

AUSTRIAN UNIVERSITY

**FEMALE**  
**FOUNDERS**

REPORT

**2016**

## Abstract

Wo sehen Frauen, die bereits erfolgreich gegründet haben, die größten Hürden ihrer unternehmerischen Karriere? Welche Unterstützung wünschen sich Frauen, deren Unternehmen noch in der Planungsphase stehen? Und welche Rolle können Österreichs Universitäten dabei spielen?

200 Frauen, die entweder bereits ein Unternehmen gegründet haben oder planen, in naher Zukunft zu gründen, haben diese und weitere Fragen im Rahmen der vorliegenden Studie beantwortet. Der Austrian University Female Founders Report möchte damit einen Beitrag zur Identifikation von Schlüsselfaktoren für die Unterstützung leisten. Mit ihrem Fokus auf sowohl etablierte als auch auf zukünftige Gründerinnen leistet die Studie zweierlei: sie reicht in die aktive Community und dabei vor allem in jene Zielgruppe hinein, die später von diesen Maßnahmen profitieren soll, und sie zeigt praxisrelevante Handlungsfelder auf, weil sie einen Vergleich von erwünschter und rückblickend als relevant empfundener Unterstützung ermöglicht.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten vor allem in drei Bereichen Handlungsbedarf sehen, um eine unternehmerische Laufbahn für Frauen attraktiver zu machen und den Weg von der ersten Idee zur erfolgreichen Gründung zu beschleunigen:

- Verstärkte Vermittlung von Know-how hinsichtlich betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Grundlagen
- Stärkung von Soft Skills wie z.B. Verhandlungs- und Präsentationstechnik
- Vernetzung und gegenseitige Unterstützung von Gründerinnen

Darüber hinaus zeigen die im Rahmen der Studie identifizierten wahrgenommenen Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Gründer\_innen, dass es weiterer Anstrengungen von öffentlicher und privater Seite benötigt, um die Attraktivität der Karriereoption „eigene Gründung“ für Frauen zu erhöhen. Neben dem Wunsch nach stärkerer Vernetzung innerhalb der (weiblichen) Gründungszene stellt auch die Vereinbarkeit von Familie und Gründung ein wichtiges Thema dar.

Österreichs Universitäten werden von den Befragten als wichtige Stakeholder im Start-up-Ökosystem wahrgenommen, wobei sich vor allem jene Frauen, die erst in Zukunft gründen wollen, konkrete Hilfestellung im Sinne von Unterstützung und Beratung von der ersten Idee bis zur Gründung sowie aus praxisorientierten Lehrinhalten erhoffen.

## Methoden

Die vorliegende Studie wurde vom Wissenstransferzentrum Ost (WTZ Ost) im Rahmen eines Schwerpunktprojekts zum Thema Female Entrepreneurship initiiert. Das WTZ Ost ist ein Zusammenschluss der öffentlich finanzierten Universitäten Wiens mit dem Ziel, die Potentiale der universitären Forschung für Wirtschaft und Gesellschaft sichtbar und nutzbar zu machen. Mitarbeiterinnen der Wirtschaftsuniversität Wien (Projektleitung), der Universität für angewandte Kunst Wien und der Universität Wien waren im vorliegenden Projekt federführend beteiligt.

Die standardisierte Befragung von 200 Frauen aus der österreichischen Gründungsszene baut auf Erkenntnissen aus qualitativen Interviews, Literaturrecherche und einem Innovationsworkshop, bei dem Wissenschaftlerinnen, Studentinnen, Gründerinnen und Stakeholder aus dem Start-up-Ökosystem konkrete Unterstützungsmaßnahmen für (angehende) Unternehmerinnen erarbeitet haben, auf.

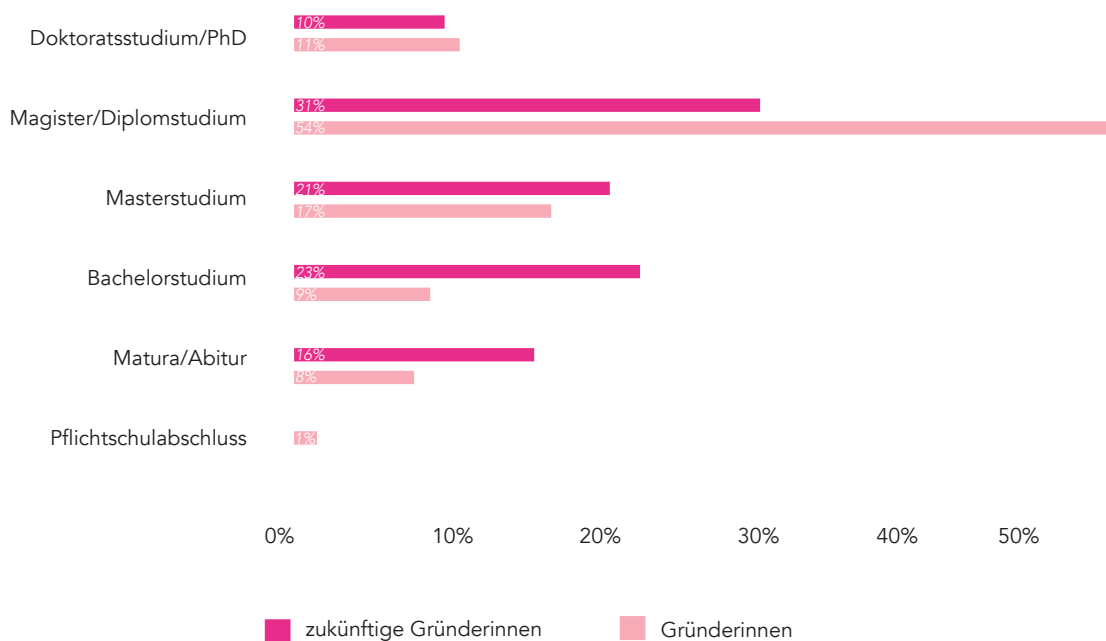
Die Befragung wurde von Mitte Jänner bis Mitte März 2016 mittels Online-Survey durchgeführt. Die Teilnehmerinnen wurden über die Kanäle der am WTZ Ost beteiligten Universitäten sowie der relevanten Stakeholder kontaktiert. Der Fragebogen bestand aus offenen und geschlossenen Fragen sowie einem Abschnitt zur Demographie. Die offenen Fragen wurden einer qualitativen Analyse unterzogen und im Anschluss kategorisiert, um Aussagen über Häufigkeitsverteilungen machen zu können. Die Auswertung der Daten und die Dokumentation der Ergebnisse erfolgten im August 2016 durch Esther Greussing vom Wiener Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

## Wer sind die befragten Frauen?

Insgesamt haben 85 Frauen, die bereits ein Unternehmen gegründet haben und 115 Frauen, die den Wunsch haben, in naher Zukunft ein Unternehmen zu gründen, an der Befragung teilgenommen. Nahezu die Hälfte (49%) der Frauen, die bereits gegründet haben, sind älter als 36 Jahre. Demgegenüber sind die befragten Frauen, die erst gründen wollen, Großteils jünger als 36 (80%) und mehr als die Hälfte (55%) jünger als 31 Jahre.

Beide Gruppen haben in der überwiegenden Mehrheit einen akademischen Hintergrund. Bei Frauen, die bereits gegründet haben, verfügen 91% über einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss. Bei den angehenden Gründerinnen haben bereits 84% ein Hochschulstudium abgeschlossen.

## Was ist deine höchste abgeschlossene Ausbildung?



## Wer sind die befragten Frauen?

Die am häufigsten genannten Ausbildungsstätten sind in beiden Gruppen die Universität Wien (26% der Gründerinnen bzw. 28% der Frauen, die vorhaben, ein Unternehmen zu gründen), die Universität für angewandte Kunst Wien (14% bzw. 11%) und die Wirtschaftsuniversität Wien (9% bzw. 12%). Die Befragung erreichte aber auch Frauen außerhalb von Wien. 41% der befragten Gründerinnen und 33% der befragten zukünftigen Gründerinnen haben ein Studium an einer Hochschule außerhalb von Wien abgeschlossen oder studieren aktuell noch dort.

Inhaltlich verorten sich die meisten Gründerinnen in den Bereichen Kunst (42%), Wirtschaftswissenschaften (32%) und Geisteswissenschaften (24%), gefolgt von Technik (18%), Sozialwissenschaften (16%), Naturwissenschaften und Recht (jeweils 5%) sowie Medizin (1%). Die Ausbildungsschwerpunkte der angehenden Gründerinnen liegen in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften (38%), Kunst (29%) und Geisteswissenschaften (22%), gefolgt von Sozialwissenschaften (17%), Technik (13%), Naturwissenschaften (11%) und Recht (3%).

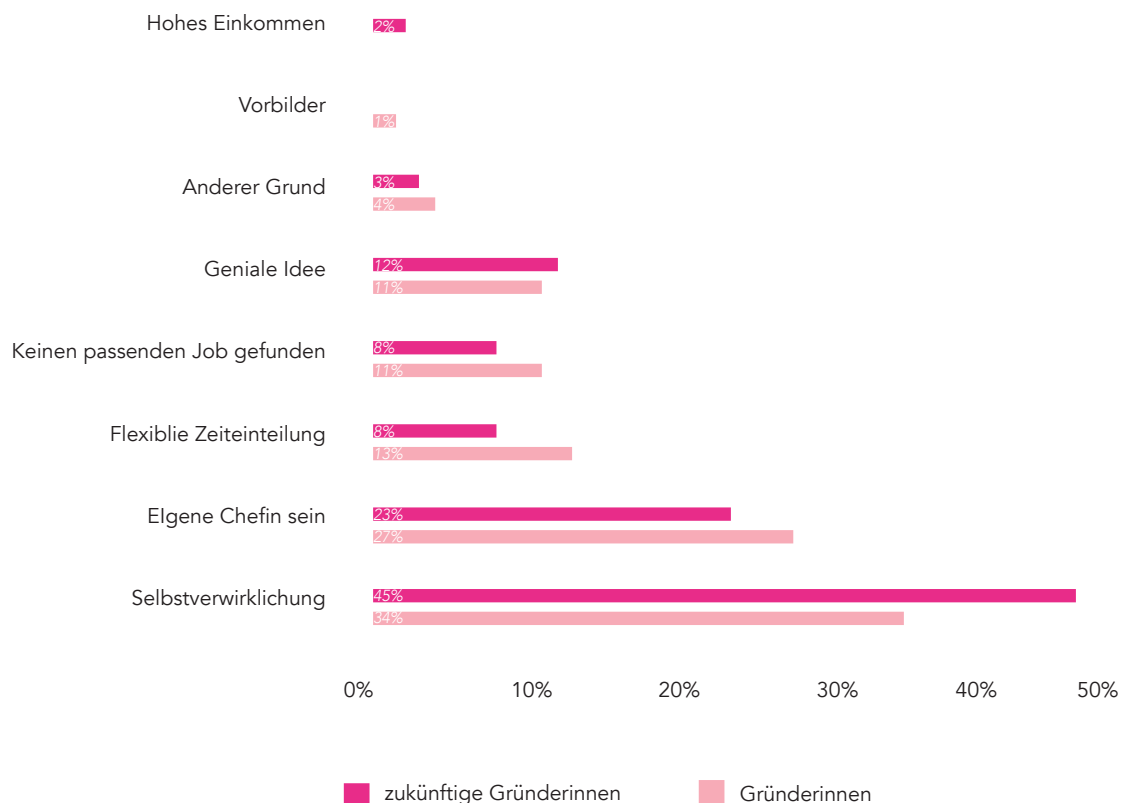
Entsprechend dieser Verortung sind die Befragten Gründerinnen mit ihren Unternehmen vor allem in den Bereichen Kunst & Kultur (19%), Medien- & Kreativwirtschaft (18%), Consulting & Agentur (17%) sowie Marketing & PR (13%) tätig. Die zukünftigen Gründerinnen streben ihre Unternehmensgründungen vorrangig in den Bereichen Kunst & Kultur (18%), Consulting & Agentur (12%) sowie in der Medien- & Kreativwirtschaft (10%) an.

## Was motiviert die befragten Frauen?

Die Antworten auf die Frage der Motivation zur Gründung zeigen, dass Unternehmerintum bei beiden Gruppen vor allem mit Selbstverwirklichung (34% bzw. 45%) und der Möglichkeit, die eigene Chefin zu sein (27% bzw. 23%), verknüpft ist.

An dritter Stelle steht bei Frauen, die bereits gegründet haben, die flexible Zeiteinteilung (13%). Dieser Aspekt ist bei Frauen, die erst gründen wollen, weniger stark ausgeprägt (8%) und wird von dem Willen, die eigene geniale Idee umzusetzen (12%), überlagert. Fehlende Angebote auf dem Arbeitsmarkt (11% bzw. 8%), Vorbilder (1% bzw. 0%) oder die Aussicht auf ein hohes Einkommen (0% bzw. 2%), sind in beiden Gruppen keine starken Motivatoren zur Unternehmensgründung.

## Was war der ausschlaggebende Grund zur Gründung bzw. warum möchtest du ein Unternehmen gründen?



## Von der Idee zur Gründung

Von der ersten Idee, ein Unternehmen zu gründen, bis zur tatsächlichen Umsetzung dauerte es bei den Gründerinnen oftmals lange. 30% geben an, dass diese Phase zwischen sechs und 12 Monate in Anspruch genommen hat, weitere 36% nennen Zeiträume von mehr als einem Jahr. Bei 26% ging die Gründung rascher voran, sie haben ihr Unternehmen innerhalb von drei Monaten gestartet. Das entspricht auch den Angaben der Frauen, die vorhaben ihre Idee in die Tat umzusetzen: 73% arbeiten bereits länger als ein halbes Jahr an ihrer Idee.

Beim Thema „Team“ gehen die Erfahrungen der Gründerinnen und die Pläne der zukünftigen Gründerinnen hingegen auseinander: 78% der Frauen, die bereits gegründet haben, starteten als Ein-Personen-Unternehmen. Im Laufe der Zeit hat sich die Größe der Teams nur wenig verändert, denn noch immer arbeiten 72% der Gründerinnen alleine. Nur in 4 Fällen ist das Unternehmen mittlerweile auf über 5 Mitarbeiter\_innen gewachsen. Die Mehrheit der Frauen, die motiviert sind, ein Unternehmen zu gründen, will dies jedoch unbedingt im Team machen (59%) und ist dabei insbesondere im Freund\_innenkreis auf der Suche nach Teammitgliedern (53%).

## Welche Skills haben die Gründerinnen und wo wünschen sie sich mehr Unterstützung?

Aus Sicht der befragten Gründerinnen waren insbesondere Mut, Motivation, Kommunikations-Skills und die Fähigkeit, Netzwerke aufzubauen und zu pflegen, besonders hilfreich bei der Unternehmensgründung – diese Skills werden jeweils von mehr als der Hälfte der Befragten genannt.

Die Gründerinnen gaben rückblickend jedoch an, sie hätten sich in folgenden Bereichen mehr Kenntnisse und Unterstützung gewünscht:

- Betriebswirtschaftliches und rechtliches Know-how, insbesondere zu Rechnungswesen, Kostenrechnung, Finanzierung und Unternehmensstrategie sowie zu Regelungen bei Steuern und Sozialversicherung (von 29% der Befragten als offene Antwort genannt)
- Kommunikationsfähigkeit und Verhandlungssicherheit bzw. Selbstvertrauen, Zuversicht und Mut (von 12% bzw. 16% der Befragten als offene Antwort genannt)
- Vernetzung und Erfahrungsaustausch in der Community, z. B. in Form eines Mentoring- oder Coaching-Programms mit erfolgreichen Unternehmer\_innen (von 15% der Befragten als offene Antwort genannt)

Lediglich 6% (5 Personen) geben an, für den Start ins Unternehmerintum gut gerüstet gewesen zu sein und keine zusätzlichen Skills benötigt zu haben.

Die ex-post Wünsche der Gründerinnen decken sich mit den Erwartungen der Frauen, die erst in Zukunft gründen wollen. Die Fähigkeiten und Kenntnisse, die für eine erfolgreiche Unternehmensgründung als unbedingt notwendig empfunden werden, umfassen dieselben drei Bereiche, die auch von den Frauen, die bereits gegründet haben, als wichtige Handlungsfelder angegeben wurden:

- Betriebswirtschaftliches und rechtliches Know-how (von 46% der Befragten genannt)
- Kommunikationsfähigkeit und Verhandlungssicherheit bzw. Selbstvertrauen, Zuversicht und Mut (von 17% bzw. 30% der Befragten genannt)
- Vernetzung und Erfahrungsaustausch in der Community (von 20% der Befragten genannt)



### Welche Skills haben die Gründerinnen und wo wünschen sie sich mehr Unterstützung?

Die größte Hürde sehen 59% der befragten zukünftigen Gründerinnen derzeit in den noch fehlenden finanziellen Mitteln (v. a. wenn sie in den Bereichen Kunst & Kultur oder Bildung gründen wollen). 45% führen außerdem fehlenden Mut sowie das Gefühl, noch zu wenig Know-how oder Erfahrung mitzubringen (35% bzw. 32% der Befragten), als Hindernisse für die Gründung an.

Rückblickend führen die Gründerinnen an, durch die Gründung an Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen (24%) gewonnen zu haben und sich durch das „Tun“ das notwendige Know-how zur Unternehmensgründung (19%) und Durchhaltevermögen (15%) angeeignet zu haben. Diese Erfahrungen stehen den zukünftigen Gründerinnen noch bevor, und decken sich demnach mit den von ihnen angegebenen Ängsten: 42% der Frauen, die vorhaben ein Unternehmen zu gründen, fürchten die finanzielle Unsicherheit. 30% haben Angst vor der Überforderung und fehlender Ausdauer im Gründungsprozess, und 11% befürchten, dass kein Interesse am Produkt oder der Dienstleistung bestehen könnte.

## Gender Gap – gründen Männer öfter, schneller und besser?

Die Frauen, welche bereits ein Unternehmen gegründet haben, wurden auch nach der Einschätzung befragt, welche Unterschiede sie zwischen männlichen und weiblichen Gründern wahrnehmen. 48 der 85 befragten Frauen gaben an, dass sie Unterschiede zwischen Männern und Frauen in der Gründungsszene bemerken. 56% davon berichten, Männer würden selbstbewusster auftreten, wären entschlossfreudiger und risikobereiter; weitere 19% hielten fest, dass Männern schneller eine Chance gegeben würde und Frauen stärker um Unterstützung (z. B. von Investor\_innen) kämpfen müssten.

Der geringe Frauenanteil in der Gründungsszene wird von der Mehrheit der befragten 85 Gründerinnen (65%) auf gesellschaftliche und kulturelle Faktoren zurückgeführt. Ihre Antworten auf die offenen Fragen verdeutlichen, dass Entrepreneurship auch im Jahr 2016 noch männlich konnotiert sei, weshalb es Bewusstseinsbildung bei Männern UND Frauen brauche, um traditionelle Rollenbilder und Sozialisationsmuster aufzubrechen und gleiche Bedingungen für alle zu schaffen. Die befragten Frauen regten deshalb beispielsweise an, bereits ab Beginn der Schullaufbahn den Gründerinnengeist und unternehmerische Skills aktiv zu fördern, insbesondere in technologie- und naturwissenschaftlich orientierten Branchen und indem weibliche Role Models vor den Vorhang geholt werden.

Als weiteren wichtigen Grund für den geringen Anteil an weiblichen Start-up-Gründerinnen führen die 85 Befragten die Angst vor Ungewissheit und finanzieller Unsicherheit an: diese Aspekte werden in 44% der offenen Antworten genannt. Regelmäßiger Erfahrungsaustausch unter Frauen in spezifischen Netzwerken, Workshops, Dialoggruppen oder Mentoring-Programmen könnten 22 Befragten (26%) zufolge dazu beitragen, mehr Frauen für eine unternehmerische Laufbahn zu begeistern – unter anderem, weil dadurch Ängste und Unsicherheiten abgebaut sowie Selbstsicherheit und Motivation gewonnen würden. Weibliche Role Models nähmen auch hier eine wichtige Funktion ein.

Langfristig bestehe aus Sicht der befragten Frauen Verbesserungsbedarf bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, vor allem im Hinblick auf Versicherungsschutz, Kinderbetreuung und dem Wiedereinstieg nach der Geburt. 39% der Befragten weisen in ihren offenen Antworten darauf hin, dass es in diesen Bereichen nachhaltige Veränderungen der Rahmenbedingungen brauche, um sich problemlos für beides, die Gründung einer Familie und eines Unternehmens, entscheiden zu können.

## Welche Rolle spielen Servicestellen, Netzwerke und Universitäten für Frauen?

Die große Bedeutung des – sowohl privaten als auch geschäftlichen – Netzwerks zeigt sich bei der Frage nach der wichtigsten Unterstützung beim Start des Unternehmens: Familie, Freund\_innen und die Erfahrungen anderer Unternehmer\_innen führen die Antwortliste bei der Gruppe der Gründerinnen an, gefolgt von ausreichend finanziellen Ressourcen. Die Möglichkeit, in den ersten Phasen der Gründung von erfolgreichen Unternehmer\_innen begleitet zu werden und von deren Erfahrungen zu profitieren, ist auch den befragten Frauen, die in Zukunft ein Unternehmen gründen wollen, ein wichtiges Anliegen: 29% äußerten diesen Wunsch. Der Zuspruch aus dem sozialen Umfeld ist hingegen noch kein so wichtiger Faktor für zukünftige Gründerinnen – nur 3% nennen diesen Wunsch.

Die Wichtigkeit von effizienter Beratung und Unterstützung durch Organisationen wie WKO oder aws sowie von Standortagenturen wie der Wirtschaftsagentur Wien bzw. der Wunsch nach Information und Beratung sind in beiden Gruppen stark ausgeprägt. Öffentliche und private Organisationen waren für die Gründerinnen wichtige Ansprechpartner. 22% der befragten Frauen berichten jedoch in den offenen Fragen, dass deren Beratungsangebot nur geringfügig bzw. gar nicht nutzbar war, da es entweder nicht den Bedürfnissen entsprach oder es an branchen-spezifischer Information und Expertise fehlte.

Auch den österreichischen Universitäten wird Potential zugeschrieben: mehr als die Hälfte (54%) der befragten Frauen, die bereits gegründet haben, nennt in den offenen Antworten Möglichkeiten, wie die eigene Universität eine Unternehmensgründung anstoßen bzw. unterstützen könnte. Diese Möglichkeiten beziehen sich vor allem auf drei Bereiche:

- Information und Beratung zum Thema Unternehmensgründung und Selbständigkeit, u. a. um Gründungen überhaupt als Karriereoption aufzuzeigen (von 19% der Befragten genannt)
- Verankerung praxisnaher Inhalte in den Curricula aller Studiengänge, v. a. im Hinblick auf betriebswirtschaftliches Wissen (ebenfalls von 19% der Befragten genannt)
- Unterstützung beim Aufbau des Kunden- bzw. Investorennetzwerks durch Empfehlungen und die Herstellung von Kontakten sowie bei der Vernetzung von Gründer\_innen innerhalb der Community (von 13% der Befragten genannt)

## Welche Rolle spielen Servicestellen, Netzwerke und Universitäten für Frauen?

11% der Befragten nehmen ihre Ausbildungsstätte rückblickend nicht als relevanten Stakeholder wahr.

Die Mehrheit (71%) der zukünftigen Unternehmerinnen wünschen sich von ihrer Ausbildungsstätte Unterstützungsleistungen im Gründungsprozess. Die Erwartungen ähneln jenen von Frauen, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, ihre offenen Antworten beinhalteten aber konkret formulierte Maßnahmen:

- Unterstützung von der ersten Idee bis zur Umsetzung, v. a. durch Informations- und Beratungsangebote, Arbeitsgruppen oder Mentoring-Programme (von 29% der Befragten genannt)
- Praxisorientierte Lehre in allen Studiengängen, v. a. durch Vermittlung von betriebswirtschaftlichem und rechtlichem Wissen (von 25% der Befragten genannt)
- Vernetzung in die Praxis und mit anderen Gründer\_innen, z. B. durch Events und aktive Promotion der Unternehmensideen von Studierenden (von 24% der Befragten genannt)
- Vergabe von Stipendien und Förderungen (von 9% der Befragten genannt)

7% der angehenden Gründerinnen gaben an, dass ihre Universität sie bei der geplanten Gründung nicht unterstützen könne.

## Conclusio

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass die beiden Gruppen, Frauen, die bereits gegründet haben, und Frauen, die in Zukunft gründen wollen, einander sehr ähnlich sind. Beide Gruppen haben einen universitären Hintergrund, haben zumeist bereits ein Studium abgeschlossen und lokalisieren sich in ähnlichen, thematischen Feldern. Dieses Faktum setzt sich auch in der fachlichen Ausrichtung des eigenen Unternehmens bzw. des geplanten Unternehmens fort. Der Großteil der befragten Frauen ist oder will in den Bereichen Kunst, Kultur, Medien, Beratung und Kreativwirtschaft tätig sein. Nur ein geringer Anteil der befragten Frauen hat ein Unternehmen im Bereich Technik, IT oder Life Sciences gegründet oder will dies in Zukunft tun. Dieser Umstand macht insbesondere den Start-up-Bereich zu einer männlich-dominierten Szene. Das zeigte auch der European Startup Monitor aus dem Jahr 2015, mit nur 15,5% weiblichen Gründerinnen im Start-up Bereich.

Die Wünsche an Unterstützungsangebote von Unternehmerinnen und Frauen, die gründen wollen, decken sich zum Großteil und können in drei Hauptbereiche zusammengefasst werden:

- Verstärkte Vermittlung von Know-how hinsichtlich betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Grundlagen
- Stärkung von Soft Skills wie z.B. Verhandlungs- und Präsentationstechnik
- Vernetzung und gegenseitige Unterstützung von Gründerinnen

Im Bereich der konkreten Unterstützung im Gründungsprozess durch Vermittlung von Know-how und „Hard Skills“ sind neben den Universitäten auch andere öffentliche Organisationen, die hier bereits engagiert sind (z.B. WKO, AWS, etc.) gefordert. Österreichs Universitäten werden als relevante Stakeholder im Start-up-Ökosystem betrachtet – vor allem aber von jenen Frauen, die sich noch in der Planungsphase ihres Unternehmens befinden. Die Förderung von Frauen in hochtechnologischen Bereichen stellt einen Auftrag für alle öffentlichen und privaten Einrichtungen dar.

## Conclusio

Der Wunsch nach der Stärkung von Soft Skills verweist in einen Kernbereich des ungleichen Geschlechterverhältnisses in der Gründungsszene, da jene Frauen, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, bei Selbstsicherheit und Entscheidungsfreudigkeit die größten Unterschiede zu ihren männlichen Gründerkollegen wahrnehmen. Neben gesellschaftlichen und kulturellen Faktoren (und damit verbundenen Verhaltensweisen) werden auch die Angst vor finanzieller Unsicherheit und die Herausforderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf als Hauptursachen dafür genannt. Auch in diesem Bereich sind sowohl öffentliche als auch private Organisationen gefragt, um etwa den Wiedereinstieg von Frauen nach Geburt bzw. Betreuung von Kindern zu ermöglichen.

Dieser Aspekt führt zum letzten Punkt der Wünsche von Frauen in der österreichischen Gründungsszene, und zwar nach stärkerer Vernetzung. Vor allem Frauen, die erst vorhaben ein Unternehmen zu gründen, wünschen sich intensivere Austauschmöglichkeiten mit erfolgreichen Gründerinnen und längerfristiges Coaching und Mentoring. Dass diese Vernetzung ein wertvoller Beitrag sein kann, zeigt auch, dass Frauen, die bereits gegründet haben, diesen Punkt als zentrale Hilfestellung im Gründungsprozess wahrnehmen. Mehr Möglichkeiten zum Austausch, zur Vernetzung und Unterstützung sind also ein klarer Auftrag für Organisationen im generellen, für erfolgreiche Gründerinnen aber im speziellen.

## Autor\_innen

Idee und Konzept: Lisa-Marie Fassl (Wirtschaftsuniversität Wien), Lilli Mahdalik (Universität Wien) und Angelika Zelisko (Universität für angewandte Kunst Wien)

Auswertung: Esther Greussing (Universität Wien)

Text: Esther Greussing und Martin Schott (Wirtschaftsuniversität Wien)

WTZ Ost Projektleitung: Rudolf Dömötör (Wirtschaftsuniversität Wien)

Der ‚Female Founders Report‘ entstand als Initiative des Wissenstransferzentrum Ost, der Wirtschaftsuniversität Wien, der Universität Wien und der Universität für angewandte Kunst in Kooperation mit Female Founders.

Das Wissens- und Technologietransferzentrum Ost ([www.wtz-ost.at](http://www.wtz-ost.at)) versteht sich als Plattform und Drehscheibe, um Forschungsergebnisse, neue Erkenntnisse, Technologien, Erfindungen und Know-How nicht nur innerhalb der Universitäten optimal zusammen zu führen, sondern diese auch der Wirtschaft, unserer Gesellschaft und der Politik zugänglich zu machen.

Der ‚Female Founders Report‘ entstand als Initiative des Wissenstransferzentrum Ost, der Wirtschaftsuniversität Wien, der Universität Wien und der Universität für angewandte Kunst in Kooperation mit Female Founders.

Das Wissens- und Technologietransferzentrum Ost ([www.wtz-ost.at](http://www.wtz-ost.at)) versteht sich als Plattform und Drehscheibe, um Forschungsergebnisse, neue Erkenntnisse, Technologien, Erfindungen und Know-How nicht nur innerhalb der Universitäten optimal zusammen zu führen, sondern diese auch der Wirtschaft, unserer Gesellschaft und der Politik zugänglich zu machen.



female  
FOUNDERS

di:angewandte



universität  
wien

WU  
VIENNA

GEFÖRDERT VON

austria  
wirtschafts  
service



bmwfw

Bundesministerium für  
Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft