



GASTKOMMENTAR



HANNES ANDROSCH:

Wie wird der Wirtschaftsstandort Steiermark jenseits der Landesgrenzen wahrgenommen? Der Unternehmer und frühere Finanzminister (75) pflegt wirtschaftlich und privat enge Kontakte in die Steiermark. Er war Initiator des „Volksbegehrens Bildungsinitiative“ und ist Autor mehrerer Bücher – aktuell: „Das Ende der Gemütlichkeit. 7 Thesen zur Zukunft Österreichs“, Brandstätter Verlag, Wien.

„Es reicht nicht aus, gut zu sein, weil nur die Besten gewinnen können.“

Hannes Androsch

Die Kraft der Steiermark und ihr langer Weg

Die Bereitschaft, mit Fleiß neue Wege zu gehen, und der Ehrgeiz, niemals stehen zu bleiben, sondern immer zu den Besten zu gehören, waren die Grundlage für die Erfolgsgeschichte der Zweiten Republik, auf die wir heute zurückblicken. Die Steiermark hat sich mit besonderer Kraft zu einem hochtechnologischen Land entwickelt, das nicht nur durch die bundesweit höchste Forschungsquote von 4,3 Prozent auffällt, sondern mit einem Exportvolumen von 20 Milliarden Euro – dem zweithöchsten aller Bundesländer – diese Forschungsleistungen auch in konkrete Erfolge zu gießen vermag. Diesen Pioniergeist findet man auch in ganz anderen Sektoren wie beispielsweise der steirischen Weinwirtschaft, die durch eine klare Qualitätsstrategie und mit starken Marken neben dem Burgenland und Niederösterreich Exporterfolge feiert.

Da die Erfolge der Vergangenheit immer nur Ansporn, aber nie ein Ruhekitzen sein können, gilt es, die Vorwärtsstrategie für die nächsten Jahre vor auszudenken. Die einmalige Reformkoalition auf Landesebene zeigt, wie viel Potenzial, sich neu zu erfinden, dieses Land hat.

Es ist eine Notwendigkeit, die Speckgürtel, die sich im Laufe der Wohlstandsjahre angesammelt haben, loszuwerden und starke Muskeln aufzubauen, denn der Wettbewerb ist härter geworden. Für ein exportorientiertes Industrieland wie die Steiermark bedeutet die Globalisierung, dass man am Weltmarkt mit den besten Regionen und effizientesten Unternehmen konkurriert. Wir sprechen heute nicht mehr von anderen Bundesländern oder Nachbarstaaten, sondern von dem sich ständig verbessernden

China, den prosperierenden Staaten Südamerikas und dem aufstrebenden Indien.

Wir befinden uns in der Königsdisziplin des globalen Wettbewerbes, in der wir nur als sogenannter „first Mover“ oder gerade noch als „first Follower“ bestehen können. Es reicht nicht aus, gut zu sein, weil nur die Besten gewinnen können. Die Strategie muss sich an den globalen Zusammenhängen ausrichten, um daraus konkrete Handlungsschritte für die lokale Umsetzung abzuleiten.

Innovationen sind der Motor der Wirtschaft und der Schlüssel zum Erfolg. Innovation heißt, aus Ideen Produkte zu machen. Für die Steiermark kann das nur bedeuten, ihre Stärken als Hochtechnologieland mit zwei technischen und drei weiteren Universitäten und hervorragenden Fachhochschulen bestmöglich zu nutzen. Heute arbeiten 56 Prozent der technisch-wissenschaftlichen Mitarbeiter Österreichs in der Steiermark. Da ab 2025 die Generation der Babyboomer die bislang größte Pensionswelle verursachen wird, ist es schon fast zu spät, die kommende Generation heranzubilden. Wir brauchen sie in großer Zahl sowohl in der Forschung als auch in der Produktionswirtschaft.

Was Innovation bedeutet, muss jeder Bereich für sich definieren. Für die einen heißt das, nicht die Baumstämme, sondern Holzmöbel zu exportieren und damit die Wertschöpfung in der eigenen Region zu maximieren. Für die anderen ist es ein Getränk in einer Dose, dessen Innovation im Marketing steckt. In der Steiermark finden wir große regionale Unterschiede im Einkommensniveau und damit im Wohlstand. Das zeigt, dass noch eine große Wegstrecke vor uns liegt. ◀