



.....Editorial

Liebe Mitglieder und Sympathisanten von R.I.O. IMPULS

Nach einem Dutzend Jahren werde ich mein Präsidium von R.I.O. IMPULS niederlegen. Nach der Euphorie der Pionierphase im Spannungsfeld von Ökologie und Ökonomie kam die Startphase des nachhaltigen Unternehmertums, dann die Sparphase bei der öffentlichen Hand und der Wirtschaft. Ich konnte mit R.I.O. IMPULS Höhen und Tiefen erleben. Bleiben werden mir die positiven Erlebnisse, die Management Foren, die Apéros und Workshops, die interessanten Kontakte und zudem habe ich viel gelernt.

Es ist hart Abschied zu nehmen von einem Zögling, der vor der neuen Herausforderung steht. Die Ziele von R.I.O. IMPULS, Unternehmen und Regionen als Modelle der Nachhaltigkeit zu entwickeln und zu präsentieren, sind wieder aktuell und eine der dringendsten Aufgabe weltweit.

Es gilt nun wieder einen neuen Vorstand zu formieren, der gewillt ist, für Luzern und die Zentralschweiz eine führende Position im Zusammenhang mit zukunftsfähigen Strategien zu sichern und zur Drehscheibe von „Exzellenz in der nachhaltigen Entwicklung“ in Europa zu machen.

Auch ich werde künftig meine Tätigkeiten auf diesem Gebiet ausbauen. Als neuer UNESCO Direktor des Regionalen Büros für Wissenschaft und Kultur in Europa, habe ich die Chance zukunftsfähige Lösungen für Ost- und Südeuropa voranzutreiben. Ich freue mich auf diese neue Aufgabe und wünsche mir, dass viele neue Modelle entstehen, um weltweit in den „Lebensräumen“ der Menschen eine Kettenreaktion der nachhaltigen Entwicklung auszulösen.



Dr. Engelbert Ruoss,
Präsident R.I.O. IMPULS

R.I.O. Apéro

«Irrläufer Region»

«Arme Städte - Reiche Landschaft?»

Dienstag, 14. November 2006, 18.15 - 20.00 Uhr

in der Hochschule für Wirtschaft, Zentralstrasse 9, Luzern, mit anschliessendem Apéro
Eintritt gratis. Anmeldung an: anmeldung@rio.ch

Mit:

**Jürg Meyer, Direktor KVA Luzern
und Geschäftsführer Luzern+**

**Sven-Eric Zeidler, Vorsteher Kantonale
Raumplanungsfachstelle,
Kanton Luzern**

**Theo Schnider, Direktor UNESCO
Biosphäre Entlebuch**



Welches sind die heutigen Modelle für die „Region“ der Zukunft und wie funktionieren sie? Werden die Gelder falsch verteilt? Welches sind die Gründe für die mangelnde Kooperation zwischen und in den Regionen? Welches sind die Erfolgs-

faktoren für ein nachhaltiges Wachstum? Solche Fragen stellt sich nicht nur die Zentralschweiz. Was oft fehlt, ist eine klare Vision und die Berücksichtigung der lokalen und künftigen Rahmenbedingungen.

VORSCHAU

R.I.O. Forum 2007

«Biomasse, eine Chance für die Bergregionen?»

Biomasse wie Holz, Chinaschilf, Getreide und auch Nebenprodukte aus Landwirtschaft und Lebensmittelverarbeitung werden vermehrt zur Energiegewinnung oder als Rohstoff für die Bauwirtschaft eingesetzt. Diese Produkte sind nachwachsend, regional verfügbar und ermöglichen so nachhaltige Stoffkreisläufe. Eine Chance für ländliche Regionen? Wie beurteilen das die Pioniere solcher Biokraftstoffe oder Biorohstoffe?



Wir brauchen Ihre Hilfe

R.I.O. IMPULS möchte sich erneuern: Wir suchen Personen, die unsere Vorstandsarbeit unterstützen bei der Organisation von Events, beim Fundraising und der Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung in Unternehmen und Regionen der Zentralschweiz mitarbeiten möchten. Interessiert melden sich bitte bei Klemens Ruoss (klemens.ruoss@gmail.com).

R Ü C K B L I C K R . I . O .

Mitglieder-
versammlung 2006

«Besuch bei Victorinox»

Die 10. Mitgliederversammlung von R.I.O Impuls bei der Victorinox in Ibach / Schwyz bildete den Abschluss des Vereinsjahres 2005. Nach der Mitgliederversammlung, stellten uns die Gastgeber ihre Organisation und ihr Produktportfolio vor. Hohen ethischen und sozialen Werten verpflichtet, getrieben von unternehmerischen Visionen - so könnte man die Erfolgsgeschichte der Victorinox zusammenfassen. Die Unternehmerfamilie Elsener wertet die sozialen und ethischen Pflichten einer Unternehmung gegenüber Mitarbeitenden und der Region als Kraftquelle ihres nachhaltig wirkenden Erfolges. Ihnen gehört Anerkennung und Lob für die Verwirklichung einer Werthaltung ganz entgegen der ökonomisch getrimmten „Geiz ist geil“ Bewegung.



R Ü C K B L I C K

R . I . O . Apéro 2006

«Gesund oder billig ?»

Eine bio-ökonomische Strategie für die Zukunft

Sinkende Preise, Überschüsse und verändertes Konsumverhalten lassen auch den biologischen Landbau nicht ungebremst weiter wachsen. Sind es Preise, schwindender Markt, hohe Produktionskosten, fehlende Zusammenarbeit oder mangelndes Marketing, die zu dieser Entwicklung führen? Drei Fachleute referierten zum Thema „Gesund oder billig“ über die Entwicklung der Bio-produkte, Kundenbedürfnisse und ihre zukünftigen Marktchancen. Veranstalter dieser Diskussionsrunde waren R.I.O IMPULS und die UNESCO Biosphäre Entlebuch. Der Anlass war gleichzeitig die erste öffentliche Präsentation des INTERREG IIIC-Projekts Biologic@, dessen Ziel ist, entlang der Wertschöpfungsketten die biologische Produktion zu analysieren und eine Plattform für die Zentralschweizer Bioregionen aufzubauen.



Am Projekt Biologic@ beteiligen sich Spanien, Portugal, Irland, Italien und die UNESCO Biosphäre Entlebuch gemeinsam mit den Zentralschweizer Kantonen. Es gilt dabei eine Strategie „Bio-Ökonomie“ für die Berglandwirtschaft der Zentralschweiz zu skizzieren und im Entlebuch ein erstes Modell zu realisieren. Es geht vorerst nicht darum mehr Betriebe umzustellen, sondern die heutige Produktion effizienter zu vermarkten. Marktorientierung heisst vor allem eine Erhöhung der Nachfrage, indem die regionale Identifikation mit lokalen Marken wie „Echt Entlebuch“ verstärkt sowie die Absatzkanäle diversifiziert und besser genutzt werden. Im Projektkomitee beteiligen sich Vertreter der Zentralschweizer Kantone und der Produzenten- und Verkaufsorganisationen.

Dr. Markus Schermer, Zentrum für Berglandwirtschaft der Universität Innsbruck, präsentierte die Situation der regionalen Bioprodukte in Österreich und ihre Chancen

auf dem Markt. Es gibt verschiedene regionale Vermarktungsstrategien: beispielsweise das Label „Bio vom Berg“ oder das Salzburger Bio-Frühstück. Voraussetzungen für den Aufbau einer Bioregion sind ein überdurchschnittlicher Anteil an biologisch bewirtschafteten Landwirtschaftsbetrieben, regional organisierte Biobauern und ein bereits bestehendes „Bio-Image“ der Region. Er rät Initianten der Vermarktung regionaler Bioprodukte eine Vereinigung von Biobauern zu gründen und eine gemeinsame Zielsetzung festzulegen, die mit der Identität der Region übereinstimmt. Kooperationen mit den übergreifenden Sektoren wie Tourismus, Gewerbe oder Politik sind anzustreben.

Toni Niederberger, Vizepräsident BioSuisse und aktiver Landwirt, referierte zur Situation des Schweizer Bio-Marktes. Die Strategie von BioSuisse ist nach wie vor „die Schweiz ist unsere Bioregion“. Rund 98 % der biologischen Produkte tragen die Knospe, die mit 70 % einen hohen Bekanntheitsgrad hat. Es wird allerdings zu viel Milch produziert, die in der konventionellen Verarbeitungskanäle gelangt und die Absätze von Biofleisch sind seit jeher klein. Die Grundsätze der biologischen Produktion wie z.B. Nachhaltigkeit, standortgerechte Produktion oder kurze Transportwege geben mehr her als anonyme Bioprodukte ohne Gesicht. Bio alleine genügt nicht mehr um am Markt zu bestehen. Bioprodukte erzählen Geschichten, sind einzigartig, und werden traditionell hergestellt. Dr. Toralf Richter, FIBL, zeigte im Referat die Entwicklung des Marktes und das Kundenverhalten auf. In den 90er Jahren stieg die Bekanntheit der Bioprodukte markant an. Coop und Migros profilierten sich mit dem Bio-Label. Gründe für den Kauf von Bioprodukten sind Gesundheit, besserer Geschmack, naturnahe Produktion wie auch regionale Herkunft. Fragt man Konsumenten warum sie regionale Produkte kaufen, werden Frische und Qualität, Rückverfolgbarkeit, Vertrautheit und Solidarität genannt. Viele Bio-Kunden erwarten die regionale Herkunft als wesentlichen Bestandteil von Bioprodukten. Das regionale Image muss im Produkt erkennbar sein damit Einzigartigkeit entstehen kann. REGIO ist von Bio seit Jahren vernachlässigt worden und es gilt nun dieses längst überfällige Konzept umzusetzen.

Strategie R.I.O. IMPULS

Präambel

Nachhaltige Entwicklung bedeutet, die natürlichen Ressourcen schonend zu nutzen, um die Bedürfnisse heute, aber auch jene der zukünftigen Generationen zu stillen.

Vision

Intelligent wachsende Lebens- und Wirtschaftsräume führen zu Wohlergehen und Wohlstand für Alle. Nachhaltige Entwicklung kann verwirklicht werden, wenn Unternehmen und Regionen eine Kettenreaktion zur Umsetzung der effizienten Nutzung der Ressourcen auslösen.

Unsere Ziele

- R.I.O. IMPULS vermittelt Wissen und Methoden um in Regionen und Unternehmen Impulse für zukunftsfähige Entwicklungen auszulösen
- R.I.O. IMPULS unterstützt die Modelle der Zentralschweiz in der Umsetzung des nachhaltiges Wachstums
- R.I.O. IMPULS bewirkt ein verbessertes Bewusstsein in Regionen und Unternehmen für eine effiziente Nutzung der Ressourcen.
- R.I.O. IMPULS gestaltet eine Plattform für die Kooperation von Unternehmen und Regionen.

Unsere Leistungen für Mitglieder

- Vergünstigte Teilnahmegebühren für alle Veranstaltungen von R.I.O. IMPULS
- Gratiszustellung von „R.I.O. Kontakt“ (2x jährlich) sowie Online-Download unter www.rio.ch
- Freier Zugriff zur Kommunikationsplattform von R.I.O. IMPULS
- Vermittlung von Kontakten bezüglich Netzwerken und Experten zu Nachhaltigkeit und regionaler Entwicklung

**Jahresbeitrag
Einzelmitglieder CHF 100.–**

Zusätzliche Leistungen für Kollektivmitglieder:

- Internet-Link auf die R.I.O. Homepage www.rio.ch
- Spezialbedingungen für Firmen- und Produkte-Präsentationen im „R.I.O. Kontakt“
- Möglichkeit für Poster-Präsentationen an Anlässen von R.I.O. IMPULS

**Jahresbeitrag
Kollektivmitglieder CHF 500.–**



R Ressourcen
Verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen

I Innovation
Innovative Lösungen

O Orbital Thinking
für wirkungsorientiertes, ganzheitliches Denken

Herausgeber: R.I.O. IMPULS –
Unternehmen Nachhaltigkeit
Schwanenplatz 7
CH-6004 Luzern

E-Mail anmeldung@trio.ch
Web www.rio.ch

Redaktion: Engelbert Ruoss

Befragung der Mitglieder 2006

Mit der Mitgliederbefragung 2006 erhielt der Vorstand von R.I.O. IMPULS wertvolle Inputs für zukünftige Tätigkeitsschwerpunkte. Der Rücklauf betrug etwa 10%, die Auswertung lässt einige wichtige Erkenntnisse zu.

Was erwarten unsere Mitglieder von R.I.O. IMPULS? Neben dem Erfahrungsaustausch und der Kontaktpflege sind unseren Mitgliedern vor allem kompetente Referenten und Praxisbeispiele wichtig. Dies entspricht aus Vorstandssicht vollumfänglich dem bereits eingeschlagenen Weg.

In welcher Form möchten die Mitglieder von R.I.O. IMPULS profitieren? Grosse, ein- oder zweitägige R.I.O. Management Foren entsprechen nicht mehr den Bedürfnissen unserer Mitglieder. Hingegen finden Roundtable in Form von R.I.O. Apéros grossen Anklang. Der Vorstand hat diese Zeichen erkannt und wird vermehrt kleine Veranstaltung organisieren, zusammen mit der Möglichkeit sich in einem geeigneten Rahmen unter den Teilnehmern auszutauschen.

An welchen Themen der „Nachhaltigkeit“ sind unsere Mitglieder besonders interessiert? Generelle Themen zur Nachhaltigkeit, insbesondere auch das nachhaltige Zusammenwirken von Ökonomie und Ökologie setzen den Trend. Die Bewertung zeigte aber auch, dass die strategische Neuausrichtung von R.I.O. hin zur Regionalentwicklung von unseren Mitgliedern noch zu wenig verstanden wurde. Der Vorstand hat erkannt, dass vor allem auch in der Kommunikation dieser Strategie ein Nachholbedarf besteht, sehen wir doch das Thema Regionalmanagement, das Vernetzen in der Region und mit anderen Regionen als wichtige Trends zur wirkungsvollen Umsetzung des Nachhaltigkeitsgedankens.

Wir möchten allen Teilnehmern der Umfrage herzlich danken und gleichzeitig unsere Mitglieder auffordern interessante Themen und Entwicklung aus ihrem Tätigkeitsgebiet mitzuteilen und den anderen Mitgliedern vorbildliche Beispiele aus der Praxis zu zeigen.