

# VOLKSBLATT | WIRTSCHAFT

DIE WIRTSCHAFTSNACHRICHTEN FÜR LIECHTENSTEIN

FREITAG, 15. APRIL 2005

SEITE 9

## BETEILIGUNG

Auf wie viel Prozent der österreichische Investor Victory die Beteiligung bei Unaxis erhöhen will. **11**

## MANDAT

Wen der abtretende Nestlé-Verwaltungsratspräsident Rainer E. Gut als seinen Nachfolger verteidigt. **11**

## JUBILÄUM

Welcher bekannte amerikanische Welt-Konzern seine 50-jährige Firmengeschichte feiert. **12**

## BÖRSE

Aktien, Devisen und Obligationen. Wie sich die Kurse an der Börse in Zürich entwickelt haben. **14**

## VOLKSBLATT | NEWS

### OECD will Prognose senken

PARIS – Die OECD bereitet eine Senkung ihrer Wachstumsprognose für die Euro-Zone für dieses Jahr von 1,9 auf 1,7 Prozent vor. Das verlautete am Donnerstag aus der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) in Paris. Japan kann nach den inoffiziellen Zahlen sogar nur noch mit 1,0 statt 2,1 Prozent Wachstum rechnen. Für die USA wolle die OECD dagegen die Prognose von 3,3 auf 3,8 Prozent anheben, hiess es. Dies ergäbe für den gesamten OECD-Raum ein erwartetes Wachstum von 2,8 statt bisher 2,9 Prozent. Die vorläufigen Zahlen wurden für eine Arbeitsgruppe der OECD aufbereitet. (sda)

### Festhalten an BIP-Wachstum

ZÜRICH – Die Schweizer Wirtschaft dürfte den derzeitigen Durchhänger laut den Ökonomen der Grossbank UBS bald überwinden. Im zweiten Halbjahr dürfte die Konjunktur gemäss der jüngsten UBS-Prognose dank Privatkonsum und Investitionen wieder anziehen. Das 2005 erwartete BIP-Wachstum wurde bei 1,8 Prozent belassen. Verschiedene Faktoren sprächen dafür, dass die Verflachung des Wirtschaftswachstums eine vorübergehende Erscheinung sei, heisst es in der UBS-Konjunkturprognose. Darin wird erwartet, dass der Privatkonsum als grösste Komponente des Bruttoinlandsprodukts (BIP) seine klassische Rolle als Konjunkturstabilisator spielen wird. Das diesjährige BIP-Wachstum wird unverändert bei 1,8 Prozent erwartet. Für nächstes Jahr wird mit plus 2,0 Prozent gerechnet. (sda)

# Wer ernsthaft wagt, gewinnt

CIPRA fördert Wissen und Netzwerke innovativer Unternehmer in den Alpen

**SCHAAN – Wenn es um die Existenz geht, setzen Menschen kreative Energien frei. Die Wirtschaft in den Alpen muss neue Wege gehen und sich vernetzen, um zu überleben, sagt Andreas Götz, Geschäftsführer der internationalen Alpenschutzkommission CIPRA. Die sucht nun innovative Pioniere.**

• Kornelia Pfaffler

Volksblatt: Herr Götz, wie zufrieden sind Sie mit dem Umweltbewusstsein der Wirtschaft in den acht Alpenländern?

Andreas Götz: Das Gerede von der nachhaltigen Entwicklung, die sich um Umwelt, Wirtschaft, Kulturelles und Soziales kümmert, ist vielfach eine Floskel geblieben. Andererseits gibt es in den Alpen – wie anderswo auch – Pioniere und Pionierinnen, also Menschen, die etwas Ungewöhnliches wagen und nicht nur den kurzfristigen Profit im Kopf haben. Die Ausgangslage im besonders sensiblen Alpenraum ist günstig, denn hier sind Kooperationen und Innovationen lebenswichtig. Genau die Leute, die sich trauen, will die CIPRA mit dem Projekt «Zukunft in den Alpen» stärken.

Wo hakt es in den Köpfen, wenn es um die Alpen geht?

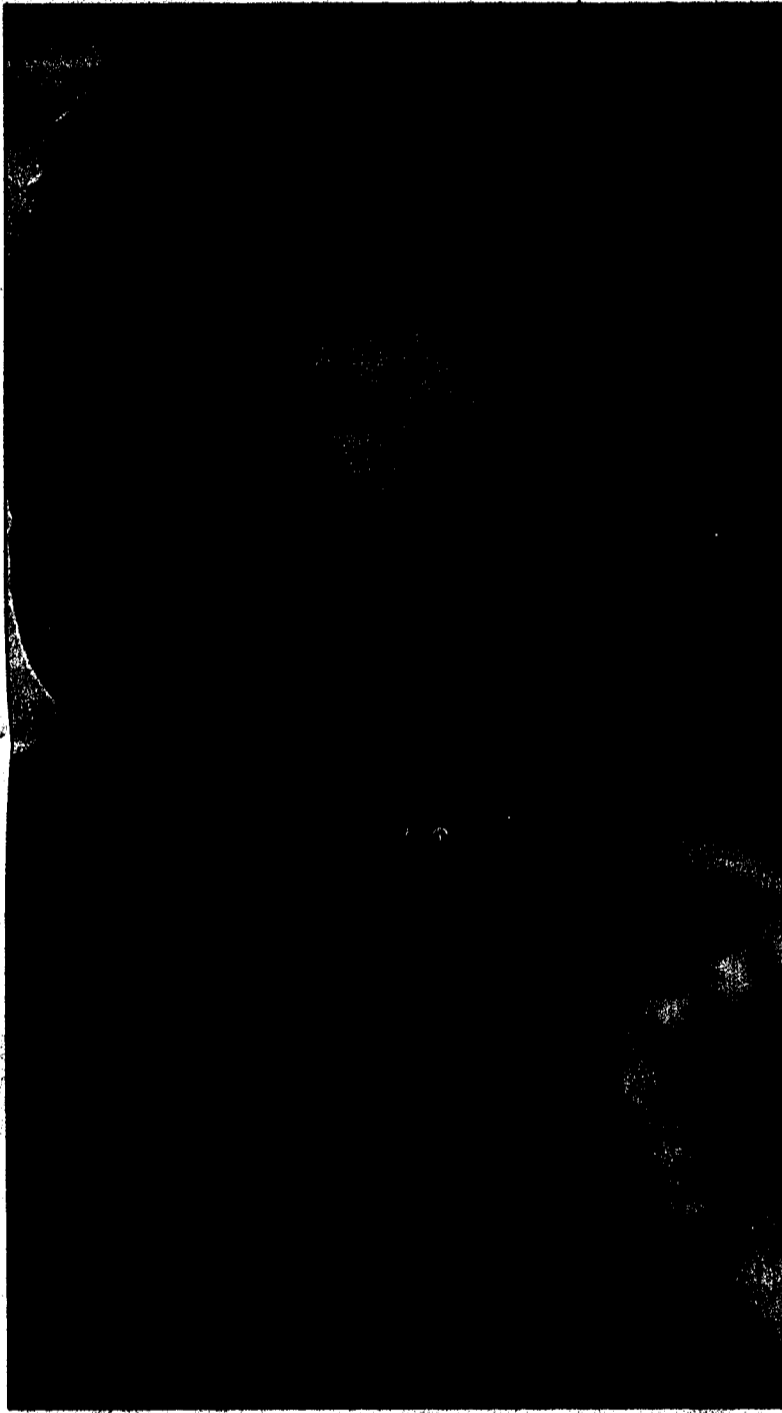
Dass die Alpenländer nur das nationale Stück Alpen sehen, das an ihre Landesgrenze endet, ist der Hemmschuh. Das hemmt die Vernetzung und das Denken für den internationalen Wert der Alpen als Natur-, Kultur- und Wirtschaftsraum. Zudem hemmt das Klischee, das von den Alpen als Heidiland hergeistert, Innovationen.

Ein Instrument ist das Projekt «Zukunft in den Alpen».

Es gibt viele Menschen, die an eine Zukunft in den Alpen glauben. Was ihnen aber oft fehlt, ist Fachwissen. Und das kommt gleichzeitig oft so verschlüsselt daher – zu wissenschaftlich, in englischer Sprache, schwer zu finden im Internet oder in Bibliotheken – dass es unzugänglich wirkt. Ziel des Projektes ist nun, vorhandenes Wissen für Regionalentwickler, Touristiker, Bergbauern, Handwerker fassbar zu machen: in Seminaren, Tagungen, im dritten Alpenreport. «Zukunft in den Alpen» will Wissen sichten und aufbereiten, Lücken aufspüren.

Was versprechen Sie sich davon?

Die CIPRA hat vor fast zehn Jahren das Gemeindeforum «Allianz in den Alpen» gegründet. Der nächste Schritt ist, Unternehmer zu vernetzen unter dem Namen «Unternehmen Alpen». Die Erfahrung aus dem Gemeindeforum



Andreas Götz: In den Alpen sind innovative Ideen lebenswichtig.

zeigt, dass sich die Menschen aus den acht Alpenländern mit Begeisterung austauschen. Das ist das Ziel, nationale Unternehmer-Netzwerke für eine alpenweite Zusammenarbeit zu gewinnen.

Unter dem Titel «Die Zukunft in den Alpen hat ihren Preis» läuft heute ein Wettbewerb an. Die CIPRA sucht innovative Projekte, die Umwelt, Soziales, wirtschaftliche Interessen unter einen Hut zu bringen. Gibt es Beispiele, wo dieser Dreiklang gelungen ist?

Die neue Holzarchitektur im Bregenzerwald ist ein Beispiel. Man baut modernste Häuser mit regionalem Holz, das in Bregenzerwäldern Unternehmen verarbeitet wird, und verbraucht sehr wenig Energie. Denn das Holz wird nicht um die Welt gekarrt und die Häuser brauchen fast keine Heizenergie. Gleichzeitig entstehen in der Region wertvolle und qualifizierte Arbeitsplätze und bleiben erhalten. Im Bereich Architektur und mit der ausgeklügelten Wertschöpfungskette wird hier echte

Pionierarbeit geleistet.

Wie hält man die Wertschöpfung in der Region, wie können möglichst viele Menschen von einem Wertschöpfungsprozess profitieren? Solche Fragen stehen hinter Projekt und Wettbewerb. Es geht also nicht nur um die Umwelt, sondern darum, welches wirtschaftliche Handeln ist sinnvoll für die Umwelt, für die Menschen, die in den Alpen le-

ben. Es gibt die Pioniere, die wir vernetzen und prämiieren wollen.

Für sechs Themenbereiche sucht die CIPRA sechs Sieger.

Die gerade genannte regionale Wertschöpfung ist Thema eins. Der «soziale Kitt», die sozialen und kulturellen Hintergründe in Alpendörfern und -städten ist ein zweites. Was können Schutzgebiete beitragen zur regionalen Wertschöpfung ist Thema Nummer drei. Nummer vier ist, wie lassen sich Mobilitätsprobleme in den Alpen gezielt angehen. Bei den weiteren Themen geht es um die Einbindung der Bevölkerung in Planungsprozesse und um ideale Umsetzungen von Forschungsempfehlungen.

Ein schönes Beispiel, wie man das Thema Verkehr angehen kann, ist Werfenweg bei Seiburg. Ohne Auto können und müssen Touristen Landschaft und Attraktionen erleben. Viele geben den Autoschlüssel an der Hotbezeption ab und werden überall kostenlos mit Elektroautos abgeholt. Inzwischen reisen statt 8 schon 27 Prozent der Gäste mit der Bahn an. Werfenweg zelebriert, woran andere immer noch nicht glauben wollen, und die jungen Werfenweger sind stolz auf ihr Dorf.

Die Sieger erhalten jeweils 25 000 Euro. Hat sich der Alpenschutz zum neuen Terrain für Sponsoren hochgearbeitet?

Die Alpen wecken Gefühle und sind daher für Sponsoring ein interessantes Gebiet. Die Gefahr jedoch ist gross, dass Werber und Sponsoren auf alte Mythen und Klischees abfahren. Das Projekt «Zukunft in den Alpen», das von der MAVA-Stiftung für Naturschutz in Montricher mit 3,77 Millionen Schweizer Franken finanziert wird, geht einen anderen Weg. Ein Teil des Geldes geht in das Wissensmanagement, ein Teil geht in innovative Pilotprojekte, die über den Wettbewerb gefunden werden. Wer gewinnt, muss zeigen, wie ernst er es mit den Alpen meint und wie er mit dem Geld sein innovatives Projekt weiterentwickelt.

CIPRA WETTBEWERB

