



Interreg Italia-Österreich

European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

Öko-Systemstudie

Living Paper

Präambel:

Die Studie ist als Living Paper konzipiert und wird einige Inhalte für das Manifest liefern. Es stellt sich heraus, dass immer mehr neue Erkenntnisse hinzugefügt werden müssen. Daher wird die Studie zunächst nur in EN-Sprache erstellt. Es ist auch gut für Gespräche mit Stakeholdern. Am Ende des Projekts wird es in DE und IT verfügbar sein.

Projekt »Entrepreneurial Eco-System Alpe Adria«,
Programm Interreg V-A Italy-Austria,
Gefördert aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE)
Aktueller (finaler) Status: Dezember 2019



Was ist Unternehmertum?

Howard Stevenson and Peter F. Drucker

Stevenson

- “Entrepreneurship is the pursuit of opportunity without regard to resources currently controlled.”

Drucker

- “...this defines entrepreneur and entrepreneurship – the entrepreneur always searches for change, responds to it, and exploits it as an opportunity.”



Entrepreneurship als ein Prozess der Identifikation von Möglichkeiten, dem Erkennen von Chancen und der Verwertung

Ist dieser Gondoliere ein Entrepreneur?

**Ist das eine Möglichkeit für ein
(skalierbares) Geschäftsmodell?**



Das Wesen von Entrepreneurship

Joseph Schumpeter

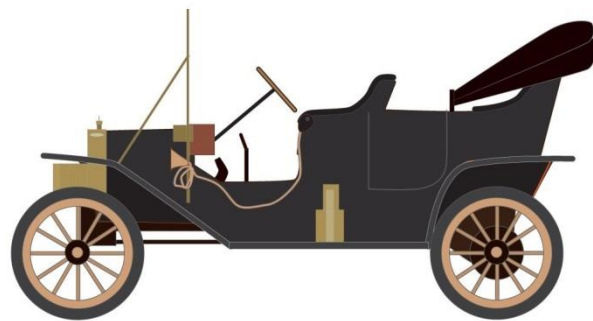
Innovationen sind „kreative Zerstörungen“ – sie zerstören ein bestimmtes System und führen zu einem „Neuen“; alle Produkte, Preise, Märkte, etc. sind ein Ergebnis aus Innovationen. Schumpeter unterscheidet zwischen fünf verschiedenen Arten:

- Produktion eines neuen Produkts oder einer neuen Qualität eines Produktes
- Einführung einer neuen Produktionsmethode, die früher nicht bekannt war
- Eröffnung neuer Vertriebswege
- Entwicklung neuer Zuliefermöglichkeiten
- Etablierung neuer Organisationen

Entrepreneure gibt es auch außerhalb der Business-Welt, z.B.:

Martin Luther, Christoph Columbus, Francisco Pizzaro, Johann Sebastian Bach, Sir Isaac Newton, Otto von Bismarck, Dschingis Khan, Gandhi, Charles Darwin

Entrepreneurship als ein Prozess neuer Kombinationsmöglichkeiten (Innovationen)



FORD MODEL T

Henry Ford und die Model T Massenproduktion



Dietrich Mateschitz und Red Bull – 80% Marktanteil



Florian Gschwandtner und Runtastic – Fitness App

Entrepreneur:

- Fokus auf Innovation – Suche nach neuen Möglichkeiten und diese zu nutzen
- Unabhängigkeit, schnelle Entscheidungen treffen und gerne handeln
- Ist aktives Mitglied in informellen Netzwerken. Lieber ohne formale Hierarchie arbeitend
- Manchmal: Erfinder, Unternehmer und Firmenführer in einer Person
- Hohe Risiken, hohe Renditen



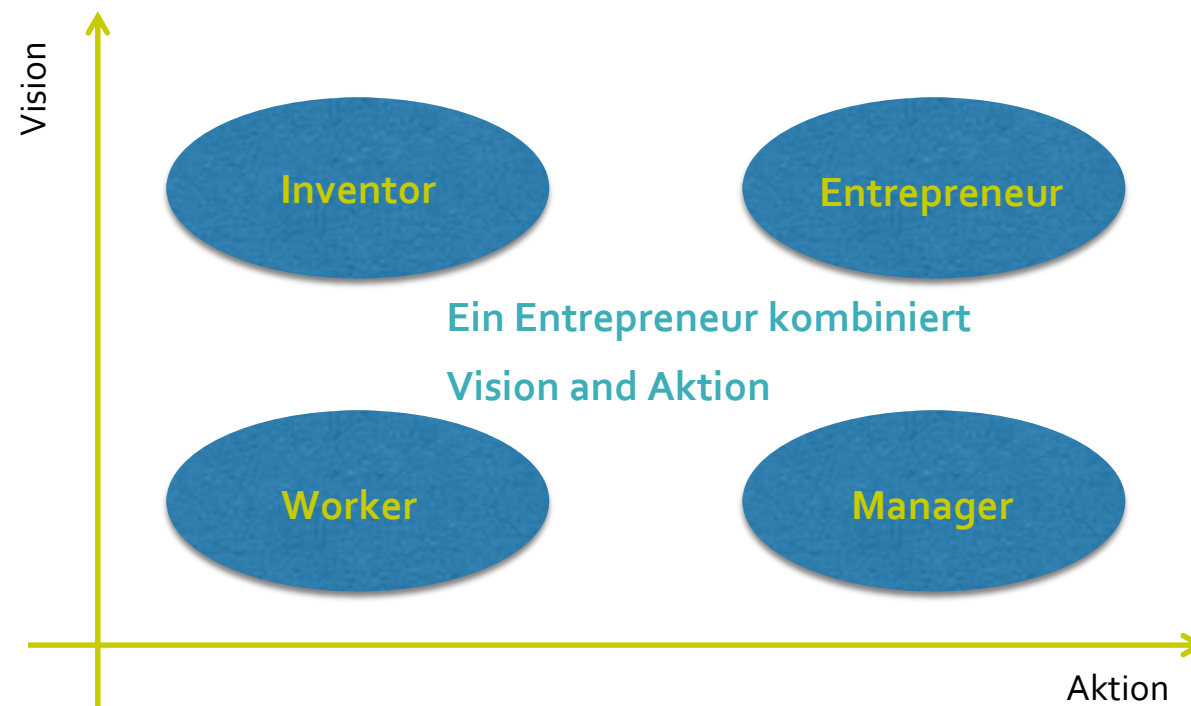
VS



Manager:

- Administrator von vordefinierten Aufgaben
- Fokus auf optimale Ressourcenallokation, Optimierung, Kostenkontrolle
- Verwaltet Entscheidungsfindung und strategische Formulierungsprozesse
- Begrenzte Risiken, kein Eigenkapital, begrenzte Renditen
- Fühlt sich mit vordefinierter Verantwortung wohl. Bevorzugt in Hierarchie zu arbeiten

VS



Entrepreneur's **Persönlichkeit** und **Demographie**:

(Einige oft beobachtete Unterschiede zu Nichtunternehmern)

- Interner Kontrollort, Unabhängigkeitsbedarf, Erfüllungsnotwendigkeit, Risikobereitschaft, Bereitschaft, Mehrdeutigkeit zu akzeptieren, weniger eingeschränkt/mehr kreativ/nachhaltig
- Religion, Geburtsordnung, Selbstständigkeit der Eltern, Bildung, Geschlecht, Berufserfahrung, Vorbilder, Netzwerkposition



Typische Fehlerquellen eines Entrepreneur's:

- Übermäßiges Vertrauen | Überoptimismus: unrealistisch optimistisch sein
- Voreingenommenheit: vorzeitige Schlussfolgerungen
- Widerstand gegen Modifikation und Anpassung der ursprünglichen Geschäftsidee
- Persönliches Ego, Dominanz, Wettbewerbsfähigkeit, Ungeduld, Statusorientierung
- Schwierigkeiten bei der Delegation, bei Partnern und beim Kompromisse finden
- Regelbrecher auch in Bezug auf ethische Regeln
- „Typ A-Verhalten“ – Arbeitssucht und Erfolg („workaholism“), Gesundheitsprobleme

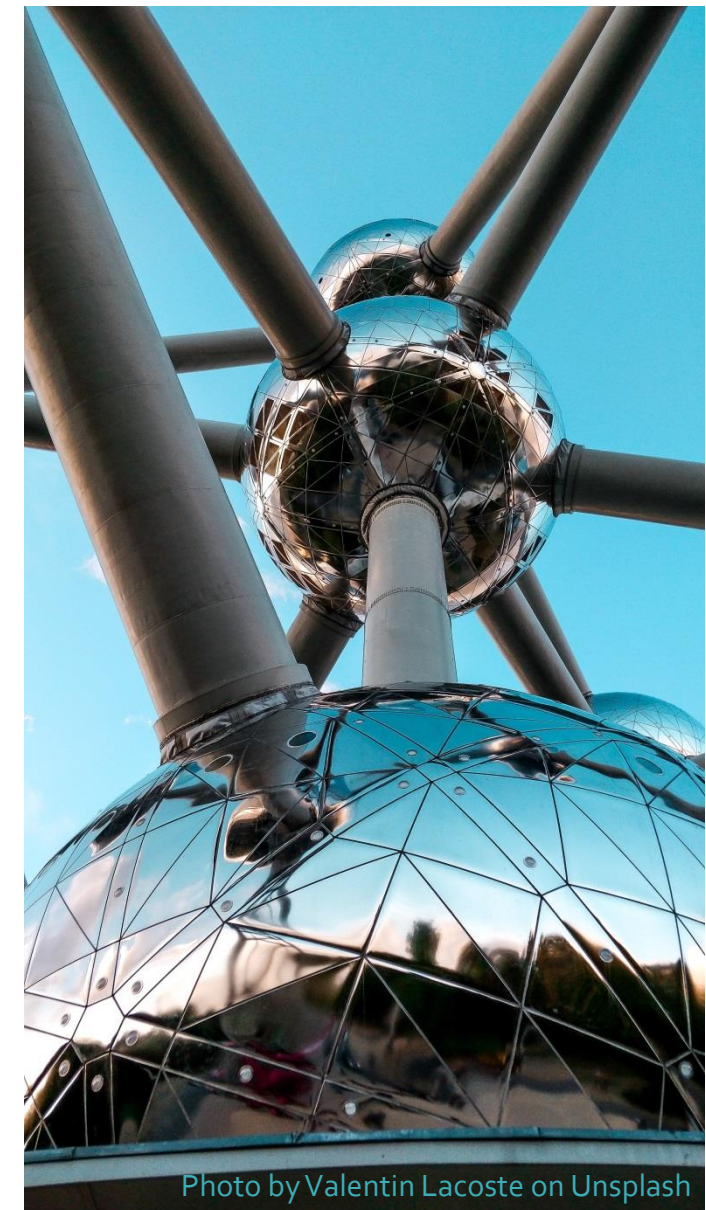


Entrepreneurship und Innovation

Die wichtige Verbindung zwischen beiden

Der Zusammenhang zwischen Unternehmertum und Innovation:

- Der Unternehmer hat zwei Hauptfunktionen: Identifikation von Chancen und Überwindung des Widerstands gegen die Innovation
- Ohne seine (oder ihre) Energie würde keine Veränderung eintreten
- Primäres Motiv = Bedarf an Leistung, Enthusiasmus, Abenteuersuche
- Der Unternehmer ist selten der Erfinder
- Innovationen sind nicht nur neue Technologien | es gibt viele Dinge, die verändert und verbessert werden können | oft sind neue Kombinationen am fruchtbarsten | die Rolle des Unternehmers ist es, diese Chancen zu identifizieren
- Reiner Preiswettbewerb ist für das einzelne Unternehmen nicht wünschenswert | Innovation kann die Spielregeln ändern: ein vorübergehendes Monopol könnte entstehen | Konsequenz: höhere Preise und Gewinne | nach einer Weile: Nachahmung
- Kreative Seite der Innovation ist wertvoll für die Gesellschaft und die Menschheit | aber jede Innovation zerstört etwas – ein früher wertvolles Produkt, eine Technologie oder Kompetenz | Daher: jede Innovation steht unweigerlich vor Widerstand



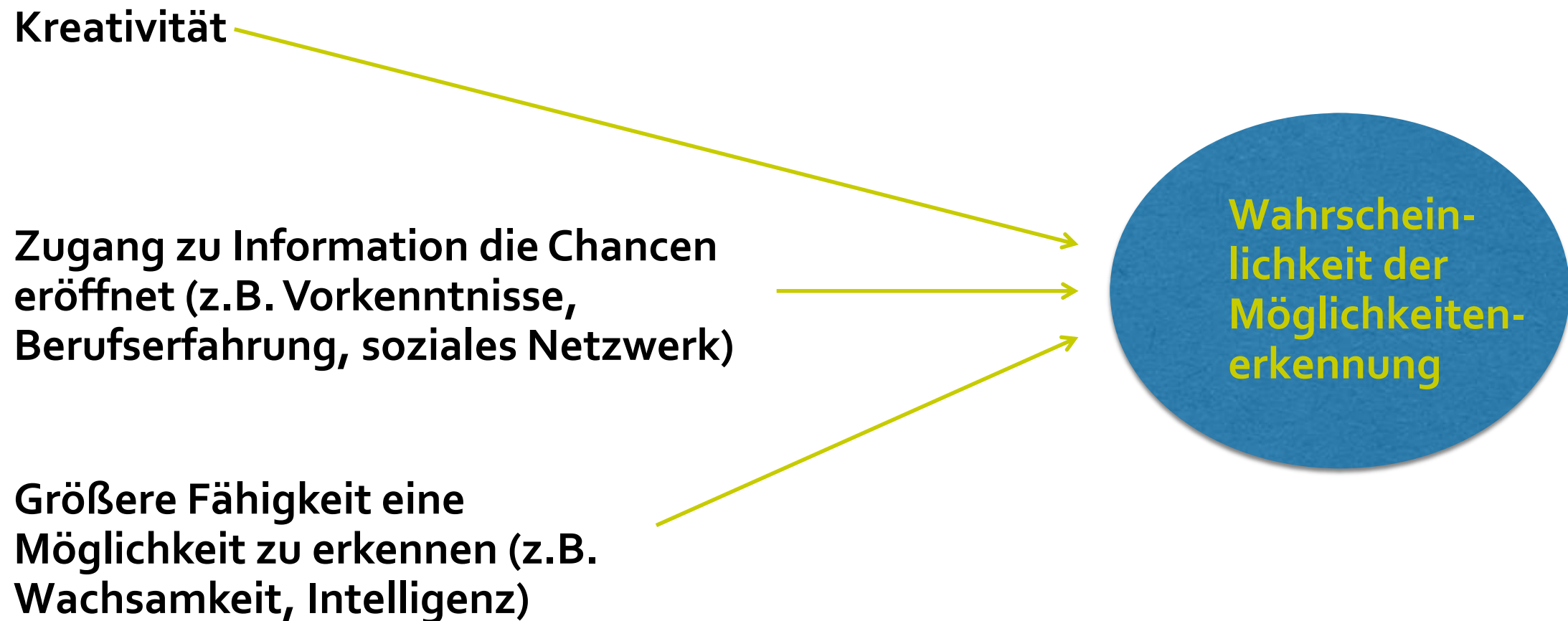
Was bestimmt die Chancenerkennung

Wahrscheinlichkeit

Kreativität

**Zugang zu Information die Chancen
eröffnet (z.B. Vorkenntnisse,
Berufserfahrung, soziales Netzwerk)**

**Größere Fähigkeit eine
Möglichkeit zu erkennen (z.B.
Wachsamkeit, Intelligenz)**



**Wahrschein-
lichkeit der
Möglichkeiten-
erkennung**

Innovationen schaffen

- Kreativität bedeutet, Dinge zu hinterfragen, die andere für selbstverständlich halten
- Kreativität ist eine der wenigen Fähigkeiten, die zunimmt, desto reifer wir werden
- Kreativität ist nicht nur wichtig, wenn es darum geht, neue Geschäftsmöglichkeiten zu finden – es ist bei allen Problemen im Innovationsprozess und im Unternehmen im allgemeinen wichtig (z. B. wie soll das Produkt gestaltet werden?)
- Kreativität bedeutet Out-of-the-Box Denken
- Wie können wir Kreativität fördern?
- Associate, z. B. Brainstorming, Brainwriting, etc.
- Kombinieren, z. B. morphologische Analyse, entwickeln von Dimensionen und Parametern eines Problems (z. B. Material, Farbe, Form)
- Entfremdung, z. B. Definition des Problems, Schaffung von Analogien – sowohl direkte als auch persönliche Analogien als entfernte und symbolische Analogien, gelten für das Problem
- Aber auch: alle Kreativitätstechniken haben ihre Grenzen



Wo finde ich Chancen und Möglichkeiten

Die Unerwarteten und Überraschenden

Wann immer etwas passiert, das von den Experten einer Branche nicht vorhergesagt wurde, sollte man schnell herausfinden, ob diese Informationen Innovationsmöglichkeiten eröffnen, um sie als Erster zu nutzen.

Quelle: Das Unerwartete

- Unerwarteter Erfolg (z. B. nicht vorhersehbare hohe Nachfrage)
- Das unerwartete Scheitern (das unsere Kernannahmen nicht aufgehen)
- Ein unerwartetes Ereignis von außen (z.B. Diskontinuitäten)

Dissonanz zwischen dem, was ist und was "wollte,, oder wird erwartet, dass Innovationschancen zeigen, die dazu beitragen, wieder Übereinstimmung zu erreichen.

Quelle: Unstimmigkeiten

- Uneinheitliche wirtschaftliche Realitäten (z. B. steigende Nachfrage am Markt und sinkende Wirtschaftsleistung des Unternehmens)
- Unstimmigkeit zwischen Realität und Annahmen darüber
- Unstimmigkeit zwischen wahrgenommenen und tatsächlichen Kundenwerten und Erwartungen
- Unstimmigkeiten innerhalb des Rhythmus oder der Logik eines Prozesses

"Successful entrepreneurs do not wait until „the Muse kisses them“ and gives them a „bright idea“; they go to work."

Peter Drucker

Wo findet man Möglichkeiten

Prozesse und Strukturen

Innovationsmöglichkeiten können sich daraus ergeben, dass bestehende Geschäfts-, Produktions-, Service- oder Verbrauchsprozesse verbessert werden.

Quelle: Prozessbedarf

- Der “Missing Link”
- Perfektion bestehender Prozesse
- “There ought to be a better way”

Buchstäblich alle Branchen und Märkte ändern sich im Laufe der Zeit. All diese Veränderungen können Chancen für Innovation bieten.

Quelle: Veränderungen der Industrie und der Marktstrukturen

- Schnelles Wachstum einer Branche
- Unangemessene Ansichten, Produkte und Prozesse
- Konvergenz der Technologien
- Neue Institutionen, Veränderungen in den Wertschöpfungsketten
- Globalisierung



Wo findet man Möglichkeiten

Demographie und Wahrnehmung

Die Veränderungen der Bevölkerung in Bezug auf Größe, Alter, Struktur, Zusammensetzung, Einkommensverteilung, Bildungsstand usw. sind oft eindeutig und lassen sich recht gut vorhersagen.

Quelle: Demographie

- Alternde Gesellschaft
- Die Rolle der Frau
- Bildung
- Abwanderung von Talenten

Wahrnehmungen, Prioritäten, Präferenzen oder gesellschaftliche Normen, die Wirtschaft, Politik oder Gesellschaft im Laufe der Zeit maßgeblich beeinflussen.

Quelle: Veränderungen in der Wahrnehmung

- Neue Wahrnehmungen in der Wirtschaft (z. B. über die Bedeutung von Ethik, Nachhaltigkeit usw.)
- Neue Vorstellungen in der Politik (z. B. über das „Restrisiko“ der Kernenergie, darüber, wie viele Vorschriften für Finanzdienstleistungen und Banken auferlegt werden müssen)
- Neue Wahrnehmungen in der Bildung (z. B. über E-Learning und problembasiertes Lernen)
- Neue Wahrnehmungen in der Gesellschaft (z. B. über bevorzugte Art der sozialen Interaktion, über soziale Normen)



Photo by Mathilda Khoo on Unsplash

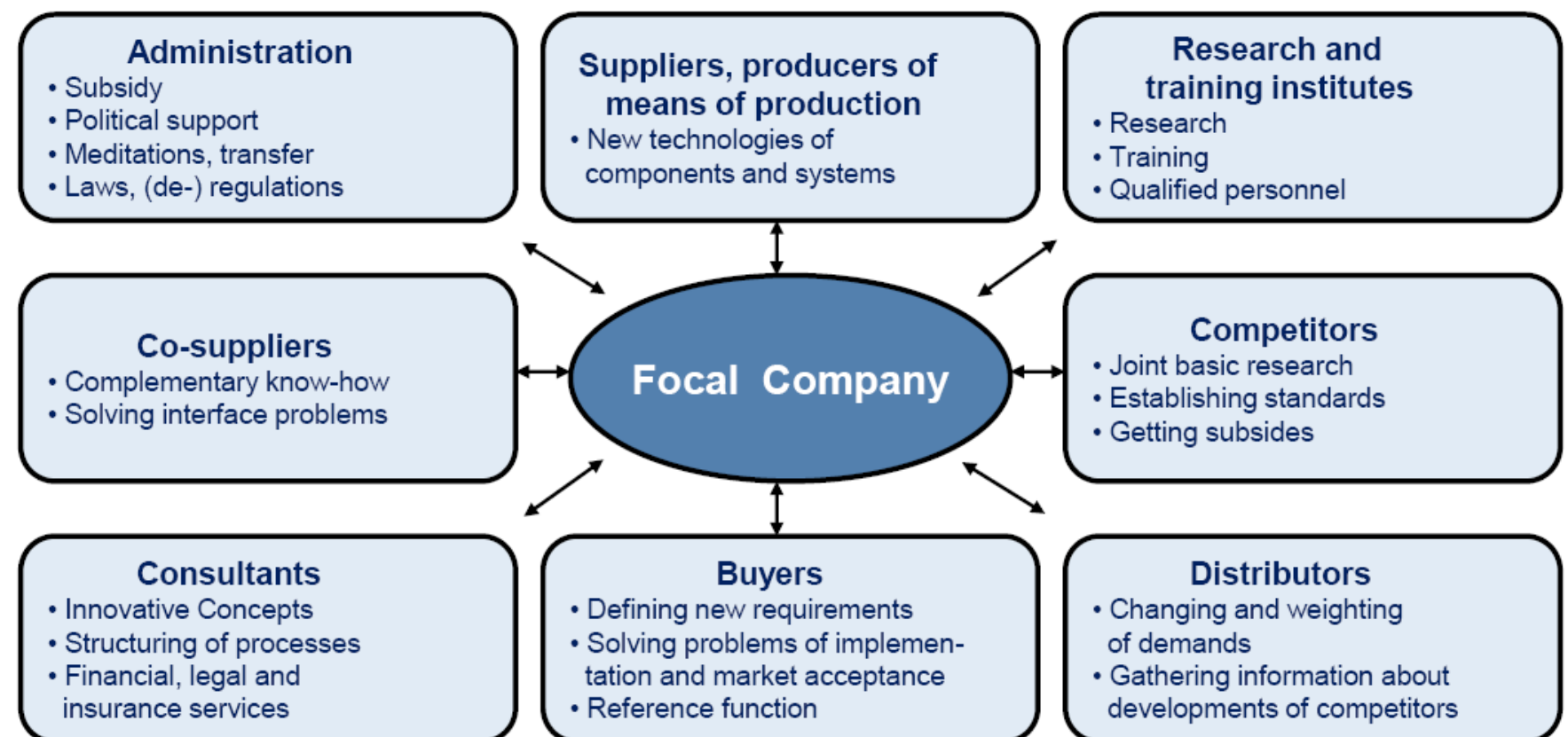
Wo findet man Möglichkeiten

Wissen und Kenntnisse

Neues Wissen stellt die Standardquelle für Innovationen und Geschäftsmöglichkeiten dar.

Quelle: Neues Wissen und neue Kenntnisse

- Neue Technologien
- Neue wissenschaftliche Erkenntnisse
- Neue Ideen zu Management, Bildung, Gesellschaft,...
- **Neue Kombinationen**

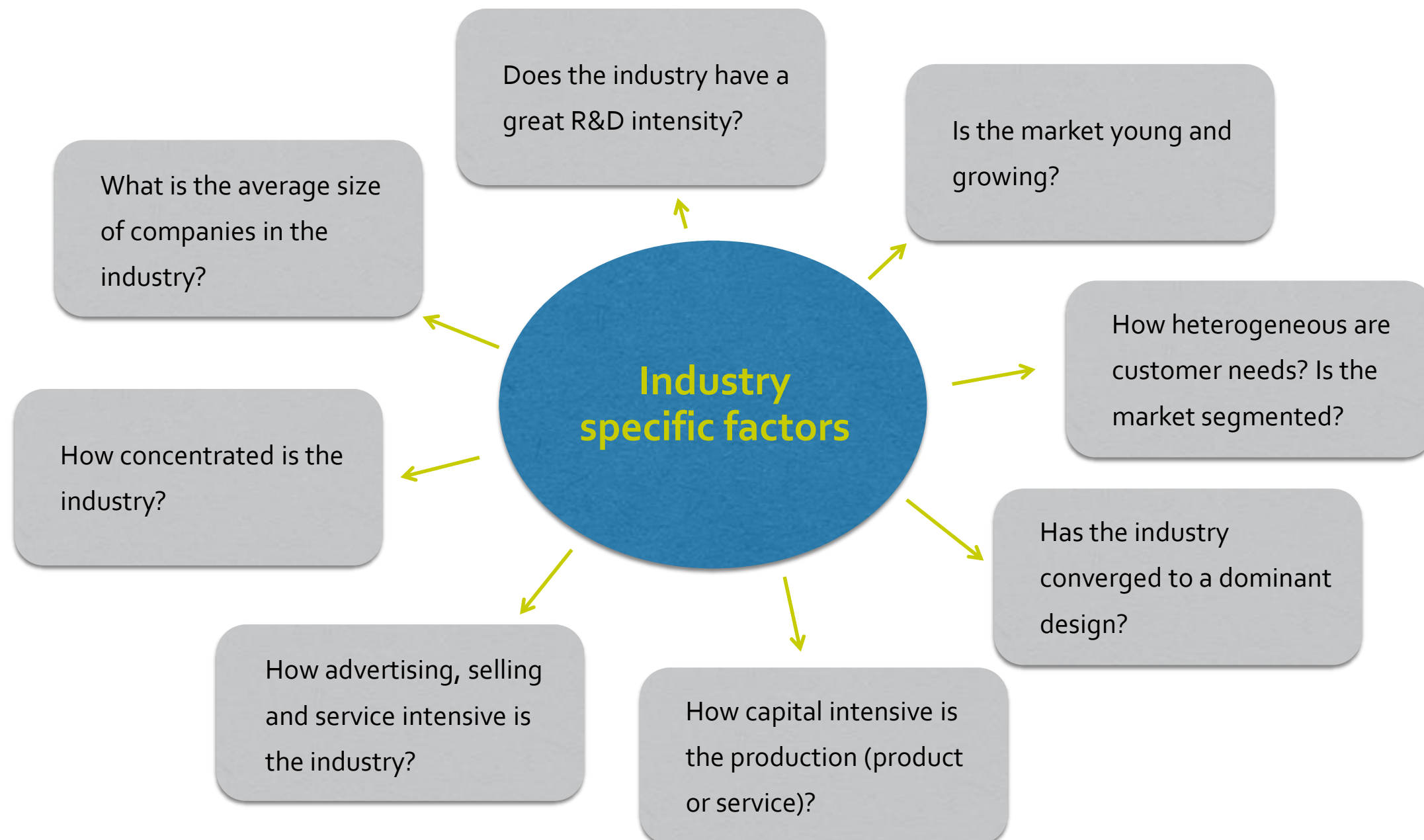


Source: Nikolaus Franke | Institute for Entrepreneurship and Innovation of Vienna University of Economics and Business

Was ergibt eine gute Chance

Fragen dazu

Eine Reihe von Aspekten der Branche beeinflusst, wie schwierig es ist, neue Unternehmen zu gründen.



Wie ergeben sich Möglichkeiten

Einige bevorzugen eher etablierte Unternehmen

Kriterien	Gründe	Beispiele
Setzt stark auf Reputation, Referenzen und Vertrauen	Die Kunden nehmen ein hohes Maß an Unsicherheit wahr. Sie ziehen es vor, von denen zu kaufen, die sie kennen und denen sie vertrauen.	Unternehmen ERP-Systeme, Maschinen etc.
Hat starke Lernkurveneffekte	Etablierte Unternehmen befinden sich weiter vorne in der Lernkurve und weisen geringere Stückkosten in Produktion und Vertrieb auf.	Komplexe Maschinen, elektronische Komponenten, Logistikdienstleistungen
Fordert Größenvorteile	Hohe Volumenproduktion trägt dazu bei, die Gesamtstückkosten zu senken, indem die Durchschnittskosten auf eine höhere Anzahl von Einheiten aufgeteilt werden.	Schiffe, Automobile, Halbleiter, Rohstoffchemikalien
Erfordert ergänzende Vermögenswerte in Marketing und Vertrieb	Um Kunden zu erreichen und ihnen ganze Problemlösungen anzubieten, sind komplementäre Vermögenswerte und Ressourcen oft von entscheidender Bedeutung.	Software + Hardware-Pakete, Lebensmittel

Wie ergeben sich Möglichkeiten

Einige Chancen bevorzugen eher neue Unternehmen

Kriterium	Gründe	Beispiele
Setzt eine disruptive, zerstörende Innovation ein	Etablierte Unternehmen "Wissen, Vermögenswerte und Routinen" behindern sie beim Innovieren. Innovation kann einen völlig neuen Markt schaffen.	Elektroautos, Fotoindustrie, Direktbanken
Nicht zufrieden stellend - die Mainstream-Kunden von etablierten Unternehmen	Etablierte Firmen konzentrieren sich auf die Versorgung ihrer tatsächlichen Kunden. Wird wahrscheinlich keine Innovationen verfolgen, die ihren aktuellen Kundenstamm nicht servizieren.	Festplatten-Industrie, Stahlindustrie
Auf Basis von Humankapital und Wissen	Jeder, der das Wissen hat, kann ein Produkt oder eine Dienstleistung herstellen, die den Bedürfnissen der Kunden entspricht.	Nahrungsrezepte, Beratungswerkzeuge, Software
Bietet Möglichkeiten für Kommerzialisierung über den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen	Neue Unternehmen können die Innovation nutzen, indem sie Wissen und geistiges Eigentum verkaufen (z. B. Verkauf von Patenten, Lizenzierung).	Biotechnologische Prozesse, Community-Plattformen im Internet

Entscheidende grundlegende Fragen

Aus Sicht des Investors (Bewertung, Gewinn, Kapital)

- Markt und Einnahmen: ist der Markt groß genug? Wächst er? Werden die Leute für das Produkt bezahlen?
- Wettbewerb: Wie kann Nachahmung verhindert werden?
- Geschäftsmodell: Ist es gut entwickelt? Gibt es ein klares Umsatzmodell?
- GeschäftsgründerIn | Managementteam: Decken sie technologische und wirtschaftliche | Marktexpertise ab? Sind sie bereit, neue Personen aufzunehmen? Werden sie wachstumsorientiert agieren?
- Rentabilitätsanalyse und Finanzplanung: Sind Zahlen konsistent? Auf welche Annahmen stützen sie sich?
- Risiko-Reward-Ratio (z. B. müssen unsere Renditen ein bestimmtes Multiple aufweisen)



Widerstand gegen Innovation

Killer-Sätze und Argumente

- So etwas haben wir nie gemacht.
- Oh, wir haben es versucht – es hat nicht funktioniert
- Klingt gut, aber es passt nicht zu unserer Strategie
- Wir müssen zuerst die Idee richtig analysieren
- Es war nicht alles schlecht vorher
- Unsere Kunden wollen das nicht
- Nun, wir verstehen es – aber was ist mit dem Mann auf der Straße?
- Können Sie garantieren, dass es keine Risiken gibt?
- Gibt es einen Beweis, dass es funktioniert?
- Gibt es bewährte Verfahren? Hat es bereits irgendwo funktioniert?
- Wenn die Idee wirklich so toll ist – warum hat sie nicht schon jemand anders umgesetzt



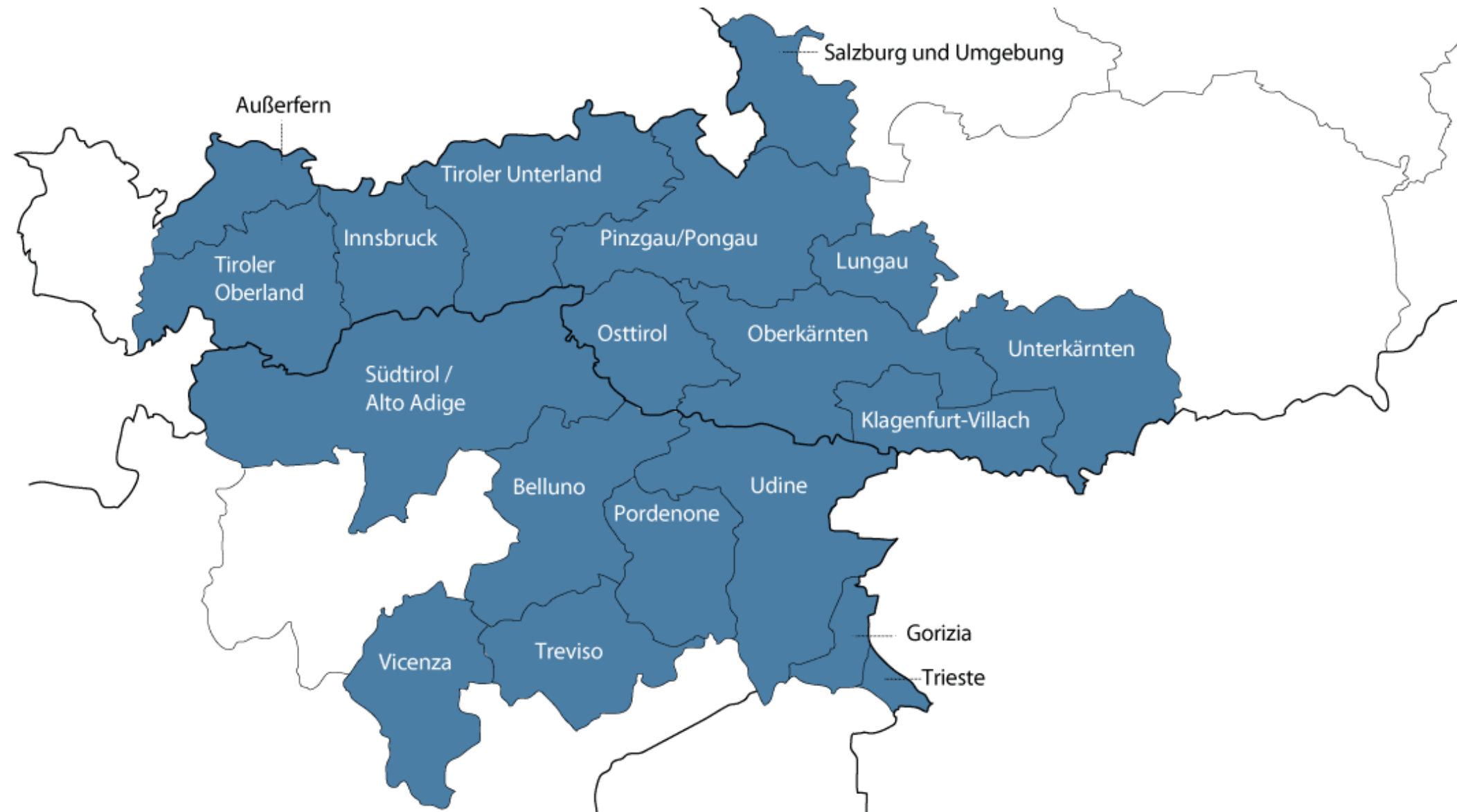
Die gemeinsame Haltung

Gemeinsam und über die Grenze hinaus entwickeln



Unsere Region

Aus EFRE-finanzierter Projektperspektive

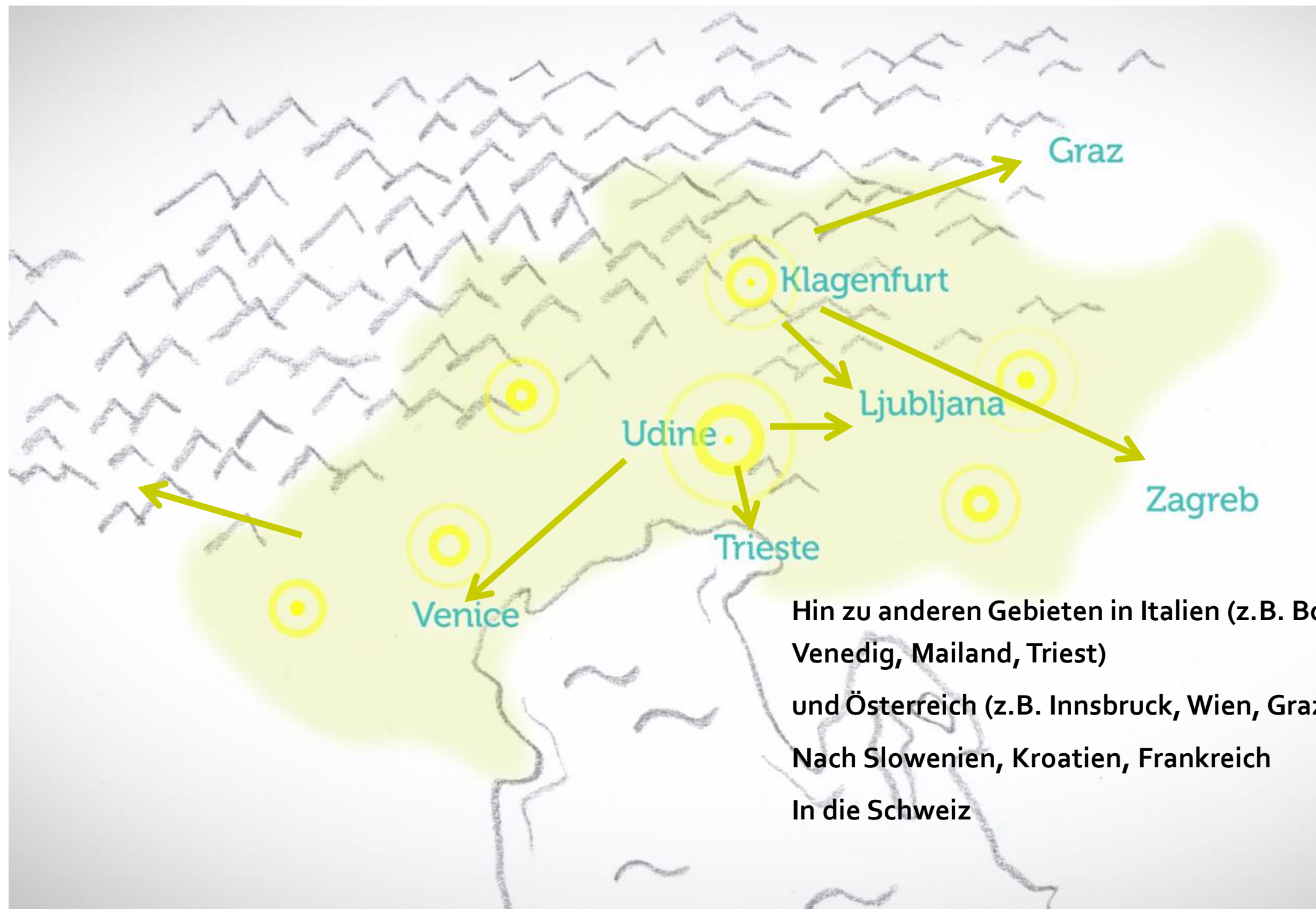


Die Gelegenheit ist die Entwicklung eines Entrepreneurial Ecosystems in der Region selbst, aber es ist auch wichtig, die Fläche in Bezug auf das Thema mit Regionen außerhalb des Programmgebiets zu verbinden.

Source: <http://www.interreg.net/de/programm.asp>

Das Netzwerk in der Region

Nachbarschaftlich und global betrachtet



Die Alpen-Adria Region

Eine global wahrnehmbare Region (Fokus IT-AT)

Die Region als Innovationslabor, basierend auf den Stärken, die in Bezug auf Identität, Menschen, Kultur, Talente, Infrastruktur, Bildung, Sicherheit, Forschung, etablierte Unternehmen usw. zur Verfügung stehen.

Die Alpen – Naturjuwel, Tourismusmagnet, Wirtschaftsgebiet, verschiedene Kulturkreise haben sich um den europäischen Gebirgszug massiv angesiedelt. Einerseits ist der Alpenraum in Bezug auf Kultur, Sprache, soziale und wirtschaftliche Organisationsformen sehr vielfältig, andererseits steht er vor einer Reihe sehr ähnlicher Herausforderungen: demografischer Wandel, Migration, Transformation des Wirtschaftssystems, ökologische Herausforderungen.

Eine Region voller Leben, eine Region inmitten einer idyllischen Landschaft. Wo andere ihren Urlaub verbringen, gibt es eine bunte Szene von aufstrebenden neuen Unternehmungen. Im Schmelztiegel verschiedener Kulturen und unterschiedlicher Mentalitäten, in der Region Alpe-Adria, arbeiten, leben und feiern sie gemeinsam – Italiener und Österreicher und Menschen aus anderen Nationen.

Die Region Alpe-Adria ist eine Region mit großer Naturkulisse, kulturellem Flair und Vielfalt. Aber im Herzen verschiedener Kulturen und Sprachen reicht das allein nicht aus, um Unternehmern unternehmerischen Erfolg zu garantieren. Insbesondere neue Unternehmungen, die am Anfang ihres Geschäftslebens stehen, brauchen ein aktives Umfeld, eine lebendige Gemeinschaft und besondere Anreize, um ihr Business und ihr Geschäftsmodell in der Alpen Adria Region umzusetzen und zu etablieren.

Die Idee

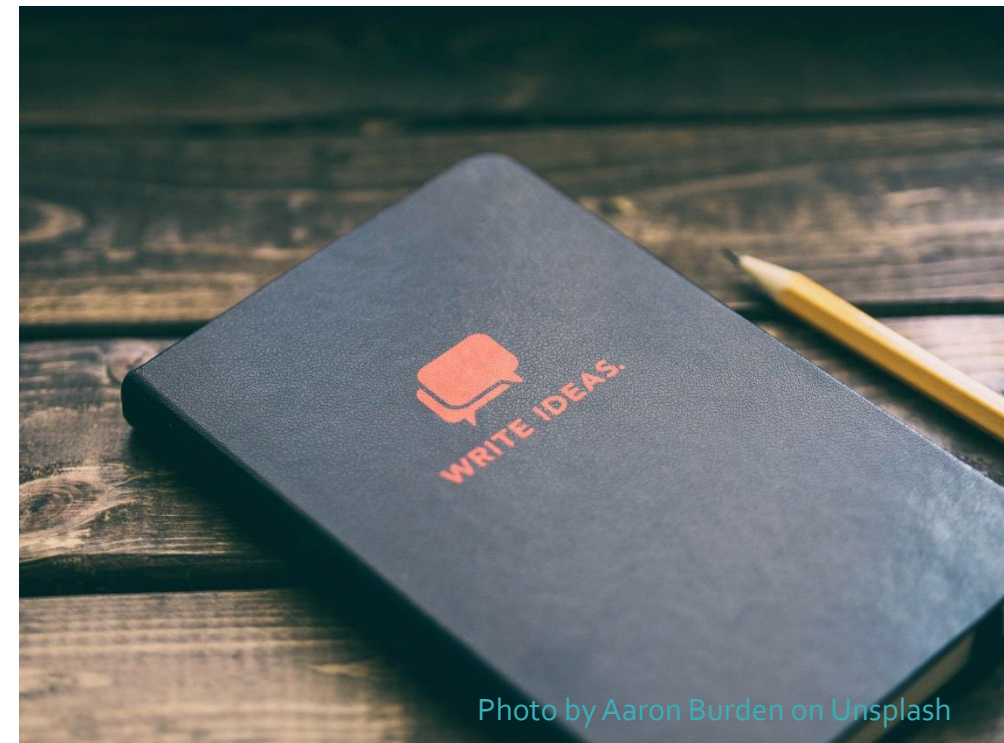
Halten wir zusammen! Unterstützen wir gemeinsam!

So fängt es an.

Zuerst gibt es eine Idee, dann fängt man an zu spielen.

Jemand gibt den Ideen eine Form.

Aber es scheint, dass dieser Jemand Hilfe braucht (z. B. spezifische Kompetenzen)



Die Idee ist einfach:

Zwei Nationalitäten bilden eine Region. Der Reichtum von beiden erleichtert den Einstieg neuer Unternehmen (z. B. Marktzugang, Diversität in Gründerteams, und vieles mehr).



Das Ziel des Projekts

Verbinden, Bewusstsein schaffen, Anziehungskraft erzeugen

Das grenzüberschreitende Projekt Entrepreneurial Ecosystem Alpe Adria (EES AA) zielt darauf ab, der Abwanderung unternehmerischer und innovativer Unternehmen und Talente aus den Grenzregionen in attraktivere unternehmerische und Start-up-Ökosysteme entgegenzuwirken. Darüber hinaus sollte das niedrige Niveau der internen und externen Netze der Region, insbesondere der Innovationsnetze, aufgehoben und ein grenzüberschreitender Unternehmercluster entwickelt werden. Und es ist notwendig, das Bewusstsein für Chancen im Ökosystem sowohl auf regionaler als auch auf globaler Ebene zu stärken.



Um diese Ziele zu erreichen, ist eine aktive Vernetzung aller Projektteilnehmer mit der Start-up-Community, mit etablierten Unternehmen, mit Infrastrukturanbietern, mit den Bildungseinrichtungen, den Forschungseinrichtungen, den Studierenden und aktiven Menschen in der Region unerlässlich. Es ist wichtig, sie – als potenzielle Treiber und aktive Schöpfer des künftigen Entrepreneurial Ecosystems und Botschafter für einen grenzüberschreitenden Unternehmergeist – in eine lebhafte Debatte einzubeziehen. Auf diese Weise ist es möglich, ihre Bedürfnisse, Wünsche und Notwendigkeiten für einen Aufenthalt in der Region zu kennen, um die Projektmaßnahmen auf der Grundlage dieser Erkenntnisse zu entwickeln und anzupassen.

Identität in den Regionen

Welche Werte sind relevant ?

Kärnten | Österreich:

Natur, naturnah, malerisch, bodenständig,
Freundlichkeit, Tradition, Alpe Adria, hohe
Lebensqualität, lustig, gemütlich, Gastfreundschaft,
Intoleranz

Umweltbewusstsein und Gesundheit

Freundschaft, Vereinbarkeit von Beruf und
Privatleben, Freizügigkeit der Arbeitnehmer,
entspannt, Nähe, gesunde Lebensweise, Freiheit

Sicherheit, Soziales, Umweltbewusstsein, gestern,
Entwicklungsland, begrenzte Perspektiven

What is missing:

Offenheit und Toleranz, Vielfalt und Innovation,
Selbstinitiative, unternehmerisches Denken, Flexibilität
oder Vision und Veränderungswillen

Friaul Julisch Venetien, Veneto | Italien:

Früher war Triest, die Hauptstadt dieser Region, z. B.
österreichisch-ungarisch, Jugoslawisch, Italienisch.

Die Menschen, die in Friaul-Julisch Venetien leben,
haben keinen Schaden angerichtet. Viele Völker
leben hier in einem friedlichen Mikrokosmos

zusammen. Genau das macht die Region so
architektonisch, landschaftlich und kulinarisch.

Die Friaulküche ist ein Spiegelbild der slawischen,
österreichischen und venezianischen Küche.

Begriffe wie „aliv“ und „kreativ“, „Easy life attitude“,
Verbesserung, Tradition, Fokus auf Nahrung und
Landschaft

What is missing:

Ordnung, Organisation und unternehmerisches Denken

Basierend auf Entrepreneurship | specific topic

Option 1

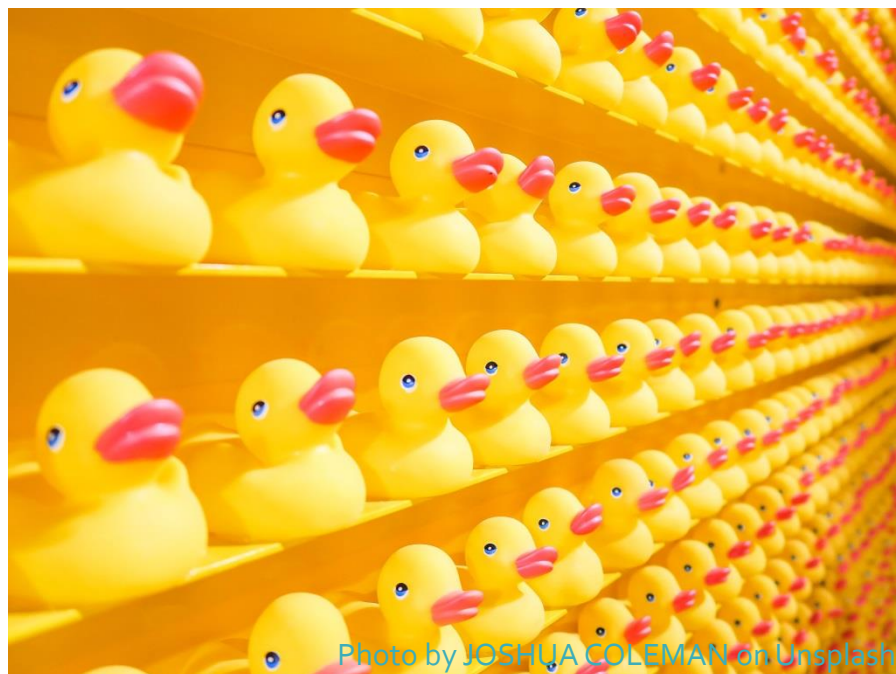
Unternehmensgründung generell -

Es geht um alle Themen die bei einer Unternehmensgründung angesprochen werden (z.B. Verpackung von Lebensmitteln)

Option 2

Unternehmensgründung in einem spezifischen Element in der Wertschöpfungskette (z.B. Verpackung von Lebensmitteln).

Bei beiden Optionen werden Bildung, Initiativen, Veranstaltungen, Institutionen, Stakeholder, Forschungszentren, Potenziale, bereits bestehende und nachgewiesene Initiativen usw. angesprochen.



Quantifizierung von Ökosystemleistungen:

Ökosysteme bieten wesentliche Dienstleistungen für das Wohl unserer Gesellschaft.

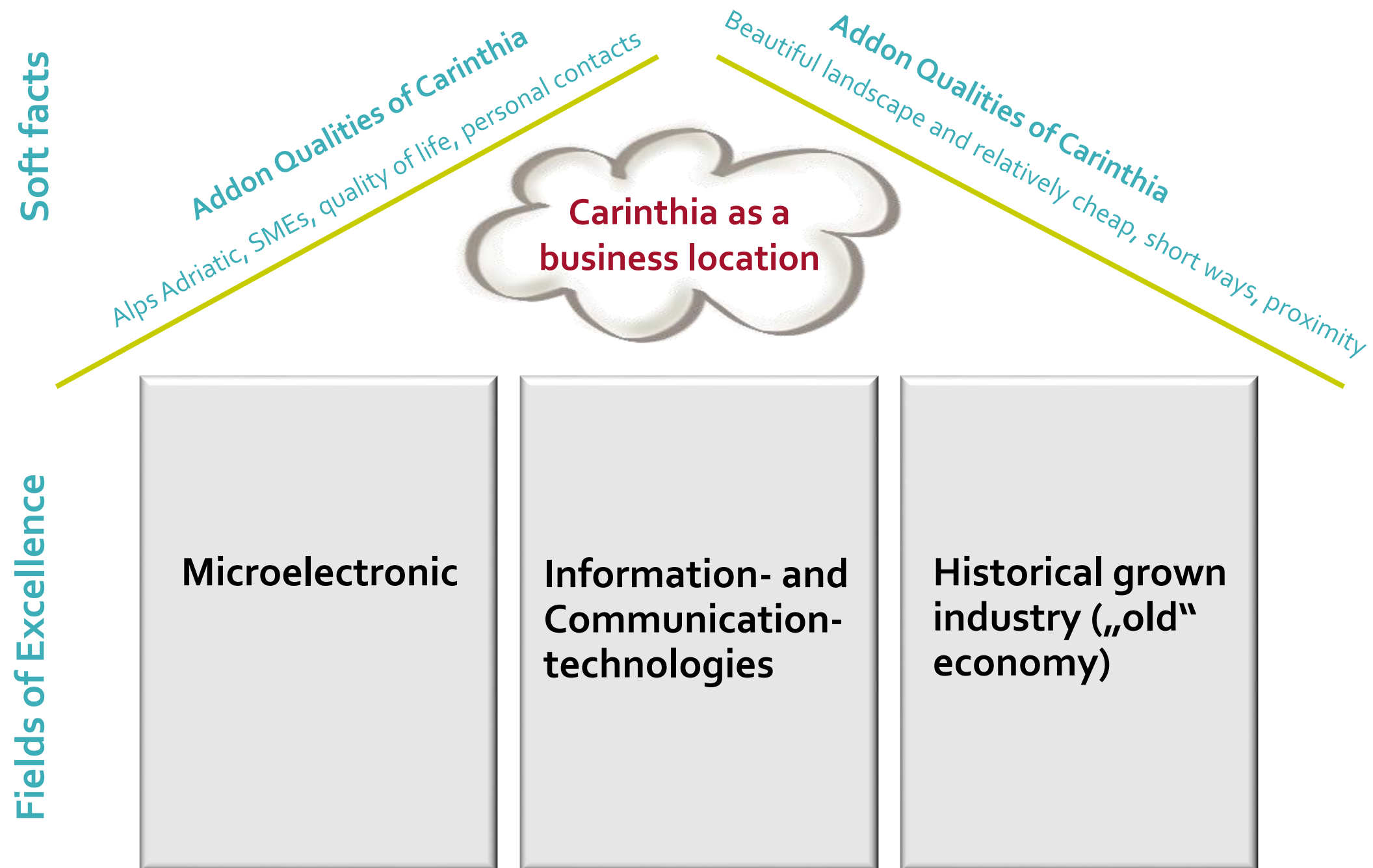
Um den Beitrag von Ökosystemen zu ermitteln, müssen ihre Dienstleistungen quantifizierbar sein und somit kommunizierbar sein.

Dies erhöht die Akzeptanz der Umweltpolitik und die Genauigkeit der Maßnahmen.

Messbare Ökosystemleistungen ergänzen die wirtschaftliche Berichterstattung.

Stärken des „Business-Carinthia“

Fields of excellence



Stärken in „Business-Italy“

Made in Italy



Stärken in „Business-Italy“

Exzellenfelder im Programmgebiet

- Textilien, Bekleidung und Leder
- Maschinenbau und Metallindustrie
- Elektrische Geräte und Motoren
- Andere Maschinen und Geräte
- Fahrzeuge & Schiffbau
- Andere Waren (Augen- und Brille, Schmuck...)
- Holz- und Möbelindustrie

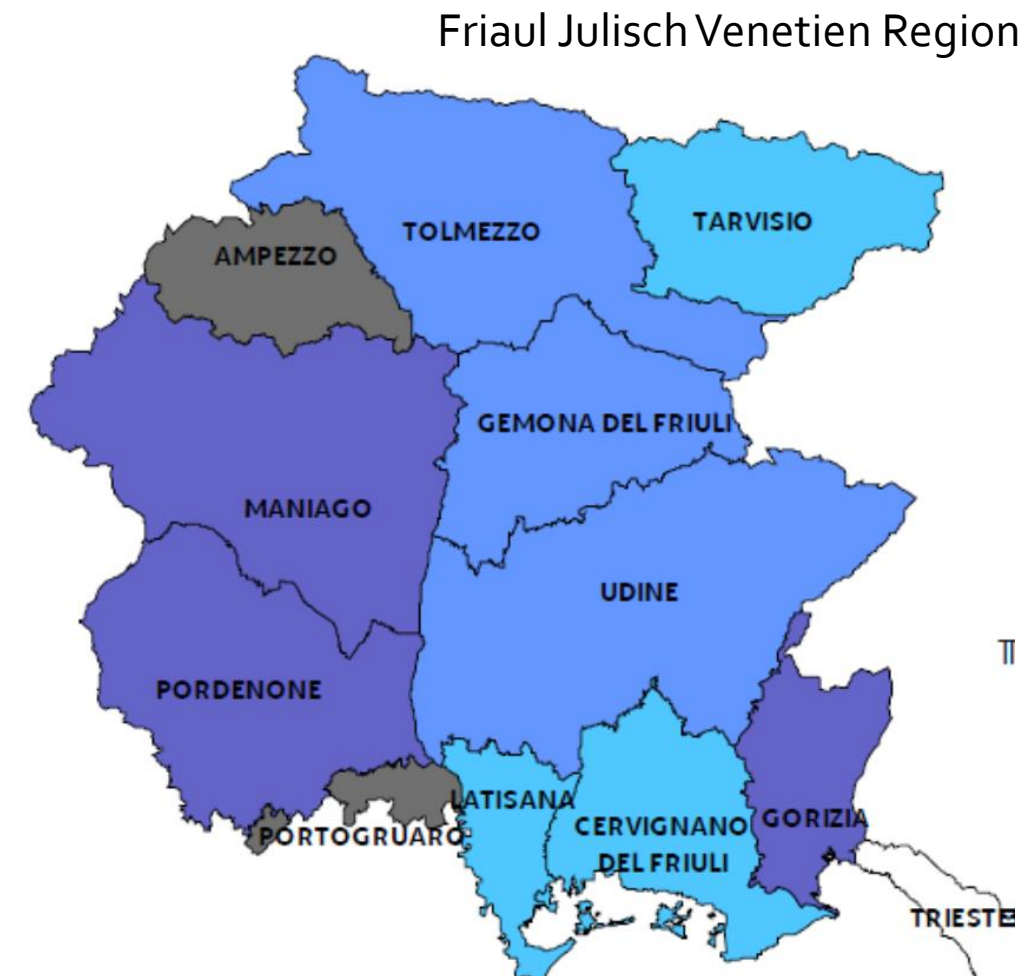
z. B.: die 5 wichtigsten Exportsegmente der Region Venetien:

- Maschinenbau und Metallindustrie (19 %)
- Mode (18 %)
- Metall- und Metallprodukte (11 %)
- Kunststoff (11 %)
- Schmuck und Gläser (9 %)

Unternehmen:

Möbel – Calligaris Spa, Domitalia Spa, Pali Spa

Maschinenbau und Metallindustrie – Danieli&Co-Officine
Meccaniche Spa, Electrolux Italia Spa, Cimolai Spa



Ausgangslage

Schwerpunkte

Basierend auf der Identität der in der Region lebenden Menschen und auf der Grundlage der Stärken der Regionen kann das Unternehmertum gefördert und auf bestimmten Gebieten entwickelt werden.

Diese Bereiche werden sich in der Sport- und Freizeitindustrie (z. B. Sensorik) im Bereich Lebensmittel sowie im Bereich Holz zu Beginn konzentrieren. Später werden weitere Felder mit Stärken in beiden Ländern kombiniert um die Wirtschaftsentwicklung in der Alpen-Adria Region voranzutreiben.

