

Liebe LEADER Kollegen!

Erstes BILD SCHUHE: Symbol der Massenproduktion

Weil Handwerk – Meisterhandwerk das heutige Thema ist, lasst uns zuerst einen Blick auf unsere Füße werfen. Gesunde Füße sind lebenswichtig, überlebenswichtig in einer Welt in der wir aktuell unsere Lebenserwartung auf über 80 Jahre hinaufgeschraubt haben und wir in ein paar Jahrzehnten wohl bis 70 werden arbeiten müssen (in der Regionalentwicklung bspw.), also lange auf den beruflichen eigenen Beinen oder Füßen stehen. Und das trotz Diabetes, Gefäßverengung und Gelenkproblemen aufgrund von Übergewicht etc Kein Fuß ist gleich, nicht einmal bei mir selbst. Überbein, Halux, zu unterschiedlich lange Zehen etc

Was unsere Füße deshalb bräuchten sind GUTE Schuhe und zwar Schuhe die für unsere **Füße** gut sind, die passen, ergonomisch angepasst sind, nicht schmerzen, dem individuellen Gang Ausdruck geben und zu guter Letzt natürlich auch einen handwerklichen Wert repräsentieren sollen – die Geschichte haben, einem ans Herz wachsen je älter sie werden (und wir mit ihnen) >potentielle Erbstücke sozusagen!

370 Millionen Paar Schuhe gehen in Österreich und Deutschland jährlich über den Ladentisch. Unglaubliche 4 – 8 Paare für jeden von uns – durchschnittlich. 30 % davon, also mehr als 100 Mio Paare landen noch im ersten Jahr auf dem Müll, der Altstoffverwertung oder werden an arme Opfer –bspw in den Entwicklungsländern- weitergeschenkt. Viele davon nur einmal getragen, weil ihr Gebrauch nur unter Schmerzen möglich ist oder eben achtlos weggeworfen, weil Schuhe Massenartikel geworden sind OHNE WERT, als Schnäppchen beim Räumungsverkauf, 3 Paare zum Preis von 2. Eine Reparatur zahlt sich hier nicht aus, ist ja gar nicht im Kalkül der Schuhindustrie! Und außerdem - Wer könnte denn überhaupt noch reparieren?

In den 50er Jahren gab es in Österreich und Deutschland noch eine bedeutende Schuhmanufaktur mit vielen Tausend Meisterbetrieben, die noch wussten was Füße brauchen, welche Eigenschaften Materialien haben und wie ein Fuß und damit ein Schuh arbeitet und mit diesem Wissen Schuhe für ihre persönlichen Kunden herstellten. Und mit diesem **Handwerk ganze Regionen prägten** – wie in Deutschland z.B. die Rheinland Pfalz oder in der STMK z.B. auch das Salzkammergut.

**Prägung heißt hier v.a. : Identität durch regionales Handwerk; Existenz von Familienbetrieben und regionale Sozialisationsmöglichkeit durch Handwerk; überregional vermittelbare Kompetenzführerschaften >eine Könnensgesellschaft, geschlossene regionale Wirtschafts- und Ressourcenkreisläufe, Beitrag zur endogenen Innovationsfähigkeit von Regionen, Wertebewusstsein der regionalen Bevölkerung: „Was hier produziert wird hat WERT“.**

Heute ist das Schuhmacherhandwerk in Deutschland (aber leider auch in Österreich) beinahe ausgestorben, weil den meisten Menschen UND DAMIT AUCH DEN KUNDEN dieses wichtige WISSEN abhanden gekommen ist und das Bewusstsein über den WERT der Dinge –ohne dieses Wissen- durch die mächtige Industrie über Preis- und Designkampagnen oder „vorgegaukelte Werte“ marketing- und nicht bedarfsorientiert umgedeutet werden konnte. Wie sonst sollen 370 Mio Paar schlechte modische Industrieschuhe zum Teil aus Verbundstoffen (als High Tec bezeichnet) und nicht mehr aus Leder gefertigt, jährlich an den Mann bzw die Frau gebracht werden? Abgesehen natürlich von den ca. 0,1 Promille an Maßschuhen – meist Herrenschuhen, für die man sich „als wissende Klientel“ in beinahe jahrelange Wartelisten bei der in Ö Handvoll an Meisterbetrieben eintragen muss.

*So könnte man sich jetzt aber fragen, worin liegt der Sinn, dass es unter LEADER ein österreichweites Projekt Meisterstrasse gibt, da die noch arbeitenden Meisterbetriebe ohnehin „so gut wie ausgebucht“ sind und das gilt ja nicht nur für Schuhe. Wer hat noch nicht monatelang auf einen Handwerkertermin gewartet z.B. bei einem Ofensetzer, einem Möbelrestaurator, einem Kunstschmied, einem Bootsbauer, einem guten Augenarzt? Ist das jetzt nur ein weiterer Katalog für Eliteshopper, für die, die schon fast alles haben? Ist das nicht nur bloß Tourismusmarketing auf dem Rücken von Handwerksbetrieben? Und wieso interessiert sich die Regionalentwicklung dafür?*

Zu Beginn von LEADER in Österreich, also zwischen 1995 und 2000, standen im Zentrum der Aktivitäten einer endogenen Regionalbewegung vor allem landwirtschaftliche Produkte, ihre Weiterverarbeitung und der Tourismus! Ab 2000 und besonders in dieser Periode zeigen die von den LAG eingereichten Entwicklungspläne aber eine weit darüber hinausgehende Bandbreite unternehmerischen Denkens: Energieautarkie, nachwachsende Rohstoffe und ihre Verarbeitung, Ökologisches Bauen und eine standortangepasste Baukultur unter Verwendung regionaler Ressourcen, Neue Konzepte für Mobilität, Innovative und integrative soziokulturelle Dienstleistungsunternehmen, Manufakturen die

Verantwortung für die Bewahrung und Weiterentwicklung unserer kulinarischen Tradition übernehmen, Landwirtschaftsgemeinschaften die sich der Erhaltung vom Aussterben bedrohter Nutztierassen, Obst und Gemüsesorten verschrieben haben und die sich dabei an der internationalen SLOW Food Philosophie zum Erhalt der Biodiversität orientieren..... Unternehmensnetzwerke wie z.B. der Holzcluster Steiermark wachsen und bekommen neue Inhalte....Stadt-Umland Partnerschaften entstehen.....Kreative UnternehmerInnen wollen neue Unternehmensformen, neue Produkte und Vertriebswege entwickeln.

## OHNE REGIONALEN UNTERNEHMERGEIST UND HOHE KOMPETENZ IST EINE SOLCHE ENTWICKLUNG NICHT MÖGLICH!

Handwerkliches Können und Denken beschränkt sich dabei nicht auf den Handwerker im engeren Sinn, sondern steht ganz allgemein für den Wunsch, etwas Konkretes um seiner selbst willen „GUT ZU MACHEN“. Es geht also auch bei der **Entwicklung von Regionen** um die wesentlichen Kriterien für „GUTE ARBEIT“, die „sui generis“ sich aus der Definition von Handwerk ableiten lassen (nach Richard Sennett):

- Handwerkliche Tätigkeit ist stets auf Qualität ausgerichtet, .
- Gute Arbeit leisten heißt neugierig sein, forschen und aus Unklarheiten und Widerständen lernen: das ist die größte Herausforderung > vor dem inneren Auge sehen wo die Schwierigkeiten liegen.
- Für den Absolutisten in jedem Handwerker bedeutet jede Unvollkommenheit ein Scheitern – wichtig ist dabei das Maß der Vollkommenheit das man anlegt
- Gute handwerkliche Arbeit strebt stets nach Authentizität oder Wahrhaftigkeit – ihr geht es um den „inneren WERT“ der Dinge, die sie produziert
- Gute handwerkliche Arbeit steht immer –im Gegensatz zur Kunst- in einem ständigen sozialen zwischenmenschlichen Dialog: der Wert und die Funktionalität eines Werkstückes wird immer von dem bestimmt, für den die Dinge gemacht wurden >Handwerk braucht Ko-Produzenten!

- Sowohl für die Produktion als auch den „Gebrauch“ dieser Werkstücke ist also ein hohes Maß an „stillschweigendem Wissen“ (Erfahrung, Tradition) wie auch bewusste kritische Überlegung notwendig
- Gutes Handwerk bringt immer das „innere Wesen“ seines Schöpfers zum Vorschein, es definiert seine Identität
- Gute Arbeit heißt auch: Materielle Dinge (können) zerfallen, doch ihre Form und Idee bleibt!

### **Besonders letzteres für mich ein schönes Bild für Nachhaltigkeit in der Regionalentwicklung!**

Das Netzwerk Meisterstrasse Steiermark entstand 2003 mit Unterstützung des BMWA nach dem Vorbild der Meisterstrasse Salzkammergut als Kooperationsprojekt von 4 LEADER Regionen: Ausserland, Mariazellerland/Mürztal, Holzwelt Murau und Vulkanland und zeigt – in seinem wunderschönen Katalog- wie breit glücklicherweise noch immer das Handwerk in den Regionen aufgestellt ist und dass diese Unternehmen sich die Fähigkeit bewahrt haben, sich immer wieder neu zu erfinden. Da gibt es Tischler, Zimmerer und Drechsler die mit seltenen regionalen Rohstoffen die Antiquitäten von Morgen herstellen, Spengler, die die Kunst beherrschen antike Formen wie z.B. Wasserspeier so kunstvoll zu reproduzieren, dass sie als „Originale“ gelten, Spezialisten für die Renovierung historischer Straßenbahnen, Bäcker die dutzende Gebäcksorten aus einem Dutzend biologischer Getreidesorten herstellen, Goldschmiede, Trachtenschneider, Instrumentenbauer, Steinmetze, Bierbrauer und innovative Köche....Die Unternehmen, die sich der Meisterstrasse angeschlossen haben, sind nicht nur stolz auf ihre Region und pflegen Traditionen, sie sind im wesentlichen „Keimzellen“ jeder regionalen Innovation, da sie die Fähigkeit besitzen, sich selbst weiterzuentwickeln – von innen heraus, nicht von außen, von Marktmoden gesteuert. Nicht unwesentlich durch sie, die Meisterbetriebe, können Regionen von sich behaupten: Wir besitzen Kompetenz! Und Kompetenz sichert das Selbstvertrauen um auch in Zeiten der Krise RICHTIGE Entscheidungen zu treffen.

Einige dieser RICHTIGEN LEADER ENTSCHEIDUNGEN war die Bündelung der regionalen Produkte und Produzenten unter Dachmarken, wie z.B. das Vulkanland oder das Almenland, der Aufbau von Kooperationen zur Innovationsentwicklung wie z.B. der Holzcluster Steiermark oder das aktive

Hereinlassen von Strategien, die in der Langsamkeit der Zeit im Handwerk nicht nur eine Quelle der Befriedigung sehen, sondern Entschleunigung als Lebens- und Arbeitsprinzip begreifen. Konzepte dazu: Slow Region Almenland, Die Entdeckung der Zeit als prozess- und qualitätsorientierte Leitbildentwicklung im oststeirischen Kernland.

Nachhaltiges Unternehmertum spielt für diese regionalen Erfolgsgeschichten eine wichtige Voraussetzung. Das Projekt Meisterstrasse Steiermark und Österreich, dessen engagierte Urheberschaft durch das Ehepaar Rath aus Wien nicht verschwiegen werden darf, geht 2007 bis 2013 in seine zweite und wohl wichtigste Phase: es gilt die teilnehmenden Betriebe davon zu überzeugen, dass es nicht nur um die Präsentation von Meisterhandwerk geht, sondern vielmehr um die Zukunft des Handwerks in Österreich an sich:

- 80 % der Handwerker in der Steiermark und deshalb auch der Meisterstrassenbetriebe sind KMU mit weniger als 10 Mitarbeitern
- Mehr als ein Drittel dieser Betriebe, in einigen Sparten mehr als die Hälfte, steht derzeit ohne Betriebsnachfolge dar
- Nach mehrheitlicher Aussage der Betriebe besteht ein eklatanter Mangel an ausreichend motivierten und qualifizierten Gesellen und Lehrlingen und dies betrifft nicht nur die Hirschhornknopfschnitzer, sondern gerade Tischler, Zimmerer und Schmiede und Ofensetzer > hier versagt unser Bildungssystem
- Unisono wird auch beklagt, dass sich gerade Meisterbetriebe sich von ihren Interessensvertretungen NICHT ausreichend vertreten sehen
- Die Hauptgefahr der industrialisierten Massenproduktion wird nicht im Preis gesehen, sondern in der fortschreitenden Standardisierung, die dem entmündigten Konsumenten suggeriert, dass es keine Qualitäts- sondern nur Preisunterschiede gibt, und der deshalb –ohne Wissen und Wertebewusstsein- seine notwendige Rolle als „Ko-Produzent“ des Handwerks nicht mehr wahrnehmen kann.

Das Projekt Meisterstrasse MUSS deshalb vor allem ein Projekt der Wissens- und Wertevermittlung über „GUTE ARBEIT“ sein und es haben sich ALLE teilnehmenden Meisterstrassen Regionen zu folgenden 5 Leitsätzen verpflichtet, die wiederum auch Leitsätze für jede endogene Regionalentwicklung sind:

## 1. Echtheit und Wahrhaftigkeit – Echte Werte werden gelebt:

- Transparenz statt Anonymität- es geht darum, handwerkliches Können und innere Qualität der „Dinge“ wieder als echte Werte zu positionieren. Kunden sind interessiert, aus welcher Region ihre Produkte/Dienstleistungen herkommen, welche Rohmaterialien verwendet werden und treten –wo immer möglich- zusammen mit dem Meister als Ko-Produzenten in den Produktionsprozess ein. Die Wort/Bildmarke „Meisterstrasse“ steht als Synonym für ECHTE Qualität.

## 2. Nachhaltigkeit I – regionale Wertschöpfung ist gesichert

- Es geht hier, in einem Wissens- und Wertetransfer, darum, wieder transparent darzustellen, wer von der handwerklichen Produktion profitiert. Die Botschaft: Wer bei Unternehmen in der Meisterstrasses seine Produkte kauft, hilft nachhaltig der Region, denn die Kaufkraft wird in der Region gebunden, Arbeitsplätze gesichert und die regionale Identität gestärkt.

## 3. Nachhaltigkeit II –Das Slow Food Paradigma: Sauber, gut und fair

- Die Botschaft: Der Meisterbetrieb der seine Rohstoffe nach ausgewählten, regional und global verträglichen Kriterien auswählt und dies auch in der vor und nachgelagerten Wertschöpfungskette berücksichtigt.

## 4. Erlebbarkeit – Handwerkliches Geschick – Hautnah erleben

- Die Botschaft: Der potentielle Kunde steht als „Konsument“ nicht außerhalb der Produktion, sondern erlebt sie, als wissender Ko-Produzent mit. Der Schaubetrieb stellt dabei auch für „passive Wissenssuchende“ eine neue Erlebnisdimension dar und fördert den unmittelbaren Wertetransfer.

## 5. Die Meisterstrasse – Ein Stück soziale regionale Verbundenheit

- Die Botschaft: Die wiederaufkommende Sehnsucht nach ECHTEN Werten kann DIREKT durch handwerkliches und regionales Geschick befriedigt werden. Ziel ist die Sensibilisierung des regionalen Wertebewusstseins: „WAS HIER PRODUZIERT WIRD HAT WERT und UNSERE REGION IST SICH FÜR MASSENPRODUKTION ZU SCHADE“!