



Agrobiodiversität und Regionalentwicklung

Projekt-Endbericht



Almen aktivieren – neue Wege für die Vielfalt

Stärkung der Agrobiodiversität und Regionalentwicklung
durch naturschutzfachliche Inwertsetzung
der Modellalmen

AUFTRAGNEHMER

Büro LACON, Ransmayr, Vondruska & Wanninger OG

Technisches Büro für Landschaftsplanung - Consulting

Lederergasse 22/8

A-1080 Wien

Telefon +43-1 4087058 0

Fax +43-1 4087058 19

E-Mail: office@lacon.at

Web: www.lacon.at



in Zusammenarbeit mit dem

Österreichischen Kuratorium für Landtechnik und Landentwicklung (ÖKL)

Gußhausstraße 6

A-1040 Wien

Projektleitung

Klaus Wanninger (LACON)

Fachbearbeitung

Klaus Wanninger (LACON)

Barbara Steurer (ÖKL)

Christina Tschida (LACON)

Daniel Wuttej (LACON)

AUFTRAGGEBER

Amt der Salzburger Landesregierung

Abteilung 13, Naturschutzrecht und Förderung,

Michael-Pacher-Straße 36

A 5020 Salzburg

Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Seethalerstrasse 6

D-83410 Laufen/Salzach

Wien, im Juni 2013



INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG.....	6
1.1	Aufgabenstellung und Zielsetzung des Arbeitspaketes.....	8
2	ZUSAMMENFASSUNG	9
3	METHODIK.....	10
4	GRUNDLAGENRECHERCHE.....	10
4.1	Eingesetzte seltene Nutztierassen.....	10
4.1.1	Das Alpine Steinschaf	11
4.1.2	Die Blobe Ziege	14
4.1.3	Das Pinzgauer Rind.....	16
4.1.4	Das Noriker Pferd	20
4.2	Die Projektregion	22
4.3	Schutzgebiete in der Projektregion.....	24
4.3.1	Landschaftsschutzgebiet Gerhardstein-Hintertal-Weißbacher Gemeinschaftsalm	25
4.3.2	Naturpark Weißbach	26
4.3.3	Naturschutz- und Natura 2000-Gebiet Geigelstein	28
4.3.4	Ökomodell Achantal.....	30
4.3.5	Ausgewählte Schutzgebiete in der Projektumgebung	31
4.4	Die Projekt-Almen.....	33
4.4.1	Lagebeziehungen und Erreichbarkeiten.....	34
4.4.2	Eingesetzte Nutztierassen auf den Projektalmen.....	38
4.4.3	Struktur der Almbeschreibungen	38
4.4.4	Kallbrunnalm/Kühkranz.....	38
4.4.5	Kleinrechenbergalm	46
4.4.6	Tannbergalm.....	52
4.4.7	Die anderen Almen	56
4.4.8	Zusammenschau zu den Charakteristika der Almen.....	62
4.4.9	Zusammenschau bestehender Produkte und Bewusstseinsbildungsangebote	63
4.4.10	Ausgewählte Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe	64
4.5	Kaufverhalten der Konsumenten in Bezug auf regionale Produkte.....	68
4.6	Projekte, Produkte und Marken der Region	71
4.6.1	Grenzüberschreitende Projekte.....	71
4.6.2	Projekte, Produkte und Marken in Salzburg	75
4.6.3	Projekte, Produkte und Marken in Bayern	82
4.7	Projekte, Produkte und Marken Überregional	92
4.7.1	Österreich	92
4.7.2	International	104
4.7.3	Bayern/Deutschland	105
4.8	Ergänzende Recherchen Bewusstseinsbildung.....	113
4.8.1	Regionale Bewusstseinsbildungsangebote	113
4.8.2	Überregionale Bewusstseinsbildungsangebote	118
4.8.3	Patenschaften.....	125
4.8.4	Freiwilligeneinsätze und Umweltbaustellen	127
4.9	Ausgewählte Gütesiegel	129
4.9.1	ProSpecieRara	129
4.9.2	Andere beispielhafte Gütesiegel mit Naturschutzbezug	131
4.10	Organisationen seltene Nutztierassen.....	132
4.10.1	ARCHE Austria.....	132
4.10.2	GEH.....	133
4.10.3	ARCHE-Höfe.....	134
4.10.4	ARCA Net	135
4.10.5	ProSpecieRara	136
4.10.6	Save Foundation.....	136
4.11	Naturschutzmaßnahmen	138

4.12 Erfahrungen aus dem Projekt EVALM	143
4.13 Potentielle Projektpartner/Partnerorganisationen	145
5 KONZEPTION	146
5.1 Die emotionale Qualität von „Almen aktivieren“	147
5.2 Eckpfeiler für Angebote und Produkte.....	149
5.3 Bewusstseinsbildung	150
5.3.1 Begleitet auf die Alm.....	150
5.3.2 „Auf eigene Faust“	152
5.3.3 „Almen aktivieren“ Veranstaltungen.....	154
5.3.4 Umweltbaustellen und Freiwilligeneinsätze	156
5.3.5 Patenschaften.....	156
5.3.6 Mitgebsel	161
5.3.7 Bestimmungshilfe zu seltenen Nutztierassen mittels Smartphone-App.....	162
5.3.8 Saisonale Almkalender	163
5.3.9 „Almiges“ Internetangebot	165
5.3.10 Aufbereitung von Erfahrungswissen	166
5.4 Produktentwicklung.....	167
5.5 Weitere Umsetzungsansätze.....	172
5.6 Vernetzung	173
5.6.1 Kurzvideos	173
5.6.2 Pflanzen- und Tierarten als „Produktpaten“	175
5.6.3 Übersicht zur Vernetzung von Produkten und Angeboten	176
5.7 Aufwände und Grobkostenschätzung.....	177
5.8 Umsetzungsvorschläge für das Pilotprojekt.....	178
6 PILOTPROJEKT „ALMEN AKTIVIEREN“ GÜTESIEGEL.....	179
6.1 Ausgangssituation, Idee und Zielsetzung	179
6.1.1 Idee und Zielsetzung	182
6.2 Eckpfeiler der Gütesiegel-Idee	183
6.3 Mehrwert des Gütesiegels.....	185
6.3.1 Nutzen für Produzenten	185
6.3.2 Nutzen für Konsumenten	185
6.4 Die Anwendungsebenen des Gütesiegels	186
6.4.1 Zertifizierung der Almen.....	186
6.4.2 Angebote Bewusstseinsbildung und Naturtourismus	189
6.4.3 Produkte	190
6.4.4 Betriebliche Ebene, Produktionsrichtlinien	191
6.5 Gütesiegelkriterien	194
6.6 Weitere Bestimmungen	196
6.7 Die Hundsfußalm als Beispiel für eine potenzielle Gütesiegel-alm.....	197
6.8 Herkunftsnachweise und Kontrolle	199
6.8.1 Rückverfolgbarkeit und Herkunftsnachweis	199
6.9 Potenzielle Trägerorganisationen.....	202
6.10 Logo, Slogans, Partizipation, Web	203
6.11 Problemsichten und Lösungsansätze	204
6.12 Schlussfolgerung und Empfehlung	205
6.13 Umsetzungsfahrplan	206
7 QUELLENVERZEICHNIS.....	207

1 Einleitung

Die traditionelle Berglandwirtschaft zeichnet sich durch standortsgemäße Landnutzung mit speziell angepassten Nutztierassen aus. Ausgelöst durch den wirtschaftlichen Strukturwandel der letzten Jahrzehnte liegen alpenweit schwierig bewirtschaftbare Agrarflächen brach und es kam infolge der Hochleistungszucht zu einem dramatischen Verlust regionaler Nutztierassen. Insbesondere die davon betroffenen extensiv bewirtschafteten, schwer erreichbaren Almen sind durch ihre hohe biologische Vielfalt naturschutzfachlich äußerst wertvoll. Zudem haben diese, durch ihr charakteristisches Landschaftsbild und ihre archetypische Nutzung, eine hohe Bedeutung für die Naherholung, den Tourismus und die regionale Identität.

Mit dem Verlust von Almen und Nutztierassen verschwinden auch Teile der biologischen Ressourcen und identitätstiftende Merkmale des Alpenraumes. Um diesem Prozess gegenzusteuern, gibt es internationale Vereinbarungen wie die Alpenkonvention und die Biodiversitätskonvention. Für deren Umsetzung besteht im Bereich der alpinen Kulturlandschaft ein hoher Handlungsbedarf. Für eine ökologisch ausgerichtete Almaktivierung fehlen speziell für landwirtschaftlich kaum rentable Almen (geringe Flächengröße, ungünstige Besitzverhältnisse, schlechte Erschließung) entsprechende Handlungsempfehlungen. Insbesondere wenn auch auf touristische, forstwirtschaftliche und jagdliche Interessen sowie auf die Aufgaben des Schutzwaldes abgestimmte Maßnahmen entwickelt werden müssen. Zugleich wird die Notwendigkeit, Managementpläne für naturschutzfachlich sensible Lebensräume und Arten umzusetzen, immer drängender.

Projekthalt „Almen aktivieren“

Am Beispiel von fünf brachliegenden Almen wurde eine Almaktivierung mit naturschutzfachlichem Schwerpunkt durchgeführt. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Beweidung mit gefährdeten, standortangepassten Nutztierassen. Es wird gezeigt, wie sich die Arten- und Lebensraumvielfalt mit der Bewirtschaftung verändert. Wesentlich dabei ist, eine ökonomisch sinnvolle und ökologisch vorbildliche Almbewirtschaftung zu fördern. Um den naturschutzfachlichen Wert langfristig zu sichern, wird auf eine Einbindung regionalwirtschaftlicher Aspekte und auf die Akzeptanz von Entscheidungsträgern besonderer Wert gelegt. Im Rahmen der Umsetzung wurden verschiedene Verfahren zur Aktivierung brachliegender Almflächen getestet. Die Ergebnisse wurden als "best practice" in Form einer Ergebnisbroschüre einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Erfahrungen aus anderen Gebieten und von nationalen sowie internationalen Projekten und Programmen sollen in die Planung und Umsetzung einfließen.

Ziele

Ziel des Projektes ist, Beweidungssysteme zu entwickeln, die der Lebensraumoptimierung von gebietstypischen Tierarten und der charakteristischen Almvegetation dienen und in kosten- wie arbeitswirtschaftlich extensiver Form betrieben werden können. Verschiedene Verfahren zur Revitalisierung brachliegender Almflächen werden getestet und optimiert.

Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Wiederaufnahme der Beweidung und der Arbeit mit alten, standortangepassten Rassen. Der sensible Umgang bei der Instandsetzung von aus der Nutzung gestellten Almweiden steht im Vordergrund. Ziel sind konkrete Handlungsempfehlungen im Sinne eines best practice guides zu natur- und standortsangepassten Arbeitstechniken bei der Schwendung von Bäumen, Sträuchern und Zwergsträuchern, zur Regulierung von Alm-"Unkräutern" sowie zu verschiedenen Beweidungssystemen mit für die jeweiligen Standorte geeignetem Weidevieh und optimierter Weideführung. Die im Projekt erarbeiteten Richtwerte fließen in die Handlungsempfehlungen und die Erarbeitung von Managementplänen ein. Somit erfolgt die direkte Umsetzung der Ergebnisse in die Praxis.

Im Projekt wurde insbesondere der Frage nachgegangen, inwieweit eine naturschutzorientierte Beweidung mit Rassen wie dem Alpen Steinschaf als Imageträger für Schutzgebiete dienen und wie in diesem Zusammenhang Alleinstellungsmerkmale entwickelt werden können.

Das Projekt wird von drei Säulen getragen:

(1) Säule: Natur- und biologischer Ressourcenschutz

- Langfristige Erhaltung und Verbesserung der Lebensraum-, Tier- und Pflanzenartenvielfalt der alpinen Kulturlandschaft; Förderung gefährdeter Nutztierassen

(2) Säule: Sozioökonomie

- Umsetzung von nachhaltigen Bewirtschaftungsformen speziell für schwer erreichbare und kleinere Almen
- Stärkung der regionalen Wertschöpfung und Existenzsicherung landwirtschaftlicher Betriebe sowie des regionalen Gewerbes durch alternative Vermarktungsformen und durch Förderung des "sanften" Tourismus

(3) Säule: Umweltbildung und Öffentlichkeitsarbeit

- Steigerung des Verständnisses einer breiten Öffentlichkeit für die Zusammenhänge zwischen Landschaft, Bewirtschaftung und Biodiversität
- Erhöhung der Akzeptanz lokaler Produkte
- Stärkung der regionalen Identität
- Motivation und Anleitung zur "Nachahmung" für interessierte Almbewirtschafter, Grundbesitzer, Dienststellen und Behörden

1.1 AUFGABENSTELLUNG UND ZIELSETZUNG DES ARBEITSPAKETES

An Hand einer Studie sollen Methoden und Möglichkeiten zur Inwertsetzung von extensiven und von Nutzungsauffassung bedrohten Almen aufgezeigt werden. Dabei sollen für die Projektgebiete und deren besondere naturräumliche Ausstattung und Charakteristik konkrete Bezüge hergestellt werden. Synergien und Kooperationen mit regionalen Projekten oder Projektideen sind zu berücksichtigen.

Im Rahmen eines Pilotprojektes sollen innovative, konkrete Lösungsansätze bis zur Umsetzungsreife entwickelt und betreut werden. Zu beachten ist dabei die Vernetzung von integralen Aspekten des Naturschutzes, der Agrobiodiversität und der Regionalentwicklung. Im Vordergrund stehen im Interregprojekt eingesetzte gefährdete Nutzierrassen, welche an die regionalen Gegebenheiten optimal angepasst sind. Möglichkeiten zu Entwicklung von Produkten u.a. bei geschlossenen Nährstoffkreisläufen sollen aufgezeigt werden.

Die zu entwickelnden Methoden und Maßnahmen sollen in Form der Schwerpunkte "Produkte und Einbettung in die regionale Vermarktung" sowie "Bewusstseinsbildung" unter besonderer Berücksichtigung ihrer Vernetzungsmöglichkeiten (z.B. Koppelung von kulinarischen Angeboten mit Themenwanderung bzw. Erlebnisangebot auf den Almflächen) bereitgestellt werden. Die Ergebnisse sollen kurz- bis mittelfristige realisierbar sein.

2 Zusammenfassung

Im Zuge des Projektmodules „Stärkung der Agrobiodiversität und Regionalentwicklung durch naturschutzfachliche Inwertsetzung der Modellalmen“ wurden Ideen für Produkte und bewusstseinsbildende Angebote zur Inwertsetzung der Modellalmen konzipiert. Dabei wurden auch integrale Aspekte des Naturschutzes, der Agrobiodiversität und der Regionalentwicklung in ihrer vernetzenden Komponente mitberücksichtigt. Als ein wesentliches Ergebnis der Projektarbeiten wurde im Rahmen eines Pilotprojektes ein „Almen aktivieren“ Gütesiegel in einer umsetzungsreifen Basisversion entwickelt.

Das Gütesiegel soll Almen, Betriebe, Produkte und bewusstseinsbildende bzw. naturtouristische Angebote von Almen auszeichnen, die besondere Beiträge zur Biodiversität leisten. Damit soll ein Mehrwert für Bewirtschafter und Konsumenten generiert, sowie wesentliche Beiträge zur Erhaltung und Entwicklung von Almen geleistet werden, denen durch ihre naturschutzfachliche Bedeutung besonders großes öffentliches Interesse zukommt. Das „Gütesiegel“ möchte den Konsumenten einfach und klar Auskunft über Qualitätsmerkmale und Erhaltungsleistungen der Agrobiodiversität auf den Almen liefern. Die „Gütesiegel-Almbewirtschafter“ sollen vernetzt und sowohl bei der Produktentwicklung als auch der naturschutzkonformen Bewirtschaftung unterstützt werden. Das Gütesiegel soll dabei keine Konkurrenz für bestehende Marken und Initiativen sein, sondern diese im Gegensatz zusätzlich in Wert setzen. Jedes Produkt soll einen Herkunftsnachweis bekommen, den Namen des Herstellers aufweisen und somit eine einfache und eindeutige Rückverfolgbarkeit des Produktes zum Produzenten möglich machen. Mit dem Gütesiegel kann ein wesentlicher Beitrag für eine Inwertsetzung der Almgebiete über die Produktebene mit Entwicklung, Vermarktung und Auszeichnung regionaler Produkte sowie über die Ebene naturtouristischer und bewusstseinsbildender Angebote geleistet werden. Sowohl für die Produzenten als auch die Konsumenten lässt sich ein nachhaltiger Mehrwert erzeugen. Die Ausweitung der Idee auf weitere Almen des Alpenraumes, die mit seltenen Nutztierassen bestoßen werden, könnte unter dem „Almen aktivieren“ Gütesiegel eine zielführende Zukunftsperspektive zur Inwertsetzung von Almen im Sinne des Projektes werden. Die Kriterien und Vorgaben des Gütesiegels sind in einer Basisversion entwickelt und liegen umsetzungsbereit vor. Anhand einer Modellalm, der Hundsfußalm im Naturpark Weißbach, die nicht Teil des „Almen aktivieren“ Projektes ist, konnte gezeigt werden, dass eine Anwendung der Gütesiegelkriterien ohne größere Aufwände machbar ist.

Auf nationaler und internationaler Ebene existieren zahlreiche Gütesiegel und Zertifikate. Eine dem „Almen aktivieren“ Gütesiegel ähnliche Ausformung, die mit seltenen Rassen wesentliche Beiträge zur Biodiversität leistet und auf mehreren Ebenen angesiedelt ist, ist aktuell noch nicht etabliert. Diesbezüglich hat das „Almen aktivieren“ Gütesiegel hohes Alleinstellungsmerkmal. Es wird empfohlen, die Gütesiegelidee jedenfalls weiter zu entwickeln und im Rahmen eines Modellprojektes mit einer ausgewählten Gruppe an Landwirten und Almen sowie regionalen Stakeholdern konkret umzusetzen.

Die Arbeiten im Zuge des Projektmodules haben gezeigt, dass die „Almen aktivieren“ - Gleichung aus Bewirtschaftern plus seltenen Rassen plus ökologisch reichhaltigen Almen einen Mehrwert und hohe emotionale Qualitäten als Ergebnis hat. Damit lassen sich Produkte und Bewusstseinsbildungsangebote entwickeln und nachgefragte Nischen am boomenden Wettbewerb der Almenattraktionen besetzen. Für die Betriebe, die mit Unterstützung daran arbeiten, bestehen über das Projektgebiet von Almen aktivieren hinaus gute Chancen, dass sich ihre Almen auch in Zukunft rechnen können.

3 Methodik

Im Rahmen des Screenings vorhandener Unterlagen als Basis für die Entwicklung von Ideen und Umsetzungsmaßnahmen wurden umfangreiche Literaturrecherchen sowie themenspezifische Internetabfragen und Interviews mit Projektleitern sowie Behörden und Vereinsmitarbeitern durchgeführt. Alle im Projekt durchgeführten Sitzungen und Workshops wurden in Abhängigkeit ihrer thematischen Ausrichtung, Teilnehmerzahl und Zielsetzung methodisch und materialtechnisch vorbereitet. Bei den Veranstaltungen kamen digitale Bildschirmpräsentationen sowie partiell vorausgefüllte Flip Chart Blätter zum Einsatz. Im Zuge des Ideenfindungsprozesses wurden zusätzlich persönliche und telefonische Interviews sowie Geländebegehungen durchgeführt. Die Zwischenergebnisse wurden regelmäßig mit den Auftraggebern und dem Projektteam abgestimmt.

4 Grundlagenrecherche

In den folgenden Kapiteln werden die Projektgrundlagen zusammenfassend dargestellt. Am Beginn steht eine Beschreibung der eingesetzten Nutztierassen, gefolgt von einer Charakteristik der Projektalmen sowie ihres regionalen Umfeldes. Dies beinhaltet sowohl die landschaftliche Ebene als auch vorhandene Regionalvermarktungs- und Bewusstseinsbildungsmaßnahmen und reicht bis zu überregionalen, teils internationalen Initiativen.

4.1 EINGESETZTE SELTENE NUTZTIERRASSEN

Der rasante Strukturwandel in der Landwirtschaft im 20. Jahrhundert hat vor allem die Kulturlandschaft in den Niederungen massiv verändert. Viele der ehemals auch in den Tallagen vorhandenen Allmendweiden, Waldweiden und extensiven Hutweiden wurden melioriert, in ertragreiche Wiesen umgewandelt, verbaut oder aufgeforstet. Diese sind heute selten geworden. Mit dem Verlust dieser Weideformen sind auch viele alte Nutztierassen verschwunden. Die Technisierung in der Landwirtschaft, die geänderten Essgewohnheiten und vor allem die Züchtung immer leistungsfähigerer Rassen führten zu einem enormen Verlust an extensiv genutzten Lebensräumen und angepassten Nutztierassen.

Durch das Dogma der Leistungsorientierung kam es zu einer züchterischen Einengung auf einige wenige Leistungsmerkmale. Eigenschaften wie Trittsicherheit, Genügsamkeit oder standortangepasste Tiergrößen und Gewicht gerieten ins Hintertreffen. Die modernen Leistungsrassen wurden vor allem für die Haltungs- und Produktionsbedingungen der intensiven Tallagen selektiert. Zahlreiche der mittlerweile hochproduktiven Nutztiere sind für eine Alpfung von steilen unwegsamen Grenzertragslagen kaum geeignet. Grenzertragsflächen außerhalb der Almzentren können aufgrund der heute eingesetzten Tierrassen nicht mehr in ausreichendem Maße genutzt werden und verbrachen. Häufig wird versucht, durch Verbesserung der Almweiden und Transformation der Haltungsformen, zum Beispiel durch Kraftfuttereinsatz, die Almnutzung in Teilbereichen auch für Hochleistungstiere zu ermöglichen. Mit diesen Maßnahmen gehen jedoch wertvollste Flächen aus naturschutzfachlicher Sicht sowie die Nutzungs- und Strukturvielfalt auf den Almen verloren.

Funktion und Imagerträger

Seltene Nutztierassen eignen sich in vielfacher Hinsicht für die Erhaltung und Wiederherstellung von Almen mit hohem Naturwert. Aufgrund ihrer Robustheit und Genügsamkeit sind sie für die Aufrechterhaltung der Bewirtschaftung von Grenzertragslagen sowie für die Wiederaufnahme der Nutzung von verbrachten und verbuschten Almflächen bestens geeignet. Durch gezielte Führung des Weidemanagements können monodominante Bestände wieder in artenreiche Weiden überführt werden. Kleinwiederkäuer wie das Alpine Steinschaf und die Pinzgauer

Ziege fressen nicht nur Gräser und krautige Pflanzen, sondern decken ihren Bedarf an Nähr- und Mineralstoffen auch über die Aufnahme von Laub und Rinde diverser Gehölze. Sie leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Offenhaltung von schwer zu pflegenden Flächen. Seltene, angepasste Nutzierrassen setzen dort an, wo naturschutzfachliche Beweggründe eine besonders schonende selektive Pflege erfordern und Maschinen aufgrund der Standortvoraussetzungen oder aus Naturschutzgründen an ihre Grenzen stoßen. Für die schonende Beweidung erosionsgefährdeter Standorte und die Bodenverfestigung brachgefallener Flächen mit hoher Rohhumusaufgabe, eignen sich leichtgewichtige und trittsichere Kleinwiederkäuer ideal. Darüber hinaus sind seltene Nutzierrassen in der öffentlichen Wahrnehmung positiv besetzt. Aufgrund ihres individuellen und vielfältigen Erscheinungsbildes können sie als Imageträger für die Inwertsetzung von Schutzgebieten eingesetzt werden. Auf den Projektalmen werden vier seltene Nutztierassen eingesetzt, die besonders für die Gebirgsregionen gezüchtet wurden und bestens für extensive Beweidung geeignet sind. Dabei handelt es sich um das Alpine Steinschaf, die Blobe Ziege, das Pinzgauer Rind und das Noriker Pferd.

Die nachfolgenden Beschreibungen der Rassen basieren auf Ergebnissen des Bildungsprojektes „Seltene Nutzierrassen“ im Auftrag des BMLFUW (2010), Einträgen aus www.archepedia.at sowie den Websites von GEH, ARCHE Austria und persönlichen Gesprächen mit den Verantwortlichen.

4.1.1 Das Alpine Steinschaf

Das Alpine Steinschaf repräsentiert neben dem Krainer Steinschaf noch den Typ des alten mischwolligen, asaisonalen Steinschafes ohne Bergamaskereinkreuzung. Diese beiden ursprünglichen Rassen der Steinschafgruppe haben eine sehr alte Abstammung, deren Ursprung auf das Zaupelschaf bzw. das neolithische Torfschaf zurückgeht, und sind damit die ältesten Schafrassen des Ostalpenraumes. Das vom Aussterben bedrohte Alpine Steinschaf ist eine autochthone Nutzierrasse der Grenzregion von Bayern und Salzburg. Bis Mitte des 20. Jahrhunderts war es weitverbreitet. Die Rasse wurde jedoch von Schafrassen mit höherem Fleischertrag nahezu vollständig verdrängt.

Das Alpine Steinschaf gehört zu den am stärksten vom Aussterben bedrohten, deutschen Schafrassen. Es kam zu Beginn des 20. Jahrhunderts noch in Bayern, hauptsächlich in Berchtesgaden, in großen Teilen der Umgebung Traunsteins und südöstlich von Rosenheim vor. Auf österreichischer Seite war es vor allem in Salzburg im Oberpinzgau und Teilen des restlichen Pinzgaues sowie in den Arltälern, in Geißau und teilweise noch im Tennengebirge vertreten. Weitere Vorkommen wurden in Teilen Nord- und Osttirols, im Kärntner Mölltal sowie in Südtirol beschrieben.

Das Alpine Steinschaf ist ein feingliedriges, kleines bis mittelgroßes Gebirgsschaf mit breitem und tiefem Körper. Das durchschnittliche Gewicht der Mutterschafe liegt bei 45 kg bis 50 kg, Widder erreichen ein Gewicht von bis zu 75 kg. Bei beiden Geschlechtern tritt häufig eine Mähnenbildung im Brust- und Nackenbereich auf.



Abb. 1: Sammeln der Alpinen Steinschafe vor dem Abtrieb auf der Kleinrechenbergalm

Das Kopfprofil ist gerade, das Nasenbein leicht gebogen. Die kurzen spitz zulaufenden Ohren stehen waagrecht bis leicht hängend ab. Es gibt behornete und unbehornete Tiere bei beiden Geschlechtern, das männliche Horn ist jedoch deutlich stärker ausgebildet. Rassetypisch ist, dass Gesichtsfeld, Unterkiefer sowie die Füße unbewollt sind und nur Deckhaare tragen. Lämmer sind im Gegensatz dazu im Gesichtsbereich und an den Extremitäten stärker bewollt. Typisch für das Alpine Steinschaf ist die grobe Mischwolle. Es kommen alle Farbschläge vor, häufig treten Pigmentierungen des Gesichtsfeldes und der Ohren auf. Die Klauen des alpinen Steinschafes sind sehr hart, klein und am Außenrand scharfkantig, was es zu einem sicheren Kletterer und widerstandsfähig gegen Moderhinke macht.



Abb. 2: Alpine Steinschafe am Kühkranz

Die klein- bis mittelgroße Schafrasse lässt sich gut handhaben bei der Schur, der Klauenpflege und der täglichen Zuchtarbeit. Diese Eigenschaften und die Zutraulichkeit der Alpinen Steinschafe machen sie zu einer geeigneten Rasse für Neueinsteiger im Schafzuchtbetrieb mit hoher Eignung für die Haltung in kleinen Beständen. Außerdem ermöglicht die Anpassungsfähigkeit der Rasse viele Einsatzmöglichkeiten, sowohl für die Koppelhaltung als auch für die Alpung im Hochgebirge sind sie bestens geeignet. Bei der Alpung sind sie sehr standorttreu. Die Rasse ist im ÖPUL 2007 des Österreichischen Agrarumweltprogrammes als „hoch gefährdet“ eingestuft. Die im Herdebuch erfassten Bestände in Deutschland und Österreich liegen gemeinsam bei rund 1.000 Tieren.

Fleisch von höchster Qualität

Die herausragenden Eigenschaften der Rasse sind eine hohe Fruchtbarkeit (Steinschafwidder sind extrem triebig, was kurze Zwischenlammzeiten bedingt), gute Zuwachsleistungen (200 g – 250 g Zunahme pro Tag) und eine besondere Fleischqualität bei reiner Grundfüttergabe. Das Alpine Steinschaf ist robust, genügsam und ein guter Futterverwerter, was es zu einer echten Extensivrasse macht. Junglämmer bis 8 Monate liefern mageres, fettarmes Fleisch herausragender Qualität. Reife Lämmer mit 10-11 Monaten eignen sich aufgrund des gut marmorierten Fleisches ausgezeichnet für Grillspezialitäten. Aufgrund des feinknochigen Körperbaues ist die Schlachtausbeute besonders gut.

Von Wolle bis Filz

Die Wolle des Alpinen Steinschafes zeigt hinsichtlich der Kriterien Spinnbarkeit, Filzeigenschaften und Farbaufnahme herausragende Verarbeitungseigenschaften. Die grobe Mischwolle ist sehr gut spinnbar, verfilzt überdurchschnittlich schnell und nimmt Farbe sehr gut und intensiv auf. Von konventionellen Woll- und Filzprodukten wie Socken, Strickwesten oder Filzpatschen bis zu trendigen Filzprodukten wie Notebook-Taschen oder Filztierchen - der Fantasie sind bei der Verarbeitung der Wolle des Alpinen Steinschafes kaum Grenzen gesetzt.

Kennzeichen der Rasse

- Genügsamkeit und gute Futtermittelverwertung
- Widerstandskraft und Langlebigkeit
- gute Fruchtbarkeit (2 Ablammungen pro Jahr)
- gute Aufzuchteigenschaften
- Leichtlammigkeit
- mageres feinmarmoriertes Fleisch mit leichtem Wildgeschmack

4.1.2 Die Blobe Ziege

Die Blobe Ziege repräsentiert eine alteingesessene Gebirgsziegenrasse der Grenzregion zwischen Nord- und Südtirol. Ihr ursprüngliches Verbreitungsgebiet erstreckte sich über den gesamten Nord- und Südtiroler Alpenhauptkamm. Heute findet man die Blobe Ziege in Österreich v.a. noch in Restbeständen im Ötztal sowie im oberen Inntal.

Die Blobe Ziege ist eine kräftig gebaute, mittelgroße bis große, stämmige Gebirgsziege der Nord- und Südtiroler Grenzregion. „Blobe“ steht für blau auf tirolerisch und bezeichnet die teilweise blau-graue Grundfarbe der Mantelzeichnung, welche den Tieren ein einzigartiges Aussehen verleiht. Die weiblichen Tiere erreichen ein Gewicht von 50 kg bis 75 kg, die männlichen zwischen 65 kg und 85 kg. In der Regel sind die Tiere behornt, auch die Geißen können ein besonders kräftiges Horn entwickeln. Vereinzelt tritt jedoch auch Hornlosigkeit auf.

Der Hals ist mittellang und bildet mit dem Körper ein harmonisches Gesamtbild. Auch der Kopf ist mittellang und vergleichsweise breit mit einem leicht bis stark konkaven Nasenbein. Das Fell ist im Allgemeinen mittel- bis kurzhaarig, in seltenen Fällen auch langhaarig. Die dichte Unterwolle ist charakteristisch für diese Rasse. Die Farbzeichnung des Körpers ist insgesamt homogen grau in unterschiedlichen Abstufungen ohne scharf abgegrenzte Übergänge oder Flecken. Bis auf einen hellen Stirnfleck an der Hornbasis sowie auf einen kleinen Spiegel im Afterbereich weisen die Tiere am gesamten Körper keine weißen, braunen oder roten Farbpartien auf. Typisch sind ein dunkler Aalstrich am Rücken sowie die dunkelgrauen bis schwarzen Beine. Das Gesichtsfeld trägt die Farbe der Mantelzeichnung mit meist dunkelgrauen Bereichen, vor allem am Hinterkopf.

Der stämmige Körperbau und die kräftigen Extremitäten mit den harten Klauen prädestinieren die Blobe Ziege für die Beweidung in steilem, felsigem Gelände. Das hoch angesetzte Euter minimiert die Verletzungsgefahr in unwegsamem Gelände. Das traditionelle Alpgebiet liegt zwischen 2.500 m und 3.000 m Seehöhe. Die Rasse wird von April bis Ende November im Freien gehalten.



Abb. 3: Prächtiger Blobe Bock

Eine echte Tirolerin

Das ursprüngliche Verbreitungsgebiet der Blobe Ziege erstreckte sich über den gesamten Nord- und Südtiroler Alpenhauptkamm. In Österreich und Südtirol stand das Vorkommen der Blobe Ziege bis vor kurzem vor seiner Auslöschung. ARCHE Austria und der Verein „Blobe Goaß“ haben sich dieser alten Tiroler Gebirgsziegenrasse angenommen und eine Rettungsaktion ins Leben gerufen. In Zusammenarbeit mit dem Tiroler Ziegenzuchtverband wurde eine planmäßige Erhaltungszucht aufgebaut. Die Blobe Ziege ist im ÖPUL 2007 des Österreichischen Agrarumweltprogrammes als „hoch gefährdete“ Rasse eingestuft. Der aktuelle Bestand (März 2013) beläuft sich auf rund 220 Herdebuchtiere.



Abb. 4: Blobe Ziegen am Kühkranz

Kennzeichen der Rasse

- Hochgebirgsziegenrasse
- Genügsamkeit
- Fell mittellang mit dichter Unterwolle
- Widerstandsfähig und unempfindlich gegenüber extremen Witterungsbedingungen
- Gute Futtermittelverwertung
- Robuste Gesundheit
- Harte Klauen verleihen Trittsicherheit
- Kräftiger Körperbau, überdurchschnittlich bemuskelt

4.1.3 Das Pinzgauer Rind

Das Pinzgauer Rind hat sich aus den rotscheckigen Bajuwarenrindern und den einfärbigen (braunen, grauen oder semmelgelben) Slawenrindern entwickelt und war ursprünglich ein Dreinutzungsrind (Fleisch, Milch und Arbeit). Der Name dieser Rinderrasse lässt sich aus dem ursprünglichen Verbreitungsgebiet ableiten. Im Salzburger Pinzgau wurde diese Rinderrasse bereits 1846 beschrieben. Während der österreichisch-ungarischen Monarchie erweiterte sich das Verbreitungsgebiet der Pinzgauer bis in die Kronländer Osteuropas und des Balkans, zu Beginn des 19. Jahrhunderts breitete sich die Rasse bis nach Slowenien und Norditalien aus. Heute liegt das Verbreitungsgebiet der Pinzgauer Rinder vor allem im österreichischen Pinzgau, der südbayerischen Region um Traunstein sowie in den neuen deutschen Bundesländern, hauptsächlich in Mecklenburg-Vorpommern.

Das Original Pinzgauer Rind als bodenständige, mittel- bis großrahmige Rinderrasse ist durch seine kastanienbraune oder schwarze Grundfarbe mit charakteristischer weißer Farbzeichnung über Widerrist, Rücken, Oberschenkel, Bauch und Unterbrust gekennzeichnet. Die dunklen Klauen sind hart, die Hörner hell mit schwarzen Hornspitzen. Als Besonderheiten sind einerseits der schwarz-weiße Farbschlag – die sogenannten „Glückskühe“ – und andererseits die Jochberger Hummeln – genetisch hornlose Pinzgauer Rinder – zu nennen. Das Original Pinzgauer Rind zählt zu den Europäischen Höhenrindrassen und ist ein auf Milch- und Fleischleistung gezüchtetes Zweinutzungsrind.



Abb. 5: Pinzgauer Jungrinder

Durch das ursprüngliche Vorkommen in Berggebieten hat sich ein marschtüchtiges Rind mit bestem Fundament und besonderer Anpassungsfähigkeit an schwierige Standorte entwickelt.

Heute schätzt man das Pinzgauer Rind v.a. wegen seiner vorzüglichen Milchqualität - sie eignet sich aufgrund der Inhaltstoffe und des hohen Fettgehaltes besonders zur Käseerzeugung - und wegen der schon legendären Fleischqualität. Viele Auszeichnungen z.B. die Goldmedaille bei der Royal Easter Show 2000 in Australien; Sieger bei der Fleischrinderschau in Österreich 2000; wissenschaftliche Untersuchungen der TU München (Fleckvieh, Angus, Pinzgauer u.a.), wo das Fleisch der Pinzgauer am besten abgeschnitten hat, oder einfach auch das Wissen der Kenner - so wurde früher für die Ochsenbratereien am Oktoberfest immer Pinzgauer Ochsen verwendet (Quelle: Prof. Dr.med.vet.Dr.rer.nat. Hans Hinrich Sambras TU München), stellen die besondere Qualität und den guten Geschmack des Fleisches von Pinzgauer Rindern unter Beweis. Durch das Einkreuzen von Red Holstein zur Hebung der Milchleistung ist das ursprüngliche Rind markant verändert worden. Dennoch sind bis heute in Österreich umfassende Reinzuchtbestände geblieben, die vor allem von der Arbeitsgemeinschaft der Pinzgauer Rinderzuchtverbände (Dorf 96, A-5751 Maishofen) betreut werden.

Der Bestand an reinrassigen Tieren ist jedoch in den letzten hundert Jahren von ehemals 85.000 dramatisch zurückgegangen. Der drastische Rückgang der Bestandszahlen und die Aufgabe der Reinzucht sind auf mehrere Faktoren rückführbar: Das sehr feinfasrige Fleisch des Pinzgauer Rindes nimmt bei der Wursterzeugung weniger Wasser auf als das grobfasrige Fleisch anderer Rassen. Vor allem italienische Verarbeiter orientieren sich an dieser Tatsache. Die Bezahlung für grobfasriges Fleisch ist deshalb höher, was die Pinzgauerzucht schwer schädigte. Viele Betriebe haben deshalb auf andere Rassen umgestellt.

Derzeit werden österreichweit in über 900 Zuchtbetrieben Pinzgauer als Haupttrasse gehalten, wobei von den ca. 10.500 Tieren nur weniger als ein Drittel als reinrassig zu bezeichnen ist. Der Bestand wird insgesamt als „gefährdet“ eingestuft. In Deutschland sind laut TGRDEU (Zentrale Dokumentation tiergenetischer Ressourcen in Deutschland) 382 Zuchttiere erfasst (Stand 2011).

Die Geländegängigen mit besonderen Qualitäten für die Mutterkuhhaltung

Das Pinzgauer Rind eignet sich als Zweinutzungs- und Mutterkuhrind durch Langlebigkeit, Robustheit, gute Grundfuttermittelverwertung und ein ruhiges Temperament. Pinzgauer Rinder sind extrem klimarobust und widerstandsfähig und dadurch ausgesprochen alptauglich. Sie zeigen ein sehr günstiges Verhältnis zwischen Rau- und Saftfutteraufnahme und ihre Umsetzung in Leistung. Durch ein leicht zu melkendes Euter mit fester Aufhängung eignet es sich ausgezeichnet zur Mutterkuhhaltung. Auch auf extremen Standorten kann es zur extensiven Bewirtschaftung gut eingesetzt werden. Die Wirtschaftlichkeit wird durch große Aufnahme von wirtschaftseigenem Futter, eine gute Fruchtbarkeit sowie gute Anpassungsfähigkeit begründet.

Die leistungsbetonte Zweinutzungsrasse

In der Milchleistung wird bei der ausgewachsenen Kuh eine durchschnittliche Milchleistung von 5.800 kg Milch pro Jahr bei 3,9 % Fett und 3,3 % Eiweiß angestrebt. Bei der Fleischleistung sollen in der Stiermast bei guter Bemuskelung 300 g tägliche Zunahme mit rund 58 % Ausschachtung sowie hervorragende Fleischqualität erreicht werden. Das Fleisch der Pinzgauer Rinder zeichnet sich durch besondere Zartheit bei entsprechender Feinfasrigkeit und Marmorierung aus. Die zuverlässige Milchleistung sichert hohe Tageszunahmen bei Saugkälbern. Die Trächtigkeitsrate beträgt 70 %.

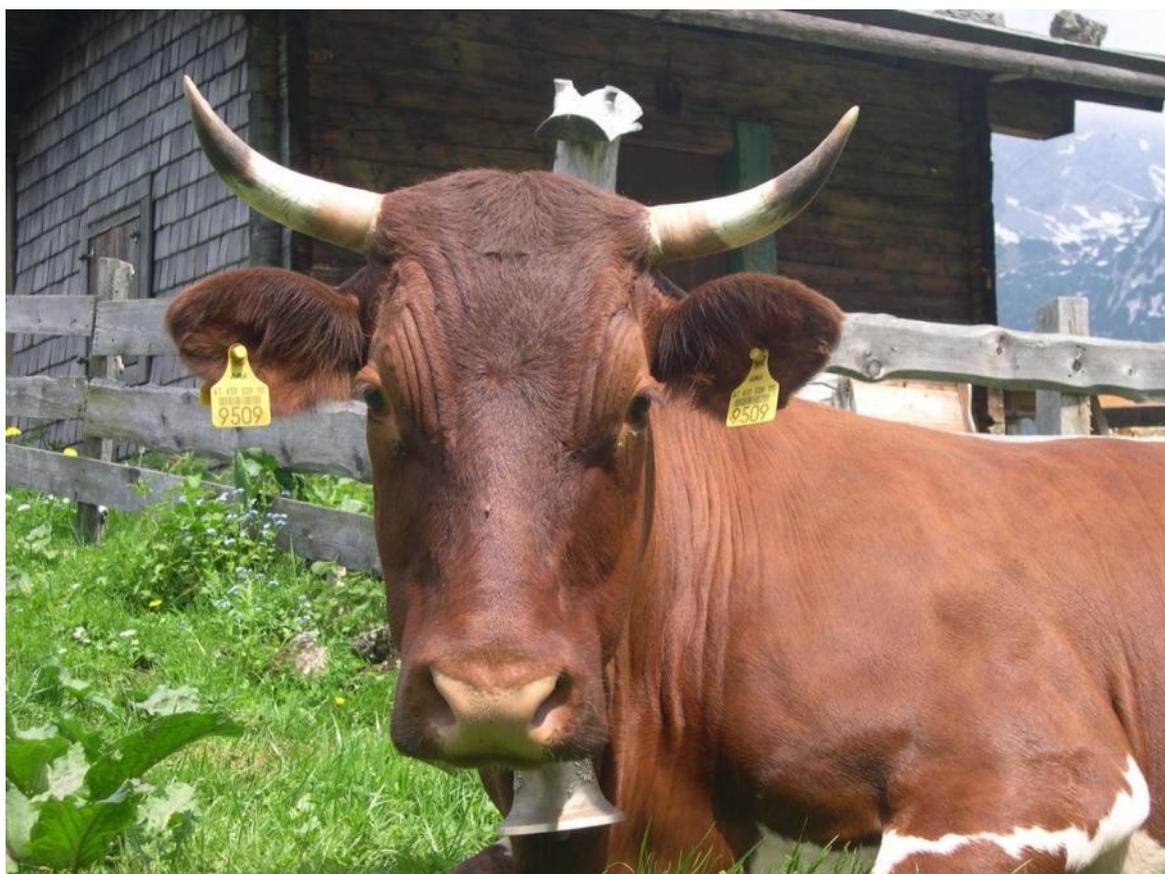


Abb. 6: Behorntes Pinzgauer Rind

Kennzeichen der Rasse

- Europäische Höhenrindrasse
- ideale Zweinutzungsrasse mit guter Milch- und Fleischleistung
- hohe Trittsicherheit
- harte Klauen
- gute Fruchtbarkeit
- ruhiges Temperament
- Langlebigkeit und Robustheit
- hohe Fleischqualität
- gute Grundfutterverwertung

4.1.4 Das Noriker Pferd

Das Noriker Pferd ist ein mittelschweres österreichisches Gebirgskaltblutpferd, das sich durch Trittsicherheit und gutes Temperament auszeichnet. Das erste Gestüt wurde bereits im Jahr 1575 im Erzbistum Salzburg gegründet, zu einer Zeit als der Rupertiwinkel mit Salzburg eine Einheit bildete. Es ist als Arbeitspferd seit jeher ein wesentlicher Bestandteil der österreichischen und bayerischen Berglandwirtschaft. Bis Mitte der 1970er Jahre war der Noriker noch ein unentbehrliches Arbeitstier bei der Feld- und Waldarbeit im Berggebiet. Heute wird er hauptsächlich aus Tradition und Zuchtinteresse gehalten. Als spezialisierte Raufutterverzehrer genügt diesen Tieren rohfaserreiches Futter, das von den Rindern verschmäht wird. Traditionell wurden die Noriker in der Region für die Almpflege eingesetzt, wo sie nach den Rindern im Spätsommer und Herbst auf den Almen weideten.

Bei der heutigen Norikerzucht wird großer Wert auf schöne Farbausprägung gelegt. So gibt es neben den Hauptfarben Brauner, Rappe und Fuchs (möglichst dunkel mit hellem Langhaar) noch Mohrenköpfe bzw. Blauschimmel, Tigerschecken und Plattenschecken bzw. Kuhschecken (=dreifärbig).



Abb. 7: Noriker Pferde

Nachdem sich in der Nachkriegszeit die Zahl der Arbeitspferde und somit der Noriker kontinuierlich verringerte, kam es ab den 1980er Jahren des 20. Jahrhunderts wieder zu einer Stabilisierung bzw. einem leichten Anstieg der Population. Heute ist in Österreich die „ARGE Noriker“ die Dachorganisation der Rasse. Betreut werden die Züchter von den einzelnen Landespferdezuchtverbänden. Als Hauptzuchtgebiet bezeichnet man, ausgehend vom Salzburger Pinzgau, ein Gebiet, das sich in die (Ober-)Steiermark, nach Kärnten, Slowenien, Osttirol, Südtirol, Nordtirol, ins südliche Bayern und nach Oberösterreich erstreckt. Das Zuchtgebiet des Norikers gilt als das größte geschlossene aller Kaltblutrassen Europas.

Im ÖPUL 2007 des Österreichischen Agrarumweltprogramms ist die Rasse als „gefährdet“ eingestuft, der Bestand liegt bei über 5.000 registrierten Tieren. Laut TGRDEU (Zentrale Dokumentation tiergenetischer Ressourcen in Deutschland) liegt der Zuchttier-Bestand in Deutschland bei mehr als hundert Tieren.

Ein vielseitiges und unkompliziertes Arbeitstier

Man kann den Noriker als ausgesprochen vielseitiges Pferd bezeichnen. Er wurde früher vorwiegend als Arbeitspferd zum Tragen und Ziehen schwerer Lasten hauptsächlich im Gebirge eingesetzt und eignet sich selbstverständlich nach wie vor als Arbeitspferd in Wald und Feld. Noriker Pferde gelten außerdem als ruhige, verlässliche Reit- und Fahrpferde und eignen sich deshalb auch sehr gut als Anfängerpferde. In der Fütterung ist der Noriker genügsam und unkompliziert, die Ausführung der Ställe sollte jedoch die Körpermaße berücksichtigen. Am wohlsten fühlen sich die Tiere - wie alle Pferde - in einer Offenstallhaltung mit ständig zugänglichem Auslauf. Durch die Kombination aus Zug-, Arbeits- und Fahrpferd, das nebenbei auch als Reitpferd geeignet ist und zusätzlich im Schnitt jedes zweite Jahr ein Fohlen bringt, ist die Zucht des Noriker Pferdes besonders rentabel.

Ein Teil der jährlich gefallenen Noriker geht in die Fleischvermarktung. Ohne diese Absatzmöglichkeit wäre die Rasse wahrscheinlich in weit geringerer Zahl erhalten geblieben. Dieser Markt ist für die Qualität der Zuchtarbeit wichtig, da es andernfalls eine viel geringere Zahl an Zuchtieren und entsprechend weniger Selektionsmöglichkeit gäbe.



Abb. 8: Noriker mit Mitarbeiter des Projektteams (Gregory Egger)

Kennzeichen der Rasse

- Trittsicherheit
- ruhiges Temperament
- verlässlich
- genügsam und unkompliziert
- Vielseitigkeit (Zug-, Arbeits-, Fahr- und Reitpferd)

4.2 DIE PROJEKTREGION

Die Almen des Projektes „Almen aktivieren – neue Wege für die Vielfalt“ befinden sich in den nördlichen Kalkalpen in der Grenzregion von Oberbayern und Salzburg.

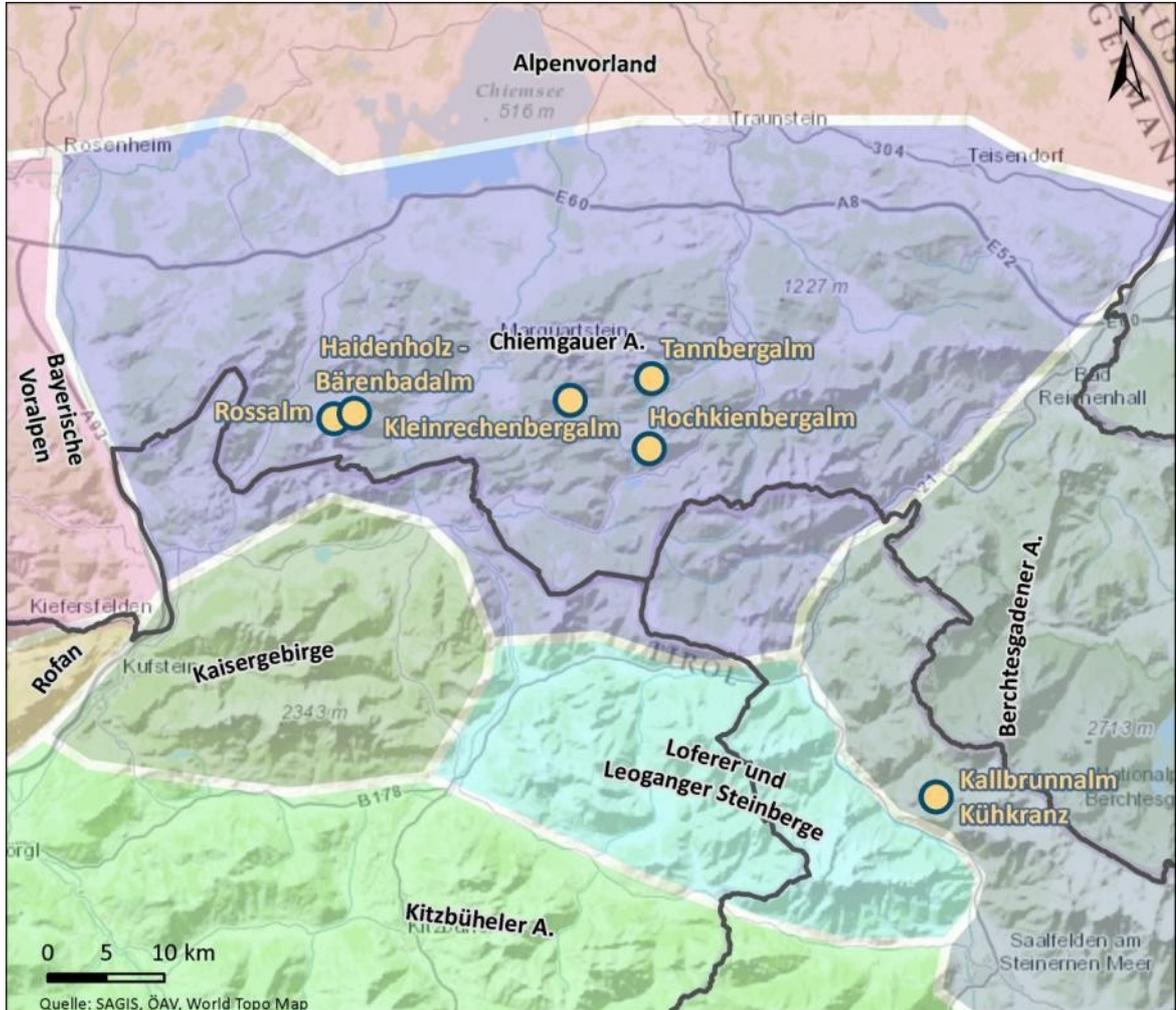


Abb. 9: Alpenvereineinteilung der Ostalpen, bearbeitet

Die Projektalmen in Bayern liegen allesamt in den Chiemgauer Alpen. Die Chiemgauer Alpen bilden die nördliche Randzone der alpinen Gebirgskette und weisen über weitere Bereiche ein relativ sanftes Relief auf. An die bergigen Alpenausläufer schließt Richtung Norden das Alpenvorland mit dem Chiemsee an, während im Süden die schrofferen und höheren Gipfel des Kaisergebirges und der Loferer und Leoganger Steinberge zu den Zentralalpen überleiten. Das Sonntagshorn stellt mit 1.961 m Seehöhe die höchste Erhebung der Chiemgauer Alpen dar, deren größter Flächenanteil in Bayern liegt, während sich in den Bundesländern Salzburg und Tirol nur geringe Flächenanteile befinden. Die Chiemgauer Alpen werden zum Naturraum „Schwäbisch-Oberbayerische Voralpen“ gezählt (vgl. Handbuch der naturräumlichen Gliederung Deutschlands). Kleinräumige Wechsel der Geologie sorgen dafür, dass sich zwischen die sanften Gipfel auch steilere und schroffere Hänge und Felsflanken mischen. Weite Teile des Gebirgszuges sind von Bergwäldern bedeckt. Die Almflächen sind vorwiegend über mergeligen Gesteinen zu finden, da diese leichter verwittern und deshalb sanfte Landschaftsformen wie Mulden und flache Hänge ausbilden.

Die Kallbrunnalm auf österreichischer Seite liegt an der Grenze zwischen den Berchtesgadener Alpen im Osten und den Loferer und Leoganger Steinbergen im Westen. Der Hochkranz (1.953 m) mit seinem Nebengipfel Kühkranz überragt die Kallbrunnalm und stellt eine inselartige Erhebung dar, die von mächtigen Kalk-Gebirgsstöcken umrahmt wird. Er wird als deren westlichster Ausläufer zu den Berchtesgadener Alpen gezählt, die naturräumlich den „Nördlichen Kalkhochalpen“ zugeordnet werden. Die im Osten anschließenden Bergmassive des Nationalparks Berchtesgaden werden von Gipfelhöhen weit über 2.000 m charakterisiert und liegen großteils oberhalb der Waldgrenze. Es dominieren steile Hänge und schroffe Formen, für welche mächtige Schichten von Dachsteinkalk verantwortlich zeichnen (Quellen: Wikipedia, Landschaftssteckbriefe BfN, Nationalpark Berchtesgaden).

Die Projektregion verfügt über ein großes Potenzial an naturschutzfachlich wertvollen Almweiden, insbesondere dort, wo sanftere Geländeformen überwiegen. In den vergangenen Jahrzehnten wurde ein Teil dieser Almen, wie auch die Projektalmen, in Grenzertragslagen aufgegeben. Die heute brachliegenden Flächen wurden früher extensiv beweidet und beherbergten ehemals einen großen Pool an wertvollen Tier- und Pflanzenarten, der zum Teil bis heute überlebt hat. Werden diese Flächen nicht mehr genutzt, dominieren monotone Grasbestände statt bunter Vielfalt. Der Rückgang wertvoller Tier- und Pflanzenarten, Verbuschung und Verwaldung sind die Folge. Das ist nicht nur schlecht für den Naturschutz sondern auch für die Naherholung, den Tourismus und die Bauern. Die Region ist auch für die hohe Vielfalt an heute schon sehr seltenen Nutztierassen bekannt. Diese Tiere sind genügsam und optimal für die Beweidung steiler, verbrachter oder entlegener Almen geeignet.

Die meisten Almen der Region sind gut mit Wanderwegen erschlossen und stellen beliebte Wanderziele für Erholungssuchende und Touristen dar.

4.3 SCHUTZGEBIETE IN DER PROJEKTREGION

In der Projektregion gibt es eine Vielzahl an Schutzgebieten mit unterschiedlichen Schutzzielen und verschiedener rechtlicher Verankerung bzw. Schutzstatus. Die nachfolgende Tabelle zeigt eine Übersicht jener Schutzgebiete, in welchen die Flächen der Projektalmen liegen.

Schutzgebiet	Kategorie	Größe	Betroffene Projektalm
Gerhardstein-Hintertal, Weißbacher Gemeinschaftsalm	Landschaftsschutzgebiet	2.817 ha	Kallbrunnalm
Naturpark Weißbach	Prädikat Naturpark	2.777 ha	Kallbrunnalm
Naturschutzgebiet Geigelstein	Naturschutzgebiet	3.135 ha	Rossalm und Haidenholz-Bärenbadalm
Natura 2000-Gebiet Geigelstein und Achentaldurchbruch	Natura 2000-Gebiet nach FFH-RL	3.207 ha	Rossalm und Haidenholz-Bärenbadalm
Natura 2000-Gebiet Geigelstein	Natura 2000-Gebiet nach Vogelschutz-RL	3.207 ha	Rossalm und Haidenholz-Bärenbadalm
Natura 2000-Gebiet Östliche Chiemgauer Alpen	Natura 2000-Gebiet nach Vogelschutz-RL	12.775 ha	Hochkienbergalm
Natura 2000-Gebiet Östliche Chiemgauer Alpen	Natura 2000-Gebiet nach FFH-RL	12.922 ha	Hochkienbergalm
Naturschutzgebiet Östliche Chiemgauer Alpen	Naturschutzgebiet	9.757 ha	Hochkienbergalm

Tabelle 1: Übersicht Schutzgebiete in der Projektregion

Auf Salzburger Seite gibt es in der Projektregion mehrere Natura 2000-Gebiete, die Teil des europaweiten Schutzgebietsnetzwerkes sind, aber keine Überlagerung mit der Kallbrunner Projektalm aufweisen. In Salzburg sind darüber hinaus einige Naturschutzgebiete sowie zwei Landschaftsschutzgebiete ausgewiesen. Der Bereich der Kallbrunnalm liegt in einem dieser Landschaftsschutzgebiete (Gerhardstein-Hintertal-Weißbacher Gemeinschaftsalm) und trägt darüber hinaus das Prädikat Naturpark (NP Weißbach).

In den Chiemgauer Alpen auf bayerischer Seite ist ein beträchtlicher Teil der Projektregion gemäß Vogelschutzrichtlinie bzw. Flora-Fauna-Habitat-Richtlinie (FFH-Richtlinie) als Europaschutzgebiet ausgewiesen. Zudem sind die meisten dieser „Natura 2000-Flächen“ auch als Naturschutzgebiete oder Landschaftsschutzgebiete geschützt. Der Nationalpark Berchtesgaden liegt im südöstlichen Teil der Region und umfasst weite Teile der Berchtesgadener Alpen. Der Landkreis Berchtesgadener Land ist außerdem als UNESCO Biosphärenreservat anerkannt.

Die folgende Abbildung gibt einen Überblick über die ausgewiesenen Schutzgebiete in der Projektregion.

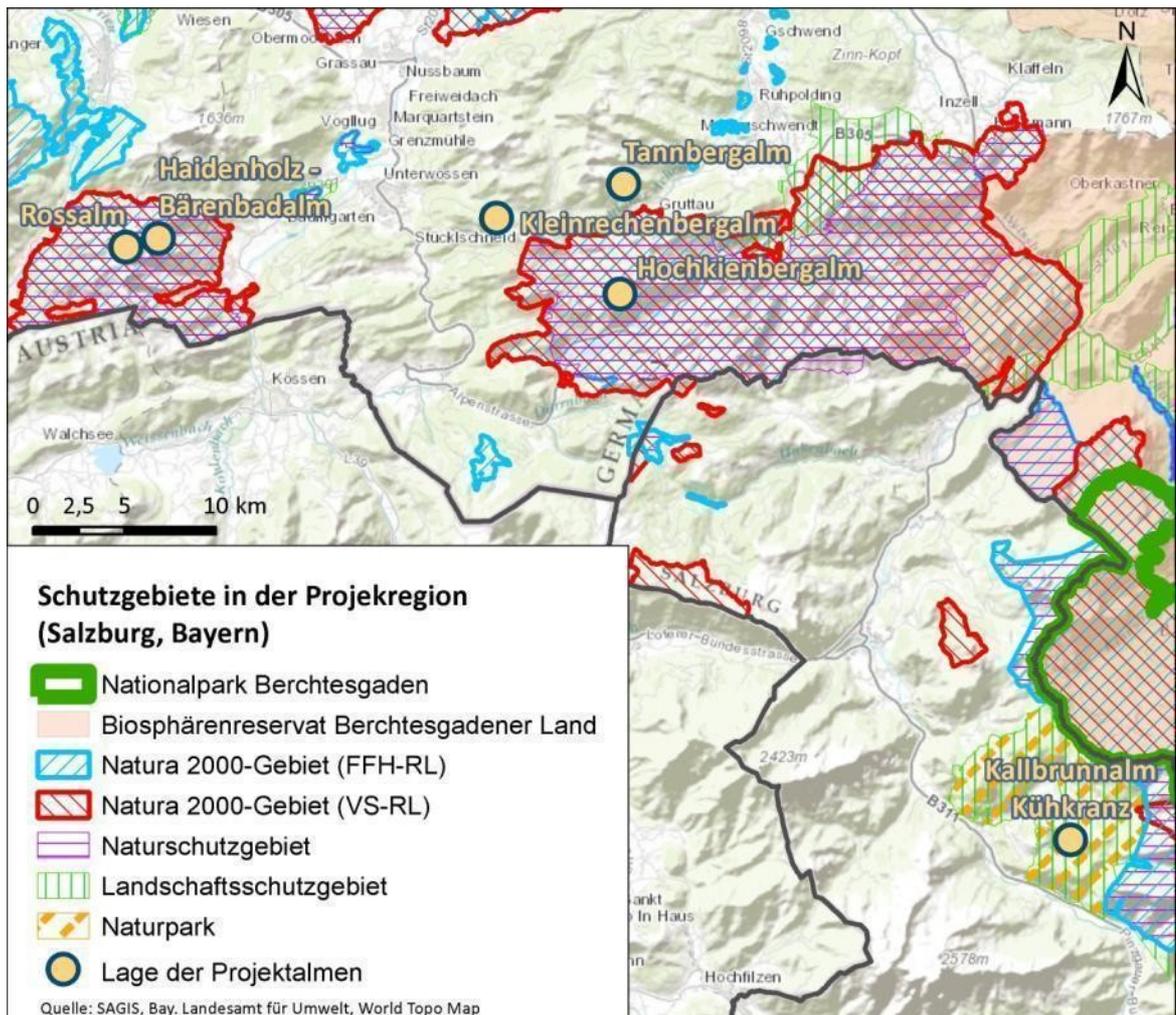


Abb. 10: Die wichtigsten Schutzgebiete in der Projektregion

4.3.1 Landschaftsschutzgebiet Gerhardstein-Hintertal-Weißbacher Gemeinschaftsalm

Die Kallbrunnalm/Kühkranz liegt im Landschaftsschutzgebiet Gerhardstein-Hintertal-Weißbacher Gemeinschaftsalm. Das Landschaftsschutzgebiet ist seit dem Jahr 1994 in Kraft und schützt eine Fläche von knapp 2.817 ha.

Das Gebiet liegt in den Nördlichen Kalkalpen. Es befindet sich am Schnittpunkt zwischen dem Steinernen Meer im Südosten, der Hochkaltergruppe im Westen und der Reiteralpe im Norden (alle drei gehören zu den Berchtesgadener Alpen) und weist Mittelgebirgscharakter auf. Die drei Almgebiete Kallbrunnalm, Kammerlingalm und Litzlalm stellen das Zentrum des Schutzgebietes dar und werden vom Hochkranz (1.953 m) und vom Gerhardstein (1.541 m) überragt. Es handelt sich um Almflächen mit sanften Formen, die im Gegensatz zu den umgebenden, schroffen Gebirgen stehen. Die zu Almdörfern zusammengeschlossenen, in traditioneller Holzbauweise errichteten Almhütten verleihen den Almen eine besondere Charakteristik. Die vorkommenden Biooptypen sind hochmontan-subalpine Weiderasen, Mähwiesen hochmontaner Lagen, Kalkflachmoore, Fichten-Tannen-Buchenwälder, Zwergstrauchgesellschaften und Latschengebüsche. Es kommen viele geschützte Pflanzenarten wie z.B. verschiedene Enzianarten und Knabenkräuter vor (vgl. LAND SALZBURG, 2007a). Faunistisch erwähnenswert ist neben dem Vorkommen von Gämsen auch das zuweilen massenhafte Auftreten von Kreuzottern.

Als Schutzzweck sind folgende zwei Punkte angegeben (LAND SALZBURG, 2007a):

Diese Verordnung dient der Erhaltung

- (1) der besonderen landschaftlichen Schönheit des Schutzgebietes, das durch ein kontrastreiches Landschaftsmosaik aus Bergwäldern, Bergmähwiesen, Almweiden, alpinen Rasen, Felsformationen, natürlichen Schutthalden, Fließgewässern und kleinflächigen Mooren geprägt wird;
- (2) des Erholungswertes des Schutzgebietes als überwiegend naturnahe und bäuerlich geprägte Kulturlandschaft mit eingestreuten, charakteristischen Naturlandschaftsbereichen und reizvollen Ausblickmöglichkeiten auf die Gebirgskulisse der Kalkhochalpen.

Die Bedeutung des Schutzobjektes Landschaftsschutzgebiet Gerhardstein-Hintertal-Weißbacher Gemeinschaftsalm wird folgendermaßen beurteilt (vgl. LAND SALZBURG, 2007a): Mäßig für Nutzung und Kulturgeschichte, groß für Ökologie, Artenschutz, Erholung und Wohlfahrt, sehr groß für Landschaftsästhetik.

4.3.2 Naturpark Weißbach

Im Naturpark Weißbach ist die größte Fläche des Gebiets mit den drei Gemeinschaftsalmen Kallbrunnalm, Litzlalm und Kammerlingalm Landschaftsschutzgebiet. Neben einer nachhaltigen Landnutzung und Regionalentwicklung für die Erhaltung dieses hohen ästhetischen Wertes soll der Naturpark für alle Menschen erlebbar und durch spezielle Einrichtungen im Sinne von Erholung und Bildung erschlossen sein. Der Naturpark umfasst eine Fläche von 2.781 ha (vgl. LAND SALZBURG, 2007b). Die Charakteristika des Gebietes decken sich somit weitgehend mit denen des Landschaftsschutzgebietes. Der Naturpark liegt zwischen 666 m und 2.634 m Seehöhe.

Im Jahr 2005 hat sich die Gemeinde Weißbach gemeinsam mit dem Amt der Salzburger Landesregierung dazu entschlossen, die Region als Naturpark auszuweisen. Nach einer mehrmonatigen Planungsphase wurde im Juli 2007 der Naturpark Weißbach offiziell eröffnet und ist seitdem der dritte Naturpark im Land Salzburg. Seit Oktober 2006 gibt es mit der Ökologin Christine Klenovec eine zuständige Gebietsbetreuerin für den Naturpark Weißbach.

Information: Mag. Christine Klenovec MSc, GF Naturpark Weißbach – Gebietsbetreuung, Unterweißbach 36, 5093 Weißbach bei Lofer. Tel.: 06582 8352 12, info@naturpark-weissbach.at, Homepage: www.naturpark-weissbach.at.



Abb. 11: Kallbrunnalm, Almhütten und Kühkranz

Das neue Naturparkzentrum in Weißbach hat ganzjährig geöffnet und ist wichtige Anlaufstelle für Besucher, Einheimische und dient als Informationsstelle für Gäste, die den Naturpark erkunden möchten. Touristische sowie naturschutzrelevante Informationen können hier studiert oder mitgenommen werden, Naturparkbauern stellen sich mit ihren Produkten vor und laden zu einem Besuch ein. Naturparkprodukte können ebenso wie Publikationen gekauft werden. Im Naturparkzentrum besteht aber auch die Möglichkeit, sich persönlich bei Naturparkbetreuerin Christine Klenovec über die verschiedenen Angebote zu erkundigen und ein optimales Freizeitprogramm im Naturpark Weißbach zusammenzustellen. Für Einheimische ist das Naturparkzentrum Anlaufstelle, um neue Ideen und Projekte gemeinsam mit der Gebietsbetreuung zu diskutieren und den Prozess der Naturparkentwicklung lebendig zu halten. Neben dem Naturparkzentrum warten zahlreiche Informationspunkte im Naturpark Weißbach darauf, entdeckt zu werden: Klammvorplatz, Schaustadl, Hirschbichl oder das Alm- und Naturinformationszentrum Kallbrunnalm bieten neben Information spielerischen Spaß zu unterschiedlichen Themenbereichen.



Abb. 12: Informationszentrum Kallbrunnalm „Kashüttln“

Bewusstseinsbildungsangebote im Naturpark

Bewusstseinsbildung ist, neben dem Erhalt und der Weiterentwicklung traditioneller Kulturlandschaft und der Erholung, ein wesentlicher Auftrag an den Naturpark. Bewusstsein stärken bei den Landwirten, die dieser Region mit ihrer Bewirtschaftung erst den speziellen Reiz gegeben haben. Bewusstsein beleben für die naturräumlichen Besonderheiten, die nachhaltig geschützt und gepflegt gehören. Bewusstsein schaffen für das Potenzial, dass sich in der Naturparkregion mit Produktgestaltung und der Schaffung spezieller Dienstleistungen und Gästeangebote verbirgt. Bildung im Naturpark soll spielerisch passieren, neugierig machen und anregen, sich mit Bewährtem und Neuem auseinanderzusetzen und gemeinsam daran zu arbeiten. Bewusstseinsbildung ist die Basis dafür, stolz zu sein auf die besonderen Werte im Naturpark Weißbach und auch in Zukunft bewusst damit umzugehen.

Der Naturpark verfügt über ein umfangreiches Naturvermittlungs- und Bewusstseinsbildungsangebot mit hohen Akzeptanzen bei den Gästen und der örtlichen Bevölkerung. Das bestehende Angebot bietet sehr gute Anknüpfungspunkte für zahlreiche im Rahmen des Projektmodules entwickelten Ideen und Maßnahmenvorschläge zum Thema Bewusstseinsbildung, Regionalentwicklung und Produkte.

Im Jahr 2012 wurde eine Ausweitung des Naturparkes in Angriff genommen und ein antizipativer Planungsprozess mit Erstellung eines Erhaltungs- und Gestaltungsplanes gestartet. 2013 wurde der Naturpark Weißbach zum österreichischen Naturpark des Jahres gekürt.

4.3.3 Naturschutz- und Natura 2000-Gebiet Geigelstein

Die beiden Projektalmen Rossalm und Haidenholz-Bärenbad liegen zur Gänze im 3.135 ha großen Naturschutzgebiet Geigelstein (NSG-00384.01). Neben dem Schutz als Naturschutzgebiet ist das Untersuchungsgebiet auch als Schutzzone C (auch „Tabuzone“ genannt) des bayeri-

schen Alpenplanes ausgewiesen. International ist das Untersuchungsgebiet im europäischen Schutzgebietsnetzwerk Natura 2000 sowohl nach der Vogelschutz-Richtlinie (VS-RL) als auch nach der Flora-Fauna-Habitat-Richtlinie (FFH-RL) geschützt.

Der Geigelstein ist der zweithöchste Gipfel (1.813 m) der Chiemgauer Alpen auf bayerischem Boden und als Chiemgauer Blumenberg sowie prächtige Aussichtswarte bekannt. Er befindet sich zwischen dem Tal der Prien im Westen und der Tiroler Ache im Osten. Im Norden wird er durch die Dalsensenke von der Kampenwand getrennt. Die südliche Grenze bildet der österreichische Kaiserwinkel, in dem der Walchsee liegt. Das Geigelsteingebiet steht seit 1991 unter Naturschutz. Damals wurde eine Skischaukel und damit mehrere Seilbahnen auf den Berg geplant, was - hauptsächlich in Schleching - zur Bildung einer Bürgerinitiative führte. Diese konnte erreichen, dass der Berg als Naturschutzgebiet ausgewiesen wurde. Auf dem höchsten Punkt des Geigelsteins stehen ein Gipfelkreuz und eine kleine Kapelle.

Besonders für Raufußhühner sind die weiten Borstgras- und Zwergstrauchflächen des Rossalmplateaus, die eng mit Latschengebüschen verzahnt sind, ein wichtiger Lebensraum. Auf der Rossalm konnte das seltene Alpenschneehuhn nachgewiesen werden, wobei gesicherte Brutvorkommen im Gebiet fehlen (vgl. SICHLER & MAYER 2005, 12).

In zwei von sechs gebietsbezogenen Erhaltungszielen des Vogelschutzgebietes werden Almen als wichtig für den Erhalt der geschützten Vogelarten herausgestrichen (REGIERUNG VON OBERBAYERN, 2008):

„Erhaltung bzw. Wiederherstellung der Bestände des Alpenschneehuhns, des Birkhuhns und anderer Vogelarten der Almen und offenen Lebensräume in der montanen und alpinen Stufe. Erhaltung der reichen Mikrostruktur (alpine Rasen, Zwergstrauchheiden, Schneetälchen, Felsblöcke etc.) und der nutzungsbedingten breiten Übergangszonen zwischen Almen und Wäldern.“

„Erhaltung der Bestände von Steinadler und Wanderfalke sowie ihrer Lebensräume, insbesondere der Felswände als ungestörte Brutplätze sowie artenreicher Nahrungshabitate (Almen, alpine Matten).“

In einem weiteren Erhaltungsziel sind Latschengebüsche genannt, welche auf der Rossalm großflächig vorkommen:

„Erhaltung bzw. Wiederherstellung der Latschengebüsche, ihrer Ungestörtheit, Unzerschnittenheit und natürlichen Dynamik, insbesondere als Teillebensräume von Hasel- und Birkhuhn sowie als Bindeglied zwischen naturnahen Bergmischwäldern, Mooren und Moorwäldern, alpinen Rasen und Schuttfeldern.“

Das FFH-Gebiet Geigelstein und Achentaldurchbruch (Gebietsnummer 8239-372) umfasst 3.207 ha. Bei der Gebietsbeschreibung im Standard-Datenbogen ist folgendes vermerkt (abgekürzte Wörter ausgeschrieben): „Floristisch-vegetationskundlich bedeutendes Gebiet im Mittelstock der bayerischen Alpen, eine der großflächigsten alpinen Borstgrasrasen und Zwergstrauchheiden in D67, artenreiche alpine Rasen, NO-alpine Florenelemente bilden im Gebiet Areal splitter“. Es sind insgesamt 16 Lebensraumtypen (LRT) nach Anhang I sowie drei Arten nach Anhang II zu schützen. Einige der im FFH-Gebiet geschützten Lebensraumtypen sind auch für die Projektalmen relevant. Hervorzuheben sind hier vor allem

- Alpine und boreale Heiden
- Buschvegetation mit *Pinus mugo* und *Rhododendron hirsutum* (Mugo-Rhododendretum hirsuti), der sogar ein prioritärer LRT ist sowie
- Boreo-alpines Grasland auf Silikatsubstraten
- Alpine und subalpine Kalkrasen
- Feuchte Hochstaudenfluren der planaren und montanen bis alpinen Stufe

- Montane bis alpine bodensaure Fichtenwälder (Vaccinio-Piceetea)
- Kalkfelsen mit Felsspaltenvegetation (sehr kleinflächig in den Kalkmagerrasen)
- und kalkreiche Niedermoore.

Unter den Erhaltungszielen des FFH-Gebietes ist insbesondere folgendes für das Untersuchungsgebiet und die Fragestellung relevant, da neben den primären Beständen auch dezidiert der Erhalt sekundärer, extensiv genutzter Bestände gefordert wird (REGIERUNG VON OBERBAYERN, 2006):

„Erhaltung bzw. Wiederherstellung der Latschen- und Almrauschgebüsche (prioritär), der alpinen Heiden, der (sub-) alpinen Silikatrasen, der (sub-)alpinen Kalkrasen sowie der feuchten Hochstaudenfluren. Erhaltung der ungestörten primären Bestände sowie der extensiv genutzten Zwergstrauchheiden und sekundären Magerrasen.“

Naturschutz- und Natura 2000-Gebiet „Östliche Chiemgauer Alpen“

Die Hochkienbergalm liegt im Bereich der östlichen Chiemgauer Alpen. Diese sind bereits seit 1954 als Naturschutzgebiet ausgewiesen und außerdem als Natura 2000 Gebiet geschützt (gemäß FFH-Richtlinie und Vogelschutz-Richtlinie). Das Gebiet verfügt über weitgehend intakte Bergwälder und weitere alpine Lebensräume wie Wildbäche, Flüsse, Seen, Moore und Almen. Es beherbergt die typischen Vogelarten der alpinen Lebensräume und ist einer der bedeutendsten Lebensräume in Bayern für das vom Aussterben bedrohte Birkhuhn. Dieses gilt als besonders störungsempfindlich und benötigt möglichst offene Flächen wie Moore, Heiden und licht bewaldete Kammlagen als Lebensraum.

4.3.4 Ökomodell Achental

Das Achental liegt am Nordrand der Bayerischen Alpen zwischen München und Salzburg, an der unmittelbaren Grenze zu Tirol, eingebettet zwischen Chiemsee und Chiemgauer Alpen. Es ist bekannt für seine wertvolle Natur- und Kulturlandschaft. Seen und Flüsse, Berge und Almen, blumenreiche Wiesen und Weiden, Wälder und Moore wechseln sich auf engstem Raum ab. Um diese natürliche Vielfalt und das Achental als attraktiven Lebens- und Erholungsraum zu erhalten, haben sich die Achental-Gemeinden im Mai 1999 zum Verein Ökomodell Achental e.V. zusammengeschlossen.

Ein großes Anliegen ist dem Verein neben Naturschutz und Umweltbildung auch die Erzeugung von gesunden Nahrungsmitteln, die artgerechte Tierhaltung sowie die regionale Direktvermarktung. Mit besonderer Einbeziehung der Bürger werden gemeindeübergreifenden Maßnahmen erarbeitet, die eine umweltverträgliche und zukunftsfähige Entwicklung der Region forcieren. Im Mittelpunkt stehen dabei der Erhalt der Natur- und Kulturlandschaft, die Sicherung der kleinstrukturierten Landwirtschaft, die Förderung eines naturverträglichen Tourismus und Gewerbes sowie die Nutzung erneuerbarer Energieträger aus der Region.

Um die wertvolle Landschaft im Achental zu erhalten, unterstützt das Ökomodell Achental Landschaftspflegemaßnahmen, die von den Landwirten selber durchgeführt werden und damit zu ihrem Einkommen beitragen. Durch Umweltbildung und Öffentlichkeitsarbeit werden Kinder und Erwachsene an die Natur herangeführt und erleben die Schönheit und Schützwürdigkeit hautnah. Gezielte Maßnahmen der Besucherlenkung sichern Ruhezonen für empfindliche Arten.

4.3.5 Ausgewählte Schutzgebiete in der Projektumgebung

Nationalpark Berchtesgaden

Der Nationalpark Berchtesgaden liegt in der Bundesrepublik Deutschland im Südosten Bayerns. Er erstreckt sich über eine Fläche von 20.808 ha und befindet sich zur Gänze in Staatseigentum. Als Teil der Nördlichen Kalkalpen gehört er zum Naturraum Berchtesgadener Alpen. Im Osten, Süden und Westen grenzt er an Österreich und geht dort direkt in das Naturschutzgebiet Salzburger Kalkhochalpen auf österreichischer Seite über. Dabei bilden der Naturpark Weißbach und der Nationalpark Berchtesgaden einen gemeinsamen Naturraum, der durch die ehemalige Grenzstation am Hirschbichl verbunden ist. Der Almerlebnisbus bringt Ramsauer und Weißbacher Gäste in die Schutzgebiete, die beide mit spannenden Angeboten zu Naturerlebnis einladen. Ein gut beschildertes Wanderwegenetz auf beiden Seiten bildet eine ausgezeichnete Basis für ausgiebige Wanderungen. Im Sommer-Wanderprogramm des Nationalparks werden gemeinsam geführte Wanderungen „Auf alten Schmugglerpfaden“ rund um den Hirschbichl angeboten, bei denen Schmugglerwesen und Salztransporte in dieser Region ebenso kennengelernt werden können wie Interessantes über die beiden Schutzgebietskategorien – Unterschiede und Verbindendes – oder über die Almwirtschaft.

Teile des heutigen Nationalparks wurden schon früher unter Schutz gestellt (1910 „Pflanzenschongebiet Berchtesgadener Alpen, 1921 „Naturschutzgebiet Königssee“). Ausschlaggebend für die Ausweisung als Nationalpark war das im Jahr 1970 angekündigte Vorhaben eine Seilbahn auf den Watzmann zu errichten. Mit der Schutzgebietsausweisung hoffte man, dieses Ansinnen verhindern zu können, was letztendlich, durch Inkrafttreten der „Verordnung über den Alpen- und Nationalpark Berchtesgaden“ am 1.8.1978 auch gelang.

Hohe Berge mit Gipfelhöhen von über 2.000 m ü.NN und steilen Felswänden kennzeichnen das Nationalparkgebiet, am niedrigsten liegt der Königssee mit 603 m ü.NN, der höchste Gipfel ist der Watzmann mit 2.713 m ü.NN. Die Nationalparkfläche wird zu 44,1 % von Wäldern eingenommen, 21 % bestehen aus (Mager-)Rasengesellschaften, 19,3 % sind Fels- und Schuttfluren, weitere 12,4 % werden von Latschen- und Grünerlengebüsch bedeckt und die restlichen 3,2 % entfallen auf Seen und Gletscher.

Unterschiedliche Klimaeinflüsse und große Höhenunterschiede führen zu einer ausgeprägten Höhenzonierung der Vegetation. Zu den Besonderheiten der Nationalparks zählen zahlreiche ostalpine Arten, wie die Christrose oder das Tauernblümchen, die im übrigen bayerischen Alpenraum fehlen. Im faunistischen Bereich findet man ab 800 m ü.NN alpine Arten wie Murmeltier, Schneehase, Alpendohle und Alpensalamander. Schützenswert sind auch zahlreiche Biotoptypen, wie Schuttfluren, Moore, alpine Rasen und offene Felsfluren und Borstgrasrasen (vgl. Nationalparkplan Berchtesgaden 2001).

Biosphärenpark Berchtesgadener Land

Die Biosphärenregion Berchtesgadener Land wurde 1990 von der UNESCO als Biosphärenreservat international anerkannt. Sie ist 840 km² groß und in eine Kernzone, Puffer- oder Pflegezone und eine Entwicklungszone gegliedert. Die Kernzone liegt vollständig im Nationalpark Berchtesgaden, der insbesondere die Hochgebirgsregionen im Süden des Gebiets umfasst. Die Pufferzone besteht aus der Pflegezone des Nationalparks und zwei Naturschutzgebieten. Im Juni 2010 wurde die Biosphärenregion nach Norden erweitert und umfasst den gesamten Landkreis Berchtesgadener Land (Quelle: www.brbgl.de).

Naturschutzgebiet "Aschau"

Das Naturschutzgebiet Aschau umfasst laut Verordnung vom 6. Juli 1999 (in Kraft getreten mit 1. August 1999) ca. 666 ha. Es gehört zur Gemeinde Schneizlreuth und liegt im Landkreis Berchtesgadener Land. Im Westen grenzt es unmittelbar an Österreich.

Zweck der Ausweisung als Naturschutzgebiet ist es, einen besonders artenreichen und vielfältig strukturierten Bereich der Nördlichen Kalkalpen mit seinen seltenen Lebensgemeinschaften und seinem Tier- und Pflanzenreichtum zu erhalten und insbesondere seltene Arten zu fördern. Einem wichtigen Aspekt stellt die Gewährleistung der Entwicklung strukturreicher, naturnaher Bergwälder, Latschenfelder und Pionierstrauchgesellschaften. Die Aschauer Klamm, sowie die naturnahe und unbeeinflusste Entwicklung der Fließgewässer und Quellfluren mit ihren Tiergesellschaften (Moosgesellschaften, Wasserinsekten, Vögel und Fischarten) gelten als besonders erhaltens- und schützenswert.

4.4 DIE PROJEKT-ALMEN



Abb. 13: Übersichtskarte der Projektregion „Almen aktivieren“

Die Projektgebiete liegen in Salzburg und Bayern in enger Nachbarschaft. Fünf der Almflächen liegen in Bayern im Landkreis Traunstein und befinden sich im Besitz der Bayerischen Staatsforste. Eine Fläche liegt in Salzburg, südlich von Lofer im Naturpark Weißbach. Eigentümerin ist die Agrargemeinschaft Kallbrunnalm. Alle Gebiete lagen zu Projektbeginn (2009) seit mehreren Jahrzehnten brach.

a) Auf der Kleinrechenbergalm wurden die Auswirkungen einer standortangepassten Beweidung auf die Vegetation und die Tierwelt nach langjähriger Brachezeit beobachtet und Maßnahmen für ein optimales Weidemanagement erarbeitet. Beweidet wurde mit Widdern der Rasse „Alpines Steinschaf“.

b) Auf der Tannbergalm sollten die Auswirkungen einer alternierenden Beweidung mit Pinzgauer Jungrindern und Noriker Pferden getestet werden. Es wurde untersucht, wie sich die Verbreitung unerwünschter Weidebeikräuter unter dieser Nutzung verändert.

c) Der Kühkranz auf der Kallbrunnalm wurde ausschließlich mit Blobe Ziegen und Alpinen Steinschafen beweidet. Hier wurde getestet, wie wirksam diese Rassen Grünerlen zurückdrängen können und welche Konsequenzen eine extensive bis mäßig intensive Beweidung auf naturschutzfachlich wertvolle Pflanzenarten hat.

d) Die Hochkienbergalm diente als Referenzalm für das zoologische Monitoring. Eine Wiederbeweidung wurde bislang nicht durchgeführt.

e) Die Rossalm/Obere Aschentalalm liegt auf einem der bedeutendsten Blumenberge Bayerns, dem Geigelstein. Da die Beweidungsgrenze mitten durch das Almplateau verläuft, wurden hier die Bracheflächen mit den angrenzenden beweideten Flächen verglichen.

f) In dem schmalen Kessel der Haidenholz/Bärenbadalm ist die Verbuschung mit Latschen besonders augenscheinlich und wurde dargestellt. Eine Wiederaufnahme der Beweidung hat auf diesen Flächen bislang nicht stattgefunden.

4.4.1 Lagebeziehungen und Erreichbarkeiten

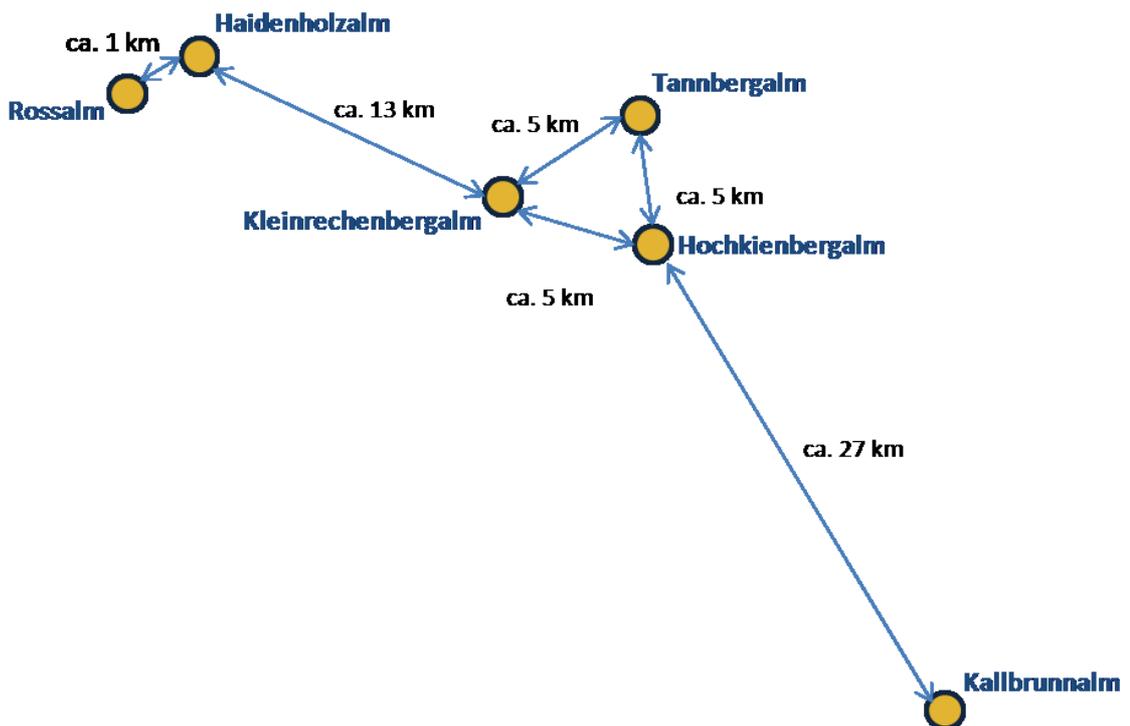


Abb. 14: Luftlinien-Entfernung der Almen untereinander (Quelle: www.luftlinie.org)

Die Rossalm sowie die Haidenholzalm liegen am westlichsten aller Projektalmen und haben untereinander nur einen Abstand von 1 km Luftlinie. Zirka 13 km südöstlich davon liegt das „Dreieck“ Kleinrechenbergalm - Tannbergalm - Hochkienbergalm, deren Abstand untereinander rund 5 km beträgt. Die Kallbrunnalm auf Salzburger Seite liegt ca. 27 km von der nächstgelegenen bayrischen Projektalm – der Hochkienbergalm – entfernt.

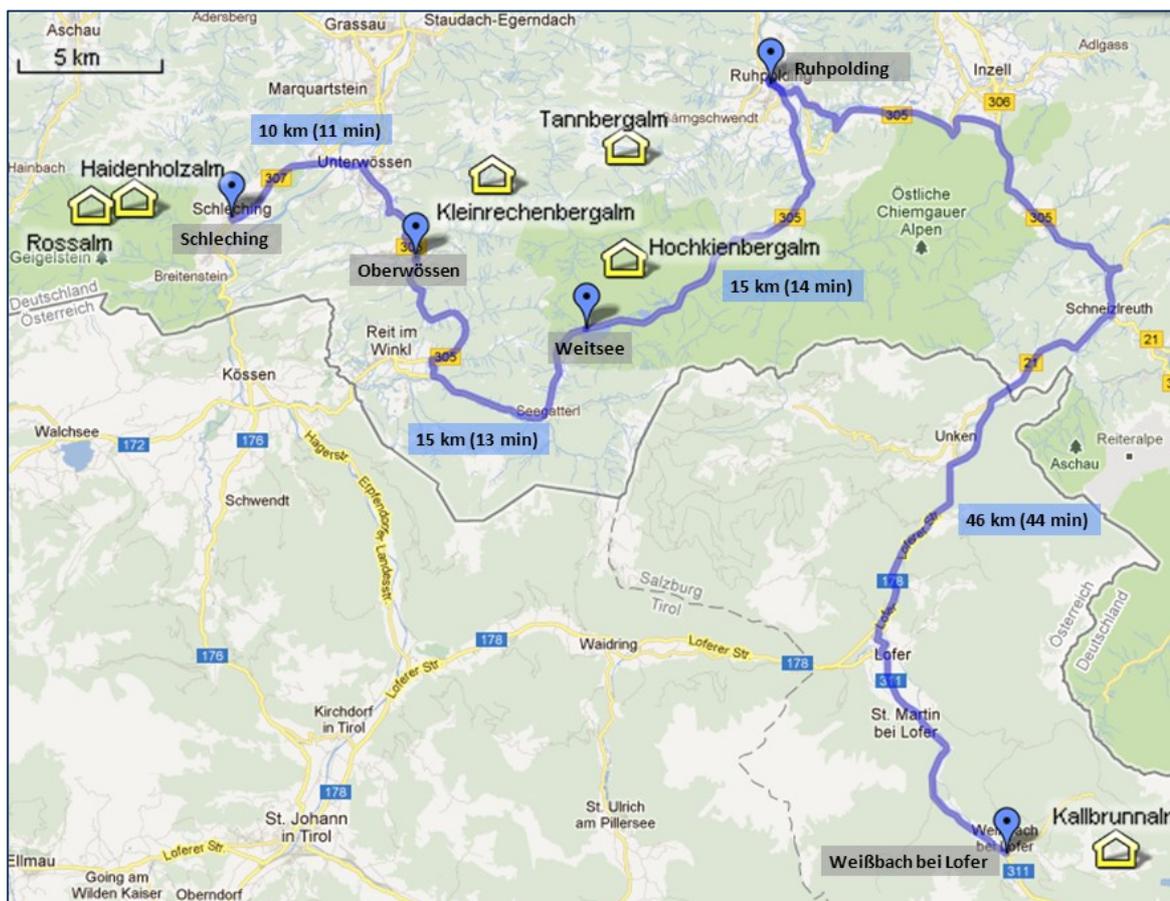


Abb. 15: Entfernung zwischen den nächstgelegenen Orten per Auto (Quelle: maps.google.at)

Die Entfernungen mit dem Auto liegen im bayrischen Projektgebiet bezogen auf die den Almen nächstgelegenen Orte bei jeweils 10 km - 15 km bzw. rund 15 Minuten zwischen den einzelnen Orten. Die Kallbrunnalm in Salzburg ist vom nächstgelegenen Bezugsort (Ruhpolding in Bayern) rund 45 km bzw. 45 Minuten entfernt.

Die nachfolgende Tabelle bietet eine Zusammenschau der Erreichbarkeiten der Projektalmen (fußläufig, Auto) sowie Angaben zu etwaiger Bewirtschaftungsinfrastruktur.

Alm	Nachbar-Almen	Erreichbarkeit Auto (ja/nein)	zu Fuß		Beschreibung und Anmerkungen	Bewirtschaftung (ja/nein, von-bis)
			(l/m/s)*	Dauer (h)		
Kallbrunnalm		ja +	l	1	von Pürzelbach Parkplatz (ca. 1.000m) zur Kallbrunn-Jausenstation (ca. 1.400m)	ja
- Kühkranz		nein	l	1	von Kallbrunn Jausenstation auf den Kühkranz (ca 1.800m)	
Tannbergalm		nein	l	0,25	von Urschlau gelangt man mit dem PKW über eine Forststraße, die den Gründberg umläuft, zu einer Abzweigung (nach der Linner-Mais-Diensthütte) zur Tannbergalm. Ab hier in Richtung Tannbergalm wurde im Juni 2010 der ehemalige Steig zu einer befahrbaren Straße ausgebaut. Das letzte Stück zur Tannbergalm ist ein Fußpfad und zweigt von der neuen Straße nach Norden ab. Ausgehend von der neuen Straße beträgt die Gehzeit zur Alm etwa 15 Minuten	nein
Kleinrechenbergalm		nein	l	0,75	von Jochbergalm 45 min offizieller Weg (15 min über Wiesenschneise)	nein
	Jochbergalm	ja +	l-m	1,75-2,5	Ausgangspunkt ist der Wanderparkplatz am Hochgernweg in Unterwössen; vom Parkplatz aus drei Möglichkeiten: 1. Sonnseitenweg: Der einfachste und sonnigste aber auch längste Weg, Gehzeit ca. 2 1/2 Std 2. Durch das Kaltenbachtal: Der kürzeste, schattigste aber auch steilste Weg im oberen Drittel. Bergpfad bei Nässe rutschig! Gehzeit: ca 1 3/4 Std 3. Über Widholz: Schattig und nicht zu steil über Forststraßen, Richtung Widholz Jochberg an einem Bauernhof vorbei Gehzeit: 1 3/4 Std	ja
Hochkienbergalm		nein	m-s	1	über die Röthelmoosalm: ein Forstweg noch einige hundert Meter in Richtung Hochkienbergalm. Danach führt ein Wanderweg auf die Hochkienbergalm. Steil und steinig	nein
			m	2-2,5	Vom Seehaus (Förchensee) zur Brander Alm – von der Brander-Alm steiler, jedoch harmloser Zugang durchs Ostertal südlich an Hörndlwand und Gurnwandkopf vorbei oder über die Hörndl-Alm und von dort über einen alpinen Steig = Jägersteig: ist sehr ausgesetzt, führt über den Nordgrat der Hörndlwand	

Alm	Nachbar-Almen	Erreichbarkeit Auto (ja/nein)	zu Fuß		Beschreibung und Anmerkungen	Bewirtschaftung (ja/nein, von-bis)
			(l/m/s)*	Dauer (h)		
			m		Von Urschlau (östlich von Ruhpolding) über die Hörndlalm	
			l		Vom Unternberg, auf den eine Sesselbahn von Ruhpolding führt, über die Branderalm	
	Röthelmoosalm	ja (+)	l	1	Vom Parkplatz in Urschlau gemütliche Wanderung	ja
			l	1	Der Weg vom Weitsee zur Röthelmoosalm ist geeignet für jung und alt, für groß und klein und auch weniger konditionierte können ihn gehen, da er nur eine geringe Steigung aufweist. Es ist sogar möglich diesen mit dem Kinderwagen zu begehen	
Haidenholzalm		ja +	l		Gute Zufahrt (Wirtschaftsweg) von Ettenhausen. Früherer Triebweg: Über Blasi- und Schusterbauernalm, Jagdhaus z. Haidenholzalm	ja
Rossalm		nein	l	0,75	Altsteig von Haidenholzalm	ja
			s		Von Sachrang Fahrweg bis z. Oberkaser- oder Niederkaser-Alm, von dort 2 marode Steig-Varianten	
			l		von Schleching o. Ettenhausen gute Zugänge bis zur Haidenholz- Alm; von dieser schöner Altsteig zur Rossalm	
			m		Von der H. Dalsen-Alm steiler Verbindungssteig	
*... l/m/s = leicht/mittel/schwer						
+... mit Berechtigungsschein						

Tabelle 1: Erreichbarkeit der Projekt-Almen

4.4.2 Eingesetzte Nutztierassen auf den Projektalmen

Auf den Projektalmen wurden vier seltene Nutztierassen zur Beweidung eingesetzt. Welche Rassen auf welchen Almen zur Aktivierung genutzt wurden, zeigt die nachfolgende Tabelle.

Alm	Alpines Steinschaf	Blobe Ziege	Pinzgauer Rind	Noriker
Kallbrunnalm/Kühkranz	70	10-15		
Kleinrechenbergalm	16			
Tannbergalm			2 (Jungvieh)	2
Insgesamt eingesetzt	86	10-15	2	2

Tabelle 2: Tierart und Anzahl pro Alm

4.4.3 Struktur der Almbeschreibungen

Zu jeder Projektalm finden sich nachfolgend neben einleitenden allgemeinen Beschreibungen konkrete Angaben zu Lage, Größe, eingesetzten Nutztierassen sowie Erreichbarkeit und Ansprechpartner.

Zusätzlich sind alle Almen hinsichtlich ihrer naturräumlichen Eigenarten kurz charakterisiert. Dabei wurde zu jeder Projektalm eine Übersicht zu naturbürtigen Charakteristika (landschaftliche Besonderheiten, Pflanzen, Tiere) erstellt, die wesentliche Elemente für Naturvermittlung und Bewusstseinsbildung darstellen und Ausgangspunkte für die Entwicklung von Ideen und Umsetzungsmaßnahmen zum Thema Naturvermittlung und Bewusstseinsbildung waren. Sie wurden im Zuge der Projektarbeit in Rahmen von Interviews mit Vertretern des Projektteams, Lokalkennern und auf Basis eigener Recherchen selektiert. Neben Angaben zum Phänomen selbst, liefert die Tabelle Angaben zu Orts- und Beweidungsbezug auf der Alm, günstige Erlebniszeitpunkte sowie Anknüpfungsthemen und Einschätzungen zum Attraktivitätsgrad.

Sofern vorhanden werden schließlich vorhandene Angebote (Produkte, Bewusstseinsbildung) auf den Almen und die Einbettung in die regionalwirtschaftlichen Zusammenhänge des Almunfeldes angesprochen.

4.4.4 Kallbrunnalm/Kühkranz

Die Kallbrunnalm mit dem Kühkranz befindet sich im Salzburger Pinzgau auf 1.600 m (bewirtschaftete Almflächen) bis 1.800 m (Kühkranz) Höhe. Der Kühkranz und der angrenzende Hochkranz sind aufgrund des Blumenreichtums weithin bekannt. Die Brachfläche umfasst das Plateau sowie Teile der steilen Südflanke. Die Kallbrunnalm ist Bestandteil des Naturparks Weißbach, in welchem die Almwirtschaft eine wichtige Rolle spielt. Die Kallbrunnalm gehört ebenso wie die Litzlalm und die Kammerlingalm zu den Weißbacher Gemeinschaftsalmen, die das Schutzgebiet maßgeblich prägen. Almeigentümerin ist die Agrargemeinschaft Kallbrunnalm (Oberweißbach 6, 5093 Weißbach bei Lofer).

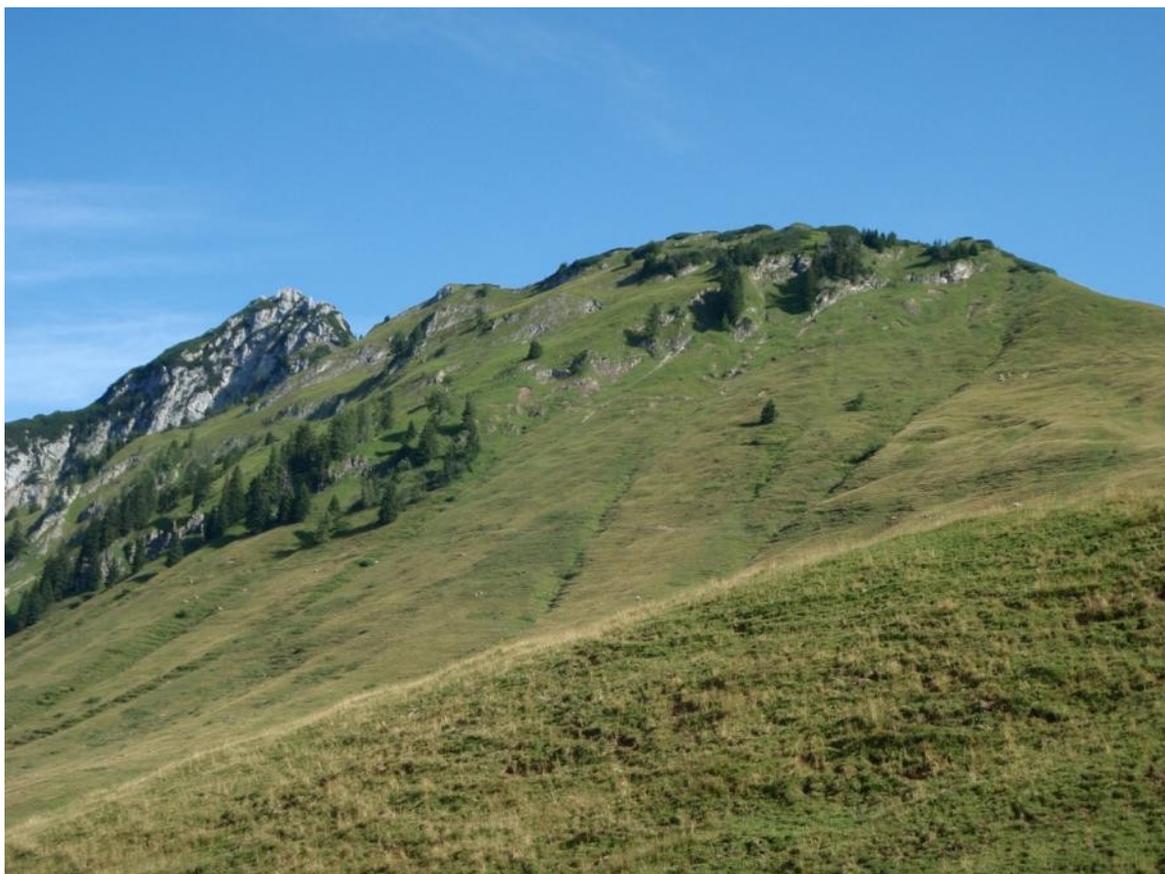


Abb. 16: Die Kallbrunnalm (unterer Bereich) und der Kühkranz (oberer Bereich)

Lage:	Salzburg, östlich von Weißbach bei Lofer, im Naturpark Weißbach, Bezirk Zell am See, Region Pinzgau, Höhe: 1.600 – 1.800m
Größe:	23 ha, davon 15 ha Futterfläche (aufgrund sehr guter historischer Daten wäre jedoch auch eine Ausweitung um ein paar ha argumentierbar)
Rassen:	Alpines Steinschaf (70) und Blobe-Ziege (10-15) von insgesamt 6 Aufzuchtgebern, die jedoch nicht aus dem Naturpark Weißbach kommen und auch nicht der Almgemeinschaft Kallbrunnalm angehören. Die Almgemeinschaft erlaubt das Auftreiben und bekommt dafür die ÖPUL-Prämie für Alpung und Behirtung (Anm: ca. 1.300 € f. 17,25 GVE = 115 Schafe/Ziegen). Aktuell gibt es keine Vermarktung der seltenen Nutztierassen im Naturpark, aber eine gut funktionierende Vermarktung der Rinderprodukte über den Naturpark – „Naturparkprodukte“
Erreichbarkeit:	Zu Fuß: vom Parkplatz Pürzlbach auf dem Forstweg zur Kallbrunnalm (Weg Nr. 411, UK 50-55, Gehzeit: ca. 1-1 ½ Std.) Nach den ersten Hütten zweigt links ein Weg ab (Weg Nr. 31, UK 50-55). Vorbei an den Almhöfen führt er über die Almwiese und in Serpentina auf den Kühkranz (Gehzeit: 1 Std.) Mit dem Auto: Nur Bewirtschafter dürfen die Forststraße auf die Kallbrunnalm befahren, andere Personen müssen sich einen Berechtigungsschein von den Saalforsten (St. Martin bei Lofer) holen
Ansprechpartner:	Klenovec Christine (Geschäftsführerin Naturpark Weißbach) Heimo Grassl (Obmann der Almgemeinschaft Kallbrunnalm)

Beweidung und naturbürtige Charakteristika der Alm

Die Kallbrunnalm liegt westlich ober dem Diesbachstausee. Sie ist eine gemischte Alm mit Milchkühen. Ein großer Bereich der Alm, ein Kalkstock um den Hochkranz, war historisch eine Schafweide, wurde jedoch seit mehreren Jahrzehnten nicht mehr beweidet. Die südexponierten Flanken des Hochkranzes haben eine hohe Neigung zur Blaikenbildung. Von herausragender Bedeutung auf der Kallbrunnalm sind die Moore, hier wird seit 2005 Biotopschutz betrieben. Auf der Kallbrunnalm findet man in den flacheren, tiefer gelegenen Bereichen Rinderweiden, während die darüberliegenden, meist steileren Flächen um den Kühkranz erst seit 2009 wieder mit Schafen und Ziegen bestoßen werden. Die unterschiedliche Nutzungsgeschichte lässt sich auch gut an der Vegetation ablesen. Das Pflanzenkleid der Rinderweideflächen wird von einer seit mehreren Jahrhunderten andauernden Bewirtschaftung geprägt. Es kommen Pflanzengesellschaften vor, die durch Beweidung gefördert werden, wie Borstgrasrasen, Kammgrasweiden oder an nährstoffreichen Stellen auch Lägerfluren. Die Vegetation der ehemaligen Brachflächen um den Kühkranz wird von einem kleinflächigen Mosaik aus Hochstaudenfluren, Zwergstrauchheiden sowie Latschen- und Grünerlengebüsch geprägt.

Der Kühkranz auf der Kallbrunnalm lag mehr als 50 Jahre brach. In diesem Zeitraum hat sich die Vegetation stark verändert. Zu Projektbeginn dominierten Hochstauden und Brachegräser. Die Grünerle hat sich von den Gräben ausgehend in die offenen Weideflächen ausgebreitet. Trotz der fortschreitenden Verbrachung war der Kühkranz noch immer Heimat für eine Vielzahl gefährdeter und geschützter Pflanzenarten. Ziel am Kühkranz war, die Verbrachung und Verbuchung zu stoppen und den Fortbestand der besonderen Pflanzenarten zu gewährleisten. Im Rahmen des Projektes „Almen aktivieren“ wird er seit 2009 auf einer Fläche von rund 22 ha mit rund 70 Alpinen Steinschafen und 10 Blobe Ziegen beweidet.

Die folgende Tabelle bietet eine Übersicht zu naturbürtigen Charakteristika der Kallbrunnalm (landschaftliche Besonderheiten, Pflanzen, Tiere).

Phänomen	Verortung	Anmerkungen	Beweidungsbezug (+, ~, -)	Zeitpunkt	Anknüpfungsthemen	Attraktivität (* bis *****)
360°-Panorama	insb. am Gipfelplateau des Kühkranzes	Wunderbarer Rundumblick am Kühkranz mit Blick auf die Kallbrunnalm und verschiedene Bergketten im Hintergrund	(+) wenn Kühkranz zuwächst wird Panorama von Bäumen beeinträchtigt	bei Schönwetter	Landschaft und deren Entstehung; Kallbrunnalm und ihre Geschichte (guter Überblick)	*****
Ungarischer Enzian (<i>Gentiana pannonica</i>) und Punktierter Enzian (<i>Gentiana punctata</i>)	vor allem auf Flächen der Rinderweide, aber auch am Gipfelplateau	hübsche, geschützte Pflanze; Wurzeln werden traditionell ausgegraben und zu Schnaps verarbeitet -> dieser kann auf der Kallbrunnalm verkostet werden (Fa. Grassl)	+ profitiert von Beweidung	blüht im Hochsommer, Blätter jedoch auch davor und danach sichtbar	Tradition des Schnapsbrennens	*****
Arnika (<i>Arnica montana</i>)	vor allem auf Flächen der Rinderweide	altbekannte Heilpflanze -> genießt große Bekanntheit unter der Bevölkerung!	+ profitiert von Beweidung	im Sommer	Heilpflanzen und deren Wirkung	****
Kreuzotter	am Gipfelplateau und Südhang des Kühkranzes	äußerst zahlreich, Giftschlangen wecken jedoch negative Assoziationen!	~	an sonnigen Tagen	Gifte und deren Wirkung; Gefahren bei der Bergmahd und dem Abtransport vom Heu zu den Hütten	****
Blaiken	am Südhang des Kühkranzes	Blaikenbildung stellenweise stark ausgeprägt	~ (wird dzt. erforscht)	immer sichtbar	könnte zur Veranschaulichung von Erosionsprozessen etc. dienen	***
Aurikel (<i>Primula auricula</i>)	auf Felsbändern am Südhang des Kühkranzes	hübsche, geschützte Pflanze	~/- (wird dzt. erforscht)	blüht im Frühling	geschützte Pflanzen im Allgemeinen	***
Niedermoor	am Gipfelplateau	Niedermoor in eine Doline; mit Knabenkraut; Moore auf der Kallbrunnalm selbst sind von herausragender Bedeutung, hier wird seit 2005 Biotopschutz betrieben	~/-	im Sommer	Beweidung und sensible Biotope; Pflanzen der Moore (Rosmarinheide, Moosbeere, Sonnentau)	***
einzelne stehende Lärchen	am Südhang des Kühkranzes	stellenweise prägen einzelne Lärchen das Landschaftsbild	~	immer sichtbar	Lärchweiden und deren Tradition	***
Latschen (<i>Pinus mugo</i>)	insb. am Gipfelplateau des Kühkranzes		-	immer sichtbar	Latschen und traditionelle Nutzung: Latschenöl, ein Zweig im Auto für gute Gerüche	**

Phänomen	Verortung	Anmerkungen	Beweidungsbezug (+, ~, -)	Zeitpunkt	Anknüpfungsthemen	Attraktivität (* bis *****)
Allermannsharnisch (<i>Allium victorialis</i>)	insb. am Gipfelplateau des Kühkranzes und stellenweise am Südhang	besonders schön	+/~	im Sommer	andere Lauch-Arten, die auch in der Küche Bedeutung haben+	***
Verschiedene Gewürzkräuter	Überall auf der Alm		+/~	Im Frühling/Sommer	Würzkräutermischung für Lamnbraten bzw. Kitzbraten (Thymian, Quendel, Mutterwurz u.a.)	***
Rotflügelige Schnarrschrecke (<i>Psophus stridulus</i>) & Warzenbeißer (<i>Decticus verrucivorus</i>)	auf südexponierte Magerrasen im W des Kühkranzes	beim langsamen Durchschreiten sind der große Warzenbeißer und insbesondere die mit Schnarren und roten Hinterflügeln wegfliegende Schnarrschrecke überaus eindrucksvoll	~ (wird dzt. erforscht)	an sonnigen Tagen ab Mitte Juni	trockene Magerwiesen auf Almen als Diversitäts-Hotspots	****
Gekielte Nordwanze (<i>Arc-tocoris carinata</i>, Ruderwanze) und Gebirgs-Wasserläufer (<i>Gerris costae</i>)	Almtümpel im W und NW des Kühkranzes	sehr zahlreich und leicht bei Kopula und beim Fressen zu beobachten; gefährdete Arten	~ (wird dzt. erforscht)	innerhalb der Vegetationsperiode immer sichtbar	Tümpel und Moore als hochwertige Kleinlebensräume auf Almen	***
Schwarzer Riesenweberknecht (<i>Gyas titanus</i>)	in Dolinen in Weiderasen	größter und einer der eindrucksvollsten heimischen und europäischen Weberknechte; Spannweite bis zu Handtellergröße, naturschutzfachliche Zielart, gefährdet; [sehr gut zu filmen]	~ (wird dzt. erforscht); indifferent, wird durch Beweidung wohl leicht beeinträchtigt	bei jeder Witterung, die ganze Vegetationsperiode über beobachtbar	selbstverständlich werden niemals alle Arten von einer Beweidung profitieren! Das Auftreten dieser Zielart zeigt die hohe Bedeutung von Sonderstrukturen!	****
Nördliches Riesenauge (<i>Megabunus lesserti</i>)	Kalkfelswand des Felskopfes oberhalb der Kallbrunnalm	Nomen est omen - ein Riesenaugen-Weberknecht: hübsch, beeindruckend und selten; Subendemit in Österreichs - weltweit nur in den nördlichen Kalkalpen Österreichs und Bayerns zu finden (Eiszeitrelikt!) [sehr gut zu filmen]	beweidungsindifferent	bei jeder Witterung, die ganze Vegetationsperiode über beobachtbar	Einzigartigkeit & Endemismus: weltweite Besonderheiten im Gebiet -> erfordert einen besonders sensiblen Umgang	****

Phänomen	Verortung	Anmerkungen	Beweidungsbezug (+, ~, -)	Zeitpunkt	Anknüpfungsthemen	Attraktivität (* bis *****)
Bergwiesen-Wolfspinne (<i>Pardosa oreophila</i>)	diverse Almbereiche; z.B. Seggenried	läuft als frei jagender Räuber (="Wiesen-Tarantel"; wolfs- artige Jagdweise) z.T. in hoher Zahl über die niederen Wiesenflächen; [gut zu filmen]	~ (wird dzt. er- forscht); + profitiert wohl von der Bewei- dung	die ganze Vegeta- tionsperiode über beobachtbar	kleinräumige Einni- schung von Tierarten ; Räuber-Beute- Beziehung	***

Tabelle 3: Charakteristische Naturphänomene auf der Kallbrunnalm/Kühkranz

Bestehende Angebote im Bereich Produkte

Käse, Wurst

Derzeit wird im Naturpark Weißbach Käse aus Milch der dort weidenden Rinder, Pinzgauer Rinder und Fleckvieh von insgesamt 30 Aufzuchtbetreibern (16 aus Bayern, 14 aus Salzburg), produziert. Auf der Alm gibt es eine Käsehütte, die gleichzeitig Informationsstelle des Naturparks ist. Dort wird die Almmilch zu Käse (Bergkäse, Tilsiter, Almkäse, Bierkäse,...) verarbeitet. Das Käseprojekt besteht seit rund 10 Jahren, in den letzten 3 Jahren konnte eine Steigerung von 60.000 kg auf 75.000 kg erreicht werden. (Kosten: € 16,- pro kg) Seit 2011 werden zusätzlich auch Kräuter direkt von den Almen verwendet.

Die Verarbeitung erfolgt zu Beginn der Saison (ca. 14 Tage nach Auftrieb) mittels mobiler Käseerei und eigenem Kupferkessel, die Käsepflege wird vom Sennpersonal übernommen. In Zukunft möchten die Senner selber käsen bzw. die mobile Käserei nur mehr bei extremen Spitzen (Saisonbeginn und Saisonende) hinzunehmen. Zusätzlich werden auf der Käsehütte auch Rinder- und Hirschwürste angeboten.

Bestehende Angebote im Bereich Bewusstseinsbildung

Geführte Wanderungen

Derzeit bietet der Naturpark Weißbach mehrere geführte Wanderungen in Form wöchentlicher Fixtermine an. Auf der Kallbrunnalm konnte man von Ende Juni bis Mitte August z.B. jeden Dienstag beim „Schäferstündchen mit Blobe Ziege und Alpinem Steinschaf“ den Schafhirten treffen und bei einer ca. 5-stündigen Wanderung Interessantes über den blumenreichen Lebensraum Alm und über seltene Nutztierassen erfahren (2013 nicht mehr im Angebotsprofil). Bei der „Almwanderung zur Almkäserei Kallbrunnalm“ hört man Wissenswertes über die Almwirtschaft und das Leben auf der Alm und bekommt zusätzlich eine Almjause mit Kallbrunner Almkäse. Der Naturpark Weißbach veranstaltet noch weitere geführte Wanderungen mit Almbezug, wie z.B. „Wildkräuterwanderung und Almgenuss“.

Schafabtriebsfest

Jedes Jahr findet (im Zuge des gegenständlichen Projektes) Ende September das Schafabtriebsfest auf der Kallbrunnalm statt. Man kann bei der Schafschur zusehen, in der Wollwerkstatt eigenhändig filzen und spinnen und Produkte vom Alpinen Steinschaf erstehen. Außerdem gibt es ein Kinderprogramm, musikalische Untermalung und Informationen zur seltenen Nutztierassen und zum Projekt „Almen aktivieren“.

ÖAV Umweltbaustelle

Jedes Jahr veranstaltet die Alpenvereinsjugend in den Sommermonaten die sogenannten Umweltbaustellen. Dabei werden junge Leute zwischen 16 und 30 Jahren dazu eingeladen eine Ferienwoche für die Natur zu arbeiten. Es geht darum Umweltschäden zu beheben oder einen anderen konstruktiven Beitrag für die Natur zu leisten (z.B. Almschwenden). Die Arbeit erfolgt unentgeltlich, Verpflegung und Unterkunft sind gratis, ein bis zwei Tage der Woche haben die Jugendlichen zur freien Verfügung.

In den Jahren 2007, 2010 und 2012 gab es jeweils eine ÖAV-Umweltbaustelle auf der Kallbrunnalm (tw. auch Litzlalm) unter der Leitung von Mag. Christine Klenovec. 2010 stand sie unter dem Motto „Kallbrunnalm – Wegsanierung und Almpflege“ und 2012 hieß es „Almwanderwege brauchen Pflege“.

Filzkurse

Von Juni bis September findet einmal im Monat im Naturparkzentrum Weißbach die „Naturparkwerkstatt - Filzen“ statt. Diese Filzkurse sind sehr beliebt, momentan wird jedoch (noch) keine Wolle vom Alpinen Steinschaf verwendet.

„Den Naturpark Weißbach schmecken“

Im Naturpark setzen die bäuerlichen Betriebe in Zukunft auf eine Naturpark-Produktpalette mit entsprechend hohen – gemeinsam erarbeiteten – Qualitätskriterien. Diese Naturpark-Produkte bieten die Möglichkeit, landwirtschaftliche Erzeugnisse in höherem Maße als bisher zu veredeln und dank Kooperationen besser in der Region vermarkten zu können. Den Gästen bietet sich so die Gelegenheit, die Region auch mit dem Gaumen zu entdecken. Kräutertee, Kräutersalz, Honig, Kallbrunner Almkäse und andere Köstlichkeiten aus dem Naturpark Weißbach laden zu kulinarischen Entdeckungreisen ein. Einen Teil dieser Produkte, produziert von Landwirten und Künstlern, kann man auch im Naturparkzentrum erwerben und so die Urlaubswirkung zu Hause verlängern.

Als Naturparkproduzent/ gilt:

- Wer seinen Betrieb und seine Flächen im Naturpark hat
- Almgemeinschaft: Produkte, die auf den Almflächen des Naturparks produziert werden (= z.B. Kallbrunner Almkäse)
- Wer Flächen im Naturpark bewirtschaftet und diese ganz bewusst als „Naturparkflächen“ deklariert (z.B. Bergmähder), darf alle Produkte seines Betriebes als „Naturparkprodukte“ vermarkten.

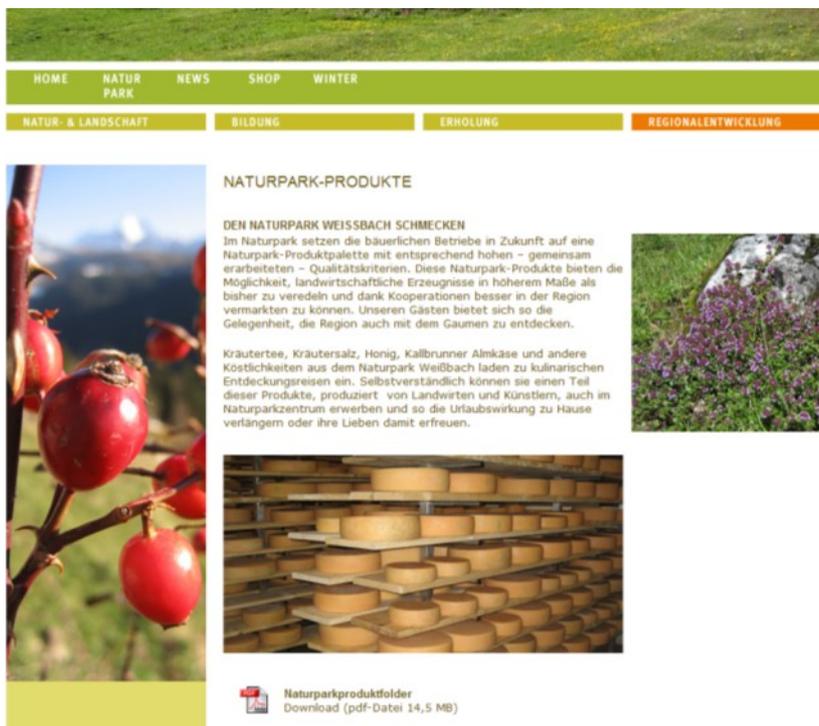


Abb. 17: Produktseite des Naturparks Weißbach

4.4.5 Kleinrechenbergalm

Die Kleinrechenbergalm liegt in Bayern südöstlich von Unterwössen an einem steilen Südhang auf einer Seehöhe von 1.400 m. Eigentümer der Berechtigungsalm sind die bayrischen Staatsforste. Die Alm liegt in keinem Schutzgebiet, befindet sich jedoch in unmittelbarer Nähe des Naturschutz- und Natura 2000-Gebietes „Östliche Chiemgauer Alpen“. Außerdem gehört die Gemeinde Unterwössen zur Initiative „Ökomodell Achantal“.

Auf der Kleinrechenbergalm wurden die Auswirkungen einer standortangepassten Beweidung auf die Vegetation und die Tierwelt nach langjähriger Brachezeit beobachtet und Maßnahmen für ein optimales Weidemanagement erarbeitet. Beweidet wurde mit Widdern der Rasse „Alpines Steinschaf“.



Abb. 18: Die Kleinrechenbergalm mit Hütte und Gipfel

Lage:	Bayern, südöstlich von Unterwössen, östlich der Großrechenbergalm; südlich der Jochbergalm; Höhe: 1.400 m
Größe:	3 ha
Rassen:	Steinschaf-Widder (16)
Erreichbarkeit:	Fahrweg bis zur Jochbergalm (Berechtigungsschein erforderlich), von dort führt ein Pfad zur Kleinrechenbergalm (Gehzeit: 45 Min, 15 Min über eine Waldschneise)

Es gibt 3 Möglichkeiten die Jochbergalm von Unterwössen aus zu Fuß zu erreichen (Gehzeit: 1 ¾ bis 2 ½ Stunden). Ausgangspunkt ist jeweils der Wanderparkplatz am Hochgernweg in Unterwössen

1. Sonnseitenweg

Der einfachste und sonnigste aber auch längste Weg. Er führt zunächst links auf einer schmalen Teerstraße aufwärts Richtung Hochgern (Nr. 51), dann durch den Wald bis zu einem Forstweg der von Marquartstein heraufführt. Von hier geht man rechts bei einer Kehre unterhalb der A-

gerschwend-Alm geradeaus weiter. Nun auf dem leicht ansteigenden Weg bis zu einer Abzweigung dann links aufwärts der Beschilderung Jochbergalm folgend. Am Anfang geht es noch auf einem Forstweg, dann auf einem gut begeharen Steig bis zu den Jochbergalmen. Gehzeit: ca. 2 1/2 Std, einfach

2. Durch das Kaltenbachtal

Der kürzeste, schattigste aber auch steilste Weg im oberen Drittel. Bergpfad bei Nässe rutschig! Vom Wanderparkplatz nimmt man den rechten Forstweg (Nr. 52), dann über den Kaltenbach bis zu einer Weggabelung mit Beschilderung, dort Richtung Jochberg übers Kaltenbachtal nach links und dann immer am Bach entlang bis zu einem Wegweiser, der an einem Baumstumpf befestigt ist und nach rechts aufwärts zur Jochbergalm zeigt

Gehzeit: ca. 1 3/4 Std

3. Über Widholz

Schattig und nicht zu steil wandert man auf Forststraßen. Anfangs wie bei Weg 2 beschrieben, jedoch an der Weggabelung nicht links sondern nach rechts (Nr. 54) Richtung Widholz/Jochberg. An einem Bauernhof vorbei bis zu den nächsten Schildern, hier nach links (Nr. 54) aufwärts (mit Ausblick bis zum Chiemsee und zum Hochgernhaus) bis zur Jochbergalm

Gehzeit: 1 3/4 Std

Ansprechpartner: Christian Mendl (Landesanstalt für Landwirtschaft, AG Alpines Steinschaf), Irlacher Claudia (Ökomodell Achantal)

Beweidung und naturbürtige Charakteristika der Alm

Die Kleinrechenbergalm wurde im Rahmen des Projektes nach nahezu 50-jähriger Brachezeit zu einer Sommerweide für 16 junge Alpine Steinschafwidder. Dadurch wurde die Alm binnen weniger Jahre zum Dreh- und Angelpunkt der Zuchtwidder-Sommerung in Bayern. Da die Alm nicht erschlossen ist, wurde das Zaunmaterial mit der Tragtierstaffel der Gebirgstragtierkompanie in Bad Reichenhall auf die Weidefläche gebracht. Höhepunkt der Sommerung stellt der jährliche Almbtrieb mit der anschließenden Körung und Versteigerung der jungen Widder dar.

Die Beweidung Vor der Beweidung mit Schafen wurden die Weideflächen hin und wieder von den Rindern der benachbarten Jochbergalm aufgesucht. Diese weideten kaum, nur punktuell wurden die wenig schmackhaften Gräser und Hochstauden angeknabbert. Der weiche, zum Teil trittempfindliche Boden zeigte trotz der extensiven Nutzung vor allem in den feuchten Bereichen Trittschäden und Bodenverwundungen.

Seit 2009 werden rund 2,5 ha der Kleinrechenbergalm mit Schafen bestoßen. Die Vegetation ist nahezu vollständig abgeweidet und es sind trotzdem keine Trittschäden entstanden. Schafe sind wegen ihres geringen Körpergewichts besonders geeignet, trittempfindliche oder steile Almflächen abzuweiden. Durch das ständige Hin- und Herziehen der Schafe wird der Boden gefestigt ohne die Grasnarbe zu schädigen. Aus dieser Eigenschaft heraus erklärt sich der Begriff „goldene Klaue“.

Die folgende Tabelle bietet eine Übersicht zu naturbürtigen Charakteristika der Kleinrechenbergalm.

Phänomen	Verortung	Anmerkungen	Beweidungsbezug (+, ~, -)	Zeitpunkt	Anknüpfungsthemen	Attraktivität (* bis *****)
Gipfel des Kleinen Rechenberges	Gipfel auf der Alm	1.466 m hohe Erhebung mit Gipfelkreuz, gute Aussicht u.A. auf das Kaisergebirge und die Loferer Steinberge	~	immer sichtbar	Landschaft und deren Entstehung	***
Heilpflanzen und Blumen des Kalkmagerrasens	am Hang unterhalb des Gipfels	besondere Arten, z.T. trittempfänglich - recht ansehnliche floristische Vielfalt	+/-	während der Vegetationsperiode	Heilpflanzen (von Frauenmantel bis Thymian, Sonnenröschen, u.a.) ev. auch hier eine Gewürzmischung passend zum Lammragout; nur eingeschränkte Beweidung	***
Almhütte mit Holzschindeldach	unter dem Gipfel auf der Alm	sehr schöner Platz um zu verweilen	~	immer sichtbar	Geschichte der Alm	***
zwei solitär stehende Laubbäume	unter dem Gipfel auf der Alm		~	immer sichtbar	Baumarten, Wuchsformen	**
Alpen-Ampfer (Rumex alpinus) in Lägerflur	unterhalb der Hütte	Lägerflur wird bearbeitet und verschwindet allmählich	+	im Sommerhalbjahr	Eutrophierung durch Beweidung; Verwendung der Blätter als Butterbehältnis, Gemüse, Klopapier, Schweinefutter	**
zwei Wasserstellen	auf der Schneise von der Jochbergalm zur Kleinrechenbergalm	nicht ständig wasserführend, mit Wannen bzw. Kübel gefasst	~	wenn nicht zu trocken	mangelnde Wasserversorgung auf der Alm (war u.U. auch Grund für die Auflasung)	*
Lebensraum von Hirsch und Raufußhühnern	ganze Alm		+/~	Lebensraum immer sichtbar, Tiere kaum	Spurensuche, Störung durch Besucher, Verbesserung des Lebensraumes durch Beweidung	**
Einzelbäume und Waldrand in Weide integriert	ringsum		~	immer sichtbar	Bedeutung von Witterungsschutz für das Weidevieh durch Bäume	*

Phänomen	Verortung	Anmerkungen	Beweidungsbezug (+, ~, -)	Zeitpunkt	Anknüpfungsthemen	Attraktivität (* bis *****)
Felstrockenrasen mit reichem Tierleben	Gipfel des Kleinen Rechenbergs	sehr viele Kleintiere sind hier zu beobachten; Spinnentiere und Insekten	~	innerhalb der Vegetationsperiode; insbesondere bei trockenem und sonnigem Wetter	magere, felsige Sonderstandorte auf Almen als Diversitäts-Hotspots	**
Gebirgtaranteln (<i>Alopecosa taeniata</i> und <i>A. pulverulenta</i>)	niederwüchsige Wiesenflächen auf der Alm	frei jagende recht große Wolfspinnen, in großer Anzahl zu beobachten und zu filmen	"+ "profitiert von Beweidung	Sommer, bei jedem trockenen Wetter	Giftigkeit von Taranteln und generell von Spinnen; Tarantismus: Mythos und Wirklichkeit	*****

Tabelle 4: Charakteristische Naturphänomene auf der Kleinrechenbergalm

Bestehende Produkte

Wolle und Filzprodukte der Steinschafgruppe

Ein mittlerweile sehr bekanntes und erfolgreiches Vermarktungsprojekt haben die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft der Alpinen Steinschafzüchter in Zusammenarbeit mit der GEH (Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen e.V.) ins Leben gerufen. Mittlerweile hat sich das Projekt sehr erfolgreich am Markt etabliert. Es werden über 20 verschiedenen Artikel aus Wolle (Bekleidungsartikel, Wohnartikel, Filzartikel, Wolle etc.) vom alpinen Steinschaf angeboten. Vier Betriebe erzeugen Woll- und Filz-Produkte (bzw. lassen sie erzeugen) und vermarkten diese direkt im eigenen Hofladen.

Betrieb	Adresse	Kontakt/Web	Angebot
Familie Renate und Josef Aschauer	Wimbachweg 24, 83486 Ramsau	Tel 08657 531, Fax 983754, www.wimbachlehen.de	großer Verkaufsstand
Arche-Hof Anita und Heinz Gerstner	Eysölden 3F, 91177 Thalmässing	Tel & Fax 09173 9718, www.g-e- h.de/geh/index.php/arche- hoefe/64-archehoefe/376- arche-hof-87	großer Hofladen, eigene Filz- und Wollwerkstatt, Filz- kurse, Führungen zu den Arche-Hof Tieren
Arche-Hof Nathalie und Thomas Ketterle	Bosslerstr. 1, 73119 Zell u.A.	Tel & Fax 07164 12117 www.archehof-ketterle.de	eigener Hofladen
Familie Birgit Keßler-Prusko und Viktor Prusko	Hart 2, 83533 Edling	Tel: 08039 – 9072192, www.arche-alpines- steinschaf.de	eigener Hofladen

Tabelle 5: Betriebe, die Produkte vom Alpinen Steinschaf vermarkten



Abb. 19: Verkaufsstand mit Produkten vom Alpinen Steinschaf

Bestehende Angebote im Bereich Bewusstseinsbildung

Almabtriebsfest Unterwössen

Das Schafabtriebsfest in Unterwössen ist mittlerweile weit über die Region hinaus bekannt und findet regen Zuspruch von Seiten der Bevölkerung und Gästen der näheren und weiteren Umgebung. Hierbei werden die Alpinen Steinschafe von der Kleinrechenbergalm nach Unterwössen

ins Tal getrieben. Das Fest veranstalteten die Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL) und das Landesamt für Landwirtschaft mit tatkräftiger Unterstützung der Gemeinde Unterwössen. Im Jahr 2013 findet das Fest am 22. 9. statt. Den Besuchern soll ein Einblick in die Haltung und Zucht von Alpen Steinschafen gegeben werden. Folgende Attraktionen werden geboten:

- Stand mit Woll- und Filzprodukten vom alpinen Steinschaf
- Stände mit Essen und Getränken (Lammkotelett)
- Infostand zum Projekt
- Schafkörung und -versteigerung
- Musikkapelle
- Verkaufsstände mit regionalen Produkten

4.4.6 Tannbergalm

Die Tannbergalm (auch Seehuberalm oder Mayer-Gschwendter-Alm genannt) liegt in Bayern südwestlich von Ruhpolding. Sie befindet sich östlich der Haaralm an einem mässig steilen Nordosthang des Tannbergs. Die Lage ist warm und geschützt, umgeben von Bergwäldern mit teilweise Jahrhunderte alten Einzelbäumen, was der Alm den Charakter eines Zufluchtsortes verleiht. Almeigentümer sind die Bayrischen Staatsforste. Die Alm wurde seit Jahrzehnten nicht mehr beweidet.



Abb. 20: Die Tannbergalm

Lage:	Bayern, südwestlich von Ruhpolding, östlich der Haaralm, mäßig steiler NO-Hang am Tannberg; Höhe: 1.250m ü. NN
Größe:	3 ha Weidefläche
Rassen:	Noriker (2) und Pinzgauer Jungvieh (2)
Erreichbarkeit:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Von Urschlau gelangt man mit dem PKW über eine Forststraße, die den Gründberg umläuft, zu einer Abzweigung (nach der Linner-Mais-Dienstshütte) zur Tannbergalm. Ab hier in Richtung Tannbergalm wurde im Juni 2010 der ehemalige Steig zu einer befahrbaren Straße ausgebaut. Das letzte Stück zur Tannbergalm ist ein Fußpfad und zweigt von der neuen Straße nach Norden ab. Ausgehend von der neuen Straße beträgt die Gehzeit zur Alm etwa 15 Minuten 2. Von Brand durch das Nesselauer Tal bis zum Unteren Mahder (Weg Nr. 51[rot], UK50-54). Hier linkerseits Zufahrt (wohl eher Zugang?) auf den Tannberg; keine Nummer, nur für Ortskundige 3. Erreichbarkeit über Haaralm: Zur Haaralm von Urschlau schmale, örtlich sehr steile Zufahrt (Weg Nr. 54 [blau] dann 52 [blau], dann Nr. 53 [rot] UK 50-54). Von der Haaralm aus alter Zugang zur Tannbergalm nicht nummeriert – nur mehr für Ortskundige
Schlüsselpersonen:	Georg Bichler, Landwirt, Tannberg- und Röthelmoosalm, ist für das Ruhpoldinger Holzknechtmuseum mitverantwortlich, arbeitet mit Norikern im Wald - Pferdeholzrücken

Beweidung und naturbürtige Charakteristika der Alm

Die rund 10 ha große Tannbergalm wurde über Jahrzehnte nicht mehr beweidet. Vom Almbezwirtschaftler wurde sie im Jahr 2010 aus dem Dornröschenschlaf erweckt. Über weite Bereiche dominierten „Weideunkräuter“. Ausgedehnte Brennesselfluren und Farnbestände prägten die Alm. Auf der Tannbergalm wurde versucht, durch ein optimiertes Beweidungsverfahren die Weideunkräuter zu reduzieren und die Pflanzenvielfalt zu steigern.

Auf der Tannbergalm wurden die Tiere auf den Flächen alternierend gealpt. Zuerst konnten die Jungrinder nach Herzenslust die besten Gräser und Kräuter aus der Weidefläche fressen. Danach wurden sie auf die zweite Fläche getrieben und konnten dort weiterfressen. Auf die erste Weidefläche wurden nach den Rindern die genügsamen und robusten Norikerpferde getrieben. Pferde können bereits abgeweidete Flächen sehr gut nutzen. Sie haben einen hohen Bedarf an rohfaserreicherem Futter und verzehren die Weidereste. Dadurch können sie die Qualität der Weideflächen verbessern. Auf der Tannbergalm wurde nichts dem Zufall überlassen. Waren die Flächen von den Pferden gut abgeweidet, wurde die gesamte Almweide einer Pflegemahd unterzogen. Dadurch erlangten die typischen Gräser und Kräuter der Almweiden einen Startvorteil. Im Gegensatz zu vielen Hochstauden und Farnen vertragen die typischen Pflanzenarten der artenreichen Almweiden Verbiss und Mahd. Viele lichtbedürftige Bergblumen gelangen zur Blüte, zum Beispiel die Perücken Flockenblume (*Centaurea pseudophrygia*). Von Jahr zu Jahr hat sich die Weidefläche verbessert. Die Tiere kommen im Herbst gesund und gut genährt von der Alm nach Hause.

Nach drei Jahren wurde die Verbrachung durch die Beweidung mit Norikern und Pinzgauer Rindern sowie durch eine Pflegemahd gestoppt. Die von Wurmfarne dominierten Bestände konnten binnen zwei Jahren in kräuterreiche Almweiden umgewandelt werden.

Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die für die Tannbergalm charakteristischen Naturphänomene (landschaftliche Besonderheiten, Pflanzen, Tiere).

Phänomen	Verortung	Anmerkungen	Beweidungsbezug (+, ~, -)	Zeitpunkt	Anknüpfungsthemen	Attraktivität (* bis *****)
Standort des abgebrannten Kasers	auf der Alm	Kaserreste sind inzwischen abgetragen, Errichtung von Unterstand ist angedacht	~	immer sichtbar	Geschichte der Alm	**
Hirschtümpel	auf der Alm	wassergefüllte Doline, in der sich Hirsche suhlen	~		Hirsche, Wassertiere	**
Arznei-Quendel (<i>Thymus pulegioides</i>)	auf der Alm	altbekannte Heilpflanze -> genießt große Bekanntheit unter der Bevölkerung!! (jedoch wohl eher nur vereinzelt Vorkommen)	~/+	im Sommer	Heilpflanzen	**
Geflecktes Knabenkraut (<i>Dactylorhiza maculata</i> agg.)	auf der Alm	hübsche, geschützte Pflanze	~/-	im Sommer	geschützte Pflanzen im Allgemeinen	**
Türkenbund-Lilie (<i>Lilium martagon</i>)	auf der Alm	hübsche, geschützte Pflanze	~/-	im Frühsommer, Blätter jedoch auch davor und danach sichtbar	geschützte Pflanzen im Allgemeinen	**
Einzelne Findlinge	auf der Alm		~	immer sichtbar	Geologie	*
Kälberkopf-Fluren (<i>Chaerophyllum villarsii</i>)	auf der Alm	dominierten weite Teile der Alm, sind bereits weitgehend zurückgedrängt worden! Zum Teil sind Farne und Brennnessel dominant	- profitieren von Brache	im Sommer	Verbrachung	*
Fichtenjungwuchs	auf der Alm (Randbereiche)	zum Teil Hochlagenaufforstungen	- profitiert von Brache	immer sichtbar	Verbrachung und Zuwachsen der ^ Almen	*
Johanniskraut (<i>Hypericum</i> sp.)	auf der Alm	Heilpflanze, die aber bei Weidetieren (insbesondere Pferden) bei Verzehr und starker Sonneneinstrahlung zu Hautproblemen führen kann	~	im Sommer	Heilwirkung	**
Lawinengang		aufgrund der Steilheit insbesondere gut zur Ziegenbeweidung geeignet (wird jetzt auch gemacht)	~	immer sichtbar, in manchen Jahren stärker ausgeprägt	Naturdynamik und Umgang der Almwirtschaft mit diesen Phänomenen	*
Landschaftlich schönes Ensemble mit Baumgruppen		Landschaftlich schönes Ensemble mit Baumgruppen, dazwischen Weideflächen	~	immer sichtbar	Landschaft, Baumarten	**

Tabelle 6: Charakteristische Naturphänomene auf der Tannbergalm

Bestehende Angebote

Auf der Alm selbst bzw. mit direktem Almbezug zur Tannbergalm bestehen derzeit noch keine besonderen Vermarktungsinitiativen, da die Tannbergalm erst wieder in Aktivierung begriffen ist. Die beiden Noriker werden zur Zucht verwendet.

Nachbar Röthelmoosalm

Unterhalb der Tannbergalm befindet sich die Röthelmoosalm. Es gibt eine Verbindung zur Tannbergalm über eine Forststraße, die rund um den Gründberg führt. Die Röthelmoosalm ist schon touristisch attraktiviert (Latschenhochmoor) und bietet eine gute Infrastrukturausstattung (Gasthaus) etc. Auch die Hochkienbergalm sowie die Kleinrechenbergalm sind von dort aus gut erreichbar.

Das Gasthaus ist von 1. Juni bis Mitte Oktober bewirtschaftet.

Erreichbarkeit:

1. Vom Parkplatz in Urschlau, 760 m; in Ruhpolding der Wegweisung zum Märchenpark in Brand folgen, weiter auf der öffentlichen Straße bis zu deren Ende in Urschlau. Weg Nr. 48 [rot], 44 [rot], 5 [blau]; Gehzeit: Aufstieg: 3/4 Std.; Abstieg: 1 Std.; Kurzbeschreibung: Kurze, gemütliche Halbtageswanderung mit interessanten Naturerlebnissen.
2. Die Röthelmoosalm erreicht man auch vom Wössner See (bei Unterwössen im Süden) aus über den Wanderweg zur Feldlahnalm (Nahe Kleinrechenbergalm!) und dann weiter indem man der Beschilderung folgt. Über einen Sattel geht es den Kanonenweg entlang steil hinab oder seitlich flacher zur Röthelmoosalm.
3. Eine dritte Variante geht vom Weitsee aus. Dieser Weg hat eine geringe Steigung und ist für jeden geeignet (auch mit Kinderwagen befahrbar).

Weiters gibt es eine Mountainbike-Strecke, die von Ruhpolding über Urschlau auf die Röthelmoosalm und von dort hinunter zum Weitsee führt (Teil des „Chiemgau MTB-Marathon“).

4.4.7 Die anderen Almen

Die nachfolgend angesprochenen Almen waren ursprünglich als Projektalmen vorgesehen. Eine Wiederbeweidung konnte hier bis dato aus verschiedenen Gründen noch nicht umgesetzt werden. Die Almen werden kurz charakterisiert und die naturbürtigen Eigenarten tabellarisch zusammengefasst.

Haidenholz-Bärenbadalm



Abb. 21: Die Haidenholz-Bärenbadalm

Die Fläche liegt nördlich des Geigelsteins auf etwa 1.500 m Seehöhe. Der schmale Almkessel ist ca. 3 ha groß und zeigt eine starke Verbuschung mit Latschen.

Lage:	Bayern, nordwestlich von Schleching, nördlich des Geigelsteins
Höhe:	1400-1700 m ü NN
Größe:	3 ha
Rassen:	keine (urspr. geplant: Jungvieh - Simmentaler Fleckvieh)
Erreichbarkeit:	Über Ettenhausen führt eine für den Privatverkehr gesperrte unbefestigte Straße bis zur Haidenholzalm. Ab dort ist die Rossalm über einen ca. 45 minütigen Fußmarsch erreichbar.

Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die für die bewirtschaftete Haidenholzalm und die angrenzende Brache Haidenholz-Bärenbadalm charakteristischen Naturphänomene (landschaftliche Besonderheiten, Pflanzen, Tiere).

Phänomen	Verortung	Anmerkungen	Beweidungsbezug (+, ~, -)	Zeitpunkt	Anknüpfungsthemen	Attraktivität (* bis *****)
Murmeltiere (Marmota marmota)	in der Nähe der Kaser auf der benachbarten Weidefläche	kleine Murmeltierkolonie	+	Sommerhalbjahr	Lebensweise v. Murmeltieren	*****
zwei bestehende Kaser	auf der benachbarten Weidefläche	ein Kaser bewirtschaftet; über Almweg erschlossen	~	bewirtschaftet ca. Jun-Sept	Almgeschichte	****
Ungarischer Enzian (<i>Gentiana pannonica</i>); auch Punktierter Enzian (<i>G. punctata</i>)	in weiten Teilen der Fläche	hübsche, geschützte Pflanze; Wurzeln werden traditionell ausgegraben und zu Schnaps verarbeitet -> dieser kann auf der Kallbrunnalm verkostet werden (Fa. Grassl)	+ profitiert von Beweidung	blüht im Hochsommer, Blätter jedoch auch davor und danach sichtbar	Tradition des Schnapsbrennens	****
Strauß-Glockenblume (<i>Campanula thyrsoides</i>)	am Hang hinauf zur Rosssalm-Brache	gelbblütige, besonders geschützte Glockenblumen-Art	~/-	Juli-August	geschützte Pflanzen im Allgemeinen	***
Türkenbund-Lilie (<i>Lilium martagon</i>)	am Hang rauf zur Rosssalm (Brache)	hübsche, geschützte Pflanze	~/-	im Frühsommer, Blätter jedoch auch davor und danach sichtbar	geschützte Pflanzen im Allgemeinen	***
Eichblatt-Radnetzspinne (<i>Aculepeira ceropegia</i>)	Almweide und Hochstaudenfluren, zahlreich	große auffällige Kreuzspinne mit auffallender Eichenblatt-Rückenzeichnung und großem Radnetz (nicht zu übersehen)	profitiert langfristig von Beweidung (solange stellenweise hochwüchsige Rasenbereiche stehen bleiben)	Sommer und Herbst	"Fraßleistung einer einzigen Kreuzspinne bzw. der Population einer Spezies pro Jahr"	****
Goldglänzender Laufkäfer (<i>Carabus auronitens</i>)	in verbuschenden bzw. verbuschten Bereichen	der schönste heimische Großlaufkäfer mit glänzend grüngoldenen Flügeldecken; Größe ca. 3 cm! Subendemit in Österreich - naturschutzfachliche Besonderheit	"-"(wird dzt. erforscht); wird durch Beweidung wohl beeinträchtigt	Sommer und Herbst	Verteidigungsstrategien bei Tieren; Schneckenräuber	***
sehr artenreiche Hochstaudenfluren	am Hang hinauf zur Rosssalm (Brache)	Neben Türkenbund-Lilie und Strauß-Glockenblume noch weitere ansehnliche Arten	~/-	Sommer	Verbrachung von Almweiden; Vielfalt in Hochstaudenfluren	***
Latschen (<i>Pinus mugo</i>)	ganze Alm	Geschützt laut FFH-RL	-	immer sichtbar	Latschen und traditionelle Nutzung: Latschenöl, ein Zweig im Auto für gute Gerüche	**
kleine Feuchtstellen	insb. im östlichen Teil	z.T. mit Wollgräsern	~	Sommerhalbjahr	geschützte Arten, Biotopschutz auf Almen	***
Name „Bärenbad“	-	hier kann der Phantasie freier Lauf gelassen werden	-	-		**

Tabelle 7: Charakteristische Naturphänomene auf der Haidenholz-Bärenbad Alm

Rossalm/Obere Aschental-Alm

Am Plateau des Geigelsteins befindet sich die Alm auf einem der bedeutendsten Blumenberge Bayerns. Die brachliegende Fläche wird bereits seit den 70er Jahren nicht mehr bewirtschaftet. In der Folge hat sich die Vegetation stark verändert. Die Auswirkungen auf die Vegetation sind vielfältig und kleinräumig je nach vorherrschenden Standortbedingungen unterschiedlich ausgeprägt. Das Hochplateau der Rossalm ist wertvoller Lebensraum von Raufußhühnern. Eine Beweidung müsste an die Balz-, Brut- und Aufzuchthabitate des Birkwilds angepasst erfolgen.

Lage:	Bayern, nordwestlich von Schleching, nördlich des Geigelsteins
Höhe:	1.400-1.700 m ü NN
Größe:	10 ha (brachliegende Almflächen)
Rassen:	keine (urspr. geplant: Jungvieh (Simmentaler Fleckvieh), Pferde und Esel)
Erreichbarkeit:	Schöner Verbindungssteig von der Haidenholzalm aus (ca. 45 Min Fußmarsch). Weitere Möglichkeiten: Von Sachrang über die Oberkaser- oder Niederkaser-Alm; von der Hinteren Dalsen-Alm gibt es einen steilen Verbindungssteig zur Rossalm.

Naturräumliche Grundlagen und Charakteristika der Alm

Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die für den brachliegenden als auch für den bewirtschafteten Teil der Rossalm charakteristischen Naturphänomene (landschaftliche Besonderheiten, Pflanzen, Tiere).

Phänomen	Verortung	Anmerkungen	Beweidungsbezug (+, ~, -)	Zeitpunkt	Anknüpfungsthemen	Attraktivität (* bis *****)
Murmeltiere (Marmota marmota)	etwa 200 m nördlich des Rossalmkasers (Weide)	kleine Murmeltierkolonie	+	Sommerhalbjahr	Lebensweise v. Mur- meltieren	*****
Kohlröschen (Nigritella nigra agg.)	in Kalkmagerrasen (Brache und Weide)	hübsche, geschützte Orchide- enart; duftet nach Vanil- le/Schoko	+	blüht im Juli	geschützte Pflanzen im Allgemeinen; Orchideen und deren Besonderheiten	****
Punktierter Enzian (<i>Gentiana punctata</i>), auch Ungarischer Enzian (<i>Gentiana pannonica</i>)	am ganzen Rossalm- plateau in bodensau- ren Bereichen	hübsche, geschützte Pflanze; Wurzeln werden traditionell ausgegraben und zu Schnaps verarbeitet	+ profitiert von Beweidung	blüht im Hoch- sommer, Blätter auch davor und danach sichtbar	Tradition des Schnapsbrennens	****
Rossalm-Kaser	am Wanderweg (Weide)	bewirtschaftete, hübsche Alm- hütte,	+	bewirtschaftet ca. Jun-Sept	Geschichte der Alm, Ablauf der Almwirt- schaft	****
Großer Tümpel	im W des Plateaus bei Lesesteinriegel (Brache)	guter Aussichtspunkt; ständig wasserführender Tümpel mit kl. Verlandungszone, direkt an- grenzend auch Kalkmagerrasen	~	immer sichtbar	Wasserversorgung der Tiere	***
Mondraute (Botrychium lunaria)	in Kalkmagerrasen (Brache und Weide)	gefährdete Farnpflanze; un- scheinbar, aber sehr charakte- ristische Gestalt	~	im Sommer	geschützte Pflanzen im Allgemeinen	***
Kopf-Wollgras-Bestand (Eriophorum scheuchzeri)	etwa 100 m vom Rossalmkaser entfernt (Weide)	einzige Bestände in den Chiem- gauer Alpen! kleiner Bestand, lt. Almbauer dadurch entstan- den, dass seinerzeit ein Was- serloch fürs Weidevieh ausge- hoben wurde; manche Natur- schützer fürchten Beeinträchti- gung durch dzt. Beweidung!	~	im Sommer fruch- ten die Gräser	Geschichte der Was- serversorgung auf der Alm, gefährdete Pflanzen im Allge- meinen	***
Grenzwall	geht knapp am Rossalmkaser vorbei (Weide)	ehemaliger Grenzwall, der Weideflächen der Sachran- ger/Aschauer und Schlechinger Bauern trennte	~	immer sichtbar	Geschichte der Alm (Grenzstreitigkeiten, etc.)	***
Reste von Lesesteinriegel	am Rand des Plateaus im W bei Tümpel im NW (Brache)	sollte Abstürzen des Weide- viehs verhindern; direkt an- grenzend auch Kalkmagerrasen	~	immer sichtbar	Nutzungsgeschichte der Rossalm	***
Bergwiesen-Wolfspinne (Pardosa oreophila)	diverse Almbereiche; z.B. Seggenried	läuft als frei jagender Räuber (="Wiesen-Tarantel"; wolfsarti- ge Jagdweise) z.T. in hoher Zahl über die Wiesenflächen	~ (wird dzt. er- forscht); + profi- tiert wohl von der Beweidung	die ganze Vegetati- onsperiode über beobachtbar	Kleinräumige Einni- schung von Tier- arten; Räuber-Beute- Beziehung	***

Phänomen	Verortung	Anmerkungen	Beweidungsbezug (+, ~, -)	Zeitpunkt	Anknüpfungsthemen	Attraktivität (* bis *****)
Mächtige Rohhumusauflagen (Streuschichten)	großer Bereich der Brache	Schlechter Abbau der Phytomasse als Folge von fehlender Beweidung	-	Sommerhalbjahr	fehlende Beweidung und deren Auswirkungen	**
großer Gegensatz bewirtschaftete Flächen vs. Brache	Insb. entlang des Weidezauns sichtbar	Weidemanagement wäre nötig (Alm zu intensiv)	~	am besten im Spätsommer sichtbar	Weidemanagement; intensive und extensive Beweidung	***
Lebensraum von Raufußhühnern	Weide und Brache	hier liegt die Problematik bei der Wiederbewirtschaftung - Beweidung wäre unter Berücksichtigung des Raufußhuhn-Lebensraumes nur in Maßen möglich	~/-	Sommerhalbjahr	Raufußhühner und deren Lebensweise	***

Tabelle 8: Charakteristische Naturphänomene auf der Rossalm

Hochkienbergalm

Die Hochkienbergalm liegt auf einem südexponierten Hochplateau südlich der beiden Gipfel Gurnwandkopf und Hörndlwand.

Lage: Bayern, nördlich des Weitsees, südwestlich von Ruhpolding, südlich des Gurnwaldkopfes, Höhe: 1460 m ü. NN

Größe: 54 ha potentielle Weidefläche

Rassen: keine

Erreichbarkeit: Über die Röthelmoosalm, die mit dem PKW erreichbar ist (Berechtigungsschein). Nach der Röthelmoosalm führt ein Forstweg noch einige hundert Meter in Richtung Hochkienbergalm. Danach führt ein Wanderweg auf die Hochkienbergalm. Die Gehzeit beträgt ca. 1 Stunde.

Weitere Möglichkeiten: vom Weitsee (Seefischer-Kaser) aus oder vom Seehaus (Förchensee) zur Brander Alm und an Hörndlwand und Gurnwandkopf vorbei. Auch von Urschlau oder von Ruhpolding über den Unternberg ist es möglich, die Hochkienbergalm zu erreichen.

Die Hochkienbergalm ist hoch und entlegen. Das Problem ist der Wirtschaftsweg, der neu angelegt werden müsste, es wäre eine NVP erforderlich gewesen. Aus diesem Grund schied die Hochkienbergalm als Projektalm aus und wurde für diesen Bericht nicht vertiefend bearbeitet.

4.4.8 Zusammenschau zu den Charakteristika der Almen

Als Grundlage für die Inwertsetzung der Projektalmen sind nachfolgend wichtige Charakteristika jener drei Almen zusammengefasst, die im Zuge des Projektes erfolgreich beweidet werden.

Die **Kallbrunnalm** mit dem Projektgebiet Kühkranz ist unter den Projektalmen jene Alm, deren Vermarktung bereits am besten funktioniert. Das Almdorf mit vielen Hütten und Jausenstationen wird gerne von Touristen und Wanderern besucht. Über den Kühkranz, der direkt oberhalb an die Kallbrunnalm anschließt, führt ein markierter Wanderweg auf den Hochkranz, weshalb auch hier eine hohe Besucherfrequenz gegeben ist. Aus diesem Grund hat dieses Projektgebiet die besten Voraussetzungen für die Vermarktung von Almprodukten und Bewusstseinsbildung. Eine Attraktion ist etwa das beeindruckende 360°-Panorama, das sich dem Besucher vom Kühkranz aus bietet. Das Pflanzenkleid der ehemaligen Brachflächen um den Kühkranz wird von einem landschaftlich ansprechendem, kleinflächigen Mosaik aus Hochstaudenfluren, Zwergstrauchheiden und Latschen- und Grünerlengebüsch geprägt. Die Flora und Fauna bietet einige Besonderheiten, die thematisiert werden können. Aus botanischer Sicht besonders interessant sind einige Felsbänder am Südhang des Kühkranzes. Dort können im Frühjahr die gelben Blüten der Aurikel beobachtet werden. In den hochstaudendominierten Bereichen der Brache gedeihen unter anderem der Allermannsharnisch (eine hellgelb blühende Lauch-Art), die prächtige Türkenbund-Lilie und die Alpen-Kuhschelle, deren Fruchtstände im Sommer die Blicke auf sich ziehen. Am Gipfelplateau ist in einer Mulde auch ein kleines Niedermoor zu finden, in welchem Sumpf-Dotterblume, Sumpf-Herzblatt oder Breitblättrigen Knabenkrautes angetroffen werden können. Im Gipfelbereich des Kühkranzes können häufig Kreuzottern gesichtet werden. Auf den angrenzenden Rinder-Weideflächen findet man zwei weitere Arten, die hohes Potential für Naturvermittlung aufweisen. Eine davon ist der hochwüchsige, violett blühende Ungarische Enzian. Seine Wurzeln werden traditionell ausgegraben und zu Schnaps verarbeitet, der auch auf der Kallbrunnalm verkostet werden kann. Eine weitere auffälligen Blütenpflanze ist Arnika, die traditionell als Heilpflanze genutzt wird.

Die **Kleinrechenbergalm** ist eine recht kleine und versteckte Alm, die eher selten von Wandernern und Touristen besucht wird. Durch die Schwendaktion und die Wiederbeweidung im Zuge des Projektes haben die teilweise bereits zugewachsenen Flächen ihren ehemaligen Almcharakter wiedererlangt. Dadurch ist auch das Potential für eine landschaftsgebundene Erholung und eine Inwertsetzung der Alm gesteigert worden. Als besondere Attraktion ist vor allem die urige Almhütte mit ihrem traditionellen Holzschindeldach zu nennen. Der Gipfel des Kleinen Rechenberges, den ein Gipfelkreuz zielt, bietet einen recht schönen Ausblick auf die Chiemgauer Bergwelt. Darunter befindet sich der aus floristischer und faunistischer Sicht interessanteste Bereich der Alm, ein südexponierter Felstrockenrasen. Neben vielen Heilpflanzen wie Thymian oder Frauenmantel bietet auch die Tierwelt einige Besonderheiten – allen voran die Gebirgstarnantel. Neben den Steinschaf-Widdern, die auf die Flächen aufgetrieben werden, stellen diese Almphänomene sehr gute Anknüpfungspunkte dar, um die Almwirtschaft und deren Produkte ins verstärkte Bewusstsein der Besucher zu rücken.

Die **Tannbergalm** wird seit 2010 mit Pinzgauer Rindern und Noriker Pferden beweidet. Zwar fehlen Hütte und touristisches Angebot, doch auch hier ist Potential für Natur- und Landschaftsvermittlung vorhanden. Die ehemaligen Kaserreste sind inzwischen abgetragen, doch der Standort wäre gut geeignet, um die Geschichte der Alm (etwa mit historischen Bildern) näher zu erläutern. Einzelne Findlinge, die auf den Almflächen verstreut sind, schlagen die Brücke zu Geologie und Landschaftsformen. Aus botanischer Sicht sind Besonderheiten wie die Türkenbund-Lilie, aber auch Heilkräuter wie Thymian oder Johanniskraut vorhanden. Mit Hilfe solcher Arten können Volksheilkunde, kulinarische Nutzungen wie Wildkräuter-Salate und ethnobotanische Aspekte thematisiert werden und damit der Wert der Almlandschaft unterstrichen werden.

4.4.9 Zusammenschau bestehender Produkte und Bewusstseinsbildungsangebote

Alm/Typ	Angebot	Anmerkung
Kallbrunnalm		
Produkte	Kallbrunner Almkäse, eingelegter Frischkäse und Milchprodukte	Sehr gut etablierte, funktionierende und nachgefragte Produktlinie
	Wurstspezialitäten von Rind und Wild	Veredelung zu Jausenwürstel, Leberkäse, Schinken, etc., teils auf Vorbestellung
	Bauernbrotspezialitäten, Marmeladen, Honig, Kräutersalze, Kräutertees, Fruchtsäfte und Sirupe, Schnäpse, Liköre, Jausenbrettln und Holzdekoration, Schafwollprodukte, etc.	Sehr umfangreiches Sortiment, große Produktpalette
	Würste und Fleisch der kleinen Wiederkäuer	Teils eigenständige Produktion und Vermarktung durch die auftreibenden Betriebe, derzeit keine Angebote im Naturpark oder auf der Kallbrunnalm
Bewusstseinsbildung	Geführte Wanderungen, z.B. Schäferstündchen mit Blobe Ziege und Alpinem Steinschaf (2013 nicht mehr im Programm)	Mehrere Angebote zum Almthema, Schäferstündchen ausbaufähig und zukünftig wieder reaktivierbar
	Schafabtriebfest Kallbrunnalm	
	ÖAV Umweltbaustelle	
	Filzkurse	
Kleinrechenbergalm		
Produkte	Wolle und Filzprodukte der Steinschafgruppe	Sehr gut etablierte und funktionierende Initiative mit hohem Entwicklungspotenzial
Bewusstseinsbildung	Schafabtriebfest Unterwössen	Sehr gutes Beispiel für ein erfolgreiches Event zum Thema seltene Nutztierassen
Tannbergalm		
Produkte		Produkte mit direktem Almbezug sind noch zu entwickeln, Käseproduktion durch Georg Bichler (Pinzgauer Rinder) vorhanden, Seifenherstellung
Bewusstseinsbildung		Noch zu entwickeln, nahe der Tannbergalm befindet sich die Röthelmoosalm, diese ist bewirtschaftet und touristisch attraktiviert (Latschenhochmoor, Chiemgau-MTB-Strecke)

Tabelle 9: Produkte und Bewusstseinsbildungsangebote auf den Projekt-Almen

4.4.10 Ausgewählte Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe

Betrieb	Tel/Web	Einkehr	Übernachtung	Angebot
Kallbrunnalm				
Hotels, Gasthäuser, Jausenstationen, Pensionen, Privatzimmer und Fewo's				
Jausenstation Kallbrunnalm Pächter: Braunmüller Peter Pürzelbach 29 5093 Weißbach bei Lofer	Hüttentelefon: +43 (0)6582/72407 E-Mail: info@kallbrunnalm.at Web: www.kallbrunnalm.at	ja	nein	Speisen und Getränke
Gasthaus und Bergheim Hirschbichl Hintertal 6 5093 Weißbach bei Lofer	Tel.: +43 (0)6582 8347 http://www.hirschbichl.at	ja	ja	Zimmer und Lager geöffnet Anfang Mai bis Mitte Oktober
Jausenstation Litzlalm Hintertal 16 5093 Weißbach bei Lofer	Tel.: +43 (0)664 35 12 143	ja	nein	Speisen und Getränke geöffnet Anfang Mai bis Ende Oktober
Vorderstockklausbauer Hintertal 1 5093 Weißbach bei Lofer	Tel: +43 (0)6582 8205 http://www.stockklaus.at	nein	ja	Ferienwohnungen
Ferienwiese Weißbach Österreichischer Alpenverein - Alpenvereinsjugend Unterweißbach 5 5093 Weißbach bei Lofer	Tel: +43 (0)6582 8236	nein	ja	Zelt oder Holz tipi
weitere Unterkünfte unter	www.weissbach.at/tourismus-information.html			

Betrieb	Tel/Web	Einkehr	Übernachtung	Angebot
Hochkienbergalm				
Hotels, Gasthäuser, Jausenstationen, Pensionen, Privatzimmer und Fewo's				
Röthelmoosalm 83324 Ruhpolding	Tel: +43 (0) 8663/5723 Langerbauer-Kaser	ja	nein	Speisen und Getränke
Gästehaus Seehaus Georg Bichler Seehaus 3 83324 Ruhpolding	Tel: +49 (0) 8663 - 9007 info@appartements-am-foerchensee.de www.appartements-am-foerchensee.de	nein	ja	Zimmer mit Frühstück, Apartments und eine Blockhütte auf der Seehaus-Alm
weitere Unterkünfte unter	www.ruhpolding.de unter der Rubrik "Gastgeber"			
Tannbergalm				
Hotels, Gasthäuser, Jausenstationen, Pensionen, Privatzimmer und Fewo's				
Röthelmoosalm 83324 Ruhpolding	Tel: +43 (0) 8663/5723 Langerbauer-Kaser	ja	nein	Speisen und Getränke
Haaralm Familie Büsching Haßberg 5 83324 Ruhpolding	Tel.: 08663-1657 almbauernhof@web.de www.almbauernhof.de			Zimmer mit Frühstück und Ferienwohnungen
Bauernhof Pension Haus Klein Gruttau 6 83324 Ruhpolding	Tel: +49 8663 9548	nein	ja	Zimmer
Ferienwohnungen Andrea Böddecker Sulzen 1 83324 Ruhpolding	Tel. 08663/2488 info@sulzen.de www.sulzen.de	nein	ja	Ferienwohnungen
Berggasthof Butzn Wirt Brigitte Deyerl Brand 18 83324 Ruhpolding	Tel: +49 8663 1422 info@butznwirt.de www.butznwirt.de	ja	ja	Zimmer mit Frühstück
weitere Unterkünfte unter	www.ruhpolding.de unter der Rubrik "Gastgeber"			

Betrieb	Tel/Web	Einkehr	Übernachtung	Angebot
Kleinrechenbergalm				
Hotels, Gasthäuser, Jausenstationen, Pensionen, Privatzimmer und Fewo's				
Röthelmoosalm 83324 Ruhpolding	Tel: +43 (0) 8663/5723 Langerbauer-Kaser	ja	nein	Speisen und Getränke
Jochbergalm 83246 Unterwössen	Tel: 08641 / 8619, Auer Christian (Eigentümer)	ja	nein	Speisen und Getränke Anfang Juni bis Ende September bewirtschaftet
Große Rechenbergalm 83246 Unterwössen Ortsteil Oberwössen	Tel: +49(0)861/64203	ja	nein	Speisen und Getränke Mitte Mai bis Ende Oktober bewirtschaftet
Hochgernhaus Hans Sima Hochgern 1 83250 Marquartstein	Tel: 08641 / 61919 www.hochgernhaus.de	ja	ja	Speisen und Getränke Zimmer und Lager
weitere Unterkünfte unter	www.unterwoessen.de/urlaub			
Haidenholz/Bärenbadalm				
Hotels, Gasthäuser, Jausenstationen, Pensionen, Privatzimmer und Fewo's				
Priener Hütte Huben 50 83229 Aschau/Sachrang	Tel: +49 (8057) 428 www.dav-priener-huette.de	ja	ja	Speisen und Getränke Zimmer und Lager
Wuhrstein Alm Wuhrstein 17 83259 Schleching	Tel: +49 - 8649 - 98 63 84 www.wuhrsteinalm.de	ja	ja	Speisen und Getränke Zimmer und Lager offen von Juni bis Oktober
Roßalm/Obere Aschental-Alm 83259 Schleching	Tel: +49 (0)8061 / 4710, Fam. Gröbmeyer	ja	nein	Speisen und Getränke Anfang Juni bis Ende September bewirtschaftet
weitere Unterkünfte unter	www.schleching.de			

Betrieb	Tel/Web	Einkehr	Übernachtung	Angebot
Roßalm/Obere Aschentalalm				
Gasthäuser, Jausenstationen und Pensionen				
Priener Hütte Huben 50 83229 Aschau/Sachrang	Tel: +49 (8057) 428 www.dav-priener-huette.de	ja	ja	Speisen und Getränke Zimmer und Lager
Wuhrstein Alm Wuhrstein 17 83259 Schleching	Tel: +49 - 8649 - 98 63 84 www.wuhrsteinalm.de	ja	ja	Speisen und Getränke Zimmer und Lager offen von Juni bis Oktober
Roßalm/Obere Aschental-Alm 83259 Schleching	Tel: +49 (0)8061 / 4710, Fam. Gröbmeyer	ja	nein	Speisen und Getränke Anfang Juni bis Ende September bewirt- schaftet
weitere Unterkünfte unter	www.schleching.de			

Tabelle 10: Ausgewählte Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe

4.5 KAUFVERHALTEN DER KONSUMENTEN IN BEZUG AUF REGIONALE PRODUKTE

Wissenschaftliche Arbeiten und Untersuchungen zum Thema

Nachfolgend werden auszugsweise Ergebnisse zum Kaufverhalten der Konsumenten in Bezug auf regionale Produkte aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Forschungsarbeiten bzw. Vorträgen zusammengefasst:

„Kaufverhalten, Einstellungen und Kenntnisse der Konsumenten in der „REGIO – TRIRHENA“ (Südbaden, Elsass, Nordwestschweiz) in Bezug auf regionale und umweltgerecht erzeugte Nahrungsmittel.“ Toralf Richter; Dissertation an der Universität Stuttgart Hohenheim (1997)
Durchgeführt wurde eine Befragung bei etwa 2.600 Konsumenten der drei Regionen in Filialen verschiedener Markttypen (Verbrauchermarkt, Supermarkt, Biomarkt).

„Die Ergebnisse der Befragung belegen, dass die meisten untersuchten Merkmale zum Kaufverhalten, zu Einstellungen und zu Kenntnissen in Hinblick auf umweltgerecht erzeugte und auf regional erzeugte Nahrungsmittel zu ähnlichen Ergebnissen führen. Für das Marketing bedürfen beide Produktlinien deshalb ähnlicher strategischer Überlegungen. In den Augen der meisten Konsumenten sind Regionalität wie auch Ökologie gewünschte „Kann-“, jedoch keine „Muss-Kriterien“ beim Nahrungsmittelkauf. Da die Einstellungen der meisten Konsumenten zu regionalen und umweltgerecht erzeugten Nahrungsmitteln überwiegend positiv sind und einzelne Beispiele in der Vermarktung von Bioprodukten in der Schweiz und in Deutschland belegen, dass sich Bioprodukte erfolgreich über Super- und Verbrauchermärkte vermarkten lassen, liegt der Schluss nahe, dass Ursachen für Abweichungen zwischen positiven Konsumenteneinstellungen auf der einen und dem tatsächlichen Kaufverhalten auf der anderen Seite zu einem beachtlichen Teil mit Defiziten im Marketing erklärt werden können. Es zeigt sich, dass die Voraussetzungen für die Vermarktung von regionalen und umweltgerecht erzeugten Nahrungsmitteln über den Lebensmitteleinzelhandel sehr unterschiedlich sind. Der Aufbau eigener Produktlinien aus regional erzeugten Nahrungsmitteln scheiterte bisher häufig an der zu geringen Quantität und Breite der verfügbaren Ware, die eine Region, definiert durch einen Naturraum, vermarkten kann...“

„Warum werden regionale Qualitätsprodukte gekauft und von wem?“, Ramona Teuber, Institut für Agrarpolitik und Marktforschung, Justus Liebig Universität Giessen, Vortrag anlässlich der Tagung „Erzeugung und Vermarktung landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte“, 14/15. Juli 2009, Berlin

Ad Definition Qualitätsprodukt: „...Qualität ist ein soziales Konstrukt und jeder Verbraucher bewertet die Qualität eines Lebensmittels individuell basierend auf seinen Präferenzen und Einstellungen. Natürlich können Lebensmittel wie auch andere Produkte anhand objektiv messbarer Qualitätskriterien bewertet werden. Dies könnte z.B. anhand des Vitamingehalts oder der mikrobiellen Qualität erfolgen. Dahingegen ist die subjektive Qualität, die vom Verbraucher wahrgenommene Qualität. Diese wahrgenommene Qualität muss nicht notwendigerweise mit der objektiven Qualität eines Produktes übereinstimmen, da hier andere Kriterien z.B. das Image eines Produktes eine entscheidende Rolle spielen. Hieraus folgt, dass die Erfüllung objektiver Qualitätskriterien (z.B. keine Pestizidbelastung) zwar eine notwendige, jedoch keine hinreichende Bedingung für den Erfolg eines Produktes darstellt. Der Markterfolg eines Produktes basiert auf der subjektiven, d.h. vom Verbraucher wahrgenommenen Qualität und hier spielen Emotionen, Assoziationen und Erwartungen die entscheidende Rolle.“

Ad Gründe für den Kauf regionaler Produkte:

„Ergebnisse einer im Jahr 2002 durchgeführten Befragung von 3.000 deutschen Verbrauchern zu den Gründen für den Kauf regionaler Produkte ergeben: ... wichtige generelle Konsumtrends sind der Wunsch nach Individualität und Authentizität.“

„Regionalität als Wettbewerbsfaktor im österreichischen Lebensmittelbereich“, Diplomarbeit Universität Wien, Verena Waidmann, 2008

Ad Präferenz für regionale Lebensmittel und deren Ursachen, S. 27:

„Das Ursprungsland bzw. die – Region ist für die Konsumenten der europäischen Union ein zunehmend wichtiges Merkmal, das sie bei der Kaufentscheidung berücksichtigen. Dabei handelt es sich um ein offenkundig internationales Phänomen...“

Gemäß einer Trendstudie des Lebensministeriums aus dem Jahr 2007 geben „36 % der Konsumenten die österreichische Herkunft und 20 % die regionale Herkunft von Lebensmitteln als Kaufentscheidungsgrund an.“

„Zusammenfassend kann man also feststellen, dass die Herkunft im Kaufentscheidungsprozess von Lebensmitteln eine Rolle spielt, da sie einen Einfluss auf das Vertrauen hat, das die Konsumenten diesen entgegenbringen und damit verbunden, wie sie die Produktqualität wahrnehmen.“

Kaufentscheidungsfaktoren - spontan

Frage: Was ist Ihnen beim Einkauf von Lebensmitteln des täglichen Bedarfs wichtig?

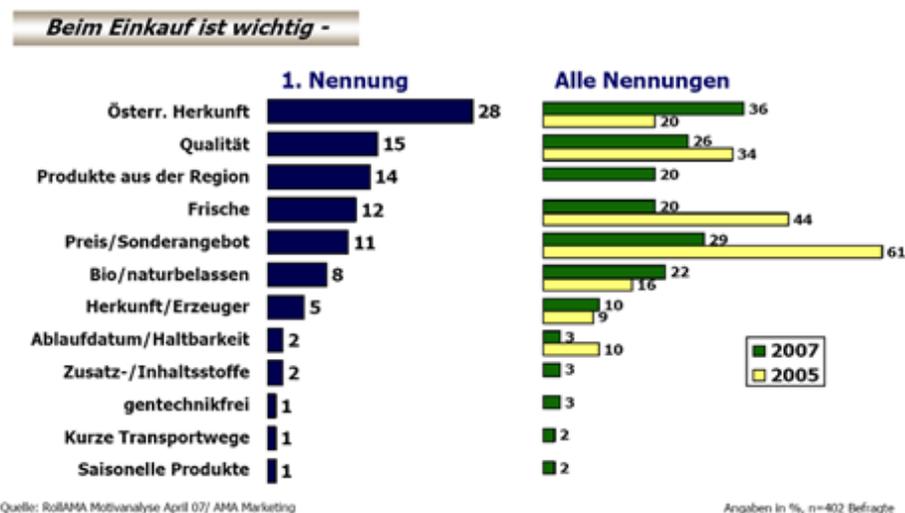


Abb. 22: Die Grafik der AMA zeigt, welche Faktoren über den Einkauf entscheiden

Ad „Emotionale Qualität“ des Produktes, S. 35:

Neben dem Einsetzen der Regionalität als Differenzierungsmerkmal (= Regionale Marke) ist es zusätzlich auch möglich eine „emotionale Qualität“ des Produktes aufzubauen. „Es gibt verschieden Möglichkeiten, Produkte mit emotionalen Qualitäten zu versehen (vgl. Alvensleben, 200b, S. 400 f):

- Man lässt Produkte eine Geschichte erzählen (z.B. „Bärenmarke“)
- Man verbindet Produkte mit einem persönlichen Erlebnis wie etwa einer Kindheitserinnerung, einem Einkaufs- oder Urlaubserlebnis
- Produkte werden mit einem Prestigewert oder einem speziellen Lebensstil verbunden, den sie darstellen (z.B. Symbol für Status,..)
- Man schafft eine emotionale Positionierung der Produkte, indem man Sympathie oder Vertrautheit erzeugt
- Ist der Anbieter dem Verbraucher persönlich bekannt, so erhalten dessen Produkte ebenfalls eine emotionale Qualität
- Nicht zuletzt das Image des Herstellers, der Herkunftsregion oder des Herstellungsverfahrens können dem Produkt ebenfalls einen emotionalen Wert verleihen

Durch die emotionale Qualität gegenüber anderen Produkten lassen sich „in einem Zeitalter in dem die eigentlichen Produkte und Prozessqualitäten zur Selbstverständlichkeit avanciert sind, Verbraucherpräferenzen“ erzeugen.

Ad Herkunfts- und Gütezeichen, S. 55:

Herkunfts- und Gütezeichen sind Qualitätsgarantien, die normalerweise nicht von einzelnen Betrieben, sondern von Verbänden als Gemeinschaftszeichen vergeben werden...

Voraussetzung, dass die Herkunft vom Konsument positiv in dessen Kaufentscheidung einfließt, ist natürlich, dass dem Konsumenten die Herkunft des Produkts überhaupt bewusst ist und dass er sie nachvollziehen kann.

„Einstellung der Konsumenten und des Handels zu Regionalität und der Marke GenussRegion Österreich“, Julia Popp, Diplomarbeit Universität Wien, 2010

Ad Regionalität, S. 45:

„Als eine der wichtigsten Konsequenzen der Globalisierung kann die zunehmende Regionalität gesehen werden...Die Vermarktungsstrategie der Herkunftsgarantie weist die Authentizität der Ware aus, welche sich durch eine charakteristische Kulturlandschaft, traditionelle Wissenssysteme und mit ihr verbundener Lebensqualität ergibt und schafft ein Differenzierungsmerkmal für Produzenten, da die Herkunft für Qualität steht....Hierbei geht es um einen Mehrwert, mit dem regionale Produkte angereichert sind. Der erzeugte Mehrwert ist im Sinne von positiven Assoziationen mit den „Regionen, Traditionen, Menschen und Eigenheiten“ zu verstehen. Diese besonderen Qualitäten, die sowohl mit Phantasien als auch Emotionen verknüpft sind, stellen einen Wettbewerbsvorteil dar und ermöglichen Produzenten regionaler Produkte die Etablierung auf dem Markt.“

Zusammenfassung

Aus den obigen Auszügen lassen sich zusammenfassend folgende Tatsachen im Bezug auf das Kaufverhalten der Konsumenten bei regionalen Produkten zusammenfassen:

- Die Einstellung der Konsumenten gegenüber regionalen Produkten ist grundsätzlich positiv. Die Nachvollziehbarkeit der Herkunft ist ein wichtiges Kriterium bei der Kaufentscheidung.
- Unterschiede zwischen positiver Einstellung auf der einen und tatsächlichem Kaufverhalten auf der anderen Seite beruhen oftmals auf Defiziten im Marketing.
- Neben der objektiven Produktqualität ist auch die vom Konsumenten wahrgenommene, subjektive Produktqualität für den Kauf entscheidend. Diese hängt mit den Emotionen, die mit dem Produkt verbunden sind, zusammen. Eine emotionale Produktqualität kann durch positive (Urlaubs-)Erlebnisse, schöne Erinnerungen, Vertrautheit, eine persönliche Beziehung zwischen Anbieter und Käufer sowie durch positive Assoziationen mit der Herkunftsregion bzw. dem Herstellungsverfahren erzeugt werden.
- Produkte werden nicht nur nach ihrem Gebrauchswert nachgefragt. Der Wunsch nach Individualität, Authentizität und Natürlichkeit sowie die Berücksichtigung ökologischer und ethischer Aspekte sind wichtige Konsumtrends (Stichwort: Moralkonsum).
- Dass dem Konsumenten die Herkunft des Produkts überhaupt bewusst ist und dass er sie klar nachvollziehen kann, ist Voraussetzung, dass diese positiv in dessen Kaufentscheidung einfließen kann.
- Durch eine Herkunftsgarantie wird das Produkt mit einem „Mehrwert“ angereichert, der einen Wettbewerbsvorteil darstellt. Dieser Mehrwert liegt vor allem in positiven Assoziationen, die mit den Begriffen „Traditionen, Menschen und Eigenheiten“ verknüpft sind.

4.6 PROJEKTE, PRODUKTE UND MARKEN DER REGION

Im Folgenden werden beispielhaft sowohl grenzüberschreitende Projekte, Produkte und Marken der Region Salzburg und Bayern als auch lokale Initiativen vorgestellt, mit denen eine Kooperation bzw. eine Einbindung des "Almen aktivieren - Gütesiegels" denkbar wäre.

4.6.1 Grenzüberschreitende Projekte

Urlaub am Bauernhof - Innovative Urlaubsbauernhöfe im ländlichen Raum



Abb. 23: Homepage www.traumbauernhof.com



Abb. 24: Homepage www.traumbauernhof.de



Abb. 25: Homepage: www.berchtesgadener-land.com/de/urlaub-auf-dem-bauernhof

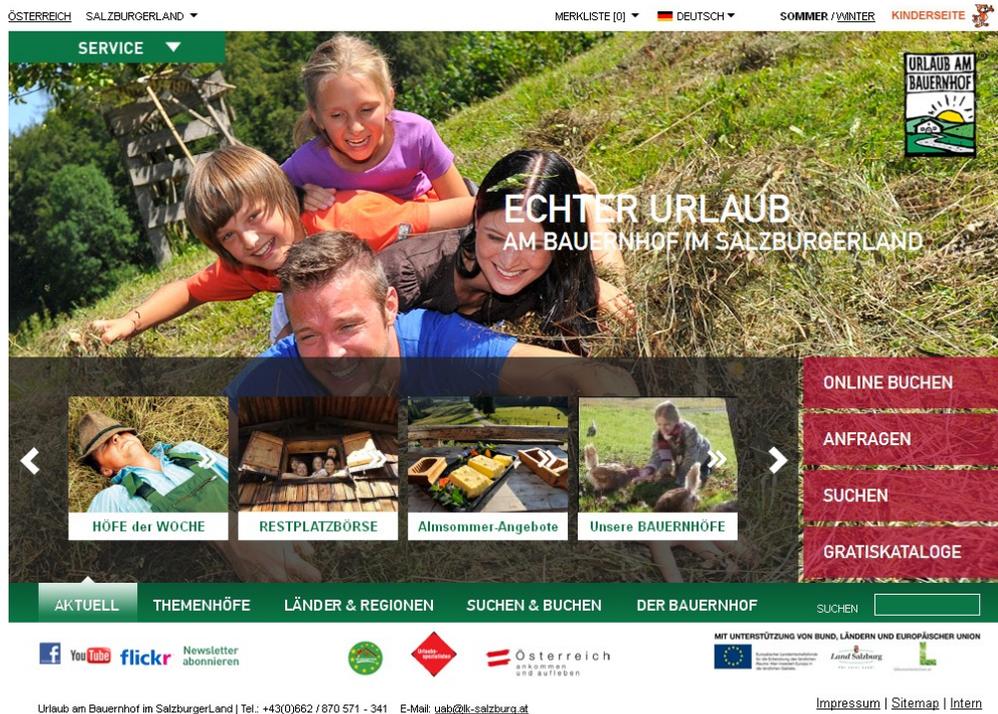


Abb. 26: Homepage: www.urlaubambauernhof.at/bundesverband/salzbürgerland.html

Auf der Homepage www.traumbauernhof.com bieten 2.400 Bauernhöfe aus der Region Chiemgau, Rupertiwinkel/Berchtesgadner Land sowie Salzburger Land gemeinsam "Urlaub am Bauernhof" an. Geworben wird mit der schönen Landschaft (Berge, Seen, kleine Anhöhen, knorrige Obstbäume,...) aber auch mit den kulinarischen Schmankerln der Region.

Mit der Initiative werden mehreren Zielsetzungen verfolgt. Die wesentlichsten dabei sind:

- Steigerung der Wertschöpfung durch eine Verbesserung des Angebotes aufgrund von Qualifizierung, Erfahrungsaustausch und Vernetzung mit den bestehenden touristischen Angeboten
- Sicherung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in der EuRegio durch Stärkung und Weiterentwicklung des Segments Urlaub am Bauernhof, Sicherung des Bettenangebotes und der Wettbewerbsfähigkeit sowie Steigerung der Attraktivität der Bauernhöfe, Optimierung der Angebote und Dienstleistungen auf den Höfen, Präsentation des Bauernhofes als Gesamterlebnis im Spannungsfeld Stadt/Land, Verbesserung touristischer Dienstleistungsangebote durch Einbindung der bäuerlichen Zusatzqualifikationen (Diversifizierung, mehrsaisonale Angebote, Saisonverlängerung) und wechselseitige Vernetzung der Angebote von bäuerlichen Vermietern, Tourismusorganisationen und Betrieben mit Zusatzangeboten
- Gewinnung zusätzlicher Gästeschichten im Segment der "neuen" Familien (z.B. Patchwork-Familie)
- Vernetzung und verbesserter Zugang zum grenzüberschreitenden (euRegionalen) Tourismus- und Freizeitangebot für die Gäste auf dem Bauernhof
- Qualitätsmanagement, Angebotsentwicklung und Qualifizierungsmaßnahmen



Abb. 27: Logos von Urlaub am bzw. auf dem Bauernhof in Ö und D

Bei der Umsetzung des entwickelten „Almen aktivieren“ Gütesiegels bzw. von konzipierten Einzelmaßnahmen könnte eine Zusammenarbeit mit „Urlaub am Bauernhof“ im Rahmen gegenseitiger Bewerbung und Verlinkung erfolgen.

Projektpartner

Salzburger Land Tourismus GmbH

Ansprechpartner: Franz Pölzleitner

T: 0043/664/80668860, E-Mail: f.poelzleitner(at)salzbürgerland.com

Anbietersgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof im Chiemgau im Maschinen- und Betriebs-hilfsring Traunstein e.V.

Ansprechpartner: Raphael Röckenwagner

T: 0049/8669/8655-14, E-Mail: raphael.roeckenwagner(at)maschinenringe.de

Gefördert aus Mitteln der Europäischen Union (INTERREG III A, INTERREG IV A) 2002-2011

Alpen-Kulinarik - so schmeckt die Region



Abb. 28: Logo Alpen-Kulinarik

Mit dem Projekt Alpen-Kulinarik sollen, gemeinsam mit den Gastronomen, Erzeugern, Händlern und Verarbeitern regionaler Lebensmittel in den Projektregionen, dem Gast die kulinarischen Besonderheiten und die authentische regionale Küche näher gebracht werden. Auf der Homepage: www.alpen-kulinarik.eu werden in einer Datenbank die regionalen Anbieter grenzüberschreitend vorgestellt sowie diverse Veranstaltungen und Publikationen zum Thema angekündigt.

Folgende Ziele wurden für das Projekt formuliert:

- Grenzüberschreitende Vermarktung, Darstellung und Vernetzung regionaler Akteure und Kooperationen in der Projektregion Oberbayern und Salzburg
- Gezielte Unterstützung bestehender Regionalitätsinitiativen im Bereich Kulinarik
- Bewahrung traditioneller regionaler Küchenkultur in Verbindung mit deren moderner Interpretation und der Entwicklung neuer, innovativer Merkmale regionaler Küche

Zu dem Projekt bestehen mehrere Schnittstellen im Bezug auf die Umsetzung von im Rahmen des Konzeptes entwickelten Maßnahmen. Dies betrifft z.B. Kochkurse, Sichtung und Aufbereitung von traditionellem Erfahrungswissen, etc. Im Zuge des „Almen aktivieren“ Projektes gab es immer wieder gemeinsame Abstimmungssitzungen mit dem Projektteam von Alpen-Kulinarik.

Lead Partner

Universität Salzburg, Zentrum für Gastrosophie

Ansprechpartner: Univ.-Prof. Dr. Thomas Mohrs

T: 0043/688/8159918, E-Mail: mohrs(at)gastrosophie.at

Projektpartner

Tourismusverband München-Oberbayern e.V.

Ansprechpartnerin: Karin Sollinger

T: 0049/89/829218-20, E-Mail: alpen-kulinarik(at)oberbayern.de

Fachhochschule Salzburg Forschungsgesellschaft mbH

Ansprechpartnerin: Mag. Maria Pinwinkler

T: +43/50/2211-1362, E-Mail: maria.pinwinkler(at)fh-salzburg.ac.at

Gefördert aus Mitteln der Europäischen Union (INTERREG IV A) 2010-2013

4.6.2 Projekte, Produkte und Marken in Salzburg

Genussregion Tennengauer Almkäse

<http://www.tennengau.com/genuss-region-tennengauer-almkaese>

Bei sechs Tennengauer Almkäse Produzenten sowie auf sieben Tennengauer Käsealmen werden verschiedene Käsevariationen – vom klassischen Kuhmilchkäse bis hin zum Ziegenkäse – vorwiegend aus bester Heumilch und in erstklassiger Bio-Qualität produziert. Teilweise stammt die Milch von den gefährdeten Pinzgauer Rindern. Auf den Käsealmen gibt es die Möglichkeit diese Produkte direkt auf der Alm zu konsumieren. Sie können jedoch auch bei diversen Hofläden bezogen werden (siehe Homepage). Das Projekt kann durchaus Anregungen bezüglich der Produktion von Käse auf der Alm für die gegenständliche Initiative „Almen aktivieren“ liefern.

Genussregion Tennengauer Berglamm

<http://www.tennengau.com/genuss-region-tennengauer-berglamm>

Das Tennengauer Berglamm zeichnet sich durch die naturnahe Haltung der Mutterschafe aus. Diese stammen von der Rasse Tiroler Bergschaf und die Schafböcke von den fleischbetonten Rassen Texel, Suffolk, Jura und Dorper. Das Lammfleisch ist leicht bekömmlich und bei den Touristen sehr beliebt. Besondere Spezialitäten sind Lammcarpaccio, Lammrücken, Schöpsernes (Lammbraten), Lammschlögel und Lammkrone. Das Tennengauer Berglamm kann in regionalen Gasthöfen oder direkt ab Hof bezogen werden. Ein besonderes Produkt ist aus der Kooperation mit der Genuss Region Tennengauer Almkäse entstanden – die „Tennengauer-Almkäse-Berglamm-Krainer“ aus Lammfleisch und Bio-Heumilchkäse. Interessant ist vor allem die breite Palette an Lammspezialitäten, die im Rahmen des Projektes angeboten werden.

Genussregion Flachgauer Heumilchkäse

<http://www.genuss-region.at/genussregionen/salzburg/flachgauer-heumilchkaese/index.html>

Insgesamt sieben Käseproduzenten produzieren diesen aus einem traditionellen Heumilchgebiet stammenden Käse. Dabei wird auf die Fütterung von Silage verzichtet. Ein Drittel der verarbeiteten Milch stammt von Biobetrieben. Die hohe Käsereitauglichkeit der Heumilch macht es möglich, bei der Verkäsung zur Gänze auf Zusatzstoffe und Konservierungsmittel zu verzichten. Nach der täglichen Milchabholung wird die Heumilch in den örtlichen Käsereien zu Käsespezialitäten wie z.B. Österreichischem Bergkäse, Heumondkäse, und vielen anderen Heumilchkäsen verarbeitet. Zahlreiche GenussWirt*innen der Region bieten den Käse auf ihrer Speisekarte an.

Lungauer Ziegenkäse

<http://www.tauernroggen.at/de/hiasnhof.html>

<http://www.tauernroggen.at/de/der-verein.html>

Der HIASN-HOF ist ein Bergbauernbetrieb im Salzburger Lungau, gelegen an den Südhängen der Niederen Tauern in 1.250 m Seehöhe. Die Familie Naynar-Lanschützer bewirtschaftet den ca. 20 ha großen Betrieb biologisch und hat sich in der Direktvermarktung vor allem auf Käse spezialisiert. Gunther Naynar, ehemaliger Kunstprofessor und nun Biobauer, ist Gründer des Slow Food Conviviums Lungau und Obmann des Vereins Lungauer Arche. Dieser "Verein zur Erhaltung der Artenvielfalt" im Lungau, unterstützt die Erhaltung der alten Getreidesorte "Tauernroggen" und den Kräuteraanbau. In der kleinen, aber exquisiten Käserei am HIASN-HOF werden die Milch der Ziegenherde und daneben ein Teil der Kuhmilch zu seltenen Spezialitäten verkäst. Viele Österreichische Spitzenrestaurants zählen seit Jahren zu den Stammkunden des Betriebes.

Sehr engagierte Initiative, die mit einem Presidiprodukt mittlerweile weit über die Grenzen des Lungaus bekannt ist und Anlehnungsmöglichkeiten zum Beispiel hinsichtlich Produktentwicklung und -präsentation bietet.



Abb. 29: Käsespezialitäten vom Hiasnhof (Quelle: www.tauernroggen.at/de/hiasnhof.html)

Tauernlamm

www.tauernlamm.at

In der Nationalparkregion Hohe Tauern werden Lämmer von regionalen Bergbauernbetrieben unter natürlicher Haltung aufgezogen und vermarktet. Folgende Qualitätskriterien werden bei der Aufzucht und Schlachtung beachtet:

- Almhaltung - Dadurch haben die Tiere große Bewegungsfreiheit und fressen nur das beste Futter. Die Bedingungen auf der Alm (klares Wasser, Ruhe, kühler Wind...) wirken sich positiv auf die Gesundheit der Tiere aus.
- Langsames Wachsen - Das Tauernlamm ist beim Schlachten etwa acht bis zehn Monate alt.
- Reife - Das Lamm ist ein Wiederkäuer, das heißt dass das Fleisch abgehangen sein muss, um die notwendige Reife zu bekommen. Für den Frischfleischverkauf wird die Ware mindestens vier Tage im Kühlraum abgehangen.

Die Wurstherstellung für Tauernlammprodukte unterscheidet sich grundlegend von der Produktion konventioneller Wurst. Tauernlamm-Frischwürste (z.B. Grillwürstel) werden nur aus Lammfleisch, Speisesalz und Gewürzen hergestellt. Es wird kein Pökelsalz und kein Schweinefleisch verwendet.

Vor allem die Art der Wurstproduktion macht das Projekt auch für die gegenständliche Initiative von „Almen aktivieren“ interessant.



Abb. 30: Biologische Freilandhaltung des Tauernlammes (Quelle: www.tauernlamm.at)

Kontakt

Tauernlamm
Verwertung reg. Genossenschaft m.b.H.
Eschenau 11
5660 Taxenbach

Saalachtaler Bauernladen

www.saalachtaler-bauernladen.at



Abb. 31: Homepage Saalachtaler Bauernladen

In dem Bauernladen werden Produkte von 24 bäuerlichen Betrieben ausschließlich aus der Region Pinzgau angeboten. Alle Produkte werden durch kurze Transportwege umweltschonend der heimischen Bevölkerung und den Gästen angeboten. Die Produktpalette umfasst Milchprodukte, Fleischprodukte, Brot und Knödel, Tee, Säfte, Honig, Schnäpse und Liköre, Geschenkkörbe sowie Gutscheine nach Wahl.

Der Saalachtaler Bauernladen ist mittlerweile sehr bekannt und wird von Gästen und Einheimischen aus halb Salzburg aufgesucht.

Kontakt:

Saalachtaler Bauernladen
Lofererstraße 26
5760 Saalfelden am Steinernen Meer

Adneter Käseladen - Dorfkäserei Pötzensberger

www.biokas.at

In der Käserei wird ausschließlich die naturbelassene Heu-Rohmilch von den biologisch wirtschaftenden Adneter Bauern verwendet. Auf der Homepage wird der Slogan „Gesunde Milch von gesunden Kühen“ verwendet. Als Futtergrundlage dient eine üppige Artenvielfalt an Gräsern und Kräutern, die auf den Feldern und Berghängen zwischen 500 und 1.200 m wachsen. Die Böden werden ausschließlich mit natürlichem Dünger - Stallmist, Jauche, Kompost usw. - versorgt. Daher nehmen die Tiere keine Rückstände vielfach üblicher Dünge- und Pflanzenschutzmittel auf. Folgende Sorten Bio-Käse werden erzeugt: Magdalenenkäse, Magerkäse, Adneter Bergkäse, Adneter Dorfkäse, Adneter Emmentaler, Rauchkuchl-Kas, Alpenperle und Bauernkas.

Kontakt

Dorfkäserei Pötzensberger
Waidach 27
5421 Adnet

Almkäserei Kallbrunnalm

Die Almkäserei auf der Kallbrunnalm ist eine mittlerweile sehr erfolgreiche Produktinitiative im Grenzbereich Salzburg und Bayern. Die nachfolgende Zusammenfassung wurde aus dem Bericht „Naturparke und nachhaltige Regionalentwicklung, Christina Klenovec“ übernommen.

Ende der 1990er Jahre waren die Bauern der Agrargemeinschaft Kallbrunnalm mit der Situation konfrontiert, dass der Milchpreis für die produzierte Milch stark schwankend und nicht zufriedenstellend war. Gleichzeitig hatte die in den Sommermonaten auf der Alm erwirtschaftete Milch eine sehr gute und hohe Qualität. Die Herausforderung bestand darin, Lösungsansätze für eine verbesserte Wertschöpfungskette zu finden.

Das Projekt Almkäserei Kallbrunnalm erwirtschaftete 2012 aus etwa 75.000 Liter Almmilch 8.000 kg Käse, die möglichst vor Ort in der Almkäserei oder über die Almbauern direkt vermarktet werden bzw. sowohl auf bayerischer als auch auf Salzburger Seite bei entsprechenden Kooperationspartnern vertrieben werden (Naturparkpartnerbetriebe, Spezialitätenläden). Aktuell sind am Projekt Almkäserei 18 Landwirte beteiligt. Zielsetzung des Projektes war es, ein Modell zu entwickeln, das den Landwirten einen fairen Milchpreis sowie eine gewisse Menge Milch sichert, die garantiert abgenommen und möglichst vor Ort weiter veredelt werden kann. Mit Obmann Heimo Grassl hatte die Agrargemeinschaft Kallbrunnalm einen entsprechenden Vordenker, der bereit war, bestehende Vermarktungsmuster (Milcheinlieferung an die Molkerei mit stark schwankenden Milchpreisen) zu durchbrechen und nach Alternativen zu suchen. Um das Risiko gering zu halten, startete er das Produkt mit einer mobilen Käserei. Ein ausgebildeter Käser kommt mit einem Käsemobil direkt vor Ort und verarbeitet eine bestimmte Menge Milch. Auch heute noch wird in einer Kombination aus mobiler Käserei und fix installiertem Kupferkessel gekäst. Der Absatz der verschiedenen Käsesorten vom Almkäse bis zum Bergkäse läuft erfreulich gut, sodass auch 2013 die Produktionsmenge weiter gesteigert werden kann.

Im ersten Jahr hatte der Obmann Mühe, die benötigte Milchmenge von etwa 1.600 Liter Milch (Mindestmenge, um dem Aufwand gerecht zu werden) zusammen zu bekommen. Es wurden gerade einmal 15 Laib Käse produziert. Mit den aktuell produzierten 8.000 kg Käse konnte eine enorme Wertsteigerung für die hochwertige Almmilch erzielt werden. Ein Käsekeller wurde finanziert und gemeinsam mit dem Naturpark Weißbach, dem Nationalpark Berchtesgaden und der Naturschutzabteilung des Landes Salzburg konnte im Rahmen eines Interreg-Projektes eine Hütte gebaut werden, die neben einem Verkostungs- und Verkaufsraum für den Kallbrunner Almkäse einen Versammlungsraum und einen interaktiven Informationsraum bietet.

Pinzgauer Rind (Milch u. Fleisch)

www.pinzgauerrind.at

www.genuss-region.at/genussregionen/salzburg/pinzgauer-rind/produkt.html

www.lebensministerium.at/lebensmittel/trad-lebensmittel/fleisch/rind.html

Im Jahr 2006 wurde die GENUSS REGION "Pinzgauer Rind" in den Genusskatalog aufgenommen. Das Pinzgauer Rind ist ein auf Milch und Fleisch gezüchtetes Zweinutzungsgrind und zählt zu den europäischen Höhenviehassen. Durch den ständigen Druck zur Spezialisierung in Richtung Milchproduktion auf der einen und Fleischproduktion auf der anderen Seite wurde die Doppelnutzungsrasse Pinzgauer immer weiter zurück gedrängt. Ein gezieltes Marketing und spezielle Vermarktungsprogramme sichern heute den Bestand der Rasse Pinzgauer Rind.

In Salzburg gibt es zurzeit 700 Bauern, etwa die Hälfte davon sind Bio-Bauern, mit rund 8.000 Kühen der Rasse Pinzgauer. Die Tiere leben artgerecht im Sommer mit Weidegang oder auf Alpen und im Winter vorwiegend in Laufställen oder in Anbindeställen. Die Rinder werden mit hofeigenem Gras und Heu und hofeigener Silage gefüttert. Als Futterergänzung wird Getreideschrot zugekauft.

Die Vermarktung der Pinzgauer Rinder erfolgt zum größten Teil über den Rinderzuchtverband Salzburg und die EZG (Erzeugergemeinschaft)-Salzburger Rind mit Sitz in Maishofen. Das hochwertige Fleisch des Pinzgauer Rindes ist aber auch bei diversen Direktvermarktern oder bei kulinarisch interessierten Gastwirten des Nationalparks Hohe Tauern erhältlich. Derzeit kümmern sich um die Vermarktung der Pinzgauer Rindprodukte sieben Produzenten, es gibt 14 Bezugsquellen im Handel und 30 Gastronomen (GenussWirte) servieren köstliche Pinzgauer Rindgerichte.

Ansprechpartner

Arbeitsgemeinschaft der Pinzgauer Rinderzuchtverbände
Rinderzuchtverband Salzburg/EZG
Mayerhoferstraße 12
5751 Maishofen

Pinzgauer Bierkäse

<http://www.pinzgaumilch.at>

<http://www.lebensministerium.at/lebensmittel/trad-lebensmittel/kaese.html>

Der Pinzgauer Bierkäse ist ein magerer Schnittkäse aus entrahmter Kuhmilch. Er erhält seinen charakteristischen Geschmack durch die Qualität der Milch, welche in direkter Beziehung zur lokalen Vielfalt alpiner Pflanzen und Kräuter der Region steht. Die regionale Produktion von Pinzgauer Bierkäse trägt durch eine extensive Milchkuhhaltung zur nachhaltigen Aufrechterhaltung der alpinen Kulturlandschaft und Erhaltung der Artenvielfalt der Almen bei. 1951 wurde der Pinzgauer Bierkäse als typische österreichische Käsesorte anerkannt. Die Milch dafür stammt von rund 1.200 Bauern aus der Gebirgsregion Pinzgau, Pongau und der angrenzenden Region Kaiserwinkl in Tirol. 50 % der Milchbauern wirtschaften biologisch. Von Mai bis September weiden die Milchkühe auf den zahlreichen umliegenden Almen in der Nationalparkregion Hohe Tauern.

Ansprechpartner

Pinzgau Milch Produktions GmbH
Saalfeldnerstraße 2
A-5751 Maishofen

Pinzgauer Kitz

www.genuss-region.at/genussregionen/salzburg/pinzgauer-kitz/index.html

www.lebensministerium.at/lebensmittel/trad-lebensmittel/fleisch/schaf-ziege.html

www.alpinetgheep.com/413-0-Salzburg.html

Die GENUSS REGION "Pinzgauer Kitz" wurde im Jahr 2008 in den Genusskatalog aufgenommen. Mit dem Pinzgauer Kitz versucht der Salzburger Landesverband für Schafe und Ziegen in Kooperation mit seinen Mitgliedsbetrieben seine Angebotspalette an Produkten von kleinen Wiederkäuern abzurunden.

Das Pinzgauer Kitz ist ein junges, 8 - 10 Wochen bzw. 3 - 6 Monate altes Kitz, das saftiges und mageres Fleisch liefert. Das Fleisch besitzt ein einzigartiges Aroma und einen einmaligen Geschmack, was direkt mit der regionalen alpinen Vegetation zusammenhängt. Es wird in traditioneller extensiver Haltung in der alpinen Region Pinzgau gehalten und trägt damit zur Aufrechterhaltung der Kulturlandschaft bei. Auf Grund des niedrigen Kalorien- und Cholesteringehaltes findet es ganzjährig großen Anklang bei den Konsumenten.

Derzeit werden in der Region Pinzgau rund 600 Ziegen samt Nachzucht gehalten. Die Weideflächen liegen auf einer Seehöhe zwischen 800 und 2.000 m. Beim Pinzgauer Kitz handelt es sich um Edelziegen sowie um die bodenständigen und als gefährdet eingestuft Rassen Pinzgauer Ziege, Tauernschecken, Pfauenziege, Pinzgauer Strahlenziege sowie Gämshorngebirgsziege.

ge. Vater- und Muttertiere werden, wenn nötig, zugekauft und dürfen ausschließlich aus Österreich stammen. Das Pinzgauer Kitz wird ausschließlich in der Region geboren und im selben Betrieb aufgezogen. 50 % der Bauern produzieren nach biologischen Richtlinien. Durchschnittlich werden pro Jahr rund 300 Tiere geschlachtet. Das passiert sowohl in einem EU-zertifizierten Schlachthof in der Region als auch in regionalen Fleischereien. Derzeit gibt es vier Pinzgauer Kitz-Produzenten, fünf GenussWirte und eine Bezugsquelle im Handel.

Ansprechpartner

Salzburger Landesverband für Schafe und Ziegen
Schwarzstraße 19
5024 Salzburg

4.6.3 Projekte, Produkte und Marken in Bayern

Goas Alm Mittenwald

www.goas-alm.de

Der Hofladen unweit von Mittenwald in Bayern bietet seit 2005 Ziegenkäse aus eigener Produktion und weitere Produkte der Region an. Seit 2011 gibt es auch einen Online-Shop. Im Hofladen selbst stehen ein paar Tische, an denen man Käsebröte, Käseplatten sowie Getränke und im Winter auch warme Speisen konsumieren kann. Die Goas-Alm-Besitzer betreiben nicht nur den Hofladen, sondern vermieten zusätzlich auch Ferienwohnungen. Dieses Beispiel zeigt, wie auch ein Familienbetrieb ein kleines Projekt erfolgreich umsetzen kann.

Ansprechpartner

Goas-Alm
Gabi Sailer
Buckelwiesen 5
82481 Mittenwald

Schönegger Käse-Alm

www.schoenegger.com

Vor 25 Jahren wurde die Schönegger Käse-Alm als Familienbetrieb in Schönegg mit einem Verkaufsladen und einer kleinen Schaukäserei eröffnet. Seit damals verarbeitet Sepp Krönauer, Heumilchbauer, Käsemeister und Inhaber der Schönegger Käse-Alm, Heumilch zu diversen Käseprodukten. Im Laufe der Jahre kamen Käsereien, das Reifezentrum und das Auslieferungslager dazu. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen rund 120 Mitarbeiter und verarbeitet die Milch von 280 Heumilchbauern aus dem Allgäu, Oberbayern, dem Bregenzer Wald, dem Großen Walsertal und aus Tirol. Die Käsespezialitäten werden in 28 Verkaufsstellen in ganz Bayern vermarktet und über den Online-Shop direkt an Privatkunden verkauft. Neben über 50 Käseprodukten (Hart-, Weich- und Schnittkäse, Ziegen- und Schafskäse) werden auch Butter, Wild- und Wurstspezialitäten, Molkeprodukte (Drinks und Pflegeprodukte), Allgäuer Honig, Brot und Nudeln angeboten.

Überdies findet auf der Schönegger Käse-Alm von Mai bis Oktober ein- bis zweimal wöchentlich ein Schaukäsen inklusive Brotzeit statt, der Eintritt ist frei.

Die Schönegger Käse-Alm zeigt, wie mit Engagement und Herzblut aus einem kleinen Projekt über Jahre etwas richtig Großes werden kann. Überdies ist sie ein gutes Beispiel, wie Produktvermarktung mit Bewusstseinsbildung (Schaukäsen) vereinbart werden kann.

Ansprechpartner

Schönegger Käse-Alm GmbH
Steinwies 20
86984 Prem

Bergader Käse

www.bergbauernkaese.de

www.bergader.de

Die Milch für den Bergader Bergbauern Käse stammt ausschließlich von Höfen, die gemäß EU-Förderrichtlinie als Bergbauern-Betriebe definiert sind. Ihre Weiden und Wiesen liegen entweder über 800 Meter oder in einer Höhe von 600 bis 800 Metern und weisen gleichzeitig eine Hangneigung von mindestens 18 Prozent auf. Es gibt zirka 300 Bergbauernhöfe in der Schliersee-region, die die Milch für den Bergader Bergkäse liefern.



Abb. 32: Homepage der Bergader Bergbauern (www.bergbauernkaese.de)

Die Bergader Privatkäserei stellt neben dem Bergbauernkäse noch zahlreiche andere Bergader Käsespezialitäten her (Bergader Edelpilz, Bavaria Blu, Bergader Almkäse, Bonifaz...). Es wird ausschließlich regionale Milch verwendet. Die für die Bergader Privatkäserei arbeitenden Milchbauern stammen aus den Regionen Burghausen (ca. 520 Betriebe), Chiemgau (ca. 190 Betriebe), Bayrisches Oberland (ca. 410 Betriebe), Innviertel (ca. 350 Betriebe) und Schliersee (ca. 250 Betriebe).

Mittlerweile gibt es zwei Bergader Käsetheken, die von der Privatkäserei betrieben werden, eine in Waging am See und eine in Traunstein. In der sogenannten „Käseakademie“ in Waging am See werden Führungen unter dem Titel „Schmankerlstunden“ angeboten, wobei eine kleine (Verkostung von 5 Käsesorten) und eine große Schmankerlstunde (Verkostung von 10 Käsesorten) zur Wahl stehen. Zusätzlich wird in der Bergader Privatkäserei vier Mal im Jahr ein besonderes Event angeboten: Die Besucher erleben einen Starkoch zum „Anfassen“, können diesem beim Kochen mit Käse über die Schultern schauen und erfahren viel Interessantes zum Thema Genuss und Gewürze. Natürlich werden die angerichteten Schmankerl auch gleich probiert. Ein interessanter Aspekt für das vorliegende Projekt ist die genaue Definition der Herkunftskriterien der Milch für den Bergader Bergbauern Käse.

Am Beispiel der Privatkäserei Bergader wird eine Verknüpfungsmöglichkeit zwischen Produkt und Bewusstseinsbildung deutlich. Eine gute Anregung ist der Spezial-Event mit dem Sterne-Koch, wodurch das Produkt durch Verbindung mit einer bekannten Person einen speziellen Touch bekommt.

Ansprechpartner

Bergader Privatkäserei GmbH
Weixlerstraße 16
83329 Waging a. See

Murnau - Werdenfelser Rind

www.murnauwerdenfelser.de

Das Murnau-Werdenfelser Rind ist eine der am stärksten bedrohten Nutztierassen Deutschlands. Die Heimat des Murnau-Werdenfelser Rindes ist das Werdenfelser Land – das Alpen- und Voralpengebiet um Garmisch-Partenkirchen, Mittenwald, Oberammergau und Murnau. Das Murnau-Werdenfelser Rind ist sehr widerstandsfähig und an das raue Klima gewöhnt. Es ist nicht nur die einzige deutsche Rinderrasse, die an Moor- und Sumpflandschaften gut angepasst ist, sondern bewährt sich auch im steilen Gelände. Bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts war das Murnau-Werdenfelser als „Dreinnutzungs-rind“ beliebt, also als Arbeitstier, als Milch- sowie in beschränktem Umfang als Fleischlieferant. Auch seine hohe Fruchtbarkeit trug zu seiner Verbreitung bei. Mit der Entwicklung moderner landwirtschaftlicher Strukturen – insbesondere der Spezialisierung der Landwirtschaft auf Fleisch- bzw. Milchproduktion auch im bayerischen Voralpenland – und der Züchtung entsprechender Hochleistungs-Rinderrassen, die nur noch entweder Milch- oder Fleischlieferant sein sollten, wurden die Murnau-Werdenfelser Rinder wegen ihrer geringeren Milch- und Fleischleistung bis auf 130 Zuchttiere und eine Gesamtpopulation von 350 Tieren zurückgedrängt. Jüngere Untersuchungen haben gezeigt, dass insbesondere die Milch des Murnau-Werdenfelser Rindes über beste Eigenschaften verfügt, die sie besonders für die Verkäsung geeignet machen. Noch ist die derzeitige Population jedoch viel zu klein, um aus der Milchmenge einen eigenen Käse herzustellen.

(Quelle: http://www.slowfood.de/biodiversitaet/die_arche_passagiere/murnauwerdenfelserrind v. 10.7.2013)

Die Population der Murnau-Werdenfelser Rinder hat sich mittlerweile - dank einiger Züchter, die diese Rasse in ihrer ursprünglichen Form erhalten möchten - auf derzeit 1.000 Tiere erholt. Die ganz besondere Qualität des Murnau-Werdenfelser Rindfleisches, seine Zartheit und der ausgeprägten Geschmack, wird von Kennern sehr geschätzt. Feinste Murnau-Werdenfelser Wurst- und Fleischwaren erhält man exklusiv im Wirtshaus DER PSCHORR (Viktualienmarkt 15, 80331 München). Frischfleisch vom Murnau-Werdenfelser Rind gibt es nur begrenzt und nur auf Anfrage bei der MuWe Fleischhandels GmbH.

Besonders interessant an der Initiative ist, dass angeboten wird, die Herkunft von jedem Stück Fleisch lückenlos zurückverfolgen zu können. Es ist möglich auszusagen, wo das Tier geboren ist, wer es aufgezogen und gemästet hat und wo es geschlachtet wurde.

Ansprechpartner

MuWe Fleischhandels GmbH
Wieser 1
83627 Warngau

Ökomodell Achenal „Qualität Achenal“

www.oekomodell.de

1997 stellte die Gemeinde Schleching einen Förderantrag für das Projekt, damals unter dem Arbeitstitel „Ökomodell Schlechinger Tal“. Im Jahr 1999 wurde der Verein „Ökomodell Achenal e.V.“ gegründet zu dem mittlerweile 9 Gemeinden (Bergen, Grabenstätt, Grassau, Marquartstein, Reit im Winkl, Schleching, Staudach-Egerndach, Übersee und Unterwössen) gehören.



Abb. 33: Projektgebiet Ökomodell Achenal (www.oekomodell.de)

Der Verein fördert eine umweltverträgliche und zukunftsorientierte Entwicklung der Region. Von Anfang an arbeitete das Ökomodell auch eng mit den Tiroler Nachbargemeinden Kössen, Schwendt und Kirchdorf zusammen. Ziele des Ökomodells Achenal sind die Erhaltung der Qualität des Lebensraumes und die Stärkung der Region durch vernetztes Denken und gemeinsames Handeln. Grundlage ist ein 4 Säulen-Konzept, das aus den Bereichen Landwirtschaft, Naturschutz, Tourismus und Energieversorgung besteht.



Abb. 34: 4-Säulenkonzept des Ökomodells Achenal (Quelle: www.oekomodell.de)

Umsetzungsstrategien

- (1) Regionale Vermarktung, naturnah erzeugte Produkte erhalten das Zeichen „Qualität Achenal“ (Fleisch und Wurst von gesunden Rindern, Milch, Butter und Käse, Obst, Wolle und Fell von Schafen und Ziegen, Honig, Holz und Holzprodukte).



Das Zeichen „Qualität Achenal“ wird an Produkte verliehen, die aus dem Achenal stammen. Es steht für Qualität: durch naturnahe Erzeugung, aus der Region und durch transparente Herstellung. Das Logo kennzeichnet Erzeugnisse, die gemäß den Erzeugerrichtlinien produziert werden. Es darf nur zur Bewerbung der Produkte und nicht zur Bewerbung der Betriebe selbst verwendet werden. Grundvoraussetzungen für die Vergabe sind die Mitgliedschaft im Verein und die Erfüllung der für die einzelnen Produkte vorgeschriebenen Richtlinien.

- (2) Für eine ressourcenschonende Wirtschaftsweise und gezielte Landschaftspflegemaßnahmen erhalten landwirtschaftliche Betriebe das Zeichen "Kulturlandschaft Achenal".



- (3) Weitere Tätigkeiten und Projekte des Vereins:
 - Infoveranstaltungen
 - Fortbildung für Landwirte
 - Öffentlichkeitsarbeit
 - Umweltbildung (Schulen, Erwachsene, Tourismus) etc.

- Projekte und Aktionen mit Kindern und Jugendlichen, z. B. Jugendcamp 2008 mit Schwerpunkt Umweltbildung
- Koordination und Fortbildung von Naturführern, Koordination Arbeitskreis Umweltbildung, Zusammenarbeit mit anderen Gebietsbetreuungen, Schulen u.a. Bildungseinrichtungen
- Fach-Exkursionen, z.B. im Mai 2008 zum Thema Artenvielfalt
- Naturwanderführer Achental
- Naturschutzgebiet Geigelstein - Besucherlenkung
- Koordination Jahr der Tiroler Achen 2007
- Koordination Naturerlebnis Achental 2008: "Heilpflanzen und Wildkräuter"

Das Ökomodell Achental ist ein besonders gutes Beispiel für ein erfolgreiches Regionalprojekt. Neben der Produktvermarktung gibt es auch zahlreiche bewusstseinsbildende Angebote, wie z.B. geführte Wanderungen unter dem Motto „Als Schmuggler durch die Entenlochklamm“ oder „Naturdetektive - mit der Lupe durch Wiese, Wald und Bach“. Auch für Kindergärten und Schulklassen gibt es attraktive Naturerlebnisangebote wie Projektstage zum Thema „Almen erleben“ oder „Die Wiese lebt – wir tauchen ein“. Weiters interessant ist die eigens eingerichtete Achental-Buslinie, welche Gäste der Ökomodell-Gemeinden, die im Besitz eine Gäste- oder Kurkarte sind, kostenlos benützen können.

Ansprechpartner

Ökomodell Achental e.V.

Kirchplatz 1

83259 Schleching

Schlüsselperson:

Claudia Irlacher (Gebietsbetreuerin im Achental)

Rupertirind

www.rupertirind.com

Die regionale Marke Rupertirind wurde auf Initiative von Metzgermeister Gottfried Heilmaier aus Waging am See gegründet. Ziel ist die Wiederansiedlung der ursprünglich (bis in die 60er Jahre) heimischen Pinzgauer Rinder. Es beteiligen sich bereits mehrere engagierte Landwirte rund um den Waginger See am Aufbau einer Population. Die Jungtiere und Mutterkühe stammen aus dem Salzburger Land. Ein positiver Naturschutzaspekt ist, dass durch die extensive Weidehaltung weniger Gülle auf den Weideflächen anfällt, wodurch die Phosphatbelastung des Sees zurückgeht. Wichtige Aspekte bezüglich der Rinderhaltung sind die Weidehaltung mit Grünfütterung während des ganzen Sommers und keine Zufütterung von Mais oder Soja, wodurch Gentechnik natürlich in jedem Fall ausgeschlossen ist. Die Vermarktung des Fleisches erfolgt über die BIO-zertifizierte Metzgerei Heilmaier. Neben dem Frischfleisch gibt es außerdem von der Metzgerei produzierte Gerichte vom „Rupertirind im Glas“ (z.B. Gulaschsuppe, Rindsroulade, Sauce Bolognese, etc.). Mittlerweile bieten 14 Gastronomen in der Umgebung Rupertirind-Gerichte auf ihrer Speisekarte an. Die Initiative zeigt, dass kleine Projekte mit Hilfe engagierter Personen kontinuierlich wachsen können. Das Projekt weist hinsichtlich seiner Genese Parallelen zum Wienerwald Weiderind auf, wie wichtig einzelnen engagierte Vor Ort „Motoren“ für das Gelingen einer Initiative sind.

Ansprechpartner

Metzgerei Heilmaier

Seestraße 17

83329 Waging am See

Arbeitsgemeinschaft Alpines Steinschaf

www.alpines-steinschaf.net

Die Arbeitsgemeinschaft Alpines Steinschaf wurde 2004 gegründet und arbeitet daran, den Erhalt der stark gefährdeten Rasse zu sichern. Ab 1985 bemühten sich äußerst engagierte Menschen, die letzten, sehr kleinen und vereinzelt vorkommende Bestände ausfindig zu machen. 1991 wurde das Herdbuch für die Rasse Alpines Steinschaf gegründet. Durch intensive Zucht- und Informationsarbeit konnten die Bestände und die Anzahl der Züchter wieder gesteigert werden. Heute gibt es einen sehr regen Austausch innerhalb der Gruppe von Züchtern und Haltern.

Seit 2010 läuft ein Almprojekt als Teil des grenzübergreifenden Interreg IV Projektes „Almen aktivieren – neue Wege für die Vielfalt“, bei dem jährlich 15 bis 17 Jungböcke den Almsommer auf dem Kleinen Rechenberg verbringen.

In Zusammenarbeit mit der GEH (Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen e.V.) wurde ein Wollprojekt ins Leben gerufen, das sich mittlerweile sehr erfolgreich am Markt etabliert hat. Es werden über 20 verschiedene Artikel (Wolle, Bekleidungsartikel, Wohnartikel, Filzartikel) aus Wolle vom alpinen Steinschaf angeboten. Alle Steinschaf-Produkte sind mit einem eigenen Logo versehen.



Abb. 35: Wollraritäten vom Alpines Steinschaf (www.alpines-steinschaf.net)

Die folgenden sechs Betriebe erzeugen (bzw. lassen erzeugen) und vermarkten die Woll- und Filz-Produkte des Alpenen Steinschafes:

(1) Familie Renate und Josef Aschauer

Wimbachweg 24

83486 Ramsau

Tel. 08657 531

www.wimbachlehen.de

Angebot: eigener Hofladen „Wimbach’s Wollstadl“

Frau Renate Aschauer ist die Sprecherin der Arbeitsgemeinschaft der Alpenen Steinschafzüchter.

(2) Arche-Hof Anita und Heinz Gerstner

Eysölden 3F

91177 Thalmässing

Tel. 09173 9718

Angebot: großer Hofladen, eigene Filz- und Wollwerkstatt, Filzkurse, Führungen zu den Arche-Hof Tieren,...

(3) Arche-Hof Nathalie und Thomas Ketterle

Bosslerstr. 1

73119 Zell u.A.

Tel 07164 12117

www.archehof-ketterle.de

Angebot: eigener Hofladen mit Öffnungszeiten nach Vereinbarung; in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf zahlreichen Messen, Textil-, Kunst- und Handwerkermärkten vertreten, Hofführungen, Filzworkshops, naturkundliche Führungen durchs Projektgebiet „Jesinger Halde“, Kräuterexkursionen und für Jugendgruppen, Schulklassen und Kindergärten gibt es Aktionstage unter dem Motto „Grünes Klassenzimmer – Schule im Stall“.

(4) Heike Kraus

Ulrichstr. 22

73663 Berglen

Tel. 07195 585691

Angebot: Verkauf auf zahlreichen Märkten, Messen und anderen Veranstaltungen, Verkauf ab Hof nur nach vorheriger telefonischer Vereinbarung.

(5) Irena Krummradt

Kleinbachern 3

85345 Freising

Tel. 08161-7871466

[irena.krummradt\(a\)gmx.net](mailto:irena.krummradt(a)gmx.net)

Angebot: Produkte aus der aktuellen Kollektion, sowie sehr nette, handgemachte Filzfiguren.

(6) Arche Alpines Steinschaf

Familie Birgit Keßler-Prusko und Viktor Prusko

Hart 2

83533 Edling

Tel: 08039 - 9072192

www.arche-alpines-steinschaf.de

Angebot: Hofladen, Stände auf verschiedenen Märkten, Spinnkurse, Urlaub auf dem Bauernhof.



Abb. 36: Schafmilchseife im Badezuber und Handytasche (Quelle: www.arche-alpines-steinschaf.de)



Abb. 37: Handgefilztes Schaf (Quelle: www.arche-alpines-steinschaf.de)

Die Produkte der AG Alpines Steinschaf sind innovativ, von hoher Qualität und gut am Markt etabliert. Die Organisation ist ein wichtiger Partner bei der Entwicklung und Erzeugung von Produkten aus Wolle und Filz im Rahmen des Projektes „Almen aktivieren“.

Landschaftspflege mit Biss

www.landschaftspflege-mit-biss.de

Im Jahr 2000 begannen Frank Lamprecht & Stefan Gaus mit 32 Ziegen, mit denen erste kleine Flächen im "Oberen Neckartal" bewirtschaftet wurden. Die ersten Jahre zogen sie mit ihrer Herde als "moderne Nomaden" von Weide zu Weide und behelfen sich in den Wintermonaten mit angemieteten Stallungen. Seit 2005 haben sie nun eine eigene Hofstelle, mit Scheune, Stallungen und umliegenden Weiden. Zwischen Oberndorf a.N. und Sulz a.N. liegt sie in der Neckarraue, umgeben von lichten Mischwald, unmittelbar am Neckar-Radwanderweg. Dieser Standort gehört zum Schutzgebiet "Oberer Neckar und Seitentäler" des Europäischen Verbundnetzes, nach der Flora-Fauna-Habitatrichtlinie (FFH). Zurzeit beweiden sie etwa 80 ha im Bereich des Oberen Neckars und des Mittleren Schwarzwaldes. In den Bereich Oberer Neckar fallen davon 30 ha. Hierzu gehören angrenzende Auenwiesen in unmittelbarer Hofnähe. Weite Teile dieser

Weiden liegen jedoch in den Hanglagen des Neckartals und angrenzenden Seitentälern. Hier bewirtschaften sie naturschutzfachlich wertvolle Magerrasenstandorte und Heiden, Felsstandorte und auch Niederwälder. Die Beweidung der Flächen erfolgt in enger Abstimmung mit der Unteren Naturschutzbehörde Rottweil und der Bezirkstelle für Naturschutz und Landschaftspflege in Freiburg (Referat 56).

Darüber hinaus werden etwa 50 ha im Mittleren Schwarzwald, im Bereich Schiltachtal und Oberes Kinzigtal, beweidet. Diese Flächen bewirtschaften sie in enger Abstimmung mit dem Modellprojekt "Offene Landschaft Mittelbereich Schramberg". Ihre Weiden erstrecken sich von artenreichem Grünland über Streuobstwiesen, Besenginsterheiden, Borstgrasrasen bis hin zu Waldweiden. Ihre Philosophie zielt darauf ab, wirtschaftlich benachteiligte aber naturschutzfachlich wertvolle und artenreiche Standorte durch extensive Beweidung zu fördern. Somit tragen sie nicht nur zum Erhalt charakteristischer Landschaftsbilder sondern auch zur Entwicklung halboffener Landschaften und Lebensräume mit fließenden Übergängen zu Waldweide und Wald bei. Die Weiden liegen fast ausnahmslos auf geschützten Flächen.

Es handelt sich hier um ein tolles Beispiel für eine sehr engagierte Initiative, bei der die naturschutzfachliche Ebene ein ganz wesentlicher Schwerpunkt ist. Überdies werden sehr nette bewusstseinsbildende Maßnahmen angeboten.

Eingesetzte Rassen

Waldschaf, Nera Verzasza Ziege, Tauernschecken Ziege, Walliser Schwarzhals Ziege, Fjordpferd, Schottisches Hochlandrind, Wollschwein, Mangalitza. Hinzu kommen etwa 170 Schafe der Rassen: Schwarzkopf Schaf, Suffolk Schaf.

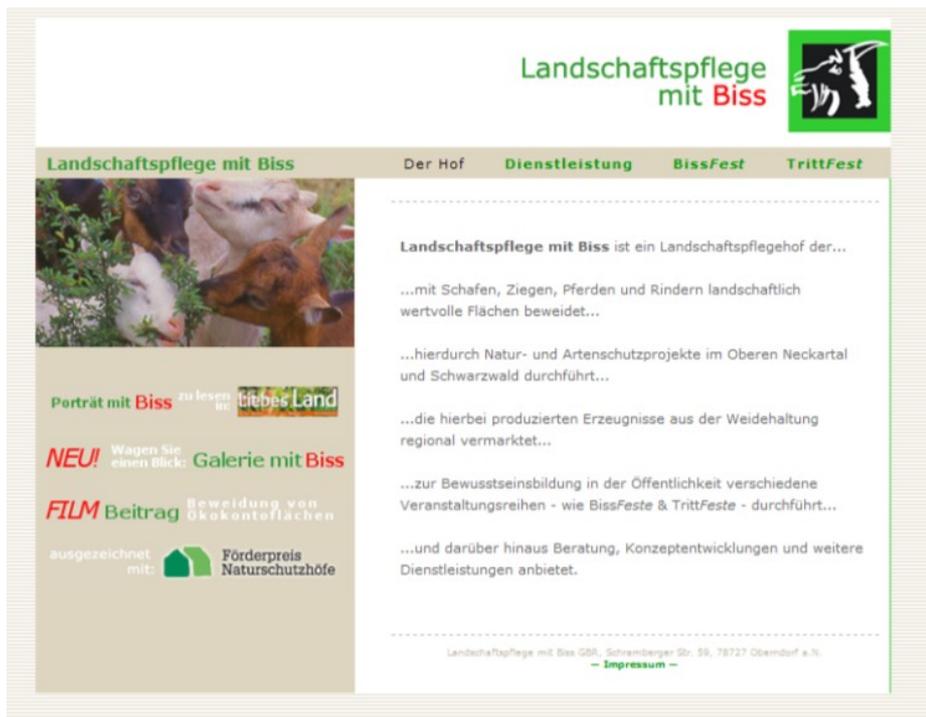


Abb. 38: Homepage der Initiative Landschaftspflege mit Biss

4.7 PROJEKTE, PRODUKTE UND MARKEN ÜBERREGIONAL

Nachfolgend sind ausgewählte Initiativen aus Österreich, Bayern und Deutschland sowie aus der Schweiz zusammengefasst.

4.7.1 Österreich

Slow Food

www.slowfood-wien.at

www.slowfood.com

(Anmerkung: Slow Food ist natürlich eine internationale tätige Organisation, wurde aber an dieser Stelle Österreich zugeordnet, da das ARCHE Projekt eine österreichische Initiative im Anschluss beschrieben wird).

Slow Food wurde 1989 gegründet und ist inzwischen eine weltweite non-profit Vereinigung, vertreten in 150 Ländern der Erde. Slow food versuchen dem Fast Food und dem Fast Life, dem schnellen Leben, entgegenzuwirken. Es soll verhindert werden, dass lokale Esstraditionen in Vergessenheit geraten. Slow food setzt Maßnahmen gegen das schwindende Interesse der Menschen an der Nahrung, die sie zu sich nehmen, woher sie kommt und wie sie schmeckt und öffnet Ihre Augen dafür, inwiefern die Wahl des Essens auch den Rest der Welt beeinträchtigt.

Oberstes Ziel von Slow Food ist die Erhaltung der Biodiversität durch eine verantwortungsvolle Landwirtschaft und verantwortungsvollen Konsum. Slow Food fördert den Erhalt der lokalen, kleinstrukturierten Landwirtschaften und regionalen Lebensmittelkulturen. Slow Food bringt Produzenten, Händler, Verbraucher und Gastronomen miteinander in Kontakt, vermittelt Wissen über die Qualität von Lebensmitteln und macht so den Ernährungsmarkt transparent. Slow Food ist in Form von Regionalgruppen (= Convivien) organisiert.

Terra madre

www.terramadre.at

www.terramadre.info

Terra made ist ein von Slow Food organisiertes Treffen von Produzenten (Bauern), Wissenschaftlern und Köchen in Turin (Italien) international oder national (z.b. Wien in Österreich). Hier werden gemeinsam Probleme erörtert und Lösungen erarbeitet.

ARCHE Projekt Österreich

www.archeprojekt.at

In einem Marktumfeld der zunehmenden Industrialisierung, der kontinuierlich abnehmenden Anzahl von kleinen bäuerlichen Produzenten und der damit einhergehenden Vereinheitlichung von Produkten werden Begriffe wie Agro-Biodiversität und Regionalität immer aktueller - begleitet von der weiter rasant abnehmenden Artenvielfalt bei Pflanzen und Nutztieren. In den letzten 100 Jahren sind 75 % der Vielfalt an Nutzpflanzen verloren gegangen, ähnlich dramatisch sind die Verluste bei den Nutztierassen.

Gegenwärtig boomt die Nachfrage nach biologisch produzierten Lebensmitteln, parallel dazu hat bei Konsumenten und in der Gastronomie in den vergangenen Jahren das Interesse an „Sortenraritäten“ und tierischen Spezialitätenprodukten mit klarem regionalem Hintergrund stark zugenommen. Viele bäuerliche Betriebe sehen hier eine geeignete Produktionsnische und wollen in den Anbau von Sortenraritäten bzw. die Haltung von alten und seltenen Nutztierassen einsteigen. Nicht nur im Bereich der Direktvermarktung, sondern auch im Lebensmitteleinzelhandel ist ein zunehmendes Angebot an solchen Produkten zu beobachten.

Vor diesem Hintergrund haben sich Slow Food Wien, Arche Noah, Arche Austria und Bio Austria 2008 zur Initiative ARCHE-Projekt zusammengeschlossen. Im Rahmen eines 5-jährigen Projektes arbeiteten die vier Organisationen gemeinsam daran, alten Kulturpflanzensorten und seltenen Nutztierassen, sowie Produkten aus traditionellem Lebensmittelhandwerk wieder einen Platz am Markt zu sichern und gleichzeitig mit kleinbäuerlichen Betrieben neue Vermarktungsperspektiven zu entwickeln. Eines der wichtigsten Instrumente des Projektes ist die Mitwirkung in der internationalen Arche des Geschmacks. In Zusammenarbeit mit der Slow Food Stiftung für biologische Vielfalt (Slow Food Foundation for Biodiversity) und der Arche Kommission werden unter dem Motto "Essen, was man retten will!" Arche-Produkte in Österreich ernannt und Presidi-Projekte gegründet. Während bei den Arche-Produkten nur das gefährdete Erzeugnis im Mittelpunkt steht, sind es bei den Presidi-Projekten die Produzenten und ihre Produkte.

Derzeit gibt es in Österreich fünf Presidi-Projekte, die im Rahmen des ARCHE-Projekts ins Leben gerufen wurden: Grubenkraut, Lungauer Tauernroggen, Wachauer Safran, Wiener Gemischter Satz und Wiesenwienerwald Elsbeerbaum. Drei dieser Produkte sind gleichzeitig Arche-Produkte, zusätzlich gibt es noch elf weitere österreichische Arche-Produkte. Weitere Arche Kandidaten sind gerade auf dem Weg Passagiere der internationalen Arche des Geschmacks zu werden. Die 24 Arche Produkte, die von der Slow Food Stiftung für biologische Vielfalt sowie von der nationalen und internationalen Arche Kommission bereits anerkannt wurden sind (Produkte mit seltenen Rassen fett):

Bregenzerwälder Bergkäse, Grubenkraut, Hirschbirne, Inntal Abgereifter oder Graukäse, **Krainer Steinschaf**, Lungauer Rahmkoch, Lungauer Tauernroggen, Montafoner Sura Kees – hergestellt nach traditioneller Methode, Pielachtaler Dirndl aus Wildsammlung, Riesen von Aspern, Roter Veltliner, **Sulmtaler Huhn**, Talggen, Uhdler, Voralberger Riebelmais, Wachauer Safran - *Crocus Austriacus*, **Waldschaf**, **Waldviertler Blondvieh**, Waldviertler Waldstaudekorn, Weingartenknoblauch, Weingartenpfirsich, Wiener Gemischter Satz, Wiener Weinbergschnecke, Wiesenwienerwald Elsbeerbaum.



Abb. 39: Homepage der Arche Projekts Österreich

Alpe Garnera

Die Alpe Garnera ist ein sehr gutes Beispiel für eine Alminitiative, bei der naturschutzfachliche, bewusstseinsbildende und naturtouristische Angebote sowie Produkte von der Alm im Rahmen eines integrativen Projektes umgesetzt und angeboten werden. Hinsichtlich des Angebotes an Produkten wurde eine Kooperation mit Slow food gestartet und der Sura Kees als eines von 24 Arche Produkten von der Slow Food Stiftung für biologische Vielfalt sowie von der nationalen und internationalen Arche Kommission bereits anerkannt. Neben dem Sura Kees werden Alpbutter, Saladiner, Garnerataler Schnittkäse und Joghurt angeboten.

Alpe mit Zukunft Garnera

Sura Kees

Sura Kees wird auf den Alpen Vorarlbergs seit Beginn der Nutzung der Bergweiden hergestellt. Im Montafon kann die Erzeugung von Käse bis in das Jahr 1240 zurück verfolgt werden.

Sura Kees ist ein Magerkäse und hat daher einen geringen Fettgehalt, und enthält dennoch hochwertiges Eiweiss. Ein weiteres Plus des Sauermilchkäses ist der geringe Cholesteringehalt. Weiter Infos zum Sura Kees unter: www.vorarlbergkaese.at

Alpbutter

Butter kann durch nichts ersetzt werden. Und Alpbutter erst recht nicht. Warum ist Alpbutter gelblicher als die im Winter hergestellte? Dies liegt am Carotin. Carotin wird im Körper zu Vitamin A verwandelt. Auf der Alpe, wenn die Kühe saftiges Grün der Wiesen bekommen, nehmen sie vermehrt Carotin auf. Und da Carotin für die gelbe Farbe sorgt, ist die Alpbutter so schön gelb. Bei uns gibt die herrlich frische, vollmundige Sauerrahmbutter direkt von der

GEGEN ALPENMILCH IST KEIN TALKRAUT GEWACHSEN

Eigentlich gar nichts Neues: Alpenmilch ist gesund. Was neu ist, ist lediglich, dass diese augenfällige Tatsache nun wissenschaftlich erwiesen ist. Studien der Schweizerischen Forschungsanstalt für Milchwirtschaft, Liebefeld (FAM) sprechen Klartext: Sie zeigen auf, dass die in den Alpen gemolkene Milch gesünder ist, als die im Tal produzierte. Und diverse neue Erkenntnisse räumen mit dem Vorurteil auf, dass Milchfette ungesund seien.

Regula Wehrli
-> weiterlesen auf www.zaip.ch

Abb. 40: Produkte-Website der Alpe Garnera

Sura Kees

Sura Kees wird auf den Alpen Vorarlbergs seit Beginn der Nutzung der Bergweiden hergestellt. Im Montafon kann die Erzeugung von Käse bis in das Jahr 1240 zurück verfolgt werden. Sura Kees ist ein Magerkäse, hat daher einen geringen Fettgehalt, enthält aber dennoch hochwertiges Eiweiss. Ein weiteres Plus des Sauermilchkäses ist der geringe Cholesteringehalt.

Alpbutter

Butter kann durch nichts ersetzt werden. Und Alpbutter erst recht nicht. Warum ist Alpbutter gelblicher als die im Winter hergestellte? Dies liegt am Carotin. Carotin wird im Körper zu Vitamin A verwandelt. Auf der Alpe, wenn die Kühe saftiges Grün der Wiesen bekommen, nehmen sie vermehrt Carotin auf. Und da Carotin für die gelbe Farbe sorgt, ist die Alpbutter so schön gelb. Es gibt die herrlich frische, vollmundige Sauerrahmbutter direkt von der Alpe im Viertelkilo- oder Kilo-Stöckli.

Saladiner

Auf der Suche nach einem Namen für den neu kreierten Salzlakenkäse stieß man auf den Flurnamen "Salatina" oder "Saladina" – eine schöne Bergwiese hoch oben im Garneratal - der als Namen für den besonderen Käse sehr gut gefallen hat. Der in Salzlake gereifte Rohmilch-Weichkäse kann, je nach Geschmack, vor dem Genuss einige Stunden in Wasser eingelegt wer-

den um den Salzgehalt zu reduzieren. Der Saladiner eignet sich auch hervorragend für Salate und zum Überbacken im Rohr. Der Saladiner wird auch im "Fenggatöpfli" in Öl eingelegt mit Kräutern oder scharf mit Knoblauch und Chili angebraten.

Garnerataler Schnittkäse

Den frischen Vollmilch-Schnittkäse gibt es in den Geschmacksrichtungen Natur, Kräuter, Chili, Pfeffer oder Walnuss.

Joghurt

Das aromatisch-säuerliche Joghurt ist als Naturjoghurt oder Fruchtjoghurt mit Bio-Himbeerezubereitung im stabilen 500g-Becher erhältlich.

Alp de Lagh

www.alpdelagh.net

Die Alp de Lagh (1.279 m) liegt direkt am Bergsee im Val Cama (Graubünden). Sie begeistert mit einer ungewöhnlichen Vielfalt alter Nutztierassen und ist bekannt für die im Natursteinkeller gereiften Käsespezialitäten aus Ziegen- und Schafmilch. Die Alp wurde nach mehreren Jahren der Verlassenheit im Jahr 2004 mit alten Nutztierassen vom Erhaltungsprojekt ProSpecieRara (Schweizerische Stiftung für die kulturhistorische und genetische Vielfalt von Pflanzen und Tieren) wieder bestoßen. Seit 2006 wird die Alp de Lagh als Bio-Alp betrieben. Die alten Nutztierassen wie Graue Gebirgsziegen, Rätisches Grauvieh, Engadiner Schafe sind aufgrund ihrer Anspruchslosigkeit und Robustheit besonders gut für die extensiven und kargen Weiden des Val Cama geeignet. Um die Wiederbewirtschaftung der Alp zu ermöglichen, mussten zahlreiche Büsche und junge Bäume gerodet, Steine aus den Weiden entfernt und der Bergpfad in Stand gestellt werden.

In Zusammenarbeit mit ProSpecieRara wird die stark gefährdete graue Gebirgsziege, die einst in dieser Region so typisch war, auf der Alp de Lagh gefördert. Dank der Zusammenarbeit mit ProSpecieRara kann auf der Alp eine Vielfalt an Nutztierassen wie Rätisches Grauvieh, Engadiner Schafe, seltene Ziegenrassen, Wollschweine, Schweitzer Hühner & Co. angetroffen werden.

Die Alp de Lagh ist ein sehr gutes Beispiel für eine aktivierte Alm, auf der mit seltenen Nutztierassen gearbeitet wird und köstliche Produkte hergestellt werden. Eine Besonderheit dieser kleinen aber sehr engagierten und effektiven Initiative ist die im Sinne des gegenständlichen Projektes erfolgte Aktivierungsleistung der Alm, die Möglichkeit köstliche Produkte auf der Alm zu bekommen und im Rahmen von Übernachtungen mit Selbstversorgereinrichtung in engen Kontakt mit den Tieren und den Bewirtschaftern treten zu können. Seit 2009 kann in der neuen Käserei gearbeitet werden. Es werden die typischen Käse der Region hergestellt:

- Formaggella (halbharte Käse)
- Formaggini (Frischkäse, sehr gut mit Öl und Essig)
- Büscion (Frischkäse, cremig)
- und andere Spezialitäten des Hauses wie Feta und Joghurt



The screenshot shows the homepage of 'Alp de lagh'. On the left is a navigation menu with red square icons and the following items: WILKOMMEN, AKTUELLES, ÜBERNACHTUNGEN, KÄSE-SPEZIALITÄTEN, PROSPECIERARA-TIERE, KONTAKT, ANREISE & WEG, TIPPS WANDERROUTEN, and FOTOGALERIE. The main content area features a header 'ProSpecieRara-Tiere der Alp' and a sub-header 'Die Graue Bergziege'. Below this is a photograph of a goat with the caption 'Ziegenbock'. To the right of the photo is a text block titled '"Grau wie Granit"...' which describes the breed's characteristics and history. A red button labeled '> Home' is visible above the main text. On the right side of the page, there are two language options: '» Italiano' and '» Deutsch'. The background of the website includes images of goats and a mountain landscape.

Abb. 41: Homepage von Alp de lagh

Beispiel Regionalmarke „Wienerwald Weiderind“

www.wienerwald-weiderind.at

Die Regionalmarke „Wienerwald Weiderind“ wurde vom Biosphärenpark Wienerwald, nach Vorbildern aus dem Biosphärenreservat Rhön im Jahr 2006 initiiert. Eigentümer der Marke ist der Verein Vermarktungsgemeinschaft Wienerwald, ein Verein von Direktvermarktern, Landwirten, Gastronomie- und Gewerbebetrieben der Region Wienerwald. Die Markenentwicklung wurde durch den NÖ Landschaftsfonds gefördert. Das Österreichische Kuratorium für Landtechnik und Landentwicklung (ÖKL) hat den Entwicklungsprozess vier Jahr lang begleitet.

Ausgangssituation

Ausgangssituation war die Tatsache, dass viele Milchviehbetriebe in der Region Wienerwald auf Mutterkuhhaltung umsteigen. Die meisten dieser Betriebe bewirtschaften extensive, artenreiche Blumenwiesen, die abwechselnd gemäht und/oder extensiv beweidet werden. Die Mast von Weiderindern (Mastkalbinnen und Mastochsen) ist ein extensives Produktionsverfahren mit geringem Arbeitsaufwand, niedrigen Produktionskosten und ein bewährtes Konzept wie man tiergerecht und naturschutzkonform hochwertiges Fleisch produzieren kann.

Zielsetzungen

Durch die Regionalmarke wird die aktive Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Gewerbetreibenden, Konsumenten und Naturschutz in der Region zum gegenseitigen Nutzen gefördert. Den Konsumenten, insbesondere der ansässigen Bevölkerung soll der Zusammenhang zwischen Produkt und Landschaft im Biosphärenpark Wienerwald näher gebracht werden. Durch Werbung und Bewusstseinsbildung wird den Konsumenten vermittelt, dass sie mit dem Kauf von qualitativ hochwertigen Wienerwald Weiderind Produkten auch unmittelbar zur Erhaltung der Wienerwaldwiesen beitragen.

Produktionsrichtlinien

Um eine einheitliche, gleichbleibend hohe Fleischqualität zu gewährleisten wurden gemeinsam mit Experten der NÖ Landwirtschaftskammer, betroffenen Landwirte und einem Fleischermeis-

ter der Region bindende Produktionsrichtlinien ausgearbeitet, nach denen die Produktion von „Wienerwald Weiderindern“ erfolgt. So muss durch die Führung von Weideaufzeichnungen gewährleistet sein, dass die Tiere mindestens 200 Tage ihres Lebens auf der Weide verbringen. Alter und Schlachtgewicht der Tiere sind ebenso fixiert wie der Einsatz von Kraftfutter, der nur sehr beschränkt – vorwiegend in der Zeit der Ausmast erlaubt ist. Die Einhaltung der Qualitätskriterien wird im Rahmen des „AMA-Gütesiegels“, an dem die Betriebe zusätzlich teilnehmen müssen, direkt von der Agrarmarkt Austria kontrolliert.

Stand 2013

Seit dem Jahr 2010 wird die Marke „Wienerwald Weiderind“ von der NÖ Rinderbörse betreut. Derzeit werden rund zwei bis drei Rinder pro Woche geschlachtet und fast ausschließlich über die regionale Gastronomie vermarktet.

Stolpersteine und Erfolgsfaktoren des Projekts

Zu Beginn des Projektes erwies es sich als schwierig, dass die Idee ursprünglich nicht von den Landwirten der Region, sondern vom Biosphärenpark Wienerwald Management stammte. Durch diesen Top-Down-Ansatz waren viele Informationsveranstaltungen und vorbereitende Sitzungen notwendig, um die betroffenen Landwirte davon zu überzeugen, dass es möglich sein wird, regionale Projektpartner (Fleischerei, Gastronomiebetriebe) zu finden, die bereit sind, mehr als üblich für Fleisch vom "Wienerwald Weiderind" zu bezahlen. Erst als einige größere Mutterkuhbetriebe begannen, die Idee als ihre eigene anzusehen (Zitat: *Eigentlich wollte ich schon immer mit den Wirtshäusern im Wienerwald etwas zusammen auf die Beine stellen!*) konnte mit der Projektumsetzung begonnen werden. Diese ersten fünf "Pilotbetriebe" fungierten in weiterer Folge als wichtige Multiplikatoren, die andere Betriebe zum Mitmachen überredeten und sie glaubhaft von den betrieblichen Vorteilen überzeugen konnten.

Ganz zu Beginn wurde ein fixe "Arbeitsgruppe" bestehend aus zehn Personen ins Leben gerufen, in der Vertreter des Biosphärenparks, der örtlichen Bezirksbauernkammern, ein Tierzuchtberater der NÖ Landwirtschaftskammer, interessierte Landwirte aber auch ein Fleischermeister sowie ein Vertreter der Gastronomie alle ein bis zwei Monate über das Projekt und die nächsten Umsetzungsschritte diskutierten. Diese Plattform erwies sich als sehr förderlich für die Markenentwicklung, da hier rasch ein positives Gemeinschaftsgefühl entstand.

Sehr schwierig und zeitaufwendig war die Erstellung der gemeinsamen Produktionsrichtlinien für Landwirte und Fleischereibetriebe. Da das Wienerwald Weiderind nicht nur mit hoher Fleischqualität sondern auch mit tiergerechter Haltung und der Zusammenarbeit mit dem Naturschutz wirbt, waren hier lange Diskussionen sowie das Eingehen von Kompromissen auf allen Seiten erforderlich, um einerseits keine Produktionshemmnisse zu schaffen und andererseits die Glaubwürdigkeit gegenüber den Konsumenten zu gewähren.

Richtig ins Leben gerufen wurde das "Wienerwald Weiderind" zu dem Zeitpunkt, als es Entwürfe für ein gemeinsames "Logo" gab. Durch die dadurch in der Arbeitsgruppe hervorgerufenen Diskussionen und die Einigung auf ein von allen akzeptiertes Markenzeichen entstand die Identifikation der Gruppe mit dem Projekt. Auf einmal existierte das "Wienerwald Weiderind" und sowohl die Landwirte als auch der regionale Fleischermeister und der Gastronomievertreter waren von nun an davon überzeugt, dass eine erfolgreiche Vermarktung unter diesem "Logo" möglich sein wird. Es erfolgte daraufhin sehr rasch die Einbindung der Produzenten und Verarbeiter in den bereits existierenden Verein "Vermarktungsgemeinschaft Wienerwald".

Bei diversen "Auftaktveranstaltungen" und "Wienerwald Weiderind Wochen", mitorganisiert und getragen von den regionalen Wirtschafts- und Landwirtschaftskammern, wurde das "Wienerwald Weiderind" von Spitzenköchen zubereitet und somit der Öffentlichkeit bekannt gemacht. Aufbauend auf diese erfolgreichen Events konnten rasch 25 Gastronomiebetriebe sowie weitere Produzenten als Partner im Projekt gewonnen werden.

Da die Idee zum Projekt vom Biosphärenpark Wienerwald stammte, war dieser von Beginn an bemüht, sicherzustellen, dass sich möglichst der gesamte Produktionskreislauf (Produktion - Schlachtung - Verarbeitung - Vermarktung) des Wienerwald Weidrinds nur innerhalb der genau definierten Grenzen des Biosphärenparks abspielt. Diese selbst auferlegte Vorgabe erwies sich in weiterer Folge als sehr problematisch für die Projektentwicklung. Einerseits gab es gerade unmittelbar südlich und westlich der definierten Grenzen des Biosphärenparks Gemeinden mit vielen interessierten Mutterkuhbetrieben, die man zunächst von der Teilnahme ausschließen musste. Andererseits gibt es im ganzen Biosphärenpark nur mehr zehn Fleischereibetriebe, von denen nur mehr zwei selbst Schlachtungen durchführen. Einer davon war zu Beginn des Projektes der wichtigste Projektpartner. Er half mit, die ersten "Wienerwald Weiderind Produkte" (vor allem Schinkenspezialitäten") zu entwickeln und konnte diese auch sehr erfolgreich vermarkten. Aufgrund familiärer Probleme und einer schlechten Zahlungsmoral gegenüber den beteiligten Landwirten fiel aber gerade dieser wichtige Schlüsselbetrieb zwei Jahre nach Beginn der Vermarktung von Wienerwald Weiderindern aus. Es war sehr schwierig hier eine Ersatz zu finden, da der zweite Fleischereibetrieb mit eigener Schlachtung ein sehr großer, bekannter Betrieb ist, der zwar Interesse hatte, sich an dem Projekt zu beteiligen, aber eine garantierte Liefermenge (mindestens fünf Rinder pro Woche) verlangte, die von den beteiligten Landwirten des Biosphärenparks nicht aufzubringen war.

So entschloss man sich schließlich gegen den Widerstand des Biosphärenpark Wienerwald Managements die selbst auferlegten Begrenzungen aufzugeben und sowohl die Schlachtung als auch die Fleischverarbeitung außerhalb des Biosphärenparks (aber innerhalb von Niederösterreich) sowie die Teilnahme von Produzenten in Gemeinden die an den Wienerwald angrenzen, zuzulassen. Dadurch konnten ein sehr interessierter, aber außerhalb des Biosphärenparks gelegener Fleischereibetrieb sowie viele neue Wienerwald Weiderind Produzenten gewonnen und so die steigende Nachfrage nach "Wienerwald Weiderind" bei den regionalen Gastronomiebetrieben sichergestellt werden.

Ansprechpartner

Verein Vermarktungsgemeinschaft Wienerwald
Norbertinumstraße 9
3013 Tullnerbach

Zotter Schokolade

www.zotter.at

Die Firma Zotter ist ein überaus erfolgreicher und innovativer Schokoladehersteller, der in den letzten Jahren Kultstatus auf internationaler Ebene errungen hat. Über 300 unterschiedliche Schokoladen sind bei Zotter standardmäßig im Programm.

Jede einzelne Schokolade ist ein Genussabenteuer, das entweder durch neue Kombinationen wie Schokolade gefüllt mit Ananas mit Sellerie überrascht oder mit speziellen Kakaoregionen, wie Papua Neuguinea bekannt macht. Josef Zotter, der gelernte Koch und Konditor, ist ein leidenschaftlicher Schoko-Erfinder, dessen Neugierde nie gestillt ist. Seit 1992 erforscht Josef Zotter die Welt der Schokoladen. Der Kreativ-Chocolatier aus Riegersburg (Oststeiermark, Österreich) hat es geschafft die Welt der Schokoladen zu verändern. Mit den handgeschöpften Schokoladen ist es Zotter gelungen unser vertrautes Schokoladenweltbild ins Wanken zu bringen. Hanf und Mocca, GrammelNussen, Apfel-Karotten mit Ingwer oder Kürbiskerne mit Marzipan. Seine handgeschöpften Schokoladen sind Kult. Verführerische Füllschichten werden aufgetürmt und mit hausgemachter, zur Füllung passender Schokoladenkuvertüre überzogen. Konsequenter hat Josef Zotter in seine Produkte investiert.

Seit 2004 ist er beim fairen Handel dabei, 2006 folgte die Umstellung auf BIO und 2007 erweitert er seine Manufaktur um eine Bean-to-Bar-Schokoladefabrik. Damit ist er europaweit der Einzige, der Schokolade von der Bohne weg (bean-to-bar) ausschließlich in Bio- und Fair-Qualität produziert! Die renommierte Harvard-Universität nimmt Zotter als erstes österreichisches Unternehmen in den Lehrplan auf.



Handgeschöpfte Schokoladen

Das Original. Mit den wunderbaren Geschmackskompositionen und dem einmaligen Art-Design sind die handgeschöpften Schokoladen Kult geworden.

[zum Online-Shop](#)

Handgeschöpfte Schokoladen Mitzi Blue Gift-Mixer Miniature Trinkschokolade Mi-Xing

Neues von Zotter
Ferienprogramm für Kids
Ab 1. Juli jeden Tag Action
TV: Zotters Essbarer Tiergarten
in der Mediathek ansehen
Affengeile Kreationen
Neue Nachrichten online lesen
[Alle Neuigkeiten](#)

Schoko-Laden-Theater
Auf der Verkostungstour erleben Sie live mit, wie Schokolade entsteht.

Das ist z o t t e r
Erfahren Sie mehr über Vielfalt, Qualität, Kreativität und Nachhaltigkeit.

100.154 ESSEN **Essbarer Tiergarten** **Eigene Edition**

Abb. 42: Zotter Homepage unter www.zotter.at

Beispiel Bio-Marke „Zurück zum Ursprung“

www.zurueckzumursprung.at

Die Bio-Marke „Zurück zum Ursprung“ von der Lebensmittelkette Hofer ist seit 2006 auf dem Markt. Entwickler der Marke ist der Bio-Pionier Werner Lampert, von dem schon die Marke „Ja! Natürlich“ (erhältlich bei Merkur und Billa) ins Leben gerufen wurde. Geworben wird mit dem Slogan "Zurück zum Ursprung ist Bio, das weiter geht!"

Nachhaltigkeit und höchste Transparenz bzw. Rückverfolgung bis zum Produzenten werden auf mehreren Ebenen gewährleistet und umgesetzt. Mit dem "Prüf nach!"-Kontrollsystem erhält der Konsument mittels eindeutigem Chargen-Code die Möglichkeit, durch Eingabe des Codes auf der Homepage alle Informationen zu Herkunft, Qualität und Verarbeitung des Produktes abzuholen. Diese Lösung stellt eine webbasierende „High End“ Version hinsichtlich Produktrückverfolgbarkeit dar und wurde im Rahmen des „Almen aktivieren“ Gütesiegels als Beispiel herangezogen.

Der „Ökologische Fußabdruck“ auf der Verpackung steht für Klimaschutz, Schonung der Wasser-Ressourcen und für die Förderung und den Erhalt der Naturvielfalt. Die CO₂-Angabe gibt an, wie viel Treibhausgas-Emissionen die Zurück zum Ursprung Bio-Landwirtschaft im Vergleich zu herkömmlichen Produkten einspart.



Abb. 43: Ökologischer Fußabdruck der Marke „Zurück zum Ursprung“

Genussregion Nordtiroler Grauvieh Almochs

www.tiroler-grauvieh.at

Der Tiroler Grauvieh Almochs liefert Rindfleisch von einer herausragenden Qualität. Das Geheimnis des Erfolges liegt in der Rasse Tiroler Grauvieh, eine der ältesten Rinderrassen des Alpenraumes und in der mindestens einmaligen Alpfung der Tiere im Sommer. Das Schmirn- und das Valsertal gehören zu den typischen Gebieten für Tiroler Grauvieh und besitzen eine lange Tradition in der Haltung von Grauvieh-Almochsen. Mit den saftigen Wiesen und Weiden im Tal und den ausgedehnten Almen bieten sich hier ideale Bedingungen für gesunde und vitale Almochsen. Im Winter erfolgt die Fütterung mit Bergheu und mit gentechnikfreiem Futter.

Das Fleisch vom Grauvieh Almochs hat eine gleichmäßige Marmorierung und eine sehr feine Fleischstruktur, daher bleibt das typische Rindfleischaroma bei der Zubereitung besonders gut erhalten. Die herausragende Fleischqualität wurde mehrfach bei internationalen Prämierungen und wissenschaftlichen Untersuchungen bestätigt. Auf den Bergbauernhöfen im Schmirn- und Valsertal wachsen die Tiere artgerecht und im Einklang mit der Natur auf. Das Gütesiegel „Qualität Tirol“ bestätigt die herausragende Qualität des edlen Rindfleisches und bietet mit der Ursprungsgarantie „gewachsen und veredelt in Tirol“ Sicherheit vom Bauern bis zum Teller.

Eine eigene Homepage, www.tiroler-grauvieh.at, bietet die Möglichkeit sich nach dem Kauf von der Herkunft des Fleisches zu überzeugen. Jeder Bauer ist mit Anschrift und Telefonnummer sowie den Ohrmarkennummern seiner Tiere in einer Datenbank angeführt. Optimale Reifung und Zurichtung des Fleisches sowie professionelle Beratung beim Kauf bei Hörtnagl garantieren den Erfolg in der Küche. Die Zusammenarbeit der Firma Hörtnagl mit den 274 Tiroler Grauviehzuchtbetrieben mit traditioneller Wirtschaftsweise hat sich in den mehr als 15 Projektjahren sehr gut entwickelt, bestens bewährt und ist eine echte gelebte Partnerschaft. Dieses Tiroler Qualitätsfleisch mit der Ursprungsgarantie „gewachsen und veredelt in Tirol“ ist mit dem Gütesiegel „Qualität Tirol“ ausgezeichnet. Mit der Viehhaltung leisten die Bauern einen wertvollen Beitrag zur Erhaltung und Pflege der Tiroler Almen, Wiesen und Felder. Nur durch die fachgerechte Bewirtschaftung ist die nachhaltige Sicherung unserer Kulturlandschaft möglich. Die Auszeichnung des Lebensministeriums zur „GENUSS REGION Nordtiroler Grauvieh Almochs“ bestätigt die Qualität und Besonderheit dieser herausragenden Fleischspezialität und die Bedeutung für eine nachhaltige Bewirtschaftung der Kulturlandschaft.



Abb. 44: Homepage unter www.tiroler-grauvieh.at

Bio-Weidelamm Krainer Steinschaf

www.feinkost-schirnhofner.at

Inhalt des Projektes „Bio-Weidelamm Krainer Steinschaf“ ist die Schaffung und Vermarktung eines qualitativ hochwertigen, neuen Produktes mit einer vom Aussterben bedrohten Nutztier-rasse. Seit vielen Jahrzehnten wird das Krainer Steinschaf von individuell arbeitenden Betrieben gezüchtet. Es gab zwar Kontakt zwischen den einzelnen Züchtern, jedoch keine gemeinsame, spezifische Vermarktung. Die Ziele des Projektes umfassen den Aufbau einer wachsenden Erzeugergemeinschaft, um steigende Mengen mit höchster Qualität zu produzieren, neue, wirtschaftlich interessante Perspektiven für Voll- und Nebenerwerbsbetriebe zu entwickeln, Beratung und Schulung (Zucht, Haltung, Qualitätsrichtlinien), Erarbeitung eines Online-Systems (für lückenlose Nachvollziehbarkeit), Schaffung einer Bio-Premium-Marke sowie die Sicherung von ökologisch wertvollen Wiesenflächen mit Erhaltung der Rasse Krainer Steinschaf. 6 Züchter starteten 2008 mit dem Projekt „Bio-Weidelamm Krainer Steinschaf“. Mittlerweile sind 44 Züchter Mitglieder des „Vereins zur Erhaltung des Krainer Steinschafes“. Damit gleichbleibende Qualität gewährleistet werden kann, wurden bindende Qualitätsrichtlinien erarbeitet. Berater wurden geschult, um bestehende Betriebe und neue Interessenten beraten, schulen und betreuen zu können. Durch die Kooperation mit der Firma Schirnhofner GmbH wurde die Vermarktung für die Landwirte wesentlich einfacher.

Das Fleisch des Krainer Steinschafes schnitt bei einer Blindverkostung der Firma Schirnhofner aufgrund der besonderen Zartheit und des feinen Geschmacks sensationell ab. Die Mitglieder der Erzeugergemeinschaft können das Lammfleisch zu einem deutlich höheren Preis verkaufen. Dem Projekt wurde durch eine breit angelegte Medien-Kampagne ein großer Bekanntheitsgrad verschafft. Durch die Zusammenarbeit mit dem Vermarktungspartner ergibt sich eine deutliche Umsatzsteigerung. Die extensive Weidehaltung bedeutet eine wesentliche Ersparnis und einen geringeren Zeitaufwand gegenüber der Mast. Das Projekt ist eine „Herzeigeninitiative“ in Österreich die immer wieder gerne präsentiert und als gutes Beispiel gehandelt wird.

Regionale Spezialitäten von Schirnhofer

Sehr geehrte KundenInnen!

Ich habe mich der ethischen Lebensmittelherzeugung verschrieben. Seit jeher war es mein Bestreben, Ihnen höchste Qualität und Sicherheit der Produkte zu garantieren. Wenn wir jedoch an unsere Zukunft denken, müssen wir auch in der Erzeugung von Lebensmitteln die sozialen und ökologischen Belange viel stärker berücksichtigen. Der verantwortungsvolle Umgang mit Tier, Mensch und Natur steht dabei im Mittelpunkt.

Deshalb habe ich in meinem Unternehmen den Begriff Wirtschaftsethik als Unternehmensphilosophie manifestiert. Wirtschaftsethik bedeutet für mich und meine MitarbeiterInnen, umweltorientiertes und menschlich verantwortungsvolles, wirtschaftliches Handeln in allen Bereichen sicher zu stellen. Dabei geht Qualität vor Quantität. Deshalb ist es mir ein besonderes Anliegen, Spezialitäten-Programme, wie es das BIO-Steinschaf ist, gemeinsam mit engagierten Landwirten zu entwickeln. Artgerechte Tierhaltung, höchste BIO-Standards und eine faire Partnerschaft stehen dabei im Vordergrund.

Nur so entstehen besonders wertvolle Lebensmittel, die unter strengen ökologischen Gesichtspunkten „heranreifen“ können und Ihnen als Konsumenten einen Mehrwert bieten.

Ihr
K. Schirnhofer
Karl Schirnhofer






Kontakt:
Manfred Fischer, Verkaufsführer
Schirnhofer GmbH • 8224 Kandorf 298
Tel.: 03334 31 31 100 • Mobil: 0664 16 42 259
manfred.fischer@feinkost-schirnhofer.at

www.feinkost-schirnhofer.at

Das Krainer-Steinschaf – ein Stück Kulturgut

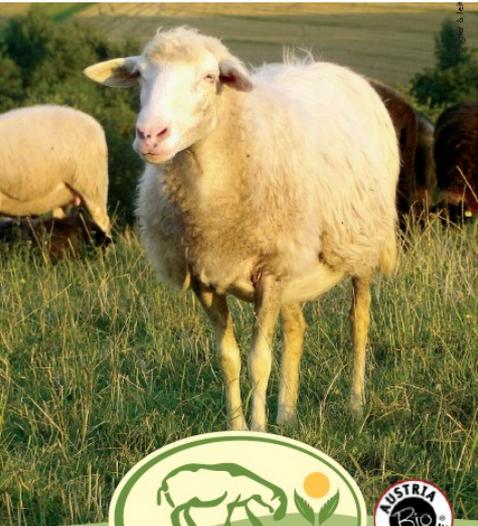


Abb. 45: www.feinkost-schirnhofer.at

Tierische Mitgebsel bei Manufactum und Steiff

www.manufactum.de

www.steiff.de

Im Rahmen der Konzeption des gegenständlichen Projektes werden auch Überlegungen zu Mitgebsel angestellt, die einen emotionalen Mehrwert erzeugen. Hierzu gibt es neben der Arbeitsgruppe Alpines Steinschaf auch Anbieter wie Manufactum oder die Firma Steiff, die tierische „Mitgebsel“ im Sortiment haben und als Projektpartner bei der Umsetzung eingebunden werden könnten (siehe Konzeption).



The screenshot shows the Manufactum website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Wohnaccessoires' and 'Weihnachtsdekoration'. A search bar is present with the slogan 'Es gibt sie noch, die guten Dinge.' Below the navigation, a sidebar lists 'Wohnaccessoires' and 'Weihnachtsdekoration'. The main content area features a product titled 'Set Bauernhof Reifentiere' with a price of 79,00 Euro. The product image shows a collection of realistic farm animal figurines including a cow, sheep, pig, and chickens. A shopping cart icon indicates the cart is empty. The page also includes a 'Direkt bestellen' section with a 'Bestellformular' and a 'zur Kasse' button.

Abb. 46: Kleintiere vom Bauernhof bei Manufactum

The screenshot shows the Steiff online shop interface. At the top left is the Steiff logo. To its right are navigation links: 'Online-Shop', 'Faszination Steiff', and 'Themenwelten'. Further right are links for 'Land', 'Newsletter', 'Login', and 'Merkmale'. A search bar contains the text 'Suche Schaf Lamm' with a magnifying glass icon and a shopping bag icon. Below the search bar are category links: 'Teddybären', 'Kuscheltiere', 'Baby- & Kindermode', 'Babywelt', 'Sammlerwelt', and 'Wohnen & Lifestyle'. The main content area displays search results for 'Schaf Lamm' (23 articles). On the left is a sidebar with filters: 'Auswahl verfeinern', 'Geschlecht' (Junge (1), Mädchen (17)), 'Alter' (Mini (8), Newborn (15)), 'Größe' (small (0-24 cm) (14), medium (25-49 cm) (8)), and 'Lieblinge' (Lämmer (14)). Below the filters is a promotional banner for a '5,- € Gutschein'. The main product grid shows three items: 'Lamby Lamm' (49,90 €), 'Steiff's kleiner Floppy Linda Lamm' (19,90 €), and 'Steiff's kleines Baby-Lamm Linda' (27,90 €). Each item has a 'zum Artikel' button and a 'marken=' button.

Abb. 47: Schafstofftiere der Firma Steiff

4.7.2 International

DYNALP

www.alpenallianz.org/de/ueber-allianz-in-den-alpen

Dynalp ist ein von Interreg IIIB finanziertes Projekt zum "Alpine Space", das vom Gemeindefeldnetzwerk "Allianz in den Alpen" durchgeführt wird. Jeder der 50 Partnergemeinden der "Allianz" hat sich verpflichtet, zumindest ein konkretes Projekt durchzuführen, das den Protokollen der Alpenkonvention entspricht. Diese insgesamt vier Protokolle beinhalten Kriterien zur Raumordnung, Naturschutz, Berglandwirtschaft und Tourismus in den sechs Alpenstaaten.

Durch „dynAlp-nature“ werden innovative und übertragbare Ideen gefördert, die eine Vernetzung von Naturräumen sowie den Erhalt und die Schaffung von Biodiversität zum Ziel haben. Dazu beitragen kann etwa eine naturnahe Bewirtschaftung von Grünflächen in der Gemeinde oder die Offenhaltung der Landschaft. Eine vielfältige Natur wirkt positiv auf die Lebensqualität der Bewohner und kann den sozialen Zusammenhalt in der Gemeinschaft sichern und verbessern. Die Erfahrungen, die naturschützende Gemeinden machen, sollen über die nationalen Grenzen hinaus, in den gesamten Alpenraum getragen werden. „dynAlp-nature“ fördert deshalb ausschließlich internationale Projekte, die Menschen und Ideen aus verschiedenen Regionen und Ländern an einen Tisch bringen. Geplant sind 4 Kooperationsprojekte, welche Massnahmen zum Naturschutz umsetzen. Im Rahmen eines Workshops auf der AidA-Jahrestagung 2013 in Grasse wurden 8 Projektideen entwickelt. Interessierte Gemeinden können sich unverbindlich für die Teilnahme an einem oder mehreren Projekten bei den jeweiligen nationalen Betreuer oder direkt mittels Kontaktformular melden. Weitere Projektideen, die sich nicht in der Liste befinden, können ebenfalls an die nationalen Betreuer gerichtet werden.

Idee 1: Umsetzung von Planungskonzepten

Idee 2: Schutz vor Naturgefahren und Pflege der Kulturlandschaft

Idee 3: Traditionelle Elemente der Kulturlandschaft und des Siedlungsgrüns

Idee 4: Erhalt und/oder Rückgewinnung landwirtschaftlicher Flächen

Idee 5: Naturschutzgebiete und besondere Lebensräume: Inwertsetzen, Sensibilisierung, Umweltbildung

Idee 6: Naturnahe Landwirtschaft - Viehzucht und Berglandwirtschaft

Idee 7: Siedlungsplanung/Grünflächen im Gemeindegebiet

Idee 8: Biodiversität und Naturräume

aus <http://www.alpenallianz.org/de/projekte/dynalp-nature/projekte> v. 10.7.2013

Salzburger Almsommer

www.salzburgerland.com/de/almsommer

In Salzburg laden nun über 500 Hütten Wanderer zum Verweilen ein, 162 davon sind als zertifizierte "Salzburger Almsommerhütten" ausgezeichnet.

Eine Salzburger Almsommer-Hütte erfüllt folgende Kriterien:

- Original und authentische Hütten
- Erreichbarkeit über Wanderweg oder Seilbahn
- Bewirtschaftung: traditionell und bergbäuerlich
- Dem Wanderer werden selbst erzeugte und in der Region hergestellte Produkte serviert
- Das Alm-Wasser hat Trinkqualität und die Einhaltung der vorgegebenen Hygienebestimmungen sind Pflicht

Unter der Bezeichnung "Salzburger Almsommer" werden vielfältige Angebote in den Bereichen Sport, Kultur, Wellness, Kulinarik rund um die Almwirtschaft in Salzburg zusammengeführt. Für „Almen aktivieren“ können die Zertifizierungs-Kriterien für die Almhütten zukünftig durchaus interessante Anknüpfungspunkte bieten.

4.7.3 Bayern/Deutschland

Ammergauer Alpen GmbH

www.ammergauer-alpen.de

In der Initiative Ammergauer Alpen GmbH haben sich sechs Gemeinden im Süden Bayerns (Oberammergau, Unterammergau, Bad Kohlgrub, Bad Bayerstien, Saulgrub/Altenau und Ettal/Graswang) zusammengeschlossen, mit dem Ziel, durch Synergien zwischen Landwirtschaft, Produzenten, Handel, touristischen Leistungsträgern und Gastgewerbe, Tourismus und regionales Produktmarketing miteinander zu verschränken. Die Kennzeichnung der regionalen Angebote erfolgt durch ein einheitliches Qualitätssiegel, die weiß-blaue Raute. Mit diesem Siegel verbürgt sich die Ammergauer Alpen GmbH für eine gleichbleibende und beständige Qualität der Waren und Angebote.



Abb. 48 Qualitätssiegel „Ammergauer Alpen“ aus www.ammergauer-alpen.de

Eine Auswahl der Angebote:

Ammergauer Alpen Frühstück

In ausgewählten Häusern wird „das Beste aus der Region“, das sind regionale Produkte wie Butter, Milch, Joghurt, Marmelade, Honig, Tee und Backwaren, zum Frühstück serviert.

Ammergauer Alpen TOTAL LOKAL

Sieben Gastronomen der Region Ammergauer Alpen kreieren einzigartige Gerichte aus typischen, heimischen Produkten z.B. aus Bärlauch, vom Wild aus den heimischen Wäldern oder vom ursprünglichen Werdenfelser Bergschafamm.

Die weiß-blauen Raute kennzeichnet die Gerichte der regionalen Speisekarte. Die Speisen darauf unterliegen folgenden Kriterien:

- (1) Keine Verwendung von Fertig- oder Halbfertig-Produkten (Convenience)
- (2) Wild aus heimischen Wäldern (dokumentierter Bezug mit Eintrag ins Wildeingangsbuch)
- (3) Molkereiprodukte aus der Region
- (4) Salat, Gemüse, Obst, Wildkräuter und Kräuter sowie Sprossen und Keimlinge, Pilze, Marmeladen und Honig aus der Region
- (5) Fleisch aus der Region

Alle Gerichte der regionalen Karte werden eigenhändig hergestellt und erfüllen daneben noch ein weiteres der genannten Kriterien.

Schaukäserei

In der Schaukäserei kann durch Glasscheiben der Herstellungsprozess von der Milch zum Käse mitverfolgt werden:

- Anlieferung der frischen Milch
- Zugabe des Labs
- Einsatz der Harfe, welche die verdickte Masse zerkleinert
- Umfüllen des Käsebruch in Formen und Versenken im Salzbad
- Transport des Laibs in den Reifekeller

Regionale Produkte

Es gibt z. B. heimische Fleischprodukte vom Weiderind und Weidelamm. Der Metzger Christian Gerold ist eine zentrale Figur der Initiative „Regionalvermarktung“. Er und seine Kollegen in den Ammergauer Alpen beliefern die Restaurants der Region.

Weiters gibt es alles vom Schaf, z.B. Socken aus selbstgemachter Schafswolle, Decken und Kuscheltiere, alles direkt vom Erzeuger, z. B. bei Herbert Köpf in Oberammergau. Daneben gibt es noch Honig, Kräuter, Brot und andere Köstlichkeiten aus der Region.

Dieses Projekt bietet einige interessante Schnittstellen bzw. Ideen an die man sich auch bei „Almen aktivieren“ anlehnen könnte. Von der regionalen Produktvermarktung über Bewusstseinsbildungsangebote ist alles sehr gut organisiert und auf der Homepage übersichtlich und informativ dargestellt. Interessant ist z.B. der digitale Wanderführer (man kann sich eine App dazu runterladen) für den Meditationsweg Ammergauer Alpen, beschrieben als „Informationen die in die Hosentasche passen“. Außerdem gibt es einen Tourenplaner, der es ermöglicht, sich die Tour detailliert anzusehen in Form eines pdfs oder als GPS-Daten. Zusätzlich kann man sich seine Tour vorab im 3D-Flug ansehen.

Ansprechpartner

Ammergauer Alpen GmbH
Eugen-Papst-Str. 9a
82487 Oberammergau

Juradistel-Lamm und -Weiderind

www.juradistl.de

2002 initiierten die vier Landkreise Amberg-Sulzbach, Neumarkt i. d. Oberpfalz, Regensburg und Schwandorf das „Netzwerkprojekt Oberpfälzer Jura – Mensch – Umwelt – Kultur“, kurz nepo•muk. Eine Weiterentwicklung daraus ist das Projekt "Juradistel". Ziele sind der Aufbau eines Biotopverbundsystems im Oberpfälzer Jura und der Aufbau einer naturschutzgerechten Regionalvermarktung unter der Marke "Juradistl". Seit 2004 gibt es die Lammvermarktung unter dem Markennamen Juradistl-Lamm. Beteiligt sind etwa 60 Marktpartner aus Gastronomie und Metzgereien, sieben Schlacht- und Zerlegebetriebe sowie 15 Schäfereien. Seit 2011 wird zusätzlich das Juradistl-Weiderind vermarktet.



Abb. 49: Markenlogo „Juradistl“

Die Distel im Logo stellt den Bezug der Marke zum Naturschutz dar, wobei auf der Homepage nicht explizit auf die Distel eingegangen wird, sondern allgemein auf den Erhalt der Artenvielfalt der Region. Gut sind die Formulierungen über den Zusammenhang zwischen Produkt und höheren Preis. Die Begründung liegt dabei in der Naturschutzwirkung. Hier ein paar Beispiele an Formulierungen:

- „Mit jedem Bissen Juradistl-Lamm verwöhnen Sie Ihren Gaumen und sie erhalten ein Stück ursprünglicher Lebenskultur.“
- "Diese Lebensräume brauchen den Schäfer und seine Herde, denn sie würden ohne Beweidung zuwachsen."
- "Ohne Schäfer stirbt die Landschaft. Juradistl-Lamm ist ein Genuss, der sie am Leben erhält."
- „Da der Biotopverbund – mit der dazugehörigen reichen Artenausstattung – in hohem Maße von extensiven Bewirtschaftungsformen abhängen, sollten die dabei erzeugten Produkte mit Aufpreis und besonderem Image am Markt positioniert werden.“

Die Produktionskriterien für die Juradistl-Produkte sind sehr strikt und genau formuliert. Mindestens 50 % der Weideflächen sind Naturschutzflächen ohne Mineraldünger und Gülle, diese Flächen werden naturverträglich beweidet. Der Einsatz gentechnisch veränderter Futtermittel ist verboten, es werden nur pflanzliche Futtermittel eingesetzt. Heu und Futtergetreide stammen aus dem eigenen Betrieb oder dem Projektgebiet. Die Aufzucht der Lämmer erfolgt überwiegend durch die Muttermilch, nur die besten Lämmer kommen in das Juradistl-Programm. Lebendtiertransporte dürfen nicht länger als zwei Stunden dauern. Die neutrale Kontrolle erfolgt durch die Gesellschaft für Qualitätssicherung in der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft (QAL).

Ansprechpartner

Projektmanagement Juradistl
c/o landimpuls GmbH
Bayernstraße 11
93128 Regenstauf

Beispiel Altmühltaler Lamm

www.altmuehltaeler-lamm.de

Das Landschaftsschutzprojekt „Altmühltaler Lamm“ läuft seit 1997 und ist mittlerweile sehr erfolgreich. Es ist eine Gemeinschaftsleistung der Landkreise Donau-Ries, Eichstätt, Kelheim, Neuburg-Schrobenhausen, Neumarkt, Roth und Weißenburg-Gunzenhausen. Unterstützt werden die Schäfer im Naturpark Altmühltal durch die Landschaftspflegeverbände, die Untere Naturschutzbehörde und die Fachberatung der Ämter für Landwirtschaft. Die Gesamtkoordination hat der Landschaftspflegeverein VöF Kelheim übernommen.

Für das Projekt haben sich engagierte Schäfereibetriebe, Direktvermarkter, Metzger und Gastronomen aus den Landkreisen des Naturparkes Altmühltal zusammengeschlossen.

Vermarktet werden Fleisch, Wurst und Wollprodukte im Zuge von Direktvermarktung und Kooperationen mit Metzgern und Gastronomen. Alle Teilnehmer verpflichten sich zur Einhaltung strenger Kriterien. Beteiligt sind derzeit 11 Schäfer/Direktvermarkter, 5 Metzger und 22 Gastronomen.

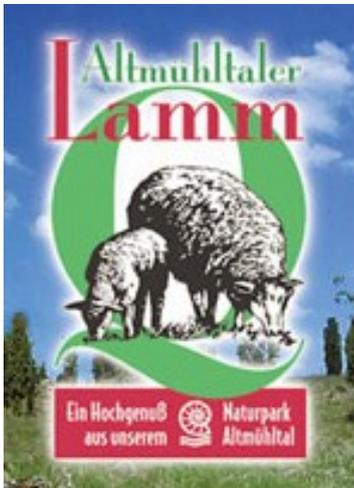


Abb. 50: Qualitätssiegel „Altmühltaler Lamm“

Das Altmühltaler Lamm ist zu einem bewährten Qualitätssiegel geworden. Für die Hüteschäfer, die Produktion und Verarbeitung des Lammfleisches sowie der Wolle gelten hohe Qualitätsstandards, die ständig überwacht werden. Nur die Schäfer, Metzger, und Gastwirte, die sich daran halten, dürfen das Gütesiegel verwenden. Über die Hälfte der Flächen, die von den Schäfern im Naturpark Altmühltal beweidet werden, müssen zusätzlich wertvolle Areale für den Naturschutz sein. Auf diesen Flächen dürfen Pflanzenschutzmittel, Stickstoffdünger, Gülle und Klärschlamm nicht verwendet werden. Ein schonender Umgang mit dem Tier ist oberstes Gebot. Beim Altmühltaler Lamm werden die Tierzahlen pro Fläche nach oben begrenzt. Auch beim Transport zum Schlachthof darf die Fahrtzeit von einer Stunde nicht überschritten werden. Ein originelles Produkt-Wortspiel ist die "SaLAMMi" vom Altmühltaler Lamm.

Ansprechpartner

Landschaftspflegeverband Kelheim VöF e.V.
Donaupark 13
93309 Kelheim

Günztaler Weiderind (Braunvieh)

www.guenztal.de

www.ak-allgaeuer-braunvieh.de

www.originalbraunvieh.de

Das Günztal liegt im bayerischen Schwaben und reicht vom Allgäu bis zur Donau. Seit 2008 arbeitet die Stiftung KulturLandschaft Günztal daran, die Beweidung als älteste und ursprünglichste Grünlandnutzung im Günztal wieder zu etablieren. Es wird mit Islandpferden und Original Braunvieh-Rindern beweidet, zwei Tierrassen, die sich insbesondere durch Robustheit und Genügsamkeit auszeichnen.

Das Projekt Günztal Weiderind verfolgt folgende Ziele:

- Erhalt und Entwicklung von strukturreichem Grünland und Förderung der Biodiversität durch eine naturschutzorientierte Beweidung in den Biotopverbund-Schwerpunktgebieten
- Sicherung des Fortbestandes der stark gefährdeten regionalen Nutztier rasse „Original Braunvieh“
- Förderung von landwirtschaftlichen Weidebetrieben als Partner der Landschaftspflege
- Erzeugung und Vermarktung von Rindfleisch aus Weideochsenaufzucht und Mutterkuhhaltung unter der Regionalmarke "Günztal Weiderind"
- Bewusstseinsbildung bei Verbrauchern für eine naturschonende Landwirtschaft und eine regionale Lebensmittelproduktion

2009 wurde das Projekt „Günztal Weiderind“ von der Regierung von Schwaben als eines von zehn Bayerischen Biodiversitäts-Projekten in Schwaben anerkannt.

Das Original Braunvieh (alte Zuchtrichtung) ist ein Zweinutzungsrind für Milch und Fleisch und ein wichtiges Kulturgut des Allgäus. Der historische Wandel vom Flachs anbau (blaues Allgäu) zur Grünland und Milchwirtschaft (grünes Allgäu) war eng mit dieser Tierrasse verbunden. Heute ist die Rasse von der „Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen“ (GEH) als „stark gefährdet“ eingestuft. Anfangs der 1990er Jahre war der Bestand der alten Zuchtrichtung, mit nur noch ca. 80 Rindern, akut vom Aussterben bedroht. Durch die Initiative engagierter Original Braunviehzüchter und staatliche Förderprogramme konnte der Bestand stabilisiert werden. Heute gibt es wieder über 500 „Original Braune“ im Allgäu.

Die Günztaler Weiderinder führen mindestens 24 Monate ein gemächliches Leben und sorgen für Strukturvielfalt auf den ökologisch wertvollen Weiden. Die schlachtreifen Weidetiere vermarkten die drei derzeit teilnehmenden Landwirte unter der gemeinsamen Marke „Günztal Weiderind“ entweder in Selbstvermarktung oder über kleine handwerkliche Metzgerbetriebe. Das „Original Braunvieh im Allgäu“ wurde in die sogenannte „Arche des Geschmacks“ von Slow Food aufgenommen.

Ansprechpartner

Stiftung KulturLandschaft Günztal

Bahnhofstr. 34

87724 Ottobeuren

Designerstücke aus Ziegen- und Lammfell bzw. -leder

Mehrere bekannte Designer bieten Designerstücke aus Lamm- und Ziegenfell bzw. -Leder im High-End-Bereich an. Es handelt sich um qualitativ hochwertige und hochpreisige Produkte wie z.B. Zottelfelljacken, Westen, Taschen, Schuhe, Mützen, Hosen und Röcke. Die Preisspanne bewegt sich zwischen 100 € und 6.000 €. Ein wichtiger Vorteil z.B. vom Lammfell gegenüber Pelzartikeln ist nach Aussage einiger Designer, dass es als Nebenprodukt der Fleischgewinnung ethisch/moralisch völlig korrekt ist, was die Verarbeitung und den Handel angeht. (Pelzartikel sind ansonsten oft umstritten und es gibt diesbezüglich strenge Vorgaben, was den Handel und die Herstellung angeht).



Abb. 51 Designer-Zottelfelljacken (Quelle: Magazin Instyle, Ausgabe Dez. 2011)

Artikel	Seite	Preis	Designer	Kontakt
Tasche aus Alpakafell, Lammleder	100	2000	Aigner	www.aignermunich.com; über Munford PR; Tel. 089/2870250
Tasche aus Lammfell	102	499	Fredsbruder	www.fredsbruder.de; über Runway PR; Tel. 040/22696248
Zottelige Weste vom Tibetlamm	102	890	Schacky and Jones	www.schackyandjones.com; über Prdeluxe, Tel. 089/1894780
Lammfellcape	104	1200	Inès & Maréchal	www.inesetmarechal.fr; über The PR, Tel. 089/55196650
Handschuhe aus Lammleder	104	420	Sportmax	www.sportmax.it; über Max Mara GmbH, Tel. 089/3504960
Cargo-Hose aus Lammleder	104	659	Closed	www.closed.com; Tel. 08000/256733
Tasche aus mongolioschem Lammfell	104	450	Sequoia	www.sequoiaparis.de; über Fashion PR, Tel. 06171/581556
Ziegenlederpumps	106	140	Högl	www.hoegl.com; Tel.: 0043-7719/88110
Lammfellbolero	106	799	Stefanel	www.stefanel.de; Flagship Stor München, Tel: 089/24208589
Tibetlammfellweste	116	595	SLY 010	www.sly010.com, über Bernd Schürmann GmbH, Tel.: 030/78719901
Lammfelljacke	117	799	Joie	Über Unifa GmbH, Tel.: 0211/1714990
Lammfellmantel	118	5780	Fendi	www.fendi.it; Boutique Mailand, Tel.: 0039-02/540231
Schaffellweste	119	870	Mulberry	www.mullberry.com, Tel 0044-20/74913900
Lammfellmütze	119	135	Ilse Jacobsen	www.ilsejacobsen.dk, über Prdeluxe, Tel.: 089/1894780
Lammfellweste	120	1980	Etro	www.etro.com, über Schoeller & von Rehlingen, Tel 089/99842720
Lammfellmantel	121	2250	NO. 21	www.numeroventuno.com
Ziegenfelljacke mit Kapuze	122	1936	Roberto Cavalli	www.robertocavalli.com
Weste aus Lamm- und Schaffell	123	1198	Jet Set	www.jetset.ch, über Stefanie Wimshofer PR, Tel 089/39296472
Mantel mit Lamm-Fellärmeln	128	1890	Etro	s.o.
Mantel mit Schaffellärmeln	128	2865	Rag & Bone	www.rag-bone.com, Service-Tel. 001-212/2788214
Zottelfelljacken	130			
Ziegenfell-Jacke		3080	Isabella Marant	www.isabelmarant.tm.fr, Showroom Paris, Tel. 0033/1-49237540
Ziegenfell-Jacke		3200	Just Cavalli	www.robertocavalli.com
Lammfell-Jacke gem. mit Kunstfaser		199	Ilse Jacobsen	s.o.
Zotteljacke vom Tibetlamm	102	1215	Schacky and Jones	s.o.

Artikel	Seite	Preis	Designer	Kontakt
Stulpen-Booties	136			
... mit Lammfellumschlag		595	Chloé	www.chloe.com
... aus Lammveloursleder		199	Emu-Australia	www.emuaustralia.com, Tel 040/35015780
... mit Lammfellfutter		100	Gabor	www.gabor.de, Servicetel.: 08031/8010
... aus Lammlleder		635	Tod's	www.tods.com, Tel 0211/458590
Röcke aus Lammlleder				
Rock aus Lammlleder	142	336	Elisabeth and James	www.elisabethandjames.us, Tel. 001-212/3821780
Rock aus Lammlleder	146	3200	Hermés	www.hermes.com, Tel 089/5521530
Rock aus Lammnappa	144	200	Clinique	www.clinique.de, über Detailed Communication, Tel. 0211/9894001

Tabelle 11: Produktübersicht und Designer von Mode aus Leder und Fell von Lamm und Ziege
(Quelle: Magazin Instyle, Ausgabe Dez. 2011)

Es gibt jedoch nicht nur im Modebereich die Idee, Ziegen- und Lammartikel zu erzeugen, sondern auch auf dem Möbelsektor. So hat z.B. Cassina (www.cassina.it) eine limitierte Auflage im Umfang von 100 Stück eines Designer-Sessels aus den 50er Jahren aus mongolischem Ziegenhaar anfertigen lassen. Auch solche Anwendungen bieten durchaus gute und neue Anknüpfungspunkte für die Verarbeitung von Fellen und Leder aus der „Almen aktivieren“ Initiative.



Abb. 52: Designer-Sessel aus Ziegenhaar (Quelle: Magazin myself, Ausgabe Februar 2012)

4.8 ERGÄNZENDE RECHERCHEN BEWUSSTSEINSBILDUNG

Bei den ergänzenden Recherchen von Angeboten zu Bewusstseinsbildung und Naturtourismus werden nachfolgend ausgewählte Projekte, Maßnahmen und Angebote zusammengefasst. Da der Umfang diesbezüglicher Angebote sehr vielfältig und reichhaltig ist, wurden v.a. solche Umsetzungsbeispiele selektiert, die mit dem Thema Almen in Verbindung stehen bzw. einen Bezug zu den im Rahmen des Konzeptes angesprochenen Ideen und Umsetzungsvorschlägen aufweisen.

4.8.1 Regionale Bewusstseinsbildungsangebote

Feste und Veranstaltungen

Schafabtrieb Kallbrunn

Jedes Jahr findet (im Zuge des gegenständlichen Projektes) Ende September das Schafabtriebsfest auf der Kallbrunnalm statt. Man kann bei der Schafschur zusehen, in der Wollwerkstatt eigenhändig filzen und spinnen und Produkte vom Alpenen Steinschaf erstehen. Außerdem gibt es ein Kinderprogramm, musikalische Untermalung und Informationen zur seltenen Nutztierassen und zum Projekt „Almen aktivieren“.

Schafabtrieb Unterwössen/Kleinrechenbergalm

Das Schafabtriebsfest in Unterwössen ist mittlerweile weit über die Region hinaus bekannt und findet regen Zuspruch von Seiten der Bevölkerung und Gästen der näheren und weiteren Umgebung. Hierbei werden die Alpenen Steinschafe von der Kleinrechenbergalm nach Unterwössen ins Tal getrieben. Das Fest veranstalteten die Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL) und das Landesamt für Landwirtschaft mit tatkräftiger Unterstützung der Gemeinde Unterwössen. Im Jahr 2013 findet das Fest am 22.9. statt. Den Besuchern soll ein Einblick in die Haltung und Zucht von Alpenen Steinschafen gegeben werden. Folgende Attraktionen werden geboten:

- Stand mit Woll- und Filzprodukten vom alpinen Steinschaf
- Stände mit Essen und Getränken (Lammkotelett)
- Infostand zum Projekt
- Schafkörung und -versteigerung
- Musikkapelle
- Verkaufsstände mit regionalen Produkten

Geführte Wanderungen und Naturparkerlebnisse im Naturpark Weißbach

Der Naturpark Weißbach bietet ein umfangreiches Angebot zu geführten Wanderungen vom dem einige einen direkten Almbezug aufweisen. Von Mai bis Oktober finden im Naturpark Weißbach fast täglich Wanderungen, der Markttag oder die Naturpark Werkstatt unter fachkundiger Anleitung statt. Eine geführte Wanderung – das sog. „Schäferstündchen“ - wurde am Kühkranz angeboten, findet sich aber derzeit nicht mehr im Angebotsprofil des Naturparkes. Folgende Naturparkerlebnisse bzw. geführten Wanderungen werden derzeit angeboten (entnommen aus der Webiste des Naturparkes bzw. dem Sommerprogramm 2013).

Naturparkerlebnis nach Lust & Laune

Für Gruppen ab fünf Personen können verschiedene Naturparkwanderungen individuell zu Wunschterminen gebucht werden (besonders geeignet z.B. für Betriebsausflüge, Schulklassen etc.). Details wie Inhalt, Dauer, Treffpunkt und Kosten werden für jede Wanderung einzeln vereinbart.

Almwanderung zur Almkäserei Kallbrunnalm

Bei einer Wanderung von Pürzlbach auf die Kallbrunnalm kann der vielfältige Lebensraum Alm entdeckt und Interessantes zur Almwirtschaft erfahren werden. Eine Käsejause mit selbst geherter Butter rundet diese Wanderung ab.

Wildkräuterlust & Almgenuss

Einen Einblick in die Vielfalt der nutzbaren Wildkräuter am Wegesrand auf der Hundsfußalm und eine Kräuter-Almjause mit hofeigenen Naturparkspezialitäten steht im Zentrum der Aktivität. Die abwechslungsreiche Wanderung führt über Wiesen, alte Ziehwege, Föhrenwälder, Almen und Schluchten.

Auf der Alm mit Blick über die Grenze

Fünf Wandertermine mit Naturparkführer und Nationalparkranger: Auf einer einfachen Wanderung erfahren die Gäste mehr über schwierige Salztransporte, die in früheren Zeiten über den Hirschbichl führten. Dabei lernt man den Lebensraum Alm als prägendes, artenreiches und schützenswertes Kulturlandschaftselement genauso kennen wie die beiden Schutzgebiete – den Nationalpark Berchtesgaden und den Naturpark Weißbach.

Angebote im Nationalpark Berchtesgaden

Der Nationalpark bietet ein sehr umfangreiches Programm für Kinder und Schulklassen aber auch für Erwachsene und Familien. Neben Programmen im Bildungszentrum sowie dem Naturerlebnisgelände werden zahlreiche begleitete Fachexkursionen, interaktive Angebote im Gelände sowie Wanderungen angeboten. Das Bildungszentrum bietet mit seiner energieeffizienten Architektur und innovativen Innenausstattung optimale Bedingungen für eine moderne Bildung für nachhaltige Entwicklung. So können sich Gäste in die Inhalte der Ausstellung vertiefen, ihre Exkursion im Nationalpark vor- oder nachbereiten oder sich auf ein Bildungserlebnis in den Werkstätten oder im Außengelände vorbereiten. Bei den Exkursionen bestehen gute Freiheitsgrade für Gruppen hinsichtlich Routenwahl und Ausgestaltungsdetails des Programmes.

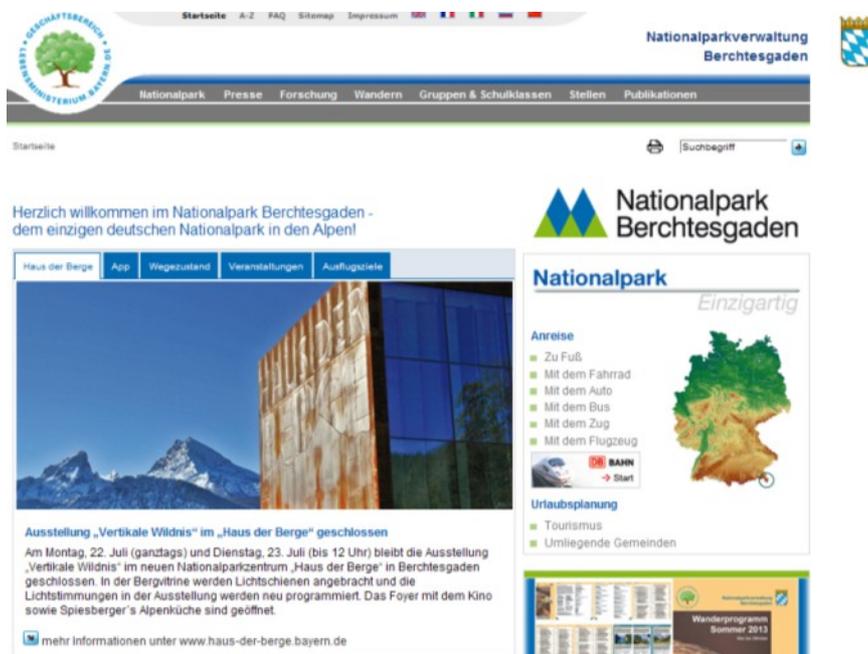


Abb. 53: Homepage der Nationalparks Berchtesgaden

Nachfolgende sind zwei almbezogene Angebote zusammengefasst, die vom Nationalpark Berchtesgaden angeboten werden.

Aufi auf die Alm

Die Almen gehören zu den schönsten und buntesten Lebensräumen im Nationalpark Berchtesgaden. Bei einer gemeinsamen Wanderung auf die Alm lernen die Kinder diesen besonderen Lebensraum kennen, den der Mensch durch die Beweidung geschaffen hat. Sie nehmen unter die Lupe, was die Kuh frisst und schauen sich um, welche Tiere und Pflanzen es auf der Alm sonst noch zu entdecken gibt. Mit altersgerechten Spielen und Aktionen erleben die Kinder die Almnatur und erfahren, wie die Menschen auf der Alm leben. Wer geschickt ist, dem gelingt es sogar, seine eigene Butter zu schütteln.

Hauptinhalte:

- Das Leben auf der Alm
- Typische Tiere und Pflanzen
- Brauchtum

Almleben

Die Alm ist ein vielfältiger Lebensraum, entstanden durch die nachhaltige Bewirtschaftung des Menschen. Warum und wie Menschen auf der Alm leben, dürfen die Kinder im Lahnerkaser begutachten bzw. selbst ausprobieren. Der historische Kaser steht auf dem Außengelände neben dem Bildungszentrum und lädt dazu ein, sich in diese besondere Lebenswelt hautnah hineinzusetzen.

- Das Leben auf der Alm
- Vergleich früher und heute
- Traditionen rund um das Almleben
- Milchverarbeitung

Umweltbildung im Achental

www.oekomodell.de

Ein großes Anliegen des Ökomodells Achental ist, den Menschen jeden Alters die Vielfalt und Schönheit der Landschaft zu zeigen und sie an der Kultur teilhaben zu lassen. Dafür wurde eine Vielzahl an Angeboten entwickelt. Im Arbeitskreis Umweltbildung im Ökomodell Achental haben sich unter der fachlichen Leitung der Gebietsbetreuung erfahrene Naturführer zusammengefunden, die Aktionen und Angebote entwickeln und abstimmen. Der Schwerpunkt liegt bei Angeboten für Familien, Kinder und Schulklassen. Der Arbeitskreis der Achentaler Touristiker legt seinen Schwerpunkt darauf, den Gästen besondere Natur- und Kulturerlebnisse zu ermöglichen. Das Netzwerk Umweltbildung Chiemgau bündelt die Aktivitäten und Angebote in der Region. Es bietet Fortbildungen und Erfahrungsaustausch für die Naturführer. Das Ökomodell Achental ist federführend daran beteiligt.

Es gibt Waldbegehungen mit dem Förster, Blumen- und Kräuterwanderungen, Exkursionen ins Moor und zu den Almen sowie Vogelstimmen- und Insektenwanderungen. Alle aktuellen Veranstaltungen finden sich in einem eigenen Achentaler Veranstaltungskalender. Für Gruppen und Schulklassen werden individuelle Erlebnistouren durchgeführt. Hierzu wurde ein vielfältiges Umweltbildungsprogramm entwickelt.

Landwirtschaft und Almen kennenlernen

„Leben auf dem Bauernhof“ ermöglicht einen Erlebnistag auf dem Sepp'nhof mit Hofführung und Aktivprogramm nach individuellen Wünschen, eine Brotzeit oder Kutschenfahrt sind möglich. „Almleben erleben“ bietet eine aktive Almwanderung, bei der es darum geht das Leben und Arbeiten auf der Alm kennenzulernen, als Aktivprogramm gibt es z.B. eine Kräutersuche oder Almschwenden.

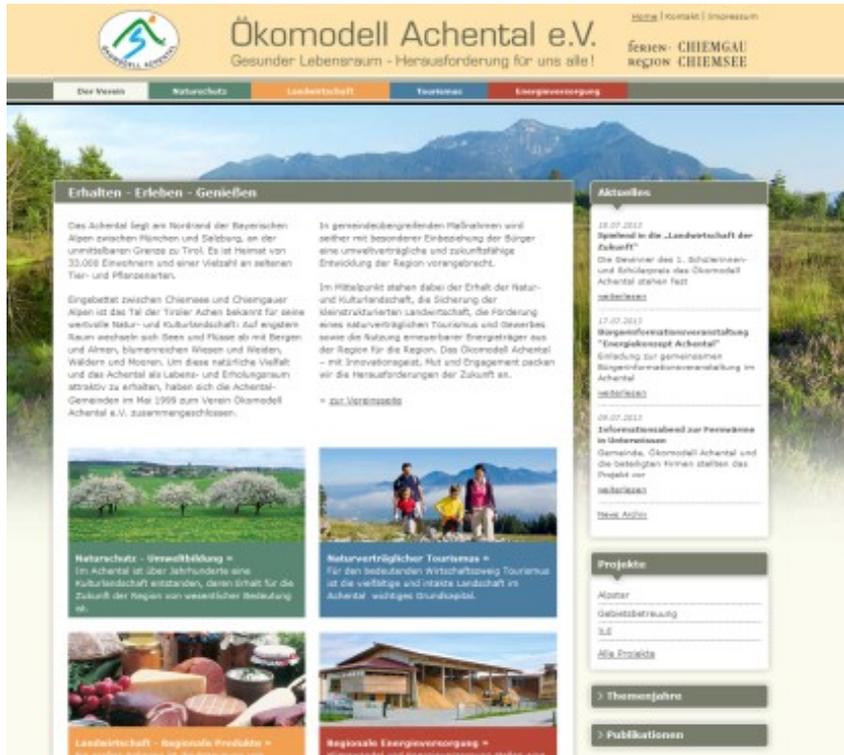


Abb. 54: Homepage des Ökomodells Achenal

Salzburger Almweg

www.salzburger-almenweg.at

Eine Initiative der Salzburger Land Tourismus GmbH ist der sogenannten Salzburger Almweg. Er erstreckt sich über 350 km und ist in 31 Etappen unterteilt. Das Salzburger Land ist das almenreichste Bundesland Österreichs mit über 1.800 Almhütten, rund 550 davon sind bewirtschaftet. Hier werden die Wanderer von der Sennerin oder dem Senner herzlich empfangen und mit Almspezialitäten wie frischer Milch, Käse, Butter, Topfen, Joghurt, Brot oder Speck verköstigt. Unter den Hütten, die entlang des Salzburger Almenweges liegen, finden sich klingende Namen wie die Bürgerbergalm, die Buttermilchalm oder die Schlossalm.

Auf der Homepage findet man den Slogan „Von Alm zu Alm dem Enzian auf der Spur“, welcher einerseits einen Bezug zur einer floristischen Besonderheit auf den Almen herstellt und andererseits auf die Wandernadel, die fleißige Wanderer erringen können, hinweist. (Enzian in Bronze für 5 Etappen, Enzian in Silber für 10 Etappen, Enzian in Gold für 20 Etappen, Enzian in Diamant für alle 31 Etappen). Die Etappen verlaufen über bunte Almwiesen und durch Wälder, vorbei an romantischen Bergseen und Wasserfällen und haben eine unterschiedliche Dauer (1,5 – 9 Stunden). Auf der Homepage sind alle Etappen genau beschrieben, neben der Dauer werden unter anderem auch die Kilometer und der Höhenunterschied, sowie Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten angegeben. Weiters hat man die Möglichkeit sich GPS-Daten herunterzuladen oder sich die geplante Tour virtuell anzusehen.

Jede Etappe hat einen anderen Namen z.B. "So weit das Auge reicht", "Begleitet von Gämsen und Adlern", "Auf den sonnigen Almen", "Auf den Spuren von Kaiserin Sissy" oder "Weite Tal-kessel, urige Hütten und blühende Wiesen".

The screenshot shows the homepage of the Salzburger Alpenweg website. The header includes a logo of a blue flower and a navigation menu with options like 'home', 'sitemap', 'english', 'Salzburger Alpenweg', 'Die Regionen / Orte', 'Almgefäster', 'Themenwege', 'Seilbahnwandern', 'Die Almen', and 'Service'. A sidebar on the left lists various sections such as 'Der Alpenweg', 'Die Etappen', 'Interaktive Karte', 'Virtuelle Tour', 'Wandernadeln', 'Pressestimmen & Auszeichnungen', 'Video', 'FAQ', and 'Unverbindliche Anfrage'. The main content area is titled 'Wandern in Salzburg wird belohnt' and features a table of 'Enzian' stamps for different stages of the hike. The table has four columns: 'Enzian in Bronze für 1 Etappe', 'Enzian in Silber für 5 Etappen', 'Enzian in Gold für 10 Etappen', and 'Enzian in Diamant für alle 31 Etappen'. Each column contains a circular stamp with a purple flower. Below the table, there is text explaining the stamp collection process and the benefits of hiking. A photo of a young child sitting on a rock is also visible on the right side of the page.

Abb. 55: Homepage Salzburger Almweg

Für das vorliegende Projekt ist vor allem die professionelle Informationsaufbereitung, die der Wanderer auf der Homepage erhält, beachtenswert.

Ansprechpartner

Salzburger Alpenweg

Markt 1

A-5620 Schwarzach/Pongau

4.8.2 Überregionale Bewusstseinsbildungsangebote

Altmühltaler Lamm: Schäferfest, Almauftrieb

Im Rahmen der Initiative Altmühltaler Lamm werden verschiedene Veranstaltungen geboten, so z.B. das Schäferfest. Hier wird eine Schäfermesse mit anschließender Schafsegnung abgehalten und danach gibt es schmackhafte Spezialitäten vom Altmühltaler Lamm, eine Schafrassenschau und man kann Produkte rund ums Schaf erwerben. Weiters gibt es verschiedene Vorführungen wie Schafschur und Klauenpflege, alte Handwerkskunst wie Spinnen und Filzen und ein eigenes Kinderprogramm. Beim „Altmühltaler Lamm“-Auftrieb wird ein Schäfer- und Handwerksmarkt veranstaltet, es gibt ebenfalls Schafschur-Vorführungen und Kinderaktionen, wie z.B. "Schafzielspritzen" oder Armbrustschießen "auf den bösen Wolf". Außerdem werden geführte Wanderungen auf die Wacholderheiden angeboten und beim "kulinarischen Schäferstündchen" kann man sich von einem Lamm-Gastronomen vielen Tipps rund um die Zubereitung von Lamm-Gerichten holen.

„Almtrekkings“

Großarlal: Almsafari „Alpenfloh“

www.grossarlal.info/de/sommer/familienurlaub/familientrekking.html

Im Großarlal in Tirol wird im Zuge einer gebuchten Urlaubswoche Almtrekking mit Kindern angeboten. Man bucht eine Wochenpauschale und Teil der Pauschale ist eine 3-Tagestour von Alm zu Alm (zwei Nächtingungen auf der Alm) mit kindergerechten Etappen von 3 – 5 Stunden Gehzeit (bemessen am Tempo der Kinder) pro Tag. Es gibt zwei unterschiedliche Varianten:

- Mini (ab 4J, 2-3 Std. Gehzeit)
- Maxi (ab 6 bzw. 8J., 4-5 St. Gehzeit)

Auf den Almen können die Kinder beim Melken zusehen, mit Lämmchen spielen oder auf Bergwiesen herumtoben. Die Touren sind nicht geführt, aber sehr gut im Internet beschrieben.

Ansprechpartner

Tourismusverband Großarlal
5611 Großarl 1/i

Pustertal, Südtirol: Almtrekking

www.alpinschule.com/55.html

Die Alpinschule im Pustertal in Südtirol bietet verschiedene Trekkingtouren an, darunter auch ein "Almtrekking". Dieses umfasst eine siebentägige Wanderung von Alm zu Alm. Die Gehzeit pro Tag beträgt 5-7 h, geschlafen wird auf Almhütten, Halbpension ist inkludiert. Pro Sommer (Juli/August) werden 2-3 fixe Termine angeboten. Die Teilnehmeranzahl beträgt 4-8 Personen. Eine Beschreibung der einzelnen Tage der Route findet man im Internet.

Ansprechpartner

Alpinschule Pustertal
Bahnhofstraße 2
I-39035 Welsberg

Belgien, Naturpark des Hohen Venns/Eifel: Trekkingtouren mit Esel, Ziege und Hund

www.eselwanderung.jimdo.com

Im Naturpark des Hohen Venns/Eifel in Belgien werden Trekkingtouren mit Eseln, Ziegen und Hund veranstaltet. Dabei tragen die Tiere das Gepäck und sorgen so für ein unbeschwertes Wandern. Das Wandern mit Tieren animiert vor allem Kinder zum Gehen, mit der tierischen Begleitung wird der Weg zum Ziel.

Angeboten werden Tages-Touren (von 1-6 Stunden) oder ein 2-Tages-Trekking mit Übernachtung im Freien im Schlafsack. Man kann sich selbst versorgen oder versorgen lassen. Auf der Homepage werden die einzelnen Tiere mittels Fotos und Beschreibung vorgestellt, sodass man sie schon im Vorhinein kennen lernen kann.



Abb. 56: Homepage Eselwanderung

Ansprechpartner

Judith Schmidt
Grüfflingen 10
B – 4790 Burg – Reuland

Schweiz: Packgeiss

www.packgeiss.ch

Vor über zehn Jahren haben Sandra Egli und Christian Golfetto aus Ricken ihre Liebe zu den Packgeissen entdeckt. Heute sind sie im Besitz von 13 Tieren, zwei davon sind noch Babys. Die Ziege eignet sich als Lasttier und liebenswerter Begleiter in jedem Gelände. Die Packgeissen sind von Klein an bei ihren Besitzern, lernen so den Umgang mit Menschen und können eine starke Bindung zu ihnen aufbauen. Die Packgeiss folgt wie ein Hund, ist genügsam, ruhig und freundlich und ermöglicht ein angenehmes Wandern, da die Last von der Ziege abgenommen wird. Die Ausbildung zur Packgeiss dauert drei bis vier Jahre. Dann können die Tiere ein Fünftel ihres Körpergewichtes tragen. Angeboten werden Trekking-Touren in unterschiedlichem Zeitrahmen von der einstündigen Schnupperwanderung bis zur 3-Tages-Tour oder mehr (individuell abzusprechen).



Abb. 57: Homepage Packgeiss

Das Projekt ist sehr erfolgreich und hat schon einige Preise gewonnen. Die Homepage ist sehr informativ und mit witzigen Ziegen-Porträts aufgepeppt. Es handelt sich durchaus um ein Projekt zum Abschauen.

Ansprechpartner

Sundance Packgeissen
Sandra Egli
Christian Golfetto
Juden / Schönenberg
CH-8726 Ricken

Beispiel Juradistel („Dem Schäfer auf der Spur“)

www.juradistl.de
www.lpv-regensburg.de

Im Rahmen des Projektes Juradistel werden verschiedene Bewusstseinsbildungsangebote angeboten. Man kann den Schäfer mit seiner Herde direkt auf der Weide besuchen, dabei gemeinsam über die Wacholderheiden wandern und unterwegs mehr über das Schäferleben erfahren und warum die uralte Tradition der Schäferei für viele Pflanzen und Tiere überlebenswichtig ist.

Dieses Angebot wurde speziell für Erst- bis Sechsklässler entwickelt. Die Devise heißt „entdecken - erleben – begreifen“. Magerrasen werden erforscht und Wiesenbewohner entdeckt. Ein Lammimbiss wird zum Gaumenerlebnis, das Filzen mit Schafwolle zur schönen Erinnerung. Dabei kann man Geschichten lauschen und Geschichte erleben.

Ein weiteres Angebot ist die Aktion „Wenn Lämmer in die Schule gehen“. Hier ist es einmal andersrum, die Kinder gehen nicht zu den Schafen auf die Alm, sondern die Schäfersfrau kommt mit einem ein paar Wochen alten Lamm an die Schule oder in den Kindergarten, um mehr über das Schafsleben zu erzählen. Zusätzlich wird vor Ort ein Erinnerungsstück gefilzt.

Zusätzlich angeboten wird die "Juradistl-Tour - Mit dem Rad durch den Oberpfälzer Jura". Der Flyer dazu ist bei den beteiligten Landschaftspflegeverbänden, bei den Tourismusbüros der Landkreise und der Städte erhältlich.

Ansprechpartner

Landschaftspflegeverband Regensburg e. V.
Altmühlstr. 1
93059 Regensburg

„Schule auf der Alm“ in Bayern und Österreich

Bayern: Stie-Alm – Schule auf der Alm

www.schule-auf-der-alm.de

Grundschulklassen können die Alm besuchen und dort spielerisch die Alm und die Almwirtschaft kennenlernen. Es gibt unterschiedlich lange Varianten. Die Schüler lernen typische Pflanzen und Tiere einer Alm kennen und erleben die Herstellung und Verarbeitung von Grundnahrungsmitteln und Zutaten aus der Natur unter Anleitung einer ausgebildeten Almführerin.

Ein Tag auf der Alm kann z.B. so aussehen:

- Kräutersuche für Frischkäse
- Frischkäseherstellung
- vorbereiteten Brotteig kneten, einschießen und backen
- Beobachten mit der Becherlupe (z. B. Weiherwasser, Kuhfladen, Käfer ...)
- "Blinde Raupe" spielen (mit verbundenen Augen als Raupe barfuß gehen)
- Holzspirale aufrichten
- Steine von der Almweide räumen und Holzhaufen aufschichten
- fertiges Brot und Käse einpacken
- zum Schluss bekommt jeder eine Almurkunde

Grüß Gott

Was ist die "Schule auf der Alm?"

Beispiel

Unsere Stie-Alm

Anmeldung

Pressespiegel

Kontakt
Impressum

Schule auf der ALM

www.stie-alm.de

Grüß Gott in der "Schule auf der Alm"!

Was die Almwirtschaft leistet, und wie sie zum Erhalt der Kulturlandschaft beiträgt, gerät immer mehr aus dem Bewußtsein der Menschen. Damit sich künftige Generationen dem Lebensraum Alm und Almwirtschaft nahe fühlen, bietet die Stie-Alm ein Programm für Schulklassen, um beispielsweise

- ✓ die Verbundenheit zur Natur zu fördern, ✓ Natur und Almwirtschaft kennenzulernen, und
- ✓ Aufmerksamkeit gegenüber dem natürlichen Lebensraum zu wecken.

Für die "Schule auf der Alm" wurde uns 2009 der Bayerische Innovationspreis verliehen. (Siehe Urkunde rechts und Pressespiegel). Praktisch verläuft ein "Schultag auf der Alm" so, dass wir unseren Lebens- und Arbeitsraum den Besuchern auf spielerische Art und Weise vorstellen. Wie so ein "Schultag" ablaufen kann, finden Sie unter "Beispiel".

Der Ablauf kann je nach vorhandener Zeit und Wetter variieren. Die Teilnehmer lernen typische Pflanzen und Tiere einer Alm kennen und erleben die Herstellung und Verarbeitung von Grundnahrungsmitteln und Zutaten aus der Natur.

Veronika Obermüller
Michäca Urban

Innovationspreis 2009
der Bayerischen Land- und Forstwirtschaft
Frau Veronika Obermüller
Stie-Alm
wurde im Kategorie
„Schule auf der Alm“
mit dem Preisgeld ausgezeichnet.

ZERTIFIKAT
LACON
Veronika Obermüller
Stie-Alm
wurde im Kategorie
„Schule auf der Alm“
mit dem Preisgeld ausgezeichnet.

Abb. 58: Homepage Schule auf der Stie-Alm

Österreich: Schule am Bauernhof – Erlebnis Alm

www.schuleambauernhof.at

Schule am Bauernhof ist eine Initiative des österreichischen Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft in Kooperation mit dem Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur und dem Forum Umweltbildung. Sie wurde 1998 gestartet, jährlich nehmen 40–50.000 Schüler daran teil.

Erlebnis Alm ist ein Subprojekt von Schule am Bauernhof und läuft auch unter dessen Logo. Dieses Projekt vermittelt die für Österreich typische Wirtschaftsweise, und im Besonderen die enge Verbindung von Kulturform und Landschaftsraum. Eine Buchung ist sowohl als Wochenprojekt, wie auch im Rahmen von Wandertagen möglich. Zurzeit gibt es lediglich fünf Alm-Betriebe in ganz Österreich, die Erlebnis auf der Alm anbieten. Die Beschreibungen der Almen sind teilweise sehr gut ausgeführt, teils nicht vorhanden.

Kärnten: Biohiasl – Schule auf der Alm – „Almmatura“

www.biohiasl.at/almmatura/index.htm

Der Biohof Hiasl wurde von der Kärntner Landwirtschaftskammer nach den Neprovalter-Qualitätskriterien zertifiziert und ist somit offizieller „Schule auf der Alm-Anbieter“.

Die Hiasl Almmatura® läuft folgendermaßen ab: Bei einer geführte Wanderung über den Almwanderweg mit vielen Farbschautafeln wird Interessantes von der Waldameise über die Zirbe bis zur Mutterkuh mit Kalb erklärt. Anschließend geht es zu den praktischen Übungen:

- Holzbearbeitung: Schnitzen von Zirbenholz
- Zäunen: Errichtung eines kleinen Holzzaunes
- Kuh melken: unsere Zirbenkuh „Zirbale“
- Brennholzarbeiten: abschneiden, spalten, aufstapeln
- Pflanzen und Tiere erkennen
- Spiele: Scheibtruhenrennen usw.
- Kostproben erkennen: Biospezialitäten wie z.B. „Luftgeselchter“ Speck, Bündner Fleisch, Hauswürstl, „Glundner“ Käse, Bauernbutter, Roggenbrot, Most, „Zirbenkraft“...

Schließlich wird in einer „Schriftliche Prüfung“ das Wissen über das Gesehene und Gelernte abgeprüft und als Abschluss gibt's bei einer zünftigen Maturafeier das Almmatura®-Zeugnis.

Der Biohof Hiasl ist Teilnehmer bei Schule am Bauernhof – Erlebnis-Alm.

Ansprechpartner

Familie Matthias Helmut Leitgeb
Biohof Hiasl
Reichenhaus 16
A-9342 Gurk

Seltene Nutztierassen im Naturpark Ötztal

www.blobe.at

Im Projekt wurden gemeinsam mit Ötztaler Bauern beispielhaft verheidete und verbuschte Flächen durch Beweidung wieder aktiviert und Möglichkeiten zur flächigen Beweidung von zuwachsenden Naturparkflächen mit seltenen Nutztierassen wie Tiroler Grauvieh, Blobe Ziege, Tuxer Rind oder Braunem Bergschaf erarbeitet. Ein weiteres Projektmodul beinhaltet die Entwicklung von Ideen und konkreten Vorschlägen zur Positionierung gefährdeter Nutztierassen als Angebotsschwerpunkt des Naturparkes Ötztal sowie die Erstellung von innovativen Bildungsmaterialien (z.B. Tierrassen-Memory) und Öffentlichkeitsarbeit wie z.B. im Rahmen von Naturparkveranstaltungen. Grenzüberschreitende Recherchen zu seltenen Nutztierassen im Naturpark gemeinsam mit dem Ötztaler Heimatmuseum zielen auf die Aufbereitung des Erfahrungsschatzes von Bauern, Regionalkennern und Zeitzeugen mittels videogestützter Interviews und Erstellung einer Broschüre ab. Die Ergebnisse des Projektes werden in einem Best Practice Guide zusammengefasst. Projektinfos werden über eine eigene Projekthomepage bereitgestellt.

Das Projekt bietet gute Beispiele für die Umsetzung von Materialien zur Bewusstseinsbildung. So wurden z.B. großformatige Postkarten zu den seltenen Rassen erstellt sowie ein eigenes Memory zu den seltenen Rassen produziert, das erfolgreich bei Naturparkveranstaltungen und Familienfesten zum Einsatz kommt.



Abb. 59: Postkarten und Tierrassen-Memory im Naturpark Ötztal



Abb. 60: Andrang der Kinder zum Tierrasse-Memory spielen im Rahmen des Familienfestes des Naturparks

4.8.3 Patenschaften

Das GEH-Tierpatenschaftsprojekt

Die GEH-Tierpatenschaften helfen dabei, über die Erhaltung alter Haustierrassen zu informieren und einen direkten und persönlichen Zugang zu dem Thema zu schaffen. Vielen Menschen, denen der direkte Bezug zu Land, Landschaft und Landwirtschaft fehlt, wird nun die Möglichkeit geboten, die Erhaltung gefährdeter Haustierrassen auf bäuerlichen Betrieben und Hobbybetrieben kennenzulernen und die Erhaltungsmaßnahmen direkt zu unterstützen. Aber auch Bekannte, Verwandte oder Hofladen-Kunden können zukünftig ihr „Lieblingstier“ in Patenschaft nehmen und dadurch eine intensivere Bindung zum Patentierbetrieb aufbauen. Das partnerschaftliche Dreiecksverhältnis zwischen Pate, Patentierbetrieb und GEH ist Basis des GEH-Tierpatenschaftsprojekts. Die erzielten Patenschaftsgelder werden zwischen der GEH und dem Patentierbetrieb aufgeteilt und unterstützen damit die praktischen Erhaltungsmaßnahmen der Betriebe sowie die gesamte Koordinations- und Öffentlichkeitsarbeit der GEH. Nicht alle Paten werden ihr Tier regelmäßig besuchen können, weil bei einer Vermittlung weitere Entfernungen zum Patentierbetrieb nicht immer vermieden werden können. Auch dieser Pate ist wichtig, weil er seine Unterstützung leistet und vor allem im Bekanntenkreis von seinem Patentier erzählen wird und damit für die Erhaltung der Vielfalt in der Landwirtschaft wirbt. Eine Patenschaft kann sowohl schriftlich als auch online abgeschlossen werden.

Innocent - Adopt a bee

Die Patenschaftsaktion des Getränkeherstellers Innocent ist ein gutes Beispiel für eine sehr gelungene und ansprechende Aktivität mit Benefit für den Produkthanbieter und eine seltene Tierrasse sowie den Konsumenten. Die nachfolgenden Texte wurden der Website entnommen und geben einen kurzen Eindruck, wie die Firma Innocent mit den Kunden in Verbindung tritt und Ideen sowie Anliegen vermittelt.

Bienen sind unersetzlich. Doch weltweit gibt es immer weniger Bienen. Darum brauchen sie unsere Hilfe. Jeder innocent Smoothie mit Biene, den Du kaufst, hilft deshalb jetzt den Bienen zu überleben. Flieg die Seite ein Stück hinunter, um mehr darüber zu erfahren. Kauf einen innocent Smoothie und rette eine Biene!

*Wir machen uns Sorgen um die Bienen und wissen, dass sie derzeit ohne Imker nicht überleben könnten. Darum unterstützt jetzt jeder Smoothie, der in Österreich verkauft wird, unseren Partner Austrian Mellifera Züchter AMZ. AMZ setzt sich für den Erhalt und die Zucht der vom Aussterben bedrohten Dunklen Biene (*Apis mellifera mellifera*) ein, etwa durch die stetige Vergrößerung der Schutzgebiete in Österreich und den Unterhalt regionaler Forschungsprogramme.*

Ergebnis der Aktion

10.300 Euro für die Austrian Mellifera Züchter

Unsere Bienenaktion „Kaufe einen Smoothie und rette eine Biene“ ist zu Ende, und wir dürfen freudestrahlend Gutes berichten: Mit Deiner Mithilfe konnten wir unserem Bienenpartner Austrian Mellifera Züchter eine Spende über 10.300 Euro überreichen – eine Menge Geld, das nur dank lieben, Smoothie-trinkenden Menschen wie Dir zusammengekommen ist.

Mit diesem Betrag wird AMZ in den kommenden Monaten beispielsweise eine neue Belegstelle für die stark vom Aussterben bedrohte Dunkle Biene in Kleinarl einrichten, die Öffentlichkeitsarbeit fördern und wichtige Zuchtwertschätzungen vornehmen, um die Genreserven dieser einzigartigen Bienenart zu erhalten. Danke, dass Du gemeinsam mit uns die Bienen unterstützt.



Wer jetzt einen innocent Smoothie kauft, adoptiert eine Biene

Ab 28. März kommt jeder innocent Smoothie unseren wichtigsten Mitarbeitern zugute: den Bienen. Wer im Frühling ein Fläschchen oder einen Karton innocent kauft, schenkt einer Biene ein Zuhause – und unterstützt heimische Projekte, die das Verschwinden der Bienen verhindern sollen.

Bienen sind nicht nur fleißige Honigproduzenten und die **Fernsehstars** unserer Kindheit. Sie sind auch unsere wichtigsten Mitarbeiter. Denn ohne Bienen keine bestäubten Blüten. Ohne bestäubte Blüten kein Obst. Und ohne Obst keine Smoothies. Doch unsere Bienen stecken in Schwierigkeiten. Denn die Zahl der Bienenpopulationen geht auf der ganzen Welt zurück – auch in Deutschland. Darum adoptiert jetzt jeder, der einen innocent Smoothie mit aufgedrucktem Bienenkorb kauft, eine Honigbiene. Unser Ziel ist es, 400.000 Bienen eine sichere Zukunft zu schenken. Mit unserem Bienenprojekt unterstützen wir den Verein Mellifera e.V., die Vereinigung für wesensgemäße Bienenhaltung, bei seiner Forschungs- und Lehrtätigkeit. So sorgen wir gemeinsam dafür, dass Bienenkrankheiten bienen- und umweltverträglich behandelt werden können, dass die fleißigen Bienen die Behausung haben, in der sie sich am wohlsten fühlen, und dass sie insgesamt keinen unnötigen Stress haben. Die Flaschen und Kartons mit Bienenkorb sind ab 28. März in ganz Deutschland erhältlich.



Abb. 61: Adoption von Dunklen Bienen

4.8.4 Freiwilligeneinsätze und Umweltbaustellen

ÖAV Umweltbaustelle Naturpark Weißbach

Die Alpenvereinsjugend lädt gemeinsam mit dem Naturpark junge Leute zwischen 16 und 30 Jahren dazu ein, eine Ferienwoche für die Natur zu arbeiten. Es geht darum Umweltschäden zu beheben oder einen anderen konstruktiven Beitrag für die Natur zu leisten (z.B. Almschwenden). Die Arbeit erfolgt unentgeltlich, Verpflegung und Unterkunft sind gratis, ein bis zwei Tage der Woche haben die Jugendlichen zur freien Verfügung. **Im Naturpark Weißbach werden regelmäßig Umweltbaustellen durchgeführt. Die Aktionen könnten durchaus auch mit stärkerem Bezug zum Projekt „Almen aktivieren“ entwickelt werden.**

Freiwilligeneinsätze in Deutschland

www.freiwilligenarbeit.de/freiwilligenarbeit-in-deutschland.html

www.ehrensache-natur.de

In Deutschland gibt es die Möglichkeit, freiwillig in nationalen Naturlandschaften (Nationalparks, Naturparks und Biosphärenreservate) mitzuarbeiten. Dabei kann man sich z.B. um Aufforstungen, den Bau von Tierunterschlüpfen oder die Entfernung von überflüssigen Zäunen kümmern. Die ehrenamtlichen Helfer können aber auch Gästegruppen durch die Parks führen, an Forschungsprojekten mitarbeiten oder Bürotätigkeiten übernehmen. Das Aufgabenspektrum in den Nationalen Naturlandschaften ist dabei sehr vielfältig. Jegliche Form der Freiwilligenarbeit ist eine gern gesehene Ergänzung zur hauptamtlichen Schutzgebietsbetreuung.

Die Initiative „Ehrensache Natur – Freiwillige in Parks“ baut Freiwilligenmanagement in den Nationalen Naturlandschaften systematisch auf und aus. Freiwillige jeden Alters engagieren sich in vielfältigen Naturschutz- und Umweltbildungsprojekten. Zusätzliche Angebote bietet „Ehrensache Natur“ u.a. für Unternehmen (Corporate Volunteering) oder Freiwillige mit Behinderung. Unabhängig von Alter und Qualifikation kann man hier etwas Sinnvolles tun, neue Menschen kennen lernen, Spaß haben, Wissen und Fähigkeiten erweitern und die (Um-)Welt aktiv mitgestalten. Ziel ist es in Teamarbeit mit hauptamtlichen Schutzgebietsbetreuern wertvolle Ökosysteme, Pflanzen und Tiere zu erhalten.

Ein aktuelles Projekt unter dem Titel Teamarbeit für Trollblume, Arnika & Co. im „Land der offenen Fernen“ wird im Herbst im Biosphärenreservat Rhön stattfinden. Dabei soll dank Einsatz der Freiwilligen die bunt-blühenden Bergwiesen und weite Aussichten in der Rhöner Landschaft erhalten bleiben. Aufkommende Gehölze an den Hängen der berühmten Wasserkuppe und des Pferdekopfs sollen entfernen werden.

WWOOF - Freiwillige Helfer auf der Alpe Garnera

www.wwoof.de

World-Wide Opportunities on Organic Farms (auch bekannt unter Willing Workers on Organic Farms; kurz: WWOOF) ist eine Organisation, die freiwillige Helfer für ökologische Bauernhöfe vermittelt. Die Organisation wurde 1971 in England von Sue Coppard unter dem Namen Working Weekends on Organic Farms gegründet, dann in Willing Workers on Organic Farms und schließlich 2000 in World-Wide Opportunities on Organic Farms umbenannt. Freiwillige, die durch WWOOF vermittelt werden, erhalten keine finanzielle Entschädigung für ihre Arbeit, sondern lediglich Unterkunft und Verpflegung von den jeweiligen Arbeitgebern („freie Kost und Logis“). Diese Freiwilligen sind zumeist Teilnehmer der Working-Holiday-Programme. Insgesamt nehmen mehr als 6.000 ökologische Bauernhöfe in 100 Ländern am Programm teil. Derzeit haben 53 Länder eine nationale WWOOF Organisation, darunter auch Deutschland, und in Deutschland sind 290 Höfe der Organisation angeschlossen (Stand: Februar 2013).



Abb. 62: Homepage der WWOOF unter www.woof.de

Auf der Alpe Garnera wird für interessierte Freiwillige die Möglichkeit zur Mithilfe angeboten. Mit den ersten Woofern wurden sehr gute Erfahrungen gemacht und die Aktion soll weiter fortgesetzt werden.

4.9 AUSGEWÄHLTE GÜTESIEGEL

4.9.1 ProSpecieRara

Mit dem ProSpecieRara-Gütesiegel können sich aktive Züchter von gefährdeten Nutztierassen auszeichnen lassen. Das Gütesiegel wird in Form einer A4-Tafel übergeben. Gütesiegel-Inhaber dürfen ihre Produkte und Dienstleistungen mit dem Gütesiegel „ProSpecieRara“ vermarkten. Sie haben zudem Zugang zum ProSpecieRara-Internet-Marktplatz, wo sie ihre Spezialitäten anbieten können. Interessenten können das Gütesiegel direkt bei den Geschäftsstellen von ProSpecieRara beantragen, wo Anmeldeformulare angefordert werden können. Die Anmeldung kann auch im Internet über ein Online-Formular vorgenommen werden. Das Gütesiegel wird jeweils für ein Kalenderjahr vergeben. Die Höhe der Gebühr ist je nach ProSpecieRara-Aktivenstatus und Umsatz differenziert geregelt.

Das ProSpecieRara-Gütesiegel...

... ist eine Auszeichnung für aktive Züchter und Anbauer. Es zeichnet deren Einsatz für die Erhaltung und Vermehrung von ProSpecieRara-Rassen und -Sorten aus.

...hilft bei der Vermarktung von Spezialitäten. Es steht für reinrassige Zucht und sortenreine Vermehrung von bedrohten Rassen und Sorten.

Klare Orientierung für Konsumenten

Menschen, die Produkte mit dem ProSpecieRara-Gütesiegel kaufen, unterstützen nachhaltig das Engagement der Anbauer und Züchter und helfen direkt mit, die bedrohten Tierbestände zu stärken und die gefährdeten Pflanzensorten zu erhalten.

Kassensturz: "Empfehlenswertes Öko-Label"

Das Konsumentenmagazin K-Tipp zeichnete in der Ausgabe Nr. 8 vom 25.4.2007 das ProSpecieRara-Gütesiegel als empfehlenswert aus.

Das ProSpecieRara-Gütesiegel steht für seriöse Erhaltungszucht. Ein Züchter erhält das Gütesiegel, wenn er...

- ordentliches Mitglied eines von ProSpecieRara anerkannten Zuchtvereins ist.
- Tierdaten regelmässig und korrekt an die Zuchtbuchstelle meldet.
- eine aktive und reinrassige Zucht betreibt.
- mit der Zuchtleitung des Zuchtvereins zusammenarbeitet.
- beim Aufzuchtleistungsprogramm des Zuchtvereins mitmacht (z.T. fakultativ).

Auszüge aus den Bestimmungen

Einsatz des ProSpecieRara-Gütesiegels

ProSpecieRara ist eine Marke, die beim Institut für geistiges Eigentum registriert ist. Die Stiftung ProSpecieRara setzt die Marke als Gütesiegel ein und bietet dieses Privatleuten und Körperschaften an.

Auszeichnung

Das ProSpecieRara-Gütesiegel ist eine Auszeichnung für den Anbauer, Züchter und Vermarkter. Es zeichnet dessen besondere Leistungen für den Erhalt von traditionellen Kulturpflanzen und gefährdeten Nutztiere aus.

Vermarktung

Das Gütesiegel stellt einen Mehrwert für den Betrieb und dessen Produkte dar. Inhaber des Gütesiegels sind berechtigt, dieses für die betriebseigene Vermarktung von ProSpecieRara-Produkten einzusetzen. Sie dürfen das ProSpecieRara-Logo an Verkaufständen, in Inseraten und auf Produkt-Etiketten anbringen.

Deklarationspflicht

Gegenüber dem Kunden besteht Deklarationspflicht. Alle Produkte müssen mit eindeutigen Produktnamen versehen sein und es muss klar ersichtlich sein, von welcher Sorte/Rasse das Produkt stammt.

Zugang zum Internet-Marktplatz

Der Besitz des ProSpecieRara-Gütesiegels berechtigt zum Anbieten von Waren auf dem ProSpecieRara-Internetmarktplatz. Die Benutzung des Internetmarktplatzes ist über separate Nutzungsbedingungen geregelt.

Betriebliche Anforderungen

Für den Erhalt des ProSpecieRara-Gütesiegels müssen die Betriebe Anforderungen bezüglich der Sorten-/Rassenvielfalt oder einer schonenden Produktionsweise erfüllen. Die betrieblichen Anforderungen sind in einem separaten Ablaufschema geregelt.

Auszug aus den speziellen Kriterien für Züchter und Vermarkter von tierischen Produkten

Mitgliedschaft in Zuchtverein

Das ProSpecieRara-Gütesiegel wird pro Rasse vergeben. Um es beantragen zu können, muss der Anmelder ordentliches Mitglied eines von ProSpecieRara anerkannten Zuchtvereins sein.

Meldungen der Tierdaten ans Zuchtbuch

Gütesiegel-Inhaber melden alle zuchtbuchrelevanten Tierdaten regelmässig und korrekt an die zuständige Zuchtbuchstelle des Zuchtvereins der betroffenen Rasse. Alle unter dem Gütesiegel vermarktete Produkte müssen von im Zuchtbuch registrierten Tieren stammen. Dies gilt auch für Masttiere.

Das ProSpecieRara-Gütesiegel ist wie andere Gütesiegel nur auf Produkte ausgerichtet. Die Kriterien sind sehr übersichtlich und auch für die Konsumenten überschaubar und verständlich formuliert. Die Kriterien und Bestimmungen wurden teilweise auch für die Entwicklung des „Almen aktivieren“ Gütesiegels als Grundlage herangezogen.

4.9.2 Andere beispielhafte Gütesiegel mit Naturschutzbezug

Wienerwald Weiderind

Die Produktions- und Qualitätskriterien des Projektes sind vor allem hinsichtlich Tierhaltung, Fütterung sowie Art und Herkunft der Weiderinder sehr umfangreich ausgeprägt. Die Kriterien hinsichtlich naturschutzfachlicher Anforderungen sehen eine enge Abstimmung mit den zuständigen Behörden und Fachabteilungen vor und sind lediglich in genereller Form angesprochen. In der Praxis nehmen die Betriebe entweder an der Naturschutzmaßnahme WF oder der niederösterreichischen Regionalmaßnahme Ökopunkte teil und erfüllen damit wesentliche Naturschutzanforderungen.

Juradistl - Weiderind

Auch bei anderen „Gütesiegeln“ im Rahmen von Beweidungsprojekten mit naturschutzfachlichem Bezug wie z.B. beim Juradistel-Rind liegt ein Schwerpunkt der Kriterien auf regionalen Aspekten (Lage der Betriebsflächen), Tiergesundheit, Fütterung, Qualität, Transport und Schlachtung. Bei dieser Initiative liegt die Schwelle des naturschutzfachlichen Teilnahmekriteriums dahin gehend, dass mindestens 50 % der Grünlandflächen naturschutzrelevante Flächen sein müssen.



Juradistl
BIOLOGISCHE VIelfALT
IM OBERPÄLFZER JURA

Portrait
Aktuelles
Juradistl-Lamm
Juradistl-Weiderind
Produkt
Verkauf
Qualität
Juradistl-Streuobst
Juradistl-Tour
Träger
Projektmanagement
Kontakt
Presse
Impressum

Juradistl-Weiderind - neues regionales Markenprodukt

Tierhaltung im Einklang mit der Natur

Nach intensiver Vorbereitungszeit ist es nun soweit. Neben dem Juradistl-Lamm soll nun auch das Juradistl-Weiderind dafür sorgen, dass die Kulturlandschaft und die Artenvielfalt auf den Weiden und Wiesen im Oberpfälzer Jura erhalten bleiben. Im September 2011 wurde das Juradistl-Weiderind im Bergasthof Sammüller in Neumarkt i.d.OPf. offiziell als Marktneuheit vorgestellt. Zentraler Marktpartner bei Erfassung, Schlachtung und Lieferung ist die Firma JURA-Fleisch aus Neumarkt i.d.OPf., die bereits bei Juradistl-Lamm ein wichtiger Partner von Juradistl ist. Würden mit der Beweidung durch die Juradistl-Lämmer hauptsächlich magere Trockenstandorte, wie die kräuterreichen Jurahänge gepflegt und erhalten, kommt nun der nächste Schritt der Naturschutzarbeit. Mit einer extensiven Rinderbeweidung werden jetzt auch Naturschutzimpulse auf den Wiesen und Weiden der Oberpfälzer Mittelgebirglandschaft gesetzt.

Ochsen und Färsen – Qualität wächst langsam

Um die extensive Produktionsweise überhaupt möglich zu machen, dürfen für das neue Markenprogramm Juradistl-Weiderind ausschließlich erwachsene Ochsen und Färsen gehalten werden. Sowohl Ochsen als auch Färsen (weibliche Tiere) wachsen viel langsamer. So brauchen Ochsen und Färsen zwar viel länger als ein Mastbulle, aber die feine Fettmarmorierung im Fleisch macht diese Spezialität im Geschmack einfach unvergleichlich gut. Geschlachtet werden die Tiere dann in der Regel in einem Alter von ca. zwei Jahren. Im Wesentlichen bekommen die Juradistl-Weiderinder das zu fressen, was auf der Weide wächst. Ansonsten stehen heimische Futtermittel aus der Region wie etwa Heu, Gras, Klee gras oder Getreide auf dem Speiseplan.

Juradistl
im Rahmen des Ökopunkts
Rind
Weide

Abb. 63: Homepage des Juradistl-Weiderindes unter www.juradistl.de

4.10 ORGANISATIONEN SELTENE NUTZTIERRASSEN

Sowohl in der Region Bayern als auch in Salzburg gibt es landwirtschaftliche Betriebe, die alte und gefährdete Nutztierassen züchten und damit ihr Aussterben verhindern wollen. ARCHE-Höfe und ARCHE-Almen in Österreich sowie "GEH Arche-Höfe" bzw. "Nutztierarchen" in Deutschland sind Erhaltungs-, Zucht- und Präsentationsstätten von gefährdeten Nutztierassen.

In Deutschland kümmern sich die "Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen e.V." (GEH) (www.g-e-h.de/geh) sowie die Initiative "VIEH Vielfältige Initiative zur Erhaltung gefährdeter Haustiere" (www.vieh-ev.de) in Österreich der Verein "Arche Austria" (www.archeaustria.at) um die Erhaltung und Zucht aber auch um Vermarktung der Produkte von gefährdeten Nutztierassen. Im sogenannten ACRA-Net (www.arca-net.info) sind europaweit Betriebe und Einrichtungen, die gefährdete Nutztierassen und Kulturpflanzen halten, abrufbar.

Nachfolgend werden wesentliche Organisationen bzw. Initiativen charakterisiert, die sich in Österreich, Bayern, Deutschland und auf internationaler Ebene mit dem Thema seltene Nutztierassen befassen. Die Texte wurden zumeist den jeweiligen Internetauftritten entnommen, ergänzt und zusammengefasst.

4.10.1 ARCHE Austria

Die Arche Austria - Verein zur Erhaltung seltener Nutztierassen, früher nur "Verein zur Erhaltung gefährdeter Haustierrassen (VEGH)", bemüht sich in Zusammenarbeit mit anderen Erhaltungsprogrammen um die Erhaltung gefährdeter Nutztierassen. So werden etwa 40 Rassen betreut. Der Verein besteht seit 1987. Seine größten Erfolge in Zusammenarbeit mit den Tierzuchtverbänden und der ÖNGENE (Österreichische Nationalvereinigung für Genreserven) sind die Erhaltung des Kärntner Brillenschafes, des Kärntner Blondviehs sowie anderer höchst gefährdeter Rassen wie der Blobe Ziege, die auch im gegenständlichen Projekt eingesetzt wird.



Abb. 64: Homepage der ARCHE Austria unter www.arche-austria.at

Wesentlichstes Ziel der ARCHE Austria ist die Erhaltung der österreichischen Rassenvielfalt und damit der genetischen Vielfalt in der Landwirtschaft. Durch die Mitgliedschaft erhalten die Teilnehmer Information zu seltenen Nutztierassen, Beratung, die Teilnahme an der „Wissensdreh-scheibe – Vernetzung“, die ARCHE Zeitung und das Züchterhandbuch, Werbemittel, Zugang zur

Internetplattform (Forum) sowie Unterstützung beim Kauf und Verkauf von Tieren inkl. Vermarktungsunterstützung. Zusätzlich führt die ARCHE Austria eigene, geförderte Projekte durch und zeichnet mit der ARCHE-Hof sowie der ARCHE-Alm Initiative Höfe und Bewirtschafter aus, die sich in besonderem Maße um den Erhalt der seltenen Rassen bemühen, bestimmte Kriterien einhalten und den Konsumenten Zugang zu den Höfen, den Tieren bzw. den Almen ermöglichen.

Im Rahmen der Erarbeitung der „Roten Liste der gefährdeten Haustierrassen in Österreich“ wurde die ARCHE Austria vom Lebensministerium beauftragt, die Rote Liste der gefährdeten Haustierrassen Österreichs zu überarbeiten. Das besondere an dieser Analyse ist, dass nicht ausschließlich die Bestandszahlen in die Auswertung einfließen, sondern auch viele andere Parameter berücksichtigt werden.

4.10.2 GEH

Die Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen e.V. (GEH) wurde 1981 u.a. von Tierzuchtwissenschaftlern und Biologen im bayerischen Rottal gegründet. Mittlerweile zählt der bundesweite Verein über 2.100 Mitglieder. Neben praktischen Landwirten und Tierzüchtern kommen die Mitglieder aus der Agrarwirtschaft, Biologie, Veterinärmedizin, angrenzenden Bereichen, sowie aus ideellen Kreisen.



Abb. 65: Homepage des GEH unter www.g-e-h.at

Das Arche-Projekt des GEH

In Deutschland stehen über 100 Rassen auf der „Roten Liste der gefährdeten Nutztier-rassen“ der Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen e.V. (GEH), die regelmäßig von Fachleuten und den Rassebetreuern der GEH aktualisiert wird. Um diese Rote Liste Rassen geht es in dem 1995 ins Leben gerufenen Arche-Projekt. Ziel des Projektes ist es, diese Rassen in der landwirtschaftlichen Produktion zu halten, ihr Leistungspotential und ihre besonderen Eigenschaften gezielt zu nutzen und so deren langfristige Erhaltung zu gewährleisten.

Heute gibt es deutschlandweit über 90 Archon der GEH, die der Lebenderhaltung und Erhaltungszucht gefährdeter Rassen in unterschiedlicher Ausrichtung einen konkreten Rahmen bieten. Interessierte Besucher werden auf den Arche-Betrieben nach telefonischer Absprache umfassend über die Nutztiervielfalt informiert und in die Thematik der tiergenetischen Ressourcen eingeführt.

4.10.3 ARCHE-Höfe

Die ARCHE Hof-Idee wird sowohl in Österreich über die ARCHE Austria als auch über die GEH in Deutschland und ProSpecieRara in der Schweiz in ähnlicher Form umgesetzt. Eine besonders übersichtliche und sehr ansprechende Form der Präsentation der Arche-Höfe im Internet bietet ProSpecieRara. Neben einer Kartendarstellung gibt es Beschreibungen der Höfe und ansprechendes Bildmaterial.



Abb. 66: Website zu den Arche-Höfen von ProSpecieRara

ARCHE Höfe in Österreich

Ein ARCHE-Hof® ist eine Zucht- und Präsentationsstätte alter und in ihrem Bestand gefährdeter Nutztierassen. Er muss bestimmte Kriterien erfüllen um eine attraktive, erlebnisbezogene Plattform der Wissensvermittlung zu sein, sowie eine Art Vorbildfunktion für interessierte Personen im Bereich Erhaltung der Artenvielfalt einnehmen können. Der anerkannte ARCHE-Hof kann mit diesem Titel selbständig Öffentlichkeitsarbeit zu seinem eigenen Vorteil betreiben, sowie Produkte als auch Werbemittel damit versehen. Mit der Überreichung der ARCHE-Hof-Tafel sind die Betriebe anerkannter ARCHE-Hof.

Mindestanforderungen zur Verleihung des ARCHE-Hof Prädikates ist die Haltung von mindestens drei verschiedenen Rassen aus drei verschiedenen Spezies der Roten Liste der ARCHE Austria, eine eindeutige Deklaration der Rassen, eine Tierhaltung unter der Zielsetzung der Nutztierhaltung, eine Führung von mindestens zwei Rassen im offiziellen Herdebuch, Vatertierhaltung, eine ansprechende Präsentation des Betriebes, eine artgemäße Haltung und Fütterung der Tiere sowie ein breites Angebot an Informations- und Begleitmaterial für Besucher, fundiertes Fachwissen des Tierhalters und die Fähigkeit zur Wissensvermittlung sowie feste Öffnungs- und Begehungszeiten und eine Mitgliedschaft bei der ARCHE Austria.

ARCHE Höfe in Deutschland

Bei den **Arche-Höfen** des GEH liegt der Schwerpunkt ähnlich wie bei der ARCHE Austria in der landwirtschaftlichen Nutzung der Tiere. Mindestbestandsgrößen sowie der gezielte Austausch von (Zucht-)Tieren gefährdeter Haustierrassen mit anderen Züchtern sichern dabei die nachhaltige Zuchtarbeit. Dem Besucher bietet sich hier häufig durch die Herstellung und Vermarktung von hofeigenen Produkten die Möglichkeit zum Einkauf regionaler Spezialitäten.

In einem **Arche-Dorf** schließen sich mindestens vier tierhaltende Betriebe innerhalb einer Dorfgemeinschaft zusammen mit dem Ziel, eine breite Öffentlichkeit mit der Situation von alten, in ihrem Bestand gefährdeten Nutztierassen vertraut zu machen und die Rassenvielfalt zu demonstrieren. Die **Arche-Region** hat ähnliche Kriterien wie das Arche-Dorf, die Betriebe sind aber in einer größeren Fläche angesiedelt, z.B. in einem Biosphärenreservat. Ein Arche-Park betreibt vor allem Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit. So steht bei den Zoos, Haustierparks, Freilichtmuseen oder Schulbauernhöfen die Darstellung der Vielfalt der verschiedenen Rassen im Vordergrund.

Die Ernennung zum **Arche-Betrieb** ist eine Anerkennung der Zuchtarbeit mit gefährdeten Rassen und die Einhaltung der Kriterien wird in regelmäßigen Abständen kontrolliert. Anerkannte Betriebe und Einrichtungen dürfen das geschützte Arche-Logo für die Eigenwerbung nutzen. Darüber hinaus unterstützt die GEH die Archen beim Absatz von Zuchttieren sowie der Steigerung ihres Bekanntheitsgrades und damit der Verkaufsmöglichkeiten eigener Produkte.

4.10.4 ARCA Net

Im Rahmen von Erhebungen zu Rettungs- und Erhaltungsstationen für seltene und gefährdete Nutztierassen entstand als ein Produkt Arca-Net. Als interaktiver Führer zu Einrichtungen, die alte und gefährdete Nutztierassen und Kulturpflanzen erhalten und der Öffentlichkeit zugänglich machen, ist es einem breiten Publikum zugänglich. Auf Archehöfen, in Freilichtmuseen, Haustierparks, Arboreten und Sortengärten kann diese Vielfalt erlebt werden.

Arca-Net ist ein Netzwerk von Einrichtungen, die gefährdete Nutztierassen und Kulturpflanzen halten und der Öffentlichkeit zugänglich machen. Arca-Net ist in Form eines virtuellen Führers - jederzeit abrufbar via Internet - für ein breites Publikum gestaltet. Hinweise rund um die Einrichtung, Zufahrt und Angebote, aber auch Informationen zu den jeweiligen Nutztierassen, ihre Verbreitung, Gefährdung und Geschichte sind im Arca-Net verfügbar.

In der Pilotphase beschränkte sich Arca-Net auf den deutschsprachigen Raum. Jetzt wird Arca-Net nach und nach auf ganz Europa ausgedehnt. Dazu wurde der Webauftritt mehrsprachig ausgelegt, vorerst auf Englisch, Französisch, Deutsch und Italienisch. Gleichzeitig erfolgt auch die Erweiterung im Pflanzensektor mit der Aufnahme von Sortengärten, Arboreten und anderen Einrichtungen im Kulturpflanzenbereich.

Arca-Net
 Ein Reiseführer zum Aufspüren und Erleben aller Tierassen und Kulturpflanzen
 [Sprachwahl]

- Home
- Karte
- Suche
- Arca-Net
- Richtigkeiten
- Kategorien
- Kontakt
- Disclaimer

Arca-Net

Was ist Arca-Net?
 Arca-Net ist ein Netzwerk von Einrichtungen, die gefährdete Nutztierassen und Kulturpflanzen halten und der Öffentlichkeit zugänglich machen. Arca-Net ist in Form eines virtuellen Führers - jederzeit abrufbar via Internet - für eine breites Publikum gestaltet. Hinweise rund um die Einrichtung, Zufahrt und Angebote, aber auch Informationen zu den jeweiligen Nutztierassen, ihre Verbreitung, Gefährdung und Geschichte sind im Arca-Net abrufbar.

In der Pilotphase beschränkte sich Arca-Net auf den deutschsprachigen Raum. Jetzt wird Arca-Net nach und nach auf ganz Europa ausgedehnt. Dazu wurde der Webauftritt mehrsprachig ausgelegt, vorerst auf Englisch, Französisch, Deutsch und Italienisch. Gleichzeitig erfolgt auch die Erweiterung im Pflanzensektor mit der Aufnahme von Sortengärten, Arboreten und anderen Einrichtungen im Kulturpflanzenbereich.

Wie entstand Arca-Net?
 Im Rahmen von Erhebungen zu Rettungs- und Erhaltungsstationen für seltene und gefährdete Nutztierassen entstand als ein Produkt Arca-Net. Als interaktiver Führer zu Einrichtungen, die alte und gefährdete Nutztierassen und Kulturpflanzen erhalten und der Öffentlichkeit zugänglich machen, ist es nun einem breiten Publikum zugänglich. Auf Archehöfen, in Freilichtmuseen, Haustierparks, Arboreten und Sortengärten kann diese Vielfalt erlebt werden.

Wer steht hinter Arca-Net?
 Arca-Net wird von der europäischen **SARIS-Foundation** (Gefügepart für Agricultural Varieties in Europe) realisiert (<http://www.sarisfoundation.net>).
 Die Phase 1 „Phase 1: Pilotphase deutschsprachige Länder“ wurde möglich dank der finanziellen Unterstützung durch die **Margarethe und Rudolf Gredl Stiftung, Basel**.
 Die Phase 2 „Ausweitung auf ganz Europa“ mit Ausbaus in vier Sprachen erfolgte in zwei Teilen:
 a) im Rahmen des von der EU gefördernten Projektes **ELBARD** (European Livestock Breeds Ark and Rescue Net)
 b) durch Unterstützung von **Hans-Peter Grossenfelder** und der **Gredl-Stiftung, St.Gallen**.

Mit einem Klick auf diese Werbung unterstützen Sie unser Netzwerk!!

with support of the European Union

Abb. 67: Homepage des ARCA-Net unter www.arca-net.info

4.10.5 ProSpecieRara

SpecieRara ist eine schweizerische, nicht-Profit-orientierte Stiftung. Sie wurde 1982 gegründet, um gefährdete Nutztierassen und Kulturpflanzen vor dem Aussterben zu bewahren. Spiegelschafe, Wollschweine, Rote Gartenmelde, Goldmöstler und viele andere beleben seither wieder Felder, Höfe und Wiesen. Als Folge der Artenschutzkonvention von Rio 1992 unterschrieb der Bund das Artenschutzabkommen von Leipzig. Damit verpflichtete sich die Schweiz, sämtliche Ressourcen bei Tieren und Pflanzen zu erhalten. ProSpecieRara arbeitet in diversen Projekten Hand in Hand mit dem Bund und erhält teilweise Projektgelder vom Bundesamt für Landwirtschaft.

ProSpecieRara ist über die Jahrzehnte zur Dachorganisation geworden und arbeitet heute eng mit den aus ihr entstandenen Zuchtvereinen und aktiven Züchtern und Anbauern zusammen. Zuchttiere, Obstbäume und Gemüse werden von über 3.000 Privatpersonen und Institutionen betreut und gezüchtet. Der guten Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerkes und der Unterstützung durch eine grosse Anzahl von Spendern ist es zu verdanken, dass die Vielfalt weiter besteht.



Abb. 68: Homepage ProSpecieRara unter www.prospecierara.ch

4.10.6 Save Foundation

SAVE ist die Abkürzung von: "Sicherung der landwirtschaftlichen ArtenVielfalt in Europa". Die Foundation wirkt als europäische Dachorganisation zur Sicherung der landwirtschaftlichen Artenvielfalt. Ziel ist die Erhaltung und Förderung der genetischen und kulturgeschichtlichen Vielfalt in der landwirtschaftlichen Fauna und Flora. Bemühungen gelten insbesondere der Lebenserhaltung vom Aussterben bedrohter Nutztierassen und Kulturpflanzensorten. SAVE vernetzt grenzüberschreitend die Arbeiten der Nichtregierungsorganisationen in den europäischen Ländern. Information, Koordination und Förderung nationaler Aktivitäten sind die hauptsächlichen Aufgaben.

Die SAVE Foundation erhält gefährdete Rassen und Sorten in Form von Lebendbeständen in ihrem Ursprungsgebiet. Nur wenn die Erhaltung in einer bestimmten Region nicht gesichert werden kann, werden Tiere oder Pflanzen in eine andere Gegend gebracht. Die SAVE Foundation führt die Einsätze wenn möglich immer in Zusammenarbeit mit Organisationen vor Ort aus. Fehlen lokale Organisationen, so initiiert sie selbst Projekte.

Es existieren bisher kaum länderübergreifende Erhaltungsmassnahmen oder Projekte im Zusammenhang mit der Lebenderhaltung traditioneller Rassen und Sorten. Ein Ziel der SAVE Foundation ist deshalb das Aufstellen von grenzüberschreitenden Koordinationsprogrammen. Dies geschieht in Zusammenarbeit mit bestehenden Organisationen. Der Stand der Bemühungen wird jährlich im "SAVE Focus" publiziert.

Die SAVE Foundation führt Suchaktionen zum Auffinden von Restbeständen verschollener Rassen und Sorten durch. Sie führt regelmässig Bestandeskontrollen von Nutztier-Restpopulationen und seltenen Kulturpflanzenbeständen durch und bewertet diese. Der wissenschaftliche Teil der Arbeiten wird durch die SAVE-Stabsstelle, das "SAVE-Monitoring Institute for Rare Breeds and Seeds in Europe", durchgeführt. Als europäische Dachorganisation ist die Vernetzung regionaler und nationaler Aktivitäten für SAVE von grosser Bedeutung. Die SAVE Foundation dient als Drehscheibe im Informations- und Know-how-Austausch der Nichtregierungsorganisationen und stellt deren Verbindung zu internationalen Gremien dar. Den Partnerorganisationen stehen alle Dienstleistungen unentgeltlich zur Verfügung.

The screenshot shows the homepage of the SAVE Foundation. At the top left is the logo, a blue circle with a white bird and a plant. To its right is the text 'SAVE Foundation' and 'Sicherung der landwirtschaftlichen Arten Vielfalt in Europa'. Below this is a navigation menu with links like 'Home', 'Aktuell & Events', 'SAVE Foundation', 'Monitoring', 'Ergebnisse', 'Marketing, Labeling', 'Projekte', 'Kontaktpersonen', 'SAVE, Partner', 'Links', 'Über uns', 'Unterstützung', 'Spendenkampagne', 'Download', 'Kontakt', 'Impressum', 'Englisch version', 'Arbeitskreis', 'Virtuelle Jahrestagung', 'Agrobiodiversität.net', and 'Newsroom'. The main content area has a heading 'Es ist Zeit zum Handeln ...' followed by a paragraph about the loss of genetic diversity in agriculture. To the right is an image of various fruits. Below that is a section titled 'Die SAVE Foundation' with a paragraph about its role as a European umbrella organization. At the bottom center is an image of a horse in a field.

Abb. 69: Homepage SAVE Foundation unter www.save-foundation.net/deutsch/heim.htm

4.11 NATURSCHUTZMAßNAHMEN

Naturschutzplan auf der Alm in Salzburg

Im Bundesland Salzburg liegen zahlreiche Almen in naturschutzrechtlich geschützten Gebieten. Dazu zählen insbesondere Europaschutzgebiete, Naturschutzgebiete, Landschaftsschutzgebiete sowie Naturparks. Diese Schutzgebiete zeichnen sich durch das Vorkommen besonderer oder seltener Pflanzen- und Tierarten, ihre Vielfalt an Lebensräumen oder auch durch ihren besonderen landschaftlichen Reiz aus.

Der Naturschutzplan auf der Alm ist eine besondere Form des partnerschaftlichen Vertragsnaturschutzes. Mit dem Förderinstrument „Naturschutzplan auf der Alm“ sollen Naturschutzleistungen der Almbewirtschafter honoriert und damit die ökologische Funktionsfähigkeit von Almen verbessert werden. Der Naturschutzplan auf der Alm wurde 2004 in Salzburg entwickelt. Er wird von der Naturschutzabteilung des Amtes der Salzburger Landesregierung allen Almbewirtschaftern angeboten, deren Almflächen in einem Schutzgebiet liegen. Für den Nationalpark Hohe Tauern bestehen gesonderte Förderprogramme.

Bei Interesse an dieser Maßnahme wird ein Bewirtschaftungsplan für die Alm („Naturschutzplan auf der Alm“) erstellt. Dazu ist eine Begehung der gesamten Alm notwendig. Bei dieser Begehung werden mit den Bewirtschaftern die naturschutzfachlichen Besonderheiten der Alm sowie Probleme bei der Bewirtschaftung besprochen. Der Almwirtschaftsexperte analysiert die Alm und verschafft sich einen Überblick über die almwirtschaftlich und ökologisch wertvollen Flächen. Gemeinsam werden die geeigneten Maßnahmen zur Verbesserung der ökologischen Funktion festgelegt und ihre Umsetzung geplant. Wesentlich ist dabei, dass die geplanten Maßnahmen der Bewirtschaftung nicht entgegenstehen, sondern in das wirtschaftliche Gefüge der Alm eingepasst werden. Derzeit nehmen an der Maßnahme Naturschutzplan auf der Alm rund 130 Betriebe teil. Dabei kommt eine breite Palette unterschiedlicher Maßnahmen zur Anwendung.

Grundsätze für die Almförderung

Der Naturschutzplan auf der Alm zielt auf eine nachhaltige Almbewirtschaftung ab, die einerseits gutes, ertragreiches Futter für die Almtiere liefert, andererseits die Struktur- und Lebensraumvielfalt auf Almen fördert und unterstützt. Bei der Bewirtschaftung muss dabei das natürliche Ertragspotenzial der Alm beachtet werden. Die Einhaltung folgender Grundsätze ist für jeden Betrieb, der am Naturschutzplan auf der Alm teilnehmen will, verbindliche Voraussetzung:

Standortgemäß: Die Nutzung muss so erfolgen, wie sie den Klima-, Boden- und Geländeverhältnissen sowie der Pflanzengesellschaft auf Dauer entspricht.

Artgerecht: Durch die angepasste Bewirtschaftung werden die Artenvielfalt und die Lebensräume der Pflanzen und Tiere nicht beeinträchtigt, sondern gefördert.

Maßnahmen

Die Maßnahmen sind dabei vom speziellen Standort, den Erhaltungszielen und dem aktuellen Erhaltungszustand abhängig. Sie sollen möglichst im Gleichklang mit einer nachhaltigen und standortangepassten Almbewirtschaftung stehen. Abhängig von der Art und der Entstehung der Lebensräume sind daher entweder aktives Handeln oder das Zulassen der natürlichen Entwicklung gefordert.

Die Maßnahme beinhaltet eine umfangreiche Gesamtbearbeitung der Alm, ist erprobt, hat gute Akzeptanzen und wird zur Anwendung im Rahmen der naturschutzfachlichen Zertifizierung der Almen im Rahmen des „Almen aktivieren“ Gütesiegels empfohlen.



Abb. 70: Homepage Naturschutzabteilung Salzburg unter www.salzburg.gv.at/naturschutzplan_alm

Bewirtschaftungsplan Alpe Garnera



Abb. 71: Homepage Alpe Garnera unter www.garnera.at

Das Garneratal ist ein südliches Seitental des Montafons im Gemeindegebiet von Gaschurn. Das 9,5 km lange Tal reicht vom Talboden in Gaschurn bis zu den Plattenspitzen (2.883 m) an der Schweizer Grenze und hat eine Fläche von ca. 23 km². Über 80 % der Gesamtfläche befinden sich im Eigentum der Antragstellerin Agrargemeinschaft Garnera.

Das Tal ist von Vielfalt geprägt – Fauna, Flora Landschafts- und Bewirtschaftungsformen. Die Schönheit des Tales, das aufgrund seiner Lage nicht direkt durch Liftzubringer oder Busse erreichbar ist, wird vom naturliebenden Wanderer geschätzt und dient aufgrund seiner Ursprünglichkeit auch als Filmkulisse.

Bewirtschaftung

Gegen den allgemeinen Trend der Veränderung der Alpen und Maiensäße im Montafon, die zunehmend von der Dreistufenwirtschaft abkommen und teilweise gar nicht mehr genutzt werden, haben sich die Bewirtschafter des Garneratals bemüht die Landschaft und Weideflächen zu erhalten und die Dreistufenwirtschaft weiter zu führen. Die Entwicklung der Landwirtschaft in der Region führte in den letzten Jahren zu einem Rückgang der Tiere auf den Alpen, was auch Auswirkungen auf das Garneratal hat. Der Entfall des Aberntens der Bergmäher und die fehlende Bewirtschaftung durch »Gäbhuata« (Ziegenherden) trägt dazu bei, dass sich die Kulturlandschaft verändert. Diese Entwicklung bringt mit sich, dass die regionale Eigenart und Vielfalt der Landschaft im Tal zurückgeht. Dieser Verlust an Lebensräumen und vielfältiger Landschaftsstruktur führt im Moment weniger aus wirtschaftlicher, vielmehr aus ökologischer und kulturlandschaftlicher Sicht zu sicht- und spürbaren Veränderungen.

Ziele

Die kulturhistorisch interessante Bewirtschaftungsgeschichte soll festgehalten und präsentiert werden. Die Nutzung des Tales soll im Einklang mit Natur- und Umweltschutz erfolgen. Gemeinsam mit Experten soll ein nachhaltiges Entwicklungskonzept in Form eines Alpbewirtschaftungsplans erstellt werden. Das Bewusstsein für die naturräumlichen Besonderheiten des Garneratals soll bei den Alpbewirtschaftern und der Bevölkerung gebildet bzw. gestärkt werden. Mit dieser Bewusstseinsbildung soll die Schaffung von Kooperationen als Unterstützung für die Naturraumsicherung einher gehen. Das Projekt soll in der Umsetzung offen für Schulen und universitäre Einrichtungen sein. Diese Art der Nutzung im gegenseitigen Verständnis soll die Basis für eine nachhaltige Entwicklung des Tales sowie für die Erhaltung der Naturräume und des kulturellen Erbes bilden.

Maßnahmen

Neben der Aufarbeitung der Nutzungsgeschichte des Tales in Zusammenarbeit mit Heimatforschern und Zeitzeugen, einem offenen Forum und Gesprächsrunden mit Interessierten steht die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Kulturlandschaftspflege (Alpbewirtschaftungsplan) im Vordergrund. Auf Basis einer Erstellung eines Konzeptes in Zusammenarbeit mit Experten (u.a. Prof. Dietl) wurde ein umfangreicher Alpbewirtschaftungsplan erstellt und Maßnahmen mit lokalen Akteuren und freiwilligen, interessierten Helfern umgesetzt. Die Maßnahmen umfassen dabei z.B. den Einsatz einer Ziegenherde mit Hirten zur gezielten Beweidung, Maßnahmen gegen die Verbuschung durch Schwenden sowie Aktionen zur Bekämpfung von Germer und Fuchskreuzkraut.

Aufnahme und Kartierung der Weideflächen

Wiesenfachmann Dr. Walter Dietl nahm die unterschiedlichen Alpflächen genau unter die Lupe und zeichnete die einzelnen Wiesenarten und Besonderheiten auf. Seit April 2010 steht diese Karte als Grundlage zur Erstellung des Alpbewirtschaftungsplanes zur Verfügung. Maßnahmen zur Weidepflege wie Schwenden und Unkrautbekämpfung wurden unter fachlicher Anleitung umgesetzt.

Ein Ergebnis des Bewirtschaftungsplanes in seiner naturschutzfachlichen Komponente ist ein umfangreicher Bericht mit sehr detaillierter Erfassung von naturschutzfachlichen Besonderheiten, Lebensraumkomplexen sowie Zielen und Maßnahmen. Ein Beispiel für eine Alminitiative mit „High End“ Almbewirtschaftungsplan und naturschutzfachlicher Bearbeitung.

Eine diesbezügliche Eindringtiefe der Bearbeitung inklusive Detailkartierung sollte jedoch keine Voraussetzung für die naturschutzfachliche Zertifizierung von „Almen aktivieren“ Flächen sein. Dazu ist der Ansatz zu spezifisch und umfangreich ausgerichtet.

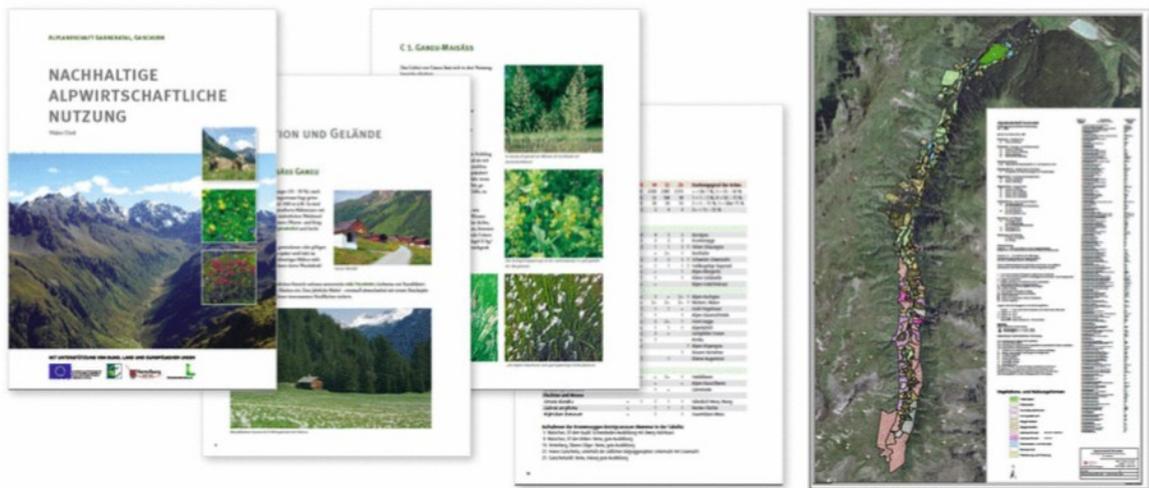


Abb. 72: Umfangreicher Bericht mit sehr detaillierter Lebensraum- und Vegetationserfassung

Naturschutzmaßnahmen in Bayern

Eine auf die gesamte Alm ausgerichtete Maßnahme in Analogie zum Naturschutzplan auf der Alm in Salzburg ist in Bayern aktuell noch nicht entwickelt aber angedacht. Möglichkeiten zur Abgeltung von Naturschutzleistungen auf Almen in Bayern bestehen grundsätzlich über das Kulturlandschaftsprogramm bzw. das Vertragsnaturschutzprogramm. Nachfolgend sind die Grundzüge der Programme zusammengefasst (Texte u.a. aus nachfolgender Website, verändert).

www.stmelf.bayern.de/agrarpolitik/foerderung/001007/

Kulturlandschaftsprogramm (KULAP)

In seiner heutigen Konzeption enthält das KULAP Extensivierungsmaßnahmen, die entweder den gesamten Betrieb einbeziehen oder auf einen Betriebszweig bzw. auf Einzelflächen ausgerichtet sind. Diese entsprechnenden Bewirtschaftungsmaßnahmen tragen zum Erhalt der biologischen und landschaftsstrukturellen Vielfalt, zum Erhalt und zur Verbesserung der natürlichen Bodenfunktionen sowie zur weiteren Verringerung von stofflichen Belastungen von Boden, Luft und Wasser bei. Damit sollen die natürlichen Lebensgrundlagen und die Umwelt geschützt sowie die Artenvielfalt erhalten werden. Die Landwirte werden nach dem Grundsatz „Freiwilligkeit vor Ordnungsrecht“ bei der Erfüllung dieser Anforderungen unterstützt. Eine potenziell projektrelevante Maßnahme ist z.B. die Behirtungsprämie für anerkannte Almen und Alpen, mit der bezweckt wird, dass es zu keinem nennenswerten Rückgang des erforderlichen Alm-/Alppersonals kommt. Damit wird die Voraussetzung für eine ordnungsgemäße Weidepflege geschaffen, mit der das Verfilzen der Almweiden verhindert und die Artenvielfalt erhalten wird.

Vertragsnaturschutzprogramm (VNP)

Das Vertragsnaturschutzprogramm (VNP) soll die nachhaltige Leistungsfähigkeit des Naturhaushalts sichern und verbessern, sowie die Lebensräume und Lebensgemeinschaften der heimischen Tier- und Pflanzenwelt erhalten. Das Bayerische Vertragsnaturschutzprogramm ist ein wichtiges Instrument der Naturschutzpolitik der Staatsregierung zum Aufbau des europäischen Schutzgebietsnetzes Natura 2000 und zur Umsetzung der Bayerischen Biodiversitätsstrategie. Mit dem Bayerischen Vertragsnaturschutzprogramm werden ökologisch wertvolle Lebensräume erhalten und verbessert, die auf eine naturschonende Bewirtschaftung angewiesen sind. Landwirte, die auf freiwilliger Basis ihre Flächen nach den Zielen des Naturschutzes bewirtschaften, erhalten für den zusätzlichen Aufwand und den entgangenen Ertrag ein angemessenes Entgelt. Ein wesentliches Ziel ist die Erhaltung, Entwicklung oder Verbesserung naturschutzfachlich bedeutsamer Lebensräume bzw. Lebensraumtypen, die einer extensiven Weidenutzung bedürfen sowie die Beweidung von mahdgeprägten Wiesen, soweit naturschutzfachlich sinnvoll.

Für die extensive Weidenutzung naturschutzfachlich wertvoller Lebensräume stehen z.B. die Maßnahmen „Beweidung durch Schafe, Ziegen, Rinder oder Pferde – G31“ oder „Beweidung durch Rinder im alpinen Bereich (Almen/Alpen) – G32“ bereit.

Landschaftspflege- und Naturparkförderung (Landschaftspflege- und Naturparkrichtlinien - LNPR)

Förderfähige Maßnahmen der Landschaftspflege- und Naturparkförderung sind investive bzw. besondere Biotoppflegemaßnahmen wie das Entbuschen von ehemaligen Schafhütungen zur Wiederherstellung der Beweidung, die Anpflanzung von Hecken, Feldgehölzen und Streuobstbeständen, die Erhaltung, Verbesserung oder Neuanlage von Nahrungs-, Nist-, Brut- und Laichplätzen für Amphibien, Fledermäuse oder den Weißstorch, die Renaturierung von Fließgewässern und Mooren, in Einzelfällen der Erwerb von Grundstücken, Maßnahmen der Besucherlenkung und Umweltbildung, die Anlage von Lehrpfaden und Informationseinrichtungen in Naturparken sowie die mit der Maßnahme verbundenen organisatorischen Kosten. Vorrangig werden Maßnahmen in geschützten Gebieten wie z. B. NATURA 2000-Gebieten, Naturschutzgebieten, kartierten Biotopen, auf Flächen des BayernNetzNatur und Standorten bedrohter und gefährdeter Arten sowie in Gebieten mit besonderer Bedeutung für die Erholung (Naturparke) gefördert.

4.12 ERFAHRUNGEN AUS DEM PROJEKT EVALM

In den Jahren 2010 bis 2012 analysierte ein interdisziplinäres Thema im Auftrag des Österreichischen Lebensministeriums die Auswirkungen aller almrelevanten Maßnahmen des Programms Ländliche Entwicklung auf die österreichischen Almen (EVALM, 2012). Dabei wurden 16 Testalmen und 25 Beispielsbetriebe betriebswirtschaftlich und die Hälfte dieser Almen auch naturschutzfachlich untersucht. Außerdem wurden 300 Auftreiber zu unterschiedlichen Themen befragt.

Viele Ergebnisse dieser Evaluierung zeigen deutlich auf, dass die Almwirtschaft dort besonders nachhaltig und wirtschaftlich überlebensfähig ist, wo Produkte direkt auf der Alm erzeugt und vermarktet werden und eine enge Zusammenarbeit mit dem Tourismus und dem Naturschutz gegeben ist.

Im Folgenden sollen einige wichtige Erkenntnisse aus dieser Studie, die einen direkten Bezug zur Idee eines "Almen aktivieren - Gütesiegels" haben wiedergegeben werden.

Bedeutung von auf den Almen erzeugten Produkten

In den am Schluss angeführten Empfehlungen der Evaluierung wird der Förderung der Vermarktung von Almprodukten unter dem Titel "Erzeugung von Almkäse unterstützen"

Nachdruck verliehen: *"Die Nachfrage nach regional erzeugten Lebensmitteln, von denen die Konsumenten wissen, wo sie herkommen, ist so hoch wie nie zuvor. Auf Grund der natürlichen Produktionsbedingungen sind Milchprodukte von der Alm gesunde und wertvolle Lebensmittel. Die Verarbeitung der Almmilch zu Almkäse bringt dabei mehr Wertschöpfung auf die Almen als der bloße Verkauf der Milch durch Ablieferung ins Tal. Aus diesen Gründen sollten die Erzeugung von Almkäse und dessen Vermarktungsmöglichkeiten forciert werden"* (EVALM, 2012, S. 334).

Aus den Wirtschaftlichkeitsberechnungen die auf den 16 Testalmen sowie bei 25 darauf auftreibenden Betrieben durchgeführt wurden, geht deutlich hervor, dass jene Melkalmen bzw. gemischte Almen am besten abschneiden, auf denen Produkte erzeugt und direkt auf der Alm vermarktet werden.

So liegt der Anteil des Deckungsbeitragsbeitrags, der direkt aus der Almwirtschaft erzielt wird (ohne Berücksichtigung der öffentlichen Gelder) bei den untersuchten Betrieben schon -1 %¹ und 50 % (EVALM, 2012, S. 310). Der höchste Anteil am Deckungsbeitrag wird dabei von Betrieben aus Tirol und Vorarlberg erzielt, die Produkte auf der Alm erzeugen (Almmilch, Almkäse, Butter) und entweder direkt auf der Alm (Ausschank) oder ganzjährig Ab-Hof vermarkten. Diese Betriebe sind es auch, die tendenziell die höchste Unabhängigkeit von öffentlichen Geldern aufweisen und bei denen die Almwirtschaft auch bei Wegfall aller öffentlichen Unterstützungen noch überlebensfähig wäre.

Bedeutung der Zusammenarbeit mit Naturschutz und Tourismus

Der ökologische Zustand sowie die Zusammenarbeit mit dem Naturschutz war auf den 16 untersuchten EVALM-Testalmen als "gut bis sehr gut" zu bezeichnen.

"Die Befragung der Auftreiber im Projekt EVALM zeigte, dass die Hälfte der befragten Personen (52 %) keine Konflikte zwischen Almbewirtschaftung und Naturschutz sieht, weitere 17 % der Befragten sehen nur geringe Konflikte. Den meisten Auftreibern ist eine reiche Tier- und Pflanzenwelt auf der Alm wichtig, um die Attraktivität der Alm zu erhalten bzw. zu erhöhen." Auf sämtlichen kartierten Testalmen konnte eine Vielzahl an unterschiedlichen Biotoptypen (zwischen vier und 13 Biotoptypen/Alm) mit zum Teil sehr großer Biodiversität festgestellt werden... Der Großteil der Testalmen zeigt eine sehr reichhaltige floristische Ausstattung und na-

¹ Bei diesem Betrieb ist der Deckungsbeitrag aus der Tierhaltung des Heimbetriebs positiv, jener aus der Almwirtschaft aufgrund hoher variabler Kosten negativ.

turschutzfachlich wertvolle Besonderheiten. Die Testalmen befinden sich überwiegend in einem guten bzw. sehr guten Erhaltungszustand. (EVALM, 2012, S. 319)

Eine hohe Vielfalt an Tieren und Pflanzen wird von den meisten Almbewirtschaftern als positiv für den Tourismus angesehen. Dieser wird als wichtiger Faktor zur Belebung der Almen, zur Bewusstseinsbildung für den Wert der Almwirtschaft (und damit zur Sicherung der öffentlichen Mittel) und als zusätzliche Einkommensquelle (Almausschank, Direktvermarktung) geschätzt.

"Bei der Befragung der Auftreiber stimmten 83 % der Aussage „Eine reiche Tier- und Pflanzenwelt auf der Alm unterstützt die Attraktivität der Alm und erhöht dadurch das Einkommen aus dem Tourismus“ zu. Befragt nach den Auswirkungen des Tourismus auf die Alm, wird der Belebung der Alm vom überwiegenden Teil der Befragten eine große Bedeutung zugemessen (für 29 % hat dieser Punkt hohe Bedeutung, für weitere 36 % mittlere Bedeutung). Für die Mehrheit der befragten Auftreiber wirkt sich Tourismus dahingehend aus, dass bei den Gästen ein verstärktes Bewusstsein für die Bedeutung der Almwirtschaft geschaffen wird (von 35 % der Befragten wird dieser Punkt als hoch eingeschätzt)."

Aus den Ergebnissen der Befragung der Auftreiber geht klar hervor, dass der Tourismus für die Zukunft der Almwirtschaft als sehr wichtig erachtet wird und dass die Schönheit und Attraktivität der Almen (wie im Konzept des "Almen aktivieren- Gütesiegels angedacht) eine wesentliche Grundlage darstellt, die in Zukunft stärker vermarktet werden sollte.

"Die Zukunft der Almen wird von einigen befragten Auftreibern mit dem Tourismus in Verbindung gebracht. So merkt ein Auftreiber beispielsweise an, dass die Alm durch Tourismus noch lange erhalten bleiben würde, eine andere Auftreiberin meint, dass in Zukunft die Investition in den Tourismus als zweites Standbein in Verbindung mit einem Naturschutzgebiet wichtig sein würde. Insgesamt wurde von mehreren Auftreibern Tourismus und Direktvermarktung als wichtige zukünftige Standbeine genannt.

Touristen schätzen auf der Alm neben guten Wanderwegen, schmackhaften Almprodukten und Almatmosphäre auch den Eindruck „gesunder Natur“ und finden die „Schönheit“ artenreicher, vielfältiger Almflächen anziehend. Die aus Sicht der Touristen attraktiven, kräuterreichen Wiesen sind häufig auch naturschutzfachlich wertvoll. Über die Möglichkeit, ihre Almprodukte direkt an Wanderer zu verkaufen und ihnen Unterkunft anzubieten, könnten Almbewirtschafter und indirekt auch die auftreibenden Betriebe vom Tourismus profitieren. Auf Grund von Zeitmangel oder starker Einschränkungen durch Hygieneverordnung oder Raumordnung können viele Almbewirtschafter dieses Potential derzeit noch nicht nutzen. Oft ist auch nicht klar, welche Art von Tourismus auf Almen erwünscht ist. Entsprechende Maßnahmen wie die Erstellung eines Alm-Tourismus-Leitbildes, Aufbau und Verstärkung von Kooperationen und vermehrter Zusammenarbeit mehrerer Almbewirtschafter könnten dazu beitragen, dass Tourismus in Verbindung mit Naturschutz für die Almbewirtschafter immer mehr an Bedeutung gewinnt." (EVALM, 2012, S. 322).

Insgesamt unterstützten diese Erkenntnisse und Empfehlungen aus dem Projekt EVALM die Idee eines "Almen aktivieren-Gütesiegels", da bei diesem eine direkte und für die Konsumenten leicht nachvollziehbare Verbindung zwischen Almprodukt, Naturschutz und Almbewirtschaftern hergestellt wird. Diese leichte Nachvollziehbarkeit fördert die Zusammenarbeit von Almwirtschaft und Tourismus und kann somit zu einer Belebung der Almen, zur Erhöhung des Einkommens der Almbewirtschafter sowie zu einer nachhaltigen Almwirtschaft beitragen.

4.13 POTENTIELLE PROJEKTPARTNER/PARTNERORGANISATIONEN

Nachfolgend werden ergänzend zu den bereits bei den Recherchen angeführten Kontakten weitere wichtige Ansprechpartner zusammengefasst.

Name	Funktion	Ö/D	Alm	Anmerkung
Grassl Heimo	Obmann der Almgemeinschaft Kallbrunnalm	Ö	Kallbrunn	Sondergenehmigung Enzian-Schnaps zu brennen (Punkt. Enzian)
Millinger Helga		Ö	Kallbrunn	tolle Produktveredlerin im Naturpark und Bäuerin der Hundsfußalm
Herabauer	Naturparkbauer	Ö	Kallbrunn	schafhaltender Naturparkbauer
Hohenwarter		Ö	Kallbrunn	(Tierarzt), von Idee Eseltrekking begeistert, hat selber Esel, erzeugt sehr guten Käse, Camembert, Rotschimmelkäse) Bruder des Bürgermeisters von Weißbach
Klenovec Christine	Naturpark Weißbach, Geschäftsführerin	Ö		auch im Vorstand ARCHE Austria
Kobl Müller Edi	aus Oberösterreich	Ö		hat eine Outdoor Event Firma und spielt auch bei Alpenverein Rolle
Josef Rass aus Lofer	Fleischhauer	Ö	Kallbrunn	potenzieller Partner zum Thema Fleisch und Wurst
Hohenwarter Rupert	Sensenberglammwirt	Ö	Kallbrunn	hat Pinzgauer Rinder und Jochberger Hummeln und ist Ortsbauernobmann
Schmidinger Martin	Bauer	Ö	Kallbrunn	hat Braune Bergschafe, in Naturpark Erweiterungsgebiet drinnen
Wandbauer	Bauer	Ö	Kallbrunn	hatte früher Ziegen
Weber Bauer	Bauer	Ö	Kallbrunn	schafhaltender Betrieb
Dion Adams	Raftinganbieter	Ö	Kallbrunn	Inhaber des „Base Camp“ Lofer in Hallenstein 25, 5090 Lofer
Höglmüller Paul	Bayerische Staatsforste	D		ist selbst Schafhalter, Förster und Züchter
Irlacher Claudia	Ökomodell Achantal	D	Kleinrechenberg	Schlüsselperson für Kooperationen
Mendl Christian	Landesanstalt für Landwirtschaft; Dt. Steinschafzuchtverband, Widderherde	D	Kleinrechenberg	Schlüsselperson zum Thema Alpines Steinschaf

Tabelle 12: Ausgewählte potenzielle bzw. aktuelle Partner, Organisationen

5 KONZEPTION

Almen aktivieren lohnt sich. Durch den Einsatz von seltenen Nutztierassen, die genau dort ihre Stärken ausspielen wofür man sie gezüchtet hat, werden nicht nur die alten Rassen, sondern auch Almen mit hoher Biodiversität erhalten und geschaffen. Wie eine Inwertsetzung der aktivierten Almen durch Vernetzung von Aspekten des Naturschutzes, der Agrobiodiversität und der Regionalentwicklung funktionieren kann, wurde mittels Ideenfindung und Maßnahmenentwicklung im Projekt erarbeitet.

Die Konzeption von Angeboten zu Bewusstseinsbildung und Naturtourismus sowie zu Produkten beinhaltet dabei ausgewählte Umsetzungsvorschläge, die für die Initiative „Almen aktivieren“ besonders geeignet sind und für die eine Weiterentwicklung und Umsetzung empfohlen wird. Zu Beginn des Kapitels sind Überlegungen zur emotionalen Qualität von „Almen aktivieren“ sowie wichtige Leitgedanken zur Ausrichtung von Produkten und Angeboten zusammengefasst, die bei der Umsetzung berücksichtigt werden sollten. Nach den einzelnen Umsetzungsvorschlägen werden vernetzende Ideen und Maßnahmen angeführt und Umsetzungsaufwände zusammengefasst.

Charaktermerkmale von „Almen aktivieren“ als Ausgangspunkte für die Ideenfindung:

- Die eingesetzten seltenen Nutztierassen sind seit Jahrhunderten für die Beweidung von Almen mit schwierigen Geländebedingungen gezüchtet worden und sind perfekt für die Beweidung von extensiven Almen geeignet. Die Tierrassen sorgen damit auch für einen hohen Naturschutzwert der Flächen. Die seltenen Rassen sind zudem hoch attraktiv und eigenartig im besten Sinne des Wortes.
- Die ökologischen Ergebnisse der angepassten, extensiven Beweidung bieten natur-schutzfachliche „Almjuwelen“ mit hoher Biodiversität. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung für hochwertige landschaftsgebundene Naturvermittlungsangebote, Bewusstseinsbildung und naturtouristische Programme.
- Die Bewirtschafter/Züchter sind zumeist kreative und kritische Individualisten mit Herz, hoch motiviert und an neuen Ideen interessiert. Problematisch ist lediglich ihr mitunter geringes Zeitbudget und vorhandene Mehrfachbelastungen.
- Die Produkte der seltenen Rassen und Almen sind zumeist von hoher Unverwechselbarkeit und Eigenständigkeit, besonderer (Verarbeitungs-)Qualität und gelten als echte Spezialitäten.

5.1 DIE EMOTIONALE QUALITÄT VON „ALMEN AKTIVIEREN“



Abb. 73: Ein Herz für Almen

(Fast) alles eine Frage der Emotion

Neben objektiven Produktqualitäten, wie etwa dem Fettanteil oder der Farbe beim Fleisch, ist die vom Konsumenten wahrgenommene, subjektive Produktqualität kaufentscheidend. Dabei spielen Emotionen eine zentrale Rolle. Sie stehen auch hinter Konsumtrends wie dem Wunsch nach Individualität, Authentizität oder Natürlichkeit. „Emotionale Produktqualitäten“ können zum Beispiel über Geschichten, positive Assoziationen zu Erlebtem, Prestigegewinn oder dem Aufbau von Vertrauen und Sympathie generiert werden. Die Entwicklung einer starken emotionalen Bindung zwischen Anbieter und Nachfrager, wie dies bei erfolgreichen Markenartikeln wie z.B. Smartphones mit „Obst“ im Logo umgesetzt wird, ist in vielen Fällen ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg. Die aktivierten Almen haben dabei den Vorteil, dass die seltenen Tierrasen, die Bewirtschafter und die ökologisch reichhaltigen Almen bereits hohe emotionale Qualitäten in sich tragen, während diese bei anderen Alminitiativen erst mühsam „konstruiert“ werden müssen.



Abb. 74: Emotionsauslöser Kind und Kitz

Die emotionale Produktqualität von „Almen aktivieren“

Die seltenen Nutztierassen sind seit Jahrhunderten an die raue Bergwelt angepasst und perfekt für die extensive Beweidung geeignet. Sie sorgen für artenreiche Almen, köstliche Produkte und hohe Erlebnisqualität. Wenn diese Rassen auch nicht anders blöken, muhen und meckern als Intensivrassen, punkten sie jedenfalls mit ihrem „eigenartigen“ Aussehen, Verhalten oder Namen. So steckt z.B. in der uralten Hochgebirgsrasse der Blobe-Ziege im Wortstamm das „blob“ (=blau) ihrer wunderschönen graublauen Mantelfärbung und verleitet zum Assoziationspiel mit dem Blau der Gletscher. Die Tatsache, dass die Rassen selten sind, hat wie alles rare schon immer Faszination auf uns Menschen ausgeübt und löst eine „will haben“ Reaktion aus. Als Ergebnis jahrhundertelanger Kulturlandschaftsnutzung sind sie lebendige Botschafter jener vergangenen Tage und gelebter Traditionen, mit denen im Marketing so gerne gearbeitet wird. Die Tiere sind dabei Träger alter und neuer Geschichte(n), die in den Köpfen der Züchter und Halter zu Hause sind und von ihnen vermittelt werden können. Wer Georg Bichler auf der Tannbergalm einmal über seine Noriker und Pinzgauer Rinder erzählen gehört hat, weiß was gemeint ist. Warum sich die Menschen, die mit seltenen Rassen arbeiten, die Tiere in den Kopf setzen, ist genau so vielschichtig und individuell wie die Menschen selbst. Besonders dabei ist, dass sie alle eine starke emotionale Bindung zu den Tieren haben und leben. All das hat hohes Potenzial für die so wichtigen emotionalen Qualitäten bei Produkten und Angeboten.

5.2 ECKPFEILER FÜR ANGEBOTE UND PRODUKTE

Am Beginn des Ideenfindungsprozesses der Konzeptarbeit wurde diskutiert, welche Eigenarten die „Almen aktivieren“ Initiative auszeichnen und welche Aspekte davon als Grundlage und Rahmen für die Maßnahmenentwicklung herangezogen werden sollten. Diesbezüglich haben sich mehrere Eckpunkte herauskristallisiert, die als Alleinstellungsmerkmale fungieren können und starken Bezug zur Projektidee aufweisen. Bei der Entwicklung und Umsetzung von Produkten und Angeboten zur Bewusstseinsbildung sollten folgende Prinzipien Anwendung finden:

- Die naturbürtigen und kulturlandschaftlichen **Eigenarten** der Almen (siehe almspezifische Recherchen), die einzelnen Rassen und Bewirtschaftungsarbeiten sollten im Zentrum aller Bewusstseinsbildungsangebote stehen.
- Eine **Schwerpunktsetzung auf die emotionale Qualität** ist sowohl bei Produkten als auch Angeboten zur Bewusstseinsbildung und Naturtourismus empfehlenswert (Patenschaften, geführte Wanderungen, etc.).
- Alle Konsumenten sollen die Möglichkeit haben, mit den „Almmenschen“ und seltenen Rassen in „Haut- und Fellkontakt“ treten zu können (z.B. bei Exkursionen und geführten Wanderungen).
 - Eine **direkte, persönliche Kontaktmöglichkeit** und hohe Begegnungsqualität mit den „Almmenschen“ sollte bei allen Aktivitäten einen hohen Stellenwert bekommen und wann immer möglich sowohl bei Angeboten als auch Produkten ermöglicht werden.
 - Neben den Menschen von „Almen aktivieren“ sollten Gäste und Bevölkerung jedenfalls und wann immer möglich **mit den Nutztieren** auf den Almen und auf den Höfen sowie bei Festivitäten **in Berührung kommen**.
- **Mitgebsel und kleine Überraschungen** mit hohem Erinnerungseffekt tragen zur nachhaltigen Festigung von Erlebtem bei. Sie sollten jedenfalls Teil der Angebote sein. Es sollten sowohl Migebsel mit emotionalem sowie informativem Mehrwert entwickelt und bereit gestellt werden.
- Es sollten Maßnahmen vorgesehen werden um mit den **Konsumenten in Kontakt zu bleiben** bzw. sie über neue Aktivitäten auf einer sehr persönlichen Ebene auf dem Laufenden zu halten (z.B. Postkartenidee).
- Wann immer möglich sind die Angebote zu **Produkten und Bewusstseinsbildung bzw. Naturtourismus eng miteinander zu verknüpfen** bzw. zu verlinken.
- Bei allen Produkten soll eine **Rückverfolgbarkeit bis zum Produzenten** und den Ausgangsrohstoffen ermöglicht werden.

5.3 BEWUSSTSEINSBILDUNG

5.3.1 Begleitet auf die Alm

Mittlerweile hat sich das Modell der geführten Wanderung mit naturkundlichem Bezug in fast allen Naturparks und Tourismusregionen etabliert. Damit eine geführte Wanderung als „Almen aktivieren“ Wanderung anerkannt werden kann bzw. zu einer solchen entwickelt wird, sollten folgende fixe Angebotsbestandteile vorhanden sein:

- Die Teilnehmer erhalten immer ein kleines Mitgebsel (z.B. Visitenkarten, Filztiere)
- Zusätzlich wird den Gästen Infomaterial zur Initiative ausgehändigt (z.B. Folder, Infokarten zu den Almen)
- Die Teilnehmer können Produkte der seltenen Rassen (z.B. Käse, Wurst) aus dem Rucksack des Betreuers verkosten und genießen
- Die Teilnehmer kommen wann immer es geht in „Haut- und Fellkontakt“ mit „Almmenschen“ und den Tieren selbst
- Eine Verlinkung zu Betrieben bzw. anderen Bestandteilen und Angeboten von „Almen aktivieren“ sollte durch den Begleiter bzw. über Materialien erfolgen (z.B. QR-Codes, die zu Videos verlinken). Im Besten Fall wird ein Hofbesuch oder die Visite einer vorhandene „Basisstation“ (z.B. Käshüttn auf der Kallbrunnalm) in die geführte Wanderung integriert

Die inhaltliche Ausrichtung der geführten „Almen aktivieren“ Wanderungen sollte jedenfalls die erarbeiteten Charaktermerkmale der Almen beinhalten, wie sie bei den einzelnen Almen ausgearbeitet wurden, bzw. diese Merkmale und Naturphänomene sogar ins Zentrum der geführten Wanderungen stellen. Welche weiteren Programmpunkte bei jeder geführten Wanderungen dabei sein sollten (z.B. Jause mit Verkostung von Produkten der seltenen Rassen, Mitgebsel, Infomaterial, Links zu den Höfen und Betrieben, etc.) ist alm- und themenabhängig festzumachen. Im Naturpark Weißbach besteht die Möglichkeit, gemeinsam mit dem Naturpark „Almen aktivieren“ Wanderungen zu entwickeln bzw. wieder neu ins Leben zu rufen, wie die sog. „Schäferstündchen“. Bei der Tannbergalm sollte jedenfalls die Röthelmoosalm als Station mit eingebunden werden, bei der Kleinrechenbergalm wäre eine Kooperation bzw. gemeinsame Durchführung mit dem Ökomodell Achantal anzustreben.

„Schäferstündchen“

Bei geführten Wanderungen sollen Gäste und Bevölkerung in Kontakt mit den Tieren, ihren Besitzern oder Hirten kommen und ein Gesamterlebnis zu seltenen Rassen und naturräumlichen Eigenarten von Almen und Weiden mit nach Hause tragen. Im Naturpark Weißbach wurden im Zuge der Projektlaufzeit sog. Schäferstündchen durchgeführt. Sowohl die Bezeichnung als auch die Idee mit dem Schäfer ein Stück weit die Alm zu erkunden sind sehr gute Ansätze und passend zum Thema „Almen aktivieren“. Ein Projektbeispiel, wo ebenfalls mit dem Begriff gearbeitet wird, ist die Initiative „Altmühltaler Lamm“, an dem sicher Anleihen genommen werden können. Ein Problem der geringeren Akzeptanzen der „Weißbacher Schäferstündchen“ waren die zeitliche Ausrichtung sowie die fußläufige Anreise auf die Kallbrunnalm. Es wird empfohlen, die „Schäferstündchen“ auf den Projektalmen, die mit seltenen Rassen bestoßen werden aufzunehmen und weiter zu entwickeln. Wesentliche Programmpunkte sollten die oben bereits angeführten Angebotsbestandteile aufweisen.



Abb. 75: Schäfer am Kühkranz

Gusto-Kurzvideos

Mundpropaganda oder der Tipp vom Vermieter sind auch heute immer noch ein Garant für hohe Teilnehmerzahlen und Akzeptanzen von naturtouristischen Angeboten. Viele Gäste haben es dabei gerne, wenn sie schon im Vorfeld genau wissen, was sie bei einer Veranstaltung oder geführten Wanderung erwartet. Um diesem Wunsch zu entsprechen und die Nachfrage an „Almen aktivieren“ Wanderungen zu forcieren bzw. für Auslastung zu sorgen, könnte das Medium Film gute Dienste leisten. Die Idee sieht vor, dass Teilnehmer der geführten Wanderungen zu Erlebtem auf der Alm interviewt und gefilmt werden. Die Kurzvideos (5-20 Sekunden) könnten sowohl in Infozentren als auch im Internet bereit gestellt werden. Dies wäre eine sehr einfache und effektive Maßnahme um die geführten Wanderungen zu bewerben, Gusto zu machen und den Gästen einen kurzen aber authentischen Einblick zu geben, was sie auf den Wanderungen oder Exkursionen erwartet. Das Naturparkzentrum in Weißbach wäre beispielsweise ideal zur Präsentation der Kurzvideos geeignet und verfügt über die notwendige Infrastruktur.

Mehrtägiges Almtrekking – die „Almsafari“

Eine mehrtägige, geführte Tour von Alm zu Alm wäre ein interessantes Angebot für wanderbegeisterte Personen, die in 3-4 Tagen die Vielfalt an seltenen Nutztierassen und Almen erleben möchten. Die Touren sollten nur begleitet angeboten werden und nur an wenigen ausgewählten Terminen als exquisites Angebot durchgeführt werden. Dies vor allem auch deshalb, da das Antreffen von Almmenschen und Tieren fixer Bestandteil der Angebote sein sollte und Treffen mit den Bauern aus Zeitmangel immer schwierig zu vereinbaren sind. Eine Gesamtroute, wo man alle Almen in ihrer Eigenart erleben kann, wäre unter Einbeziehung des Kühkranz über eine Wegeverbindung durch das Heutal möglich. Dies wäre jedoch nur im Rahmen einer ausgedehnten Mehrtagestour sinnvoll und müsste im Detail noch ausgearbeitet werden.

Am besten wäre eine Begleitung durch einen kundigen Führer sowie der Einsatz von Tragtieren in Form von Eseln, Maultieren oder Packgeißen wie dies bei zahlreichen Trekkingprojekten umgesetzt wird. Ein etabliertes Beispiel ist das Wachauer Eselabenteuer unter www.wachauer.at sowie die Initiative www.packgeiss.ch. Das Schweizer Projekt ist sehr erfolgreich und hat schon einige Preise gewonnen. Originelle Ideen, eine sehr gute Homepage und witzige Ziegen-Porträts zeichnen die Initiative aus und die Infos über Angebote sind sehr gut ausgearbeitet. Wenn eine Umsetzung des mehrtägigen Trekkings in Betracht gezogen wird oder auch eine tageweise Umsetzung angedacht wird, sollten alle recherchierten Projekte berücksichtigt werden.



Abb. 76: Trekking mit Eseln beim Wachauer Eselabenteuer

„Anschauen, wie so etwas geht“

Zusätzlich zu geführten Wanderungen die auf Gäste, Einheimische und Touristen ausgerichtet sind, könnten „Spezialexkursionen“ mit besonderem Charakter und Vermittlungsinhalten durchgeführt werden. Eine Möglichkeit bestünde darin, dass Führungen von Bauern für Bauern durchgeführt werden, wo die Almbauern interessiert sind und potenziellen „Almen Aktivierern“ ihre Erfahrungen und Erfolge vermitteln. Eine fachliche Begleitung kann dabei durchaus sinnvoll sein, um naturschutzfachliche Ziele und Maßnahmen sowie zugehörige Angebote transportieren zu können. Die Buchung solcher Exkursionen könnte bei ausgewählten Betrieben wie Georg Bichler direkt oder über die Projektbegleitung erfolgen. Dabei ist eine Bewerbung und Ausweitung auf Betriebsexkursionen mit interessierten Landwirten und Stakeholdern der Euregio sowie darüber hinaus angedacht. Die Exkursionen könnten auf allen Projektalmen durchgeführt werden. Dem Ökologen-Profi auf der Alm bei der Arbeit über die Schulter schauen, wäre ein Angebot für ein sehr spezielles Publikum, das an der Arbeitsmethodik von Ökologen Interesse zeigt und tiefer in die vegetationskundlichen und faunistischen Erhebungsarbeiten eindringen möchte. Auch für geführte Wanderungen oder Fachexkursionen gelten die am Beginn des Kapitels angeführten Grundanforderungen.

5.3.2 „Auf eigene Faust“

Es gibt viele Gäste und Besucher, die nicht an geführten Wanderungen teilnehmen möchten, sondern die Landschaft und Almen auf eigene Faust erkunden wollen. Für diese Zielgruppe (oft Einzelpersonen, Pärchen aber auch Familien) ist es wichtig, grundlegende Informationen zu Schlüsselparametern einer Wanderung oder Aktivität zu erhalten. Dazu sollte jedenfalls ein Set an wichtigen Basisinformationen (Wegzeiten, Verköstigungsmöglichkeiten, Höhenunterschied, Schwierigkeit, etc.) erarbeitet und bereit gestellt werden. Geeignete Wanderrouten sind im Recherchekapitel des Projektberichtes zu jeder Alm angeführt und beinhalten auch Wegzeiten, Schwierigkeiten oder Einkehrmöglichkeiten. Bei einer detaillierteren Ausarbeitung können diese Ergebnisse gut verwendet werden.

Als Informationsmedium zu diesbezüglichen Wegeführungen bietet sich natürlich das Internet an. Google maps Anwendungen könnten dabei jedenfalls Teil des Angebotes sein. Mittlerweile sind 3D Flüge entlang der Touren technisch möglich und umsetzbar, wie sie z.B. beim Projekt Ammergauer Alpen mit hoher Professionalität umgesetzt wurden. Für die gegenständliche Projektanwendung sind solche Lösungen aber sicher zu aufwendig. Beispiele für technisch sehr ausgefeilte Umsetzungen finden sich z.B. auch beim Projekt Salzburger Almweg. Auf der Homepage sind nicht nur alle Etappen genau beschrieben, neben der Dauer werden unter anderem auch die Kilometer und der Höhenunterschied, sowie Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten angegeben. Weiters hat man die Möglichkeit sich GPS-Daten herunterzuladen oder sich die geplante Tour virtuell anzusehen.

Ein sehr gutes Beispiel für die Aufbereitung von Alp-Erlebnis-Wanderungen im Internet bietet auch die Initiative Alpe Garnera. Auf der Homepage kann ein sehr nett gestalteter Infolder herunter geladen werden und die Tour wird mittels Fotos attraktiv aufbereitet. Dieses gute Beispiel kann auch für „Almen aktivieren“ Wanderungen brauchbare Inputs liefern und Anhaltspunkt für eine diesbezügliche Umsetzung sein.

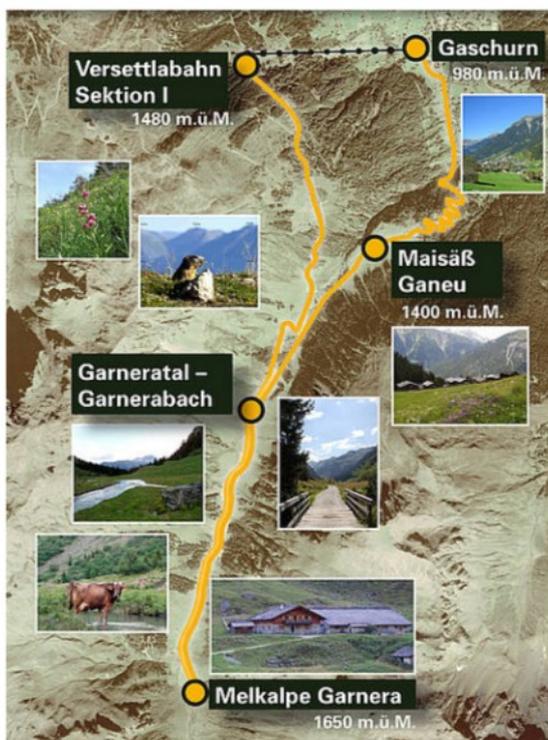


Abb. 77: Attraktive Aufbereitung einer Wanderung der Initiative Alpe Garnera



**Alpe mit Zukunft
Garnera**

- [Erlebnis-Wanderung](#)
- [Sennkuchi](#)
- [Milchprodukte](#)
- [Bestellliste](#)
- [Naturprojekt Garneratal](#)
- [Bewirtschaftungsplan](#)
- [Nutzungsgeschichte](#)
- [Aktuelles](#)
- [Maisäß Ganeu](#)
- [Melkalpe Garnera](#)
- [Galltalpe Garnera](#)
- [Newsletter](#)
- [Kontakt](#)
- [Startseite](#)

Alp-Erlebnis-Wanderung

Die Wanderung beginnt mit der Auffahrt mit der Versettabahn von Gaschurn. Von der Mittelstation (1480 m ü. M.) führt ein guter Wanderweg über den Maisäß Lfinar, weiter in idyllischer Landschaft entlang des Garnerabaches zur Alpe Garnera (1680 m ü. M.).

Nach der Alpbesichtigung und frisch gestärkt geht es wieder in Richtung Tal. Vorbei am »Fenggatobel« über den Maisäß Ganeu (1400 m ü. M.) führt der Weg wieder zurück nach Gaschurn. Ausgebildete Alpführer mit breitem Wissen über die Landschaft, die Bewirtschaftung und die historische Entwicklung der Alpwirtschaft begleiten Sie und machen die Wanderung zum Erlebnis für Natur- und Kulturinteressierte.

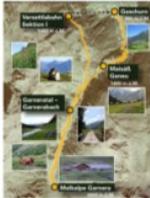
[Info Folder als PDF herunterladen](#)




[Folder herunterladen](#)

Die Wanderung im Überblick

- Leichte Bergwanderung
- Gehzeit gesamt 4½ Std. (ohne Pausen)
- Der Alpführer begleitet durch eine von den Bergbauern mühevoll erhaltene, alpine Kulturlandschaft mit ihrer reizvollen Vegetation.
- Besichtigung der Alpe Garnera und kurze Einführung in die Herstellung von Butter und Käse.




Gruppen können sich bei uns im Melken messen – zur Schonung unserer Milchdamen am Gummieuter >>zum

WETTMELKEN

Abb. 78: Website zur Alp-Erlebnis Wanderung mit Download des Folders sowie der Übersichtskarte

5.3.3 „Almen aktivieren“ Veranstaltungen

Im Rahmen des Projektes steht die sehr erfolgreiche Veranstaltung in Unterwössen im Zentrum der Veranstaltungsaktivitäten. Zusätzlich wurden im Naturpark Weißbach Almadriebsfeste konzipiert bzw. durchgeführt. Bei den Veranstaltungen wurden bereits wesentliche Maßnahmen umgesetzt, die für zukünftige „Almen aktivieren“ Events fixer Bestandteil sein sollten.

Auch bei den zukünftigen Veranstaltungen sollen alle Besucher weiterhin die Möglichkeit haben, mit den „Almmenschen“ und seltenen Rassen in „Haut- und Fellkontakt“ treten zu können. Eine direkte, persönliche Kontaktmöglichkeit und hohe Begegnungsqualität mit den „Almmenschen“ wie sie bereits umgesetzt wurde, sollte auch zukünftig einen hohen Stellenwert bekommen. Mitgebsel und kleine Überraschungen mit hohem Erinnerungseffekt wären noch vorzusehen, die Verkostungsmöglichkeit von tierischen Produkten sollte unbedingt beibehalten werden. Eine Möglichkeit wäre auch, zur Zeit der Jakobifeste Schafschurfeste durchzuführen bzw. „Almen aktivieren“ auf bestehenden Veranstaltungen wie dem Kräuterweidefest in Röthelmoos mittels eines Standes und Präsentation von seltenen Rassen zu integrieren.

Tiere in der Schule

Ein Angebot im Rahmen des Projektes „Juradistel-Lamm“ ist die Aktion „Wenn Lämmer in die Schule gehen“. Hier ist es einmal andersrum, die Kinder gehen nicht zu den Schafen auf die Alm, sondern die Schäfersfrau kommt mit einem ein paar Wochen alten Lamm in die Schule

oder in den Kindergarten, um mehr über das Schafslieben zu erzählen. Zusätzlich wird vor Ort ein Erinnerungsstück gefilzt.

Da alle Aktivitäten, bei denen die Kinder mit den Tieren direkt in Berührung kommen sehr starke „emotionale Effekte“ haben, sind sie sehr empfehlenswert. Seltene Nutztiere zu den Schulen zu bringen wäre neben Hofbesichtigungen sicher auch eine für „Almen aktivieren“ geeignete Aktivität. Dabei könnten durchaus auch ganze Aktionstage durchgeführt werden, an denen mehrere Schulen aus der Umgebung bei einer Schule zusammenkommen und die Tiere und ihre Halter erleben können. Der Vorteil gegenüber einem Almbesuch ist dabei die einfachere Organisationsmöglichkeit.

Schule auf der Alm

Aktivitäten mit Schülern auf den Projektalmen wären sowohl auf österreichischer als auch bayerischer Seite denkbar und wünschenswert. Dabei wäre lediglich ein Link zu den Verantwortlichen herzustellen und vorab das Angebot auszufeilen. Dieses Angebot sollte wie bei den geführten Wanderungen auch - wann immer möglich - den Kontakt mit den Bewirtschaftern und den Tieren gewährleisten und kleine Mitgebühren für die Kinder, z.B. in Form kleiner Filztiere, vorsehen. Eine aufwendigere Variante wäre die Konzeption und Durchführung einer "Almmatura", wie sie ähnlich bereits in Kärnten beim „Biohiasl“ angeboten wird. Dabei könnten Schüler praktische Fertigkeiten wie Zaunbau, Steinmauerbau, Schwenden, etc. erlernen und ökologische Übungen absolvieren. Eine Almmatura gibt es in der Region derzeit noch nicht, dies wäre für (landwirtschaftliche) Schulen oder im Rahmen einer Schulferienwoche in Anlehnung an das Kärntner Beispiel durchaus realisierbar.

Beispiele für erprobte Schüleraktivitäten auf der Alm

Im Zuge des Modules „Biodiversität macht Schule“ des Projektes „Bauern beobachten Pflanzen und Tiere“ in Österreich, wurden in den letzten Jahren Übungen mit Schülern landwirtschaftlicher Schulen durchgeführt, die sich sehr bewährt haben und auch auf den Projektalmen durchgeführt werden könnten.

Im Rahmen der sog. „Steckenübung“ werden die Schüler in sehr kleinen Gruppen (2er Gruppen, 3er Gruppen) nach einer kurzen Einführung mit Stecken und darauf geklebter Karte auf verschiedene Teile der Weide geschickt. Wenn sie Besonderheiten in der Artenausstattung oder Besonderheiten am Standort erkennen, markieren sie diese mit dem Stecken. Danach erfolgt ein gemeinsamer Rundgang mit Besprechung aller markierten Plätze (Kurzvorstellung der Schüler, die eine Markierung gesetzt haben und Erläuterungen durch die Betreuer). Bei der „Diashow“ suchen kleine Teams Besonderheiten in der Wiese und markieren diese mit einem kleinen Holz- oder Kartonrahmen – Danach geht die Gruppe von „Foto“ zu „Foto“, die Kinder erzählen kurz, was sie sehen. Das sog. „Memory“ funktioniert so, dass 7 Pflanzen unter einem Tuch für 30 Sek. aufgedeckt werden, danach suchen Kinder selber in der Weide diese 7 Pflanzen und bringen sie zusammen – die Pflanzen werden verglichen und ein bisschen erklärt. Bei der Übung „Unterscheidungsmerkmale erforschen“ wird ein 10x10 cm Weidestück abgesteckt und je ein Team für Stängel/Blatt/Blüte eingeteilt. Die Schüler bekommen Aufgaben wie z.B.: Wie viele verschiedene Stängel findet ihr (mit/ohne Loch, Form, Behaarung, ...)? Wie viele verschiedenen Blattformen findet ihr? Wie viele verschiedene Blüten findet ihr (Farbe, Form, ...)? Die Schüler legen die gefundenen Teile auf ein weißes Blatt Papier und stellen sie den anderen Teams vor (anschließend mitnehmen, pressen und aufkleben in der Schule).

Eine Möglichkeit, mit der olfaktorischen Komponente von Pflanzen zu arbeiten, erfolgt im Rahmen der „Duftaufgabe“. Je zwei Schüler werden mit vorgefertigten Riechprotokollen an bestimmte 2x2 m Raster in – nach Möglichkeit – zwei verschiedenen Weiden oder verschiedenen Weidestandorten (intensiver genutzt, extensiver genutzt) geschickt. Dort nehmen sie Pflanzenproben, kennzeichnen sie mit dem Pflasterstreifen und einer Nummerierung, tragen diese in das Riechprotokoll ein und bestimmen den Duft der Blüte bzw. den Duft der (restlichen) Pflanzenteile. Der Geruch ist von 1-4 in seiner Intensität einzutragen. Die Gruppen sammeln sich nach ca. 20 Minuten an einem asphaltierten Weg/Platz (Parkplatz Schulgelände). Der Vortragende zeichnet mit einer Kreide ein leeres Diagramm, in dem die Pflanzen je nach Einschätzung

der Schüler hineingelegt werden. Intensivere Gerüche stammen in der Regel eher von den artenreichen Teilen der Weiden, schwache Gerüche von intensiver genutzten Flächen. Das Ergebnis wird diskutiert und zusammengefasst.

Bei der Ausarbeitung eines detaillierten Programmes empfiehlt es sich, bestehende Initiativen wie die Stie-Alm oder die österreichischen Schulalmen zu kontaktieren. Auf der Stie-Alm können Grundschulklassen die Alm besuchen und dort spielerisch die Alm und die Almwirtschaft kennenlernen. Es gibt unterschiedlich lange Varianten. Die Schüler lernen typische Pflanzen und Tiere einer Alm kennen und erleben die Herstellung und Verarbeitung von Grundnahrungsmitteln und Zutaten aus der Natur unter Anleitung einer ausgebildeten Almführerin.

5.3.4 Umweltbaustellen und Freiwilligeneinsätze

Umweltbaustellen (Begriff in Österreich) bzw. Freiwilligeneinsätze (Bayern) werden bereits im Naturpark Weißbach traditionell durchgeführt und könnten auf den Projektalmen zukünftig als fixe Bestandteile gemeinsam mit den alpinen Vereinen bzw. NGO's regelmäßig durchgeführt werden. Bei der Programmplanung sollte lediglich versucht werden, dass persönliche Antreffen von Bewirtschaftern sowie den Tieren zu ermöglichen sowie das Verkosten von Produkten der seltenen Rassen und die Ausgabe von Infomaterialien und Mitgebseln als fixe Veranstaltungselemente zu verankern.

Eine weiterführende Variante wäre auch, praktische und handfeste Tätigkeiten als Teil von „Aktionstagen“ auf der Alm für Gäste und Touristen durchzuführen. Dies müsste einfach Tätigkeiten umfassen, die sehr geringes Verletzungsrisiko mit sich bringen und auch von ungeübten Personen durchgeführt werden können. Der Reiz solcher Angebote wäre, dass die Gäste aktiv etwas Handfestes für und mit der Almnatur tun, Seite an Seite mit dem Einheimischen ein prägendes Urlaubserlebnis geboten bekommen und das bleibende Gefühl mitnehmen, ein Stück bäuerliche Almarbeit hautnah erlebt zu haben.

5.3.5 Patenschaften

Patenschaften sind sehr gute Möglichkeiten um ein partnerschaftliches Dreieck zwischen Tieren, Bauern und Konsumenten zu erzeugen und die Akteure miteinander in Kontakt zu bringen. So helfen etwa die GEH-Tierpatenschaften dabei, über die Erhaltung alter Haustierrassen zu informieren und einen direkten und persönlichen Zugang zu dem Thema zu schaffen. Vielen Menschen, denen der direkte Bezug zu Land, Landschaft und Landwirtschaft fehlt, wird damit die Möglichkeit geboten, die Erhaltung gefährdeter Haustierrassen auf bäuerlichen Betrieben und Hobbybetrieben kennen zu lernen und die Erhaltungsmaßnahmen direkt zu unterstützen. Nachfolgende werden bestehende Ideen aus zwei Beispielen (Innocent und Caritas) angeführt und Übertragbarkeiten auf „Almen aktivieren“ beschrieben.

Beispiel „Innocent Biene“

Eine sehr nett aufbereitete Patenschaftsidee erfolgt derzeit im Rahmen der Innocent Getränkeline. Sie bietet übertragbare Ideen für eine Patenschaft zu seltenen Nutztierassen im Rahmen von „Almen aktivieren“. Besonders gelungen ist die Mischung aus sehr anschaulichen grafischen Lösungen mit ermunternden, leicht verständlichen aber keineswegs kindlich anmutenden Texten. Vielmehr wird mit Assoziationen gearbeitet, witzig formuliert und unterhalten. Eine Anlehnung an diese Aktion könnte vor allem im Bezug auf die textliche Ausrichtung überlegt werden. Da die grafische Lösung von „Almen aktivieren“ ebenfalls comicähnliche Elemente beinhaltet, könnte eine Weiterführung der Designlinie auch bei den Grafiken im Rahmen einer Patenschaftsaktion ähnlich wie bei Innocent überlegt werden.



Abb. 79: Grafisch und inhaltlich originelle Aufbereitung der Patenschaftsidee



Abb. 80: Grafische Elemente, die in Form von Zeichnungen umgesetzt sind

Beispiel Caritas

Als Hilfsorganisation der Katholischen Kirche setzt sich die Caritas mit ihren neun Diözesanorganisationen in vielfältiger Weise für die Betroffenen ein. Unabhängig von deren sozialer, nationaler oder religiöser Zugehörigkeit berät, begleitet und unterstützt die Caritas Menschen in schwierigen Lebenssituationen, mit Krankheit oder Behinderung, nach Unglücksfällen oder Katastrophen. Aus dem reichen Erfahrungsschatz der täglichen Arbeit heraus bezieht die Caritas auch das Mandat, öffentlich die Stimme für Menschen am Rande der Gesellschaft zu erheben.

Eine Patenschaft in Zusammenhang mit Nutztieren ist dabei wie folgt ausgerichtet (Auszug aus dem Originaltext unter www.caritas.at).

Schenken Sie Ihrer Oma ein Kamel zum Geburtstag! Oder wie wäre es mit Schultaschen für die Kollegen? In unserem Shop haben Sie das ganze Jahr über die Gelegenheit, Geschenke für Ihre Liebsten zu finden. So einfach ist es, Wunder zu wirken: Schenken Sie Familien im Sudan Saatgut und Werkzeug, damit sie sich selbst eine Existenz aufbauen können. Ein Babypaket

greift jungen Familien unter die Arme und mit einem Schlafsack wärmen Sie obdachlose Menschen in Österreich. Eine Schuljause erleichtert Kindern in aller Welt das lernen, mit einer Ziege geben Sie Familien in Burundi neue Hoffnung und ein Esel hilft schwer arbeitenden Frauen in Äthiopien.



Abb. 81: „Meine lebt auf der Alm“

In Anlehnung an die Patenschaftsidee könnte vor allem die T-Shirt-Aktion und der Slogan wie z.B. „Meine lebt in Burundi“ übertragen werden. Beispiele wären etwa: „Meine lebt auf der Kleinrechenbergalm“ oder „Meine lebt beim Bichlerbauern“. Die Übernahme von Patenschaften durch Urlaubsgäste mit mehrmaliger Info pro Jahr, wie es den Tieren ergeht, wäre eine weitere sehr gute Möglichkeit zur Kundenbindung. Dies könnte etwa mit einer Postkartenaktion im Rahmen der Idee „Patenschaft am Hof“ erfolgen und wie nachfolgend angeregt, ausgeführt werden.

Patenschaft am Hof

Eine Möglichkeit um die hohe emotionale Qualität des Urlaubserlebnisses der seltenen Rassen am Hof mit nach Hause zu tragen und während des Jahres aufzufrischen besteht über die sog. „tierischen Postkartengrüße“ vom Bauernhof. Die Urlaubsgäste bzw. Kinder können am Hof eine Patenschaft für ein Tier übernehmen und erhalten vom Bauern oder der Bäuerin dafür während des Jahres einmalig oder mehrmalig ein Foto des Tieres in Postkartenformat mit kurzem handschriftlichem Update, wie es dem Patentier ergeht.

Ähnliche Aktionen werden zunehmend von Beherbergungsbetrieben oder Gastronomen durchgeführt. Dabei handelt es sich jedoch zumeist um die Verwendung von Vordrucken ohne echte handschriftliche Qualität. Die „Almen aktivieren“ Postkartengrüße könnten sich dadurch auszeichnen, dass es sich um aktuelle Tierfotos handelt und die wenigen Sätze immer handschriftlich ausgefertigt werden. Dies bedeutet pro Karte eine Ausfüllzeit von 5 min, der Druck der Postkarten ist finanziell sehr überschaubar. Zusätzlich könnte den Gästen eine größerformatige (Post)Karte mitgegeben werden, die auf der Vorderseite ein Bild der Tierrasse und auf der Rückseite eine nette und informative Rassebeschreibung aufweist. Eine diesbezügliche Umsetzung wurde bereits im Naturpark Ötztal durchgeführt und von den Gästen und der Bevölkerung sehr gut angenommen.

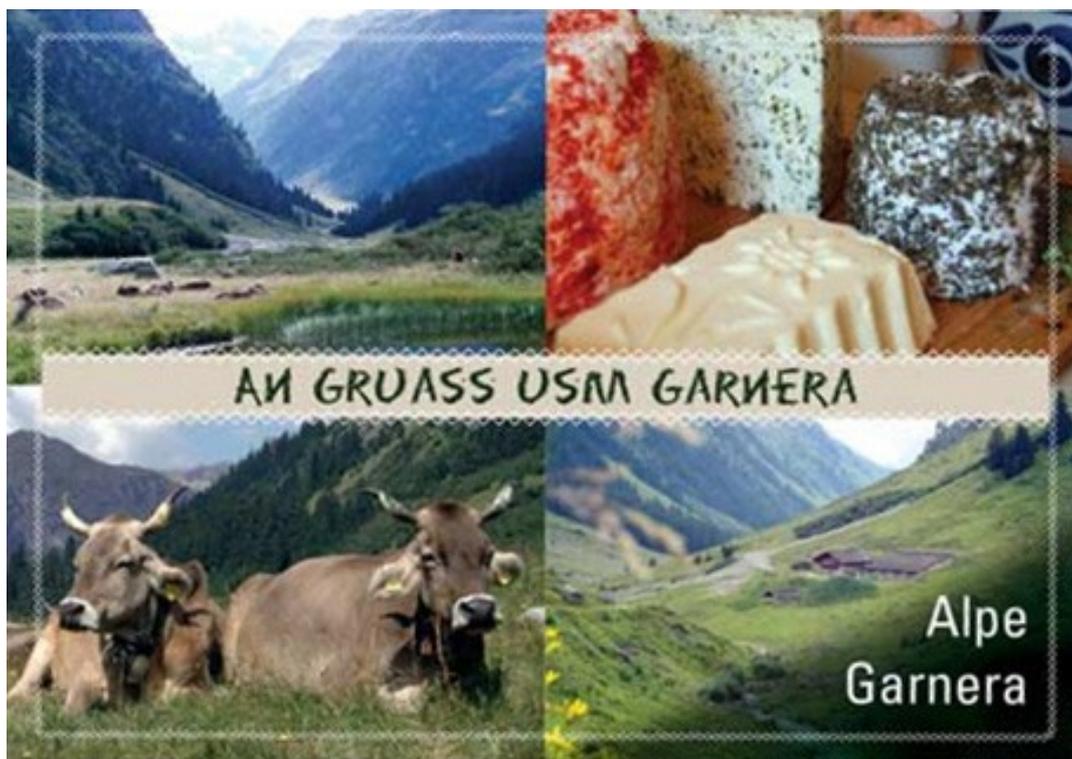


Abb. 82: Grußkarte aus dem Garnera



Abb. 83: Beispiel für eine Postkarte mit tierischem Vordergrund der Therme St. Martin im Burgenland



Blobe Ziege

**Seltene Nutztierassen
im Naturpark Ötztal**
www.blobe.at

Eine echte Ötztalerin

Die Blobe Ziege ist eine uralte Gebirgsziegenrasse der Grenzregion zwischen Nord- und Südtirol. Ehemals im Hochgebirge weit verbreitet, findet man die Blobe Ziege heute vor allem noch in Restbeständen im Ötztal.

ARCHE Austria und der Verein „Blobe Goß“ haben sich dieser alten Tiroler Gebirgsziegenrasse angenommen und gemeinsam mit dem Tiroler Ziegenzuchtverband und der ÖNGENE eine Erhaltungszucht der prächtigen Tiere aufgebaut.

Im Ötztal soll die Rasse mit ihrer besonderen Gebirgstauglichkeit zur Offenhaltung von Bergmähdern, Almen und somit zur Erhaltung des traditionellen Landschaftscharakters in den Hochlagen eingesetzt werden.

Der Steinbock unter den Ziegen

Die Blobe Ziege ist ein sehr genügsames und robustes Kraftpaket für Milch und Fleisch.

Die sehr dichte Unterwolle und ihr mittellanges Fell macht sie unempfindlich gegenüber extremen Witterungsbedingungen.

Der Name „Blobe“ (tirolerisch für Blau) steht für die teilweise blau-graue Grundfarbe der Mantelzeichnung und verleiht den Tieren ein einzigartiges Aussehen. Mit ihrem stämmigen Körperbau und den harten Klauen sind die Blobe Ziegen optimal für die Beweidung im steilen Fels geeignet und gehen hinauf bis zu den Gletschern.

Mehr zur Blobe Ziege unter www.blobe.at

MIT UNTERSTÜTZUNG VON LAND UND EUROPÄISCHER UNION

archeAustria
verein zur erhaltung seltener nutztierassen

**NATURPARK
ÖTZTAL**

LACON
Landschaftsplanung Consulting

Abb. 84: Vorder- und Rückseite der Blobe Ziegen Infokarte aus dem Naturpark Ötztal

5.3.6 Mitgebsel

Visitenkarten zu seltenen und konventionellen Nutztierassen

Materialien zur Bewusstseinsbildung werden dann nachhaltig verwendet, wenn sie leicht zu handhaben sind, wenig Platz (z.B. im Rucksack) einnehmen oder sogar in die Hosentasche passen, auf die Eigenarten des Zielgebietes ausgerichtet werden und wenn immer möglich auch den „Sammeltrieb“ der Nutzer befriedigen.

Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden könnten almspezifische „Visitenkartensets für die Hosentasche“ ein gutes Produkt darstellen. Ähnliche Materialien haben sich bei anderen Naturvermittlungsiniciativen bereits bewährt und liegen in unterschiedlichen Ausführungsvarianten vor. Gute Erfahrungen wurden beispielsweise mit den Visitenkartensets „Pflanzen und Tiere rund um den Bauernhof“ der Salzburger Naturschutzabteilung gemacht. Diese Visitenkartensets umfassen betriebstypische Tier- und Pflanzenarten rund um den Betrieb, sind erweiterbar und passen in jede Hemd- oder Hosentasche.

Da im gegenständlichen Projekt ein wesentlicher Fokus der Bewusstseinsbildung auf den (seltenen) Tierrassen liegt, sollte ein Visitenkartenset zum Thema Nutztierassen jedenfalls realisiert werden. Die Idee geht davon aus, seltene und konventionelle Rassen in einem Set zu vereinen und den Besuchern eine kleine Bestimmungshilfe zu den Nutztieren mit auf den Weg zu geben. Ziel ist es, den Almbesuchern der Region ein kleines „Helferlein“ zu bieten, damit sie die angetroffenen Tierrassen auf den Bauernhöfen bzw. bei einer Almwanderung auch erkennen und benennen können. Die seltenen Rassen werden dabei bewusst grafisch hervorgehoben und der „Almen aktivieren“ Idee zugeordnet. Um die besonderen Leistungen der seltenen Rassen bei der Aktivierung und Erhaltung der Almen zu betonen, könnten pro seltener Rasse auch zwei Visitenkarten erstellt werden, die Zusatzinformationen zu den Tieren enthalten. Die Visitenkarten können im Zuge von geführten Wanderungen an die Besucher übergeben werden, bei Betriebsstätten oder Gastrobetrieben sowie Infozentren aufliegen oder über das Internet bestellt werden.

Vorderseite

Auf der Vorderseite jeder Visitenkarte werden der Name der Rassen, ein typisches Foto, ein Symbol der Tierkategorie sowie wichtige Erkennungsmerkmale angeführt.



Abb. 85: Aufbau der Vorderseite der Nutztier-Visitenkarten

Rückseite

Auf der Rückseite finden sich wichtige Eigenschaften und Einsatzbereiche der Tierrasse sowie weiterführende Angaben zur Nutzung, zu Produkten und wichtige Links zu Produzenten und zugehörigen Initiativen.



Abb. 86: Aufbau der Rückseite der Nutztier-Visitenkarten (optional mit QR-Code)

Visitenkarten zu typischen Naturphänomenen der Projektalmen

Zusätzlich zu einem Visitenkartenset „seltene und konventionelle Nutztierassen“ können Visitenkarten mit typischen tierischen, pflanzlichen und sonstigen Naturphänomenen und Eigenarten der Almen erstellt und an Gäste und die Bevölkerung abgegeben werden. Dabei können auch Landschaftselemente wie Quellaustritte und Steinformationen oder anthropogene Strukturen wie Zäune, Tränken oder Hütten und Unterstände Teil der Ausführung sein. Auch dieses Set sollte als Sammelkarten-System aufgebaut werden. Alle Visitenkarten-Sets sollten jedenfalls im gleichen Format und Layout realisiert werden und ein in sich homogenes Erscheinungsbild zeigen.

5.3.7 Bestimmungshilfe zu seltenen Nutztierassen mittels Smartphone-App

Alternativ oder ergänzend zu den physischen Visitenkarten bietet die moderne Smartphone-technologie auch die Möglichkeit, ein elektronisches Helferlein mit auf den Weg zu nehmen. Diesbezügliche Anwendungen sind z.B. vom Naturschutzbund Deutschland bereits realisiert worden und könnten in Anlehnung an bestehende App-Lösungen erstellt werden. Die Kosten sind v.a. bei Nutzung der Android-Plattform überschaubar, da es sich hierbei um eine Open-Source Technologie handelt, deren Vorgaben und Regelungen nicht so streng gehandhabt werden wie bei Apple. Die Benutzer könnten über ein intelligentes Auswahlmenü nach Merkmalen Schritt für Schritt einschränken, um welche Tierrasse es sich handelt und erhalten Bild- und Textinfos zur jeweiligen Rasse. Man könnte dabei die Anwendung auch so realisieren, dass das Set möglicher Rassen je nach Schutzgebiet oder Almregion anders ist bzw. je nach GPS Standort automatisch angepasst wird. So kann es in einem Gebiet z.B. nur zwei mögliche Rassen zur Auswahl geben, in einem anderen 5-x.

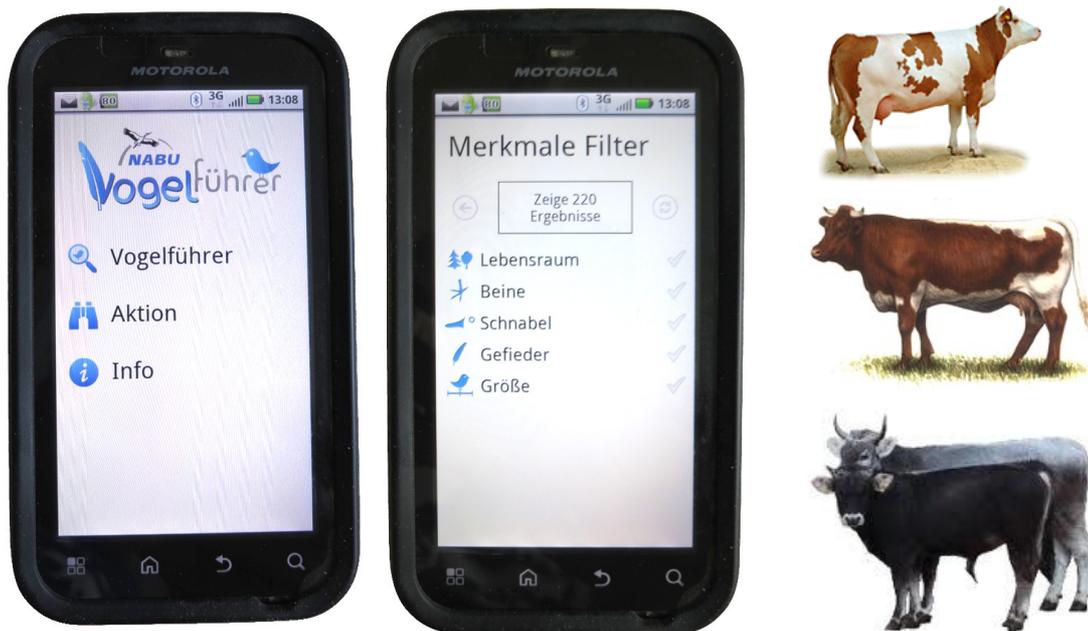


Abb. 87: Bestimmungshilfen mittels Smartphone-App am Beispiel NABU Vogelführer

5.3.8 Saisonale Almkalender

Zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Der Zeitpunkt eines Ausfluges ist für die Qualität des Naturerlebnisses essenziell. Eine Alm ohne blühende Blumen ist weitaus unattraktiver wie in voller bunter Blütenpracht. Um das volle Erlebnispotenzial der typischen Pflanzen- und Tierwelt auf den Almen auszuschöpfen müsste man als Besucher lediglich wissen, wann die Naturphänomene „a la Saison“ den größten Erlebniswert bieten und ein Ausflug auf die Alm oder den Hof eines Züchters besonders lohnt. Da die Witterung und Naturentwicklung jedes Jahr anders ist und die Almen landschaftlich so vielfältig sind, konnte man bis dato kaum in Erfahrung bringen, wann die Natur im Jahreslauf die schönsten Erlebnisse bietet. Da solche Informationen für Gäste und Bevölkerung ungemein wichtig, aber derzeit nicht verfügbar sind, könnte ein diesbezügliches Angebot einen besonderen Mehrwert für Bewusstseinsbildung und Naturvermittlung erbringen.

Diesbezügliche Angebote in Form von saisonalen, phänomenalen Naturkalender-Drehscheiben und zugehörigen Naturtipps im Internet wurden bereits in den Niederösterreichischen Naturparks sowie im Rahmen der Initiative „Natur im Garten“ realisiert und erprobt. Mit den handlichen Naturkalendern in Scheibenformat könne Gäste und Bevölkerung während des Jahres laufend interaktiv erfahren, wann und wo Naturphänomene wie die Blüte, Auftreten von Tierarten oder sonstige Naturphänomene am eindrucksvollsten sind und sich ein Naturparkbesuch besonders lohnt. In Anlehnung daran, könnte die Idee der saisonalen Naturkalender auch auf die Almen des Projektgebietes und darüber hinaus übertragen werden, ohne dass Aufwände im Rahmen der Ideenfindung, Konstruktion oder Layoutierung erfolgen. Die Scheiben bräuchten lediglich inhaltlich und grafisch etwas an die Almphänomene angepasst werden.



Abb. 88: Phänomenale Naturkalender der niederösterreichischen Naturparke (Quelle LACON)

Aktuelle Naturtipps im Internet

Auf der Homepage der Niederösterreichischen Naturparke unter www.naturparke-noe.at können alle Besucher der Seiten von Jänner bis Dezember Tipps abholen, wann und wo dutzende Tiere und Pflanzen in den Naturparks besondere Erlebnisse bieten. Zum Vor- oder Nachlesen können die Tipps auch als Steckbrief heruntergeladen und genüsslich durchgeschmökert werden. Daheim können die Besucher Sichtungen sekundenschnell in einer google-maps Karte eintragen und ein persönliches Naturtagebuch erstellt werden.

The screenshot shows the website interface for 'Naturparke Niederösterreich'. At the top, there is a search bar and the logo 'NIEDERÖSTERREICH HINEIN INS LEBEN.' with a blue 'N' logo. Below the search bar is a large image of pink flowers. The main content area is titled 'Naturtipps filtern' and 'Naturtipps'. The featured tip is 'Hunds-Rosige Zeiten für die Natur', which includes a sub-heading 'Im Naturpark: Hohe Wand (Die Hundsrose ist entlang der Wanderwege und am Fuße der Hohen Wand zu finden.)' and a paragraph about the blooming period of dog roses. There are also smaller images of a dog rose and other nature scenes. The sidebar on the right contains links for 'Newsletter an-/abmelden', 'Broschüren durchblättern & bestellen', 'Presse', 'Fan werden', 'In Kreise aufnehmen', 'Videos betrachten', 'Newsfeed abonnieren', and 'Naturparkspezialitäten'. At the bottom of the sidebar, there is a section for 'Veranstaltungen' with details for 'Himmelsführung' and 'Handwerkskamp in Schwarzenbach'.

Abb. 89: Phänomenale Naturtipps auf der Website der Niederösterreichischen Naturparke

Auch die diesbezügliche Internetanwendung ist bereits fertig programmiert und bräuchten lediglich auf die Almen angepasst bzw. auf Almwebsites eingebunden werden. Dies würde gemeinsam mit den Naturkalender-Drehscheiben ein interessantes saisonales Bewusstseinsbildungsangebot bedeuten, das bereits mehrfach bewährt ist und erfolgreich umgesetzt wird.

5.3.9 „Almiges“ Internetangebot

Für viele Menschen ist das Internet Teil des täglichen Kommunikationsprozesses geworden und wird für die Abholung von Informationen vor-, zu oder nach einer Tätigkeit genutzt. Viele Anwendungen die zwar technisch möglich sind und deshalb auf vielen Webseiten angeboten werden wie z.B. Bloggs, Foren oder animierte Informationen, überfordern jedoch die Benutzer ohne wirklichen Mehrwert zu erzeugen. Andere Anwendungen sind jedoch in kürzester Zeit zur Selbstverständlichkeit avanciert und werden von den meisten Webusern als Standardangebot erwartet. Eine dieser Ebenen ist die Verwendung von Google-maps Karten oder ähnlichen kartografisch-geografischen Informationssystemen, die zur Orientierung, Anfahrts- und Adresssuche sowie als ortsbezogene Infotools genutzt werden.

Zeigen, wo die Tiere sind

Google-maps Anwendungen sind heute ohne größere Programmieraufwände und mit geringen Kosten auf jeder Website einbindbar. Die Karten und ihre wählbaren Inhalte und Darstellungen sind dazu einfach aktualisierbar und können Textinformationen, Fotos und Videos zu einem geografischen Ort vermitteln. Die Fülle der Anwendungen ist riesig, oft genügen einfache Umsetzungen jedoch vollauf. Für die Almen bieten sich google-maps Anwendungen aus mehrfacher Sicht an. Die Tiere weiden nicht immer auf denselben Flächen bzw. wandern bei größeren gemeinschaftlichen Almen stark. Ein in regelmäßigen Abständen aktualisiertes, kartografisches Angebot, mit dem man als Webuser sieht, wo welche Tiere angetroffen werden können, ist einfach und schnell realisierbar. Ein Umsetzungsbeispiel einer Projektinitiative mit seltenen Nutztierassen findet sich unter www.blobe.at. Hier kann man abrufen, wo sich die Blobe Ziegen gerade befinden und man erhält Informationen zur Lage der Hofstätte des Züchters inkl. Begleitinformationen.

Es wird empfohlen, diese Webtechnologie zu nutzen und zumindest einfache google-maps Anwendungen bei den almbezogenen Websites zu integrieren. Diese sind kostenextensiv und ohne großes programmiertechnisches Know how einbindbar.



Abb. 90: Google-maps Anwendung auf www.blobe.at

Live Cams auf der Alm und im Stall

Die Installation von Webcams ist heute einfach und die Kosten sind überschaubar. Der Einsatz von Webcams, die einen Schwenkarm besitzen und so einen breiteren Überblick bieten können, stellt eine gute Möglichkeit dar, den Konsumenten und Webseitenbesuchern einen Liveeinblick über Wetter und Vegetationszustand auf der Alm zu bieten. Zusätzlich könnten Webcams auch auf den Höfen oder in den Stallungen angebracht werden und die bäuerliche Arbeit und die Tiere zeigen.

5.3.10 Aufbereitung von Erfahrungswissen

Praktische Erfahrungswerte, Geschichten und Erinnerungen von Bauern und Bevölkerung sind Fundus und Grundlage für authentische Inszenierung und Produktentwicklung zum Thema sowie wichtige Quelle für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Der Erfahrungsschatz von Bauern, Regionalkennern und Zeitzeugen sollte mittels videogestützter Interviews und „Älternabenden“ sowie unter Nutzung moderner Software gesichert und aufbereitet werden. Ein Beispiel für die Nutzung von Wiki-Technologie stellt die ARCHEPEDIA der ARCHE Austria in Österreich dar.

ARCHEPEDIA ist ein Projekt zum Aufbau einer Enzyklopädie aus freien Inhalten zum Thema seltene Nutztierassen. Es ist Bestandteil des "Bildungsprojektes Gefährdete Nutztierassen". Seit Beginn der Arbeiten entstanden so bisher über 110 Artikel. Derzeit können nur registrierte Benutzer Beiträge der ARCHEPEDIA bearbeiten oder neue Beiträge erstellen. Wenn man jedoch gerne als Autor mitarbeiten möchte, reicht ein kurzes E-mail unter office(at)arche-austria.at, und der Administrator schaltet den Zugang frei. Auch diese Internetanwendung ist bereits fertig programmiert und bräuchte lediglich auf die Almen angepasst bzw. auf Almwebsites eingebunden werden.



Abb. 91: Startseite der ARCHEPEDIA unter www.archepedia.at

5.4 PRODUKTENTWICKLUNG

Wolle, Filz, Fell

Die Arbeitsgemeinschaft Alpines Steinschaf produziert innovative, qualitativ hochwertige Produkte aus Wolle und Filz des Alpines Steinschafs. Die Produkte werden stark nachgefragt und sind gut am Markt etabliert. Die Organisation ist ein Schlüsselpartner bei der Entwicklung und Herstellung von Produkten, die besonders auf das Projekt und Thema „Almen aktivieren“ ausgerichtet sind.

Filzprodukte

Wenn Besucher ein Programmangebot zu seltenen Nutztierassen absolvieren, sollten sie jedenfalls kleine Mitgebssel bekommen, die positive Erinnerungen und Emotionen mit dem Erlebnis aktivieren.



Abb. 92: Beispiel für ein Mitgebssel in Form kleiner Filzfingerpuppen (Quelle AG Alpines Steinschaf)

Die Palette an Produktmöglichkeiten ist bereits jetzt bei der Arbeitsgruppe Alpines Steinschaf groß, könnte jedoch z.B. um rassespezifische Filzprodukte in Handpuppenform zu allen Projekttrassen, Bausatzform, etc. ausgeweitet werden. Dabei könnte auch eine Edition entwickelt werden, die ähnlich wie bei Mc Donalds zum Sammeln anregt, nur zu speziellen Anlässen verfügbar ist oder mit beschränkter Stückzahl aufgelegt wird. Eine diesbezügliche Umsetzung ist sicher realisierbar.

Designerware aus Filz, Wolle und Leder

Wolle und Filzprodukte boomen derzeit nicht nur am Outdoorproduktemarkt, sondern werden von Designern zunehmend umgesetzt und hochpreisig vermarktet. Die diesbezüglichen Recherchen haben gezeigt, dass die Verwendung von Materialien aus seltenen Rassen derzeit noch nicht etabliert ist, jedoch Produkte von Fellpumps bis hin zu Fellüberzügen von Sesseln und Sitzgarnituren oder „Zotteljacken“ als hochpreisige (Einzel)Stücke marktfähig sind. Die Tatsache, dass die Rassen selten sind, könnte hierbei als ergänzender qualitäts- und verkaufsbestimmender Aspekt durchaus treffend platziert werden. Wenn an eine diesbezügliche Weiterentwicklung der Idee gedacht wird, sollte vorab überlegt werden, welche Materialien in welchen Qualitäten bereit gestellt werden können. Auf dieser Basis sollte eine Kontaktaufnahme mit ausgewählten Designern entsprechend der recherchierten Liste erfolgen.

Filztieredition seltene Nutzierrassen

Hinsichtlich der Entwicklung von Filzprodukten „in Tierform“ besteht auch die Möglichkeit, Kooperationen mit Firmen wie Manufactum oder Steiff einzugehen. Dabei könnte überlegt werden, eine Sonderedition „seltene Nutzierrassen“ in Form von Filztieren, Mobiles oder als Holztiere zu entwickeln und zu vereinbaren, dass ein bestimmter Betrag ähnlich wie bei einer Patenschaftsidee dem Projekt „Almen aktivieren“ unterstützend zu Gute kommt. Dies wäre auch eine Möglichkeit, um ein vernetzendes Moment hinsichtlich der Kombination von Produkten und Bewusstseinsbildung zu erzeugen.

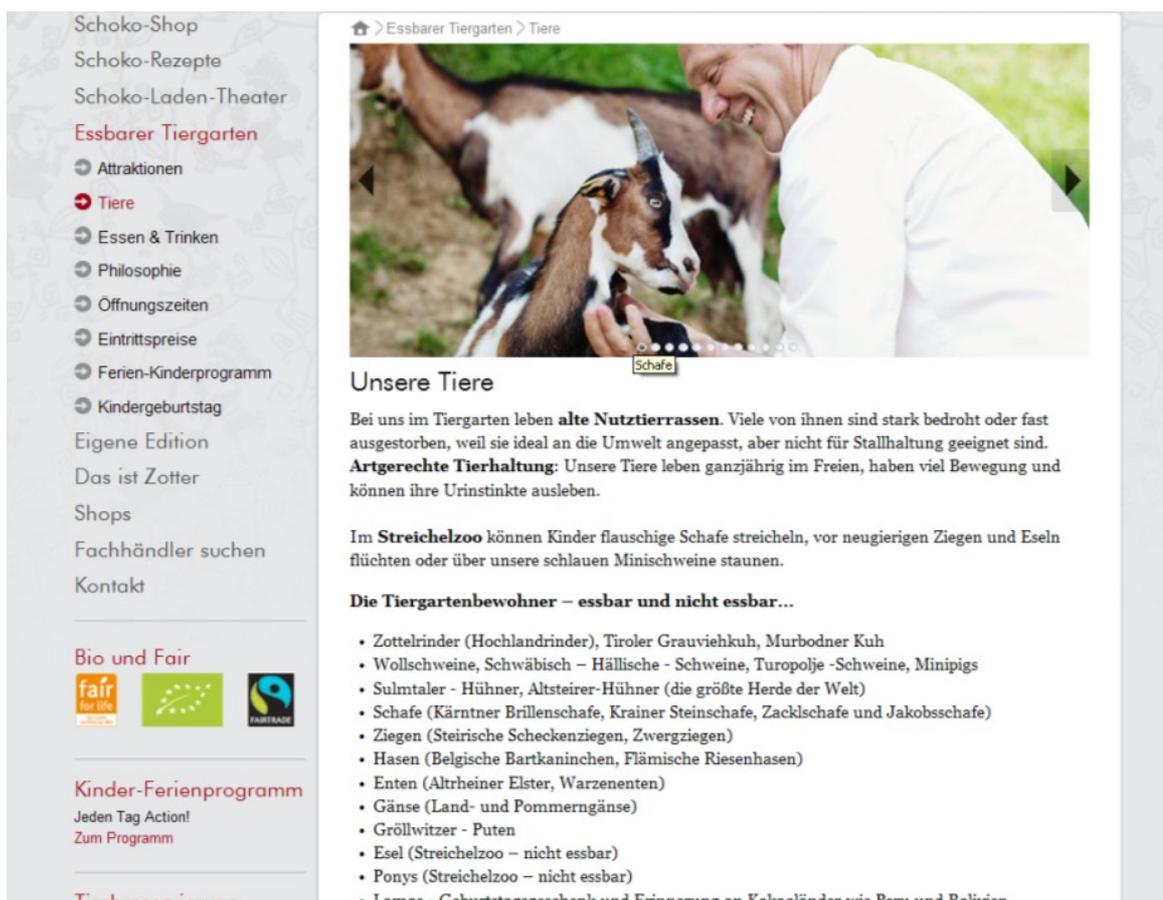
Filzkurse

Im Naturpark Weißbach werden regelmäßig Filzkurse abgehalten. Im Rahmen einer Naturpark Werkstatt können die Teilnehmer die alte Handwerkskunst des Filzens wieder entdecken. Man lernt Grundzüge der Techniken und kann persönlich hergestellte Sitzpolster, Hüte, Taschen oder Filzpatschen als eigenes Werkstück mit nach Hause nehmen. Derzeit wird jedoch noch nicht mit Material des Alpenen Steinschafes gefilzt, sondern andere, konventionelle Rassen verwendet. Der Einsatz von Wolle des Alpenen Steinschafes im Rahmen der Naturpark Werkstatt wäre durchaus denkbar und sollte forciert werden. Dabei könnten im Rahmen eines Theorieteilchen auch Ziele und Maßnahmen des Projektes „Almen aktivieren“ transportiert werden und der unmittelbare Bezug zu geführten Wanderungen und der Alm selbst hergestellt werden.

„Almen aktivieren“ Schokoedition

Seltene Rassen sind vor allem als Jungtiere auch „süß“ und Schokolade „aktiviert“ als Energiespender Almbesucher und Wanderer. Da es noch dazu bereits Initiativen bzw. Schokoladehersteller gibt, die Bezug zu seltenen Rassen haben oder mit deren Milch und Rahm feinste Süßwaren herstellen, könnte eine „Almen aktivieren“ Schokoedition durchaus Sinn machen und realisierbar sein, sofern geeignete Liefermengen an die Produzenten gewährleistet werden können. Die Firma Zotter in der Steiermark zeichnet sich durch höchste Innovationskraft und Kreativität aus und wäre ein sehr guter Projektpartner. Im Tiergarten der Firma Zotter befinden sich bereits zahlreiche seltene Rassen, die vom Restaurant aus beobachtet werden können und direkt auf den Tellern der Gäste landen. Der zweite potenzielle Umsetzungspartner wäre die Firma Haag (Konditorei) in Landeck in Tirol. Sie erzeugt erfolgreich Schokoladen mit Milch und Rahm des Tiroler Grauviehs, einer gefährdeten Nutzierrasse.

Eine „Almen aktivieren“ Edition würde sich z.B. mit Milch von Pinzgauer Rindern anbieten und könnte Zug um Zug auch mit Milch von Schafrassen und Ziegenrassen ausprobiert und entwickelt werden. Die Produkte wären ausgezeichnete Imageträger und könnten auch so ausgearbeitet werden, dass z.B. ein gewisser Kaufpreisanteil der Initiative „Almen aktivieren“ zu Gute kommt bzw. für die Aufrechterhaltung einer betreuenden Struktur im Rahmen eines Vereines verwendet wird. Es wird jedenfalls empfohlen, die Schokoidee weiter zu verfolgen und Gespräche zur prinzipiellen Machbarkeit mit den beiden Firmen durchzuführen.



Schoko-Shop
Schoko-Rezepte
Schoko-Laden-Theater
Essbarer Tiergarten
Attraktionen
Tiere
Essen & Trinken
Philosophie
Öffnungszeiten
Eintrittspreise
Ferien-Kinderprogramm
Kindergeburtstag
Eigene Edition
Das ist Zotter
Shops
Fachhändler suchen
Kontakt

Bio und Fair
fair for life
FAIRTRADE

Kinder-Ferienprogramm
Jeden Tag Action!
Zum Programm

Tiergartenbesichtigung

Essbarer Tiergarten > Tiere

Unsere Tiere

Bei uns im Tiergarten leben **alte Nutztierassen**. Viele von ihnen sind stark bedroht oder fast ausgestorben, weil sie ideal an die Umwelt angepasst, aber nicht für Stallhaltung geeignet sind. **Artgerechte Tierhaltung:** Unsere Tiere leben ganzjährig im Freien, haben viel Bewegung und können ihre Urinstinkte ausleben.

Im **Streichelzoo** können Kinder flauschige Schafe streicheln, vor neugierigen Ziegen und Eseln flüchten oder über unsere schlauen Minischweine staunen.

Die Tiergartenbewohner – essbar und nicht essbar...

- Zottelrinder (Hochlandrinder), Tiroler Grauviehkuh, Murbodner Kuh
- Wollschweine, Schwäbisch – Hällische - Schweine, Turopolje -Schweine, Minipigs
- Sulmtaler - Hühner, Altsteirer-Hühner (die größte Herde der Welt)
- Schafe (Kärntner Brillenschafe, Krainer Steinschafe, Zacklschafe und Jakobsschafe)
- Ziegen (Steirische Scheckenziegen, Zwergziegen)
- Hasen (Belgische Bartkaninchen, Flämische Riesenhasen)
- Enten (Altrheiner Elster, Warzenenten)
- Gänse (Land- und Pommerngänse)
- Gröllwitzer - Puten
- Esel (Streichelzoo – nicht essbar)
- Ponys (Streichelzoo – nicht essbar)
- Lamas - Geburtstagesgeschenk und Erinnerung an Kakaoländer wie Peru und Bolivien

Abb. 93: Tiergarten des Schokoladenherstellers Zotter



de en it

TIROLER EDLE*
* edle Schokolade, von edlem Grauvieh, für edle Genießer

→ die Idee
die Schokoladen
hier bestellen
die Partner
Kontakt
Aktuelles
für Händler

Wie es dazu kam ... Therese Fiegl erzählt, was hinter der Idee zu Tiroler Edle steckt und was ihr dabei besonders wichtig ist!

[Die Idee] [die Schokoladen] [hier bestellen] [die Partner] [Kontakt] [Aktuelles] [für Händler] [Benutzerkonto]

Abb. 94: Tiroler Edle vom Grauvieh www.tiroleredle.at

3 Käse Hoch Edition

Die traditionelle Alpwirtschaft kannte das Dreigespann Rind, Schaf und Ziege. Eine Fokussierung auf alle 3 Arten inkl. zugehöriger Käsepalette wäre einzigartig für eine Alminitiative mit seltenen Rassen. Dabei geht die Idee in Richtung der Etablierung eines exquisiten Angebotes in geringen Stückzahlen mit hohen Qualitätsansprüchen. Klein zu beginnen ist auch deshalb notwendig, da die Tierbestände auf den Projektalmen derzeit zu gering sind und das Melken der kleinen Wiederkäuer derzeit nicht praktiziert wird. Trotzdem könnte die Idee v.a. für die Kallbrunnalm bzw. den Kühkranz weiter entwickelt werden. Durch das Vorhandensein und die Ausstattung der Käsehütte, die Erfahrungen im Rahmen des Kallbrunner Käseprojektes sowie die Größe der verfügbaren Almflächen am Kühkranz könnte die Idee gemeinsam mit dem Naturpark weiter umgesetzt werden. Von Seiten des Naturparkes wurde dahingehend Interesse bekundet wiewohl berücksichtigt werden muss, dass die Durchführung nur in enger Abstimmung mit den Rinderbauern der Kallbrunnalm erfolgen kann und eine diesbezügliche Diskussion im Vorfeld der weiteren Planungen notwendig ist.

Würste und Trockenfleisch

Auf der Kallbrunnalm werden derzeit Rind- und Hirschwürste angeboten. Produkte der kleinen Wiederkäuer sind in der Käsehütte oder im Naturpark noch nicht Teil der Angebotspalette. Würste aus Ziege oder Schaf werden von einigen Betrieben die ihre Tiere auf dem Kühkranz eingesetzt haben bereits für den Eigengebrauch bzw. die hofeigene Vermarktung produziert und könnten jedenfalls auf der Kallbrunnalm angeboten werden bzw. bei geführten Wanderungen verkostet werden. Dies wäre in Abstimmung mit dem Naturpark durchzuführen, von dessen Seite zur Idee durchaus positive Signale für eine Umsetzung bestehen. Dabei würde eine gute Palette in Form von Rinder- und Hirschwürsten sowie Wurst aus kleinen Wiederkäuern für die Besucher der Kallbrunnalm oder des Naturparkes angeboten werden können. Wenn immer möglich sollten die Erzeugnisse von Tieren stammen, die auf den Projektalmen geweidet haben, um den direkten Bezug zwischen Alm und Produkt herstellen zu können und dies als Produktmerkmal im Rahmen der Vermarktung plazieren zu können („ein Stück Alm genießen“). Eine Kooperation wäre z.B. mit der kreativen Fleischerei Josef Rass aus Lofer denkbar. Statt Würsten könnte auch Trockenfleisch angeboten werden, dass in der Erzeugung einfacher ist als die Wurstherstellung. Ein Beispiel für die Wurstherstellung zeigt die Initiative „Tauernlamm“. Die Tauernlammprodukte unterscheiden sich grundlegend von der Produktion konventioneller Wurst. Tauernlamm-Frischwürste (z.B. Grillwürstel) werden nur aus Lammfleisch, Speisesalz und Gewürzen hergestellt. Es wird kein Pökelsalz und kein Schweinefleisch verwendet. Die „Kühkranz-Würste“ oder das Trockenfleisch sollten jedenfalls auch in Zusammenhang mit den Projektalmen angeboten werden (Schafabtriebsfest Unterwössen, Röthelmoosalm, etc.), um eine Vernetzung der Almen über die Produktschiene zu erreichen.

Almkräuter und Folgeprodukte für Garten und Stube

Die Tradition der Anfertigung von Kräuterbuschen ist eng mit dem Almleben verbunden. Bunte Sträuße, die aus Arten wie z.B. Kreuzkraut, Minze, wildem Oregano, Schafgarbe und Enzian, Arnika, Baldrian, Frauenmantel, Johanniskraut und Wermut gebunden wurden, haben sowohl in Bayern als auch auf Salzburger Seite lange Tradition. Nach der Weihe wurden die Buschen in den Kasern getrocknet und in Bayern in den Herrgottswinkeln aufgehängt. In Salzburg wurden sie in den Rauhnächten oft an das Vieh verfüttert. Neben den Kräuterbuschen bestehen zahlreiche weitere Verwendungsmöglichkeiten von Almpflanzen bzw. deren Abkömmlingen, wie z.B. Kräutersalze oder Räuchermischungen.

Mit einem Angebot an Sämereien, getopften Pflanzen oder Stecklingen bzw. daraus abgeleiteten Produkten könnte ein „lebendiges Stück Alm“ von den Einheimischen und Gästen entweder direkt von der Alm oder von einem Vermehrungsbetrieb heimgetragen und in den eigenen Garten oder die Stube geholt werden. Dabei könnten Pflanzen thematisch gebündelt, mit einem Partnerbetrieb (z.B. Gärtnerei Plattner in St. Martin bei Lofer) vermehrt und z.B. in Form sog. Alm-6er Tragerln angeboten werden. Dabei sollten solche Arten verwendet werden, die besonders typisch für die Umgebungslandschaft oder die Alm selbst sind, traditionell verwendet wurden und mit vielen G'schichterln sowie ökologischen Zusammenhängen versehen werden können. In jedem Fall sollten zu allen angebotenen Pflanzen entsprechende Begleitmaterialien mit Infos zur Art, Vorkommen, Kultivierung im Garten und Naturschutzinformationen mitgegeben werden. Natürlich wäre darauf zu achten, keine naturschutzfachlich wertvollen Arten zu verwenden bzw. keine nachhaltigen Schäden an der Vegetation anzurichten.

Die Umsetzung könnte mittels Vermehrung durch Partnerbetriebe wie einer Gärtnerei oder einer Zusammenarbeit mit dem botanischen Garten in Salzburg erfolgen. Weitere Partner wären der Verein TEH (Traditionelle Europäische Heilkunst) in Unken bzw. die Naturgärtner aus St. Martin bei Lofer. Wenn die Begleitinformationen auch stark auf die Ansprüche der Pflanzen sowie ihre Vermehrungs- und Wachstumseigenschaften ausgerichtet sind, könnte vermieden werden, dass ein unkontrollierter „Run“ auf die Almpflanzen entsteht, sondern ganz im Gegenteil ein Wissenszuwachs und eine Sensibilisierung der Bevölkerung erreicht wird.

Mit dem Heimholen von „Kindern unserer Almpflanzen“ kann ein guter Beitrag zur Bewusstseinsbildung geleistet und ein Nischenprodukt etabliert werden, das gleichzeitig auch eine Mitgebselfunktion übernimmt.

Kochworkshops auf der Alm

Kochen liegt voll im Trend. Es gibt keinen Fernsehsender, der aktuell nicht zumindest eine Kochshow anbietet oder sein halbes Programm auf das Thema ausgerichtet hat. Auch liegen die sog. „Feldküchen“ stark im Trend, wo draussen in der Wiese mit Zutaten von der Wiese kulinarische Köstlichkeiten zubereitet und genossen werden. Da die biodiversen Almen von „Almen aktivieren“ neben den einzigartigen tierischen Produkten quasi auch eine Garantie für unbelastete, „reine“ und inhaltsstoffreiche Kräuter und essbare Wildpflanzen bieten, ist das Thema Kochen für diese Almen sehr passend. Dabei wäre die Käsehütte auf der Kallbrunnalm oder auch die Röthelmoosalm unterhalb der Tannbergalm sehr gut als „Almküche“ geeignet. Eine Idee dabei wäre es, dass die Bevölkerung der Talschaften ihre Rezepte oder Zubereitungsideen unter Verwendung von Kräutern und geniessbaren Pflanzen der Almweiden und angrenzenden Flächen sowie von Produkten der seltenen Rassen in einer kleinen betreuten Gruppe einbringen, gemeinsam austesten und weiter entwickeln. Eine „Almen aktivieren“ Rezeptserie oder ein eigenes Kochbuch könnten dazu handfeste Ergebnisse bzw. Folgeprodukte darstellen.

5.5 WEITERE UMSETZUNGSANSÄTZE

Almbörse

In der Euregio und benachbarten Landschaftsräumen gibt es zahlreiche Grundbesitzer von Almen, die Flächen für eine naturschutzfachlich orientierte Beweidung bereit stellen könnten, aber derzeit keine Möglichkeit haben, dies auf ihren Flächen durchzuführen. Auf der anderen Seite suchen immer wieder Betriebe, die seltene Nutztierassen halten oder ihre Tierbestände und Herden erweitern möchten nach geeignete Flächen zur Beweidung. Eine Option um interessierte Almbauern und Anbieter miteinander zu vernetzen besteht in der Etablierung einer sog. Almbörse, die Kontakte vermittelt, Interessenten zusammenführt und eine geordnete Übersicht bietet, wo Flächen zur Beweidung bereit stehen und wer nach solchen Flächen sucht. Eine geeignete Umsetzung könnte über das Internet erfolgen. Nach einer Registrierung könnten Betriebe ihre Angebote und Wünsche nach bestimmten Kriterien geordnet deponieren und Angebote einsehen. Diesbezügliche Börsen sind in Form von Tierbörsen z.B. bei der ARCHE Austria bereits teilweise entwickelt und könnten ausgebaut und auf den gegenständlichen Anwendungsfall hin ausgerichtet werden.

Wellness auf der Alm

Almen sind als wichtige Sehnsuchtsorte der Menschen emotional stark positiv besetzt. Wünsche nach Gesundheit, Entspannung, Erholung, Reinheit oder Naturbelassenheit sind sehr gut mit Almen assoziierbar und bieten gute Chancen um Angebote im Umfeld des „Wellnessbegriffes“ auf den Almen zielführend zu entwickeln. Solche Ansätze würden auch sehr gut mit der Begrifflichkeit von „Almen aktivieren“ zusammen passen, da die Formulierung auch so gelesen werden kann, dass Almen eine aktivierende Wirkung entfachen können. Dahingehend könnten Aktivitäten wie z.B. „Joga auf der Alm“, ganzheitliche therapeutische Gesundheitsangebote wie etwa verschiedene Massagetechniken oder Entspannungstrainings bzw. Wellnessangebote entwickelt werden.

ARCHE Alm mit Vielfalt an Gebirgsrassen

Im Projektteam wurde die Idee diskutiert, eine Alm als sog. ARCHE Alm zu etablieren, bei der man eine breite Palette an seltenen Gebirgsrassen in konzentrierter Form auf einer Alm erleben kann. Dies könnte alle relevanten Tierkategorien umfassen und wäre ein erstmalig im Alpenraum umgesetzter Ansatz, der den Konsumenten, Stakeholdern und Bauern in gebündelter Form die Bandbreite an geeigneten Rassen für die Beweidung von Steil- und Hochlagen näher bringt. Die Maßnahmen für die Umsetzung der Idee sind jedoch mehrschichtig und durchaus anspruchsvoll. Es müssten geeignete Flächen bereit gestellt werden, Züchter dazu animiert werden, einige Tiere pro Rasse auf die Alm aufzutreiben und alle notwendigen Maßnahmen hinsichtlich Weidemanagement und Betreuung der unterschiedlichen Tierkategorien gemäß ihrer Ansprüche getroffen werden. Trotzdem könnte die Idee durchaus realisiert werden und würde eine echte Innovation bedeuten.

5.6 VERNETZUNG

Bewusstseinsbildung und Produkte geben sich die Hand

Bewusstseinsbildung und Produkte sollen eng miteinander verlinkt werden. Das bedeutet, dass man als Gast bei jedem geführten „Schäferstündchen“ oder jeder Veranstaltung Infos zu den Betrieben und Produkten heimtragen kann. Oder man holt sich beim Kauf eines Schaffelles oder beim Wirtshausbesuch gleich einen Geheimtipp zur Almwanderung ab.

5.6.1 Kurzvideos

Mittels Rückverfolgbarkeit aller Produkte bis zum Produzenten bzw. mittels eines Herkunftsnachweises soll das Vertrauen der Kunden gewonnen und erhalten werden. Vertrauensbildende Maßnahmen dieser Art sind mittlerweile bis hin zu Großkonzernen im Lebensmittelhandel „state of the art“. Neben der Kennzeichnung direkt auf den Produkten wird der Internetebene hohe Bedeutung beigemessen.

Hohe Begegnungsqualität und Vertrauensbildung durch „Hautkontakt“ mit dem Produzenten

Bei Direktvermarktungsinitiativen oder kleineren Marken setzt man mehr auf die direkte Begegnung von Kunden und Produzenten. Man kann im Rahmen von Hoffesten auf den Betrieb kommen, die Produktionsbedingungen unter die Lupe nehmen und den Erzeuger seiner Nahrungs- und Genussmittel nicht nur zu sehen oder hören, sondern im direkt in die Augen schauen, seine Mimik und Gestik mitverfolgen und seine Begeisterung und Überzeugung spüren. Diese sinnlichen Wahrnehmungsebenen bietet weder das Internet noch ein Stempel auf einem Produkt und trägt wesentlich zur Vertrauensbildung und Kundenbindung bei. Im Zuge von „Almen aktivieren“ wird, wann immer es möglich ist, der direkte Weg zum Bauern, z.B. in Form eines Hofbesuches mit persönlichem Kennenlernen angestrebt. Denn ist der Anbieter dem Verbraucher persönlich bekannt, so erhalten dessen Produkte eine wichtige emotionale Zusatzqualität.

Mit Kurzvideos in 3 Sekunden beim Betrieb und seinen Tieren

Alle Maßnahmen, die die Glaubhaftigkeit der vermittelten Produktqualitäten sowie der Erzeugung von Lebens- und Genussmitteln und anderen Produkten stärken, sind wesentlich für die nachhaltige Kundenbindung. Audiovisuelle Anwendungen können zwar den unmittelbaren persönlichen Kontakt nicht ersetzen, sie bieten jedoch zusätzliche vertrauensbildende Komponenten. Mittels bewegter Bilder in Form von Filmen kann man in kürzerer Zeit und auf viel breiterer Ebene Spannung aufbauen, Informationen vermitteln und Gefühle und Emotionen erzeugen. In Zeiten von youtube und facebook boomen derzeit Kurzvideos, die einerseits steuerbar sind, zeitlich kurz gehalten werden und möglichst originell sind. Dabei ist es mehr und mehr unwichtig, ob es sich um eine in Topqualität erstellte Profiaufnahme handelt oder der Film mittels Handycam oder Smartphone erstellt wurde. Wichtig ist dass man schnell zur Aufnahme gelangt, keine langen Intros und Einleitungssequenzen Fadesse erzeugen oder die Technik besondere Einstellungen am Endgerät erfordert.

QR-Code Technologie nutzen und schnell sein

Der QR-Code (englisch Quick Response, „schnelle Antwort“, als Markenbegriff „QR Code“) ist ein zweidimensionaler Code, der von der japanischen Firma Denso Wave im Jahr 1994 entwickelt wurde. Der QR-Code besteht aus einer quadratischen Matrix aus schwarzen und weißen Punkten, die die kodierten Daten binär darstellen. Eine spezielle Markierung in drei der vier Ecken des Quadrats gibt die Orientierung vor. Viele Mobiltelefone und PDAs verfügen über eine eingebaute Kamera und eine Software, die das Interpretieren von QR-Codes ermöglicht. Verbreitet ist die kodierte Abbildung einer Webadresse, verwendet in Zeitschriften, Informationsblättern oder großformatig auf Werbeplakaten. Der Vorteil dieser Methode ist, dass das mühsame Abtippen entfällt. Neben URLs enthalten QR-Codes in der Praxis beispielsweise Telefon-

nummern, Adressen, informierende Texte, Premium-SMS, vCards, WLAN-Zugangsdaten oder Geodaten.

Im Rahmen des gegenständlichen Projektes ist die Nutzung der QR-Codes mit Internet-Videotechnologie auf der Ebene der schnellen Rückverfolgbarkeit vom Produkt zum Produzenten sowie bei bewusstseinsbildenden Maßnahmen angedacht, die mit den Produktangeboten vernetzt sind.

Rückverfolgbarkeit bei Produkten

Wenn man z.B. sein Kotelett auf den Teller bekommt, kann man neben dem Verzehr die Option nutzen, auf einer Begleitkarte (oder direkt auf dem Teller aufgedruckt) den sogenannten QR-Code mit dem Smartphone einzuscannen. Damit kommt man zwei Sekunden später in den Genuss eines Kurzvideos, in dem der Bauer sich selbst, seine Tiere und den Weg bis zum Kotelett am Teller vorstellt. Da die QR-Codes sehr wenig Platz einnehmen, kann die Technologie auf jeder Art von Produkten bzw. Produktbegleitkärtchen, Foldern, Broschüren oder Etiketten wie z.B. auf Steinschafprodukten der Arbeitsgemeinschaft Alpines Steinschaf genutzt werden.

Aufbau und inhaltliche Ausrichtung der Videobotschaften

Hauptakteure der Videos sind die Menschen die hinter den Produkten und Angeboten stehen. Sie begrüßen den Konsumenten, sprechen ihn persönlich an und nehmen ihn in den nächsten 1,5 Minuten mit auf seinen Hof und zu seinen Tieren. Auf ein längeres Intro sollte verzichtet werden. Der Benutzer sollte so schnell wie möglich den Bauern bzw. den Erzeuger in bewegten Bildern sehen und sprechen hören. Dabei kann jedes Video individuell gestaltet werden, die Klammer wird durch grafische Elemente sowie das kurze Thematisierung der Aktivierungsleistung des Bauern und indirekt des Konsumenten, die Tippebene, den Verweis auf andere Angebote und die Website von „Almen aktivieren“ erzeugt. Nett wäre auch eine sloganhafte Verwendung von „Sagern“ in Anlehnung an die im bayerischen Fernsehen immer wieder verwendete Formel „i bin da Sepp, und do bin i dahoam“. Dies könnte alternativ und zum Thema passend etwa mit der Formel „i bin da Sepp, und i aktivier die Alm xy“ umgesetzt werden.

Die Gesamtspielzeit eines Videos sollte 1,5 Minuten nicht überschreiten. Es ist weiters geplant, dass der Bauer dem Benutzer einen Almtipp mitteilt, der ein Wandertipp auf eine Alm oder einen Hinweis auf weitere Produkte und Angebote beinhaltet. Dann bedankt sich der Bauer für die Wahl seines Produktes und leitet zum Ende des Filmes über. Der Abspann (das Outro) zeigt die Website von „Almen aktivieren“ und liefert gegebenenfalls weitere Infos zum Weiterhandeln in Form kleiner Videotipps zu den anderen „Almen aktivieren“ Kurzfilmen, wie dies von youtube-Seiten bekannt ist.

Platzierung der Videos auf youtube

Es wird empfohlen die Videos auf der youtube-Plattform zu platzieren. Das hat den Vorteil, dass man die vorhandene Programmierumgebung nutzen kann, keine Kosten der Videoverwaltung anfallen und die Filme auf der ganzen Welt gesehen werden können. Der zusätzliche Mehrwert liegt auch in der sehr einfachen programmiertechnischen Einbindbarkeit von youtube-Videos auf jeder Art von Websites. Dabei wird mittels einer einzigen Codezeile der youtube-Player in die Seite eingebunden werden.



Abb. 95: QR Code scannen und 3 Sekunden später direkt beim Produzenten und den Tieren sein

Kurzvideos im Rahmen der Bewusstseinsbildung

Die Video-Idee soll auch in Kombination mit bewusstseinsbildenden Aktionen und naturtouristischen Angeboten zum Einsatz kommen und dabei kurz, schnell und in bewegten Bildern den Link zu Produzenten und „Projektmenschen“ herstellen. Dabei kann der Erzähler auch ein Ökologe oder Naturvermittler sein, der Besonderheiten der Alm vermittelt und den Link zu Produkten und Erzeugern herstellt. So könnte die QR-Technologie auch z.B. in Zusammenhang mit der Visitenkarten-Idee umgesetzt werden, wo auf ausgewählten Visitenkarten QR-Codes platziert werden, die direkt zu einem Kurzvideo weiterleiten.

5.6.2 Pflanzen- und Tierarten als „Produktpaten“

Die Idee, naturschutzfachlich bedeutsame Pflanzen- oder Tierarten als Symbol auf Produktetiketten zu verwenden, ist bereits bei einigen Initiativen umgesetzt. Ziel dabei ist, dem Konsumenten zu vermitteln, dass mit dem Genuss des Produktes ein Stück Landschaft mittels Beweidung erhalten wird und dies mit dem Vorkommen eines ganz bestimmten Tieres oder einer Pflanze symbolisiert wird, die unmittelbar von der Beweidung profitiert. Somit wird dem Konsumenten vermittelt, dass er mit dem Kauf des Produktes nicht nur seinem Gaumen etwas Gutes tut, sondern auch eine indirekte Naturschutzleistung erbringt.

Ein diesbezügliches Beispiel bietet etwa die Verwendung des Kaisermantels (Tagfalterart) im Naturpark Kaunergrat in Tirol. Der Falter wird als Icon bzw. Grafik auf Käseverpackungen aufgedruckt, steht für den Wert der Beweidung mit Ziegen hinsichtlich der Biodiversität und stellt den Bezug zum Produkt her. Der Kaisermantel steht dabei Pate für den Namen „Kaunergrater Ziegenkäse“.

Die Recherchen der naturbürtigen und kulturlandschaftlichen Eigenarten der Projektalmen haben gezeigt, dass jede Alm durch ein Set an speziellen Arten gekennzeichnet ist, die für genau diesen Zweck herangezogen werden könnten. Es wird empfohlen, dies im Zuge von Produktentwicklungen mit zu berücksichtigen.

5.6.3 Übersicht zur Vernetzung von Produkten und Angeboten

Die nachfolgende Tabelle bietet einen Überblick zu im Rahmen des Konzeptes bearbeiteten Produkten und Angeboten hinsichtlich ihrer Vernetzungskomponente. Dabei wird angeführt, in welcher Form und Intensität die Vernetzung erfolgt.

Angebot/Produkt	Vernetzungsgrad	Vernetzung
Geführte Wanderungen	sehr hoch	Verkostung von Produkten aus dem Rucksack des Begleiters oder bei Stationen
Almtrekking	sehr hoch	Verkostung von Produkten aus dem Rucksack des Begleiters oder bei Stationen
Auf eigene Faust	mittel	Wenn Höfe oder Gastronomiebetriebe Teil der Tourenvorschläge sind
Schule auf der Alm	sehr hoch	Verkostung von Produkten aus dem Rucksack des Begleiters oder bei Stationen, Hofbesuche
Umweltbaustellen	sehr hoch	Verkostung von Produkten aus dem Rucksack des Begleiters oder bei Stationen, Hofbesuche
Patenschaften	sehr hoch	Stärkung Bezug der Kunden zu Tieren und Almmenschen
Postkarten	sehr hoch	Stärkung des Bezuges der Kunden zu Tieren und Almmenschen
Visitenkarten Nutztierassen	mittel	Über Verlinkung mittels QR Code, Videos, Abgabe auch über Betriebe, Geschichten dazu
Bestimmungshilfe App	mittel	Über Verlinkung, Abgabe auch über Betriebe, Geschichten dazu
Saisonale Almkalender	mittel	Abgabe über Betriebe, Geschichten dazu
Internetangebot	gering	Links, Videos Produkte, Tiere und Menschen
Aufbereitung Erfahrungswissen	hoch	Über Workshops oder Wiki-Systeme
Wolle, Filz, Fell	hoch	Begleitinfos Produkte, Kontakt mit Anbieter
Filzkurse	sehr hoch	Arbeiten mit Produkt, Theorieteil, Almbesuch
Schokolade	hoch	Verlinkung Produkt und Alm/Tiere/Betriebe
3 Käse Hoch Edition	hoch	Verlinkung Produkt und Alm/Tiere/Betriebe
Würste und Trockenfleisch	hoch	Verlinkung Produkt und Alm/Tiere/Betriebe
Almkräuter und Folgeprodukte	sehr hoch	Verlinkung Produkt und Alm/Tiere/Betriebe, Almbesuche
Kochworkshops	sehr hoch	Arbeiten mit Produkt, Theorieteil, Almbesuch
Almbörse	mittel	Vermittlerbörse
Wellness	sehr hoch	Durchführung auf der Alm, Verlinkung
ARCHE Alm	sehr hoch	Aktivitäten direkt auf der Alm
Kurzvideos	sehr hoch	Vernetzungsinstrument
Pflanzen und Tiere als Produktpaten	sehr hoch	Images stellen Bezug zu Naturschutz und Almen her

Tabelle 13: Form und Intensität der Vernetzungsmöglichkeiten

5.7 AUFWÄNDE UND GROBKOSTENSCHÄTZUNG

Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über alle im Rahmen der Konzeption vorgeschlagenen Umsetzungen mit Angabe des voraussichtlichen Kostenrahmens. Dieser inkludiert Kosten der Konzeption, Planung und Produktion bzw. begleitende Aufwände. Diesbezügliche Präzisierungen sind als Anmerkungen beigefügt.

Angebot/Produkt	Bis € 5.000	Bis € 20.000	Bis € 50.000	Anmerkung
Geführte Wanderungen				Mehrere inkl. Materialien
Almtrekking				Programmentwicklung, Planung und Materialien
Auf eigene Faust				Abhängig von Ausbaugrad
Schule auf der Alm				Anknüpfung an Bestehendes
Umweltbaustellen				Anknüpfung an Bestehendes
Patenschaften				Je nach Ausrichtung und Angeboten
Postkarten				Anknüpfung an Bestehendes
Visitenkarten Nutztier-rassen				Anknüpfung an Bestehendes
Bestimmungshilfe App				ausführungsabhängig
Saisonale Almkalender				Anknüpfung an Bestehendes
Internetangebot				ausführungsabhängig
Aufbereitung Erfahrungswissen				Je nach Intensität von Workshops, Wiki-Einrichtung günstig
Wolle, Filz, Fell				ausführungsabhängig
Filzkurse				Anknüpfung an Bestehendes
Schokolade				ausführungsabhängig
3 Käse Hoch Edition				Aufwendigere Vorarbeiten nötig, Produktentwicklung
Würste und Trockenfleisch				Vorarbeiten nötig, Produktentwicklung
Almkräuter und Folgeprodukte				Planung und Angebotsentwicklung mit Partnern
Kochworkshops				Je nach Ausführungsgrad und Materialienherstellung
Almbörse				Web, Bewerbung
Wellness				Stark abhängig von Ausführung
ARCHE Alm				Planungs- und vorbereitungsintensiv
Kurzvideos				Je nach Anzahl
Pflanzen und Tiere als Produktpaten				Konzept, Planung, Grafik

Tabelle 14: Voraussichtlicher Kostenrahmen der Umsetzungsvorschläge

5.8 UMSETZUNGSVORSCHLÄGE FÜR DAS PILOTPROJEKT

Im Zuge der Überlegungen zur Auswahl von Umsetzungen für das Pilotprojekt wurden mehrere Optionen diskutiert. Ein Ansatz ging dahin, die Kurzvideo-Idee weiter auszuarbeiten, die sowohl bei Maßnahmen der Bewusstseinsbildung als auch bei der Rückverfolgung von Produkten bis hin zum Erzeuger zum Einsatz kommen kann. Weiters wurde überlegt, die Idee der mehrtägigen geführten Wanderungen bzw. des „Almtrekkings“ zu konkretisieren, oder die Käse- und Wurstproduktion am Kühkranz sowie den Ansatz eines „Almen aktivieren“ Gütesiegels zu entwickeln.

Nach eingehenden Diskussionen im Projektteam fiel die Wahl auf das „Almen aktivieren“ Gütesiegel. Diese Option wurde als die umfassendste und erfolgsversprechendste Variante für das Pilotprojekt ausgewählt und ausgearbeitet.

Die Ideen für ein „Almen aktivieren“ Gütesiegel wurden unter der Prämisse entwickelt, keine Marke im eigentlichen Sinn zu generieren und ganz bewusst keine Konkurrenz zu bestehenden Regionalmarken aufzubauen. Vielmehr gingen die Überlegungen in die Richtung, wie Produkte und bewusstseinsbildende Angebote zu Almen, die mit seltenen Nutztierassen bestoßen werden und nachweislich ökologisch in Hochform sind, ausgezeichnet werden können. Das Gütesiegel könnte in Zukunft Besuchern und Konsumenten einfach und klar Auskunft über Qualitätsmerkmale und Erhaltungsleistungen auf den Almen bieten. Jedes Produkt, vom Filzhut bis zum Lammkotelett soll einen Herkunftsnachweis bekommen, den Namen des Herstellers aufweisen und eine einfache und eindeutige Rückverfolgbarkeit bis zum Produzenten ermöglichen. Das Gütesiegel darf bei der Vermarktung von Produkten, die von der Alm stammen und bei Veranstaltungen mit Almbezug verwendet werden. Wichtige Voraussetzungen des Gütesiegels sind, dass ausschließlich seltene Nutztierassen zum Einsatz kommen und definierte Naturschutzziele erreicht werden, die für jede Alm spezifisch und gemeinsam mit den Bewirtschaftern festgelegt werden.

6 Pilotprojekt „Almen aktivieren“ Gütesiegel

6.1 AUSGANGSSITUATION, IDEE UND ZIELSETZUNG

Ausgangssituation

Im Rahmen der Werbe- und Marketingaktivitäten von Tourismus und Regionalwirtschaft wird nur zu oft das Bild einer ästhetisch hochwertigen sowie struktur- und artenreichen Alm- und Berglandwirtschaft transportiert und ein „heiles“, idealisiertes Bild der Alm- und Berglandwirtschaft vermittelt. Nachweislich landschaftsästhetisch besonders wertvolle Almen mit hohem naturschutzfachlichem Wert haben jedoch nur selten Wettbewerbsvorteile gegenüber Gebieten mit niedrigem Naturwert. Um das hohe naturschutzfachliche, naturtouristische und produktbezogene Potential von solchen Almen auch in Wert setzen zu können, sind innovative Umsetzungen und Qualitätsstandards notwendig. Die „Almen aktivieren“ Kombination von seltenen Rassen, naturschutzfachlich wertvollen Almen und den „einzigartigen“ Besitzern enthält dabei wichtige emotionale Qualitäten und trägt hohes Potenzial für eine nachhaltig funktionierende Inwertsetzung in sich.

Die seltenen Nutztierassen sind seit Jahrhunderten an die raue Bergwelt angepasst und perfekt für die extensive Beweidung geeignet. Sie sorgen für artenreiche Almen, köstliche Produkte und hohe Erlebnisqualität. Wenn diese Rassen auch nicht anders blöken, muhen und meckern als Intensivrassen, punkten sie jedenfalls mit ihrem „eigenartigen“ Aussehen, Verhalten oder Namen. So steckt z.B. in der uralten Hochgebirgsrasse der Blobe-Ziege im Wortstamm das „blob“ (=blau) ihrer wunderschönen graublauen Mantelfärbung und verleitet zum Assoziationspiel mit dem Blau der Gletscher. Die Tatsache, dass die Rassen selten sind, hat wie alles rare schon immer Faszination auf uns Menschen ausgeübt und löst eine „will haben“ Reaktion aus. Als Ergebnis jahrhundertelanger Kulturlandschaftsnutzung sind sie lebendige Botschafter jener vergangenen Tage und gelebter Traditionen, mit denen im Marketing so gerne gearbeitet wird. Die Tiere sind dabei Träger alter und neuer Geschichte(n), die in den Köpfen der Züchter und Halter zu Hause sind und von ihnen vermittelt werden können. Warum sich die Menschen, die mit seltenen Rassen arbeiten, die Tiere in den Kopf setzen ist genau so vielschichtig und individuell wie die Menschen selbst. Besonders dabei ist, dass sie alle eine starke emotionale Bindung zu den Tieren haben und leben. All diese Eigenarten von „Almen aktivieren“ führten zur Idee, die unverwechselbare Kombination mit einem Gütesiegel auszuzeichnen, um Produzenten sowie Konsumenten einen Mehrwert bieten zu können.



Abb. 96: Prächtiger Blobe-Bock mit „eigenartigem“ Erscheinungsbild und hoher emotionaler Attraktivität

Die Almen des Projektes „Almen aktivieren – neue Wege für die Vielfalt“, sowie viele weitere Almen im Alpenraum, die mit seltenen Nutztierassen bestoßen werden, zeichnen sich zusammengefasst v.a. durch folgende Eigenschaften aus:

- **Die eingesetzten seltenen Nutztierassen** sind seit Jahrhunderten für die Nutzung in schwierigem Gelände der rauen Bergwelt gezüchtet worden. Sie sind perfekt für die Beweidung von extensiven Almen geeignet und erzeugen naturschutzfachlich reichhaltige Flächen. Die seltenen Rassen sind zudem in Aussehen, Verhalten und in ihren Produkten hoch attraktiv und eigenartig im besten Sinne des Wortes.
- **Die ökologischen Ergebnisse** der angepassten, extensiven Beweidung bieten naturschutzfachliche „Almjuwelen“ mit hoher Biodiversität. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung für wertvolle landschaftsgebundene Naturvermittlungsangebote, Bewusstseinsbildung und naturtouristische Programme.
- **Die Bewirtschafter/Züchter** sind zumeist kreative und kritische Individualisten mit Herz, hoch motiviert und an neuen Ideen interessiert. Problematisch ist lediglich ihr mitunter geringes Zeitbudget und bestehende Mehrfachbelastungen.
- **Die Produkte der seltenen Rassen und Almen** sind zumeist von hoher Unverwechselbarkeit und Eigenständigkeit, von besonderer emotionaler und objektiver Qualität und gelten als echte Spezialitäten.



Gütesiegeldefinition

Als Gütesiegel, Gütezeichen oder Qualitätssiegel werden grafische oder schriftliche Produktkennzeichnungen bezeichnet, die eine Aussage über die Qualität eines Produktes machen sollen (wikipedia.de). Der Zweck dieser „Siegel“ bzw. „Zeichen“ soll sein, einerseits dem Verbraucher positive Hinweise über die Qualität oder Beschaffenheitsmerkmale eines Produktes zu liefern und andererseits den Hersteller eines Produktes als besonders vertrauenswürdigen Anbieter zu präsentieren. Dadurch werden bereits bestehende Vertrauensstrukturen und ihre innewohnende Funktion als ursprünglich-kommunikatives Gütesiegel sichergestellt, erweitert und formalisiert.

Entwicklungsprozess der Gütesiegel-Idee

Das „Almen aktivieren“ Gütesiegel wurde vom beauftragten Konsortium (LACON und ÖKL) in seinen Grundzügen im Laufe von mehreren Arbeitssitzungen, Geländebegehungen und Interviews mit Projektbeteiligten entwickelt. Darauf aufbauend erfolgte eine intensive Diskussion im gesamten Projektteam von „Almen aktivieren“ mit Weiterentwicklung der vorhandenen Ansätze.

Im Zuge von Einzelgesprächen mit Projektbetroffenen (Georg Bichler, Christine Klenovec, Pro Specie Rara) sowie Projektverantwortlichen anderer Initiativen und 2 ganztägigen Workshops mit nationalen und internationalen Experten sowie Euregio-Vertretern wurde der Ansatz kritisch auf seine Konsistenz und Durchführbarkeit hin beleuchtet, diskutiert und weiter voran getrieben. Die gegenständlichen Ausführungen spiegeln die Ergebnisse des Arbeitsprozesses wider.



Abb. 97: Erster Workshop mit Vertretern des Projektteams, der Euregio, sowie Georg Bichler, dem Bewirtschafter der Tannbergalm



Abb. 98: Teilnehmer des 2. Workshops (v.l.n.r.): Günter Jaritz, Amt der Salzburger Landesregierung, Abt. Naturschutz, Thomas Schwarz, Firma Landimpuls, Thomas Strubreiter, Obmann Arche Austria, Klaus Wanninger, Büro LACON, Barbara Steurer, Österr. Kuratorium f. Landtechnik und Landentwicklung, Anne Meyer, ALN, Susanne Aigner, Umweltbüro GmbH, Bernhard Stejskal, GF Verein Naturparke Steiermark, Philippe Amman, Pro Specie Rara

6.1.1 Idee und Zielsetzung

Das Gütesiegel soll Almen, Betriebe, Produkte und bewusstseinsbildende bzw. naturtouristische Angebote von Almen auszeichnen, die besondere Beiträge zur Biodiversität leisten. Damit soll ein Mehrwert für Bewirtschafter und Konsumenten generiert, sowie wesentliche Beiträge zur Erhaltung und Entwicklung von Almen geleistet werden, denen durch ihre naturschutzfachliche Bedeutung besonders großes öffentliches Interesse zukommt.

Das „Gütesiegel“ soll den Konsumenten einfach und klar Auskunft über Qualitätsmerkmale und Erhaltungsleistungen der Agrobiodiversität auf den Almen liefern. Die „Gütesiegel-Almbewirtschafter“ sollen vernetzt und sowohl bei der Produktentwicklung als auch der naturschutzkonformen Bewirtschaftung unterstützt werden. Das Gütesiegel soll dabei keine Konkurrenz für bestehende Marken und Initiativen sein, sondern diese im Gegensatz zusätzlich in Wert setzen. Jedes Produkt soll einen Herkunftsnachweis bekommen, den Namen des Herstellers aufweisen und somit eine einfache und eindeutige Rückverfolgbarkeit des Produktes zum Produzenten möglich machen.

6.2 ECKPFEILER DER GÜTESIEGEL-IDEE

Einsatz seltener Nutzierrassen

Ein zentraler Eckpfeiler für die Verleihung eines „Almen aktivieren“ Gütesiegels besteht in der Wahl der Tierrassen, die auf den zu aktivierenden Almen eingesetzt werden sollten bzw. müssen, um das Gütesiegel zu erhalten. Essenziell dabei ist, dass jedenfalls und in überwiegendem Ausmaß seltene Nutzierrassen zum Einsatz kommen.

Naturschutzfachlicher Mehrwert

Eine weitere zentrale Voraussetzung für den Erhalt des Gütesiegels ist, dass definierte Naturschutzziele auf der Alm erreicht werden, die für jede Alm spezifisch und gemeinsam mit den Bewirtschaftern festgelegt werden. Dabei soll auf bestehende Förderangebote in Bayern und Österreich aufgebaut werden und eine finanzielle Abgeltung der Naturschutzleistungen für die Betriebe erfolgen. Mit der naturschutzfachlichen Optimierung wird auch die Basis dafür geschaffen, den Besuchern und Konsumenten landschaftsgebundene Erholung hoher Qualität zu bieten.

Schwerpunkt auf emotionale Produktqualitäten

Neben objektiven Produktqualitäten, wie etwa dem Fettanteil oder der Farbe beim Fleisch, ist die vom Konsumenten wahrgenommene, subjektive Produktqualität kaufentscheidend. Dabei spielen Emotionen eine zentrale Rolle. Sie stehen auch hinter Konsumtrends wie dem Wunsch nach Individualität, Authentizität oder Natürlichkeit. „Emotionale Produktqualitäten“ können zum Beispiel über Geschichten, positive Assoziationen zu Erlebtem, Prestigegewinn oder dem Aufbau von Vertrauen und Sympathie generiert werden. Die Entwicklung einer starken emotionalen Bindung zwischen Anbieter und Nachfrager, wie dies bei erfolgreichen Markenartikeln wie z.B. Smartphones mit „Obst“ im Logo umgesetzt wird, ist in vielen Fällen ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg und soll einen hohen Stellenwert beim „Almen aktivieren“ Gütesiegel einnehmen. Die aktivierten Almen haben dabei den Vorteil, dass die seltenen Tierrassen, die Bewirtschafter und die ökologisch reichhaltigen Almen bereits hohe emotionale Qualitäten in sich tragen, während diese bei anderen Alminitiativen erst mühsam „konstruiert“ werden müssen.

Die Anwendungsebenen des Gütesiegels

Sowohl die Almen selbst (naturschutzfachlich), als auch die Betriebe (Produktionsrichtlinien), Produkte und bewusstseinsbildenden Angebote sind Ebenen der Zertifizierung und müssen speziellen Gütesiegelkriterien bzw. Regelungen genügen, um das Gütesiegel zu erhalten. Durch die Anwendung des Gütesiegels auf mehreren Ebenen wird den Konsumenten ein stimmiges, einzigartiges Gesamtpaket angeboten. Mit dem Gütesiegel soll ein wesentlicher Beitrag für eine Inwertsetzung der Almgebiete über die Produktebene mit Entwicklung und Vermarktung regionaler Produkte (z.B. über Slow-food) sowie über die Ebene naturtouristischer und bewusstseinsbildender Angebote erreicht werden.

Keine Konkurrenz zu bestehenden Regionalmarken

Die Ideen für ein „Almen aktivieren“ Gütesiegel wurden unter der Prämisse entwickelt, keine Marke im eigentlichen Sinn zu generieren und ganz bewusst keine Konkurrenz zu bestehenden Regionalmarken aufzubauen. Vielmehr gingen die Überlegungen in die Richtung, wie Produkte und bewusstseinsbildende Angebote zu Almen, die mit seltenen Nutzierrassen bestoßen werden und nachweislich naturschutzfachlich in Hochform sind, ausgezeichnet werden können.

Seriöse Vermittlung von „Almbildern“ und Bewirtschaftung

Naturschutzfachlich hochwertige Almen müssen nicht zwingend einem idealisierten Almbild entsprechen. Die naturschutzfachliche Bedeutung kann durchaus über kleine, schwer wahrnehmbare Ausstattungselemente wie Insektenarten bestimmt sein, ohne dass die Alm einer „Postkartenidylle“ entspricht. In diesem Zusammenhang kommt den Aktivitäten zur Bewusstseinsbildung sehr hoher Stellenwert zu. Mit zertifizierten „Almen aktivieren“ Exkursionen, Führungen und Begehungen soll den Besuchern ein tieferes, ehrliches und bewusstseinsweiterndes Angebot geboten werden. Allen Konsumenten von „Almen aktivieren“ Gütesiegelangeboten soll somit ein authentisches Bild vermittelt und keine „heile“ Welt vorgegaukelt werden. Der Konsument soll das, der jeweiligen Alm innewohnende, Erlebnispotenzial sehen und erleben können.

Qualitätsvolle Bewusstseinsbildung für Bevölkerung und Gäste

„Hautkontakt“ mit Menschen, die auf der Alm tätig sind und „Fellkontakt“ mit seltenen Nutztier-rassen ist ein wichtiger Eckpfeiler für Angebote zu Bewusstseinsbildung und Naturtourismus, die das Gütesiegel erhalten möchten. Ein diesbezügliches Angebot wird dann mit dem Gütesiegel ausgezeichnet, wenn die Besucher zumindest in einem festgelegten Zeitraum mit den Tieren in Kontakt kommen, und wenn die Möglichkeit besteht, Besitzer, Almpersonal oder Hirten zumindest an bestimmten Tagen auf der Alm und am Hof antreffen zu können. Es wird angestrebt, regelmäßige Begehungszeiten anzubieten, die jedoch betriebs- und almspezifisch gestaltet werden können.

Zusätzlich ist bei geführten oder begleiteten Touren auf eine der Almen immer vorgesehen, dass die Teilnehmer kleine Mitgebsel erhalten und mit dem Gütesiegel ausgezeichnete Produkte verkosten können.

Hochwertige Rohstoffe und Produkte

Gemäß der Schwerpunktsetzung des Gütesiegels auf emotionale Qualitätsmerkmale sollen keine Hürden in Form von seitenschweren Objektivitätskriterien für die Betriebe zu nehmen sein (bei allen Produkten die das Gütesiegel tragen möchten, müssen jedoch bestimmte Produktionsrichtlinien eingehalten werden). Vielmehr sind – wie in der Gourmetküche auch – die guten, unverfälschten Zutaten vor Beginn des Veredelungsprozesses am wichtigsten. Das sind bei den Almen die garantiert hochwertigen Lebensräume und artenreichen Weiden mit inhaltsstoffreichen Kräutern. Da geplante Gütesiegel-Produkte wie Fleisch, Wolle oder Latschenkieferöl von naturschutzfachlich zertifizierten Almen stammen, hat man als Konsument immer die Garantie unverfälschter Ausgangsprodukte. Welche Produkte mehr und welche weniger Absatz finden, darüber sollen letztlich die Konsumenten entscheiden. Aufgrund der Tatsache, dass unter dem Gütesiegel vermarktete Produkte nicht nach einheitlichen, schwer zu definierenden Qualitätsrichtlinien produziert werden müssen, wird die Vielfalt der Produkte wie gewünscht ermöglicht und ist Teil einer diesbezüglichen Vermarktungsstrategie („Vielfalt auf der Alm, Vielfalt der Produkte“).

Verlinkung von Angeboten und Produkten

Eine wesentliche Idee im Zusammenhang mit dem Gütesiegel besteht darin, Produkte und bewusstseinsbildende Angebote sowie die Betriebe untereinander bewusst stark miteinander zu verlinken. Das bedeutet zum Beispiel, dass man als Gast bei jedem geführten „Schäferstündchen“ oder jeder Veranstaltung Infos zu den Betrieben und Produkten heimtragen kann. Oder man holt sich beim Kauf eines Schaffelles oder beim Wirtshausbesuch gleich einen Geheimtipp zur Almwanderung ab. Diese Links und Querverweise sollten bei allen Angeboten fixer Bestandteil sein.

Überregionale Umsetzung

Der Gütesiegelansatz soll in seiner Umsetzung nicht auf die gegenständliche Projektregion beschränkt bleiben. Eine mittelfristige Ausweitung auf räumlich weiter gefasste Gebiete im Alpenraum bzw. auf Nachbarstaaten ist durchaus erwünscht und möglich.

Alleinstellungsmerkmal des Gütesiegels

Auf nationaler und internationaler Ebene existieren unzählige Gütesiegel und Zertifikate. Eine dem „Almen aktivieren“ Gütesiegel ähnliche Ausformung, die mit seltenen Rassen wesentliche Beiträge zur Biodiversität leistet und auf mehreren Ebenen angesiedelt ist, ist aktuell noch nicht entwickelt oder etabliert. Diesbezüglich hat das „Almen aktivieren“ Gütesiegel hohes Alleinstellungsmerkmal und kann sowohl für Produzenten als auch Kunden einen Mehrwert erzeugen.

6.3 MEHRWERT DES GÜTESIEGELS

6.3.1 Nutzen für Produzenten

Der Nutzen für die Produzenten liegt bei erfolgter Etablierung des Gütesiegels in der Unterstützung bei der Bewerbung und Vermarktung ihrer Produkte, dem dadurch bedingten gesteigerten Absatz, in der Wertschätzung und Anerkennung ihrer Tätigkeit sowie in der Vernetzung mit Gleichgesinnten und daraus neu entstehenden Ideen und Vermarktungsansätzen. Durch „Bewerbung auf Gegenseitigkeit“ soll der Nutzen für alle unter dem Gütesiegel vermarktenden Akteure optimiert werden. Vernetzende, sowie koordinierende und betreuende Aufgaben könnte und sollte dabei eine Trägerorganisation übernehmen, die hinter dem Gütesiegel steht. Damit könnten die Betriebe auch freiwillig in den Genuss von kostenlosen (Erst-)Beratungsleistungen hinsichtlich Produktentwicklung und Vermarktung kommen. Die Betriebe bekommen zusätzlich eine wenn möglich kostenlose Beratung zur naturschutzfachlichen Optimierung ihrer Almen und können über vertragliche Naturschutzmaßnahmen Abgeltungen von Bewirtschaftungsergebnissen und Mindererträgen lukrieren.

6.3.2 Nutzen für Konsumenten

Marken und Gütesiegel bauen eine emotionale Bindung zwischen Anbieter und Konsumenten auf. Dabei muss der versprochene Zusatznutzen spürbar und die Qualitätskriterien einfach und nachvollziehbar sein. Der Konsument greift erst dann wiederholt zu, wenn er Vertrauen hat, „dass drinnen ist, was drauf steht“. Mit dem Gütesiegel sollen den Konsumenten Almprodukte höchster Güte angeboten werden, die es in der Form und Kombination bisher noch nicht gibt. Mit den durch das „Almen aktivieren“ Gütesiegel ausgezeichneten Angeboten sollen dem Konsumenten neben einzigartigen Produkten zusätzlich Erlebnisse von bzw. in einer einzigartigen Landschaft geboten werden. Sie sollen besondere, unverfälschte, unverwechselbare und nachhaltig wirksame Almerlebnisse und Almprodukte erwerben und genießen können. Dabei sollen die Konsumenten „garantiert“ in engen Kontakt mit den Bewirtschaftern und den Tieren kommen können und leisten mit dem Erwerb von Produkten Beiträge zur Erhaltung der Almwirtschaft sowie von biodiversen Lebensräumen mit seltenen Tier- und Pflanzenarten.

6.4 DIE ANWENDUNGSEBENEN DES GÜTESIEGELS

Das „Almen-aktivieren“-Gütesiegel soll Betriebe bzw. Produzenten, die Almen, sowie Produkte und bewusstseinsbildende Angebote auszeichnen. Es vermittelt die besonderen Leistungen der Bauern und Erzeuger für den Erhalt von gefährdeten Nutztierassen sowie für aktive Naturschutzleistungen auf den Almen. Das Gütesiegel kann dann verliehen werden, wenn im Rahmen der Produktion auf dem Betrieb, auf der Alm selbst sowie bei Produkten und bewusstseinsbildenden Angeboten bestimmte Voraussetzungen und Regeln eingehalten werden. Diese Vorgaben sollen und müssen sowohl für die Betriebe als auch die Konsumenten verständlich und überschaubar sein. Die Kombinatorik und Zertifizierung auf mehreren Ebenen unterscheidet das „Almen aktivieren“-Gütesiegel dabei von vielen anderen bestehenden Gütesiegelansätzen.

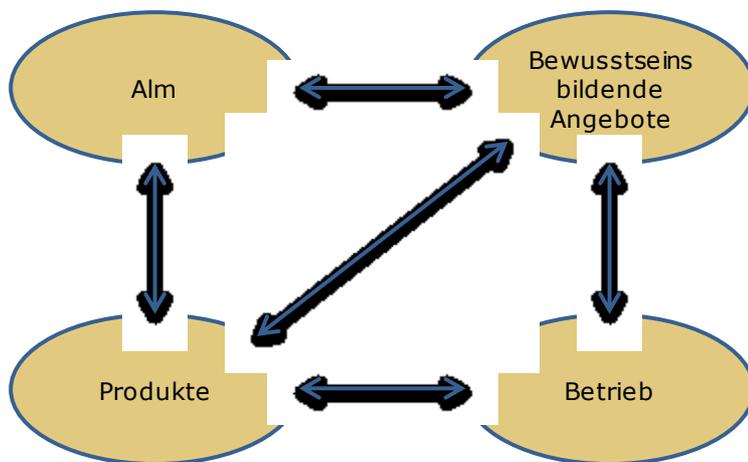


Abb. 99: Die Anwendungsebenen des Gütesiegels und ihre Vernetzung

Es bestehen verschiedene Variationsmöglichkeiten bei der Umsetzung eines „Almen aktivieren“ Gütesiegels. Die nachfolgenden Ausführungen beleuchten diese Optionen und beinhalten Empfehlungen der Autoren.

6.4.1 Zertifizierung der Almen

Eine Eckpfeiler des Gütesiegels besteht darin, dass auf allen Almen, die das „Almen aktivieren“ Gütesiegel tragen sollen, wesentliche Beiträge zur Erreichung von almbezogenen bzw. regionalen Naturschutzzielen geleistet werden. Ein umfassender Ansatz würde bedeuten, dass mit dem Gütesiegel nur jene Almen ausgezeichnet werden, die ausschließlich mit seltenen Nutztierassen bestoßen werden und die Vorgaben des Naturschutzes auf allen Teilflächen der Alm umsetzen. Eine etwas flexiblere Auslegung würde ermöglichen, dass Almen mit dem Gütesiegel ausgezeichnet werden, die (gemessen an der Anzahl der Tiere) zum Großteil von seltenen Nutztierassen bestoßen werden und die Erreichung von Naturschutzzielen lediglich auf Teilflächen erfolgt.

Naturschutzfachliche Ebene

Die umfassende „Vollversion“ kann dabei, wie am Beispiel der Maßnahme „Naturschutzplan auf der Alm“ im Bundesland Salzburg, die ganze Alm betreffen und einen vollständigen Ziel- und Maßnahmenkatalog umfassen, der zu einer Verbesserung der naturschutzfachlichen Zielerfüllung beiträgt. Wie diese Lösung ausgebildet sein kann, zeigen die folgenden Ausführungen.

Beispiel Naturschutzplan auf der Alm

Der Naturschutzplan auf der Alm ist eine besondere Form des partnerschaftlichen Vertragsnaturschutzes in Schutzgebieten. Mit dem Förderinstrument „Naturschutzplan auf der Alm“ sollen Naturschutzleistungen der Almbewirtschafter honoriert und damit die ökologische Funktionsfähigkeit von Almen verbessert werden. Der Naturschutzplan auf der Alm wurde 2004 in Salzburg entwickelt. Er wird von der Naturschutzabteilung des Amtes der Salzburger Landesregierung allen Almbewirtschaftern angeboten, deren Almflächen in einem Schutzgebiet liegen. Bei Interesse an dieser Maßnahme wird ein Bewirtschaftungsplan für die Alm („Naturschutzplan auf der Alm“) erstellt. Dazu ist eine Begehung der gesamten Alm notwendig. Bei dieser Begehung werden mit den Bewirtschaftern die naturschutzfachlichen Besonderheiten der Alm sowie Probleme bei der Bewirtschaftung besprochen. Der Almwirtschaftsexperte analysiert die Alm und verschafft sich einen Überblick über die almwirtschaftlich und ökologisch wertvollen Flächen.

Gemeinsam werden die geeigneten Maßnahmen zur Verbesserung der ökologischen Funktion der Alm festgelegt und ihre Umsetzung geplant. Wesentlich ist dabei, dass die geplanten Maßnahmen der Bewirtschaftung nicht entgegenstehen, sondern in das wirtschaftliche Gefüge der Alm eingepasst werden. Derzeit nehmen an der Maßnahme Naturschutzplan auf der Alm rund 130 Betriebe teil. Dabei kommt eine breite Palette unterschiedlicher Maßnahmen zur Anwendung.

Empfehlung

Es sollte angestrebt werden, dass die gesamte Alm mit Naturschutzziele und Maßnahmen belegt wird (in Anlehnung an Naturschutzplan auf der Alm). Dies wäre nicht zuletzt auch hinsichtlich einer klaren und einfachen Vermittlung an die Konsumenten notwendig. Die naturschutzfachliche „Latte“ sollte für die Betriebe jedoch nicht zu hoch gelegt werden. Jeder positive Beitrag zur Verbesserung der naturschutzfachlichen Zielerfüllung bedeutet bereits eine „Aktivierungsleistung“. Jedenfalls sollten die naturschutzfachlichen Vorgaben (Naturschutzziele, Maßnahmen) für die Bewirtschafter machbar und realistisch in den Betriebsalltag integriert werden können. Die Erfahrung hat gelehrt, dass es effizienter und akzeptanzfördernder sein kann, Naturschutzziele nicht zu hoch zu stecken und Anforderungen an die Betriebe leistbar und verständlich zu machen, sonst wird die Akzeptanz der Betriebe für die Projektidee sinken. Es sollten auch Betriebe am Gütesiegel teilhaben können, bei denen die Maßnahmenbereitschaft von Betrieben zur Erreichung von Entwicklungszielen nicht zu 100 % der naturschutzfachlichen Idealvorstellung entspricht, der Betrieb sich jedoch gemeinsam mit dem Naturschutz auf den „richtigen Weg“ begibt und das Entwicklungsziel klar dargelegt ist. Ein Beispiel für eine Alminitiative mit „High End“ Almbewirtschaftungsplan und naturschutzfachlicher Bearbeitung ist die Alpe Garnera in Vorarlberg. Eine Eindringtiefe der Bearbeitung inkl. Detailkartierung nach diesem Vorbild sollte jedoch keine Voraussetzung für die naturschutzfachliche Zertifizierung der „Almen aktivieren“ Flächen sein.

Jedenfalls sollten Vertragsnaturschutzmodelle umgesetzt werden, die auch eine Abgeltungs- und Beratungskomponente beinhalten. So könnten Betriebe und Almen mitmachen, die entweder einen Naturschutzplan auf der Alm, eine ähnliche Gesamtmaßnahme umsetzen oder auch an einer anderen, von der Wirkung her ähnlichen Maßnahme teilnehmen (andere Vertragsnaturschutzprogramm wie in Bayern, KULAP, etc.). Wichtige Eckpfeiler wären dabei:

- Es sollte jedenfalls gewährleistet sein, dass keine naturschutzfachlich kontraproduktiven Maßnahmen auf der Alm gesetzt werden
- Die Ziele und Maßnahmen müssen für den Betrieb umsetzbar sein und dürfen keine Überforderung bedeuten
- Die Beteiligten (Betriebsführer, Almpersonal) müssen verstanden haben, wozu welche Maßnahme dient und was damit bezweckt wird. Diese Bewusstseinsbildungsebene des Vertragsnaturschutzes ist ganz wesentlich für die Akzeptanz der Maßnahmen

- Die Abgeltungen von Ertragsentgang und Bewirtschaftungerschwernis müssen einen echten Anreiz für den Betrieb darstellen
- Flexible Maßnahmengestaltung wie sie z.B. bei erfolgsorientierten Naturschutzmaßnahmen angedacht oder umgesetzt wird, könnten auf den Almen durchaus auch akzeptanzsteigernd wirken und umgesetzt werden

Auswahl und Einsatz der Tierrassen

Die Frage des Einsatzes der Tierrassen wurde im Rahmen der Workshops und Arbeitssitzungen sehr intensiv diskutiert. Einstimmigkeit bestand in jedem Fall dahingehend, zu gewährleisten, dass die Almen mit Tierrassen beweidet werden, die an die spezifischen standörtlichen Voraussetzungen und die Vegetationsausstattung angepasst sind und keine (naturschutzfachlichen) Schäden verursachen. Eine Öffnung hin zur Auszeichnung von Almen die ausschließlich mit konventionellen Rassen bestoßen werden, aber ebenfalls naturschutzfachlichen Mehrwert erzeugen, sollte keinesfalls erfolgen. Um neben der naturschutzfachlichen Optimierung der Förderung der Agrobiodiversität zu genügen, sind die Vermittlung der Aktivierungsidee an die Konsumenten möglichst nachvollziehbar und klar zu halten und eigenständige Produktqualitäten zu erzeugen. Da viele Bauern jedoch sowohl konventionelle als auch seltene Rassen halten und auf die Alm auftreiben bzw. gerade auf seltene Rassen umsteigen, sollten solche Betriebe nicht voreilig und durch zu strenge Kriterien vom Gütesiegel ausgeschlossen werden.

Empfehlung

Wann immer möglich sollte die gesamte Alm ausschließlich mit seltenen Nutztierassen bestoßen werden. Da der Hauptzweck der Beweidung im Rahmen der Almaktivierung jedoch die Erreichung von Naturschutzziele ist, könnten nach Ansicht der Autoren auch anderen Rassen beigemischt werden, wenn sie ebenfalls und nachweislich positive Wirkungen auf die Biodiversität entfalten und an die standörtlichen Bedingungen auf der Alm angepasst sind. Jedenfalls sollten seltene Rassen in überwiegendem Ausmaß zum Einsatz kommen, um den Ansprüchen hinsichtlich Erhaltung und Förderung der Agrobiodiversität Rechnung zu tragen.

Die Grenzziehung bzw. Entscheidung, welche Rassen in welchen Stückzahlen auf der Alm akzeptiert werden, könnte im Zuge der Naturschutzberatung erfolgen bzw. von einem Gremium mittels Einzelfallentscheidung festgelegt werden. Eine Möglichkeit mit dieser Frage umzugehen wäre auch, jene Almen die ausschließlich mit seltenen Rassen bestoßen werden, den Konsumenten als „Topziele“ zu präsentieren.



Abb. 100: Alpine Steinschafe nach dem Abtrieb vom Kühkranz

6.4.2 Angebote Bewusstseinsbildung und Naturtourismus

Bei den Angeboten zur Bewusstseinsbildung und zum Naturtourismus wurde eingehend diskutiert, ob die Aktionen immer mit der aktivierten Alm in direktem Bezug stehen müssen oder nicht. Eine strengere Auslegung würde dabei vorsehen, dass Exkursionen und Veranstaltungen unter dem Gütesiegel ausschließlich auf Gütesiegel-Almen stattfinden müssen. Um sich nicht vorschnell einzuengen, könnte das Kriterium auch so formuliert werden, dass Exkursionen und Veranstaltungen unter dem Gütesiegel etwas mit der "Gütesiegel-Idee" zu tun haben müssen und diesbezügliche Inhalte den Konsumenten näher bringen. Die Konsumenten sollten jedenfalls Kontakt zu seltenen Nutztierassen und deren Haltern haben und etwas über den Naturschutzgedanken auf den Gütesiegel-Almen vermittelt bekommen. (Beispiel: "Almabtriebsfeste" im Tal sind unter diesem Gesichtspunkt durchaus als "Gütesiegel-Veranstaltung" erlaubt).

Empfehlung

Die Empfehlung geht eindeutig in Richtung der flexibleren Auslegung um auch Veranstaltungen wie Hoffeste, Events wie Schafabtriebsfeste oder ähnliche Veranstaltung unter dem Gütesiegel zu ermöglichen. Angebote zur Bewusstseinsbildung und zum Naturtourismus werden dann unter dem Gütesiegel anerkannt, wenn folgende Voraussetzungen gegeben sind:

Wenn es sich um geführte oder begleitete Angebote auf der Alm handelt, werden den Teilnehmern immer kleine Mitgebssel übergeben und die Gäste können in jedem Fall kleine Produktkostproben im Rahmen der Veranstaltung verzehren. Zusätzlich erhalten alle Teilnehmer eine Infokarte bzw. einen Projektfolder, wo die Website und weitere wesentliche Informationen aufscheinen. Im besten Fall kommen die Teilnehmer mit den „Almmenschen“ und den seltenen Rassen in Haut- und Fellkontakt. Diese für die Begegnungsqualität essenziellen Kriterien sind zumindest in festgelegten Zeiträumen zu ermöglichen, die den Konsumenten auch zugänglich gemacht werden (Website, Newsletter, etc.). Erst wenn diese Voraussetzungen gegeben sind, kann eine geführte Tour mit dem „Almen aktivieren“ Gütesiegel ausgezeichnet werden.

Auch bei Hofbesuchen und Veranstaltungen wie Almagbtriebsfesten oder ähnlichen Events wird den Besuchern garantiert, dass sie Bauern und Züchter der seltenen Rassen sowie die Tiere selbst antreffen können und Produktverkostungen ermöglicht werden (betriebsindividuelle Besuchszeiten nach Vorbild der ARCHE-Höfe). Auch die Mitgebssel sind dabei als fixe Bestandteile vorzusehen.

Wenn man sich als Besucher ohne Begleitung auf die Alm begibt, hat man die Möglichkeit, Mitgebssel an bestimmten Ausgabeorten zu erhalten und bekommt zu jeder Alm ein fixes Set an Informationen wie google maps Karte, Anfahrtswege, Schwierigkeitsgrade oder gastronomische Infrastruktur über die Gütesiegel-Webiste.

6.4.3 Produkte

Es wurde eingehend diskutiert, ob die „Ausgangsmaterialien“ aller Produkte jedenfalls von der Alm stammen müssen, bzw. die Tierindividuen auf der Alm gewesen sein müssen, oder ob auch Mischprodukte akzeptiert werden. In der strengeren Version könnten bei klassischen Produkten wie Fleisch oder Käse nur solche Produkte das Gütesiegel tragen, bei denen die Tiere aus denen die Produkte erzeugt werden, mindestens einen Sommer auf der Alm waren. Unter dem Gütesiegel "Almen aktivieren" werden somit erlaubter Weise nur Produkte von seltenen Nutztierassen vermarktet, die mindestens einen Sommer auf einer mit dem Gütesiegel ausgezeichneten Alm verbracht haben. Mischprodukte (z.B. Fleischverwendung von Tieren, die den Sommer am Heimbetrieb verbracht haben oder nicht von seltenen Nutztierassen stammen) dürften nicht unter dem Gütesiegel vermarktet werden. Bei „Nebenprodukten“ wie z.B. Kräuterkissen, Pflanzenbestandteilen oder Seifen würde dies bedeuten, dass alle Rohstoffe direkt und nachweislich von den aktivierten Almen stammen müssen.

Empfehlung

Wesentlich ist die Sicherstellung der Glaubwürdigkeit gegenüber den Konsumenten. Um glaubwürdig sicherzustellen, dass die drei Komponenten des Gütesiegels: Naturschutz - seltene Nutztiere - engagierte Menschen - im Produkt „vorhanden“ sind, wäre eine Einzelfallbeurteilung durch eine unabhängige Jury denkbar, die ihre Entscheidung nicht auf der Einhaltung von zu 100 % vordefinierten Kriterien, sondern von Fall zu Fall individuell begründet. Diese Begründung sollte für die Konsumenten zugänglich und nachvollziehbar gestaltet werden ("Dieser Betrieb ist Gütesiegelbetrieb, weil...!"). In diese Richtung geht auch die Regelung bei ProSpecieRara, die eine Meldepflicht für Produkte aus mehreren Komponenten vorsieht. „Die Herstellung oder Vermarktung von Produkten, die Inhaltsstoffe enthalten, die nicht aus Gütesiegelbetrieben stammen, ist mit ProSpecieRara abzusprechen. Die Gütesiegelrelevante Komponente eines Mischproduktes muss zu 80% aus ProSpecieRara-Gütesiegelbetrieben stammen“. Eine diesbezügliche Regelung ist auch beim „Almen aktivieren“ Gütesiegel denkbar.

Bezüglich einer möglichen Vorgabe, dass die Tiere jedenfalls auf der Alm gewesen sein müssen, könnte so vorgegangen werden, dass die Produkte nachweislich und zum überwiegenden Teil von Tieren stammen, die einen Sommer auf einer Gütesiegelalm verbracht haben. Die unabhängige Jury entscheidet, ob und wieso das Produkt das Gütesiegel verliehen bekommt. Es sollte auch darüber diskutiert werden, ob alle Produkte eines "Gütesiegel-Betriebes" unter dem

Gütesiegel vermarktet werden dürfen. Eventuell sind beide Ansätze nebeneinander denkbar, dh. auch wenn ein Betrieb kein Gütesiegel-Betrieb ist, darf er einzelne Produkte (nach Beurteilung durch die Jury) unter dem Gütesiegel vermarkten.

6.4.4 Betriebliche Ebene, Produktionsrichtlinien

Auch bei der betrieblichen Ebene des Gütesiegels gibt es mehrere Varianten der Kriteriumsausprägung. Ein strengerer Ansatz sieht vor, dass nur jenen landwirtschaftlichen Betrieben das Gütesiegel verliehen wird, die ausschließlich seltene Nutztierassen halten und diese auf Gütesiegelalmen aufzuchteten. Eine flexiblere Lösung würde ermöglichen, dass die Betriebe einen hohen Anteil an seltenen Nutztierassen halten müssen und diese überwiegend auf Gütesiegelalmen aufzuchteten. Es muss sichergestellt sein, dass sich der Betrieb – in welcher Form auch immer – für die Anliegen der "Gütesiegel- Idee" engagiert. Hinsichtlich Produktionsrichtlinien wurde diskutiert, ob eine Bio-Zertifizierung notwendig ist und welche Vorgaben z.B. hinsichtlich Tierfütterung, Haltung, Transport oder Schlachtung einzuhalten sind.

Empfehlung

Vielfalt und Variantenreichtum hinsichtlich Aussehen, Gestaltung und Geschmack der Almprodukte sind durchwegs erwünschte Kriterien des "Almen aktivieren - Gütesiegels." Die grundlegende Einhaltung aller einschlägigen Hygiene- und Tierschutzverordnungen sollte jedoch in jedem Fall gewährleistet sein. Um den Konsumenten hier absolute Sicherheit zu bieten ohne zusätzliche neue Produktions- und Qualitätsrichtlinien für das Gütesiegel definieren zu müssen, wird als Grundlage die Einhaltung der Kriterien des "AMA-Gütesiegels" (für Landwirte aus Österreich) bzw. des Qualitäts- und Herkunftssicherungssystems "Geprüfte Qualität - Bayern" (für landwirtschaftliche Betriebe aus Bayern) empfohlen. Diese Mindeststandards sind unbedingt einzuhalten. Kontrollierte Bio-Qualität wäre als Wunschkriterium zu formulieren genauso wie Vattertierzucht oder Auszeichnung eines Betriebes als ARCHE-Hof.

Das "AMA-Gütesiegel"

Das AMA-Gütesiegel in Österreich gewährleistet unabhängige Kontrollen und steht für konventionell erzeugte Lebensmittel, die überdurchschnittliche Qualitätskriterien erfüllen und deren Herkunft nachvollziehbar ist. Betriebe, die am AMA -Gütesiegel-Programm teilnehmen, müssen die Anforderungen der entsprechenden Richtlinie einhalten und werden umfassend kontrolliert.

Die drei Säulen des AMA-Gütesiegels sind:

- Hohe Qualität
- Nachvollziehbare Herkunft
- Unabhängige Kontrolle

Mit Stand 31.12.2009 nahmen 20.404 Landwirte am AMA-Gütesiegelprogramm teil.

Folgende Teilnahmebedingungen sind für Landwirte, die mit der AMA einen sogenannten "Erzeugervertrag" abschließen müssen, einzuhalten.

(Details unter www.ama-marketing.at/index.php?id=1651):

Erzeugervertrag

Die Teilnahme am Programm ist freiwillig und das Programm basiert auf objektiven Kriterien. Für die Teilnahme an den Produktionsbestimmungen ist der Abschluss eines Erzeugervertrages zwischen den Landwirten und der AMA Marketing erforderlich.

Betriebserhebung

Im Rahmen des Erzeugervertragsabschlusses ist eine Betriebserhebung durchzuführen. Die Betriebserhebung ist eine Selbstevaluierung mit dem Ziel, die Einhaltung der wichtigsten relevanten Bestimmungen bereits im Vorfeld zu überprüfen.

Teilnahme am Tiergesundheitsdienst (TGD)

Mit Abschluss des Erzeugervertrags ist die Teilnahme am TGD (oder einer vergleichbaren, von der AMA Marketing anerkannten, Organisation) zu bestätigen.

Einhaltung der rechtlichen Bestimmungen

Grundvoraussetzung für die Produktion ist die Einhaltung der rechtlichen Bestimmungen. Die Produktionsbestimmungen sind auf die gesetzlichen Bestimmungen aufgebaut. Besonders wichtige gesetzliche Bestimmungen sind in den Produktionsbestimmungen festgehalten. Sollten neue gesetzliche Bestimmungen strenger sein als die hier gemachten Vorgaben, sind die neuen gesetzlichen Bestimmungen jedenfalls einzuhalten. Werden Abweichungen festgestellt, kann die AMA Marketing Korrekturmaßnahmen bzw. Sanktionen gemäß Erzeugervertrag verhängen.

Kosten

Außer den Kosten, die durch die Teilnahme am Tiergesundheitsdienst verursacht werden, fallen für die Landwirte bei Abschluss eines AMA-Gütesiegels-Erzeugervertrags keine zusätzlichen Kosten an.

(siehe: http://www.lebensministerium.at/lebensmittel/qs-lebensmittel/lebensmittelqualitaet/ama_guetezeichen.html v. 9.6.2013)

Das bayerische Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem „Geprüfte Qualität – Bayern“

Das bayerische Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem „Geprüfte Qualität – Bayern“ steht für regionale Herkunft und stufenübergreifende Kontrollen vom Landwirt bis zur Ladentheke.

Landwirte müssen nicht nur die gute fachliche Praxis nach Fachrecht einhalten, sondern auch Vorgaben nach Geprüfte Qualität - Bayern erfüllen, die teils über den gesetzlichen Anforderungen liegen (z.B. Verbot von Klärschlamm). Jeder Landwirt wird je nach Produktbereich und je nach vorangehenden Kontrollergebnissen alle ein bis drei Jahre extern kontrolliert und zertifiziert. Die durchgängige Kontrolle der gesamten Lebensmittelkette - beginnend mit der Erzeugerstufe - ist Voraussetzung für eine transparente, stufenübergreifende Rückverfolgbarkeit der Herkunft.

Sobald ein Landwirt direkt vermarktet muss er sich als Zeichennutzer (siehe Service Zeichennutzer <http://www.gq-bayern.de/service/zeichennutzer>) zertifizieren lassen. Übernimmt ein Landwirt für andere Erzeuger oder einen Zeichennutzer Dienstleistungen in der Be- und Verarbeitung oder Abpackung, hat er ebenfalls einen Zeichennutzungsvertrag abzuschließen oder muss sich im Auftrag anderer Zeichennutzer entsprechend kontrollieren lassen.

Zeichennutzer sind alle Betriebe und Unternehmen, die das Zeichen "Geprüfte Qualität - Bayern" in eigener Verantwortung verwenden. Zeichennutzer bei "Geprüfte Qualität - Bayern" können nur Betriebe sein, die mit einem Lizenznehmer einen Zeichennutzungsvertrag abgeschlossen haben. Die Zeichennutzer achten auf die Einhaltung aller Vorschriften bezüglich Qualität und Herkunft – auch ihrer angeschlossenen Lieferanten (Erzeuger als Programmteilnehmer). Jeder Zeichennutzer wird nach den unterschiedlichen Produktbereichen und seinen Kontrollergebnissen mindestens jährlich extern kontrolliert und zertifiziert. Die durchgängige Kontrolle der gesamten Lebensmittelkette - beginnend mit der Erzeugerstufe - ist Voraussetzung für eine transparente, stufenübergreifende Rückverfolgbarkeit der Herkunft.

Teilnahme

Die Landwirte müssen einen Vertrag mit einem der Lizenznehmer (siehe www.gq-bayern.de/service/ansprechpartner) abschließen und sich verpflichten, die in den Qualitäts- und Prüfbestimmungen des entsprechenden Produktbereiches aufgeführten Bedingungen einzuhalten und den Betrieb zertifizieren zu lassen

Auflagen

Es müssen neben den gesetzlichen Vorgaben die Qualitäts- und Prüfbestimmungen des jeweiligen Produktbereiches erfüllt werden, z.B. Einsatz nur ausdrücklich zugelassener Futtermittel, Verbot der Ausbringung von gewerblichem, kommunalem und industriellem Klärschlamm, Dokumentation der betrieblichen Eigenkontrolle.

Kosten

Für den landwirtschaftlichen Erzeuger entstehen mit dem Beitritt zum Programm „Geprüfte Qualität – Bayern“ durch die Vertragsunterzeichnung je nach Produktbereich und Lizenznehmer unterschiedliche System- bzw. Lizenzgebühren, die in der Regel etwa 45 € betragen (Stand Juli 2013). Jeder landwirtschaftliche Erzeuger, der für das Programm „Geprüfte Qualität – Bayern“ Produkte liefern möchte, muss sich einer unabhängigen, externen Zertifizierung unterziehen, für die je nach Produktbereich und Zertifizierungsstelle unterschiedliche Kosten anfallen. Die Erstzertifizierung für den Produktbereich "Rinder und Rindfleisch" kostet etwa 180 €. Für weitere tierische Produktbereiche, die kombiniert zertifiziert werden können, werden geringere Zusatzkosten veranschlagt (z.B. Milch: 45 €).

Vorteile für die Landwirte

Die Bedeutung von Qualitätssicherungssystemen in der Landwirtschaft wie "Geprüfte Qualität - Bayern" wird in Zukunft weiter zunehmen und für die Landwirte ein wichtiges Kriterium für den Marktzugang und die Absatzsicherung sein. Mit der Teilnahme am Programm "Geprüfte Qualität - Bayern" kann sich der Landwirt Image- und Wettbewerbsvorteile verschaffen.

Siehe auch: <http://www.gq-bayern.de/service/landwirte-erzeuger/> v. 9.6.2013

6.5 GÜTESIEGELKRITERIEN

Für den Erhalt des Gütesiegels müssen, wie bereits formuliert, bestimmte Kriterien erfüllt sein. Die Einhaltung dieser Kriterien garantiert eine nachhaltige Erhaltung traditioneller Rassen sowie aktive Naturschutzleistungen auf den Almen. Bei der Ausrichtung der Gütesiegel-Kriterien können strengere und etwas flexiblere Auslegungen und Definitionen angewendet werden. Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die diskutierten und formulierten Varianten sowie zugehörige Empfehlungen der Autoren.

Kriterium strengere Variante	Kriterium flexiblere Variante	Empfehlung
Alm		
Die gesamte Alm ist in allen ihren Teilflächen mit naturschutzfachlichen Zielen und Maßnahmen belegt (Beratung, Vertragsnaturschutz)	Teilflächen der Alm werden gemäß Naturschutzziele bewirtschaftet	Variante 1 wird empfohlen
Die Alm wird ausschließlich mit seltenen Nutztierassen beweidet	Die Alm wird vorwiegend mit seltenen Rassen beweidet. Eine Kombination mit konventionellen Rassen ist möglich, sofern diese nur beigemischt werden, naturschutzfachlich problemlos und an die Standortbedingungen angepasst sind	Variante 2 wird empfohlen, sie entspricht in zahlreichen Fällen der Beweidungspraxis von Betrieben, die auch seltene Rassen einsetzen
Bewusstseinsbildung und Naturtourismus		
Bei begleiteten Touren und Events bekommt man als Teilnehmer immer ein Mitgebsel		Variante 1, keine Alternative zulässig
Man hat als Teilnehmer immer die Möglichkeit Produkte zu verkosten die das Gütesiegel tragen		Variante 1, keine Alternative zulässig
Man erhält eine Mindestausstattung an Informationsmaterialien		Variante 1, keine Alternative zulässig
Zumindest zu bestimmten Zeiten kommt man als Konsument in persönlichen Kontakt zu den „Almmenschen“. Dies gilt sowohl für die Alm selbst als auch für die Hofstätten		Variante 1, keine Alternative zulässig
Exkursionen und Veranstaltungen unter dem Gütesiegel müssen ausschließlich auf Gütesiegel-Almen stattfinden	Exkursionen und Veranstaltungen unter dem Gütesiegel müssen etwas mit der "Gütesiegel-Idee" zu tun haben und diese den Konsumenten näher bringen. Die Konsumenten müssen aber in jedem Fall Kontakt zu seltenen Nutztierassen und deren Halter haben und etwas über den Naturschutzgedanken auf den Gütesiegel-Almen vermittelt bekommen. (Beispiel: "Almabtriebsfeste" im Tal sind unter diesem Gesichtspunkt durchaus als "Gütesiegel-Veranstaltung" erlaubt)	Variante 2 wird empfohlen

Kriterium strengere Variante	Kriterium flexiblere Variante	Empfehlung
Produkte		
Unter dem Gütesiegel "Almen aktivieren" werden nur Produkte von seltenen Nutztierassen vermarktet, die Tiere haben mindestens einen Sommer auf einer mit dem Gütesiegel ausgezeichneten Alm verbracht. Mischprodukte (z.B. Fleischverwendung von Tieren, die den Sommer am Heimbetrieb verbracht haben oder nicht von seltenen Nutztierassen stammen) dürfen nicht unter dem Gütesiegel vermarktet werden	Das Produkt stammt auf jedem Fall zum überwiegenden Teil von Tieren, die einen Sommer auf einer Gütesiegelalm verbracht haben. Die unabhängige Jury entscheidet, ob und wieso das Produkt das Gütesiegel verliehen bekommt. Es sollte darüber diskutiert werden, ob alle Produkte eines "Gütesiegel-Betriebes" unter dem Gütesiegel vermarktet werden dürfen. Eventuell sind beide Ansätze nebeneinander denkbar, dh. auch wenn ein Betrieb kein Gütesiegel-Betrieb ist, darf er einzelne Produkte (nach Beurteilung durch die Jury) unter dem Gütesiegel vermarkten	Variante 2 wird empfohlen
Betrieb		
Der Betrieb hält zumindest die Produktionsrichtlinien in Form des AMA-Gütesiegel bzw. das bayerische Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem „Geprüfte Qualität – Bayern“ ein		Variante 1, keine Alternative zulässig
Es bekommen nur jene landwirtschaftlichen Betriebe das Gütesiegel verliehen, die ausschließlich seltene Nutztierassen halten und diese auf Gütesiegelalmen auftreiben	Die Betriebe müssen einen hohen Anteil an seltenen Nutztierassen halten und diese überwiegend auf Gütesiegelalmen auftreiben. Es muss sichergestellt sein, dass sich der Betrieb (wie auch immer) für die Anliegen der "Gütesiegel- Idee" engagiert	Variante 2 wird empfohlen
Die Einhaltung der Bundestierschutzgesetze bzw. Tierhaltungsverordnungen ist gegeben. Eine artgemäße Haltung und artspezifische Fütterung aller Tiere am Hof ist eine Grundvoraussetzung		Variante 1, keine Alternative zulässig

Tabelle 15: Strenge und flexible Variante der Gütesiegelkriterien plus Autoren-Empfehlung

6.6 WEITERE BESTIMMUNGEN

Zusätzlich zu den Kriterien sind weitere ergänzende Bestimmungen notwendig. Die nachfolgenden Vorschläge könnten z.B. in Anlehnung an die Bestimmungen des Gütesiegels von ProSpecieRara ausformuliert und angewendet werden.

Thema	Bestimmung
Auszeichnung	Das „Almen-aktivieren“ Gütesiegel ist eine Auszeichnung für Züchter, Vermarkter und Anbieter. Es zeichnet deren besondere Leistungen für den Erhalt von gefährdeten Nutztieren sowie für aktive Naturschutzleistungen auf den Almen aus
Betriebseigene Vermarktung	Das Gütesiegel stellt einen Mehrwert für den Betrieb und dessen Produkte dar. Inhaber des Gütesiegels sind berechtigt, dieses für die betriebseigene Vermarktung von „Almen-aktivieren“ Produkten einzusetzen. Sie dürfen das „Almen-aktivieren“-Logo an Verkaufständen, in Inseraten und auf Produkt-Etiketten anbringen
Deklarationspflicht	Gegenüber dem Kunden besteht Deklarationspflicht. Alle Produkte müssen mit eindeutigen Produktnamen versehen sein und es muss klar ersichtlich sein, von welcher Rasse das Produkt stammt
Mitgliedschaft in Zuchtverein	Um das Gütesiegel beantragen zu können, muss der Anmelder ordentliches Mitglied von ARCHE Austria, GEH bzw. einer verantwortlichen Organisation bzw. eines Zuchtverbandes sein
Gültigkeit	Das „Almen-aktivieren“ Gütesiegel wird für jeweils ein Kalenderjahr vergeben. Die Gültigkeit wird mittels einer jährlichen Klebe-Vignette erteilt, die auf eine Tafel aufgeklebt wird, die den Betrieben zur Verfügung gestellt wird
Meldepflicht per Jahresende	Die Gütesiegel-Inhaber melden die gütesiegelrelevanten Daten jeweils per Ende des Kalenderjahres mithilfe eines angefertigten Meldeformulars. Eingabetermin: 31. Januar

Tabelle 16: Ergänzende Bestimmungen

Wunschkriterien

Es sollte mindestens eine der gefährdeten Rassen in einem offiziellen Herdebuch geführt und als zuchtfähige Gruppe gehalten werden. Die Vatertierhaltung ist für den Erhalt einer breiten genetischen Basis wichtig und sollte evtl. mit Ausnahmen im Großtierbereich (Rind, Pferd, Esel) auch auf dem Betrieb angesiedelt sein. Für eine ansprechende Öffentlichkeitsarbeit ist ein gepflegtes Erscheinungsbild von Hof und Tieren unabdingbar. Der Hof sollte die Möglichkeit bieten, auch von größeren Gruppen besichtigt zu werden. Er muss den Standards der Unfallverhütungsvorschriften entsprechen. Es muss eine artgemäße Unterbringung der Tiere gewährleistet sein, die ihren biologischen und ethologischen Bedürfnissen (z.B. eingestreute Liegeflächen, Bewegungsfreiheit, ganzjähriger Auslauf, Weidegang/Alpung) Rechnung trägt. Da sowohl Laien wie auch Fachleute einen Hof besuchen, sollten die Tierbetreuer über ein fundiertes Fachwissen verfügen.

6.7 DIE HUNDSFUßALM ALS BEISPIEL FÜR EINE POTENZIELLE GÜTESIEGEL-ALM

Um zu überprüfen, ob die Kriterienausprägungen auch von anderen Betrieben als den „Almen aktivieren“ Bauern umgesetzt werden könnten, wurde eine Alm im Naturpark Weißbach ausgewählt und hinsichtlich der Durchführbarkeit der Kriterienanwendung gescreent. Die Hundsfußalm liegt im Naturpark Weißbach und wird im Hofverband des Maisbauern seit Jahrhunderten traditionell als Lärchweide mit Pinzgauer Rindern bewirtschaftet. Der Betrieb ist Naturpark-partnerbetrieb und wirtschaftet als Biobetrieb, nimmt an der Maßnahme „Naturschutzplan auf der Alm“ teil und bietet bei der Almausschank eine Reihe von am Hof erzeugten Produkten an.

Gütesiegel-Kriterium	Erfüllung Kriterium	Umsetzung am Betrieb
Die gesamte Alm ist naturschutzfachlich zertifiziert	ja	Betrieb nimmt an Maßnahme Naturschutzplan auf der Alm teil
Die Alm wird jedenfalls und vorwiegend mit seltenen Nutztierassen beweidet	ja	Beweidung mit Pinzgauer Rindern
Bei begleiteten Touren und Events bekommt man als Teilnehmer immer ein Mitgebsel und hat die Möglichkeit Produkte zu verkosten, die das Gütesiegel tragen	ja	Verkostung bei Almausschank, Mitgebsel vorhanden, müsste lediglich so bezeichnet werden
Zumindest zu bestimmten Zeiten kann man mit den seltenen Rassen und den „Almmenschen“ (auf der Alm) oder bei den Events in Kontakt kommen	ja	Almbäuerin und Kinder schenken selbst aus
Die Ausgangsmaterialien aller Produkte stammen von einer zertifizierten Alm oder waren im Fall tierischer Produkte auf der Alm	teilweise	Einige Produkte die auf der Alm angeboten werden erfüllen dieses Kriterium und könnten gekennzeichnet werden
Der Betrieb hält bestimmte Produktionsrichtlinien in Form des AMA-Gütesiegel bzw. das bayerische Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem „Geprüfte Qualität – Bayern“ ein	ja	Betrieb nimmt an der Maßnahme Bio teil und liegt über dem geforderten Niveau der Produktionsrichtlinien

Tabelle 17: Kriterien und ihre Erfüllbarkeit am Beispiel der Hundsfußalm



Abb. 101: Almausschank auf der Hundsfußalm

Die Verleihung eines „Almen aktivieren“ Gütesiegels wäre auf der untersuchten Hundsfußalm ohne größere Aufwände leistbar, möglich und zielführend. Dies betrifft alle Ebenen der Gütesiegelanwendung und umfasst den Betrieb selbst, die Alm hinsichtlich der Erreichung von Naturschutzzielen und Einsatz seltener Rassen, als auch die Produkt- und Angebotsebene. Wie im Umsetzungsplan zum Gütesiegel ausgeführt, werden Recherchen empfohlen, um das Potenzial von gütesiegeltauglichen Betrieben in der Euregio sowie in angrenzenden Gebieten des Alpenraumes abzuschätzen und formulieren zu können.



Abb. 102: Aktivierte Lärchweiden der Hundsfußalm

6.8 HERKUNFTSNACHWEISE UND KONTROLLE

6.8.1 Rückverfolgbarkeit und Herkunftsnachweis

Das Gütesiegel könnte in Zukunft Besuchern und Konsumenten einfach und klar Auskunft über Qualitätsmerkmale und Erhaltungsleistungen auf den Almen bieten. Jedes Produkt, vom Filzhut bis zum Lammkotelett soll einen Herkunftsnachweis bekommen, den Namen des Herstellers aufweisen und eine einfache und eindeutige Rückverfolgbarkeit bis zum Produzenten ermöglichen. Welche veredelten Produkte (unter Einhaltung von Tierschutz- und Agrarumweltvorgaben durch die Betriebe) letztendlich munden und gekauft werden, entscheiden die Konsumenten. Sie sollen bewusst aus einer bunten, veredelten Angebotspalette mit Herkunftsnachweis wählen können.

Mittels Rückverfolgbarkeit aller Produkte bis zum Produzenten soll das Vertrauen der Kunden gewonnen und erhalten werden. Dabei wird, wann immer es möglich ist, der direkte Weg zum Bauern, z.B. in Form eines Hofbesuches mit persönlichem Kennenlernen angestrebt. Denn ist der Anbieter dem Verbraucher persönlich bekannt, so erhalten dessen Produkte eine wichtige emotionale Zusatzqualität. In Ergänzung soll moderne Kommunikationstechnologie genutzt werden. Wenn man z.B. sein Kotelett auf den Teller bekommt, kann man neben dem Verzehr die Option nutzen, auf einer Begleitkarte den sogenannten QR-Code mit dem Smartphone einzuscannen. Damit kommt man zwei Sekunden später in den Genuss eines Kurzvideos in dem der Bauer sich selbst, seine Tiere und den Weg bis zum Kotelett am Teller vorstellt. Die Video-Idee soll auch in Kombination mit bewusstseinsbildenden Aktionen und naturtouristischen Angeboten zum Einsatz kommen und dabei kurz, schnell und in bewegten Bildern den Link zu Produzenten und „Projektmenschen“ herstellen.



Abb. 103: QR-Code scannen und blitzschnell ein Video des Produzenten ansehen

Die QR-Code-Technologie könnten bei allen Produkten realisiert werden und mittels Scan mit dem Smartphone direkt zu einem Video führen. Einfachere Varianten der Produktkennzeichnung sind bei vielen Anbietern realisiert, in dem die Adresse der Produzenten auf den Produkten angeführt wird. Eine aufwendigere Lösung wird beispielsweise bei der Bio-Marke „Zurück zum Ursprung“ der Firma Hofer realisiert.

Beispiel Bio-Marke „Zurück zum Ursprung“

Die Bio-Marke „Zurück zum Ursprung“ der Lebensmittelkette Hofer ist seit 2006 auf dem Markt. Entwickler der Marke ist der Bio-Pionier Werner Lampert, von dem schon die Marke „Ja! Natürlich“ (erhältlich bei Merkur und Billa) ins Leben gerufen wurde. Geworben wird mit dem Slogan "Zurück zum Ursprung ist Bio, das weiter geht!"

Nachhaltigkeit und höchste Transparenz bzw. Rückverfolgung bis zum Produzenten werden auf mehreren Ebenen gewährleistet und umgesetzt. Mit dem "Prüf nach!"-Kontrollsystem erhält der Konsument mittels eindeutigen Chargen-Code die Möglichkeit, durch Eingabe des Produktcodes auf der Homepage unter www.zurueckzumursprung.at alle Informationen zu Herkunft, Qualität und Verarbeitung des Produktes abzuholen. Die Umsetzung im Rahmen der Initiative bietet sehr gute Anknüpfungspunkte für die Gestaltung von Herkunftsnachweisen für ein „Almen aktivieren“ Gütesiegel.

Abb. 104: Nach Eingabe der Chargennummer kommt man direkt zum Produzenten (Fotos, Beschreibung, Text-Interview)

Beispiel Icebreaker Merino

Die Firma Icebreaker - Produzent von Merinowolleprodukten im Outdoorbereich - hat ein System der Rückverfolgung entwickelt, dass mit einer ähnlichen Idee der Kurzvideos von Betrieben arbeitet. Hierbei wird kein QR-Code verwendet, sondern der Kunde kann den Barcode auf der Website eingeben, der auf der Innenseite der Kleidungsstücke angebracht ist und gelangt über zwei Schritte zu Kurzvideos der Bauern, von denen die Wolle stammt.

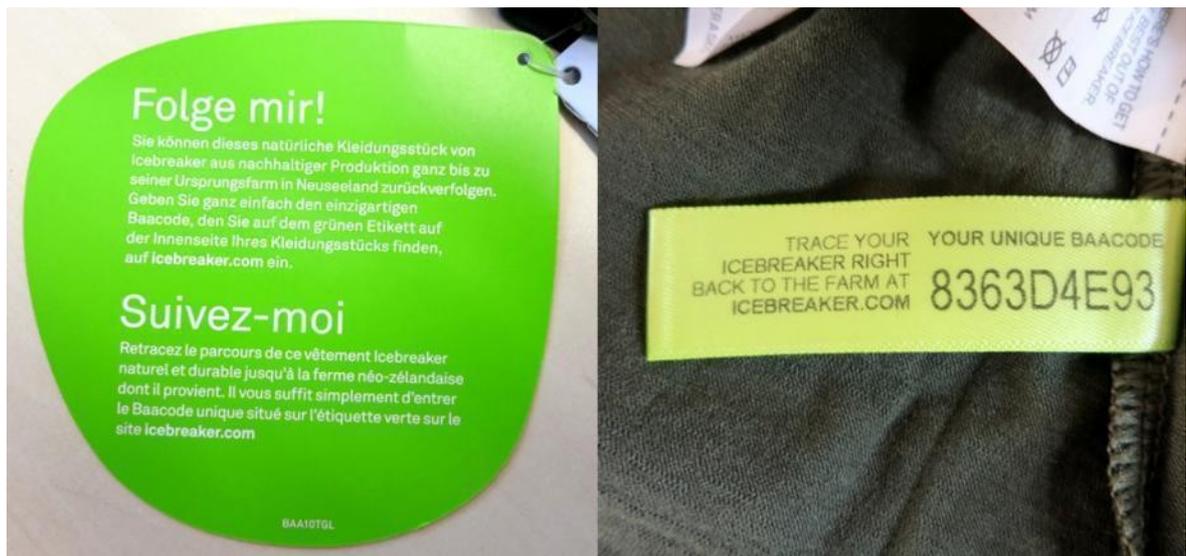
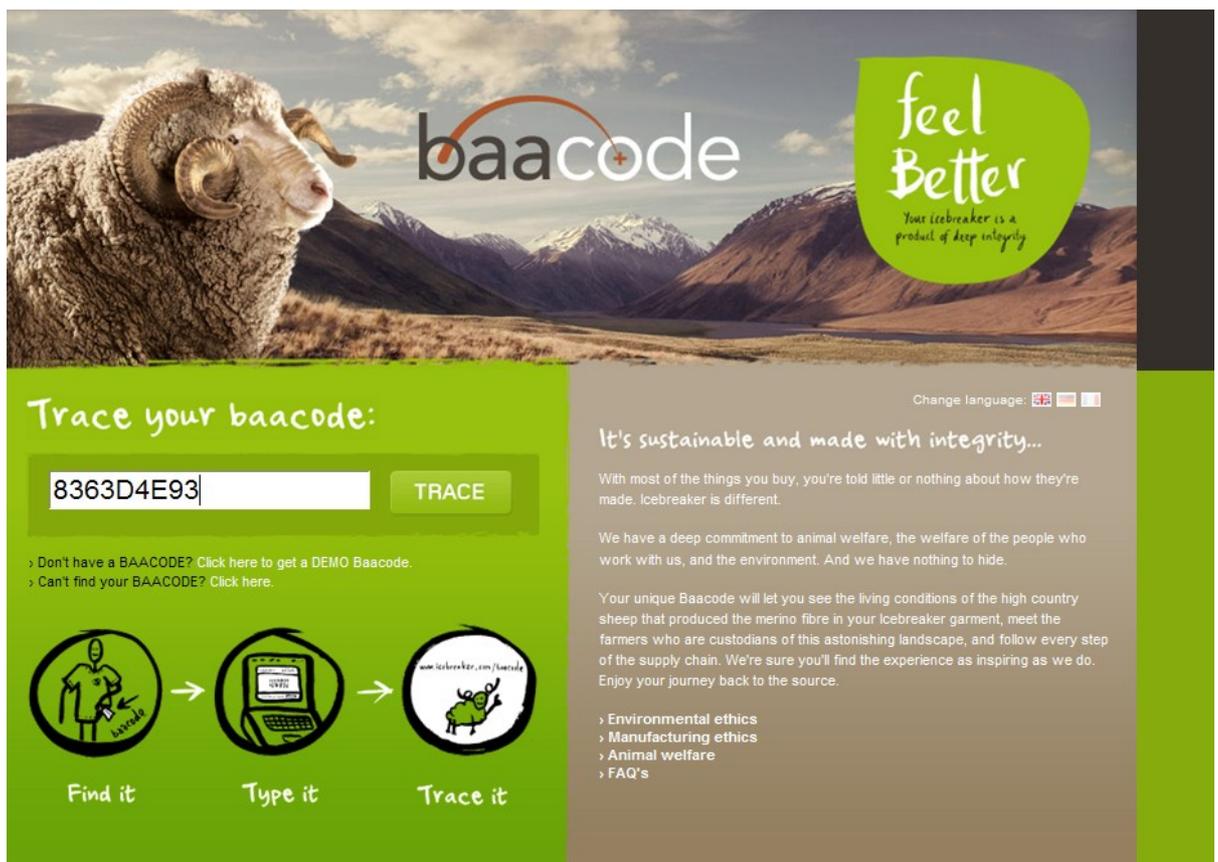


Abb. 105: Aufruf zur Eingabe des Barcodes am Etikett, Barcode auf der Innenseite der Produkte

Abb. 106: Schritt 1: Eingabe des Barcodes auf www.icebreaker.com

baacode | YOUR STATIONS LINDIS PEAKS MIDDLEHURST WALTER PEAK GLEN ORKNEY

YOUR BAACODE: 8363D4E93
> ENTER A NEW BAACODE

Lindis Peaks Station
South Island, New Zealand

welcome our place location our family explore more

Welcome

"I've been managing Lindis Peaks Station for nearly five years. I grew up in Blenheim, but I always wanted to go farming, and I first started working in 1976. I've chosen to stick with the high country and with merinos. They have a personality all of their own. They like to be out on the hill all by themselves, but they are quite intelligent; when you muster them, they do what you want them to do, as long as you have reasonable dogs." - Tom Moore

Lindis Peaks Video

← previous next →

Abb. 107: Schritt 2: Der Konsument wird nach Eingabe des Barcodes direkt auf Videos der Bauern verlinkt

6.9 POTENZIELLE TRÄGERORGANISATIONEN

Es ist jedenfalls zu klären, wer die Trägerschaft bei der weiteren Umsetzung des Gütesiegels übernimmt. Eine Trägerschaft ist zumindest in einfachem Rahmen notwendig und sollte Aufgaben im Rahmen der Koordination, als Anlaufstelle für Fragen und Anliegen der Zertifizierung der Betriebe und Almen sowie als Vernetzungsplattform für Betriebe, Vermarkter und Konsumenten inkl. Internetauftritt wahrnehmen. Wenn den Empfehlungen der Autoren zur Kriterienausformung gefolgt wird, bedeutet dies auch, dass sowohl hinsichtlich des Einsatzes von Tier-rassen als auch bei den Produkten Einzelfallentscheidungen bei der Vergabe des Gütesiegels durch eine Jury notwendig sein werden. Die Jury muss dabei nicht zur Gänze aus Vertretern der Trägerorganisation zusammengesetzt sein und kann auch Mitglieder von Landesorganisationen oder Verbänden beinhalten. Eine Leitung und Steuerung durch die Trägerorganisation wird jedoch von Nöten sein.

Für eine Trägerorganisation in Frage kämen insbesondere mit seltenen Nutztier-rassen befasste Vereine/zuständige Organisationen wie die ARCHE Austria oder der GEH in Deutschland. Längerfristig wurde von den Workshopteilnehmern die Einrichtung einer eigenen Trägerorganisation, z.B. in Form eines Vereines als sinnvoll erachtet. Die Startphase der Gütesiegelumsetzung könnte auch mittels eines eigenen Projektes umgesetzt werden, wobei die Erstbetreuung durch Mitglieder des Projektteams erfolgen kann und der Organisationsaufbau Teil der Projektarbeiten umfassen könnte.

6.10 LOGO, SLOGANS, PARTIZIPATION, WEB

Am Beispiel des „Wienerwald Weiderindes“ zeigt sich, wie wichtig Logo und Slogan für die Identifikation der Teilnehmer mit einem Gütesiegel sein kann. Richtig ins Leben gerufen wurde das "Wienerwald Weiderind" zu dem Zeitpunkt, als es Entwürfe für ein gemeinsames "Logo" gab. Durch die in der Arbeitsgruppe hervorgerufenen Diskussionen und die Einigung auf ein von allen akzeptiertes Markenzeichen entstand die Identifikation der Gruppe mit dem Projekt. Auf einmal existierte das "Wienerwald Weiderind" und sowohl die Landwirte als auch der regionale Fleischermeister und der Gastronomievertreter waren von nun an davon überzeugt, dass eine erfolgreiche Vermarktung unter diesem "Logo" möglich sein wird.



Die Wort-Bild-Marke von „Almen aktivieren“ kann durchaus als Ansatzpunkt für eine partizipative Logo- und Sloganentwicklung mit Beteiligten verwendet werden. Sie enthält einerseits eine aktive Handlungsaufforderung bzw. anders gelesen die Botschaft dass Almen aktivierende Wirkungen entfachen. Mit dem Wort „aktivieren“ liegt dazu ein Begriff vor, der auch im Wellnessbereich verwendet wird, den Zeitgeist tift und verschiedene Wortspiele und Einbettungen in Slogans ermöglicht.

Konsumentenplattform im Internet

Die Konsumenten sollten wo und wann immer sie ein zertifiziertes „Almen aktivieren“ Angebot in Anspruch nehmen, genau wissen, was sie erwartet. Das gilt für Produkte, Angebote der Bewusstseinsbildung und Naturtourismus gleichermaßen. Diesbezüglich wird angeregt, eine eigene Internetplattform einzurichten wo die Angebote, Betriebe und Almen aufgelistet, beschrieben und interaktiv erlebbar sind. Dem Medium des Kurzvideos sollte dabei hoher Stellenwert zukommen. Auf der Webplattform wäre auch eine Art Internetmarktplatz einzurichten, wie dies von Pro Specie Rara umgesetzt wird. Der Besitz des „Almen-aktivieren“ Gütesiegels könnte zum Anbieten von Waren auf dem „Almen-aktivieren“ Internetmarktplatz berechtigen. Hier könnten die Konsumenten nach Herzenslust unter den Produkten wählen.

Je nach Erfüllungsgrad der Gütesiegelkriterien könnten in Anlehnung an Bewertungsschemata mit z.B. Sternen im Internet auch verschiedene „Enzianstufen“ eingerichtet werden. Topalmen die ausschließlich mit seltenen Rassen bestoßen werden und wo man sicher in Kontakt mit den Tieren und Almmenschen kommen kann, könnten demnach z.B. die höchste Kategorie mit drei Enzianen erhalten. Eine Möglichkeit wäre es auch, Produkt- und Angebotskategorien mit verschiedenen Symbolen zu kennzeichnen.



6.11 PROBLEMSICHTEN UND LÖSUNGSANSÄTZE

Im Rahmen der Workshops wurde diskutiert, ob die Idee nicht direkt auf internationaler Ebene weiter gedacht und umgesetzt werden könnte. Es stellte sich mehrfach die Frage, ob man das Projekt groß andenken, oder zuerst pilothaft in einer bestimmten Region umsetzen und dann gegebenenfalls ausweiten soll. Die Experten sprachen sich einhellig für den Start eines Pilotprojektes in einem überschaubaren Projektraum aus. Bei einer weiteren Umsetzung des Gütesiegelidee ist die Tatsache mitzudenken, dass es bereits viele Gütesiegel gibt, die den Landwirten oft nicht den erwünschten konkreten Mehrwert bringen. Damit dieser Mehrwert entsteht, empfiehlt es sich, ein Modellprojekt zu starten, um wesentliche Machbarkeiten zu klären und die Umliegung der Idee auf weitere Regionen und Staaten effizient vorbereiten und abtesten zu können. Damit kann die Gütesiegel-Initiative Schritt für Schritt wachsen. Als erster Schritt eines Modellprojektes sollten überregionale Recherchen und Überlegungen angestellt werden. Diese sollten sich in erster Linie auf potenzielle Betriebe und Almen richten, die bereits jetzt mit seltenen Rassen bestoßen werden bzw. an Vertragsnaturschutzmaßnahmen (in Schutzgebieten) teilnehmen.

Die Landwirte müssen von der Idee profitieren und letztendlich damit verdienen. Ein Problem ist dabei sicher, dass gerade viele Landwirte, die seltene Nutztierassen halten, wenig Zeit haben, die sie dem Thema Gütesiegel und Vermarktung widmen können oder möchten. Um diesem Umstand zu begegnen ist es wesentlich, die Aufwände für die Betriebe zur Einhaltung der Kriterien so gering wie möglich zu halten. Eventuell anfallende Kosten für die Landwirte hinsichtlich Mitgliedsbeiträgen, etc. sind ebenfalls so gering wie möglich zu halten bzw. muss der Gegenwert für die Betriebe ganz klar und verständlich sein.

Die Etablierung der Gütesiegelidee ist in der Modellphase mit Kosten verbunden, die zu decken sind. Während die notwendigen Leistungen über cofinanzierte Projekte durchaus förderbar sein können, besteht bei laufenden Kosten immer das Problem der Einbringung entsprechender Geldmittel. Hierzu gibt es im Vorfeld keine Garantie, dass die Umsetzung funktioniert und eine dauerhafte Begleitung finanzierbar ist. Dieses Risiko besteht jedoch fast immer, wenn neue Initiativen ins Leben gerufen werden.

Die Frage der Trägerschaft ist unbedingt zu klären. Wichtig ist in jedem Fall, dass es eine nachhaltige lokale Betreuung bzw. eine lokale Trägerschaft gibt. Hierzu wären Organisationen, die sich der seltenen Rassen angenommen haben, wie die ARCHE Austria bzw. die GEH potenziell geeignet. Die Diskussion hat ergeben, dass ein eigener Trägerverein eine sehr gute Lösung wäre. Dieser sollte im Zuge des Modellprojektes aufgebaut werden. Wie aus vielen Initiativen bekannt, muss dazu unbedingt ein Kernpool von Personen gewonnen werden, die mit Kraft und Energie die Initiative vorantreiben und als Motoren andere potenzielle Teilnehmer motivieren und begeistern.

6.12 SCHLUSSFOLGERUNG UND EMPFEHLUNG

Das Gütesiegel soll Almen, Betriebe, Produkte und bewusstseinsbildende bzw. naturtouristische Angebote von Almen auszeichnen, die besondere Beiträge zur Biodiversität leisten. Damit soll ein Mehrwert für Bewirtschafter und Konsumenten generiert, sowie wesentliche Beiträge zur Erhaltung und Entwicklung von Almen geleistet werden, denen durch ihre naturschutzfachliche Bedeutung besonders großes öffentliches Interesse zukommt.

Das „Gütesiegel“ soll den Konsumenten einfach und klar Auskunft über Qualitätsmerkmale und Erhaltungsleistungen der Agrobiodiversität auf den Almen liefern. Die „Gütesiegel-Almbewirtschafter“ sollen vernetzt und sowohl bei der Produktentwicklung als auch der naturschutzkonformen Bewirtschaftung unterstützt werden. Das Gütesiegel soll dabei keine Konkurrenz für bestehende Marken und Initiativen sein, sondern diese im Gegensatz zusätzlich in Wert setzen. Jedes Produkt soll einen Herkunftsnachweis bekommen, den Namen des Herstellers aufweisen und so eine einfache und eindeutige Rückverfolgbarkeit zum Produzenten möglich machen.

Mit dem Gütesiegel kann ein wesentlicher Beitrag für eine Inwertsetzung der Almgebiete über die Produktebene mit Entwicklung, Vermarktung und Auszeichnung regionaler Produkte sowie über die Ebene naturtouristischer und bewusstseinsbildender Angebote geleistet werden. Sowohl für die Produzenten als auch die Konsumenten lässt sich ein nachhaltiger Mehrwert erzeugen. Die Ausweitung der Idee auf weitere Almen des Alpenraumes, die mit seltenen Nutztierassen bestoßen werden, könnte unter dem „Almen aktivieren“ Gütesiegel eine zielführende Zukunftsperspektive zur Inwertsetzung von Almen im Sinne des Projektes werden.

Die Kriterien und Vorgaben des Gütesiegels sind in einer Basisversion entwickelt, ausdiskutiert und liegen umsetzungsbereit vor. Anhand einer Modellalm, der Hundsfußalm im Naturpark Weißbach, die nicht Teil des „Almen aktivieren“ Projektes ist, konnte gezeigt werden, dass eine Anwendung der Gütesiegelkriterien ohne größere Aufwände machbar ist.

Auf nationaler und internationaler Ebene existieren zahlreiche Gütesiegel und Zertifikate. Eine dem „Almen aktivieren“ Gütesiegel ähnliche Ausformung, die mit seltenen Rassen wesentliche Beiträge zur Biodiversität leistet und auf mehreren Ebenen angesiedelt ist, ist aktuell noch nicht etabliert. Diesbezüglich hat das „Almen aktivieren“ Gütesiegel hohes Alleinstellungsmerkmal. Es wird empfohlen, die Gütesiegelidee jedenfalls weiter zu entwickeln und im Rahmen eines Modellprojektes mit einer ausgewählten Gruppe an Landwirten und Almen sowie regionalen Stakeholdern konkret umzusetzen.

6.13 UMSETZUNGSFAHRPLAN

Für die weiteren Umsetzungsschritte des „Almen aktivieren“ Gütesiegels wird folgender Fahrplan vorgeschlagen:

Zeitraum	Umsetzungsschritt	Zeitraum
Recherchen	<p>Recherche von naturschutzfachlich wertvolle Almen mit hohem Potential für eine Inwertsetzung (Verbreitung standortangepasster, gefährdeter und gealpter Nutzierrassen, potenzielle Partnerbetriebe in der Euregio-Region).</p> <p>Ergebnis wäre ein Datenpool von (potenziell) naturschutzfachlich wertvollen Almen, die sich für eine modellhafte Inwertsetzung eignen, die mit standortangepassten, seltenen Nutzierrassen bestoßen werden (Euregio-Region) und deren Bewirtschafter Interesse an eine Umsetzung zeigen.</p> <p>Zusätzlich detaillierte Informationen zur naturräumlichen Ausstattung und Potentialen der Almen sowie über deren Produkte/Produktpotential.</p>	Herbst und Winter 2013/2014
Literatur- und Datenbankauswertungen, Fragebogenaktion und Interviews	Literatur- und Datenbankauswertungen sowie Fragebogenaktion mit begleitenden Interviews zur Kontaktaufnahme (landwirtschaftliche Betriebe, Produzenten, Schlüsselpersonen der Region, Naturschutzexperten, Gastronomen). Daraus Selektion eines Personenkreises mit hohem Interesse an der Umsetzung.	Herbst und Winter 2013/2014
Workshops mit Stakeholdern und Bauern	Workshops mit Stakeholdern und Bauern in der Region und regionsübergreifend um die Akzeptanzen und Beteiligungsbereitschaften für eine Umsetzung der Gütesiegelidee im Detail festmachen zu können.	Frühjahr und Sommer 2014
Einrichtung Arbeitsgruppen	Einrichtung von Arbeitsgruppen zur Weiterentwicklung der Thematik speziell in den EuRegios mit Entwicklung eines detaillierten Konzeptes	Sommer 2014
Festlegung Modellregion	Auswahl und Abgrenzung einer klar definierten Modellregion	Sommer 2014
Teilnehmer, Start up	Bestimmung aller Teilnehmer an der zu startenden Initiative. Start up Sitzung mit Teilnehmern und Start des Modellprojektes mit einer Auftaktveranstaltung	Herbst 2014
Kriterien und Bestimmungen	Endgültige Ausarbeitung von Kriterien, Bestimmungen sowie eines Logos und begleitender erster Informationsmaterialien im Rahmen eines partizipativen Prozesses der Teilnehmer	Herbst 2014
Website	Erstellung eines Internetauftrittes	Winter 2014/2015
Trägerschaft	Klärung Trägerschaft (Verein, bestehende Organisation, etc.)	Winter 2014/2015
Zertifizierungsvorbereitung	Vorbereitung von Zertifizierungsabläufen sowie Erstellung von Druckwerken und Materialien	Winter 2014/2015

Tabelle 18: Fahrplan für weitere Umsetzungsschritte

7 Quellenverzeichnis

AIGNER, S., EGGER G. & ANGERMANN, K. (2009): Interreg IVA – Projekt „Almen aktivieren – Neue Wege für die Vielfalt“. Vorstudie Kallbrunn/Kühkranz. Projektbericht. Klagenfurt (Umweltbüro Klagenfurt), 49 S.

AIGNER, S., GRUBER, A., MERKAC, N. (2010): Interreg IVA – Projekt „Almen aktivieren – Neue Wege für die Vielfalt“. Vorstudie „Tannbergalm“. Projektbericht. Klagenfurt (Umweltbüro Klagenfurt), 50 S.

DVS (2009): Erzeugung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten, Tagung der Deutschen Vernetzungsstelle Ländliche Räume. 14./15 Juli 2009. Berlin.

JARITZ, G. & BURKART-AICHER, B. (2013): Almen aktivieren - Neue Wege für die Vielfalt. Projektergebnisse und Empfehlungen. Salzburg, Laufen, 67 p.

LAND SALZBURG (2007a): Schutzgebietsinventar. Landschaftsschutzgebiet 00061. Online unter: <http://service.salzburg.gv.at/natur/Index?cmd=detail&nokey=LSG00061> (9.2.2010).

LAND SALZBURG (2007b): Schutzgebietsinventar. Naturpark 00003. Online unter: <http://service.salzburg.gv.at/natur/Index?cmd=detail&nokey=NAP00003> (9.2.2010).

POPP J. (2010): Einstellung der KonsumentInnen und des Handels zu Regionalität und der Marke GENUSS REGION ÖSTERREICH. Universität Wien.

SUSKE W., TOMEK H., GATTERMAIER S., HUBER J., STEURER B., UNTERWEGER M., ASCHENBRENNER G., PFEFFERKORN W. (2012): EVALM – Evaluierung des Programms zur Ländlichen Entwicklung im Bereich der Almen, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien.

VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICH (2013): Naturparke und nachhaltige Regionalentwicklung. Graz (2013), 149 S.

WAIDMANN V. (2008): Regionalität als Wettbewerbsfaktor im österreichischen Lebensmittelbereich. Diplomarbeit. Universität Wien.

WANNINGER, K. (2010): Bildungsprojekt Seltene Nutzierrassen. Netzwerk Weideprojekte. Bericht. Wien, (LACON), 34 S.

WANNINGER, K. (2010): Bildungsprojekt Seltene Nutzierrassen. Netzwerk Vermarktung. Bericht. Wien, (LACON), 40 S.

WUTTEJ, D. (2010): Bewirtschaftung oder Sukzession hin zur Wildnis? – Vegetationsökologische Untersuchung und naturschutzfachliche Bewertung brachgefallener und bewirtschafteter Flächen auf der Kallbrunnalm (Salzburg) und der Roßalm (Oberbayern). Masterarbeit, Universität Wien. Fakultät für Lebenswissenschaften. 178 S.

WUTTEJ, D. (2011): Recherche Gebietsentwicklung. Bericht für das INTERREG-Projekt „Almen aktivieren – Neue Wege für die Vielfalt“ Klagenfurt, 77 S.

Bildnachweis:

Alle nicht näher bezeichneten Abbildungen stammen von den Autoren bzw. den Teammitgliedern des Projektes „Almen aktivieren“ sowie von Christine Klenovec.