

Vorarlberger Vorstellungen

Vorarlbergern wurde nachgesagt, sie seien die Preußen von Österreich. Zum Großteil stimmte dies durchaus, hat sich jedoch im Laufe der Zeit stark geändert. Als Rest davon haben sich nur noch einige Eigenheiten erhalten, aber diese dienen sich immer mehr den sogenannten Mainstreams an, vor allem wirtschaftlich gesehen. Verständlich und nachvollziehbar und kann nicht einfach in Bausch und Bogen zum Vorwurf gemacht werden. Was in der Vergangenheit als konservativ durchaus Berechtigung hatte, hat sich heute in den Grundzügen erhalten, aber der wirtschaftliche Erfolg ist wichtiger. Daß das sich auf Kosten der Menschen auswirkt, erscheint nach außen erst langfristig. Denn diese wirtschaftlichen Interessen baut Arbeitsplätze und Qualität ab, was nicht zwangsläufig bedeutet, daß die zunehmenden Konzerngeschäfte gleich schlechter sein würden. Doch Billiges kann niemals die Qualität haben, die eben teurere Klein-geschäfte hatten und haben würden.

Der Vorarlberger hat an und für sich die Eigenschaft, daß er zunächst nur das akzeptiert, was er kennt und sich nur sehr schwer Neuem öffnet. Es hat sich zugegeben bis heute sehr viel geändert, aber der genetische Zweifel ist immer noch vorhanden. Dem Vorarlberger wird nachgesagt, er sei sparsam und gehe sehr sorgsam mit dem Geld um. Vielfach kann dies auf den privaten Vorarlberger zu, sicher wird dies auch auf die Unternehmen grundsätzlich zutreffen und dennoch, hier liegen Möglichkeiten, die besser ausgenutzt mehr bringen könnte. Denn betrachte ich die Werbung, die mich fast täglich mit der Post überschüttet, dann kommt mir doch der Gedanke, daß die Werbung eingeschränkt oder besser genutzt werden könnte. Es würde nämlich hier ein Synergieeffekt entstehen, der den Unternehmen, die Werbung machen und denen für die Platz geschaffen werden könnte, einen Vorteil bringen würde.

Wievielen Vereinen, Gruppen und Organisationen würde es schon genügend, wenn sie durch die Erwähnung Werbung bekommen, die sie sich sonst nicht leisten könnten. Daß die großen Vereine, Gruppen und Organisationen es sich leisten eigene Werbung zu machen zeigt, daß sie wegen der Bekanntheit keine Werbung bräuchten und sie dafür auf spezifische Aktivitäten hinweisen. Das ist in Ordnung, aber es sind die vielen kleinen Vereine, Gruppen und Organisationen, die in der Gesamtheit genauso ihre Arbeit und Leistung erbringen oder es wollen und nicht in jenem Ausmaß können, weil sie nicht genügend bekannt sind.

Das heißt, wenn einmal darüber nachgedacht wird, ob es nicht eine sehr sinnvolle Unterstützung oder Sponsoring sein könnte, wenn nicht nur Geld damit verbunden wird, sondern genauso die aktive und konkrete Hilfe durch die bessere Ausnutzung der vorhandenen Möglichkeiten, wie eben auf den Werbeprospekten die Erwähnung und Hinweis auf die zu unterstützenden Vereine, Gruppen oder Organisationen. Das wäre eine Möglichkeit, weil damit auch die Prospekte nicht mehr nur Altpapier werden, sondern auch zur erweiterten Informationsquelle. Natürlich gibt es auch weitere Unterstützungsmöglichkeiten, wie die aktive Mitwirkung bei den diversen Aktivitäten und Projekten der Vereine, Gruppen oder Organisationen.

Besonders wären in diesem Fall die Geschäfte geeignet, die eine regelmäßige Kundenfrequenz aufweisen. So wäre nur dafür zu sorgen, daß diese Geschäfte einen entsprechenden Platz hätten, wo Sammelobjekte abgegeben werden könnten. Aber auch der Vertrieb von Dingen oder die Übernahme von diversen Sachen für die Vereine und so weiter. Es dürfte dabei jedoch nicht zu einer zeitraubenden Verwaltung kommen, sondern die Einfachheit wäre die Stärke hierfür. Aber das wäre auch nur eine Frage der optimalen Planung und Vorbereitung. Diese Frage stellt

sich aber erst dann, wenn sich Unternehmen dazu entschließen würden, sich diesem Gedanken anzuschließen.

Es würde sicher nicht sehr viel Platz brauchen, wenn sich diese Unternehmen, die regelmäßig Werbeprospekte verschicken, sich so zu Paten für Vereine, Gruppen und Organisationen machen, damit so die Arbeit dieser verschiedenen Einrichtungen gefördert werden wird. Bevor wir überhaupt von Geld als Unterstützung reden, müssen diese Einrichtungen erst einmal bekannt werden und in das Bewußtsein der Menschen dringen. Dann erst können wir weitere Schritte machen. Es gäbe sehr viel zu tun, aber es bleibt den Verantwortlichen in deren Entscheidung, ob die Arbeit, die öffentlich nicht beachtet, gefördert wird oder werden soll.

Wenn aber dazu auch diese Unternehmen sich bereit erklären, als Annahmestelle für Spenden und Merchandising für die Vereine, Gruppen und Organisationen zur Verfügung zu stehen, dann könnten wir durchaus auf der Länderebene ein eigenes System für den Austausch von allem Möglichen errichten. Aber dies ist nur ein Gedanke für eine Möglichkeit, die vielleicht oder gar sicherlich einen Nutzen für die Öffentlichkeit bringen könnte. Doch erst einmal darüber nachdenken wäre angebracht.

Daß mit einer solchen Struktur genauso Hilfsprogramme für die vielen Hilfsorganisationen unterstützt werden kann, ist ein weiterer Vorteil, wenn sich Unternehmen sich diesem Gedanken anschließen würden. Aber das ist wieder eine Frage, die sich erst dann stellen wird, wenn es dazu käme, daß wir im kleinen Rahmen den Vereinen, Gruppen und Organisationen vor Ort Unterstützung gewähren, indem bei den Werbeprospekten sich diese vorstellen und bekannt machen könnten. Es ist nun einmal die optimalste Nutzung vorhandener Möglichkeiten, die die Unternehmen nichts kosten würde, weil sie sowieso schon die Kosten für die Werbung haben und diese auch von der Steuer absetzen. Es wäre nur eine Erweiterung dessen, für das so oder so bezahlt werden muß und die Unternehmen brauchen nicht extra in die Kasse zu greifen.