

SPECIAL #1/2012

APA-SCIENCE

ein Netzwerk der **APA**



AUCH ALS IPAD-APP!





OBEN: Michael Hlava/
Kommunikationschef AIT
FOTO: Thomas Preiss/APA

Größte heimische außeruniversitäre
Forschungseinrichtung will wachsen

AIT als „Leading Research Team“

DAS AUSTRIAN INSTITUTE OF TECHNOLOGY (AIT) BEFINDET SICH NACH EINER PHASE DER NEUAUSRICHTUNG WIEDER AUF WACHSTUMSKURS. DIE VERTRÄGE DER BEIDEN GESCHÄFTSFÜHRER, WOLFGANG KNOLL UND ANTON PLIMON, WURDEN KÜRZLICH VERLÄNGERT – EIN EINDEUTIGES ZEICHEN DAFÜR, DEN 2008 EINGESCHLAGENEN WEG FORTZUSETZEN. DIE APA SPRACH MIT AIT-KOMMUNIKATIONSCHEF MICHAEL HLAVA ÜBER ZUKUNFTSSTRATEGIEN UND DEN STELLENWERT DER WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION.

APA: Die Umstrukturierung des AIT ist weitestgehend abgeschlossen. Was sind nun die neuen und alten Stärkefelder?

Michael Hlava: Das war der größte Change-Prozess in der Geschichte des Unternehmens. Der Take off war im Jahr 2008. Es war keine Nachjus-

tierung oder nur eine geänderte Ausrichtung. Es war viel mehr: der komplette Neubau des Unternehmens, neues Management, neue Strategie,

MICHAEL HLAVA IM INTERVIEW *** MICHAEL HLAVA IM INTERVIEW *** MICHAEL HLAVA IM INTERVIEW *** MICHAEL HLAVA

neue organisatorische Aufstellung, neue Governance, geänderte Eigentümer: Republik Österreich mit 51 Prozent und 49 Prozent Österreichische Industriellenvereinigung. Diesen Change-Prozess kommunikativ zu begleiten sowie die gesamte integrierte Unternehmens- wie auch Innovations- und Technologie-kommunikation neu aufzusetzen, ist ein Traumjob.

Heute realisieren wir getreu unserem Slogan „Tomorrow Today“ bereits unsere Zukunftsstrategie – und diese beantwortet Ihre Frage: Um das AIT bis 2020 zu einer der weltweit sichtbaren und top-gereichten Organisationen zu machen, liegt der Schwerpunkt auf der Stärkung der Position als „das“ österreichische Institut, das sich auf technologische Lösungen konzentriert, um die „Grand Challenges“ – insbesondere hinsichtlich infrastrukturbezogener Systeme – zu adressieren.

Wohin soll die Reise in Zukunft gehen, und wie steht man im internationalen Vergleich da?

Einen besonderen Stellenwert nehmen Kooperationen ein, um in allen Gebieten bestes Know- und Do-how vereinen zu können. Genau da, wo wir zusätzlich zu unserem Technologiewissen auch Systemwissen erarbeitet haben, konnten wir uns schon als Leading Research Team mit unseren Partnern und für unsere Auftraggeber etablieren. Aus diesem Systemwissen zeigt sich wiederum, was Technologien leisten können und müssen, um Erfolg zu haben. Dieses Wissen geben wir direkt an unsere Kunden – hoffentlich an immer mehr unter ihnen – weiter und entwickeln mit ihnen gemeinsam Lösungswege in Form konkreter Projekte.

Worum geht es dem AIT in seiner Öffentlichkeitsarbeit?

In einer Sache sind sich alle einig. Investitionen in Forschung, Innovation und Technologie zählen zu den Zukunftsinvestitionen, die unseren Wohlstand sichern helfen und Österreich zum Innovation

ZUR PERSON:

Michael Hlava (42) ist seit 2008 Kommunikationschef des Austrian Institute of Technology (AIT). Er war zuvor von 1998 bis 2000 Pressesprecher und von 2001 bis 2005 Kommunikationschef bei den Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB). Hlava ist Präsident des Corporate Communications Cluster Vienna (www.cccv.at), Mitglied des Vorstandes beim Verband für integrierte Kommunikation (www.vikom.at) und Forschung Austria (www.forschungaustralia.ac.at). In der Kommunikationsbranche ist er als Mitglied im PRVA, Österreichischen Klub der Bildungs- und Wissenschaftsjournalisten, European Association of Communication Directors (www.eacd-online.eu/), Bundesverband deutscher Pressesprecher (www.bdp-net.de/) und European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA) (www.euprera.org/) vernetzt.

Leader verhelfen. Das AIT nimmt hier als größte außeruniversitäre Forschungseinrichtung auch einen besonderen Stellenwert im gesellschaftspolitischen Kontext ein. Alle unsere Forschungsthemen sind Themen der Infrastruktur für die Menschen und bestimmen unsere Zukunft und unsere Umwelt. Und hier leisten wir große Anstrengungen in unserer Öffentlichkeitsarbeit, die sich an die breite Öffentlichkeit richtet. Wesentlich konkreter und detaillierter gehen wir in der Technologie- und Innovationskommunikation vor. Hier adressieren wir unsere Stakeholder und Shareholder. Anders ausgedrückt – wir wenden uns an alle, die Innovationen voranbringen wollen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Alpbacher Technologiegespräche vermitteln ein sehr gutes Bild dieser Zielgruppe.

Wie schätzen Sie die „Lage der Nation“ im Hinblick auf die Wissenschaftsberichterstattung ein? Welchen Platz nimmt eine Plattform wie APA-Science Ihrer Einschätzung nach ein?

Hier sprechen wir oft von folgendem Dilemma: Wissenschaftskommunikation ist wichtig, aber unbedeutend für mich, da viel zu kompliziert. Und hier versuchen wir, nicht zu missionieren oder gar zu ermahnen, sondern ganz einfach den News Value zu steigern. Wir versuchen, Dritte über uns sprechen zu lassen,

am liebsten natürlich unsere Kunden und Partner. Und wir wollen aufzeigen, was konkret jeder Einzelne von unserer Arbeit hat – der berühmte Mehrwert. Und wir versuchen zu begeistern, indem wir sehr viele Gründe aufzeigen, warum wir alle in Österreich stolz auf Wissenschaft und Forschung sein können. Markentechnisch gesprochen: unsere Wissenschafts-, Technologie- und Innovationskommunikation als „Brand Value Driver“ für ein Nation-Branding Österreichs. Ich weiß, das ist sehr nach den Sternen greifen. Aber Visionen bewirken Leidenschaft und Begeisterung in unserer Arbeit, und diese stellen sicher, dass wir nicht müde und pragmatisch werden.

Um auf Ihre zweite Frage zu kommen: Erlauben Sie mir einen Vergleich mit der Luftfahrt. APA-Science ist für mich wie der berühmte Boeing Jumbo Jet, der jetzt ganz neu als 747-8 als „die Königin der Lüfte“ von allen Themenaffinen gelobt und geschätzt wird. Es sind die Redakteurinnen und Redakteure sowie alle Player der heimischen FTI-Landschaft, die dieses Portal bespielen. Und wir brauchen diese Plattform. Und wir brauchen die APA für diese Plattform, sonst würde die Qualität, Anmutung und das Vertrauen auf der Strecke bleiben. Ich bin gewiss hier sehr euphorisch. Meine Karriere begann als Pressesprecher, und hier lernt man, mit APA zu leben und diese zu lieben. (lacht)