



## Wirtschaft quer

von Stefan Perini – Direktor AFI



Südtirol ist keine Insel. Und so sind auch an Südtirol Entwicklungen nicht unbemerkt vorbeigezogen, die die vergangenen zwei Jahrzehnte geprägt haben: die Öffnung der Märkte in Europa und darüber hinaus, die Einführung des Euro, durch welche die preisliche Vergleichbarkeit mit Konkurrenzprodukten aus anderen Ländern begünstigt wurde, die zunehmende Globalisierung der Märkte, die Digitalisierung der Gesellschaft, mit entsprechenden Änderungen in den Kauf- und Konsumgewohnheiten. Sprach man vor fünf Jahren noch von Regionalität, so verband man den Begriff höchstens mit der Bestrebung, Südtirols Qualitätsprodukte verstärkt in der heimischen Gastronomie einzusetzen oder im lokalen Einzelhandel anzubieten. Auch dank den Bemühungen der Handelskammer, der SMG und der Landesregierung war es ge-

lungen, bei den Abnehmern einen einschneidenden Sinneswandel herbeizuführen. Nahezu verpönt wäre heute derjenige, der bei öffentlichen Veranstaltungen nicht auf „Regionalität“ setzt. Nun hat das, was bis dato auf den Lebensmittelsektor beschränkt war konkrete Chancen, auf andere Sektoren überzuschwappen. Glaubt man Trendforschern, so konsolidiert sich gerade ein neuer Megatrend - der Trend der Re-Lokalisierung. Nach der Globalisierung und der Ernüchterung durch die internationale Finanzkrise, besinnt sich die Gesellschaft wieder

# Kurswechsel

*Südtirols wirtschaftspolitische Elite greift vermehrt den Trend der Regionalität auf. Dahinter verbirgt sich der Anspruch, wieder verstärkt auf die inneren Antriebskräfte der heimischen Wirtschaft zu setzen.*

verstärkt auf das Lokale. Ja, Regionalität ist wieder sexy. Tritt dieser Fall ein, so würde Südtirol gut dastehen - ganz einfach, weil hierzulande nicht alle Negativ-Entwicklungen der Globalisierung mitgemacht wurden. So kann Südtirol auf ein nach wie vor unversehrtes Netz an Produktions- und Handelsstrukturen zählen, häufig mit familiärer Prägung. Regionalität funktioniert aber nur, wenn unter den Auftraggebern und Endverbrauchern die Gesinnung über den Wert der regionalen Kreisläufe gestärkt wird. Beispielsweise, dass dahinter Arbeitsplätze und Steuereinnahmen stehen, die wiederum der lokalen Wirtschaft zugutekommen. Aber auch die Rahmenbedingungen müssen angepasst werden. Ein lokales Vergabegesetz für öffentli-

che Aufträge, das unter Beachtung der Europäischen Bestimmungen stärker dem lokalen Charakter Rechnung trägt, ist eine Grundvoraussetzung. Reiben wird sich der Anspruch einer stärkeren Regionalität allerdings an parallel laufenden Programmen zur Exportförderung und Internationalisierung. Auch diese sind wichtig, um Südtirols Wirtschaft wettbewerbsfähig zu halten, um Innovation und hohe Produktivität ins System zu bringen. So wird Südtirols Wirtschaftspolitik sehr wahrscheinlich wohl beides fördern, die Internationalisierung wie auch die Regionalität. Spätestens, wenn die Transport- und Exportlobby im Palais Widmann antantz wird sich zeigen, wie ernst es der Landespolitik mit der Regionalität ist.