motivationsfaktor ist der finanzielle Erfolg, jedoch folgt dieser mit großem Abstand zu den beiden oben genannten Motiven. Das Durchschnittsalter von GründerInnen lag 2019 bei 39 Jahren.

### **Finanzierung**

Startups sind zumeist in einer sehr frühen Phase auf Fremdkapital angewiesen. Die eigenen Ersparnisse und das Kapital aus Familien,- Freundes,- und Bekanntenkreis reichen meistens nicht aus. Banken sind bei der Vergabe von Krediten aufgrund des Fehlens von Sicherheiten zumeist zurückhaltend. Eine sehr beliebte Finanzierungsart von Startups ist daher die Inanspruchnahme von Risikokapital (auch Wagniskapital genannt).

### **StakeholderInnen**

Die richtigen Stakeholder von Startups zu identifizieren, ist sehr stark von der Branche der Neugründung abhängig und kann nicht pauschaliert werden.

Wieselburg kann aber GründerInnen von „normalen“ Unternehmen grundsätzlich alle nötigen StakeholderInnen aus den verschiedensten Branchen direkt in der Stadtgemeinde Wieselburg bieten.<sup>81</sup>

Aufgrund der Technologie und Forschungseinrichtungen sowie der Fachhochschule Wieselburg, des Josephinums und der größten Bio-Messe des Landes bietet Wieselburg jenen Startups Start-Vorteile, die ihren Schwerpunkt im Bereich der Lebensmittel- und Agrarwirtschaft oder die biologische oder die nachhaltige Entwicklung legen.

Weitere Stärken bietet die ansässige Firma ZKW, welche zu den weltweit führenden Unternehmen in der Lichtforschung gehört und derzeit etwa unter anderem, am autonomen Fahren forscht.

### ***Erfolgsfaktoren internationaler Startup-Ökosysteme***

Die folgenden Kriterien sind zentrale Erfolgsfaktoren für Startup-Ökosysteme:

- Das Finanzierungsvolumen, der Finanzierungszugang in der Frühphase sowie Qualität und Aktivität der InvestorInnen sind wesentlich für ein erfolgreiches Startup-Ökosystem.
- Top gewertete Startup-Ökosysteme weisen zudem auch eine starke Meetup-Szene und eine Vielzahl an Events und Veranstaltungen auf.
- Talente, zu denen Startups in der Frühphase Zugang haben sowie die Startup-Erfahrung im Ökosystem. Dabei ist vor allem die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen und Universitäten im Umfeld der Startup-Ökosysteme ein wichtiger Punkt.
- Die lokale Reichweite des Marktes, Unterstützung durch das politische Umfeld sowie der Zugang zu Kunden in einer frühen Phase, spielen ebenfalls eine wichtige Rolle.

### ***Wettbewerb***

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt gibt es sowohl auf regionaler als auch auf bundesweiter Ebene zahlreiche Initiativen rund um das Thema Startup und Unternehmensgründung. Speziell im näheren Umkreis von Wieselburg gibt es aktuell mit dem Beta-Campus in Waidhofen/Ybbs und dem Quartier A mit der Initiative MakerSpace[A] schnell wachsende Konkurrenz. Umso wichtiger wird es für die neue Startup Organisation in Wieselburg sein, sich von der Konkurrenz abzuheben.

### ***Angebot in Wieselburg***

Wieselburg ist im Allgemeinen eine lebenswerte Stadt, welche durch die Vielzahl an Möglichkeiten wie Arbeitsplatz, Gastronomie, Freizeitmöglichkeiten, Vereinswesen bei

Familien punkten kann. Die Nähe zur Autobahnauffahrt Ybbs kann als positiver Faktor bewertet werden wie auch der Bahnhof im Stadtzentrum. Hier könnte noch an den Bahnverbindungen von bzw. nach Kimmelbach oder Pöchlarn gearbeitet werden, um öffentlich schneller und einfacher von Wien oder Linz nach Wieselburg zu gelangen. Ein großer Pluspunkt von der Stadtgemeinde ist, dass alle NutzerInnen von Elektrofahrzeugen (E-Bikes, E-Scooter und Elektroautos) die Möglichkeit haben, jederzeit ihr Fahrzeug kostenlos mit Ökostrom aufzutanken.

### ***Marktforschung – Erkenntnisse Fokusgruppen Startups & bestehende Unternehmen***

Im Zuge der Erhebung wurden zahlreiche Stärken und Schwächen des Wirtschaftsstandorts Wieselburg in einem Atemzug genannt. Daraus war erkennbar, dass es sich nicht konkret um Schwächen handelt, sondern lediglich um Potentiale, welche aktuell noch nicht in vollem Umfang genutzt werden. Wieselburg bietet eine große Vielfalt an unterschiedlichsten Unternehmen sowie Bildungs- und Forschungseinrichtungen. Die koordinierte Vernetzung und der Austausch innerhalb dieser Interessensgruppen stellen einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die weitere positive Entwicklung des Wirtschaftsstandortes dar. Um den Standort insgesamt für ArbeitnehmerInnen attraktiver zu gestalten, bedarf es einer besseren öffentlichen Anbindung an die Westbahn-Strecke sowie der Steigerung der Attraktivität des Stadtkerns insbesondere für jüngere Bevölkerungsgruppen.

Die klare Positionierung des Startup-Centers bietet die Chance, durch eine eindeutige strategische Richtung und Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals auch das Image der Stadt Wieselburg zu schärfen und dem Standort zu nationaler sowie internationaler Bekanntheit zu verhelfen.

Bezüglich der essentiellen Aspekte für eine Startup-Einrichtung wurden zahlreiche Argumente der Einzelinterviews bestätigt. Community und Netzwerk sowie die Nutzung bestehender Infrastruktur werden als wesentliche Faktoren angesehen. Es bedarf einer zentralen Ansprechperson und eines Koordinators, um bestehende Potential entsprechend auszunutzen und gleichzeitiger Kommunikation der Aktivitäten.

## **Marktforschung – Erkenntnisse aus den Einzelinterviews mit ExpertInnen**

Mit einem Startup-Center in Wieselburg soll ein Nährboden für ein kreatives und innovatives Wirtschaften in der Region in und um Wieselburg geschaffen werden.

### Wesentliche Erfolgsfaktoren sind:

- Positionierung: Überthema festlegen, Kernkompetenzen müssen durch eigenen Mitarbeiter abgedeckt werden
- Symbiose: intensive Kooperation mit regionalen UnternehmerInnen sowie Forschungs- und Bildungseinrichtungen
- Netzwerk und Community: für/mit GründerInnen, ExpertInnen, MentorInnen und UnternehmerInnen
- Team: für Startups sind 3er Teams als Grundgerüst ideal (Entwicklung, tägliches Business, Marketing & Vertrieb)
- Beratung, Vermittlung und Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen: Unterstützung im Bereich Business Planing, Marketing und Finanzierung
- Role Model: erfolgreiche(r) UnternehmerIn repräsentiert das Startup Center nach außen
- MentorInnen
- Work-Life-Balance: angenehme Atmosphäre mit Austauschmöglichkeiten untereinander
- Kreativer Spirit: Ort zum Zusammentreffen, z.B. Co-Working Space
- Technische Infrastruktur: Nutzung bestehender Ressourcen (Räumlichkeiten, Geräte, etc.)

### **Best Practice**

Wieselburg ist gefordert, durch attraktive Veranstaltungen Leben in die Stadt zu bringen und dadurch die Vernetzung sowie die Bekanntheit der lokalen Unternehmen zu fördern. Allgemein müssen Veranstaltungen und Einrichtungen geboten werden, welche zur Verbesserung der Vernetzung der UnternehmerInnen beitragen. Dies kann beispielsweise durch offene Co-Working Spaces mit Gastro-Angeboten oder einer konkreten Förderung

der Zusammenarbeit zwischen jungen und etablierten Unternehmen sowie MentorInnen, InvestorInnen, KooperationspartnerInnen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, etc. erreicht werden. Das Angebot der Stadt muss offen und transparent an alle EinwohnerInnen und UnternehmerInnen kommuniziert werden, um sich der Vielfalt Wieselburgs bewusst zu werden und diese infolgedessen zu nutzen. Ebenso ist es für Wieselburg wichtig sich auch mit weiteren Standorten, Forschungseinrichtungen und Hochschulen zu vernetzen, um Symbiosen zu entwickeln. Im Falle des Standorts Wieselburg würde sich eine Zusammenarbeit mit Großunternehmen der umliegenden Region ebenso anbieten, um gegenseitige Synergien zu erzeugen und voneinander zu profitieren. Im Zuge von Kooperationen könnte die gemeinsame Nutzung von technischer Infrastruktur wie Laboratorien und Geräten forciert werden.

Das Thema autofreies Anreisen bekommt einen immer höheren Stellenwert. Die problemlose öffentliche Anreise zum künftigen Startup-Center muss kostengünstig oder -kostenlos gegeben sein.

Um möglichst viele Startups nach Wieselburg zu locken, muss dies offen für alle sein und die Kontaktaufnahme transparent und einfach gestalten. Auf sozialen Medien muss die Organisation laufend und professionell auftreten, um nicht in Vergessenheit zu geraten.

### ***Wesentliche Faktoren einer Startup Organisation***

Für die erfolgreiche Umsetzung einer Startup Organisation sind daher folgende Faktoren förderlich bzw. entscheidend:

- **Positionierung und Alleinstellungsmerkmal:** Eindeutige Positionierung des Standortes und gleichzeitige Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals des Startup Centers, um sich von MitbewerberInnen deutlich abzuheben und den Anforderungen von GründerInnen zu entsprechen. Die Kooperationsbereitschaft der Unternehmen und der politischen Parteien in der Region nutzen, um gemeinsam an einer Positionierung für Wieselburg zu arbeiten, damit diese dann auch von allen getragen werden kann.
- **Kooperation:** Kompetenzen der Bildungs- und Forschungseinrichtungen bündeln und ausbauen - große Unternehmen der Region und Studierende dabei unterstützen zueinander zu finden, um gemeinsam das Potential bestmöglich ausschöpfen zu können. Eine operative Zusammenarbeit zwischen den ansässigen

Marktteilnehmern forcieren, dauerhafte Partnerschaften fördern und verbindliche Programme erarbeiten (Praktika, Projekte). Im Sog der Megatrends New Work und Sharing Economy sollten Infrastrukturen und Instrumente von/für Unternehmen, KooperationspartnerInnen, Bildungseinrichtungen, etc. geteilt werden.

- **Austausch und Vernetzung:** Schaffung einer Infrastruktur für alle KooperationspartnerInnen (GründerInnen, Unternehmen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, InvestorInnen) um Vernetzung und Austausch zu fördern und die jeweiligen Kompetenzen und technischen Gegebenheiten (Labore, Maschinen, Gerätschaften) für jedermann sichtbar zu machen. Aufbau und Etablierung eines Netzwerkes zur Schaffung einer Community durch aktive Koordination aller StakeholderInnen. Eigene Organisation und Plattform inkl. AnsprechpartnerIn aufbauen, welche sich um Vermarktung, Vernetzung und Austausch kümmert. Zusätzliche Events organisieren und dabei die Messe nutzen. Anlaufstelle für alle Wirtschaftstreibenden in der Region (on- und offline).
- **Standort und Lage:** Nutzung der zentralen Lage Wieselburgs und des daraus resultierenden Potentials durch Entwicklung eines eigenen Mobilitätskonzeptes. Zentrale Lage verstärkt in die Kommunikation aufnehmen um Wieselburg für GründerInnen, InvestorInnen und PartnerInnen noch attraktiver zu machen.
- **Infrastruktur:** Freizeitangebote/Flair verbessern (Veranstaltungen, Gastronomie, Sportstätten), um Vernetzung zu fördern und die StudentInnen und einpendelnde ArbeitnehmerInnen zu motivieren, mehr am Alltagsleben in der Stadt teilzunehmen und damit auch langfristig an Wieselburg zu binden. Unkomplizierte öffentliche Anreise ermöglichen und so die Attraktivität der Stadt grundsätzlich erhöhen.

### **Trends**

Die vier Megatrends New Work, Wissenskultur, Konnektivität und Neo Ökologie nehmen Einfluss auf eine Startup Organisation in Wieselburg. Diese wurden bei der Ausarbeitung der Konzeptrouten berücksichtigt.

## **Marktforschung – Einzelinterviews mit GründerInnen**

Eine zentrale Ansprechperson in der künftigen Startup-Organisation ist zwingend notwendig sowie das Angebot einer fachlichen Beratung für die GründerInnen. Nachhaltigkeit im privaten Leben ist den GründerInnen wichtiger als eine nachhaltige Startup-Einrichtung. Optionen auf Wachstum, eine Bereitstellung eines umfangreichen Netzwerkes sowie eines MentorInnenprogrammes und der Austausch mit anderen Startups sollte gewährleistet werden. Die Verfügbarkeit von Lagermöglichkeiten ist nicht für jedes Startup gleich wichtig. Der Co-Working Space wurde mit einer mittleren Bewertung von 3,0 am unwichtigsten bewertet. Für die GründerInnen ist es von essentieller Bedeutung, dass eigene Räumlichkeiten angeboten werden.

## **Konzeptroute**

Die drei entwickelten Konzeptrouten „Familienfreundliche Gründung“, „Nachhaltigkeit im Fokus“ und „Hipbes und futuristisches Center“ stehen im idealen Einklang mit aktuellen Trends sowie den Gegebenheiten in Wieselburg. Eine kombinierte Konzeptroute mit den Überbegriffen "Green Economy and Green Technology" wurde gebildet, ausgearbeitet und bei bestehenden Startups abgetestet. Wobei die Faktoren Familienfreundlichkeit, Nachhaltigkeit und Innovation ebenso Einzug in die Ausarbeitung fanden. Resultierend aus den weiteren Ausarbeitungen wie der Marktsegmentierung, Zielgruppenanalyse und Positionierung wurde die familienfreundliche, nachhaltige, innovative und digitale Startup-Organisation „FrameWork Wieselburg“ ins Leben gerufen.

In der Umsetzung der Konzeptroute wurde ein dezentraler Ansatz berücksichtigt, um alle bestehenden Ressourcen in Wieselburg zu involvieren. Durch Kooperationen von Gemeinde, privaten EigentümerInnen und dem Campus Wieselburg werden Räumlichkeiten, Geräte, Kompetenzen, E-Mobilität den Startups zur Verfügung gestellt. Das Startup Center bietet eine Küche mit gemütlichem Aufenthaltsraum, ein Verpflegungsangebot für GründerInnen, StudentInnen und EinwohnerInnen sowie kleinere Büros, um Rückzugsmöglichkeiten zu bieten.

Der oder die LeiterIn der Startup Organisation betreut die Startups und sorgt für den laufenden Ausbau des Netzwerkes und die Bekanntmachung der Organisation. Diese Person ist das Gesicht des Startup Centers und stellt ein Allroundtalent in den Bereichen Marketing, BWL und Projektmanagement dar. Ein(e) AnsprechpartnerIn am Front Desk unterstützt die Startups bei der Buchung diverser Ressourcen, empfängt Gäste

sowie Pakete und unterstützt die Leitung. MentorInnen stehen den Startups beratend zur Seite und unterstützen die GründerInnen fachlich sowie mental und binden diese in ihr wertvolles, bestehendes Netzwerk ein

Finanziell werden die Startups durch ein Stufenfördermodell. In Stufe 1 werden Kriterien, entlang der drei Säulen der Nachhaltigkeit – ökologisch, ökonomisch und sozial – definiert. Um die maximale Fördersumme der Stufe 1 (also 50% der Gesamtfördersumme) auszuschöpfen, müssen mindestens 60% der Kriterien erfüllt werden. In Stufe 2 erhalten GründerInnen eine prozentuell gestaffelte Förderung pro Kind – dies unterstreicht die Familienfreundlichkeit der Organisation. Stufe 3 stellt einen Sonderfördertop dar, welcher an besonders innovative Startups vergeben wird.

#### Das Leitbild von FrameWork Wieselburg lautet:

„Wir, das Framework Wieselburg, fördern innovatives, grünes Unternehmertum im Einklang mit einem glücklichen Familienleben, um die Welt für nachfolgende Generationen nachhaltig zu bewahren.“

Die Werte der Startup-Organisation lauten: Diversität, authentisch, familiär, Verantwortung und Weiterentwicklung.

#### Die Ziele des FrameWork Wieselburg bauen auf den drei Säulen der Nachhaltigkeit – ökologisch, sozial und ökonomisch – auf:

- Wir möchten GründerInnen mit nachhaltigen und innovativen Ideen fördern und diese bei der Unternehmensgründung fachlich sowie mental unterstützen.
- Wir möchten nachhaltige Startups bei der Umsetzung ihres grünen Geschäftsmodells unterstützen und ihnen die notwendige Infrastruktur kostengünstig und ressourcenschonend bieten.
- Weiters werden die GründerInnen und Startups mit den notwendigen StakeholderInnen der Region vernetzt, um einen Transfer von Wissen und Ressourcen sicherzustellen. Hierdurch entsteht für die regionalen UnternehmerInnen, EinwohnerInnen sowie GründerInnen ein nachhaltiger Mehrwert und ein miteinander – genauer gesagt, eine große Community wird geschaffen.

Das USP (Unique Selling Point) lautet daher:

*„Wir bieten GründerInnen durch die individuelle Kundenbetreuung das beste Fundament, um die Balance von Familienleben und Unternehmensgründung zu ermöglichen.“*

Das FrameWork Wieselburg fokussiert sich speziell auf Menschen, welche einen Kinderwunsch oder bereits eine eigene Familie haben und bietet die optimalen Rahmenbedingungen und die beste Unterstützung, um Familie und Unternehmertum optimal miteinander vereinbaren zu können. So schafft FrameWork einen Raum für ein innovatives Miteinander und die Community setzt gemeinsam Maßstäbe für eine nachhaltige Zukunft.

Die Dachbotschaften bezogen auf die drei Säulen der Nachhaltigkeit lauten:

- Wir wollen UnternehmerInnen dabei unterstützen, nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln und aufzubauen, welche einen positiven Impact auf unsere Umwelt haben.
- Der Erfolg einer Unternehmung definiert sich bei uns nicht nur durch den Unternehmensgewinn, sondern beinhaltet ebenso die mentale und körperliche Gesundheit der GründerInnen, sowie ein glückliches und erfülltes Familienleben.
- Wir sehen Innovation als Schlüssel für eine bessere und nachhaltigere Zukunft und möchten Startups in den Bereichen Green Technology und Green Economy einen Platz bieten.

Die Zielgruppe der Startup-Organisation sind Eltern und Personen mit Kinderwunsch, StudentInnen und SchülerInnen der Wieselburger Bildungseinrichtungen mit Gründungsidee sowie bestehende Startups der FH Wiener Neustadt, Campus Wieselburg und der Zielregion im Umkreis von etwa 1 Stunde Anfahrtsweg.

In der Kommunikation wird die kreative Leitidee „Wir vereinen grünes Unternehmertum mit harmonischem Familienleben“ umgesetzt. Der gewählte Slogan lautet: *„Frame your work! Mach's dir einfach und gründe jetzt im FrameWork“* sowie als Zusatz: *„– deinem nachhaltigen Startup Center in Wieselburg.“*, welcher zu Beginn aufgrund der noch fehlenden Bekanntheit notwendig ist.

Die Big Idea hinter der kreativen Leitidee stellt die Darstellung alltäglicher Probleme des Unternehmer-Daseins, das heißt die Problematik der Vereinbarkeit von Unternehmertum und Privatleben, dar. Das FrameWork Wieselburg bietet die perfekte Lösung. In der Umsetzung sollen Humor und übertriebene Darstellung als Stilelemente dienen.

Als gewählte Kommunikationskanäle sind online die eigene Website als auch jene der Stadtgemeinde und Fachhochschule, Social Media-Kanäle wie LinkedIn, Instagram und Facebook geplant. Bei den Offline-Kanälen wird speziell auf Veranstaltungen zum Netzwerken bzw. einer Startup Messe in der Messe Wieselburg, sowie auf Printmedien und Out-Of-Home-Werbung wie z.B. Plakate gesetzt.

## 14. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Logo FrameWork Wieselburg, eigene Darstellung.....	5
Abbildung 2: Projektteam ECOsystem, Foto von links nach rechts: Cornelia Pöchhacker, Ingrid Steindl, Daniel Denkmaier, Katja Gruber, Christine Kurz, Mitte: Andreas Gewolf, Thomas Karner; eigene Darstellung.....	11
Abbildung 3: Unternehmensneugründungen in Österreich 1993-2019 .....	17
Abbildung 4: Unternehmensneugründungen 2019 nach Rechtsformen.....	18
Abbildung 5: Unternehmensneugründungen 2019 nach Sparten .....	19
Abbildung 6: Gründungsmotiven nach Prozent.....	22
Abbildung 7: Finanzierungsquellen österreichischer Startups – eigene Abbildung .....	27
Abbildung 8: Höhe Risikokapital, eigene Darstellung.....	32
Abbildung 9: Arten von Finanzierungsmöglichkeiten während verschiedener Phasen – Abbildung original übernommen aus „Angels, VC & Co“ .....	36
Abbildung 10: Österreichische Startups nach Branchen, eigene Darstellung .....	37
Abbildung 11: Anteil F&E Aufwendungen gemessen am Umsatz forschungsintensiver Branchen in Deutschland im Jahr 2017, eigene Darstellung.....	38
Abbildung 12: Startups – Wie Gründer ihren Standort wählen.....	44
Abbildung 13: Tätigkeitsbereich & Leistungsangebot.....	45
Abbildung 14: Distribution of startups worldwide in 2017, by industry.....	53
Abbildung 15: Startup rate of leading economic nations in 2019.....	54
Abbildung 16: Top 30 Global Startup Ecosystems and Runners-up .....	56
Abbildung 17: Countries with more than one top startup ecosystem.....	57
Abbildung 18: London has moved up from #8 in 2012 to #2 in 2020 .....	59
Abbildung 19: Top 10 global meetup cities by number of members in 2018 .....	60
Abbildung 20: Unterstützer der Leader Initiative .....	62
Abbildung 21: Logo der Initiative Gründung findet Stadt .....	64
Abbildung 22: Logo der Firma ECOSPACE .....	65
Abbildung 23: Screenshot Startseite Technopol Wieselburg Land.....	66
Abbildung 24: Der Technopol in Zahlen .....	66
Abbildung 25: Überblick über das Angebot der WKO am Standort Scheibbs .....	67
Abbildung 26: Spaziergang für GründerInnen .....	68
Abbildung 27: Logo beta campus.....	68
Abbildung 28: Grafische Darstellung des beta campus in seiner Endausbaustufe .....	69
Abbildung 29: Screenshot der Übersicht der Leistungen am Standort.....	70
Abbildung 30: Überblick über das Angebot der WKO am Standort Waidhofen/Ybbs; Amstetten.....	70
Abbildung 31: Screenshot der Übersicht der Leistungen am Standort.....	71
Abbildung 32: Logo Quartier A.....	71
Abbildung 33: Überblick über das Angebot der WK am Standort Amstetten.....	72
Abbildung 34: Screenshot Startseite SMARTUP.....	73
Abbildung 35: Screenshot Startseite riz up .....	74
Abbildung 36: Logo Werkstätte Wattens .....	75
Abbildung 37: Programm für Startups .....	76
Abbildung 38: Module für GROWN_UPS .....	77
Abbildung 39: Logo startup300 AG .....	79
Abbildung 40: Screenshot Startseite weXelerate .....	81
Abbildung 41: Screenshot Homepage Inits .....	81

Abbildung 42: Rendering Stadtquartier Wieselburg .....	87
Abbildung 43: Visualisierung der Haupttrends (Eigene Abbildung) .....	129
Abbildung 44: Trendradar, eigene Darstellung.....	136
Abbildung 45: Logo GO! Start-up Zentrum Oldenburg .....	145
Abbildung 46: Logo BlueLion .....	149
Abbildung 47: Logo Startup Incubator Berlin.....	152
Abbildung 48: Logo Technopark Allianz .....	156
Abbildung 49: Mitglieder Technopark ® .....	157
Abbildung 50: zentrale Dienstleistungen .....	160
Abbildung 51: Arbeitsplatz im Technopark.....	161
Abbildung 52: Ergebnis Scoring Best Case Analyse (eigene Darstellung).....	164
Abbildung 53: Konferenzraum,   Abbildung 54: Lagerräume.....	166
Abbildung 55: Collage Familienfreundliche Startup-Organisation; eigene Darstellung - Bilder: lizenzfrei, Quelle: Canva .....	181
Abbildung 56: Collage Nachhaltige Startup-Organisation; eigene Darstellung - Bilder: lizenzfrei, Quelle: Canva .....	183
Abbildung 57: Collage Hippe Startup-Organisation; eigene Darstellung - Bilder: lizenzfrei, Quelle: Canva .....	185
Abbildung 58: Collage Familienfreundliche Startup-Organisation; eigene Darstellung - Bilder: lizenzfrei, Quelle: Canva .....	187
Abbildung 59: Persona 1 - Gründerin, eigene Darstellung .....	191
Abbildung 60: Persona 2 - Startup, eigene Darstellung .....	192
Abbildung 61: 3 Säulen der Nachhaltigkeit, eigene Darstellung.....	195
Abbildung 62: Logo FrameWork Wieselburg; eigene Darstellung .....	197
Abbildung 63: Grundsätze Logo FrameWork, eigene Darstellung .....	197
Abbildung 64: Positioning-Map, eigene Darstellung.....	200
Abbildung 65: Positioning Map regional, eigene Darstellung .....	201
Abbildung 66: Darstellung Ergebnisse Abtestung Konzept - Matrixbefragung, eigene Darstellung.....	209
Abbildung 67: Übersicht Marketing-Mix, eigene Darstellung.....	211
Abbildung 68: Darstellung Stufenmodell Förderkriterien, eigene Darstellung .....	213
Abbildung 69: Räumlichkeiten Framework Wieselburg, eigene Darstellung .....	218
Abbildung 70: Darstellung Fachbereiche MentorInnen, eigene Darstellung.....	222
Abbildung 71: Stakeholder Map, eigene Darstellung .....	224
Abbildung 72: Darstellung kreative Leitidee, eigene Darstellung .....	228
Abbildung 73: Übersicht Kommunikationskanäle, eigene Darstellung .....	230
Abbildung 74: Reichweite sozialer Medien in Österreich im Jahr 2020.....	231
Abbildung 75: LinkedIn-NutzerInnen nach Alter im März 2021 .....	232
Abbildung 76: Startseite Homepage FrameWork, eigene Darstellung .....	233
Abbildung 77: Leitbild und Werte Homepage FrameWork, eigene Darstellung .....	234
Abbildung 78: Ziele Homepage FrameWork, eigene Darstellung.....	234
Abbildung 79: Alleinstellungsmerkmal und Dachbotschaften, eigene Darstellung .....	234
Abbildung 80: Beispiel Ankündigung Events, eigene Darstellung .....	235
Abbildung 81: Beispiel Stellenausschreibung für MitgründerInnen, eigene Darstellung .....	235
Abbildung 82: Beispiel Feed Instagram, eigene Darstellung.....	236
Abbildung 83: Beispiel Social Media Advertising Umsetzung, eigene Darstellung .....	238
Abbildung 84: Reichweite regionaler Wochenzeitungen in Österreich .....	239

Abbildung 85: Beispiele Sujets für Plakate, Aufsteller oder Print, eigene Darstellung..	244
Abbildung 86: Beispielsujet 1 Out-Of-Home, eigene Darstellung.....	245
Abbildung 87: Beispielsujet 2 Out-Of-Home, eigene Darstellung.....	245
Abbildung 88: Übersicht Kommunikationsziel 1, eigene Darstellung.....	246
Abbildung 89: Übersicht Kommunikationsziel 2, eigene Darstellung.....	247
Abbildung 90: Kommunikationsziel 3, eigene Darstellung.....	248

## 15. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Vergleich Definition Startup Phasen.....	15
Tabelle 2: Unternehmensneugründungen 2019 nach Fachgruppen: .....	19
Tabelle 3: Altersklassen von NeugründerInnen (EinzelunternehmerInnen) .....	20
Tabelle 4: F&E intensive Branchen lt. OECD, eigene Darstellung .....	39
Tabelle 5: Kategorien Fokusgruppe, eigene Darstellung .....	105
Tabelle 6: Scoring Prozess New Work, eigene Darstellung .....	133
Tabelle 7: Scoring Prozess Neo Ökologie, eigene Darstellung.....	134
Tabelle 8: Scoring Prozess Konnektivität, eigene Darstellung .....	135
Tabelle 9: Scoring Prozess Wissenskultur, eigene Darstellung .....	135
Tabelle 10: SWOT-Analyse - Stärken, eigene Darstellung .....	172
Tabelle 11: SWOT-Analyse - Schwächen, eigene Darstellung .....	173
Tabelle 12: SWOT-Analyse - Chancen, eigene Darstellung .....	174
Tabelle 13: SWOT-Analyse - Risiken, eigene Darstellung.....	175
Tabelle 14: SWOT-Analyse - zusammenfassende Maßnahmen, eigene Darstellung..	177
Tabelle 15: Corporate Identity FrameWork Wieselburg, eigene Darstellung.....	198
Tabelle 16: Innovationskriterien Quelle, eigene Darstellung .....	216
Tabelle 17: Beispiele für Social Media Ads, eigene Darstellung .....	237