

# CIPRAINFO



Wirtschaft in den Alpen  
**Menschen schaffen  
Werte**

3. Alpenreport  
**Wir Alpen! – Menschen  
gestalten Zukunft**



Commission Internationale pour la Protection des Alpes  
Internationale Alpenschutzkommission  
Commissione Internazionale per la Protezione delle Alpi  
Mednarodna komisija za varstvo Alp

[www.cipra.org](http://www.cipra.org)

Liebe Leserin, lieber Leser

Auch in den Alpen liegt die nachhaltige Entwicklung immer noch überwiegend in den Händen von Staat und Zivilgesellschaft. So wird die Alpenkonvention, die als Leitfaden für die nachhaltige Entwicklung im Alpenraum dient, mit Unterstützung der Staaten und öffentlichen Verwaltungen, der Gemeinden und Regionen, der Schutzgebiete, Nichtregierungsorganisationen, Forschungseinrichtungen usw. vorangebracht und umgesetzt. Die Wirtschaft fehlt in diesem Kreis, obwohl sie bei Planung und Entwicklung in den Alpengebieten eine wichtige Rolle spielt. Überzeugt, dass nachhaltige Entwicklung ohne die Wirtschaft nicht möglich ist, regt die CIPRA über Projekte den offenen und demokratischen Dialog zwischen verantwortungsbewussten Unternehmen und Unternehmensverbänden, öffentlichen Verwaltungen und Zivilgesellschaft an. Gemeinsam mit diesen baut die CIPRA das alpenweite Unternehmensnetzwerk NENA auf. Für Unternehmen und ihre Verbände ist es attraktiv, bei NENA, einem Erfolg versprechenden Netzwerk, einzusteigen. Zusätzlich hat die Wirtschaft die Möglichkeit, sich mit NENA aktiv an der nachhaltigen Entwicklung zu beteiligen – und damit über blosses Lippenbekenntnisse hinauszugehen.

Vor diesem Hintergrund lädt die CIPRA dazu ein, die Wirtschaftssysteme in den Alpengebieten etwas genauer anzuschauen, wie sie funktionieren, wie die Globalisierung sie betrifft und beeinflusst. Denn die Kluft zwischen den politischen Absichtserklärungen und der Realität des neoliberalen Kapitalismus mit seinen Grenzen wird immer grösser. Die Entwicklung einer nachhaltigen Wirtschaft, von der nicht nur die grossen Wirtschaftsstandorte, sondern auch die ländlichen Gebiete und die abgelegenen Bergtäler profitieren, ist eine Notwendigkeit und kommt allen zugute. Voraussetzung dafür ist, dass die regionalen Wertschöpfungsketten gestärkt werden – ein Thema, mit dem wir uns an dieser Stelle schon häufig auseinandergesetzt haben. Gleichzeitig sind in unserer Gesellschaft Aktivitäten, die auf andere Art eine andere Art von Wohlstand schaffen, neu zu bewerten. Die Bewegung der sozialen und solidarischen Wirtschaft, die in Frankreich besonders stark ist, plädiert zum Beispiel für soziale Rentabilität, territoriale Verankerung und Demokratisierung der Wirtschaft. Auf Grund unserer langjährigen und intensiven Erfahrung in der Netzwerkarbeit glauben wir, dass die Vernetzung der Wirtschaftsakteure auf lokaler, regionaler und internationaler Ebene ein wesentlicher Ansatz für die nachhaltige Umstellung der Wirtschaft ist. NENA, das alpenweite Unternehmensnetzwerk, ist ein Weg, an dem wir bauen.



© CIPRA International

Claire Simon, Projektleiterin CIPRA International

Titelbild: © Lukas Coch/Zeitenspiegel



# Inhalt



Alpenwelt – heile Welt? Mitnichten: Die Welt ist ein Dorf im Zeitalter der Globalisierung, und die Regeln der ökonomischen Weltordnung haben selbst in den hintersten Winkeln Einzug gehalten. Noch fehlen soziale und ökologische Leitplanken für eine gerechte, nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung. Überholte Theorien, realitätsfremde Konzepte und vor allem die verschiedensten Eigeninteressen verhindern eine gedeihliche und auch regional ausgewogene Entwicklung.

**Seite 4**



Im Portratit: Josef Schett

Der Bergbauer und Unternehmer Josef Schett setzt im Osttiroler Villgratental ganz aufs heimische Schaf. Im Seitental werden hochwertige Matratzen und Dämmstoffe hergestellt, Fleisch und Käse für die gehobene Gastronomie produziert.

**Seite 12**

**4 Zukunftsperspektiven für «unrentable» Räume**  
Die alpine Peripherie aus ökonomischer Sicht

**8 Vom Mauerblümchen zum Markttreiber: Gemeinnutz macht Fortschritt**  
Nachhaltige Entwicklung in den Alpen dank der sozialen und solidarischen Wirtschaft

**12 Ein Macher setzt auf Schafe und vernetzt Menschen**  
Im Portrait: Josef Schett

**14 Starke Netze für fette Fänge**  
Von der Kooperation übers Netzwerk zum Cluster – der neue Weg der Wirtschaft

**17 Gemeinsam für eine nachhaltige Entwicklung in den Alpen**  
NENA: Vom Interreg IIIB-Projekt zum Unternehmensnetzwerk in den Alpen

**18 Wir Alpen! – Menschen gestalten Zukunft**  
Aufbruchstimmung im 3. Alpenreport der CIPRA

**20 neues Denken – Neues denken**  
Die Herausforderung der Alpenwoche 2008 in l'Argentièra la Bessée/F

**In der Heftmitte finden Sie einen Flyer inklusive Bestellschein des neuen Alpenreports: Wir Alpen! – Menschen gestalten Zukunft.**



Der Alpenraum hat mit seiner ständig wachsenden Kompetenz und vielfältigen Erfahrung in nachhaltigem Wirtschaften die Chance, eine Spitzenposition im globalen Wettbewerb zwischen den Regionen einzunehmen. Kooperationen, Netzwerke und Clusters können einen entscheidenden Beitrag dazu leisten.

**Seite 14**

Die alpine Peripherie aus ökonomischer Sicht

## Zukunftsperspektiven für «unrentable» Räume

**Alpenwelt – heile Welt? Mitnichten: Die Welt ist ein Dorf im Zeitalter der Globalisierung, und die Regeln der ökonomischen Weltordnung haben selbst in den hintersten Winkeln Einzug gehalten. Noch fehlen soziale und ökologische Leitplanken für eine gerechte, nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung. Überholte Theorien, realitätsfremde Konzepte und vor allem die verschiedensten Eigeninteressen verhindern eine gedeihliche und auch regional ausgewogene Entwicklung.**



© Christoph Plüschner/Zeitenspiegel

**Noch gelten in der Wirtschaft die Spielregeln der Metropolen - durch erfolgreiche naturnahe Entwicklungskonzepte von Peripherien könnte sich der Wind drehen. Im Bild: Tenna im Safiental, Schweiz.**

Die Wirtschaftsentwicklung der letzten Jahrzehnte hat entgegen den Erwartungen – und Versprechungen – nicht nur Gewinner, sondern auch Verlierer erzeugt. Dies gilt nicht nur für Personen und Gruppen, wie zum Beispiel die «Working Poor», sondern vor allem auch für Regionen, Länder und ganze Erdteile. Die UNDP (United Nations Development Programme)-Statistiken belegen dies auf eindruckliche Weise.

Es ist die Rede von einer «globalen Spaltung», von einer Entwicklung mit «zwei Geschwindigkeiten». Auf den ersten Blick scheint der wirtschaftliche Fortschritt von der Verfügbarkeit neuer Technologien – besonders im Informations- und Kommunikationssektor – abhängig zu sein. Als Lösungsansatz wird daher ein massives Technologie-Transferprogramm vorgeschlagen. Ein zweischneidiges Schwert, wie sich bei genauerer Betrachtung offenbart.

### Globalisierungs-Argumente von vorgestern

Wenn Globalisierungsideologen von einer win-win-Konstellation durch globale Arbeitsteilung sprechen, belegen sie dies mit dem altbekannten Argument von den «komparativen Vorteilen», das sich auf das zu Beginn des 19. Jahrhunderts entwickelte so genannte Ricardo-Modell stützt. Dieses besagt, dass die Arbeitsteilung für jeden Partner von Nutzen sei. Denn Kapital und Arbeit – bzw. der Boden im Falle landwirtschaftlicher Produktion – würden überall produktiver eingesetzt. Bei dieser Argumentation wird aber unterschlagen, dass unter den aktuellen Rahmenbedingungen erhöhter bis vollständiger Faktormobilität das Ricardo-Modell gar nicht mehr anwendbar ist. Faktormobilität heisst, dass die Produktionsfaktoren Kapital und Arbeit nicht standortgebunden sind, sondern sich nach dem Gefälle von Produktivitäts- und Renditegewinnen richten und überall hin «davonfliessen», das heisst den «unrentablen» Räumen total entzogen werden. Ja, das gilt selbst für den Boden, wandert doch die bodenbewirtschaftende, also landwirtschaftliche Produktion in jene Regionen ab, welche die höchste Produktivität aufweisen. Im Unterschied zum Ricardo-Modell geht es also heute oft nicht mehr darum, die vergleichsweise beste Produktion zu wählen, sondern es geht um alles oder nichts. Die «Neue Wachstumstheorie» zeigt zudem auf, dass gerade Technologie-Innovationen nicht zu Konvergenzprozessen, d.h. zum Abbau von Produktivitäts- und Wohlstandsunterschieden zwischen Regionen führen. Denn technologische Innovationen haben gerade den Zweck, die Produktivität immer wieder neu anzuheben – und sie werden meist zuerst in Wachstumszentren eingesetzt.

### Globalisierungsmodell mit Konstruktionsfehlern

Das dargelegte systematische Ungleichgewicht zu Lasten der Peripherie wird durch zwei weitere «Konstruktionsfehler» des angeblichen Erfolgsmodells «Globalisierung» zusätzlich verstärkt.

Die kapitalistische Dynamik der Gründerzeit des 19. Jahrhunderts erfuhr nach über hundert Jahren zäher Auseinandersetzungen mit der Herausbildung einer öko-sozialen Marktwirtschaft schliesslich eine erfolgreiche «Zähmung». Diese wird nunmehr auf globaler Ebene und sozusagen top-down wieder unterlaufen. Die WTO zum Beispiel fühlt sich ausschliesslich für die ökonomische Perspektive zuständig. Gleichzeitig wird verhindert, dass sich parallel zur wirtschaftlichen auch eine griffige soziale und ökologische Weltordnung aufbaut, um den Märkten eine Leitplanke zu bieten. «Dank» der WTO-Regeln geraten nationale und regionale Umwelt- und Sozialnormen unter Druck oder werden gar ausser Kraft gesetzt – dies im Interesse der Investitions-Sicherung und Rentabilitätsmaximierung. Der ökonomistische Jargon subsumiert diese Problematik beschwichtigend unter dem Stichwort «Externalitäten» und verspricht deren Sanierung durch die so genannte Internalisie-

### Nationale und regionale Umwelt- und Sozialnormen geraten unter Druck oder werden gar ausser Kraft gesetzt.

rung, ein Beispiel ist das System des «Road Pricing». Die umwelt- und sozialpolitische Erfahrung der letzten Jahrzehnte macht allerdings deutlich, dass diese Internalisierungsstrategien bloss als reine Hinhalte- und Ablenkungsmanöver dienen. Besonders eindrücklich zeigt sich das in der fruchtlosen Debatte um marktwirtschaftliche Instrumente in der Umweltpolitik. Zudem wurden staatliche Regulationen systematisch als grundsätzlich verwerflich dargestellt. Mit Erfolg: Fast unisono wird inzwischen die Frage «Wollt ihr den Totalen Markt?» in der breiten Öffentlichkeit bejaht.

### Wer hat, dem wird gegeben

Der zweite Problemkreis der Globalisierung entsteht dadurch, dass sich die «global players» selbst nicht an die Spielregeln des von ihnen favorisierten neoliberalen Kapitalismus halten, sondern diese zu ihren Gunsten unterlaufen. Was in der reinen Theorie perfekt funktioniert – vollkommene Information, vollkommene Konkurrenz, unverzügliche Anpassungsprozesse –, hält schon pragmatischer Beurteilung nicht stand und gerät durch menschliche Unzulänglichkeit und Alltäglich-Banales erst recht ins Trudeln. Es ergeben sich natürliche Asymmetrien, zum Beispiel durch Informationsvorsprünge. Diese führen in der Regel zu einer systematischen Bevorteilung der Gewandten, Raschen und Wendigen und benachteiligen «Otto Normalverbraucher». Auswüchse wie Insider-Geschäfte im Wertschriften- und Kapitalverkehr veranschaulichen diese Mechanismen besonders deutlich.

Mit dem Begriff «Marktversagen» suggeriert der neoliberale Kapitalismus, dass das - theoretische - Konzept schon funktionieren würde, wenn bloss das rückständige, gar widerborstige Alltagsleben endlich markttauglich würde. Also frei nach Brecht: «Es kann nicht sein, was nicht sein darf!»

Angeblich wird nun diesem Misstand «Marktversagen» auf den Leib gerückt, zum Beispiel durch wettbewerbsrechtliche Einschränkungen der Monopole und Kartelle. Aber auch hier zeigt die Erfahrung der letzten Jahrzehnte, dass eigentlich die gegenteiligen Prozesse ablaufen. Die «global players» (wie zum Beispiel Microsoft oder Halliburton) tendieren keineswegs zu vollkommener Konkurrenz, sondern versuchen im Gegensatz

© CIPRA International



**Gut erschlossene Wachstumszentren zählen zu den Gewinnern der wirtschaftlichen Entwicklung. Die Peripherie hat das Nachsehen.**  
**Im Bild: Das Grosssägewerk Stallinger bei Chur/CH.**



© CIPRA International

**Metropolen haben alles und kriegen alles. Im Bild: Transport ab Werk auf Schiene, Stallinger.**

dazu, marktbeherrschende Positionen zu erringen, so dass sich quasi-natürliche Monopole entwickeln. Wirklich erfolgreiche Unternehmen wenden dieses Erfolgsrezept inzwischen geradezu virtuos an.

Ähnlich steht es mit dem Postulat der Transparenz: Informationspflicht und Offenlegungsvorschriften (zum Beispiel im Lebensmittel-Sektor) werden von den Wirtschaftsverbänden gerne als ungebührliche, ja schädliche staatliche Einmischung dargestellt, nach Möglichkeit verhindert oder dann ignoriert. Auf diese Weise können normale, alltagsweltliche Asymmetrien massiv verstärkt werden, was die eingangs erwähnte globale Spaltung weiter vorantreibt.

### **Markt und Politik: Seite an Seite für eine Zukunft der Randregionen**

Aus diesen Überlegungen lässt sich das Fazit ziehen, dass Marktkräfte allein nicht zu einer ausgewogenen Entwicklung führen, sondern im Gegenteil Ungleichgewichte erzeugen. Die Peripherie gehört dabei in der Regel zu den Beeinträchtigten. Hier müsste die Politik dafür sorgen, dass die entsprechenden Leitplanken errichtet werden. Die Zukunft peripherer Regionen ist also auch ein Abbild des politischen Willens. Dabei bestimmt der Ressourceneinsatz, wohin der Weg gehen soll. Klar festzuhalten ist: Markt und Politik müssen sich ergänzen. Regionalpolitische Akzente sind zwar notwendige, aber keineswegs hinreichende Bedingungen für eine erfolgreiche Auseinandersetzung mit den aktuellen Problemen.

### **Standortwettbewerb und Regionalpolitik**

Jede Region ist vor die Frage gestellt, wie sie mit den oben dargelegten ökonomischen bzw. wirtschaftspolitischen Mechanismen umgehen soll. In vorher nicht gekannter Schärfe entfaltet sich ein Standortwettbewerb um die Gunst der Investoren, Unternehmen und Haushalte. Der Wettbewerbsdruck kann zur echten Bedrohung einer Region werden. Er wird aber auch als Vorwand für Konzessionen der öffentlichen Hand gebraucht, die nicht nötig, sondern reines Entgegenkommen sind. Gefordert ist hier eine Regionalpolitik, die den Handlungsspielraum zugunsten der öffentlichen Interessen besser als bisher wahrnimmt. Doch sucht jede Region – auf sich selbst gestellt – automatisch pragmatische und endogene Lösungen. Schliesslich gilt ein Standort dann als attraktiver als seine Konkurrenten, wenn er bei den Leistungen zulegt oder zumindest den bisherigen Standard hält, bei Steuern und Abgaben den Privaten möglichst weit entgegenkommt sowie Infrastruktur und Dienstleistung im öffentlichen Interesse möglichst günstig zur Verfügung stellt – am besten zum Nulltarif. Da alle Regionen das gleiche Rezept anwenden, geraten sie in einen «Wettlauf nach unten», bei dem immer neue Vorteile angeboten werden.

Es ist evident: Diese Strategie der Ausschöpfung sämtlicher Reserven muss zu einer ansteigenden Verschuldung führen. Auf dem Weg dahin findet eine wachsende Umverteilung von unten nach oben statt. Dabei werden Leistungen abgebaut, die im globalen Standortwettbewerb weniger entscheidend scheinen, insbesondere also die so genannten «weichen» Standortfaktoren wie der gesellschaftliche Zusammenhalt oder die Umweltqualität. Gleichzeitig sinkt natürlich auch die Bereitschaft für sozial- oder regionalpolitisch bedingte Ausgleichsprozesse. Denn es sollen ja die Starken gestärkt, nicht die Schwachen gefördert werden. Im Wettbewerb zwischen Metropolen und Peripherie schwindet die Solidarität immer mehr.

### **Der Wettbewerbsdruck kann zu einer echten Bedrohung einer Region werden.**

In dieser Konstellation verschieben sich die Standortkosten zulasten der Peripherie und zugunsten der Metropolen. Die unterschiedlichsten Transferleistungen in die Peripherie werden abgebaut. Die Verdichtungsgebiete hingegen können weiterhin von Externalitäten profitieren. Sukzessive entstehen damit «unrentable» Räume. Neben den privaten Investoren hält sich auch die öffentliche Hand immer stärker zurück.

### **Für einmal umgekehrt: die Peripherie als Motor für Erneuerungen**

Die Regionalpolitik ist damit vor eine schwierige Aufgabe gestellt. Bei deren Lösung sollte sie die neueren regionalwissenschaftlichen Erkenntnisse berücksichtigen. Wie oben dargelegt, führt eine reine Förderungsstrategie, verbunden mit der Hoffnung auf sog. «spill-over»-Effekte (das sind Ausbreitungseffekte in die weitere Umgebung), nicht mehr zum Ziel. Zudem muss der Einsatz der – immer knapper werdenden – öffentlichen Mittel in Zukunft fokussierter erfolgen und besser begründet

werden; ohne klare Leistungsaufträge werden Nettozahler kaum mehr zu Transferleistungen bereit sein. Falls an die Transferleistungen die Verpflichtung zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung geknüpft wird, könnten sich trotz Marktverzerrungen Modellregionen mit zukunftsfähigen Strukturen entwickeln. Wenn möglich, sollten die verschiedenen Projekte vernetzt werden, was ihre Erfolgsaussichten steigern würde. Das langfristige Ziel einer solchen Strategie wäre es, aus diesen regio-

nalen Ansätzen heraus eine neue öko-soziale Marktwirtschaft mit nachhaltigen Perspektiven zu entwickeln. Das heisst, dass für einmal die Spielregeln für die Metropolen von der Peripherie her beeinflusst würden – in Richtung «Nachhaltigkeit».

*Martin Boesch, Universität St. Gallen*

### **Die Stallinger-Story – ein Lehrstück**

Im Sommer 2007 hat der österreichische Holzkonzern Stallinger sein neues Grosssägewerk bei Chur im Bündner Rheintal/CH in Betrieb genommen. Gegen 100 Mio. CHF sind hier in den letzten zwei Jahren investiert worden, rund 120 neue Arbeitsplätze wurden geschaffen. Das Vorhaben ist gut angelaufen, die geplante Einschnittkapazität von 600'000 m<sup>3</sup> Rohholz gilt bereits als überholt und soll auf gegen 1'000'000 m<sup>3</sup> gesteigert werden. Aber einheimisches Holz macht gemäss Schätzungen nur 250'000 m<sup>3</sup> der Produktion aus. Das übrige Rohmaterial wird aus einem weiten Einzugsgebiet zugekauft. Das anfallende Schnittholz wiederum wird zu über 90 % exportiert, einerseits nach Vorarlberg, ins konzerneigene Plattenwerk, andererseits in den Nahen Osten, die USA und nach Australien. Viele Transporte erfolgen ab Werk auf der Schiene. Ein Teil des Restholzes wird vor Ort für die Energiegewinnung verwendet.

Der Standortkanton Graubünden und die Standortgemeinde Domat/Ems haben alles unternommen, um diese Ansiedlung realisieren zu können: Die Liste umfasst Förderbeiträge in zweistelliger Millionenhöhe – ein Grossteil der zur Verfügung stehenden Mittel der staatlichen Wirtschaftsförderung –, Sondergenehmigungen, Steuerbefreiung, Landabtretung, etc.

Die Auswirkungen auf die dezentrale, regionale Wald- und Holzwirtschaft sind unterschiedlicher Art:

- Die Waldbesitzer profitieren von attraktiven Abnahmepreisen, sofern ihr Stammholz den Anforderungen Stallingers genügt. Kleine Waldbesitzer schliessen sich zusammen, um die geforderten Losgrössen liefern zu können. Der Einschlag wird zunehmend aus der bäuerlichen Nebenerwerbstätigkeit in grössere professionelle Holzernte-Unternehmen ausgelagert. Das heisst: die Rohstoffernie in der Peripherie steigt zwar an, aber ein grosser Teil der damit verbundenen Wertschöpfung fliesst aus der Region ab.
- Die kleinen Dorfsägereien und Zimmereien verlieren ihre angestammte Arbeit, weil sie gegenüber der industriellen Massenproduktion auf High-Tech-Anlagen nicht konkurrenzfähig sind. Ihnen bleiben Gelegenheitsarbeit, kleine Lose und Sondersortimente (z.B. Lärchenholz), die für Stallinger nicht interessant sind.
- Das Holz verarbeitende Gewerbe (inkl. Baugewerbe) profitiert im Standardsortiment von günstigen Lieferbedingungen ab Werk; in peripheren Lagen ist aber mit erheblichen Transportkosten zu rechnen. Es ist anzunehmen, dass mit der Zeit am Standort Chur ein Holzindustrie-Cluster mit verschiedensten vor- und nachgelagerten Branchen entstehen wird. Möglicherweise ergeben sich auch Synergien mit der ansässigen Ems-Chemie.

### **Fazit**

- Investitionen sind der Motor der Entwicklung. Sofern die Impulse stark genug sind, entstehen am gewählten Standort ganze Produktions-Cluster.
- Investoren entscheiden auf Grund der Wettbewerbssituation auf globaler Ebene. Der Staat fördert diese Entwicklung, um sich im internationalen Standortwettbewerb behaupten zu können.
- Tendenziell erfolgt eine Verlagerung der Produktion an zentrale, gut erschlossene Standorte, meist verbunden mit einem Technologiesprung. Dadurch werden in der Peripherie die noch bestehenden bescheidenen Wertschöpfungsmöglichkeiten reduziert.

Durch die Brille der ökonomischen Logik betrachtet, scheint dieser Prozess vernünftig, denn er bringt der gesamten Wirtschaft und dem Staat nur Vorteile. Dabei muss man sich aber bewusst sein, dass unter massivem Einsatz von öffentlichen Mitteln Grossstrukturen in den Zentren gestärkt und Kleinbetriebe in der Peripherie geschwächt werden.

Nachhaltige Entwicklung in den Alpen dank der sozialen und solidarischen Wirtschaft

## Vom Mauerblümchen zum Markttreiber: Gemeinnutz macht Fortschritt

**Abseits der so genannten «klassischen» Wirtschaft gewinnt die soziale und solidarische Wirtschaft immer mehr Anerkennung: Sie verfügt über große Innovationskraft und schafft auch für benachteiligte Gebiete und deren Bewohner Wohlstand. Diese Wirtschaft stellt soziale Rentabilität ins Zentrum und sorgt kraft ihrer Werte und ihrer lokalen Verankerung für eine nachhaltige, durch die ansässige Bevölkerung getragene Entwicklung vor Ort, sei es in den Alpen oder im restlichen Europa.**



© Oxalis

Car-Sharing, um zur Arbeit zu fahren, im Stadtviertel oder im Dorf ein Umweltfest organisieren, biologische Lebensmittel vor Ort einkaufen, die Wohnung mit einer Solaranlage ausstatten – all dies sind Möglichkeiten, sich für eine nachhaltige Entwicklung einzusetzen. Oft ist es einem nicht bewusst, dass man dabei auch an Aktivitäten teilnimmt, die zu einem eigenen Wirtschaftszweig gehören, zur sozialen und solidarischen Wirtschaft.

### Lange verkannter Keyplayer: der «dritte Sektor»

Die soziale und solidarische Wirtschaft gehört weder zum öffentlich-rechtlichen noch zum privatwirtschaftlichen Bereich: Sie besteht hauptsächlich aus Kollektivprojekten und lokalen Initiativen, die von Ortsansässigen in Angriff genommen wurden. Aktionen zum Schutz natürlicher Gebiete, innovative Verkehrsmittel, lokale Netzwerke für den Vertrieb von Lebensmitteln und Wohnungsgenossenschaften: Diese und andere Ideen für eine nachhaltige Entwicklung werden häufig im Rahmen der sozialen und solidarischen Wirtschaft verwirklicht.

Dieser Wirtschaftszweig wird auch als dritter oder gemeinnütziger Sektor bezeichnet. Typisch dafür sind menschliche Aktivitäten, die von Solidarität, Verantwortung, Demokratie, Entwicklung sowie individueller und kollektiver Förderung geprägt sind.

Die Daten zu diesem Sektor sind länderübergreifend noch schwer vergleichbar. Sie zeigen allerdings, welches Gewicht er insbesondere in Bezug auf Existenzgründungen und die Schaffung von Arbeitsplätzen hat. In Frankreich stellt dieser Wirtschaftszweig bereits 10 % aller Arbeitsplätze. In Italien entwickeln 6'200 Sozialgenossenschaften perso-

**Der 3. Sektor stellt den Menschen ins Zentrum: Ständige Weiterbildung ist in der heutigen schnelllebigen Zeit von existenzieller Bedeutung. Darauf setzt auch die Genossenschaft Oxalis, die Kurse für ihre Mitglieder organisiert. Dass dabei auch die Geselligkeit nicht zu kurz kommt, zeigt die Tischrunde in Bellecombe.**

nenbezogene Dienstleistungen und beschäftigten Menschen, die vom Arbeitsmarkt ausgeschlossen waren. Seit ihrer Gründung in den 80er Jahren sind es

## Soziale Unternehmen orientieren sich an Werten, die über die Befriedigung von Partikularinteressen hinausreichen.

200'000 Beschäftigte; der Frauenanteil beträgt 70 %. In Deutschland und Österreich sind 2,6 Millionen Menschen in der Nachbarschaftshilfe tätig; dabei widmen sich insgesamt 70'000 Initiativen den Bereichen Gesundheit und Soziales.

Die soziale Wirtschaft ging in Europa aus der Geschichte des 19. Jahrhunderts hervor und fasste in den verschiedensten Bereichen Fuss, wie Versicherungen, Banken, Wohnbau und Landwirtschaft, Erziehung und Ausbildung, Kultur, Freizeit, Beschäftigung und Nachbarschaftshilfe. In der neueren Zeit kamen Umwelt, internationale Solidarität bzw. fairer Handel dazu, zusammengefasst unter der Thematik der nachhaltigen Entwicklung, wo es seit jeher darum geht, soziale, wirtschaftliche und Umweltschutz-Ziele unter einen Hut zu bringen.

Die Kluft zwischen öffentlich-rechtlich und privatwirtschaftlich wird zudem immer mehr überwunden, da Nutzer, Dienstleister und öffentlich rechtliche Körperschaften als Partner in Projekten zusammen arbeiten und sich neue rechtliche Strukturen bilden.

### Werte-Orientiertheit vor Profit-Streben

Soziale Unternehmen mobilisieren menschliche Kräfte und finanzielle Ressourcen und entwickeln Aktivitäten rund um ein «soziales Objekt». Sie orientieren sich an Werten, die über die Befriedigung von Partikularinteressen hinaus reichen. Auch in der Wahl des Rechtsstatus – zum Beispiel sozialer Verband, Nichtregierungsorganisation, Genossenschaft oder spezielle gesellschaftliche Gruppen – drückt sich aus, dass soziale Werte im Zentrum der Tätigkeit stehen. Diese Unternehmungen streben nicht nach grösstmöglichem Profit. Überschüsse werden zum überwiegenden Teil wieder investiert.

In der Praxis wird diese Werte-Orientiertheit auf ganz unterschiedliche Weise umgesetzt. So richtet sich etwa ein Unternehmen nach sozialen Werten, wenn

es Menschen einstellt, die es auf dem Arbeitsmarkt schwer haben, wenn es die interne Weiterbildung fördert, aber auch, indem es Zulieferfirmen bevorzugt, die umweltfreundliche Produktionsmethoden anwenden und fairen Handel betreiben. Ebenfalls zu dieser Kategorie zählen Firmen, die bestimmte Aufgaben auslagern und sie sozialen Einrichtungen übertragen, zum Beispiel indem sie Briefversände durch Eingliederungsstellen durchführen lassen.

### Lokale Verankerung wirft weite Wellen

In Europa führt der Rückzug des Wohlfahrtsstaates zu einer Umschichtung der öffentlichen Dienste und zu neuen örtlichen Bedürfnissen: einerseits im Bereich Beschäftigung, andererseits im Bereich alltäglicher Dienstleistungen, wie Haushaltshilfe oder Kinderbetreuung. Hier setzt die soziale Wirtschaft ein. In der Folge entstehen zusätzliche Dienstleistungen, die verbunden sind mit einer Verbesserung des Lebensumfelds – Wohnungen,

öffentlicher Nahverkehr, ortbezogener Handel, Energieversorgung, Tourismus, Wahrung der Kulturgüter und der Umwelt. Mehr Beschäftigung und Berufe in diesen Bereichen sind die Folge. Diese örtlichen Entwicklungen treiben das allgemeine Wachstum des gemeinnützigen Wirtschaftssektors voran.

### Engagement für soziale und ökologische Ziele

Architekten und Bauhandwerker der Genossenschaft Caracol haben ein Projekt entwickelt, das soziale und ökologische Ziele miteinander verbindet. So setzen sie Lehm und Holz – die typischen Werkstoffe der Bausubstanz in der Region Grenoble – für Renovierungen und Neubauten ein. Sie rehabilitieren die alten Bautechniken und entwickeln gleichzeitig neue. Damit befriedigen sie die steigende Nachfrage der Bevölkerung nach ökologischen Häusern. Um ihre Erfahrung an möglichst viele Menschen weiterzugeben, bieten sie Kurse über die Nutzung dieser Materialien und über den Eigenbau an.

Was dieses Beispiel veranschaulicht: Ein Ort mit seinen Bewohnern und Netzwerken kann seine Probleme oft am besten selbst, mit seinen eigenen natürlichen, menschlichen oder technischen Ressourcen, lösen.

Typisch für die soziale Wirtschaft ist, dass sie sich hauptsächlich in Gebieten entwickelt, in denen die herkömmliche

### Anders leben und arbeiten

In einer ländlichen Gebirgsgegend in Savoyen begann der Verein Oxalis 1987 mit seiner Arbeit in den Bereichen Umwelterziehung, Kulturveranstaltungen, ökologisches Bauen, Viehhaltung und Eselreiten. Später wurde eine Produktionsgenossenschaft daraus, was der vielseitigen Tätigkeit in mehreren Branchen – Landwirtschaft, Tourismus, berufliche Bildung, Handwerk und Kultur – besser entsprach. Heute hat Oxalis sich zu einer Beschäftigungsgenossenschaft entwickelt. Nicht verändert hat sich jedoch das Hauptziel: «anders leben und arbeiten».

Die Beschäftigungsgenossenschaft schafft eine Grundlage für Beschäftigung, die sonst in dieser Region schwer möglich wäre. Die Genossenschaftsmitglieder haben eine gemeinsame Buchführung und Verwaltung, die Investitionen in Technik und Personal trägt die Genossenschaft. Jeder ist fest angestellt und hat dadurch ein geringeres Risiko. Die einzelnen Berufe aber sind voneinander unabhängig. Derzeit sind es rund 50, darunter Steinmetz, Konditor, Musiker, Landschaftspfleger, Psychoanalytiker oder Experte für nachhaltige Entwicklung.

[www.oxalis-scop.org/](http://www.oxalis-scop.org/)



© Oxalis

**Die traditionsreiche Kunst des Schmiedehandwerks ist vom Aussterben bedroht. Bei der Genossenschaft Oxalis hat sie eine Überlebenschance. Im Bild: Ludovic Biais, Mitglied von Oxalis, demonstriert Schaulustigen sein Können im Umgang mit Feuer und Eisen.**

Wirtschaft in Schwierigkeiten ist – in Grossstädten, ausgesprochen ländlichen Regionen oder auch in Residenz-Zonen. So ist sie oft eine Begleiterscheinung hoher Arbeitslosigkeit oder an bestimmte Kategorien wie ältere Menschen gebunden. In Frankreich spielt sie zum Beispiel eine wichtigere Rolle in Gebieten mit Sommertourismus als in Wintersportorten.

### **Zwischen und mit öffentlicher Hand und Privatwirtschaft**

Zwischen dem allgemeinen Interesse der öffentlichen Hand und den Privatinteressen der Wirtschaft ist die soziale und solidarische Wirtschaft als Ausgleichsfaktor zu sehen. Ihre Aktivitäten beginnen oft dort, wo Staat und Wirtschaft bei der Lösung bestimmter sozialer und struktureller Probleme an Grenzen stossen.

Die soziale und solidarische Wirtschaftstätigkeit hat sowohl dem öffentlich-rechtlichen als auch dem privatwirtschaftlichen Anspruch zu genügen. Sie muss einerseits finanziell unabhängig sein durch den Verkauf ihrer Dienstleistungen, und andererseits öffentliche Hilfen in Anspruch nehmen. Öffentliche Mittel erhält sie aber nur, wenn bewiesen werden kann, dass sie einem sozialen Nutzen dient.

### **Ein Taxi, ein Berg und ein Büro für alle**

Die Bewohner der ländlichen Region Oberösterreich verdanken ihr Gemeinschaftstaxi «mobiles Dorf» ehrenamtlicher Tätigkeit. Dieser Service war nur für die am Projekt beteiligten Haushalte eingerichtet, bevor sich dank öffentlicher Mittel der Kreis der Nutzniesser erwei-

Webseite und eine Reservierungszentrale für das gesamte Unterkunfts- und Veranstaltungsangebot dieser Gebirgsregion, die zu 90 % vom Tourismus lebt. Das Departement, das 20 % des Genossenschaftskapitals aufbringt, initiierte zudem gemeinsam mit dem Verband gelähmter Menschen in Frankreich (APF) die Einrichtung des Behindertenservice

Die soziale und solidarische Wirtschaft hat sowohl dem öffentlichrechtlichen als auch dem privatwirtschaftlichen Anspruch zu genügen.

tern liess. Ein dauerhafter Bestand dieser Einrichtung ist damit nicht garantiert: Das Land kann die – leider in unserer Gesellschaft noch nicht selbstverständliche – Anerkennung des kollektiven Interesses und sozialen Nutzens auch wieder rückgängig machen.

Die Akteure des Fremdenverkehrs des Departements Hautes Alpes in Frankreich waren sich bewusst, dass das Tourismusangebot in ihrer Region besser kommuniziert werden musste. Daher beschlossen Politikerinnen und Politiker, Ämter und die Tourismusbranche – sonst oft Konkurrenten – innerhalb einer gemeinnützigen Genossenschaft zusammen zu arbeiten. Resultat waren eine

«Ein Berg für alle». Mit dieser Diversifizierung richtet sich das Angebot auf spezifische Zielgruppen aus.

### **Nützliche Netze**

Die soziale und solidarische Wirtschaft organisiert sich in Netzwerken, was mobilisierend wirkt, etwa auf lokale Einrichtungen, regionale und nationale Dachverbände, Hilfsorganisationen, Stiftungen und Studienzentren. Die Basis für diese Art des kollektiven Handelns bilden persönliche Beziehungen und Vertrauen, die gemeinsame Nutzung von Informationen sowie, mit besonderer Motivationskraft, Kompetenz und Enthusiasmus. Der Erfolg von Netz-

werk-Aktionen hängt weniger von der Anzahl ihrer Mitglieder oder ihrem wirtschaftlichen Einfluss ab, als von ihrer Fähigkeit, etwas zu bewegen. Ausserdem ist wichtig, dass über alle Grenzen hinaus gearbeitet und Fachwissen entwickelt wird.

Mit ihren transnationalen Gremien und Netzwerken passt gerade die Organisationsform der CIPRA besonders zu «ihrem» Territorium, den Alpen. Die CIPRA arbeitet für und mit verschiedenen Netzwerken, wie «Allianz in den Alpen» oder – ein neues Beispiel – NENA: Weil die CIPRA auch die Wirtschaft ins Boot holen will, ist sie daran, ein Netzwerk von Unternehmen aufzubauen. Das Engagement der CIPRA stützt sich auf die Informations- und Kommunikationstechnologie, was eine «unité d'action» auf internationaler Ebene fördert. Die CIPRA sorgt dafür, dass Initiativen aus unterschiedlichen Gegenden und unterschiedliches Know-

how zusammenkommen, was zu einer stärkeren Wirkung und zu einem für alle wertvollen Erfahrungsaustausch führt.

#### **Mit Strukturiertheit zu Sichtbarkeit, Schlagkraft und Anerkennung**

Ein tragender Pfeiler des dritten Sektors ist die Beteiligung der Bevölkerung an der Gestaltung von Projekten der Regionalentwicklung. In der lokalen Demokratie gibt es zwar Mitbestimmungsmöglichkeiten. Um jedoch auf politische Entscheidungen Einfluss nehmen zu können, benötigt dieser Sektor mehr und effektivere Strukturen. Wollen Bürgerinitiativen wirklich zur Demokratisierung der Wirtschaft beitragen, müssen sie in die neuen öffentlichen Räume auf europäischer und internationaler Ebene vordringen. Das wird den verschiedenen Bewegungen – und der sozialen und solidarischen Wirtschaft insgesamt – zu grösserer Visibilität verhelfen. Indem sie einer breiten internationalen Öffentlich-

keit bekannt sind, können sie auch als Vorbild und Motivation für ähnliche, vielleicht mit Hindernissen kämpfende Bestrebungen in anderen Ländern dienen. Ein professioneller, selbstbewusster Auftritt ist eine Voraussetzung dafür, dass soziales Engagement nicht länger in die «Gutmensch»-Ecke gedrängt, sondern als wichtiger Wirtschaftsfaktor wahr- und ernst genommen wird. Mit klaren Strukturen sowie mess- und sichtbaren Erfolgen bei sozioökonomischen Innovationen, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen, werden die Organisationen des dritten Sektors die gleiche Legitimität erhalten wie Regierungen und Unternehmen der traditionellen Wirtschaft. Und die soziale und solidarische Wirtschaft wird endlich offiziell den Rang einnehmen, der ihr schon lange zusteht.

*Odile Jacquin, SCOP La Peniche*

#### **SOL – eine soziale Währung zur Aufwertung der sozialen und solidarischen Wirtschaft**

Drei französische Grossstädte experimentieren derzeit mit dem SOL, einer lokalen sozialen Währung zur Förderung lokalen Handels und lokaler Akteure. SOL stützt sich auf die Werte der gegenseitigen Hilfe und Solidarität sowie der sozialen und ökologischen Nützlichkeit. Die Initiatoren des Projekts, die Genossenschaft «Chèque Déjeuner», die Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit MACIF und MAIF sowie die Genossenschaftsbank Crédit coopératif, haben seitens der europäischen Union starke Unterstützung erhalten. Die lokalen Komitees müssen die Anwendungsmöglichkeiten dieser sozialen Kreditkarte ausarbeiten. Sie kann von den «Konsument-Akteuren» wie eine Fidelity Card (Sol coopération) beim Einkauf von Bioprodukten und Produkten aus fairem Handel oder für die Bezahlung von Dienstleistungen sozialer Unternehmen benutzt werden. Mit der Karte kann man sich aber auch Zeit für ehrenamtliche Einsätze im Rahmen eines Projekts gutschreiben lassen (Sol engagement), womit man Zugang zu andere, ehrenamtlichen Diensten bekommt, die von Netzwerk-Mitgliedern angeboten werden. Der Sol kann ausserdem als Check-Service verwendet werden (Sol affecté). Er wird durch ein Unternehmen, einen Verein auf Gegenseitigkeit oder eine öffentliche Behörde unterstützt und ermöglicht ganz bestimmten Inhabern, im Voraus bezahlte Dienstleistungen zu beziehen, die von den Netzwerk-Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden. Eine Gemeinde kann so Sozialhilfeempfängern die Möglichkeit geben, in einem sozialen Lebensmittelladen einzukaufen, Fahrräder zu mieten oder einen Computerkurs zu besuchen. Mit erfolgter Gutschrift stehen die SOLs drei oder sechs Monate lang zur Verfügung. Danach verlieren sie ihren Wert. Diese Regelung verhindert, dass die Karten gehortet werden und fördert einen raschen Umlauf dieser Währung. Die SOLs verfallen allerdings nicht völlig, sondern sie werden auf ein Konto überwiesen, das der Finanzierung von sozial nützlichen Projekten dient.

Das transnationale Projekt Eurosol vereint sechs nationale oder regionale Equal-Projekte aus vier europäischen Ländern: Das französische «Sol», das portugiesische «S. Bras Solidario», die zwei italienischen Projekte «NuoviStiliDiVita» und «Nuove Officine» und die zwei spanischen «Tesis» und «Eres Sevilla».

<http://www.eurosol.info/>

Im Portrait: Josef Schett

## Ein Macher setzt auf Schafe und vernetzt Menschen

**Der Bergbauer und Unternehmer Josef Schett hat im Osttiroler Villgratental vor 20 Jahren ganz aufs heimische Schaf gesetzt. Im Seitental werden hochwertige Matratzen und Dämmstoffe hergestellt, Fleisch und Käse für die gehobene Gastronomie produziert.**



© Villgrater Natur

**Herr Schett, der Bergbauernhof auf 1550 Metern, von dem Sie stammen, wo sie leben, im hinteren Villgratental in Osttirol, ist 500 Jahre alt. Ihr Vater hatte Rinder, war ein guter Züchter. Sie haben vor gut 20 Jahren alles umgestellt, ganz aufs Schaf gesetzt. Wieso?**

Weil es mit den Rindern kein Auskommen mehr war. Milchseen, Butter- und Fleischberge, das waren die Stichworte in den 1980er Jahren. Ich machte deshalb eine Banklehre. Aber dachte mir: Das kanns nicht sein. Meine Vorfahren sind seit 700 Jahren da im Tal, haben zu schlechteren Zeiten leben müssen wie wir. Dann sah ich mir den österreichischen Markt an: mehr als 300'000 Lämmer werden importiert und fast der ganze Schafskäse. Und zuhause hatten wir ausgedehnte steile Almflächen, die sich ja für Schafe besser eignen als für Rindvieher. Ich war in ganz Europa herum, um Alternativen zu suchen. Es gab erst wenige damals. Im Tal fand ich drei Bauern, die mitmachten, einer war gelernter Metzger. 1985 gründete ich «Villgrater Natur» und wir begannen.

**In einem abgelegenen Tal mit bescheidenem Tourismus, die Verbraucher weit weg...**

Durch Zufall entdeckte ich, dass ein Wirtschafts-Professor ein Patenschaftsmodell ausgeschrieben hatte. Da machte ich mit. Die Studenten sollten in der freien Wildbahn schnuppern. Ich war der Exot: der Bergbauer, der seine Produkte selbst verarbeiten und vermarkten will. Wir erhielten durch die Diplomarbeit die wichtigen Grundlagendaten. Und Kontakte zur Gastronomie. Und die Presse schrieb schon fleissig: Wir waren bekannt, bevor wir Produkte am Markt hatten. Als erste in Österreich entwickelten wir ein Marketingkonzept für Lammfleisch- und Schafkäsevermarktung. Ich besuchte Käsereikurse in der Schweiz. Aber dann kam in unserem ersten Sommer, 1986, das Reaktorunglück in Tschernobyl. Wir hatten zwar bei uns eine Woche keinen Regen, keine erhöhte Radioaktivität, aber das half nicht. Die Hysterie war zu gross. Wir assen den Käse selbst. Und experimentierten damit.

**Das war offenbar kein Grund zum Aufhören. Wo war die Marktnische? Sie haben ja mit Milch und Fleisch angefangen – davon gab es schon Seen und Berge, wenn auch von Rindern.**

Die gehobene Gastronomie, für die produzieren wir immer noch viel. Mit dem Gannerhof gibt es ein Zwei-Hauben-Lokal in Villgraten. Und an Privatkunden verkaufen wir, Stammgäste. Das Osttiroler Berglamm wurde zur Marke. Wir haben zwei Rassen gekreuzt zur Fleischverbesserung, das Steinschaf und das Braune Bergschaf, das ich selbst züchte. Damals gabs einen Aufschrei. Heute werden von uns 700 bis 800 Schafe im Jahr

**Josef Schett, 46, ist Bergbauer und Unternehmer – sowie Ex-Bürgermeister – im Osttiroler Villgratental, einem «Seiten-Seitental», wie es der kritische Villgrater Volkskundler und Publizist Johannes E. Trojer einmal genannt hat.**

geschlachtet, an die 1'000 weiterverkauft, alle aus dem Tal oder einem Umkreis von 20 Kilometern. Osttirol ist der schafreichste Bezirk Österreichs, mit 20'000 Schafen von 350'000 in Österreich. Wir arbeiten mit einer Metzgerei mit zwei Filialen in Osttirol zusammen. Es gibt eine Schiene mit der Hipp-Babynahrung mit unserem Fleisch. Wir können den Bauern etwa 20 Prozent mehr zahlen als die Supermarktketten mit ihrem Preisdiktat. Zwei Ketten nehmen unsere spezielle Lammwurst ab.

«Die Wertschöpfung soll im Tal bleiben.»

### **Wann und wieso haben Sie mit Wollverarbeitung in Ihrem Betrieb begonnen?**

Am Anfang bescheiden. Wolle war nichts mehr Wert. Die Industrie verlangt feingekräuselte weisse Wolle. Die melierte unserer gekreuzten Rassen oder des braunen Bergschafs ist nicht gefragt. Ich überlegte, wo könnte man Wolle noch einsetzen? Und bemerkte, dass man früher in den Häusern hinter den Holztäfelungen mit Wolle ausstopfte. Zum Dämmen. Heute verarbeiten wir 100 Tonnen Rohwolle, die über die Schafzuchtverbände gesammelt wird. Unser Ziel ist es, die gesamte österreichische Schafwolle von jährlich 300 Tonnen zu verarbeiten. Wir hätten die Kapazität. Wir müssen nur noch mehr die Botschaft hinausbringen: Im hinteren Villgraten gibt es jemand, der aus Schafwolle Produkte herstellt.

### **Sie haben die Dämmstoffproduktion in ein eigenes Unternehmen ausgegliedert...**

Die Firma Woolin wurde 2003 gegründet. Und als Partner ist Gernot Langes-Swarovski bei uns mit 49 Prozent eingestiegen. Ich hab 51. Mit Woolin und dem Know-How von Langes-Swarovski wollen wir auf den internationalen Baustoffmarkt, in das gehobene Wohnsegment. Das Dämmvlies ist hochwertig. Dient als Trittschallschutz für Böden. Zur Dämmung von Trennwänden. Ist auch ein biologischer Schadstoff-Filter.

Für den Vertrieb haben wir regionale Partner in der Baubranche: Zimmereibetriebe, Tischler oder Bodenleger für die Trittschall-Dämmbahnen. Der hauptsächliche Markt für die Dämmprodukte ist Österreich, Norditalien, die Schweiz. Wir kooperierten aber auch mit Produzenten von Fertigteilhäusern in Polen.

### **Es gibt ein Netzwerk mit regionalen Produkten. Der Verein heisst «Natur aus Osttirol». Was hat es damit auf sich?**

Wir kooperieren sehr eng im Bezirk. Seit zehn Jahren gibt es «Natur aus Osttirol». Dem gehören zwölf Firmen an, auch die Osttirol-Werbung. Metzger, Bäcker, ein Schnapsproduzent, ein Fleisch verarbeitender Betrieb, Hersteller von Marmelade und Latschenkieferöl, die Osttiroler Molkerei und wir als Villgrater Natur sind da vereint. Es gibt das Osttirol-Kistl als Geschenkidee, mit unseren Produkten.

### **Wie sieht die Kooperation mit dem Gannerhof in Innervillgraten aus, laut diversen Gourmet-Zeitschriften eines der bedeutenden Restaurants in Österreich?**

Die Kooperation ist sehr wichtig. Nicht nur, weil das Hauben-Lokal bekannt ist für seine Rezepte aus Osttiroler Bergglamm.

Der «Gannerhof» hat auch mehrere Häuser mit Gästezimmer im traditionellen Stil aus heimischem Holz. Lampen und Beschläge stammen vom heimischen Schmied. Die Dämmstoffe bestehen aus Woolin-Schafschurwolle, Matratzen. Polster, Decken aus der bei uns verarbeiteten Schafwolle. Viele Hausgäste kaufen diese Produkte bei uns. Der Gannerhof wirbt dafür und erhält Provision. Und mich freut sehr, dass in vielen Wohnungen im Tal unsere Matratzen liegen.

### **Sie erweitern gerade den Betrieb mit einem Zubau. Mit welchem Ziel?**

Wir wollen unseren Bauernladen vergrößern, in dem auch 30 Bäuerinnen ihre Produkte verkaufen. Im 1. Stock werden wir unsere Produkte zum Essen anbieten. Ziel ist es, von acht Beschäftigten auf 15 zu erhöhen. Die Schneiderei, mit der wir zusammenarbeiten, und die Bauern auf den Höfen eingerechnet, leben jetzt schon an die 15 davon. An die 50 Bauern in der Region liefern Fleisch zu. Tausend sind es, wenn man den Wollzukauf in ganz Österreich dazu zählt.

### **Was ist für Sie vor allem nachhaltig an Ihrer Tätigkeit?**

Mir war es immer ein Anliegen, dass die Wertschöpfung im Tal bleibt, sie ins Tal zu bringen, um hier überleben zu können. Um für die nächste Generation etwas aufzubauen. Die Entvölkerung unserer Täler kann ja nicht das Ziel sein.

*Das Gespräch führte Benedikt Sauer, Der Standard*



**Josef Schetts Betriebe Villgrater Natur, seit 1986 gegründet, und Woolin, das 2003 mit Beteiligung von Gernot Langes Swarovski ins Leben gerufen wurde, erzielen mit diversen Schaf- und Lammprodukten einen Umsatz von 1,3 Millionen Euro. Dieser Tage erweitert Schett das Betriebs- und Produktionsgebäude mit dem Ziel, den Umsatz auf bald zwei Millionen Euro zu erhöhen. Woolin produziert hochwertige Dämmstoffe, Villgrater Natur vermarktet eigene Bettwaren und andere Schafwollprodukte, verkauft Lammfleisch und Schafskäse von Villgrater Bauern an die gehobene Gastronomie und im eigenen Laden.**

Von der Kooperation übers Netzwerk zum Cluster –  
der neue Weg der Wirtschaft

## Starke Netze für fette Fänge

**Der Alpenraum hat mit seiner ständig wachsenden Kompetenz und vielfältigen Erfahrung in nachhaltigem Wirtschaften die Chance, eine Spitzenposition im globalen Wettbewerb zwischen den Regionen einzunehmen. Kooperationen, Netzwerke und Clusters können einen entscheidenden Beitrag dazu leisten.**

Ein dominierender Trend hin zu Netzwerken ist kennzeichnend für unsere Zeit. Diese Entwicklung wird vor allem von drei Triebkräften bestimmt: von einem wirtschaftlichen Strukturwandel zu flexibleren Produktionsformen und hohen Innovationsraten (flexible Spezialisierung, Konzentration auf die Kernkompetenzen, Kundenorientierung etc.), dann von den Wettbewerbsvorteilen kleiner, projektorientierter Organisationen mit flachen Hierarchien und hoher Flexibilität gegenüber grossen hierarchischen Organisationen, und nicht zuletzt von der raschen Verbreitung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien.

### Netzwerke bauen auf Kooperationen

Netzwerke zwischen Personen, Projekten und Unternehmen bieten zahlreiche Vorteile. So sind sie flexibler als hierarchische Organisationen, fördern die Synergien zwischen externem und internem Wissen, Kreativität und Innovationen, sie verringern das Risiko neuer Entwicklungen – und vieles mehr. Netzwerke in der Wirtschaft bilden sich meist, wenn sich erfolgreiche Unternehmenskooperationen zu grösseren Meta-Kooperationen verbinden. Kooperationen sind die Voraussetzung für die Entstehung von komplexen Netzwerken. Umgekehrt schaffen Netzwerke einen Nährboden für die Gründung neuer Unternehmen und Unternehmenskooperationen.

Kooperation ist, lexikalisch ausgedrückt, «gemeinsames Handeln von mindestens zwei Akteuren zum Zweck einer besseren Zielerreichung». Nach dem Motto «gemeinsam sind wir stärker» bringen die beteiligten Akteure ihre besonderen Fähigkeiten ein, um so von der Zusammenarbeit zu profitieren. Die gemeinsame Leistungsfähigkeit sollte jedenfalls grösser werden als die Summe der einzelnen Leistungen. Darin besteht der

Mehrwert einer Kooperation. Kooperationen sind zumindest durch folgende sechs Merkmale gekennzeichnet:

**Identifizierbare Partner:** Die Kooperationspartner wissen voneinander – jedem Kooperationspartner ist bekannt, welche anderen Partner beteiligt sind.

**Nutzenorientierung:** Jeder Kooperationspartner erwartet einen Nutzen für sich selbst. Die Partner gehen davon aus, dass der erwartete Mehrwert nur oder jedenfalls leichter durch die Kooperation erzielt werden kann.

**Stärkenorientierung:** Die Kooperationspartner orientieren sich in ihrem gemeinsamen Handeln an ihren jeweiligen Stärken. Der erwartete Mehrwert der Kooperation entsteht durch das Zusammenwirken bestimmter Stärken der Kooperationspartner.

**Partielle Kopplung:** Die Kooperationspartner bringen bestimmte Stärken ein, aber niemals sich selbst als Ganzes.

**Eigenständigkeit:** Die Kooperationspartner bewahren ihre Autonomie.

**Systemcharakter:** Durch die Kooperation entsteht ein neues soziales System mit einer ihm eigenen Entwicklungsdynamik und Unberechenbarkeit.

### Anspruchsvolle Beziehungsarbeit

Das Management und der Erfolg von Unternehmenskooperationen werden massgeblich davon bestimmt, inwieweit diese Merkmale tatsächlich berücksichtigt und aktiv gestaltet werden. Unternehmenskooperationen sind meist sehr anspruchsvolle Projekte, die den beteiligten Akteuren ein hohes Mass an Geduld, Erfahrung und Professionalität abverlangen. Hinzu kommt, dass Kooperationen sehr lebendige soziale Systeme darstellen, die sich laufend verändern und sich nicht bis ins letzte Detail planen lassen. Kooperationen sind eben mehr als bloss die Summe ihrer Teile. Es ist wie im Beziehungsleben – selbst die

vertrauensvollsten Verbindungen sind nicht vor Krisen gefeit, und oft gibt es gute Gründe, eine Kooperation besser früher als zu spät abzubrechen, oder überhaupt bleiben zu lassen.

### Spielerische Suche nach neuen Möglichkeiten

Kooperationen und Netzwerke sind zwei Phänomene, die viele Gemeinsamkeiten aber auch deutliche Unterschiede aufweisen. Während in Kooperationen sehr klar unterschieden werden kann, wer dazugehört und wer nicht, ist diese Grenzziehung in Netzwerken so eindeutig nicht mehr möglich. Es besteht häufig keine formal zu beschliessende Mitgliedschaft sondern ein mehr oder weniger starkes Eingebundensein. Denn in Netzwerken geht es primär nicht um die Erreichung eines gemeinsamen Zieles, sondern vielmehr um die Möglichkeit, andere Akteure zu erreichen. Netzwerke sind offene Systeme. Sie können als «soziale Infrastrukturen» bezeichnet werden, die dafür genutzt werden, Beziehungen zu anderen Akteuren herzustellen. Diese soziale Infrastruktur kann für sehr viele Menschen und Unternehmen einen hohen Nutzen schaffen.

Die Errichtung und Erhaltung dieser sozialen Infrastrukturen erfordern, ähnlich wie bei materiellen Netzwerken, einen beträchtlichen Ressourceneinsatz. Grosse und komplexe Netzwerke werden daher nicht von einzelnen Akteuren errichtet, sondern brauchen das langfristige und komplexe Zusammenspiel einer grossen Vielzahl und Vielfalt von Akteuren. Soziale Netzwerke benötigen für ihr Entstehen sehr viel Zeit. Die Kopplung zwischen den Akteuren im Netzwerk ist deutlich loser als in Kooperationen, es gibt weniger Verbindlichkeit. Der Steuerbarkeit und Gestaltbarkeit von netzwerkartigen Verbänden sind noch engere Grenzen gesetzt als bei Kooperationen.

Eine besondere Form von Wirtschaftsnetzwerken sind so genannte regionale Wirtschaftskluster. Sie sind das Ergebnis langfristiger räumlicher Spezialisierungsprozesse und der damit verbundenen Herausbildung regionaler Wettbewerbsvorteile. Das Phänomen der Spezialisierung von Regionen ist nicht neu, wie die Beispiele der Schiffsbau-Zentren der Antike, die Tuchmacher in Flandern oder die Glasindustrie in Böhmen zeigen. Heute sind es etwa der Filmcluster Hollywoods oder der Silicon Valley Cluster in Kalifornien, welche die globale Netzwerkgesellschaft antreiben. Der amerikanische Wirtschaftswissenschaftler Michael E. Porter hat Ende der 80er Jahre damit begonnen, die Gründe zu erforschen, die in bestimmten Regionen für überdurchschnittliches Wachstum und Beschäftigung sorgen. Dabei beobachtete er, dass sich in erfolgreichen Regionen Unternehmen und Institutionen aus einer bestimmten Branche relativ kleinräumig konzentrieren, mitein-

ander eng verbunden sind und auf verschiedensten Ebenen kooperieren. Diese Verbindungen ergeben sich z. B. durch den Einsatz gemeinsamer Technik, die Nutzung gemeinsamer Verkaufswege, die Organisation gemeinsamer Weiterbildungsprogramme oder die Gründung

sätzliche Unternehmen siedeln sich an. Weiter erkannte Porter die wichtige Rolle, die unterstützende Einrichtungen auf die wirtschaftliche Entwicklung in erfolgreichen Regionen haben. Das sind etwa Hochschulen, Forschungseinrichtungen, wirtschaftsnahe Dienstleister,

## Soziale Netzwerke benötigen für ihr Entstehen sehr viel Zeit.

gemeinsamer Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen. Obwohl diese Unternehmen in Konkurrenz zueinander stehen, sind sie durch Kooperationen miteinander verknüpft.

Aufgrund der räumlichen Nähe existieren vielfache persönliche Kontakte auf allen Hierarchiestufen der Unternehmen. Internes und externes Wissen wird laufend ausgetauscht, gemeinsam findet man zu neuen Lösungen. Die Unternehmen werden produktiver und die gesamte Wirtschaftsregion interessanter. Zu-

Behörden, Kammern, Weiterbildungseinrichtungen etc. Dabei ist die netzwerkartige Kombination aus wissenschaftlichen Einrichtungen, Infrastruktur, politischen Rahmenbedingungen und qualifizierten, erfahrenen Arbeitskräften besonders wichtig.

In Europa wurden daher in den 1990er-Jahren zahlreiche wirtschaftspolitische Initiativen und entsprechende öffentliche Programme (EU-Strukturfonds, EU-Gemeinschaftsinitiativen, nationale und regionale Programme zur Förderung der



Ein Silicon Valley der Alpen: Wirtschaftskluster sind das Ergebnis der Spezialisierung einer Region.

Kooperation zwischen KMU etc.) gestartet, um diese positiven Effekte der regionalen Clusterbildung zu unterstützen. Die öffentliche Hand sollte allerdings nicht versuchen, Cluster zu schaffen.

penraum mehr als hundert regionale Wirtschaftscluster existieren. In ihrer Gesamtheit geben sie ein eindrucksvolles Spiegelbild der wirtschaftlichen Stärken sowie der natürlichen und gesell-

## Cluster werden durch den Markt geboren und entwickeln sich über mehrere Dekaden hinweg.

Cluster werden durch den Markt geboren und entwickeln sich über mehrere Dekaden hinweg. Die öffentliche Hand kann aber als Katalysator wirken. So wurde beispielsweise im Bundesland Salzburg Ende der 1990er-Jahre seitens der regionalen Wirtschaftspolitik eine Clusterinitiative für die Holzbranche gegründet, mit der die Kooperationsfähigkeit der Betriebe und damit die Wettbewerbsfähigkeit der gesamten regionalen Holzwirtschaft angeregt werden sollten. Die Holzbranche in Salzburg umfasst rund 1'300 Betriebe mit rund 8'000 Beschäftigten, etwa 80 % davon sind Kleinbetriebe mit weniger als 10 MitarbeiterInnen. Die Clusterinitiative wurde als gemeinsames Projekt der Landesverwaltung und der Interessensvertretung der Holzbranche eingerichtet. Nach mehr als sieben Jahren Clusterentwicklung ist es hier gelungen, rund 60 regionale Unternehmenskooperationen anzuregen, an denen sich rund ein Viertel aller Unternehmen der Branche beteiligt. Anzunehmen ist, dass im gesamten Al-

penraum mehr als hundert regionale Wirtschaftscluster existieren. In ihrer Gesamtheit geben sie ein eindrucksvolles Spiegelbild der wirtschaftlichen Stärken sowie der natürlichen und gesellschaftlichen Ressourcen der gesamten Alpenregion im Vergleich zu anderen Weltregionen. Die Vielfalt dieser Netzwerke ist gross. Sie reicht von den traditionellen, bereits seit mehreren Jahrhunderten erfolgreichen Regionalclustern wie etwa dem Uhrmachercluster im Schweizer Jura oder dem Finanzcluster in Zürich bis zu den neuen wissensbasierten Wirtschaftsnetzwerken der vergleichsweise jungen Branchen der Informations- und Kommunikationstechnik, Biotechnologie, Mechatronik, Creative Industries etc. Der wirtschaftliche Erfolg dieser regionalen Netzwerke ist enorm, viele von ihnen verfügen über einen beträchtlichen Weltmarktanteil in ihren jeweiligen Wirtschaftsbereichen. Meist entstehen solche Cluster in städtischen Agglomerationen – und zwar sowohl in kleineren Städten als auch in bzw. rund um die Grossstädte. In ländlichen Regionen sind sie eher selten anzutreffen. Vieles spricht aus heutiger Sicht dafür, dass die Alpenregion gerade mit ihrem enormen Know-how-Potenzial für Nach-

haltigkeitslösungen in Zukunft eine Spitzenposition im globalen Wettbewerb zwischen den Regionen einnehmen kann. In den Bereichen Umwelttechnik, nachwachsende Rohstoffe und nachhaltige Ressourcennutzung haben sich hier bereits mehrere international erfolgreiche Cluster gebildet. Sie leisten damit auch einen wichtigen Beitrag für nachhaltiges Wirtschaften im Alpenraum. Die tatsächlichen Nachhaltigkeitseffekte werden letztlich von den Zielsetzungen, den Interessen der beteiligten Akteure und den Umsetzungserfolgen dieser Verbände abhängen. Je stärker sich die einzelnen Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit öffnen, umso mehr wird es auch in ihren Unternehmensnetzwerken Eingang finden. Netzwerke bieten jedoch keine pauschale Garantie für mehr Nachhaltigkeit. Netzwerke können aufgrund ihrer kurzen Kommunikationswege und ihrer hohen Flexibilität nachhaltigkeitseffektive Lösungen durchaus begünstigen. Sie können aber gerade wegen ihrer Offenheit und Unverbindlichkeit die Umsetzung solcher Lösungen auch beträchtlich behindern.

*Harald Payer, ÖAR Regionalberatung GmbH, Wien*

### Ausgewählte Beispiele regionaler Wirtschaftscluster

Deutschland	Bio-Tech Region München, Automobilzulieferindustrie in Bayern, Visual Computing Cluster Baden-Württemberg
Frankreich	Brillenrahmenherstellung im Haut-Jura, Aerospace Cluster in Rhone-Alpes, Biotechnologie-Cluster Rhone-Alpes, Wintersportindustrie in Rhone-Alpes, Digital Entertainment Rhone-Alpes
Italien	Sesselkomponentencluster Udine, Seidenstoffverarbeitung in Como, Goldschmiedekunst in Vicenza, Keramikindustrie in der Emilia-Romagna, IT & Software in Bolzano, Holzcluster Südtirol, Cluster Alpine Network Südtirol
Österreich	Automobil- und Zulieferindustrie in der Steiermark, Eco World Styria, Clusterland Oberösterreich (Automobil, Kunststoff, Möbel und Holzbau, Gesundheit, Mechatronik), Holzcluster Salzburg, Bau-Energie-Umwelt-Cluster Niederösterreich, Wellbeing Cluster Niederösterreich, Automotive Cluster Vienna Region
Schweiz	Finanzcluster Zürich, Creative Industries Zürich, Uhrencluster Jura, Berner Medizintechnik-Cluster, Nahrungsmittel-Cluster,
Slowenien	HVAC Cluster (heating, ventilation, air conditioning), Textilcluster Slowenien, Spielzeugherstellungscluster, Transportlogistik, Werkzeugbau, Giz Geodetskih Izvajalcev Slovenia

NENA: Vom Interreg IIIB-Projekt zum Unternehmensnetzwerk in den Alpen

# Gemeinsam für eine nachhaltige Entwicklung in den Alpen

**Das Interreg III B-Projekt NENA – «Network Entreprises Alps» – wurde im März 2006 gestartet. Knapp 18 Monate später ist die Realisierung eines Netzwerks von kleinen und mittleren, nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen greifbar nahe.**

Red. Das Projekt NENA soll vor allem den KMU als grösste Arbeitgeber im Alpenraum helfen, ihre Wettbewerbsfähigkeit aufrechtzuerhalten und sich gleichzeitig stärker an einer globalen Diskussion über die nachhaltige Entwicklung in den Alpen zu beteiligen.

Es gibt im Alpenraum Unternehmen und Unternehmensverbände, die erkannt haben, dass sich ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft nicht auf Arbeitsplatzschaffung und BIP-Wachstum beschränkt. Sie wollen Produkte und Produktionsverfahren entwickeln, die wirtschaftlich sinnvoll, aber auch umwelt- und sozialverträglich sind. Trotzdem wird das Innovationspotenzial für nachhaltige Entwicklung noch viel zu wenig ausgeschöpft. So mangelt es an Fachkräften. Auch eine bessere Vernetzung und eine gezieltere Marktorientierung würden die Erfolgsaussichten steigern. Dann fehlt es an Ideen und Strategien zur Schaffung von Synergien innerhalb und zwischen den verschiedenen Wirtschaftszweigen. Da sind die Unternehmen und Verbände auf Unterstützung angewiesen.

Das Projekt NENA will diese Unterstützung sicherstellen, den Unternehmen und ihren Dachorganisationen neue Impulse verleihen und ein alpenweites Netz von KMU und Dachorganisationen aufbauen. In der ersten Phase konzentrieren sich Projektpartner auf die Themen erneuerbare Energien, Energieeffizienz und Wertschöpfungskette Holz. Innerhalb dieser Schlüsselthemen geht es um Innovationsmanagement, Wissens- und Erfahrungsaustausch, Aus- und Weiterbildung sowie Prozessoptimierung und Schnittstellenmanagement zwischen den einzelnen Gliedern der Wertschöpfungsketten.

Kleine und mittelständische Unternehmen planen häufig kurzfristig; dabei kommen innovative Ideen mit Zukunftspotential zu kurz. Deshalb entwickeln die NENA-Partner ein Konzept von «InnovationsassistentInnen», die Unternehmen beim Aufbau einer Innovationskultur unterstützen sollen.

Weitere Schwerpunkte von NENA sind der Wissens- und Erfahrungsaustausch sowie die Aus- und Weiterbildung. Als konkrete Massnahmen führen die NENA-Partner Sommerpraktika für Zimmermannslehrlinge und einen «Masterstudiengang



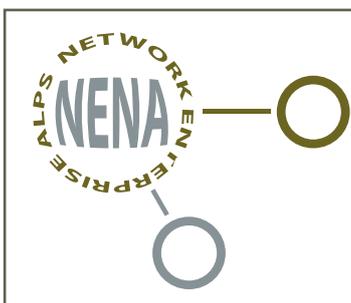
**Innovatives Engagement für Umwelt- und Sozialverträglichkeit: Projektpartner bei einem Treffen in Turin/I.**

Holzbau» mit Exkursionen und fachlichen Beiträgen durch. Zudem fanden zwei Fachseminare über Holzbau und Finanzierung von erneuerbaren Energien statt.

Im Energiebereich unterstützte NENA die Partner bei zahlreichen Workshops zur Förderung eines stärkeren Umweltbewusstseins und zur Entwicklung von Energieoptimierungsmöglichkeiten. Regionale Massnahmen befassten sich unter anderem mit der Nutzung von Biomasse und Biogas, der Verbesserung der Energieeffizienz bei Neu- und Altbauten sowie der Einrichtung eines ECOPOWER-Bürgerfonds zur Finanzierung von erneuerbaren Energien.

Einige NENA-Partner setzen sich auch für mehr Effizienz und Innovation in der Wertschöpfungskette Holz ein, zum Beispiel durch die Vergabe des «Holzbaupreises 2007» (Vorarlberg/A), mit dem aussergewöhnliche Holzbauprojekte ausgezeichnet werden.

Anfang 2008 wird die Projektphase abgeschlossen sein. Mit dem alpenweiten Unternehmensnetzwerk bietet sich die einmalige Chance, diesen Massnahmenkatalog zu verlängern und weiterzuentwickeln, neue Initiativen ins Leben zu rufen und die daraus entstehenden Kooperationen zu stärken.



**Projektlaufzeit:** März 2006 – Februar 2008

**Budget:** 2,48 Mio. Euro

**Lead-Partner:** Entwicklungsverein Natur und Kulturerbe Vorarlberg/A

**Projektpartner:** Autonome Provinz Bozen - Innovation, Forschung, Entwicklung und Genossenschaften/I, Rhône Alpes Energie-Environnement/F, Regione Piemonte - Assessorato alle Politiche Territoriali/I, Fachhochschule Rosenheim/D, Posoški razvojni Center/SL, Energieagentur Judenburg-Knittelfeld-Murau/A, Tiroler Zukunftsstiftung/A, Innovations Transfer Zentralschweiz, ITZ /CH, CIPRA International

Aufbruchstimmung im 3. Alpenreport der CIPRA

## Wir Alpen! Menschen gestalten Zukunft

**Der 3. Alpenreport erzählt von Menschen in den Alpen, die ihre Zukunft gestalten. Von Initiativen, welche die Vision einer nachhaltigen Entwicklung mit Leben füllen. Von einem der grossen und bedeutenden Natur- und Kulturräume in Mitteleuropa: den Alpen.**



© Christoph Pueschner/Zeitenpiegel

Red. Längst gelten der 1. und 2. Alpenreport der CIPRA, 1998 resp. 2001 erschienen, als Standardwerke zur nachhaltigen Entwicklung in den Alpen. Der dritte Band hat sich zum Ziel gesetzt, die Erfolgsgeschichte fortzuschreiben und mit spannenden Reportagen und ausdrucksstarken schwarz-weiss-Aufnahmen auch eine breitere Öffentlichkeit anzusprechen. Dazu konnte die CIPRA mehrfach ausgezeichnete AutorInnen und FotografInnen der Agentur Zeitenpiegel gewinnen, die für Medien wie «Stern», «Spiegel», «Facts» oder «New York Times Magazine» arbeitet.

### Die Zukunftsmacher im Rampenlicht

Das Grossgebirge steht in den Augen vieler Menschen für erhabene Ewigkeit, für Brauchtumpflege, Sommerfrische und Skizirkus. Aber die Alpen bilden auch ein empfindliches Ökosystem. Die Bedrohungen sind bekannt: Städte und Dörfer, die sich in die Landschaft fressen; vom Skisport geschundene Berghänge; Dörfer, die von ihren Bewohnern verlassen werden; Gletscher auf dem Rückzug aufgrund des Klimawandels;

Blechlawinen als Wochenend-Event. Glücklicherweise gibt es für diese alten Probleme neue, innovative und erfrischende Lösungsansätze vieler engagierter Menschen in den Alpen. Auf diesen Aufbruch konzentriert sich der 3. Alpenreport. In insgesamt fünfzehn Reportagen präsentiert er in einem ersten Teil Persönlichkeiten und Initiativen, die es verdienen, bekannt gemacht zu werden. Die Bandbreite an Themen widerspiegelt die Vielfalt der Alpen: Landwirtschaft, Schutzgebiete, Tourismus, Verkehr, Kunst und Kultur, Politik im Grossen und Kleinen, regionales Handwerk, traditionelle und moderne Wirtschaft. Vorgestellt werden soziale Erfinder, die heute schon zeigen, wie umwelt- und sozialverträgliche Entwicklung morgen aussehen kann, und die – beflügelt von grossen Visionen – wissen, wie man kleine Schritte managt. Diese Zukunftsmacher halten uns mit ihrer Arbeit, ihren Netzwerken und Allianzen, Ideen und Methoden, ihren Fortschritte und dem Umgang mit Rückschritten, vor Augen, wie Wirtschaften und Zusammenleben in den Alpen funktionieren kann – in Einklang mit der Natur. Das Buch ist damit mehr als ein kurzweiliges Lesebuch und Nachschla-

gewerk, das nützliches Wissen zur Verfügung stellt. Es weckt als inspirierender Impulsgeber Lust, gesellschaftliche Veränderung aktiv mitzugestalten.

### **Auch im 3. Alpenreport kommen Hintergrundberichte und Daten nicht zu kurz:**

Der zweite Buchteil liefert den wissenschaftlichen Hintergrund zu den «Good Practices» der Reportagen, vertieft die Einzelfälle und stellt sie in einen Kontext. Der Schlussteil enthält eine Fülle von Daten mit einer leicht verständlichen Interpretation.

**Das Buch weckt als inspirierender Impulsgeber Lust, gesellschaftliche Veränderungen aktiv mitzugestalten.**

### **«Zukunft in den Alpen» – eine CIPRA-Studie mit Wirkung**

Das wissenschaftliche Rückgrat des Buches bildet eine aufwändige Studie, die von der CIPRA koordiniert wurde. Unter dem Titel «Zukunft in den Alpen» haben 40 Fachleute aus Forschung und Praxis den vorhandenen Wissenschatz in sechs Zukunftsfragen gebündelt. Einzelne Arbeitsgruppen untersuchten die regionale Wertschöpfung, die soziale Handlungsfähigkeit, die Rolle von Schutzgebieten für Biodiversität und Regionalentwicklung, der Freizeit-, Tourismus- und Pendlerverkehr, neue Formen der Entscheidungsfindung sowie Auswirkungen von Politik und Instrumenten. Die sich daraus ergebenden Erkenntnisse und Empfehlungen für eine nachhaltige Entwicklung werden im Buch ergänzt durch Interpretationen, Schlussfolgerungen und Forderungen der CIPRA.

#### **Portofreier Versand für FrühbestellerInnen**

Wir Alpen!

Menschen gestalten Zukunft

3. Alpenreport

CIPRA (Hrsg.), Verlag Haupt, Bern, Stuttgart, Wien  
304 Seiten, Duplexdruck, gebunden, zahlreiche Fotos, Tabellen und Grafiken. Gedruckt auf FSC-Papier.  
ISBN 978-3-258-07263-0.

CHF 36.00, € 22.90 (D), € 23.60 (A) .

Erscheint auch in Französisch, Italienisch und Slowenisch.

Für Bestellungen, die bis zum 30.11.2007 bei der CIPRA eingetroffen sind, versenden wir das Buch portofrei.

Zusätzlich gibt es den 1. und/oder 2. Alpenreport für nur je CHF 8.00/ € 5.00.

Bestellungen mittels Bestellkarte im Prospekt in der Mitte dieses CIPRA Info oder an: [international@cipra.org](mailto:international@cipra.org) oder unter [www.cipra.org](http://www.cipra.org)

© Christoph Püeschmer/Zeitenpiegel



© Heinz Heiss/Zeitenpiegel



© Christoph Püeschmer/Zeitenpiegel

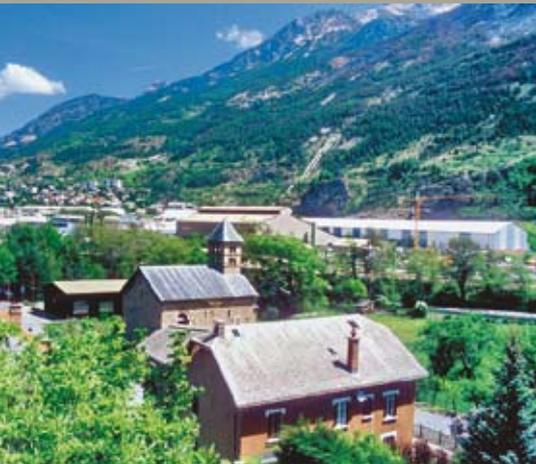


## Postcode 1

Zutreffendes durchkreuzen – Marquer ce qui convient Porre una crocette secondo il caso					
Weggezogen; Nachsendefrist abgelaufen A démissionné; Délai de réexpédition expiré Traslocato; Termine di spedizione scaduto	Adresse ungenügend insuffisante Indirizzo insufficiente	Un- bekannt Inconnu Sconosciuto	Nicht abgeholt Non récl. Non ritirato	Annahme verweigert Refusé Respinto	Ge- storben Décédé Deceduto

## Die Herausforderung der Alpenwoche 2008 in l'Argentière la Bessée/F neues Denken – Neues denken

Im Pays des Ecrins findet vom 11. bis 14. Juni 2008 die zweite Ausgabe der Alpenwoche statt, bei der Akteure aus dem Alpenraum über nachhaltige Entwicklung diskutieren.



© Vallouimages

Das Pays des Ecrins ist eine Region voller Gegensätze, die eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Entwicklung anstrebt.

Red. Nach der positiven Erfahrung der Alpenwoche 2004 in Kranjska Gora/SL haben die grossen Alpentnetzwerke (ISCAR, CIPRA, «Allianz in den Alpen», ALPARC und Club Arc Alpin) beschlossen, die Veranstaltung 2008 zu wiederholen. Das Ziel dieser Alpenwoche besteht darin, den Dialog zwischen den verschiedenen Gruppen von Akteuren für eine nachhaltige Entwicklung in den Alpen zu fördern, aber gleichzeitig auch Vorschläge auszuarbeiten, wie die öffentlichen Verwaltungen und insbesondere die Alpenkonvention ihre Tätigkeiten und Massnahmen gezielt auf die nachhaltige Innovation im Alpenraum ausrichten können.

In fünf Themenblöcken wird «neues Denken – Neues denken [in den Alpen]» in Referaten und Diskussionen behandelt. Dabei geht es um allgemeine Fragen der Innovation und um die Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung in den Alpen sowie um die Analyse bereits umgesetzter Innovationen. Daraus sollen Schlüsse gezogen und auf laufende Innovationsprojekte übertragen werden. Gleichzeitig werden Forderungen

gen bezüglich der notwendigen Massnahmen zur Unterstützung von zukünftigen nachhaltigen Innovationen durch die öffentliche Hand aufgestellt.

Der abschliessende «lokale» Themenbereich befasst sich mit den Innovationen im Ecrins-Gebiet (Mitglied des Gemeindefnetzwerks «Allianz in den Alpen»), womit die Alpenwoche den Bogen zum Ort der Veranstaltung spannt. Dieses Gebiet veranschaulicht das Thema der Alpenwoche 2008 sehr gut, denn das Pays des Ecrins ist nicht nur die in den Glanzprospekten der Tourismuswerbung propagierte Bergidylle, sondern ein Gebiet voller Kontraste, das im Laufe seiner Geschichte mehrere Innovationsphasen erlebt hat, durch die gebietspezifische Nachteile überwunden und Stärken ausgebaut werden konnten. Seit einem Jahrzehnt befindet sich das Pays des Ecrins erneut in einem Wandel. Eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Entwicklung ist für dieses Gebiet eine Chance, die nicht verpasst werden sollte.

Das Programm wird durch Ausflüge, Ausstellungen, Foren und Fest- und Kulturveranstaltungen abgerundet.

### Impressum

#### Mitteilungen der CIPRA erscheint 4mal jährlich

Redaktion: CIPRA International: Gabriella Zinke (verantwortliche Redaktorin), Andreas Götz, Claire Simon, Anne-Sophie Elléouet – weitere AutorInnen: Martin Boesch, Odile Jacquin, Benedikt Sauer, Harald Payer – Übersetzungen: Carlo Gubetti, Christine Weise, Denise Setton, Fabienne Juilland, Franca Elegante, Monica Zardoni, Nataša Leskovic  
Uršič – Nachdruck mit Quellenangabe erwünscht – deutsche, französische, italienische und slowenische Ausgabe – Gesamtauflage: 11'800 Stück – Grafisches Konzept: Atelier Silvia Ruppen, Vaduz – Layout: Claudia Pfister, Mateja Pirc – Druck: Gutenberg AG, Schaan/FL

#### CIPRA International

Im Bretscha 22, FL-9494 Schaan  
Tel. 00423 237 40 30, Fax. 00423 237 40 31  
international@cipra.org, www.cipra.org

#### NATIONALE VERTRETUNGEN

##### CIPRA Österreich c/o Umweltdachverband

Alser Strasse 211/5, A-1080 Wien  
Tel. 0043 1 401 13 36, Fax 0043 1 401 13 50  
oesterreich@cipra.org, www.cipra.org/at

##### CIPRA Schweiz Hohlstrasse 489, CH-8048 Zürich

Tel. 0041 44 431 27 30, Fax 0041 44 430 19 33  
schweiz@cipra.org, www.cipra.org/ch

##### CIPRA Deutschland Heinrichgasse 8

D-87435 Kempten/Allgäu  
Tel. 0049 831 52 09 501, Fax: 0049 831 18 024  
Info@cipra.de, www.cipra.de

##### CIPRA France 5, Place Bir Hakeim, F-38000 Grenoble

Tel. 0033 476 48 17 46, Fax 0033 476 48 17 46  
france@cipra.org, www.cipra.org/fr

##### CIPRA Liechtenstein c/o LGU

Im Bretscha 22, FL-9494 Schaan  
Tel. 00423 232 52 62, Fax 00423 237 40 31  
liechtenstein@cipra.org, www.cipra.org/li

##### CIPRA Italia c/o Pro Natura

Via Pastrengo 13, I-10128 Torino  
Tel. 0039 011 54 86 26, Fax 0039 011 503 155  
italia@cipra.org, www.cipra.org/it

##### CIPRA Slovenija Veena pot 2, SI-1000 Ljubljana

Tel. 00386 1 200 78 00 (int. 209)  
slovenija@cipra.org, www.cipra.si

#### REGIONALE VERTRETUNG

##### CIPRA Südtirol c/o Dachv. für Natur- und Umweltschutz

Kornplatz 10, I-39100 Bozen  
Tel. 0039 0471 97 37 00, Fax 0039 0471 97 67 55 info@umwelt.bz.it, www.umwelt.bz.it

#### FÖRDERNDES MITGLIED

##### Niederländische Milieu Groep Alpen (NMGa)

Keucheniushof 15, 5631 NG Eindhoven  
Tel. 0031 40 281 47 84  
nmga@bergsport.com, www.nmga.bergsport.com



Die Aage V. Jensen Charity  
Foundation, Vaduz/FL, fördert  
die Herausgabe dieses CIPRA Infos  
mit einem finanziellen Beitrag.