

# M3.3, 3.4, 3.6, 7.3 Kompetenzzentrum Struktur und Zukunftsperspektiven

WP3. Competence Centre, T3.2-T3.4

Autoren: Battisti C. (IDM), Avesani S. (EURAC); Weitlaner R. (HELLA)

Datum: 12/2019



## Table of Contents

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Ziel</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Methodik</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Ergebnisse</b>	<b>4</b>
4.1	Mögliche Leistungen	4
4.2	Vision und Mission	4
4.3	Geschäftsmodelle	4
4.4	Competence Mapping	5
4.5	Strategische Auswahl	6
4.6	Businessplan und zeitliche Nachhaltigkeit	6
4.7	Kritische Überprüfung der Idee und Struktur des CoCe	7
<b>5</b>	<b>Conclusions</b>	<b>8</b>
	<b>FACEcamp partners</b>	<b>10</b>

## 1 Einleitung

Bericht stellt die mögliche Struktur des Competence - Centers (CoCe) für fortgeschrittene Fassaden (Milestone 3.4) sowie dessen Funktionen sich über die Zeit selbst aufrechtzuerhalten dar (Milestone 3.6) und gibt einen Überblick über seine Idee und Struktur (Milestone 7.3), wie es während des FACEcamp-Projekts durch die Projektpartner und die beteiligten lokalen Unternehmen ( in Südtirol und Österreich-Tirol) erarbeitet und definiert wurde. Der Beteiligungsprozess der Partnerunternehmen wurde in Meilenstein 3.2 beschrieben. Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte das Institut für erneuerbare Energien der Eurac Research.

Neben anderen verschiedenartigen Aufgaben zielte das Projekt FACEcamp auf die Errichtung eines grenzüberschreitenden Kompetenzzentrums (CoCe) zum Thema fortschrittliche Fassaden ab. Dieses Zentrum soll ein Dreh und Angelpunkt zwischen den verschiedenen Akteuren in der Welt der Fassaden sein, der als treibende Kraft für den Sektor fungiert und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Forschungs- und Innovationszentren für den Bau komfortabler und energieeffizienter Gebäude stärkt.

## 2 Ziel

Dieser Bericht zielt darauf ab, die Arbeit der Konzeption und Definition des Kompetenzzentrums (CoCe), in seiner möglichen Vision, Mission, Aktivität und endgültigen Organisationsstruktur zusammenzufassen. Die Konzeption und detaillierte Definition dieses Zentrums basierte auf der Idee , eine international anerkannte Institution zu schaffen, die die tief verwurzelten lokalen Fähigkeiten im Bereich der Gebäudehülle hervorhebt und neue Zusammenarbeit in Bezug auf Ausbildung, Verbreitung und Forschung, Innovation und Business ankurbelt.

## 3 Methodik

Der Konzeptions- und Definitionsprozess des CoCe wurde von IDM verwaltet und umfasste alle Projektpartner. Dank einer Reihe von Arbeitssitzungen in persönlichen Treffen und via Telekonferenzen, konnte das Thema des Competence-Centers basierend auf den Ergebnissen der Workshops mit der lokalen Lieferkette in Angriff genommen werden (siehe Milestone 3.2). Diesen Workshops hoben die verschiedenen Varianten der kurz- und mittelfristigen Anforderungen an die Fassade entlang der gesamten Wertschöpfungskette hervor.

Aus dieser Analyse begann die Definition einer Reihe von möglichen potenziellen das CoCE charakterisierenden Diensten, die Analyse von bestehenden Kompetenzzentren auf lokaler und europäischer Ebene, bis hin zur Definition von Vision und Mission des CoCe.

Als nächster Schritt wurde daher das Thema mögliche Geschäftsmodelle zur Unterstützung der Initiative angesprochen. Diese Modelle wurden in einem speziellen Workshop strukturiert und in den folgenden Monaten auch dank der methodischen Eingaben der TRIZ- und WOIS-Methoden überarbeitet.

Nach der Definition der Geschäftsmodelle wurden die möglichen Dienstleistungen im Hinblick auf die innerhalb der Gruppe der FACEcamp-Partner verfügbaren Fähigkeiten überprüft. Auf dieser Grundlage wurde eine strategische Entscheidung für den CoCe-Fokus getroffen, um das Wertversprechen zu stärken.

Als letzten Schritt wurde ein Businessplan aufgebaut wegen der Möglichkeit der Schaffung eines „Innovation Poles“, wie in der Förderbekanntmachung der Provinz Bozen definiert, weil eine Gruppe von Unternehmen starkes Interesse an der Teilnahme zeigte.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die angenommene Methodik auf folgenden Aktivitäten basierend ausgearbeitet wurde.

1. Erstes Brainstorming und Definition möglicher Dienste als Reaktion auf die Bedürfnisse des Territoriums.
2. Definition von "Vision" und "Mission".
3. Detaillierte Analyse von Geschäftsmodellen über das Business Model Canvas.
4. Kartierung von Kompetenzen.
5. Strategische Auswahl.
6. Geschäftsplan.

## 4 Ergebnisse

### 4.1 Mögliche Leistungen

Wie bereits erwähnt, ergaben sich aus den Workshops eine Reihe von Fragen und Bedürfnisse, die die lokale fassadenbezogene Wertschöpfungskette betrafen. Die Ergebnisse wurden verarbeitet, um die möglichen Dienste eines CoCe, wie in Table 1 aufgeführt, besser zu verankern.

**Table 1: Erste Liste möglicher relevanter Dienstleistungen für das grenzüberschreitende CoCe (Südtirol und Österreich Tirol)**

Technologietransfer	Technologieradar
Forschungs- und Entwicklungsprojekt	Kommerzielle Dienstleistungen
Stand der Technik und Innovationsüberwachung	Marketing für die lokale Wertschöpfungskette
Prototyping	Verbindungen zu öffentlichen Stellen
Berechnung, Messung und Prüfung	Unterstützung für die Zertifizierung
Verbreitung	Neue Geschäftsfelder eröffnen
Bildung	...

### 4.2 Vision und Mission

Die Vision des CoCe ist es, „dank der hohen Qualität der Lösungen, die wir in den Bereichen Fassadeninnovation, Design, Herstellung, Konstruktion, Prüfung, Management und Ausbildung anbieten, gesunde und leistungsstarke Gebäude zu haben“. Zu diesem Zweck ist es die Mission, „das einzigartige Kompetenzzentrum für Tiroler Fassadenfassaden zu sein, das als marktbezogener, gebrauchsfertiger Lösungsanbieter und F & E-Katalysator fungiert.“

### 4.3 Geschäftsmodelle

Basierend auf dieser Definition wurden drei Arten von Dienstleistungen als kritisch identifiziert und vertieft. (1) Beratung. (2) Maßnahmen und Simulationen. (3) One-Stop-Shop.

**Table 2: Dienstleistungsportfolio und Business Model Canvas**








	1. Beratung	2. Messungen und Simulation	3. One-Stop-Shop
<i>Schlüsselpartner</i>	FACEcamp-Partner	FACEcamp-Partner	Zu definieren
<i>Schlüsselaktivitäten</i>	Vermittlung von CoCe-Diensten	Simulationen und Maßnahmen an der Fassade	Alle Aktivitäten , von der Konzeption bis zur Umsetzung realer Projekte

<i>Schlüsselressourcen</i>	Management , Marketing und technische Kompetenzen	Management-, Marketing- und technische Kompetenzen Soft- und Hardware	Technisches Personal, das die gesamte Wertschöpfungskette abdecken kann
<i>Wertversprechen</i>	Komplexität der Fassade lösen	Minimierung der Risiken für die Charakterisierung komplexer Fassaden und Leistungen	Leistungsorientierte Verträge, Einzigartige Schnittstelle für Kunden und hoher wissenschaftlichen Hintergrund
<i>Kundenbeziehung</i>	Modell: Anfrage → Lieferung	Business to Business	Business to Business
<i>Kommunikationskanäle</i>	Fassade Call Center	Medien, Veranstaltungen, F & E-Projekte	Zu definieren
<i>Kundensegmente</i>	Alle Stakeholder der Fassadenwertschöpfungskette	Alle Stakeholder der Fassadenwertschöpfungskette	Architekten , Investoren
<i>Kosten</i>	Personalbestand, Berechnungswerkzeuge	Personalbestand, Berechnungswerkzeuge	Personalbestand, Berechnungswerkzeuge
<i>Erlöse</i>	Pay per Service, Jahresgebühren	Pay-per-Service, Verkauf von Tools	Gesamtprojektbudget

#### 4.4 Competence Mapping

Einer der wichtigsten Schritte in unserer Analyse war die Durchführung eines Screenings der spezifischen Kompetenzen der einzelnen Projektpartner mit dem Ziel, herauszufinden, ob ein zukünftiges CoCe sich auf bereits entwickelte Kernkompetenzen stützen kann, ohne diese auf dem Markt auslagern zu müssen. Das Ergebnis dieser Analyse war vielversprechend (Tabelle 3) und bestätigte die Gründe für die Einrichtung eines CoCe auf lokaler Ebene.

**Tabelle 3: Matrix Partner / Kompetenzen**

Interreg ITA AUT							
PROJECT: FACEcamp							
N. ITAT1030							
WP03 - Competence Center							
Task 3.4 - CoCe's economic sustainability							
Competence mapping							
Main fields							
	Bolzano (I)	Bolzano (I)	Innsbruck (A)	Abfaltersbach (A)	Aldrans (A)	Bolzano (I)	Brixen (I)
1 Assessment of solutions		•		•	•		•
2 Business development	•			•	•		•
3 Certification							
4 Commercial services				•	•		•
5 Consulting for tenders		•		•	•		•
6 Design + Build				•	•	•	•
7 Education	•	•	•		•	•	
8 Employment support			•		•		
9 Information	•	•		•			
10 Marketing			•	•			•
11 Measurement/assessment tools		•			•		
12 Prototyping		•		•			•
13 R&D projects	•	•	•	•	•		•
14 Relationships with public bodies	•	•			•		
15 State of the art monitoring	•	•			•		
16 Technology consulting	•	•			•		•
17 Technology radar	•	•	•		•	•	
18 Technology transfer	•	•	•		•		
19 Testing (Lab)		•	•		•		

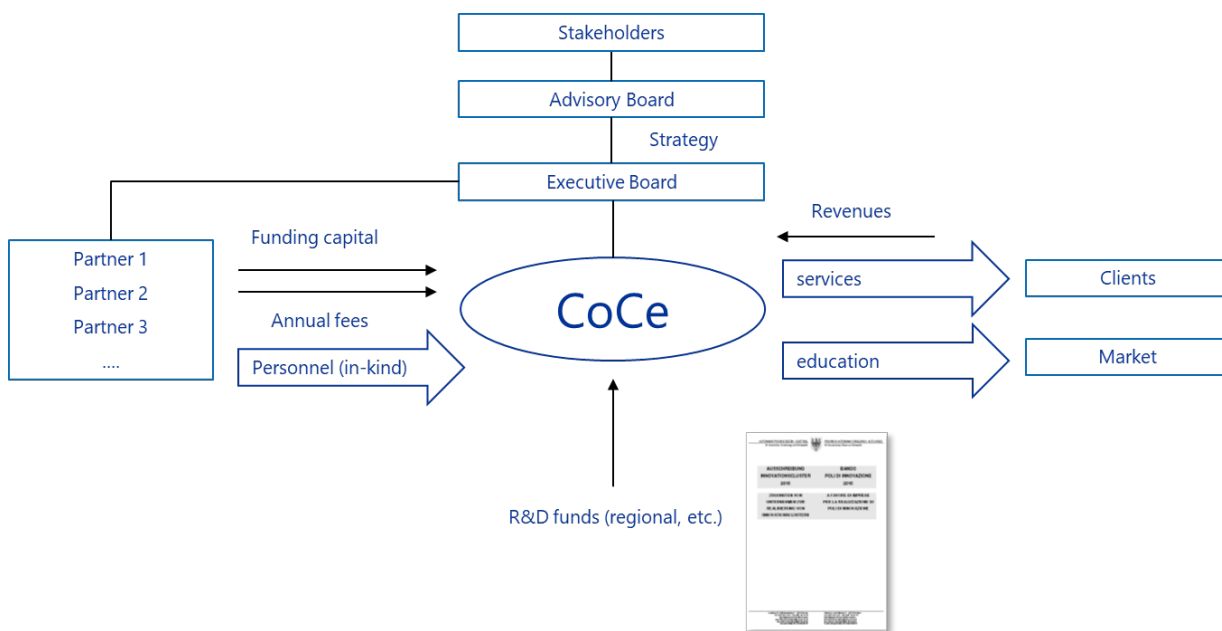
## 4.5 Strategische Auswahl

Im Anschluss an den bisher beschriebenen Entwicklungspfad wurde beschlossen, den Schwerpunkt des CoCe auf die Entwicklung einer digitalen Design- und Entwicklungsumgebung zu legen, um die Lieferkette für Fassaden zu unterstützen. Dieses Thema wurde definiert, da sich ein klarer technologischer Schwerpunkt aus der Analyse der Fähigkeiten der FACEcamp-Partner und anderer interessierter Parteien sowie aus der Bewertung von Industrietrends und den daraus resultierenden Entwicklungsbedürfnissen ergab. Die Wahl fiel daher auf eine gemeinsame Entwicklung, nämlich eine BIM-basierte Plattform für die Berechnung, Simulation und Bewertung komplexer Fassadensysteme. Darüber hinaus wurden der FACE-Kurs (siehe Meilenstein 2.6) und die internationale Future Envelope Konferenz (siehe Meilenstein 2.7) als die strategischen potenziellen Aktivitäten des Kompetenzzentrums beibehalten.

## 4.6 Businessplan und zeitliche Nachhaltigkeit

In Anlehnung an die im vorigen Kapitel definierte Strategie haben wir einen Businessplan auf der Grundlage der operativen Struktur des CoCe definiert, in dem die folgend aufgelisteten typischen Aktivitäten durchgeführt werden:

1. Know-how-Transfer durch Kurse und Veranstaltungen
2. F&E-Projekte
3. Dienstleistungen zur Marktentwicklung
4. Förderung des Ökosystems Fassade



**Abbildung 1: Aufbau des Kompetenzzentrums (CoCe)**

Die Kosten-Einnahmen-Struktur kann durch das folgende Schema vereinfacht werden.

**Tabelle 4: CoCe Kosten und Einnahm**

<b>Kosten</b>	<b>Einnahmen und Finanzierung</b>
Administrativ	Bildung und Ausbildung
Mitarbeiter	F & E-Projekte
Operationen	Regionale Mittel

Investitionen	Verkauf von Dienstleistungen / Produkten
Marketing	Partnerhonorare
...	...

Der von uns definierte Businessplan des CoCe für 5 Jahre hat gezeigt, dass die wirtschaftliche/finanzielle Nachhaltigkeit nur möglich ist, wenn man sich auf eine öffentliche (lokale) Finanzierung stützt, die im Durchschnitt 50% der anfallenden Kosten für die ersten drei Jahre abdeckt. Dies macht Sinn, wenn wir das CoCe als ein Start-up betrachten, das gleichzeitig sein Geschäft stabilisieren, Kunden finden und schnell marktreife Dienstleistungen produzieren muss. Wir halten diese Kofinanzierung für ausreichend realistisch, da die lokale Regierung (Autonome Provinz Bozen) einige Finanzierungsinstrumente im Rahmen des Innovationsgesetzes 14/2006 in Kraft gesetzt hat, darunter eine offene Ausschreibung für Innovationscluster. Nach drei Jahren (dies entspricht auch der maximalen Dauer für die lokale Kofinanzierung) sollte das CoCe vom Markt hinreichend anerkannt werden, sein Kernportfolio an Dienstleistungen bereits entwickelt haben und in der Lage sein, seinen Betrieb in wirtschaftlicher und finanzieller Hinsicht selbstständig zu führen.

#### 4.7 Kritische Überprüfung der Idee und Struktur des CoCe

Wie in den vorhergehenden Absätzen gesagt, das Projekt FACEcamp zielte unter anderem darauf ab, ein grenzüberschreitendes Kompetenzzentrum (CoCe) zum Thema fortschrittliche Fassaden zu schaffen. Dieses Zentrum war ursprünglich als wirksamer Treffpunkt zwischen den verschiedenen Akteuren der Fassadenwelt konzipiert, um als treibende Kraft für den Sektor zu fungieren und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und F&I-Zentren im Hinblick auf den Bau komfortabler und energieeffizienter Gebäude zu stärken.

Bei der Konzeption und der detaillierten Definition dieses Zentrums stand die Idee im Vordergrund, eine international anerkannte Institution zu schaffen, die in der Lage ist, die tief verwurzelten lokalen Kompetenzen im Bereich der Gebäudehülle hervorzuheben und neue Kooperationen in den Bereichen Ausbildung, Verbreitung, Forschung, Innovation und Wirtschaft einzuleiten.

Obwohl sich das Konsortium auf die Einrichtung des physischen CoCe konzentrierte, wurde es ganz am Ende nicht in Form eines ausgewiesenen gemeinsamen physischen Büros realisiert. Stattdessen war das FACEcamp-Projekt sehr erfolgreich bei der Schaffung einer international anerkannten "Fassade-Wissens-grenzüberschreitenden Region", die relevante Interessengruppen verbindet, auch dank der "FACE-Kurse" (<https://www.facecamp.it/de/veranstaltungen/course-advanced-facades-face3/>), die internationale Konferenz „Future Envelope 12“ in Bozen ([www.facecamp.it/eventi/the-future-envelope-12/](http://www.facecamp.it/eventi/the-future-envelope-12/)) und der EFN-Partnerschaft (<http://facades.ning.com/>).

Es lassen sich mehrere Gründe als kritische Punkte ausmachen, die die Verwirklichung einer physischen Einrichtung eines solchen CoCe verhindern.

1. Das Budget für die Einrichtung eines eigenen physischen CoCe-Büros einschließlich Verwaltungspersonal wurde auf der Grundlage möglicher Geschäftspläne als sehr anspruchsvoll angesehen.
2. Die Idee, eine "ARGE" oder einen "On-Stop-Shop" für die Fassadengestaltung UND -realisierung einzurichten, schien sehr attraktiv, aber nicht realisierbar zu sein, da diese enge rechtliche Bindung von den Industriepartnern nicht bevorzugt wurde. Es war unklar, ob sich die Marktanteile im Vergleich zum Risiko der Mithaftung erhöhen würden.
3. Der Geschäftsplan, die Struktur und die Nachhaltigkeit, die zuvor erläutert wurden, basieren auf einer sehr engen rechtlichen Bindung (Srl. oder GmbH) zwischen den Partnern. Aus Sicht der Forschungseinrichtungen reduziert diese Bindung die Unabhängigkeit im öffentlichen Auftreten.

4. Einige mögliche Partner haben die Vorteile einer gemeinsamen, am Markt offiziell anerkannten Struktur nicht erkannt. Dies untermauerte vielmehr eine unausgesprochene Befürchtung: das CoCe als Entität im Wettbewerb mit dem Geschäft der Partner oder zumindest mit einem undefinierten und unklaren Beitrag zu verstärkten Geschäftsaktivitäten. Dies war von Beginn der Projektarbeit an eine grundlegende Schwierigkeit.
5. Schließlich wurden die lokalen Agenturen IDM in Südtirol und Standortagentur Tirol lange Zeit im Projekt als diese physisch ansprechbaren Anlaufstellen gesehen. Dies war zwar ein sicherer Hafen, erhöhte aber das Verschleierungsrisiko für die Industriepartner.

Auch wenn weder eine fehlende physisch adressierbare Kontaktstelle des CoCe noch eine formale Rechtspersönlichkeit geschaffen wurde, ist das mit und um FACEcamp herum aufgebaute Netzwerk von großem Wert. Industriepartner verfügen über ein besser kartiertes lokales Netzwerk hochqualifizierter und gut ausgestatteter Ansprechpartner. Darüber hinaus hat der gemeinsame Aufbau von Berechnungs- und Messmethoden in idealer Weise dazu beigetragen, die Kluft zwischen Unternehmen und Partnern aus Forschung und Innovation zu verringern.

Letztere haben bereits (und werden mehr und mehr) vom FACEcamp-Netzwerk profitieren, welches Methoden und Ergebnisse ihrer eigenen Forschung austauscht und vertieft und den Fokus auf die neuen Fassadentrends verstärkt. Darüber hinaus ist die gemeinsame Teilnahme an gemeinsamen realen Bauprojekten (Design Assist, Integrierter Designprozess, Konstruktion, ...) eine praktisch vielversprechende Möglichkeit. Schliesslich werden die nächsten anstehenden Förderkanäle dank der Kompetenzkartierung und der Identifizierung von Forschungsthemen fokussierter und schärfer ausgeschöpft.

## 5 Conclusions

Am Ende des WP3. Aktivitäten des Kompetenzzentrums können wir das Folgende zusammenfassen.

Nach den bisherigen lokalen Erfahrungen bei der Schaffung eines lokalen Netzwerks rund um das Thema komplexe Fassadentechnologien für die Bauwirtschaft können wir bestätigen, dass auf lokaler Ebene (d.h. länderübergreifend Südtirol - Tirol) bereits ein hohes Maß an Know-how entwickelt wurde und eine Gruppe interessierter Akteure existiert (darunter Forschungszentren und Universitäten, Generalunternehmer, Designer, Berater und einige wenige Start-ups).

Das Interesse, das von dieser lokalen Gemeinschaft geweckt wurde, und das Niveau des Engagements erwies sich als vielversprechend. Das FACEcamp-Projekt war das "Lager", in dem diese Forschungs- und Geschäftsmöglichkeiten getestet und weiterentwickelt werden sollten. Analog dazu haben lokale Fassadenakteure gezeigt, dass sie über hohe Kompetenzen in ihrem jeweiligen Handlungsfeld verfügen, und wir können feststellen, dass dieser transnationale Raum über ein relevantes Know-how in diesem Bereich verfügt.

Auch dank der während des Projekts entwickelten Netzwerkmöglichkeiten und der Programmfinanzierung hat dieses lokale Fassaden-Ökosystem auf europäischer Ebene eine gute Sichtbarkeit erlangt - siehe zum Beispiel die Teilnahme am Europäischen Fassaden-Netzwerk (EFN) - und sich in der europäischen Fassadenkarte als Referenzgruppe im Alpenraum positioniert.

Auf der anderen Seite hatten wir einige Schwierigkeiten, einige Einheiten mit ähnlichen Dienstleistungen und Geschäften zusammenzubringen. Dies war umso schwieriger, wenn man die typische Größe der lokalen Unternehmer und die allgemeine Trägheit der KMU aus diesem Gebiet berücksichtigt, in gemeinsamen Initiativen zusammenzuarbeiten. Die Zusammenarbeit sieht eher machbar aus, wenn der CoCe gemeinsame Dienstleistungen anbieten kann, die für alle wertvoll sind, um das allgemeine Wissensniveau zu erhöhen, z.B. Bildung, Ausbildung, Marketingkampagnen usw. Unter diesem Gesichtspunkt erscheint eine Vereinigung von Unternehmern ein geeigneteres Szenario.

Eine gemeinsame Forderung nach Digitalisierung im Bausektor im Einklang mit den nationalen (Industry 4.0) und europäischen Trends zeigte sich im letzten Jahr des Projekts als interessante



Gelegenheit. Auch in diesem Fall bietet ein vorherrschender Bedarf die Chance, die Barrieren in der Zusammenarbeit zu beseitigen. Die Expertise der verschiedenen Akteure in diesem Netzwerk könnte sich auf die Entwicklung einiger digitaler Werkzeuge konzentrieren, die für alle Partner gültig sind, und diese Ergebnisse könnten anschließend auf dem Markt verkauft werden, was dem CoCe eine zusätzliche Einnahmemöglichkeit bietet. Am Ende des WP3. Aktivitäten des Kompetenzzentrums können wir das Folgende zusammenfassen.

Nach den bisherigen lokalen Erfahrungen bei der Schaffung eines lokalen Netzwerks rund um das Thema komplexe Fassadentechnologien für die Bauwirtschaft können wir bestätigen, dass auf lokaler Ebene (d.h. länderübergreifend Südtirol - Tirol) bereits ein hohes Maß an Know-how entwickelt wurde und eine Gruppe interessierter Akteure existiert (darunter Forschungszentren und Universitäten, Generalunternehmer, Designer, Berater und einige wenige Start-ups).

Das Interesse, das von dieser lokalen Gemeinschaft geweckt wurde, und das Niveau des Engagements erwies sich als vielversprechend. Das FACEcamp-Projekt war das "Lager", in dem diese Forschungs- und Geschäftsmöglichkeiten getestet und weiterentwickelt werden sollten. Analog dazu haben lokale Fassadenakteure gezeigt, dass sie über hohe Kompetenzen in ihrem jeweiligen Handlungsfeld verfügen, und wir können feststellen, dass dieser transnationale Raum über ein relevantes Know-how in diesem Bereich verfügt.

Auch dank der während des Projekts entwickelten Netzwerkmöglichkeiten und der Programmfinanzierung hat dieses lokale Fassaden-Ökosystem auf europäischer Ebene eine gute Sichtbarkeit erlangt - siehe zum Beispiel die Teilnahme am Europäischen Fassaden-Netzwerk (EFN) - und sich in der europäischen Fassadenkarte als Referenzgruppe im Alpenraum positioniert.

Auf der anderen Seite hatten wir einige Schwierigkeiten, einige Einheiten mit ähnlichen Dienstleistungen und Geschäften zusammenzubringen. Dies war umso schwieriger, wenn man die typische Größe der lokalen Unternehmer und die allgemeine Trägheit der KMU aus diesem Gebiet berücksichtigt, in gemeinsamen Initiativen zusammenzuarbeiten. Die Zusammenarbeit sieht eher machbar aus, wenn das CoCe gemeinsame Dienstleistungen anbieten kann, die für alle wertvoll sind, um das allgemeine Wissensniveau zu erhöhen, z.B. Bildung, Ausbildung, Marketingkampagnen usw. Unter diesem Gesichtspunkt erscheint eine Vereinigung von Unternehmern ein geeigneteres Szenario.

Eine gemeinsame Forderung nach Digitalisierung im Bausektor im Einklang mit den nationalen (Industry 4.0) und europäischen Trends zeigte sich im letzten Jahr des Projekts als interessante Gelegenheit. Auch in diesem Fall bietet ein vorherrschender Bedarf die Chance, die Barrieren in der Zusammenarbeit zu beseitigen. Die Expertise der verschiedenen Akteure in diesem Netzwerk könnte sich auf die Entwicklung einiger digitaler Werkzeuge konzentrieren, die für alle Partner gültig sind, und diese Ergebnisse könnten anschließend auf dem Markt verkauft werden, was dem CoCe eine zusätzliche Einnahmemöglichkeit bietet.

## FACEcamp partners

	<p>EURAC Eurac Research, Institute for Renewable Energy</p>	<p>Koordinator</p>
	<p>IDM IDM Suedtirol - Alto Adige</p>	<p>Partner</p>
	<p>UIBK Universität Innsbruck, Arbeitsbereich Energieeffizientes Bauen</p>	<p>Partner</p>
 <i>Jalousien. Markisen. Rollläden.</i>	<p>HELLA HELLA Sonnen- und Wetterschutztechnik GmbH</p>	<p>Partner</p>
	<p>BB, Bartenbach GmbH</p>	<p>Partner</p>
	<p>gA, Glassadvisor Srl</p>	<p>Partner</p>
	<p>F&amp;R, FRENER &amp; REIFER Srl</p>	<p>Partner</p>

### Contact points:

Projekt Koordinator, Stefano Avesani [stefano.avesani@eurac.edu](mailto:stefano.avesani@eurac.edu)

FACEcamp website [www.facecamp.it](http://www.facecamp.it)

### Danksagung:

Diese Arbeit ist Teil der Forschungsaktivitäten des Projekts FACEcamp n. ITAT1039, das durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und das Programm Interreg ITA AUT finanziert wird.