

Regionale Einbettung und regionales Engagement von Unternehmen

Von Innovationsnetzen, Ausbildungsprogrammen und Sportvereinen

Kulturelle Aspekte, wie die Einbettung in und das Engagement von Unternehmen für die Region, werden heute als zentrale Faktoren für die regionale Entwicklung betrachtet. Wie stark und in welchen Bereichen engagieren sich Unternehmen wirklich und bestehen Unterschiede zwischen Sektoren und Unternehmenstypen? Von Lukas Lengauer, Eva Nussmüller und Franz Tödting

In der traditionellen Standorttheorie werden Standortfaktoren als weitgehend extern gegebene Größen verstanden, an die sich die Marktteilnehmer anpassen. Die unternehmerische Standortwahl reduziert sich nach dieser Vorstellung zur „cost minimizing exercise“ (Hayter 1997). Moderne Standorttheorien betonen dagegen die strategische Dimension der Standortwahl und die Heterogenität von Standortfaktoren.

Arbeitskräfte unterscheiden sich nach ihrer Ausbildung und ihren Fähigkeiten ebenso wie die immer wichtiger werdende Wissensinfrastruktur von Regionen. Zudem werden ein offenes gesellschaftliches Klima, funktionierende Institutionen sowie eine hohe Umwelt- und Lebensqualität in der Region als bedeutende Standortfaktoren sowohl für Unternehmen als auch für hoch qualifizierte Arbeitskräfte anerkannt (Porter 1998; Asheim 1996, 2000; Florida 2005).

Regionale Einbettung von Unternehmen

Unternehmen sind in diesem Zusammenhang zugleich zentrale Akteure, die versuchen, Standortbedingungen zu ihren Gunsten zu beeinflussen. So tragen sie häufig aktiv zur Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern und Arbeitskräften bei, oder sie unterstützen den Ausbau von Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen. Sie sind aber ihrerseits wiederum in das kulturelle Gefüge ihrer Herkunftsregion eingebettet und durch dieses geprägt, wobei die kulturelle Prägung über verschiedene Kanäle läuft (Polanyi 1944; Granovetter 1975). Zum einen sind Mitarbeiter von Unternehmen Träger regionaler Kulturen, zum anderen sind Unternehmer und Manager auf vielfältige Weise in regionale Netzwerke integriert. Neben regionalen Unternehmervereinigungen sind heute zunehmend Kontakte zu Wissenschaftlern und Forschern von Bedeutung. Die in einer Region vorherrschenden Unternehmenskulturen schlagen sich letztlich im Engagement der Unternehmen für regionale

Belange, im Kooperationsverhalten oder in den Innovationsaktivitäten nieder und prägen damit die Region. Gertler betont in diesem Zusammenhang die Bedeutung von Makro-Regulierungen und nationalen institutionellen Rahmenbedingungen, die die Lebensrealität und die kulturellen Normen oft stärker prägen als regionale Faktoren (Gertler 2003). Dicken weist auf die Bedeutung des Herkunftslandes transnationaler Konzerne hin, die die Kultur ihrer Heimat an ihre internationalen Standorte exportieren und damit regionale Kulturen verändern (Dicken 2000).

Allerdings ist das keine Einbahnstraße, denn multinationale Konzerne nehmen ihrerseits regionale Einflüsse auf und verändern sich. Dennoch geht Dicken von einer Machtasymmetrie zugunsten multinationaler Unternehmen aus, denen es leichter gelänge, Regionen in ihrem Sinne zu gestalten als umgekehrt. Der Ansatz der innovativen Milieus betont dagegen die herausragende Bedeutung der regionalen Ebene für Innovationsprozesse (Camagni 1991; Maillat 1995). Speziell in jungen Industrien, aber auch in handwerksorientierten Branchen sind Klein- und Mittelbetriebe häufig die führenden Innovatoren, deren Handlungsradius überwiegend regional definiert ist. Das Potenzial kleiner Unternehmen, kollektiv ihr regionales Umfeld und ihre Standortbedingungen zu verbessern, wurde in der Literatur mehrfach nachgewiesen (Cooke/Morgan 1998; Asheim 1996, 2000).

Methodik und Untersuchungsraum

Die Steiermark erscheint aus mehreren Gründen als ein gutes Beispiel zur Analyse von regionaler Einbettung von Unternehmen. Das Bundesland bildet eine industrielle Kernregion innerhalb der österreichischen Volkswirtschaft und blickt auf eine lange, wechselvolle Geschichte zurück (Tödting/Trippl 2004; Trippl 2004). Gleichzeitig findet sich in dieser Region mit Graz die zweitgrößte Stadt Österreichs, die über eine breite universitäre Infrastruktur verfügt und durch einen dynamischen Dienstleistungssektor geprägt ist.

Der wirtschaftliche Aufschwung der Steiermark war bis in die 1970er Jahre an die Eisen- und Stahlindustrie in der Obersteiermark geknüpft. Heute sind auch der Maschinenbau und die Automobilindustrie wichtige Arbeitgeber in der Region. Der Strukturwandel kann in der Steiermark als weitgehend erfolgreich betrachtet werden, da die Unternehmen in der Lage waren ihre Produktion zu diversifizieren und hochwertigere, innovativere Produkte zu fertigen. Die Automobilindustrie hat ebenfalls Tradition in der Steiermark. Mitte der 1990er Jahre wurde von- →

seiten der Politik ein Automobil Cluster initiiert, der zum Vorbild ähnlicher Clusterinitiativen in ganz Österreich wurde. Die dritte untersuchte Branche, der Softwaresektor, konzentriert sich im Großraum Graz, denn hier findet sie gute Voraussetzungen vor, da einerseits die universitäre Infrastruktur entsprechendes Wissen produziert und Informatiker und Softwareingenieure ausgebildet. Andererseits bietet die städtische Ökonomie einen großen und diversifizierten Markt für Softwaredienste, sowohl in der Industrie als auch im Dienstleistungssektor.

Die empirische Analyse, die im Rahmen des Projektes CURE in der Steiermark durchgeführt wurde, stützt sich auf Methoden der qualitativen Sozialforschung (1). Insgesamt wurden Interviews mit über 31 Unternehmen der Metall-, Automobil- und Softwarebranche sowie mit 17 Experten der regionalen Politikebene und dem Wissenschaftsbereich geführt. Der qualitative Zugang war notwendig, da dieses Feld noch wenig erforscht ist und es deshalb unmöglich war, im Vorhinein gute Hypothesen zum Zusammenhang von Unternehmenskultur und Regionalkultur zu formulieren und diese zu testen. Stattdessen mussten im Gespräch die subjektiven Einschätzungen der Interviewpartner erforscht werden, die später die Basis zur Generierung von Hypothesen bildeten (Glaser/Strauss 1998). Von den 31 ausgewählten Firmen befanden sich zwei Drittel im Besitz steirische Eigentümer; sechs Firmen gehörten anderen österreichischen und vier internationalen Eignern. Die Hälfte der Firmen war älter als 20 Jahre. Nur sechs Firmen hatten mehr als 250 Mitarbeiter, der Rest waren Klein- und Mittelbetriebe.

Stark verwurzelte Firmen in der Steiermark

Unabhängig von der Industriezugehörigkeit konnten wir feststellen, dass die Unternehmen die Einbettung in die Region als sehr wichtig für ihren wirtschaftlichen Erfolg einstufen. Von besonderer Bedeutung war der Zugang zu wissensgenerierenden Einrichtungen in der Region sowie der regionale Arbeitsmarkt. Die Bedeutung der Universitäten in Graz und Leoben als zentrale Akteure im regionalen Innovationssystem wurde besonders hervorgehoben, sowohl in ihrer Rolle als Partner in Forschungsprojekten als auch als spezialisierte tertiäre Ausbildungsstätten. Während bei Unternehmen der Metall- und Automobilbranche die formellen Kooperationen im Bereich Forschung und Entwicklung im Vordergrund standen, unterhielten die befragten Software-Unternehmen vorwiegend informelle, persönliche Kontakte zu den Universitäten, jedoch wenig Kontakt zu regionalen Unternehmen ihrer eigenen Branche. Als Gründe für die ausgeprägte Kooperationskultur zwischen Unternehmen und Universität in der Obersteiermark wurde einerseits die gute Übereinstimmung von universitären Schwerpunkten und der regionalen Wirtschaftsstruktur genannt. Zum anderen wurde in den letzten Jahren eine Vielzahl von Einrichtungen geschaffen, die den Wissenstransfer und die kooperative Generierung neuen Wissens erleichtern. Durch die gemeinsame Nutzung solcher Einrichtungen entstehen persönliche

Kontakte und kognitive Nähe. Die Montanuniversität Leoben, an der viele Manager und Techniker in der Region studiert haben und die eine wichtige Forschungspartnerin für regionale Unternehmen darstellt, wurde häufig als zentraler Knoten eines regionalen Netzwerks genannt. Die Kooperationsbeziehungen bei den interviewten Software-Unternehmen waren häufig weniger formalisiert. Informelle Kontakte zu Universitäten beschränkten sich vor allem auf Ausgründungen, formelle Forschungsk Kooperationen konnten wir kaum feststellen.

Der regionale Arbeitsmarkt wurde von 80 Prozent der Unternehmen als wichtig eingestuft. Einerseits ist dieser hohe Anteil dadurch zu erklären, dass der Arbeitsmarkt durch Pendlerdistanzen auf das regionale Umfeld beschränkt ist und dass Unternehmen Schwierigkeiten haben, Arbeitskräfte von außerhalb dieser Pendlerdistanzen anzuwerben. Andererseits zeigten sich die Unternehmen aber auch sehr zufrieden mit der Qualität und Verfügbarkeit von regionalen Arbeitskräften, was auf eine langjährige enge Zusammenarbeit zwischen Firmen, Arbeitsmarktinstitutionen und der regionalen Politik in Aus- und Weiterbildungsfragen zurückzuführen ist.

Unternehmen der Metallbranche haben der Region und ihren Standortbedingungen noch größere Bedeutung beigemessen als Unternehmen der Automobil- und Softwarebranche. Dies kann unter anderem mit der langen Geschichte, Tradition und Dominanz der Branche in der Region erklärt werden, in der stabile Innovationsnetzwerke aufgebaut wurden und sich ein spezialisierter Arbeitsmarkt entwickeln konnte. Diese branchenspezifische Prägung der Region stellt für die Unternehmen einen strategischen Wettbewerbsvorteil dar, dessen sich Manager auch bewusst sind. Die Softwarebranche in der Steiermark hat sich hingegen erst in den letzten Jahrzehnten entwickelt. Während Leitbetriebe stark mit alten Industrien vernetzt sind und sich im Bereich der technischen Softwareentwicklung spezialisieren konnten, fungierten kleine Unternehmen unserer Studie vornehmlich als Einzelkämpfer und unterhielten wenig Kontakt zu anderen Unternehmen oder Universitäten.

Regionales Engagement der Unternehmen

Unabhängig von der Branchenzugehörigkeit zeigte sich, dass Unternehmen nicht nur reaktiv die Standortvorteile der Region ausnützen, sondern daran interessiert sind, ihr regionales Umfeld aktiv mitzugestalten, wenn auch auf sehr selektive Weise. Dies geschieht nicht nur im Rahmen ihrer operativen Geschäftstätigkeit, sondern auch abseits davon in formellen und informellen sozialen Netzwerken. Unternehmen engagierten sich vor allem im regionalen Innovationssystem, zum Beispiel durch Teilnahme an Forschungsnetzwerken, Unterstützung regionaler Universitäten und Schulen, Förderung von Studenten im Rahmen von Diplomarbeits- oder Dissertationsprojekten. Daneben spielte arbeitsmarktbezogenes Engagement eine große Rolle, zum Beispiel Aktivitäten zur Steigerung der Attraktivität der Lehrlingsausbildung, Teilnahme an überregionalen Ausbildungsnetzwerken oder Vorträge und Exkursionen für Schüler.

Seltener konnten wir betriebliches Engagement für die allgemeine Lebensqualität in der Region feststellen, einem Bereich abseits der eigentlichen Geschäftsfelder.

Im Ausmaß und in der Art des regionalen Engagements zeichneten sich deutliche Unterschiede ab. Während sich das Engagement großer Unternehmen auf den regionalen Arbeitsmarkt und das regionale Innovationssystem konzentrierte, engagierten sich kleinere Unternehmen häufig in Bereichen, die die allgemeine Lebensqualität in der Region verbesserten. Große Unternehmen richteten ihre Mittel dagegen strategischer auf ihre Geschäftstätigkeit aus, engagierten sich in Bereichen in denen sie den größten Nutzen für ihr Unternehmen sahen, während kleinere Unternehmen oft philanthropisch agierten und Aktivitäten und Vereine unterstützten, zu denen Manager oder Mitarbeiter persönliche Kontakte hatten.

Bezogen auf die Eigentümerstruktur fanden wir gemischte Ergebnisse. Die naheliegende Hypothese, österreichische oder regionale Eigentümer würden sich stärker in der Region engagieren als internationale, ließ sich in dieser Form nicht bestätigen. Vielmehr scheint ausschlaggebend, wie viel Freiheit dem regionalen Management eingeräumt wird und welche Managementphilosophie, welche Unternehmenskultur in der Firma gelebt wird.

Im Allgemeinen scheint ein gewisser Wandel in der Unternehmenskultur erkennbar, weg von einer Unterstützung allgemeiner gesellschaftlicher Themen hin zu strategischen Themen wie einer innovativen Lehrlingsausbildung oder Kooperationen mit Universitäten im Bereich Forschung und Entwicklung, aber auch Sponsoring. Bei den Stahlunternehmen der Obersteiermark ist der Wandel in der Unternehmenskultur auch mit der Privatisierung zu erklären. Der Trend in Richtung strategisches Engagement scheint jedoch allgemeiner Natur, da er auch bei Unternehmen mit rein privatwirtschaftlicher Geschichte feststellbar war.

Engagement in der Krise

Motivationen für regionales Engagement waren in den meisten Fällen geschäftlicher und strategischer Natur, wobei hier die Grenze zu strategischer Unternehmensführung als dünn anzusehen ist. Philanthropisches Handeln, weit weg vom jeweiligen Geschäftsfeld konnten wir vor allem bei sozialem Engagement finden. Eine Übersicht über die Arten regionalen Engagements sowie die korrespondierenden Motive sind in Abbildung 1 zusammengefasst.

In unseren Interviews konnten wir erkennen, dass Unternehmen in wirtschaftlich guten Zeiten bereit waren, sich für die Region zu engagieren, in schwierigen Zeiten Teile dieses Engagements aber stark reduzierten oder gänzlich aussetzten. Die Analyse von Krisen der Vergangenheit sowie ältere Studien bestätigen unsere Ergebnisse, dass besonders das Engagement in den Bereichen Soziales, Kultur oder Sport, also Engagement abseits der Kerngeschäftstätigkeit des Unternehmens, stark vom wirtschaftlichen Erfolg abhängig ist. Der finanzielle Umfang des Engagements für Themen im direkten Wettbewerbsumfeld war in den Hoch-Konjunkturjahren der jüngsten Vergangenheit wieder angehoben worden, angetrieben vom Druck der Märkte. Der als geleert bezeichnete regionale Arbeitsmarkt veranlasste Unternehmen zu erhöhtem Engagement im Bereich des Personalwesens und zu Kooperationen mit Schulen und Universitäten; der internationale Wettbewerbsdruck am Absatzmarkt wiederum veranlasste Unternehmen, verstärkt Kooperationen im Bereich Forschung und Entwicklung einzugehen. Für die derzeitige Wirtschaftskrise wurde von vielen Geschäftsführern wieder eine Reduktion der Mittel für regionales Engagement angekündigt, womit sich die steirischen Unternehmen im globalen Trend bewegen (2). ➔

Abbildung 1: Regionales Engagement von Unternehmen und damit verbundene Motive

| Engagement | Regionales Engagement der befragten Firmen | Motive | Arten der Motivation |
|---------------------------|---|--|----------------------|
| Operatives Geschäft | <ul style="list-style-type: none"> ■ Beschäftigung regionaler Arbeitskräfte ■ Nachfrage von regionalen Produkten und Dienstleistungen ■ Steuern und Abgaben | <ul style="list-style-type: none"> ■ Geschäftlich | Business |
| Im Wettbewerbsumfeld | <ul style="list-style-type: none"> ■ Mitgliedschaft in informellen oder formellen Innovationsnetzwerken (bilaterale F&E Kooperationen mit Unis, FH oder Unternehmen; Mitgliedschaft in Clusterorganisationen oder Kompetenzzentren; Informelle Innovationsnetze; aktive Rolle an Unis) ■ Strategisch, innovative Personalführung (Lehrlingsprogramme, umfangreiche Weiterbildungsprogramme wie z.B. Förderung von jungen Mitarbeitern für weiterführende Ausbildung) ■ Unternehmensübergreifende Aus- und Weiterbildungskooperationen mit Schulen (Vorträge, Sponsoring, Exkursionen), mit tertiären Bildungseinrichtungen (Förderungen für junge Wissenschaftler, Sponsoring) oder mit öffentlichen Einrichtungen. ■ Umweltwirksame Maßnahmen (Emissionsreduktion, Qualitätsmanagement) ■ Persönliches Engagement des Geschäftsführers oder Eigentümers in regionalen Institutionen, Vereinen, Universitäten, Ausschüssen, Veranstaltungen etc. | <ul style="list-style-type: none"> ■ Langfristige Wettbewerbsfähigkeit ■ Attraktiver Arbeitgeber ■ Informationsvorsprung ■ Druck des Arbeitsmarktes (Mangel) ■ Minimierung der Personalfluktuaton und des Know-How Abflusses ■ Langfristige Wettbewerbsfähigkeit ■ Attraktiver Arbeitgeber ■ Kostendruck ■ Forderung des Marktes (Kunden) ■ Informationsvorsprung ■ Präsenz, Öffentlichkeitswirksamkeit | |
| Generelle soziale Belange | <ul style="list-style-type: none"> ■ Umfangreiche Umweltmaßnahmen über gesetzliche Mindeststandards hinausgehend ■ Unterstützung sozialer Belange, kultureller Aktivitäten, regionaler Veranstaltungen | <ul style="list-style-type: none"> ■ Nachhaltigkeitsgedanke ■ Forderung der Gesellschaft ■ Forderung des Marktes (Kunden) ■ Reputation ■ Philanthropie | Philanthropie |

Quelle: Eigene Darstellung

Im Kern konnten wir einen starken Zusammenhang zwischen regionaler Einbettung und regionalem Engagement von Unternehmen finden. Je stärker ein Unternehmen an die Region gebunden war, desto größer war das Interesse, in der Gesellschaft als verantwortungsvoller Akteur wahrgenommen, bei Universitäten, Kunden und anderen Unternehmen als guter Kooperationspartner geschätzt und am regionalen Arbeitsmarkt als guter Arbeitgeber betrachtet zu werden. Durch Förderung regionaler Vernetzung könnte somit indirekt auch die Bereitschaft für regionales Engagement gesteigert werden.

Implikationen für die regionale Wirtschaftspolitik

Ein gelungenes Zusammenspiel von Regionalkultur und Unternehmenskultur konnten wir bei Innovationsbeziehungen um den Metallbereich in der Obersteiermark finden. Die in vorhergegangenen Studien als eher verhalten beschriebene Kooperationskultur in der Region konnte durch die Transferinstitute der Universitäten Leoben und Graz sowie durch lokal angesiedelte Kompetenzzentren intensiviert und professionalisiert werden. Zusätzlich zu dieser Innovationsinfrastruktur war aber eine erhöhte Aufgeschlossenheit seitens der Unternehmen und der Universitätsangestellten gegenüber Kooperationen nötig, um den realen Erfolg der Kooperationen zu ermöglichen. Von der engen Kooperation zwischen Industrie und den Universitäten profitieren beide Seiten, was das Image und die Wettbewerbsfähigkeit der Region insgesamt stärkt.

Die Bereitschaft für regionales Engagement scheint jedoch weitgehend auf das direkte Wettbewerbsumfeld der Unternehmen beschränkt und zwar auf den regionalen Arbeitsmarkt und auf Innovationsbeziehungen. Obgleich Unternehmen auch Sozial-, Kultur- und Sportsponsoring betrieben, handelte es sich in diesen Bereichen finanziell eher um kosmetische Aktivitäten. Das lässt vermuten, dass Unternehmen weiche Standortfaktoren, und besonders die regionale Umwelt- und Lebensqualität, weitgehend als Externalitäten betrachten, die von der Region und ihren politischen Akteuren bereitzustellen sind.

Der Großteil des unternehmerischen Engagements war von Geschäftsinteressen motiviert. Während in den Bereichen Innovationssystem und Arbeitsmarkt eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit erwartet wurde, engagierte man sich in Bereichen Soziales, Kultur und Sport um das gesellschaftliche Ansehen des Betriebes zu verbessern, sein gutes Verhältnis zur regionalen Politik zu pflegen oder als Arbeitgeber attraktiv zu erscheinen und schon früh in den Köpfen der Jugend als solcher präsent zu sein. Das starke Engagement der Industrie in Wissenschafts- und Ausbildungsfragen ist jedoch auch ambivalent zu sehen, fördert es doch tendenziell bestehende Strukturen, was langfristig den notwendigen Strukturwandel und das Entstehen neuer Wirtschaftszweige behindern kann. Speziell im Bereich der Automobilindustrie hat die gegenwärtige Krise verstärkt auf diese Gefahren hingewiesen. Dennoch scheint es aus regionalpolitischer Sicht sinnvoll, Unternehmen für regio-

nales Engagement in Bereichen zu gewinnen, in denen längerfristige Win-win-Szenarien zu erwarten sind, also in denen sowohl die Unternehmen als auch die Region profitieren. Gleichzeitig bedeutet das, dass regionale Politik im Umwelt- und Kulturbereich ausreichend öffentliche Mittel bereitstellen sollte, da unternehmerisches Engagement in diesen Bereichen weder besonders ausgeprägt ist, noch krisensicher zu sein scheint.

Anmerkungen

- (1) Das internationale Forschungsprojekt „CURE“ (Corporate Culture and Regional Embeddedness) wurde von der Europäischen Union gefördert. Im Internet unter: <http://www.cure-project.eu>.
- (2) A Stress Test for Good Intentions, The Economist, May 14th, 2009.

Literatur

- Asheim, B.: Industrial Districts as "Learning Regions": A Condition for Prosperity. In: *European Planning Studies* 4/2001. S. 379-400.
- Asheim, B.: Industrial Districts: The Contribution of Marshall and Beyond. In: Clark, G.L. / Feldman, M.P. / Gertler, M. (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford 2000. S. 413-431.
- Camagni, R.: Introduction: From the Local "Milieu" to Innovation through Cooperation Networks. In: Camagni, R. (Hrsg.): *Innovation Networks*. London 1991. S. 1-9.
- Dicken, P.: Places and Flows: Situating International Investment. In: Clark, G. / Feldman, C. / Gertler, M. (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford 2000. S. 275-291.
- Florida, R.: *Cities and the Creative Class*. New York, London 2000.
- Glaser, B. / Strauss A.: *Grounded Theory: Strategien qualitativer Forschung*. Bern 1998.
- Gertler, M.: The Spatial Life of Things. In: Peck, J. / Yeung, H.: *Remaking the Global Economy*. London 2003. S. 101-113.
- Hayter, R.: *The Dynamics of Industrial Location*. Chichester 1997.
- Mailat, D. et al.: Technology District and Innovation: The case of the Swiss Jura Arc. In: *Regional Studies* 29, 3/2005. S. 251-263.
- Porter, M.: *On Competition*. Boston 1998.
- Tödting, F. / Trippel, M.: Like Phoenix from the Ashes? The Renewal of Clusters in Old Industrial Areas. In: *Urban Studies* 41, 5-6/2004. S. 1175-1195.
- Trippel, M.: *Innovative Cluster in alten Industriegebieten*. München 2004

■ AUTOREN + KONTAKT

Dr. Lukas Lengauer ist Universitätsassistent am Fachbereich Geographie und Geologie an der Universität Salzburg.



Dr. Lukas Lengauer, Fachbereich Geographie und Geologie, Universität Salzburg, Hellbrunnerstraße 34, 5020 Salzburg, Österreich. Tel.: +43 662 8044-5296, E-Mail: lukas.lengauer2@sbg.ac.at



Eva Nussmüller ist Mitarbeiterin der Europäischen Kommission in der Generaldirektion für Regionalentwicklung.

Eva Nussmueller, 21, rue E. Solvay, 1050 Bruxelles, Belgien

Dr. Franz Tödting ist Vorstand des Instituts für Regional- und Umweltwirtschaft der Wirtschaftsuniversität Wien.



Wirtschaftsuniversität Wien, Augasse 2-6, 1090 Wien, Österreich. Tel.: +43 1 31336-4781, E-Mail: franz.toedting@wu.ac.at

Lizenzhinweis

Die Beiträge in *Ökologisches* Wirtschaften werden unter der Creative-Commons-Lizenz "CC 4.0 Attribution Non-Commercial No Derivatives" veröffentlicht. Im Rahmen dieser Lizenz muss der Autor/Urheber stets genannt werden, das Werk darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert und außerdem nicht kommerziell genutzt werden.

Die digitale Version des Artikels bleibt für zwei Jahre Abonnent/innen vorbehalten und ist danach im Open Access verfügbar.