



Die Betriebsansiedlung Aspern IQ ist noch im Entstehen – und wird als „grüner“ Bau mehr Energie erzeugen, als sie benötigt.

[ATP Architekten Ingenieure]

Wenn mehrere einander ergänzen

Technologiezentren. Forschen, produzieren, organisieren, werben – und gemeinsam ein kleines Abbild einer Branche liefern. Das können Hightechansiedlungen – ein passendes Konzept vorausgesetzt.

VON PETER MARTENS

— Eigentlich sehen Technologieparks aus wie andere moderne Bürogebäude auch: eine Fassade aus Beton, Stahl und Glas, innen moderne Haustechnik und flexible Grundrisse. Doch in Technologieparks finden sich neben Büros auch Labors, Werkstätten, Lagerräume, Konferenzzimmer und bisweilen sogar Hörsäle. Unter einem Dach oder auf mehrere benachbarte Gebäude verteilt sind sie wie eine eigene kleine Stadt: Eine eng vernetzte, in sich geschlossene und trotzdem nach allen Richtungen offene Ansammlung von Firmen, die forschen, produzieren, organisieren, werben und gemeinsam so etwas wie die Abbildung einer ganzen Branche im Kleinen darstellen. Darüber hinaus sind die ansässigen Firmen meist in einem Bereich mit hohem Zukunftspotenzial tätig, etwa in der Informations-, Umwelt-, Bio- oder Nanotechnologie.

Treffen all diese Voraussetzungen zu, macht das diese Zentren als Standort reizvoll für eine Stadt – wie auch für die Mieter. Ist ein Technologiepark erfolgreich, bringt er hoch qualifizierte Arbeitsplätze mit sich und zieht weitere Firmen an. Im Idealfall entsteht ein positiver Sog.

Netzwerke mit Profit

Neben der Technik vor Ort sei die Zusammensetzung der Firmen ein entscheidendes Kriterium, erklärt Michael Zöchling, Geschäftsführer von BAR Immobilien, die das BioScience Vienna an der Universität für Bodenkultur (Boku) und das Tech Gate Vienna in der Donau City betreuen. Das Ziel seien Netzwerke, von denen die beteiligten Firmen direkt profitieren. „Forscher und Hersteller arbeiten direkt nebeneinander und entwickeln eine Gemeinschaft, die sonst nicht funktionieren würde.“ Im Mittelpunkt stehe üblicherweise ein starkes Forschungsunternehmen, um das herum weitere Entwickler, Spin-offs und Hersteller platziert seien, so Zöchling. Beim BioScience übernimmt diese Rolle das Biotech-Institut der

Boku und beim Tech Gate Vienna das Austrian Institute of Technology, die größte außeruniversitäre Einrichtung Österreichs.

Der Haken daran: Bis man einen Technologiepark als Erfolg bezeichnen kann, vergehen drei bis vier Jahre. Und keineswegs jedes Projekt wird ein Erfolg. „70 Prozent der Zentren sind im engeren Sinne keine Technologieparks“, sagt Thomas Jakoubek. „Viele werden einfach wahllos mit Firmen gefüllt, weil ein leeres Zentrum noch schlechter aussieht als eines ohne Konzept.“ Jakoubek war für den Bund jahrelang österreichweit mit der Gründung und Organisation von Technologieparks befasst. Heute ist er Geschäftsführer der Tech Gate Vienna Wissenschafts- und Technologiepark GmbH, der Trägergesellschaft hinter dem Tech Gate sowie Vorstand der WED Wiener Entwicklungsgesellschaft für den Donauraum.

Das ist Wiens größter Wissenschafts- und Technologiepark. 2005 wurde der zweite Bauteil, ein 75 Meter hoher Turm, fertiggestellt, die vermietbare Fläche beläuft sich heute auf rund 28.000 Quadratmeter. Typische Kennzeichen eines Technologieparks sind die Laboreinrichtungen mit einer Fläche von rund 2000 Quadratmetern, dagegen bilden die vielen Veranstaltungsräume eine Besonderheit: Das Tech Gate verfügt über Ausstellungs-, Konferenzräume und einen Hörsaal mit 300 Sitzplätzen. Mit bis zu 250 Veranstaltungen pro Jahr ist das Zentrum gut besucht. Aber das Entscheidende sind die rund 60 ansässigen Betriebe, vor allem aus der Informations- und Telekommunikationsbranche.

Cluster bilden

Doch was unterscheidet ein herausragendes von einem gewöhnlichen Technologiezentrum? Man muss sich um die Zusammensetzung der Mieter – zumindest am Anfang – aktiv kümmern. „Die Aufgabe ist, Firmen zusammenzubringen, die nicht in einem Konkurrenzverhältnis stehen, sondern zueinander passen, sich ergänzen und Cluster bilden“, so Jakoubek. Dabei sei ebenfalls sehr wichtig, dass einzelne Geschäftspartner menschlich miteinander können: „Ein Hersteller braucht jemanden, der ein gutes Produkt entwickelt. Und ein Entwickler braucht jemanden, der weiß, wie man das Produkt mit Gewinn auf den Markt bringt.“ Deswegen sei es so wichtig, wer genau sich hier ansiedelt. Es geht darum, die Entwicklungsphasen zu verkürzen, und ebenso darum, die Lücke zwischen Entwicklung und Umsetzung zu verringern.

Beim Technologiepark Aspern IQ werden diese Fragen erst ab Mitte 2012 relevant – derzeit ist das Leuchtturmprojekt des neuen Stadtteils noch in Bau. Für rund 15 Millionen Euro entsteht gerade Bauteil I, der eine vermietbare Nutzfläche von 6660 Quadratmeter haben wird, kofinanziert von der EU und dem Infrastrukturministerium. Als

„Magnet“ für Firmen fungiert künftig die TU Wien, die hier forschen wird, so Gregor Rauhs von der Wirtschaftsagentur Wien, die das Projekt entwickelt. Eine Besonderheit ist der Fokus auf Umwelttechnologien, eine andere die Zielgruppe: „Was es derzeit auf dem Markt nicht gibt, sind Angebote für Kleinunternehmen mit fünf bis zehn Mitarbeitern. Genau an sie richten wir uns.“ Derzeit laufen Verhandlungsgespräche, den

Quadratmeterpreis beziffert Rauhs mit elf bis zwölf Euro. Passend zu den künftigen Mietern ist auch das Gebäude selbst angelegt: „Aspern IQ ist das erste Plus-Energie-Bürogebäude in Österreich“, erklärt Horst Reiner, Geschäftsführer des Architekturbüros ATP in Wien, das die Umsetzung übernimmt. Das Haus wird mit Solarenergie, Fotovoltaik und einer eigenen Windenergieanlage mehr Energie erzeugen, als es benötigt.

Auf einen Blick

Technologieparks sind mehr als Bürozentren. Sie sind wie eine **kleine Stadt in der Stadt**, mit Laboren, Lagerräumen, vernetzten Entwicklern und Produzenten, die unter einem Dach viel mehr erreichen können als allein. Vor allem anfangs muss man sich aktiv um die optimale **Zusammensetzung der Mieter** kümmern, damit ein Zentrum erfolgreich wird.

Impressum: Immobilienmarkt Wien

Redaktion: Nikola Gumhold
T 01/51414-303; Katharina Glatz, DW -620
E-Mail: nikola.gumhold@diepresse.com
Anzeigen: Peter Syrch, DW -332,
E-Mail: peter.syrch@diepresse.com