

# „Wer wollen wir sein, was wollen wir erhalten?“

WISTO-Geschäftsführer Jimmy Heinzl spricht im „Krone“-Interview über den hiesigen Standort und erklärt, was die „Marke Vorarlberg“ mit Zusammenhalt zu tun hat.

**H**err Heinzl, Vorarlberg hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2035 der chancenreichste Lebensraum für Kinder zu sein. Der Bund hat gewissermaßen nachgelegt und will unter dem Motto „Chancenreich Österreich“ eine ähnliche Strategie fahren. Eine Realisierung ist logischerweise nur unter Einbindung der Wirtschaft möglich. Aus diesem Grund war Anfang November auch Wirtschaftsministerin Margarete Schramböck in Vorarlberg. Worum ging es konkret?

Im Mittelpunkt standen Fragen zum Erhalt und weiteren Ausbau der Standortqualität. Schlussendlich geht es immer um Wettbewerb. Österreich erholt sich gerade von der Corona-Krise und ist derzeit gut aufgestellt. Doch es muss alles darangesetzt werden, dass wir auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben. Das Konzept für „Chancenreich Österreich“ soll bis zum Frühjahr finalisiert sein. Für uns ist dabei entscheidend, auch als kleines Bundesland Gehör zu finden und einen Beitrag zu leisten. Nicht zuletzt deshalb war es wichtig, dass beim Besuch der Ministerin die richtigen Personen dabei waren und ihre Interessen und Ideen formuliert haben. Das Teilnehmerfeld war bunt gemischt, mit Vertretern aus den unterschiedlichsten Bereichen.

**Die Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH beschäftigt sich täglich mit dem Thema Standort. Zudem habt Ihr Euch neu ausgerichtet und seid nun eine „Standortagentur“. Was kann man sich darunter vorstellen?**

Die WISTO wurde vor 25 Jahren als reine Betriebsan-



CHRISTIANE MÄHR

siedlungsagentur gegründet. In den vergangenen zwei Jahrzehnten sind sukzessive Geschäftsfelder dazugekommen. Dass die Ansiedlung neuer Betriebe heute fast kein Thema mehr ist, hat vor allem damit zu tun, dass sich die Betriebe am Standort überaus positiv entwickeln und folglich selbst entsprechende Erweiterungsmöglichkeiten benötigen. Unser Fokus liegt nunmehr darauf, bestehende Betriebe bei Innovationsvorhaben und deren Realisierung zu unterstützen. Innovativ zu sein ist das Gebot der Stunde – für jedes Unternehmen. Neue Entwicklungen müssen allerdings am Markt erfolgreich sein, und hier unterstützen wir heimische Betriebe mit unterschiedlichen Maßnahmen – von der Beratung bezüglich der Fördermöglichkeiten über Patent- und Technologierecherche bis hin zur Bereitstellung eines weitreichenden Netzwerkes. Unser Ziel ist es, die Innovationsdynamik zu forcieren, denn ein hoher Grad an Innovation bedeutet hoher Wohlstand.

**Womit wir wieder beim chancenreichsten Lebensraum für Kinder wären. . .**

Ja. Dabei geht es um Fragen wie: Was müssen wir tun, um auch in Zukunft er-



WISTO-Geschäftsführer Jimmy Heinzl im Gespräch mit „Krone Vorarlberg“-Mitarbeiterin Christiane Mähr.

folgreich zu sein? Was braucht es, um die Standortqualität stetig zu verbessern? Wer muss welche Maßnahmen setzen? Und das alles für eine positive Zukunft für unsere Kinder. Es geht um Bildung und die Bekämpfung des Fachkräftemangels, wobei wir mittlerweile auch mit einem generellen Arbeitskräftemangel zu kämpfen haben. Mit gezielten Maßnahmen – gerade im Bildungsbereich – kann gegengesteuert werden.

**Welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang die „Marke Vorarlberg“?**

Eine sehr große. Seit unserer Neuausrichtung sind wir auch die markenführende Organisation und

somit federführend für die „Marke Vorarlberg“ verantwortlich. Das war übrigens gar nicht so einfach, zumal wir ja keine klassische Marketing- bzw. Kreativagentur sind. Trotzdem haben wir die Markenführung inne. Es war also durchaus interessant, dass man uns diese Aufgabe „gestattet“ hat. Entscheidend war, zu definieren, was die Marke Vorarlberg bewirken möchte.

**Und das wäre?**

Die „Marke Vorarlberg“ wirkt mehr nach innen als nach außen. Sie soll Identität stiften – unter der Bevölkerung, unter den Betrieben, unter den Regionen. Die Frage ist: Wer wollen wir sein? Und was wollen wir er-



Jimmy Heinzl erhofft sich von der „Marke Vorarlberg“, dass sie Identität stiften und den Zusammenhalt im Land stärken wird. Die „Marke Vorarlberg“ soll also vor allem nach innen wirken.

Fotos: Mathis Fotografie

halten? So ist beispielsweise die Vorarlberger Mischung aus urbanen und ländlichen Regionen etwas Besonderes. Dass die Urbanisierung nicht nur Vorteile hat, liegt auf der Hand. In urbanen Regionen nimmt etwa der Grad der Anonymisierung stetig zu, während die Bedeutung von Ehrenamt und Vereinswesen abnimmt. Hier muss gegengesteuert werden, denn die Standortqualität hängt nicht nur von innovativen Unternehmen und einer hohen Leistungsbereitschaft ab. Es braucht auch den sozialen Zusammenhalt. Bei der Marke Vorarlberg geht es um genau diese Werte und Werthaltungen. Das sind die Bau-

steine, um tatsächlich zum chancenreichsten Lebensraum für Kinder zu werden.

**Sie sprechen von sozialem Zusammenhalt, während gerade eine massive Spaltung durch die Gesellschaft geht.**

Die Unterschiede zwischen Menschen, die besser verdienen, besser ausgebildet sind und generell mehr Lebensqualität haben, und jenen, die schlechter verdienen, eine niedrigere Schulbildung aufweisen, häufiger arbeitslos sind, nehmen zu – leider auch bei uns. Daher war und ist uns Chancengerechtigkeit so wichtig. Im Zuge des Markenprozesses hat ein völlig heterogenes Team aus 35 Menschen zahlreiche Ideen regelrecht

„erstritten“. Ein Resultat ist das Projekt „Vorarlberg lässt kein Kind zurück“. Dieses zielt darauf ab, jedem Kind die Möglichkeit zu geben, seine Talente zu entwickeln, damit es sich sowohl als Individuum wie als Teil der Gesellschaft erleben kann. Zugegeben, das ist alles andere als leicht. Umso wichtiger ist es, konsequent zu handeln – da werden sich alle anstrengen müssen. Einmal mehr besteht unsere Aufgabe darin, neue Ideen zu forcieren, Interessen zu bündeln, Netzwerke zu stärken. Nur so können der Standort Vorarlberg gestärkt und die Lebensqualität verbessert werden – und zwar zum Wohle aller.

## ZUR PERSON

Jimmy Heinzl ist seit 2010 Geschäftsführer der Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH in Dornbirn. Zusammen mit einem 15-köpfigen Team betreut die WISTO, die vom Land Vorarlberg, der Wirtschaftskammer Vorarlberg und der Hypo Vorarlberg finanziert wird, jährlich bis zu 300 Unternehmen kostenfrei mit dem Ziel, die Innovations- und Wirtschaftsdynamik sowie Standortattraktivität in Vorarlberg zu stärken.

Informationen unter:  
[www.wisto.at](http://www.wisto.at)