

LAND & RAUM

Ideen ♦ Projekte ♦ Technik ♦ Impulse ♦ Entwicklung ♦ Zukunft für den ländlichen Raum
Vierteljährliche Zeitschrift zur Verbreitung guter Ideen im ländlichen Raum

Österreichisches Kuratorium für
Landtechnik und Landentwicklung



4/2021



Reden wir d'rüber! Landwirtschaft und Gesellschaft im Gespräch

MIT UNTERSTÜTZUNG
VON BUND UND LÄNDERN

 Bundesministerium
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus

LAND & RAUM



Titelfotos:

oben links: *Durch´s Reden kommen die Leut´ zam* (Bianca Blasl)

oben rechts: *Urlaub am Bauernhof* (Ierzerhof)

unten links: *Urlaub am Bauernhof* (Urlaub am Bauernhof Österreich)

unten rechts: *AfterWork am Bauernhof* (Reinhard Geßl)

LAND & RAUM

4 / 2021

Wien, Dezember 2021
(34. Jahrgang)

Impressum:

Herausgeber und Verleger:
Österreichisches Kuratorium für
Landtechnik und Landentwicklung
(ÖKL)

Redaktion:

Eva-Maria Munduch-Bader,
Barbara Steurer:
ÖKL, Gußhausstr. 6, A-1040 Wien,
Tel.: 01/505 18 91, Fax: DW 16
e.munduch-bader@oekl.at; www.oekl.at

Redaktionsteam:

Tatjana Fischer, Franz Greif, Karin
Heinschink, Roland Kals, Stephanie
Köttl, Hans Kordina, Brigitte Macaria,
Arthur Spiegler

Abonnement (4 Nummern):

Inland: 20,00 Euro
Ausland: 30,00 Euro
Einzelnummer: 5,00 Euro

Offenlegung nach § 25 MedG.:

Medieninhaber: Österreichisches
Kuratorium für Landtechnik und
Landentwicklung (ÖKL),
Gußhausstr. 6, A-1040 Wien

Grundlegende Richtung:

Unabhängige, vierteljährlich erschei-
nende Zeitschrift zur Verbreitung
guter Ideen im ländlichen Raum.

Namentlich gekennzeichnete Beiträ-
ge geben nicht notwendigerweise die
Meinung der Redaktion wieder.

Die Redaktion behält sich das Recht
vor, Manuskripte zu kürzen.

Inhalt

Editorial

3

Karin Heinschink

Reden wir d´rüber!

Landwirtschaft und Gesellschaft im Gespräch

AfterWork am Bauernhof

4

Kornelia Zipper

Durch´s Reden kommen die Leut´ zam

8

Bianca Blasl

Kulinarische Region Steirisches Vulkanland

10

Michael Fend

Green Care als gesellschaftspolitischer Dialog

13

Clemens Scharre

**Landwirtschaft und Gesellschaft im Dialog:
Urlaub am Bauernhof**

15

Hans Embacher

Wut, Schweiß und das Picknick im Weizenfeld

18

Thomas Weber

**„Luschnouar Spaziergä“ im westösterreichischen
Grenzland**

21

Brigitte K. Macaria

Jeder Griff ins Regal ist ein Produktionsauftrag

24

Ein Gespräch mit Hannes Royer und Maria Fanninger

Unterricht für Kopf, Herz und Hand

26

Claudia Olinowetz und Anna Schlatter

Aus dem ÖKL

Wald vereint – Waldbilder der Zukunft

28



Editorial

Liebe Leserinnen und Leser!

Diesmal beschäftigen wir uns damit, wie die Landwirtschaft und die Bevölkerung miteinander in Kontakt treten können – auf Augenhöhe, sachlich, wertschätzend und wenn möglich von Angesicht zu Angesicht.

Dieses Thema haben wir gewählt, weil in Bezug auf Lebensmittel, Landschaft und Landnutzung oft ein Informationsdefizit geortet wird. Da heißt es: Die (städtische und ländliche) Bevölkerung habe den Kontakt zu den Produzent*innen weitgehend verloren. Es fehle der Bevölkerung an Grundwissen über Lebensmittel, und zwar von der Herstellung (z.B. Stichwort Pflanzenschutz) über die Verarbeitung und Lagerung bis hin zum Verbrauch (z.B. Stichwort Mindesthaltbarkeitsdatum). Geforderte Standards würden aber mit dem Griff zum Billigprodukt nicht abgegolten.

Andererseits: Welche Informationen stehen der Bevölkerung zur Verfügung? Die oft stark romantisierten oder skandalisierenden Darstellungen scheinen kaum geeignet, um fundierte Entscheidungen zu treffen – der Großteil der vielfältigen Praxis ist im Raum zwischen den Extremen angesiedelt. Fachliteratur und Statistiken sind oft kostenlos und frei zugänglich – für „Themenneulinge“ wäre es aber ein großer Aufwand, aus der Informationsflut alles Wichtige selbst zusammenzusuchen, die Aussagekraft der Quellen zu bewerten, die Informationen zu verknüpfen und zu reflektieren. Gütesiegel sollen als Entscheidungsgrundlage dienen, doch gibt es mittlerweile so viele Gütesiegel mit unterschiedlichen Standards, dass die Lage als unübersichtlich wahrgenommen wird.

Und die Generationenfrage: Wie können Erwachsene, die sich selbst kaum mit Inhalten zu Lebensmitteln und Landnutzung in einer globalisierten Welt auseinandersetzen, diese komplexen Themen den Kindern und Jugendlichen vermitteln?

Aus mehreren Gründen ist es also gar nicht so einfach, die „richtigen“ Fragen zu stellen und die „richtigen“ Entscheidungen zu treffen. Aber viele Praktiker*innen sind gerne bereit, von ihrer Arbeit zu erzählen und umgekehrt die Sicht der Verbraucher*innen zu hören, z.B. beim Ab-Hof-Verkauf oder am Bauernmarkt. Darüber hinaus werden im Heft weitere Formate portraitiert:

Das direkte Gespräch vor Ort und das Sammeln eigener Eindrücke ist etwa bei AfterWork am Bauernhof (für Erwachsene), Schule am Bauernhof (für Kinder), Urlaub am Bauernhof (für alle) und Green Care (für bestimmte Personengruppen) möglich. Bei manchen Vor-Ort-Angeboten steht eine ganze Region im Fokus, z.B. bei der Vulkanland Route 66 mit ihren Erlebnisbetrieben oder beim Themenspaziergang in der Kulturlandschaft Auerriet im

Rahmen der Luschnouar Spaziergang.

Auf Verbraucher*innen zugeschnittene Informationen werden zunehmend auch online angeboten und sind jederzeit, von jedermann und von überall abrufbar. Die Formate sind vielfältig: Blogs, Podcasts, Videos, Infografiken, Unterrichtsmaterialien, Veranstaltungen, Berichte und Reportagen etc. Beispielhaft werden vorgestellt: BauertothePeople, melange.in.gummistiefeln, der Land schafft Leben- und der Stadt Wien Podcast.

Mit sachlichen Informationen und im Dialog können Informationsdefizite überbrückt, Missverständnisse ausgeräumt und eigene Vorstellungen geteilt werden. Das ist natürlich keine Einbahnstraße: Jede*r kann vom Gegenüber lernen und man kann gemeinsam vorankommen.

In diesem Sinne des wertschätzenden Miteinanders wünschen wir einen schönen Jahresausklang und ein gutes neues Jahr!

*Karin Heinschink
im Namen des Redaktionsteams*

Weihnachten

Es ist schon fast eine Tradition, im Editorial der Weihnachtsausgabe auf die vielen gemeinnützigen Aktivitäten und Spendenmöglichkeiten hinzuweisen.

Vielleicht finden Sie eine Aktivität, die Sie unterstützen möchten?

Wenn Sie Anregungen brauchen, schauen Sie zum Beispiel hier hinein:

www.osgs.at/organisationen-finden





AfterWork am Bauernhof

Kornelia Zipper

Let's go – auf zur Landpartie! Wir machen Ausflüge zu den Wurzeln unseres Essens und bauen Brücken zwischen Stadt und Land, zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen.



Das Verhältnis zwischen Landwirtschaft und KonsumentInnen hat sich in den vergangenen Jahrzehnten verändert. Wie sehen nun „Stadtmenschen“ die Landwirtschaft und welchen „Draht“ haben Bäuerinnen und Bauern aktuell zu den AbnehmerInnen ihrer Produkte? Im Projekt „AfterWork am Bauernhof“ wird vom ÖKL seit 2018 eine direkte Schiene zwischen Stadt und Land aufgebaut. Unkomplizierte und lustvolle Landpartien bieten allen Interessierten die Möglichkeit, direkt und authentisch am Bauernhof in den Dialog mit der Bäuerin und dem Bauern zu treten und alles Wissenswerte über Lebensmittelproduktion und Landwirtschaft zu erfahren.

Das Bild vom Bauernhof in der Öffentlichkeit

Oft werden Themen rund um die Landwirtschaft in Medien und Werbung sehr kontrovers gezeichnet: Auf der einen Seite die Idylle am Land mit der Bäuerin im Dirndl und der Heugabel auf der Wiese und dem „Heile Welt-Bauernhof“ in vielen Kinderbüchern – auf der anderen Seite Bauernhöfe als Agrarfabriken mit Massentierhaltung, Gewässer- und Umweltverschmutzung und Verursacher des Insektensterbens. Die vielen Informationsmöglichkeiten in unserer schnelllebigen Zeit und die sozialen Medien verstärken oft eine einseitige Betrachtungsweise auf beiden

Seiten. Immer mehr wissenschaftliche Arbeiten belegen bereits, dass das Verhältnis zwischen Landwirtschaft und KonsumentInnen sich in den vergangenen Jahren nachweislich zunehmend distanziert hat, obwohl, oder gerade weil, unsere Ernährung, Lebensmittelherkunft und landwirtschaftliche Produktionsmethoden Themen sind, die uns tagtäglich betreffen.

Lebensmittel: Angebots- und Informationsüberfluss

Man will nur schnell einen Liter Milch kaufen und steht dann im Supermarkt grübelnd vor dem Kühlregal mit 30 verschiedenen Milcharten von 15 verschiedenen Anbietern. Die Angaben auf den Packungen zur Herkunft und Zusammensetzung werden zwar ganz im Sinne der KonsumentInnenaufklärung vielfältiger und genauer, diese vielen Informationen bringen jedoch aufgrund einer Begriffs- und Themenüberladung teilweise sogar noch mehr Unsicherheit in die Bevölkerung. Viele grundsätzliche Fragen bleiben leider trotzdem meist unbeantwortet wie: „Was ist Heumilch eigentlich und was ist der Unterschied zwischen Heu und Silage?“ oder „Was und wer steckt hinter welchem Gütesiegel?“ oder „Welche Tierhaltungssysteme gibt es bei uns und was ist ein Tierwohlstall?“ oder „Wie schaut der Alltag einer Bäuerin und eines Bauern aus?“ und „Was ist der genaue Unterschied zwischen biologischer und konventioneller Landwirtschaft?“ usw. Zusätzlich untergraben auch Lebensmittel-Preisaktionen die Wertschätzung der KonsumentInnen gegenüber der Erzeugung



Marion Aigner-Filz vom Biohof zum Grünen Baum zeigt den TeilnehmerInnen ihre Ingwer-Pflanzen. (Foto: Reinhard Geßl)



Hautnahes Tiererlebnis am 3er-Hof und Erdäpfelernte am Kartoffelhof Schramm.

(beide Fotos: ÖKL)

von landwirtschaftlichen Produkten. Was nichts kostet ist nichts wert. Speziell bei Frischfleischaktionen, wenn z.B. Schweinsschnitzfleisch zu einem Schleuderpreis von nicht einmal drei Euro angeboten wird, geht der Bezug der Käuferin oder des Käufers zur Tierhaltung unweigerlich verloren. Diese Verkaufspreise wirken sich natürlich auch negativ auf das Einkommen der ProduzentInnen aus.

Mehr Klarheit durch Dialog direkt am Hof

Wie schaut nun die Realität in der heimischen Landwirtschaft wirklich aus und wie ticken die Menschen, die am Bauernhof arbeiten und unsere Lebensmittel produzieren? Die Lösung liegt auf der Hand – wir bringen KonsumentInnen mit Bäuerinnen und Bauern zusammen. Bei unseren interessant aufbereiteten AfterWork am Bauernhof Landpartien mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten kommen VerbraucherInnen mit LandwirtInnen in den Dialog, und so wird mehr Klarheit für beide Seiten und mehr gegenseitige Wertschätzung geschaffen. Die kurzweiligen Veranstaltungen auf verschiedenen

Bauernhöfen setzen genau dort an, wo der weite Weg der Wertschöpfungskette beginnt: bei der landwirtschaftlichen Urproduktion direkt am Bauernhof. Alle Fragen rund um die landwirtschaftliche Produktion werden direkt von der Bäuerin und dem Bauern einfach und authentisch erklärt. So kann sich jeder und jede ein eigenes Bild von der realen Landwirtschaft machen – von klein bis groß, konventionell bis biologisch, von Tierhaltung bis Acker- und Obstbau. Für alle interessierten KonsumentInnen werden Stall und Hof geöffnet und einfache, schwierige oder auch heikle Fragen unkompliziert beantwortet. Man erfährt von der Saat bis zur Ernte, vom Rohprodukt bis zur Delikatesse alles, was man schon immer über die Landwirtschaft wissen wollte.

Im Vorfeld der Veranstaltung besuche ich jeden Betrieb, um den Ablauf und die jeweiligen Vorstellungen gemeinsam mit der Betriebsleiterin oder dem Betriebsleiter zu besprechen und vorzubereiten. Die Präsentation des Hofes und der Bewirtschaftungsform soll „wertfrei“ gestaltet werden. Die LandwirtInnen werden auch gebeten, spezielle Fachausdrücke wie z.B. GVE oder

PIWI-Weine gleich zu erklären, da die TeilnehmerInnen aus anderen Berufsfeldern kommen und man landwirtschaftliches Wissen nicht voraussetzen kann.

Wie „Schule am Bauernhof“, aber nur für Erwachsene

Wenn sich nun nach einer Arbeitswoche im Büro Freitag nachmittags interessierte KonsumentInnen bei einer U-Bahnstation in Wien treffen, um in den Gemeinschaftsbus einzusteigen, kommt fast ein bisschen „Schulausflugs-Stimmung“ auf. Die Gruppe besteht aus Personen mit unterschiedlichem Background, aber alle vereint das Eine: Sie wollen mehr über die Herkunft und die Produktion unserer Lebensmittel wissen. Im Autobus stelle ich das Projekt AfterWork am Bauernhof kurz vor und stimme die TeilnehmerInnen mit Zahlen u.a. aus dem Grünen Bericht auf die österreichische Landwirtschaft ein: Wie viele land- und forstwirtschaftliche Betriebe gibt es eigentlich in ganz Österreich? Wieso schließen täglich sieben Bauernhöfe ihre Tore und Stallungen für immer? Was ist der Unterschied zwischen Voll- und



Kornelia Zipper (ÖKL) und Doris Gschladt auf der Gänseweide. Doris ist Obfrau des Vereins Weinviertler Weidegänse und Gänsebäuerin.

(Foto: Reinhard Geßl)

Nebenerwerb? Passend zu den jeweiligen Themen der Landpartie wie z.B. „Gänseschnattern & Herbstgemüse“ bekommen die TeilnehmerInnen auch Grundinfos zur Gänsehaltung in Österreich im Vergleich zur Intensivhaltung in Nachbarstaaten, Selbstversorgungsgrad (bei Gänsen nur 28 %), Pro-Kopf-Verbrauch etc. Die Gruppe gewinnt so einen ersten Einblick in die Thematik. Am Bauernhof angekommen werden wir herzlich von der Bäuerin oder dem Bauern empfangen und die Hof- und Stalltüren sind für uns offen. Es ist sehr interessant, die unterschiedlichen Lebensgeschichten der LandwirtInnen und die verschiedenen Historien der Bauernhöfe zu erfahren: Warum wurde der Betrieb übernommen? Gab es eine Umstellung in der Bewirtschaftungsweise? Wie kommt man auf die Idee, eine neue Kultur wie z. B. Reis in Österreich anzubauen? Mit welchen Herausforderungen muss man jeden Tag am Hof zurechtkommen? Den TeilnehmerInnen wird schnell klar, dass kein Bauernhof wie der andere ist, und dass Landwirtschaft in Österreich sehr vielfältig betrieben

wird. Der Beruf der LandwirtIn ist oft mehr als nur ein Job, sondern Berufung und erfordert viel Fachwissen, Einsatzbereitschaft und Liebe.

AfterWork am Bauernhof wirkt

Das große Engagement der Bäuerinnen und Bauern, die wir bei unseren AfterWork am Bauernhof Landpartien bislang besucht haben, ist für die TeilnehmerInnen sehr beeindruckend, wie man den Rückmeldebögen entnehmen kann. Viele beantworten die Frage „Hat sich Ihre Einstellung zur Landwirtschaft durch AfterWork am Bauernhof verändert“ mit JA, die Wertschätzung gegenüber der österreichischen Landwirtschaft wurde gesteigert.

Die Gruppe soll nicht größer als 25 Personen sein, damit auch alle TeilnehmerInnen die Möglichkeit haben, ihre Fragen zu stellen und in den Dialog zu treten.

Kritische Themen zur Tierhaltung oder zu Pflanzenschutzmitteln werden genauso diskutiert wie einfache Fragen. Die Gespräche verlaufen auf Augenhöhe und mit gegensei-

AfterWork am Bauernhof – ein paar Zahlen:

Seit Herbst 2018 fanden in Wien und Umgebung

- 38 AfterWork am Bauernhof Veranstaltungen
- mit 89 Betriebsbesuchen und
- ca. 750 TeilnehmerInnen statt.

Außerdem drei AfterWork-Veranstaltungen in Kärnten und Salzburg.

Teil des „Bildungsclusters“, Kooperationsprojekt, teilgefördert von EU, Bund und Ländern

Leitung im ÖKL: Kornelia Zipper

tigem Respekt. Nach dem fachlichen Teil gibt es immer eine Verkostung hofeigener Produkte und meist auch eine Einkaufsmöglichkeit am Hof.

Je nach Konzept besuchen wir zwischen einem und drei Betrieben. Die zufriedenen TeilnehmerInnen nehmen zum Schluss neues Wissen, schöne Eindrücke und gute Produkte direkt vom Bauernhof mit nach Hause. Laut den Rückmeldungen der TeilnehmerInnen regt dieses neu gewonnene Wissen um landwirtschaftliche Abläufe stark an, über weitere Produktionsmethoden nachzudenken. Viele buchen eine neue AfterWork am Bauernhof Landpartie und einige sind schon Stammgäste geworden. Ganz besonders freut uns, dass die begeisterten TeilnehmerInnen immer wieder auch ihre Freundinnen und Freunde mitbringen. Durch diese Mundpropaganda kann AfterWork am Bauernhof in die Breite gehen.

Auch die Bäuerinnen und Bauern sind begeistert vom Projekt. Sie freuen sich über das ehrliche Interesse der KonsumentInnen an ihrer

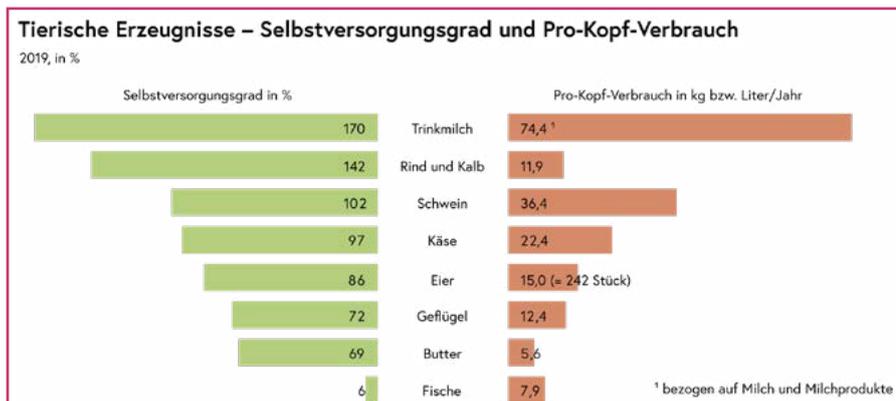
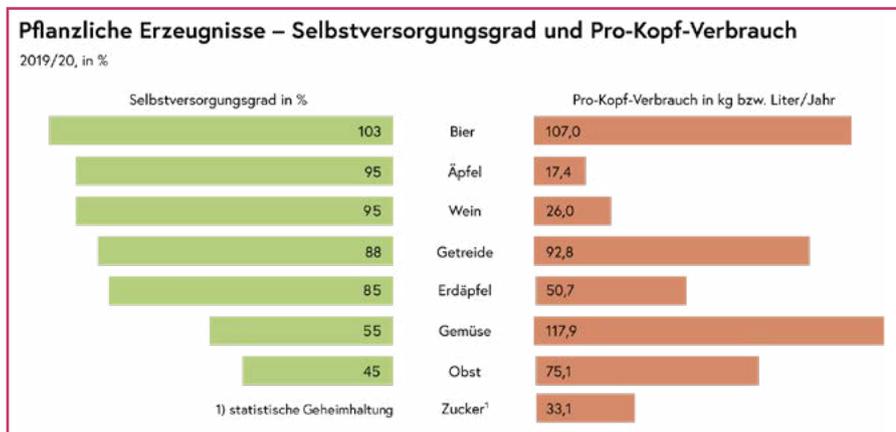


Mensch und Tier nähern sich einander an – am Weinkirnhof.
(Foto: Reinhard Geßl)

Arbeit. Mit Engagement zeigen sie ihre Höfe mit allen schönen Seiten und allen Herausforderungen. Durch den direkten Kontakt und die fruchtbaren Diskussionen werden gegenseitiges Vertrauen und neue Beziehungen aufgebaut. AfterWork am Bauernhof kann somit etwas beitragen, um die heimische Landwirtschaft zu fördern.

AfterWork am Bauernhof bald in 7 Bundesländern

AfterWork am Bauernhof[®] ist im sogenannten „Bildungscluster“ angesiedelt und ein Kooperationsprojekt, welches von EU, Bund und Ländern teilgefördert wird. Im Projekt hat das ÖKL den Lead und arbeitet mit den Ländlichen Fortbildungsinstituten in den Bundesländern, dem Forschungsinstitut für Biologische Landwirtschaft sowie der ARGE Bäuerinnen zusammen. In Kärnten und in Salzburg wurden bereits die ersten AfterWork am Bauernhof Veranstaltungen erfolgreich durchgeführt – und im nächsten Jahr folgen die Bundesländer Oberösterreich, Niederösterreich, Steiermark und Tirol.



(Quelle: Versorgungsbilanzen Statistik Austria, BMLRT, entnommen dem Grünen Bericht 2021)

Daten aus dem Grünen Bericht 2021

156.000 land- und forstwirtschaftliche Betriebe in Österreich – ca. 650 davon in Wien (Gärtnereien, Wein- und Ackerbau)

ca. 1/3 Voll- und ca. 2/3 Nebenerwerb

ca. 25 % Bio und ca. 75 % Konventionell

DI Dipl.-Päd. Kornelia Zipper
Projektleitung AfterWork am Bauernhof im ÖKL
Gusshausstraße 6, 1040 Wien
01/5051891-14
kornelia.zipper@oekl.at
www.afterwork-am-bauernhof.at
www.oekl.at



Durch's Reden kommen die Leut' zam

Bianca Blasl vulgo melange.in.gummitstiefeln

Weil wir G'spür und Kontakt zueinander verloren haben, wollen wir die Leut' wieder zam bringen. Weil wir Essen lieben, ist das unser (Lebens)Mittel zum Zweck, um das zu tun. Wir wollen wissen, wer unser Essen macht und wo es herkommt.

Wir nehmen euch mit hinter die Ku(h)lissen ... drum gibt's den Blog von melange.in.gummistiefeln und die Plattform BauertothePeople. Inklusive Podcast, Youtubekanal, Reportagen und vielem mehr. Die meisten Menschen stehen vor dem Supermarktregal und assoziieren das Schnitzel nicht mit dem Schwein, die Tomate nicht mit dem Boden, den Käse nicht mit der Kuh. Schon gar nicht wissen wir, wie das Schwein gelebt oder was die Kuh gefressen hat. Das liegt nicht daran, dass wir so deppert sind. Wir haben schlicht das Gespür und den Kontakt zueinander verloren. Wir alle. Rund ums Essen wird diese Entfremdung besonders deutlich: Früher haben wir vielleicht noch beim Fleischer über das Schnitzel gesprochen, das einmal ein Schwein war, und wie man es zubereitet. Mit dem Bauern, bei dem es gelebt hat. Heute ist der Weg vom Feld bis auf den Teller weit und komplex geworden. Uns sind die Berührungs-

punkte abhanden gekommen. Wir reden nicht mehr miteinander. Das wollen wir ändern.

Wir nehmen euch mit zu den Menschen, die unser Essen machen. Wir reden mit allen: Von der Bäuerin über die Lebensmittelproduzenten bis hin zu Händlern und den Wirten, den Wissenschaftlerinnen und Konsumenten. Denn wenn wir etwas ändern wollen, dann brauchen wir wieder ein Gespür und Kontakt zueinander. Dafür braucht's uns alle. Also kommt mit auf die Reise hinter die Ku(h)lissen von Essen, Menschen und Landwirtschaft. Und vor allem: Redet mit! Weil durch's Reden kommen die Leut' zam.

Ahaa! – Oag! Das Schnitzel war mal ein Schwein?

So weit ist es zum Glück nicht. Doch um Ahaa!-Momente geht es ganz stark bei uns. Durch's Reden, den Dialog mit den Akteuren im Lebensmittelbereich wollen wir

Ahaa!-Momente auslösen: Ahaa! – Eine Kuh muss trächtig sein, damit sie Milch gibt. Eine Bäuerin bekommt Förderungen, damit wir günstige Lebensmittel haben. Ein Schwein muss zum Schlachthof transportiert werden, damit wir ein Schnitzel essen können. Eine Wirtin muss knallhart kalkulieren, damit ihr etwas übrig bleibt. Ein Supermarkt ist ein Händler, der verkaufen will. Und am Ende des Tages sind wir alle nur Leut'.

So wollen wir Wissen in Bewusstsein wandeln und wieder Verbindungen herstellen. Deshalb haben wir 2020 gestartet. Es gibt momentan sehr viel Skandal oder Kitsch – schwarz und weiß. Die vielen Schattierungen dazwischen werden gerne übersehen, sind oft nicht so reichweitentauglich. Durch den Dialog „dazwischen“ können aber neue Verbindungen und Sichtweisen und so ein Verständnis füreinander entstehen. Durch neue und unterschiedliche Perspektiven kommt man unweigerlich ins Nachdenken. Und wenn es dort oder da Ahaa! vulgo Klick macht, dann verändert sich auch unser Handeln. Wohin wissen wir nicht, das ist bei jedem Menschen anders. Wovon wir jedoch überzeugt sind: Mit vernünftigen Informationen können wir auch vernünftige Entscheidungen treffen. Wir konsumieren und urteilen vielleicht wieder bewusster. Unsere Blasen verbinden sich, Vorurteile werden abgebaut. So kommen wir im besten Fall zu gemeinsamen Lösungen.

(Lebens)Mittel zum Zweck

Es könnte jedes Thema sein, um uns als Gesellschaft wieder näher zusammen zu bringen – wieder miteinander zu reden. Doch wir beide lieben nun mal Essen. Abgesehen davon: Essen muss jeder. Allein das verbindet uns alle.

Gerade in der Landwirtschaft haben wir vergessen, unsere Geschichten



Mit Bianca Blasl (re) und Willy Geiger (li) kommen die Leut' zam.



Vom Schwein im Stall über das Schlachten, Verarbeiten und Verkaufen bis auf den Teller (alle Fotos: B. Blasl)

zu erzählen. Miteinander zu reden. Kommunikation funktioniert nur im Dialog. Wir können idyllische Bilder von unserer Landwirtschaft in den sozialen Medien posten. G'schicht-In drucken über effiziente Produktion, die die Welt ernährt. Wir können jedem Wort einen schönen Rahmen geben: „Ferkelschutzkorb“ klingt doch nett, oder? Wir können unsere Stalltüren zusperren, aus Angst. Wir können auf die bösen Medien und generell übereinander schimpfen, uns verteidigen. All das ist defensiv. So kann Dialog und Kommunikation auf Dauer nicht funktionieren.

Da dürfen wir uns nicht wundern, wenn die Menschen aufschreien, wenn sie Landwirtschaft plötzlich so sehen, wie sie wirklich ist. Wenn es einen Skandal gibt, z.B. wenn Bilder von Vollspaltenböden an die Öffentlichkeit kommen. Es gibt Dinge, die werden von der Gesellschaft nicht mehr akzeptiert, wie z.B. Vollspaltenböden. Das hat viele Gründe. Unterm Strich lässt sich dieses Problem nur mit ehrlicher Kommunikation lösen. Im Dialog. Indem wir darüber sprechen, warum die Dinge sind, wie sie sind. Auch anerkennen, dass nicht immer alles leiwand ist. Gemeinsame Werte finden und an Lösungen arbeiten. Wieder Verbindungen zueinander schaffen. Weg von Schwarz und Weiß. Weg von „die Konsumenten“ und „wir Bauern“. Die Lebensmittelwertschöpfungskette sind wir alle: Von der Bäuerin und dem Bauern über die Verarbeitung, die Politik, die Gastro,

die KonsumentInnen und alles dazwischen. Wir alle sind gefordert, in Dialog zu treten!

Das BauertothePeople Team

Apropos Leute: Wir wären nicht wir, wenn wir nicht die wären, die wir sind.

Der Salzburger Willy Geiger ist eigentlich gelernter Koch und Sozio-ökonom. Sein halbes Leben hat er im Lebensmittelbereich verbracht, die andere Hälfte beim Essen. Und dann bemerkt: Er hat trotzdem keine Ahnung, woher unser Essen kommt und vor allem nicht von den Menschen, die es machen. So ist die Idee zu BauertothePeople entstanden: Eine Plattform, wo wir wieder miteinander reden. Über Essen, über die Lebensmittelproduktion, über Landwirtschaft und die vielen Menschen und deren unterschiedlichen Perspektiven. Sein Motto: Durch's Reden kommen die Leut' zam. Heimliches Motto: Wenn es dabei was zum Essen und Trinken gibt, kommen wir noch viel zammer.

Die Wienerin Bianca Blasl hat aus Liebe zum Essen Landwirtschaft studiert. Von Gastronomie über PR, Kommunikation und Journalismus hat sie schon viel erlebt. Seit zwei Jahren zieht sie mit ihrem Feuerwehrauto namens „Roter Blitz“ von Bauernhof zu Bauernhof.

Als „melange.in.gummistiefeln“ nimmt sie uns in ihrem Blog mit auf diese Reise. Mit Schmah und gutem

Essen will sie eine Brücke bauen zwischen uns und unserem Essen. Ihr Motto: Für leiwandes Essen braucht es leiwande Landwirtschaft.

Mitreden

Um wirklich gemeinsam Lösungen zu finden, braucht es uns alle. Momentan findet der Dialog in unserem Podcast und unseren Social Media Accounts statt. Mit BauertothePeople haben wir eine Plattform geschaffen, um aktiv miteinander zu diskutieren und zum Reden zam zu kommen.

Ihr wollt Reinhören und mitreden? Ihr wollt ein Teil sein auf diesem Weg? Uns vielleicht unterstützen? Das geht alles auf unserer Website und unseren Social Media Kanälen oder ihr schreibt uns direkt!

Ihr findet uns unter www.BauertothePeople.at

Unsere Geschichte und unsere Reise gibt's bald in Buchform. „BauertothePeople – Hinter den Ku(h)lissen von Essen, Menschen und Landwirtschaft“ ab April 2022 im Braumüller Verlag.

Bianca Blasl

Kommunikation / Journalismus

#leiwandelandwirtschaft

+43 676 343 72 11

bianca@melangeingummistiefeln.at

www.melangeingummistiefeln.at

Kulinarische Region Steirisches Vulkanland

Michael F e n d

Der Wandel von der Grenzregion zum Steirisches Vulkanland.

Noch in den 1990er Jahren war das Steirische Vulkanland eine Grenzregion, der kaum Zukunftschancen zugestanden wurden. „Die südlichen Grenzregionen der Süd- und Oststeiermark zählten zu den besonders schwach entwickelten, stark agrarisch geprägten Gebieten mit besonderer Randlagenproblematik“, hieß es in offiziellen Strategiepapieren. Eine Zuschreibung, die kaum Spielraum für Entwicklung lässt. Und doch gab es Menschen, die ihren Lebensraum schätzten und nicht akzeptieren wollten, dass das alles nichts ist. Dass ihr Haus, ihre Felder, ihre Flur – das von ihnen bebaute und gestaltete Land – keinen Wert haben soll. Der Wert dieses landschaftlich schönen Landstrichs, mit fruchtbaren Äckern und fleißigen Menschen, wurde offenbar nicht erkannt.

Es brauchte eine In-Wert-Setzung.

Ing. Josef Ober, der damals junge Bürgermeister der kleinen Gemeinde Auersbach, wollte diese Inwertsetzung in Angriff nehmen. Gemeinsam mit aktiven BürgerInnen und BürgermeisterkollegInnen aus der Umgebung begann er unter dem Motto „Was hier wächst, hat Wert“ einen Prozess der In-Wert-Setzung. Es ging darum, die Entwertung nicht einfach hinzunehmen, sondern die Stärken und Besonderheiten hervorzuheben und sichtbar zu machen. Wenn die offizielle Statistik sagte, dass der landwirtschaftliche Sektor für eine „gute wirtschaftliche Entwicklung“ zu groß sei, dann mussten Wege gefunden werden, sich die starke landwirtschaftliche Prägung zu Nutzen zu machen. „Aus Problemen sollen Chancen werden“, war eine seiner Ideen.

Für die gemeinsame Suche nach Lösungen wurde ein Dialog mit den Menschen der Region gestartet: Bürgerinnen und Bürger wurden zu Zukunftswerkstätten eingeladen, um die unterschiedlichen Akteure der Region zusammenzubringen, gemeinsam Ideen zu entwickeln und deren Umsetzung zu begleiten. In den Zukunftswerkstätten zu acht unterschiedlichen Themenschwerpunkten, wie z.B. „Kulturlandschaft“, „Innovative Angebotsentwicklung“ oder „Innovative Produktentwicklung“ wurden themenspezifische Netzwerke zwischen LandwirtInnen, UnternehmerInnen, PolitikerInnen, und weiteren VertreterInnen der Zivilgesellschaft geschaffen, die gemeinsam an neuen Wegen für die Region arbeiteten.

Ein weiterer Weg war die konsequente Stärkung der Eigenversorgung. Das hieß, dass zunächst die landwirtschaftlichen Produkte in der Region selbst gekauft werden mussten. Denn wie sollte man Kundinnen und Kunden erklären, dass sie hier, in der Region kaufen sollten, wenn die eigenen Leute selbst zum Billigsten aus Irgendwo griffen? Es wurde begonnen, auf den regionalen Veranstaltungen regionale Produkte anzubieten. Auch wenn die Gewinnspanne bei Waren vom Diskonter größer war, konnten sich auf regionalen Festen zunehmend regionale Produkte etablieren, bis einige Veranstaltungen auf 100% regional umgestellt waren. Es wurde kein Cola und kein Fanta mehr ausgeschenkt und kein Billigschnitzel mehr verkauft. Auf diesen regionalen Festen konnte vorgezeigt und vorgelebt werden, dass regionaler Konsum nicht Verzicht, sondern Mehrwert bedeutet. Für die Gäste und Kunden, für die Landwirte und für die Region.

Stärken sichtbar machen

Durch die Jahre konsequenter Weiterentwicklung entstand so



Die Landschaft des südöstlichen Flach- und Hügellandes mit ihren vulkanischen Restbergen ist einzigartig. (Foto: Vulkanland/Bergmann)



Links: Die Berghofer Mühle ist eine von 60 Erlebnismanufakturen an der Vulkanland Route 66, die bei Führungen Einblick in ihren Betrieb gewähren. Rechts: Die Kulinarik ist eine wichtige Botschafterin im Vulkanland.

(Foto links: Vulkanland/Broboters, rechts: Vulkanland/Bergmann)

ein neuer wirtschaftlicher Schwerpunkt der Region: Aus der Schwäche eines „zu großen landwirtschaftlichen Sektors“ wurde das Stärkefeld Kulinarik. Die Region konnte die fruchtbareren Böden, das günstigere Klima, die kleingliedrige landwirtschaftliche Betriebsstruktur sowie die große Vielfalt an landwirtschaftlichen Produkten als ihre Stärke sichtbar machen. Die enorm breite Palette an regional hergestellten Spezialitäten von höchster Qualität und ihre HerstellerInnen sind die Botschafter der kulinarischen Region Steirisches Vulkanland.

Natürlich hatte diese Entwicklung gerade zu Beginn nicht nur Freunde. Vielerorts wurde nicht verstanden, was es denn nutzen sollte, sich angesichts des umfassenden „Bauernsterbens“ mit landwirtschaftlicher Produktion auseinanderzusetzen. Auch unter den Bäuerinnen und Bauern selbst waren nicht alle leicht zu überzeugen, dass es auch von ihrem eigenen Kaufverhalten abhängen würde, ob sie eine Zukunft hätten – oder eben nicht. Schlussendlich war es die Beharrlichkeit, den Prozess der Inwertsetzung konsequent und langfristig umzusetzen, die zum Erfolg führte. Nach einigen

Jahren wurden immer mehr Erfolgsbeispiele sichtbar – und sichtbar gemacht – die wiederum andere animierten und inspirierten, bis die Inwertsetzung zur neuen regionalen Identität wurde.

Eine Entwicklung auf beiden Seiten

Der Markt für die vielen neuen Produkte war immer in erster Linie die Region selbst. Während ein paar herausragende Produkte auch weit über die Grenzen hinaus bekannt sind und verkauft werden, wird der überwiegende Großteil der kulinarischen Spezialitäten in der Region verkauft, an Einheimische sowie an Gäste. Dabei war es nie nur eine Entwicklung auf der Seite der ProduzentInnen, sondern immer auch eine Entwicklung auf der Seite der KundInnen. Beide Seiten des Marktes haben sich quasi gegenseitig angenähert: Während die Produzenten durch höhere Veredelung ihre Produkte weiter verbessert haben, hat die Regionalentwicklung auf der Seite der Konsumenten das Bewusstsein für regionale Produkte gestärkt. Die Herkunft von Produkten wurde zum Thema, Regionalität wurde „in“. Vielerorts gehört

es bereits zum guten Ton, die Produzenten seiner Speisen und Getränke persönlich zu kennen – nicht nur beim Wein, sondern auch beim Fleisch, bei Säften und Marmeladen etc. Dazu gehörte auch die Entwicklung von – vorwiegend kulinarischen – gläsernen Manufakturen. Das sind Betriebe, die es Gästen ermöglichen, die Betriebsstätten zu besuchen, dem Meister bei der Herstellung der Spezialitäten über die Schulter zu schauen und sich selbst ein Bild zu machen. Damit wurde eine weitere Möglichkeit geschaffen, den Menschen die Arbeit der Landwirte und Veredler näher zu bringen und miteinander in den Dialog zu treten. Zwischen ProduzentInnen und KundInnen entsteht so eine persönliche Beziehung anstelle eines anonymen Marktes, die neue Möglichkeiten für die Vermarktung und Preisgestaltung eröffnet. Die Region wurde so auch zum beliebten Exkursionsziel für interessierte Gruppen aus dem In- und Ausland.

Mittlerweile – nach rund 20 Jahren regionaler Entwicklung – hat sich die Kulinarische Region Steirisches Vulkanland etabliert. Vom Projekt wurde sie zur anerkannten

Realität, untermauert durch unzählige kulinarische Manufakturen. Ein guter Zeitpunkt für einen nächsten großen Schritt in die Zukunft: Nachdem die kulinarische Inwertsetzung gelungen ist, soll die kulinarische Stärke der Region auch touristisch gebündelt werden. Dazu wurde im Sommer 2021 die „Vulkanland Route 66“ aus der Taufe gehoben. Auf dieser „Straße der Lebenslust“ gibt es aktuell 44 Erlebnismanufakturen, die den Besucherinnen und Besuchern Einblicke in ihre Produktionsstätten geben, und 20 Erlebniseinkauf-Betriebe – und das auf einer Strecke von nur 86 Kilometern. Mit dieser Bündelung zur Vulkanland Route 66 ist es gelungen, die vielen hochqualitativen, familiengeführten gläsernen Manufakturen der Region zu einem einzigartigen touristischen Produkt zu bündeln. Und damit nicht genug: Die Route steht erst am Anfang. Ein umfangreiches Entwicklungspaket ist in Vorbereitung und weitere Manufakturen stehen in den Startlöchern.

Damit ist der Weg frei für eine weitere Entfaltung der innovativen Köpfe der Region, die sich damit nicht nur Würde und Wert, sondern auch Zukunft gegeben hat!

Mag. Michael Fend

Geschäftsführung Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes

LEADER Management

Gniebing 148, A-8330 Feldbach

03152/8380-13

fend@vulkanland.at

www.vulkanland.at



Wandergruppe, unterwegs auf den Spuren der Vulkane ...

(Foto: Vulkanland/Bergmann)

Das Steirische Vulkanland ist eine Kooperation aus 31 Gemeinden aus dem Bezirk Südoststeiermark und angrenzenden Bezirken, sowie VertreterInnen der unterschiedlichen Institutionen, Organisationen und Themenbereiche der Region, die so die Zivilgesellschaft abbilden.

Grundsatz und Ziel dieser Leaderregion ist eine **nachhaltige Regionalentwicklung in großer Vielfalt.**

Die Entwicklung im Steirischen Vulkanland orientiert sich an der

Vision 2025 –

menschliche, ökologische und wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit:

Das Steirische Vulkanland ist eine innovative und lebenswerte Region.

Durch die Verfeinerung der **Lebenskultur**, eine wertschätzende Beziehung zum **Lebensraum** und eine innovative **Regionalwirtschaft** sichert die Region ihre menschliche, ökologische und wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit. Als resiliente Region ist das Vulkanland mit seinen natürlichen Ressourcen und talentierten Menschen bestens auf globale Veränderungen vorbereitet.

Die Regionalwirtschaft im Steirischen Vulkanland ist geprägt von wertschätzenden und wertschöpfenden Beziehungen der Menschen in der Region untereinander. Die Stärkung regionaler Betriebe, die Sichtbarmachung des heimischen Handwerks, die Unterstützung von Kreativität und Innovation in der Region, die Veredelung des Eigenen – das und vieles mehr schafft Wertschöpfung und sichert so die wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit der Region Steirisches Vulkanland.

Rund 650 Betriebe aus der Region bilden gemeinsam das **Meisterkultur-Netzwerk**. In den Bereichen Kulinarik, Handwerk und Lebenskraft sind diese Betriebe sichtbare Botschafter der Region und ihrer hohen Handwerks- und Produktqualität.

Weitere Informationen:

Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes
Gniebing 148, A-8330 Feldbach

www.vulkanland.at



Green Care als gesellschaftspolitischer Dialog

Clemens Scharre

Green Care-Angebote auf Bauernhöfen entstehen am Schnittpunkt von Landwirtschaft und Sozialem und setzen daher die Bereitschaft zum inneren wie äußeren Dialog, zur Auseinandersetzung mit sich und den Standpunkten, Perspektiven und Vorstellungen des Gegenübers voraus.

Dieser Dialog beginnt nicht erst, wenn die Kund*innen oder Klient*innen den Green Care-Hof betreten, sondern bereits lange im Vorfeld. Und er lässt sich auch als ein gesellschaftspolitischer Dialog um Grenzziehungen und Grenzverschiebungen begreifen.

Der innere und der inneragrarische Dialog

Sich für Green Care als ein zusätzliches wirtschaftliches Standbein für den eigenen Hof zu entscheiden, setzt eine innere Auseinandersetzung mit den persön-

lichen Träumen, Wünschen und Zielen voraus, mit Bildern von der Zukunft des Betriebes aber auch mit der eigenen Identität als Bäuerin und Bauer – eine Identität, die in Bewegung geraten ist.

Wer mit den Menschen auf Green Care-Höfen in Dialog tritt, merkt schnell, dass Landwirtschaft und Soziales hier schon lange zusammenfallen. Hier arbeiten Bäuerinnen und Bauern, die über vielfältige Qualifikationen und Ausbildungen verfügen, die auch Sozialarbeiter*innen, Pädagog*innen oder Therapeut*innen sind. Menschen, die ihre Höfe als Ressource verstehen, die vielfältig für den eigenen Lebensentwurf genutzt werden kann – sowohl für die Urproduktion als auch für soziale Dienstleistungen. Denn ein Nutztier kann täglich gemolken oder sein Fleisch verkauft werden, es kann nach entsprechendem Training aber auch im Rahmen der Tiergestützten Intervention Kinder in ihrer Entwicklung und Gesundheit unterstützen.

Ein solch offener, ressourcenzentrierter Blick auf den Bauernhof fordert inneragrarisch heraus. Wo Identitäten in Bewegung geraten, gehen die Emotionen mit – in den Institutionen wie in den Familien. Diese Öffnung als Chance zu sehen und den Weg der sozialen Diversifizierung zu gehen, wird aber für immer mehr Betriebe zu einer Option.



Green Care am Franzlhof in Pregarten bei Linz
(Foto: BMLFUW/Martina Siebenhandl)





Der institutionelle Dialog

Auch wenn die Grenzen zwischen Landwirtschaft und Sozialem auf den Betrieben und in den bäuerlichen Familien schon vielfach gefallen sind, zwischen den gesellschaftlichen Subsystemen, also dem Agrarbereich auf der einen und dem Bildungs-, Gesundheits- und Sozialbereich oder der gewerblichen Wirtschaft auf der anderen Seite, sind sie es noch nicht. Hier muss der Dialog zwischen den Kammern, Landesabteilungen oder Ministerien intensiviert werden, eben, weil Green Care auf Bauernhöfen nur „grenzüberschreitend“ umgesetzt werden kann. Auf anderen Ebenen zeigt dieser Dialog bereits deutliche Erfolge. Beispielsweise in Form gemeinsamer Initiativen des Vereins *Green Care Österreich* (Landwirtschaft) mit Partnern wie der Styria vitalis (Gesundheitsförderung Steiermark), der Familie & Beruf Management GmbH (Zertifizierung „familienfreundliche Gemeinde“) oder dem Gemeindebund. Dazu kommen Kooperationen mit dem LEADER-forum Österreich und dem Netzwerk Zukunftstraum Land. Ein deutliches Zeichen in diese Richtung kommt auch aus den Landwirtschaftlichen Fachschulen, die ihre Ausbildungen zunehmend mit Sozialberufen kombinieren und hier als Bindeglied Green Care in den Unterricht integrieren – oft in Kooperation mit Bildungsanbietern aus dem Sozialbereich. Dass Green Care auch Teil der Initiative „Meine Region – Heimat. Zukunft. Lebensraum.“ des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus ist, wird den Dialog zwischen den Akteurinnen und Akteuren des ländlichen Raums weiter fördern.

Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus

 LE 14-20
Entwicklung für den ländlichen Raum

Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



Der regionale Dialog

Auf den Green Care-Betrieben selbst setzt sich dieser Dialog in der Zusammenarbeit mit Sozialträgern, Institutionen oder den Gemeinden fort. Dass dieser Prozess nicht immer einfach ist, liegt in der Natur der Sache. Unterschiedliche Perspektiven, Interessen und Zielsetzungen müssen ausverhandelt und wiederum Grenzen verschoben oder überschritten werden. Das geht nicht immer gut und kann auch zu Enttäuschungen führen.

Das Ergebnis all dieser Dialoge aber ist eine Landwirtschaft, die ihre gesellschaftspolitische Rolle weiter fasst und erkennt, was sie bewirken kann, wenn Bäuerinnen und Bauern ihre betrieblichen Ressourcen für Menschen öffnen, die davon in unterschiedlicher Art und Weise profitieren. Seien es ältere Menschen, für die neue Begegnungsorte auf den Höfen entstehen, oder Kinder und Jugendliche, denen sich naturnahe Bildungsräume eröffnen. Green Care-Betriebe zeigen dabei im Kleinen, was für einen lebenswerten ländlichen Raum wichtig ist: kreatives, Grenzen überschreitendes und kooperatives Handeln, mit dem nicht nur soziale, sondern auch wirtschaftliche Impulse für die Betriebe und in den Gemeinden gesetzt werden.

Das ist Green Care

Unter dem Sammelbegriff Green Care werden Aktivitäten und Interaktionen zwischen Mensch, Tier und Natur zusammengefasst, die je nach Kontext gesundheitsfördernde, pädagogische oder soziale Ziele für unterschiedliche Zielgruppen verfolgen. Green Care-Angebote auf aktiven land- und forstwirtschaftlichen Betrieben – vom Tageszentrum für ältere Menschen am Hof über die Tiergestützte Intervention bis zum Bauernhofkindergarten – werden im Rahmen der ländlichen Entwicklung durch den Verein *Green Care Österreich* mit dem Projekt *Green Care – Wo Menschen aufblühen* unterstützt.

Derzeit werden in Österreich von 108 zertifizierten Betrieben in Summe 185 Green Care-Angebote in 99 Gemeinden umgesetzt.

Nähere Informationen zu den einzelnen Betrieben und den Aktivitäten des Vereins *Green Care Österreich* unter:

www.greencare-oe.at und

www.fb.me/greencareoe

sowie regelmäßig im neuen Green Care Newsletter (Anmeldung: <https://www.greencare-oe.at/newsletter+2500++2445040>)

Mag. (FH) Clemens Scharre

Projektmanagement bei *Green Care Österreich*, Büro Salzburg

Stiftsgasse 4

5201 Seekirchen/Wallersee

+43 (0)664 60 259 111 34

clemens.scharre@greencare-oe.at

www.fb.me/greencareoe

www.greencare-oe.at

Landwirtschaft und Gesellschaft im Dialog: Urlaub am Bauernhof

Hans Embacher

Der Urlaub am Bauernhof hat vor allem in der 2. Hälfte des vorigen Jahrhunderts an Beliebtheit gewonnen, weil der Bauernhof-Urlaub eine ideale Gelegenheit bietet, Land und Leute „wirklich“ kennen zu lernen und Lebensmittel aus erster Hand zu genießen.

Den Gästen – meist aus dem städtischen Bereich – präsentiert sich der Bauernhof als eine Gegenwelt zur Stadt, und vor allem die Kinder zeigen sich sehr interessiert an den bäuerlichen Tätigkeiten am Hof und im Stall.

Für die bäuerlichen GastgeberInnen bietet sich mit Urlaub am Bauernhof (UaB) ein wirtschaftlich interessantes Standbein an, wo mit den Grundlagen am Hof ein selbständiges Einkommen erwirtschaftet werden kann und nicht einer außerbetrieblichen Tätigkeit nachgegangen werden muss. Gleichzeitig können den Gästen eigene bäuerliche Produkte geboten werden und die Bausubstanz – aus historischen

Gründen oft große Gebäude (früher waren noch Dienstboten am Hof) – kann genutzt werden.

Diese Urlaubsform ist in Europa vor allem im Alpenraum – von Bayern bis Südtirol und von den französischen Alpen bis in den Wiener Raum – verbreitet, da hier einige wesentliche begünstigende Faktoren zusammenkommen: landschaftliche Attraktivität für die städtische Zielgruppe (die Bergregionen sind tendenziell auch landwirtschaftliche Ungunstlagen, somit bei den Bauern Notwendigkeit des Zuerwerbs), leichte Erreichbarkeit von den Herkunftsregionen (in wenigen Autostunden), schöne Bauernhöfe und häufig eine „touristische Tradition“



und damit verbundene Gastfreundschaft oder zumindest Aufgeschlossenheit den Gästen am eigenen Hof gegenüber.

In praktisch allen europäischen Ländern ist der Agrartourismus eine Form des „Domestic Tourism“, d.h. die Gäste kommen meistens aus dem Inland. Österreich bildet hier durch den starken Deutschen Markt (ca. 60 % der Nächtigungen, ca. 30 % Inländer-Nächtigungen) eine Ausnahme. Dies ist u.a. durch die geographische Nähe und durch die gemeinsame Sprache bedingt. Auf Grund der Online-Buchungsmöglichkeit über internationale Plattformen hatte UaB im Jahr 2019 Gäste aus insgesamt 99 Nationen!

Die erste Organisation bäuerlicher Vermieter (der „Bäuerliche Gästerring Salzkammergut“ in OÖ) wurde 1971 gegründet, die UaB-Bundesorganisation (seit 1991) war eine Folge des „Ökosozialen Weges“ des damaligen Landwirtschaftsministers Josef Riegler. Heute bieten laut Statistik Austria 9.900 Bauernhöfe insgesamt 114.000 Gästebetten an, dies entspricht in etwa 10 % des touristischen Bettenangebots in Österreich. Die grundlegenden Gästemotive sind unverändert. Viele aktuelle Trends, wie das Streben nach Nachhaltigkeit, der Wunsch nach Authentizität und Regionalität, stärken tendenziell die Nachfrage nach den bäuerlichen Unterkünften.

Groß und klein, Sommer wie Winter

Bei der größten Zielgruppe Familien mit Kindern sind die Bauernhöfe mit Tieren im Grünland besonders beliebt. Die Winzerhöfe gewinnen bei den Gästen, die ohne Kinder reisen. Und Almhütten haben sich in den letzten Jahren zum „Trend-Angebot“ entwickelt. Von



den Jahresnächtigungen entfallen ca. zwei Drittel auf die Sommersaison, etwa ein Drittel auf den Winter. Generell nehmen die Gästebetten in Ferienwohnungen (ohne Verpflegung und Dienstleistung) zu, während das Bettenangebot in Zimmern mit Frühstück rückläufig ist.

Bei den (touristisch) sehr kleinstrukturierten Betrieben mit im Schnitt zwölf Gästebetten ist der persönliche Kontakt zu den Gästen besonders wichtig und trägt auch zum wirtschaftlichen Erfolg des Angebotes bei: Die Vermieter erzielen etwa die Hälfte ihrer Gästenachtungen mit (regelmäßig) wiederkehrenden Stammgästen. Die Kommunikation mit den Gästen vom ersten Anfragekontakt bis zur Abreise ist damit ein wesentlicher „Erfolgsfaktor“.

Offen für Gespräche

Von ihrem Selbstverständnis her sehen sich die UaB-AnbieterInnen als „Botschafter der bäuerlichen Welt“, sie sind pro Jahr in direktem persönlichen Kontakt mit ca. zwei Millionen Gästen, d.h. mit den KonsumentInnen bäuerlicher Produkte. Damit erreichen und prägen sie diese städtische Zielgruppe effektiver als jede Medien-Kampagne. Mit einem modernen Begriff würde man sie wohl als „Influencer“ unter den Bäuerinnen und Bauern bezeichnen.

Selbstverständlich werden auch auf den Ferienhöfen Internet und WLAN erwartet und auch geboten, damit die Gäste „mit der Welt in Kontakt bleiben“! Wesentlich wichtiger für das Urlaubserlebnis ist jedoch der persönliche Kontakt, der Dialog zwischen Gastgebern und Gästen. Das beginnt bei der Ankunft, wo die Gäste im Regelfall persönlich begrüßt und willkommen geheißen werden. Gerade für Kinder ist die erste „Einführung“ in den Hof wichtig für einen gelungenen Urlaub. Wo finde ich welche Tiere? Was ist erlaubt, was nicht? Der Bauernhof ist schon aus Sicherheitsgründen kein grenzenlos freier Spielplatz.

Bereicherung für beide Seiten

Aber auch die Erwachsenen sind interessiert und (meistens) offen für Gespräche über das bäuerliche Leben und die Arbeit am Bauernhof. Sie sind dankbar, wenn sich der Bauer und die Bäuerin Zeit nehmen für eine Unterhaltung, für ein paar Geheimtipps, was die Region bietet. Solche Gespräche werden oft von beiden Seiten als Bereicherung empfunden, da ja auch die Bauersleute Einblick in das Leben und in die Sorgen der städtischen Gäste bekommen.

Gemeinsame Aktivitäten, wie eine Wanderung auf die Alm, bieten Ge-

legenheit für Gespräche. Die Erfahrung zeigt, je länger der Aufenthalt auf einem Ferienbauernhof, desto höher die Zufriedenheit der Gäste. Bauernhof-Gäste bleiben im Schnitt mit fünf bis sechs Nächten generell länger als Hotelgäste (mit drei bis vier Nächten). Der Trend zu Kurzurlaube (z.B. über das Wochenende) bedeutet für die bäuerlichen GastgeberInnen erhebliche Mehrarbeit und auch weniger Zeit für persönlichen Kontakt.

Wesentliche Voraussetzung für gelingende Kommunikation und damit für den Erfolg von UaB ist, dass wir mit unserem Marketing Gäste erreichen, die sich bewusst für das Bauernhof-Angebot entscheiden und auch entsprechend darauf eingestimmt sind. Wenn ein Gast ein „kleines Hotel im Bauernhof-Look“ erwartet und rund um die Uhr betreut werden möchte, wird der Urlaub nicht zur Zufriedenheit beider Seiten ausfallen. Das gleiche gilt, wenn der Bauernhof gewählt wird, weil er die günstigste Unterkunft am Ort ist. Unsere Befragungen zeigen, dass wir heute zum Großteil Gäste erreichen, die sich einen Hotelurlaub leisten können, sich aber bewusst für den Bauernhof entscheiden.

Damit können wir als Verband einen Beitrag leisten für einen für alle Beteiligten fruchtbaren Dialog zwischen bäuerlichen GastgeberInnen und städtischen Gästen, der im Idealfall für beide Seiten eine Bereicherung darstellt und häufig sogar zu freundschaftlichen Beziehungen führt. Damit wäre das angestrebte Ziel eines wirtschaftlich interessanten und auch persönlich befriedigenden Betriebszweiges erreicht.

Fotos: Urlaub am Bauernhof Österreich

Mag. Hans Embacher

Geschäftsführung Bundesverband Urlaub am Bauernhof

+43 662 880202

h.embacher@farmholidays.com

www.urlaubambauernhof.at



**Claudia
Tschurtschenthaler,
Ierzerhof,
Arzl im Pitztal/Tirol**

Der Dialog mit dem Gast – viele Wege stehen dafür offen! Nur natürlich und authentisch MUSS es sein!

Es fängt schon bei der Buchung an, als gute Gastgeberin punkte ich mit Schnelligkeit und Freundlichkeit. Mein Angebot soll ehrlich und transparent sein. Zusätzlich lasse ich mir ein wenig Spielraum, den Gast positiv zu überraschen.

Am Bauernhof angekommen, ist der erste Eindruck am wichtigsten. Dazu hat mich ein Erlebnis vor vielen Jahren geprägt. Eine Gastfamilie aus Frankreich konnte sich noch Jahre danach erinnern, dass ich die Kinder beim ersten Urlaub mit ihrem Vornamen begrüßt habe. Einfach und wirkungsvoll. Persönlich ist mir immer sehr wichtig, bei der Anreise selbst am Hof zu sein.

Manchmal erfordert es – gerade in Zeiten wie diesen – neue Formen zu finden, die sich dann erfolgreich etablieren. So seit letztem Sommer... Eine Stunde vor der Ankunft am Ierzerhof lasse ich mir eine Nachricht vom Gast schicken. Zeit genug, um eine nette Begrüßung vorzubereiten, z.B. mit einem selbstgemachten Schnäpschen oder Likör, ein herzliches Lächeln – statt Händeschütteln – ein wenig Zeit zum Zuhören und um Wünsche und Fragen gleich entgegenzunehmen.



Foto: Ierzerhof

Weiters liebe ich die tägliche Unterhaltung mit meinem Gast und erzähle gerne meine Hofgeschichten. Der persönliche Kontakt ist so wertvoll!

Social Media

Wie gelingt es mir nun, auch nach der Abreise im Dialog mit meinen Gästen zu bleiben? Für mich perfekt ist der Weg mit Social Media. Klar – es ist ein Zeitaufwand und geht nicht nur so nebenbei. Aber es passt zu mir, denn ich mache gerne Fotos und mag es einfach drauf loszuschreiben. Die stetige Herausforderung dabei ist es, den Content richtig abzuwägen und auch ein wenig Persönliches mitzuteilen. Am besten wirken ganz einfache Sachen vom Hofleben, was Bauer Hans und Bäuerin Claudia so machen – mit den Tieren, im Bauerngarten, bei der Heuarbeit, aus der Nähstube, beim Kuchenbacken, Naturimpressionen oder lustige Ideen. So sind z.B. im Lockdown #legostattgaeste angereist. Die Reaktionen auf meinen Blog, die Instagram-Stories oder Facebook-Beiträge geben

mir Recht und motivieren zu Neuem. Jetzt in der ruhigen Zeit läuft auf meinen Social Media Kanälen #ierzerhof_pitztal und @bauernhoferlebnis ein Kinderadventskalender – gefüllt mit Geschichten, Basteleien und weihnachtlichen Überraschungen. Es ist eine gute Möglichkeit, mit meinen Gästen in Kontakt zu bleiben und als Kinderbauernhof gezielt meine Zielgruppe anzusprechen.

Abschließend sei gesagt, egal wann und wie ich kommuniziere – einfach, ehrlich und authentisch muss es sein – dann kommt es auch gut an.

Herzlichst Claudia

www.ferien-am-bauernhof.at

www.ierzerhof.at





Wut, Schweiß und das Picknick im Weizenfeld

Thomas Weber

„Wie aus Wut Freundschaft wurde“, lässt sich im Bestseller „Bauer und Bobo“ nachlesen. Aber wie wird aus der Ignoranz der großen Mehrheit ernsthaftes Interesse an Landwirtschaft?

Ich habe gespendet. Ich bin einer der 12.829 Menschen, die vor etwas mehr als einem Jahr dem Aufruf von Florian Klenk und schließlich auch noch des Schlagersängers Andreas Gabalier folgten, einer von vielen, die zusammenlegten und damit den hochverschuldeten Hof des Bergbauern Christian Bachler vor der bevorstehenden Versteigerung bewahren konnten.

Und ich bereue nichts. Das Geld war gut angelegt.

Nicht nur, weil es einem Aufmüpfigen den Kopf aus der Schlinge ziehen half. Das war, klarerweise, ein bisschen ungerecht. Warum ausgerechnet diesen einen von tausenden Überschuldeten unterstützen? Nur weil der sich mit einem meinungs- und reichweitenstarken Journalisten angefreundet hat?

Meine Hoffnung dabei: Das Weihnachtsmärchen – ein paar tausend Bürgerinnen und Bürger schenken einem Bauern die Freiheit – würde Diskussionen lostreten. Und Österreichs Bäuerinnen und Bauern würden damit endlich ein bekanntes Gesicht bekommen – einen streitbaren Standesvertreter abseits der hauptberuflichen Agrarfunktionäre. Man möchte mit seiner Spende schließlich etwas bewegen, nicht nur das Gewissen beruhigen.

Die Vorgeschichte

Das Klenk in einem Falter-Artikel das „Kuhurteil“ über die Verurteilung eines Bauern, dessen Kuh eine unbedarfte Wandersfrau totgetrampelt hatte, für gut befand, Bachler den Städter daraufhin öffentlich als weltfremd beschimpfte und zu einem Praktikum auf seinen Hof lud, dass der Journalist die Einladung annahm, dass aus Wut schließlich Freundschaft wurde – all das lässt sich in „Bauer und Bobo“ (Zsolnay Verlag) wunderbar kurzweilig nachlesen.

Die Vorgeschichte der Schuldenanhäufung kannte ich nicht. Sie war mir auch völlig egal. Wer jemals mit Schuldnerberatern gesprochen hat, weiß wie schnell es gehen kann. Und wer die Gepflogenheiten in der Landwirtschaft kennt, das „Wachse oder Weiche“, also das: Investiere und verschulde dich oder lass es gleich ganz bleiben, dem muss bewusst sein, dass Bachler alles andere als ein Einzelfall ist.

Selbst habe ich es noch nicht auf den gemeinsam geretteten Hof hinauf geschafft. Er liegt auf fast 1.500 Metern Seehöhe auf der steirischen Krakauenebene. Aber aus der Ferne wirkt Bachlers Tun vorbildlich, ernsthaft ökologisch ausgerichtet.



„Bauer und Bobo“: Bergbauer Bachler (links) und Journalist Klenk (rechts)
(Foto: Hanser Verlag)

Was mich an Bachler selbst ehrlich beeindruckt, ist sein Versuch, Kontext zu schaffen. In seinen Kommentaren und oft auch polemischen Postings versucht er stets auch zu erklären. Klenks Engagement und den gemeinsamen Talkshow-auftritten ist es zu danken, dass Bachlers Publikum mittlerweile mehr ist als ein paar wütende „Landeier“, die aus Verzweiflung über das Unverständnis der weltfremden Stadtmenschen wettern. Bachler vermittelt. Das ist insofern wichtig, als die Deutungshoheit längst von den Städten ausgeht. Das ist unumkehrbar – egal wie viele Bauernfunktionäre die Landwirtschaft im Parlament überrepräsentieren. Christian Bachler kann hier ein Rolemodel sein, ein vorbildlicher Vermittler.

Von ihm mit ins Leben gerufen wurde auch der Podcast „Bauer to the people“, in dem Willy Geiger und Bianca Blasl in ausführlichen, hintergründigen Gesprächen Menschen, die sich mit Landwirtschaft und Ernährung beschäftigen, zu Wort kommen lassen. Das ist zwar nicht immer „journalistisch“ – im Sinn von: besonders kritisch –, aber doch bemüht vorurteilsfrei und offen, getragen von einer grundsätzlichen Fairness und positiven Vibes. Gefühl schafft das einen „Safe space“, eine Gesprächsatmosphäre, in der Menschen im besten Fall auch aufmachen. Auf das für Anfang April 2022 angekündigte Buch „Bauer to the People. Hinter den Ku(h)lissen von Essen, Menschen und Landwirtschaft“ (Braumüller Verlag) bin ich ehrlich gespannt.

Podcast Landwirtschaft und Großstadt

Ich selbst hatte zuletzt das Vergnügen, im Auftrag der Stadt Wien eine Podcast-Reihe zum Thema Stadtlandwirtschaft zu gestalten. Fünf Folgen, überall dort zu finden, wo es Podcasts gibt; der Absender bzw. Account ist die „Stadt Wien“. Mein Auftrag war klar: vermitteln, aufklären, Verständnis schaffen. Das Spannungsfeld: gar nicht so



Nebenerwerbskabarettist Petutschnig Hons: Sein Programm heißt „Ich will ein Rind von Dir“. (Foto aus www.petutschnig-hons.at)

klein. Denn die Höfe und Felder, Wiesen und Weingärten der immer noch mehr als 650 landwirtschaftlichen Betriebe an den Rändern des Ballungsraums stehen unter einem enormen Druck. Einerseits weil die Stadtentwicklung nachvollziehbar Begehrlichkeiten hegt, die Politik Platz für Wohnraum braucht. Es gibt im äußersten Favoriten deshalb mittlerweile alteingesessene Bauernhöfe mit U-Bahn-Anbindung. Andererseits weil vielen Stadtmenschen das Verständnis für landwirtschaftliche Nutzung fehlt. Einer meiner Gesprächspartner für den Podcast erzählte – vielleicht etwas genervt, aber durchaus verständnisvoll, was das Unverständnis vieler seiner Mitmenschen angeht – von Picknicks im Weizenfeld, die er in Corona-Lockdowns angetroffen

habe. Weil es auch seine Mitmenschen ins Freie zieht, viele aber ein anfangs grünes Weizenfeld eben nicht von einer Lagerwiese unterscheiden könnten ...

Nein. Es ist kein Zufall, dass ich hier von Büchern schreibe, von Podcasts und tendenziell von eher hintergründigen Formaten. Denn Landwirtschaft ist kompliziert, sie braucht Zeit und Platz. Das sehen wir auch in unseren Artikeln im Magazin BIORAMA. Nicht immer lässt sich alles auf ein, zwei Seiten vermitteln. Denn nicht nur die früher sogenannten „Verbraucher“ haben mittlerweile höchst unterschiedliche Ernährungsstile und Ansprüche kultiviert. Auch die Landwirtschaft selbst ist unglaublich spezialisiert und ausdifferenziert. Fragen Sie mal eine Biowinzerin, was sie z.B.



Für die Stadt Wien gestalete Weber eine Podcast-Reihe zum Thema Stadtlandwirtschaft.



Die Tiroler Dialektrap-Crew „Von Seiten der Gemeinde“ bringt ländliche Themen und Artenschutz in die Popkultur (Quelle: Screenshot aus dem Youtube-Video „Von Seiten der Gemeinde – Wolfreie Zone“)

vom Alltag auf einem intensiven Schweinemastbetrieb weiß ...

Stimmt schon: Kompliziert ist vieles.

Und das gilt nicht nur für den primären Sektor. Die Landwirtschaft aber verfügt zumindest über einen Vorteil: hochwertige Produkte zu haben, über die sich ohne Ende Geschichten erzählen lassen – die das Zeug dazu haben, Konsumentinnen und Konsumenten zurück zum Ursprung zu locken: auf die Höfe.

Und doch sind es nicht allein Medienmenschen und vorzügliche bäuerliche Produkte, die einer immer urbaner werdenden Gesellschaft auch die dringend notwendigen Geschichten von draußen erzählen. Es gibt neben Bachler längst auch andere aufmüpfige Bäuerinnen und Bauern, die sich selbstbewusst an die Öffentlichkeit wagen. Exemplarisch möchte ich den mittlerweile zur Kultfigur gewordenen Nebenerwerbs-Kabarettisten Petutschnig Hons nennen. Er nimmt sich in seinen Videos kein Blatt vor den Mund, haut mitunter auch daneben. Doch

genau das macht den Reiz seines bauernschlaunen Wutschnaubens aus, mit dem er etwa anprangert, dass der Wert des Lebensmittels Milch nicht mehr geschätzt wird, etwa im Vergleich zu überbewerteten Energydrinks. Sein Brachialhumor kommt an. So hat Petutschnigs Video „Milch vs. Red Bull“, in dem er im Stallarbeitskittel mit dem Vorschlaghammer eine Getränkedose auf dem Holzbock zerschlägt – „So, wo sind jetzt deine Flügel, du blöde beschissene Dose?“ – eine halbe Million Aufrufe. Sein Kabarettprogramm „Ich will ein Rind von dir“ hat die Pandemie wohl nur vorerst gestoppt.

Wolfreie Zone

Es sind aber nicht nur Bauern selbst, die sich Themen von (u.a.) landwirtschaftlicher Relevanz annehmen. Zuletzt hat mich eine Single der Tiroler Dialektrap-Crew „Von Seiten der Gemeinde“ begeistert – und das wirklich bemerkenswerte Video zu ihrem Track „Wolfreie Zone“. Er wird gerade rauf und runter auf Radio FM4 gespielt. Einem ORF-Radiosender, der vor kurzem übrigens einen in

den Senderfarben Gelb-Schwarz gebrandeten Traktor verlost hat und auf dem wohlthuenderweise auch immer wieder Hörerinnen und Hörer live in die Sendung geschaltet werden, die gerade Mist ausführen, ackern oder ihre Schafe gefüttert haben. Genannter Track möchte Tirol übrigens nicht zur „Wolfreien Zone“ erklären, sondern macht sich kunstfertig über das plattitudenhafte Gestammel mancher lokaler Bauernvertreter lustig – im breiten Tiroler Dialektrap. Popdiskurs bäuerlicher Prägung abseits der Bundeshauptstadt im bundesweit gehörten staatlichen Kulturradio, was will man mehr?!

Thomas Weber

Gründer und Herausgeber von BIORAMA

weber@biorama.eu

+43-676-474 1313

www.biorama.eu

Twitter: @th_weber

Kommentator in der „Bauernzeitung“

„Luschnouar Spaziergäng“ im westösterreichischen Grenzland

Brigitte K. Macaria

Die einwohnerstarke Marktgemeinde Lustenau liegt zwar abseits der Hauptverkehrsachse durch das Rheintal (Bregenz – Dornbirn – Feldkirch), ist jedoch ein historisch wie aktuell bedeutender Grenzort zur Schweiz.

Wie begegnet man sich im Idealfall reflektierend im Grenzgebiet von Lustenau und der Schweizer Gemeinde Au?

Der gebürtige Londoner Eugene Quinn¹⁾ ist inzwischen wohl Wiens bekanntester Botschafter fürs Gehen, Erkunden und Spazieren im öffentlichen Raum. Der Stadtforscher und passionierte Stadtentdecker kam im Frühling 2021 auch in die Vorarlberger Grenz- und Marktgemeinde Lustenau – und die Projektidee der „Luschnouar Spaziergäng“ war somit geboren. Inzwischen konzipierte der passionierte Zufußgeher acht thematisch recht unterschiedliche Spaziergänge, die großen Zuspruch bei den ansässigen Menschen aus Lustenau fanden. Die historische Grenznahe wird dabei

immer wieder miteinbezogen und so geht es dabei u.a. auch um das Wahrnehmen der erlebten Grenzpositionen im Zusammenhang mit Flucht und Rettung in den dunklen Zeiten des Nationalsozialismus auf beiden Seiten der Grenze.

Als Nicht-Lustenauer hat der Stadtforscher eine gewisse „gesunde“ Distanz, die offenbar die Einheimischen stark anspricht. Während seiner Laufbahn als Stadtforscher führte er bereits Menschen in Wien und in München durch ihre eigene Stadt und konnte ihnen so ihre unmittelbare Heimat aus einer anderen Perspektive zeigen. Es gefällt ihm, wenn auch alteingesessene Bewohnerinnen und Bewohner noch viel Neues erfahren können. Für neu Hinzugezogene ist es wie-

derum eine gute Gelegenheit, ihren neuen Heimatort kennen- und schätzen zu lernen.

Spaziergäng

Für den „Spaziergäng“ ins Ried²⁾ im Herbst 2021 wurde Urs Lenz eingebunden. Der fachlich versierte Schweizer stammt aus der Nachbargemeinde Au und ist ausgewiesener Spezialist für Fauna und Flora dieser speziellen Feuchtgebiete in der angrenzenden Schweizer Gemeinde Au.

Das heutige Auerriet – alte Kulturlandschaft und schlafende Torflager

Das „Riet“ ist ein großer Freiraum zwischen mehreren Siedlungsgebieten. Diese Landschaft stellt das Zentrum der großen Rheintalmoore dar. Interessant ist auch der historische Hintergrund: Das Auerriet liegt auf österreichischem Staatsgebiet, zwischen Lustenau und dem Bodensee auf Lustenauer Boden. Die Ortsgemeinde Au ist bereits seit 1593 Besitzerin dieses Grundstückes. Es gab wiederholte Streitereien über die Jahrhunderte betreffend der Befugnis durch landwirtschaftliche Nutzung dieses Aulandes.



1) Der in London geborene Urbanist und Stadtentdecker ist Gründer der Wiener Initiative „Whoosh“, ein Start-up-Unternehmen mit Projekten und Events im Bereich Community-Building und City-Storytelling.

2) Die Rheintalriede, eine Streuwiesenlandschaft: Als „Ried“ (AT) oder „Riet“ (CH), mundartlich „Riad“, werden im Vorarlberger Rheintal die an das Siedlungsgebiet anschließenden, aus Moorböden hervorgegangenen Landwirtschaftsflächen bezeichnet.



Das Auerriet entspricht in seiner heutigen Ausprägung einer alten Kulturlandschaft, die durch geregelte Nutzungsformen in Gegenwart und Vergangenheit geprägt wurde; dabei ist auch heute noch klar die ursprüngliche Naturlandschaft erkennbar.

Gegenwärtig zeigt sich das Auerriet als offene Wiesenlandschaft, durch Birken, mächtige Eichen und Äcker geprägt. Zusammen mit dem angrenzenden Lauteracher Riet befinden sich hier die größten Torflager von Vorarlberg. Die Torflager weisen eine Mächtigkeit von stellenweise bis zu sechs Metern auf. Der Torf wird heute allerdings nicht mehr abgebaut.

Schützenswerte Fauna und Flora im Riet: Natura 2000-Gebiet

Beim Spaziergang mit Urs Lenz beobachten die interessierten Mitgehenden auch den prächtigen Rotmilan, wie er seine eleganten Kreise zieht, zudem sind Störche zu sehen und im Osten und Westen sind die kontrastbildenden Berge vom Rheintal aus gut sichtbar. Die Storchpopulation im Rheintal ist inzwischen beachtlich und basiert auf einer geglückten Wiederansiedlung.

Infos zum Verein Rheintaler Storch: www.rheintalerstorch.ch

Vor allem die großflächigen Streuwiesen sind naturnahe Lebensräume für schützenswerte Pflanzen- und Tierarten, von denen einige hier ihre letzten Lebensräume im weiten Umkreis finden. So wurde das Riet wegen des Vorkommens des Wachtelkönigs als NATURA-2000 Gebiet ausgewiesen. Zur Nahrung des Wachtelkönigs zählen Insekten, Spinnen, Würmer, Schnecken, manchmal auch Triebspitzen, Blüten und Samen.

Im nördlichen Rheintal ist die größte Moorlandschaft Vorarlbergs erhalten, Überreste einer der größten Talvermoorungen in Österreich überhaupt. Bis heute mähen Landwirte viele Feuchtwiesen nur einmal



im Herbst; diese traditionelle Nutzung erhält wertvolle Lebensräume für zahlreiche seltene Pflanzen und Tiere.

Streuwiesen sind durch jahrhundertelange Nutzung entstandene „Ersatzgesellschaften“ für einstige Moore und Auwälder und durch einen hohen Grundwasserstand gekennzeichnet. Da diese Extensivflächen normalerweise nicht gedüngt, allenfalls schwach entwässert und nur einmal jährlich gemäht werden, konnte sich eine Vielzahl heute seltener und gefährdeter Pflanzen und Tiere halten, die wohl zumindest zum Teil Bewohner der ursprünglichen Moore waren. Nasse Bodenverhältnisse verhinderten in der Vergangenheit eine geschlossene Bewaldung der Moorzentren. Nach den großflächigen Grundwasserabsenkungen infolge der Rheinregulierung wären bei ausbleibender Nutzung nahezu alle Lebensräume des Rheintals bewaldet. Heute erhält allein die Streuemahd die offene Riedlandschaft. Der Landschaftscharakter und damit der Lebensraum für viele gefährdete Arten wird durch Weiterführung dieser extensiven Nutzungsform erhalten³⁾.

Ein problematisches verkehrstechnisches Grenzthema

Das Problem einer seit einigen Jahrzehnten geplanten Umfahrungsstraße ist für Befürwortende des Naturidylls verständlicherweise ein rotes Tuch. Lustenau ist fürwahr eine eigentümliche Marktgemeinde: Sie zählt mit ihren knapp 24.000 EinwohnerInnen zu den einwohnerstärksten Gemeinden Österreichs. Von einer gewachsenen Baustruktur zu sprechen, fällt dabei wohl keinem achtsamen Begeher ein. Eugene Quinn macht im Rahmen der „Spaziergänge“ darauf aufmerksam, dass es die Lustenauer mit der Passion für Spaziergänge eher reduziert halten: Über 50% der BewohnerInnen sind begeisterte AutomobilistInnen.

Lustenau ist enorm ausgedehnt und ausufernd und der automobilen Durchzugsverkehr, insbesondere viele LKWs (Lustenau ist eines der Hauptzollämter zur Schweiz!) steigern nicht gerade das Animo zum Spaziergehen.

3) Siehe dazu: M. Grabher, 1995: https://www.zobodat.at/pdf/VNFE_2_0083-0096.pdf

Das Naturschutz- und Natura-2000-Gebiet Gsieg – Obere Mäher im Süden der Gemeinde umfasst einen der größten und botanisch reichhaltigsten Streuwiesenkomplexe im gesamten Rheintal. Das 73 Hektar große Areal beherbergt unter anderem 502 Schmetterlings-, 429 Käfer- und 42 Libellenarten, ein Drittel aller in Vorarlberg vorkommenden Orchideenarten, 350 verschiedene Blütenpflanzen und Gräser sowie sechs österreichweit gefährdete Vogelarten und mehrere weitere vom Aussterben bedrohte Tiere und Pflanzen.

Ein Teil des Schweizer Riets im Norden Lustenau ist mit nahegelegenen Gebieten der angrenzenden Gemeinden zum Natura-2000-Gebiet Soren, Gleggen – Köblern, Schweizer Ried und Birken – Schwarzes Zeug zusammengefasst. Die Moorlandschaft hat eine besondere Bedeutung für Wiesenbrüter.

Einen besonderen Schutz genießen im Gemeindegebiet Lustenau aufgrund ihres beachtlichen Alters – und daher auch als Naturdenkmal ausgewiesen – honorige Bäume: eine Silberweide, eine Winterlinde und eine Stieleiche.

Soviel zu der prosperierenden länderübergreifenden Zusammenarbeit im westösterreichischen Grenzland!

Weiterführende Infos:

<https://naturvielfalt.at/schutzgebiet/soren-gleggen-koebler-schweizer-ried-und-birken-schwarzes-zeug/>

<https://www.lustenau.at/de/leben-in-lustenau/mobilitaet/luschnouar-spaziergaeng>

Fotos: Ivo Dürr

Dr. Brigitte K. Macaria
Sobieskigasse 9/14
1090 Wien
b.macaria@icloud.com

Die beachtliche Dimension des Projekts „Rhesi“ – ein länderverbindendes Hochwasserschutzprojekt mit Weitblick im Rheintal

Der Hochwasserschutz im Rheintal stand im Herbst 2021 im Fokus der St. Galler Regierung. Sieben Regierungsmitglieder ließen sich in der Rhesi-Modellversuchshalle in Dornbirn über das Generationenprojekt informieren. Diese Modellversuche zeigen eindrücklich die Dimensionen des Hochwasserschutzprojektes auf; sie wurde von den involvierten Projektpartnern mehrfach mit Interesse besucht

Das Projekt Rhesi, das im Lauf der nächsten Jahre genehmigt und realisiert werden soll, wird das Rheintal – es handelt sich hier um den Alpenrhein – besser vor künftigen Hochwassern schützen. Dabei gilt es, den Lebensraum von rund 300.000 Menschen zu schützen und Schäden von rund zehn Milliarden Schweizer Franken zu verhindern.

Verschiedene Ansprüche

Ein großes Hochwasserschutzprojekt wie Rhesi schließt unterschiedlichste Akteure mit ein: Trinkwasserversorger, Naturschutzorganisationen, die Landwirtschaft, Freizeitsportler und Erholungssuchende – alle haben unterschiedliche Ansprüche an den Hochwasserschutz und den Raum zwischen Illmündung und Bodensee.

Neben planerischen und technischen Hürden sind auch politische Herausforderungen zu meistern. Zahlreiche Verfahren werden zusätzlich zu einem neuen Vertrag zwischen Österreich und der Schweiz notwendig sein. Der eigentliche „Star“ der Modellversuchshalle, das 100 Meter lange Rheinmodell, begeisterte bei der Begehung. An verschiedenen Stationen erklärte der Projektleiter Bernhard Valenti die Funktionsweise des Modells im Massstab 1:50.

Dank der bemerkenswerten Modellversuche in Dornbirn kann das Hochwasserschutzprojekt Rhesi flussbaulich stetig optimiert werden. Zudem lassen sich substanzielle Fragen, beispielsweise zu den Kosten, anschaulich beantworten. Solche Fakten unterstützen das Projekt sowohl bei der Planung als auch bei der späteren Realisierung.

Der Blick in die Zukunft

Die Internationale Bodensee-Hochschule¹⁾ ermöglicht eine erfolgreiche grenzübergreifende Kooperation mit Hochschulen in der Vierländerregion. Peter Collmer, Delegierter des Rektors der Universität Zürich und Mitglied im IBH-Vorstand, begrüßt die geplante Eigenständigkeit der IBH: „Das macht die IBH noch flexibler und eröffnet neue Chancen, zusätzliche Fördertöpfe zu erschließen.“

Zusammenarbeit Schweiz (Ostschweiz) Vorarlberg

Trotz der Corona-Ausnahmesituation arbeiteten die Hochschulen der Vierländerregion Bodensee im vergangenen Jahr enger zusammen als je zuvor. Die Zahl der Projekte in Forschung, Lehre und Wissenstransfer stieg um mehr als das Doppelte von 22 auf 51, die Fördersumme wuchs um 80 Prozent auf 1,6 Millionen Euro.

<https://rhesi.org>

1) IBH – Das 20. Jahr ihres Bestehens war für die Internationale Bodensee-Hochschule (IBH) in mehrfacher Hinsicht – Corona zum Trotz! – außergewöhnlich: Die Mitglieds-Hochschulen aus den Ostschweizer Kantonen und dem Kanton Zürich nützen die Möglichkeiten der IBH besonders stark. Neun Hochschulen waren im vergangenen Jahr an 36 Projekten beteiligt.

www.bodenseehochschule.org



„Jeder Griff ins Regal ist ein Produktionsauftrag“

Ein Gespräch mit Hannes Royer und Maria Fanninger

Wer nichts weiß, muss alles essen!

Der Verein *Land schafft Leben* ist österreichischen Lebensmitteln auf der Spur. Im Interview reden die beiden Gründungsmitglieder Hannes Royer und Maria Fanninger über ihre Ziele, Herausforderungen und Meilensteine.

Im Jahr 2014 haben Sie gemeinsam den Verein Land schafft Leben ins Leben gerufen. Was hat Sie zur Gründung des Vereins bewogen und was wollen Sie erreichen?

Hannes Royer: Gerade meine Erfahrung nach der Gründung von Heimatgold – einem Bauernladen mit regionalen Spezialitäten – hat mir gezeigt, dass viele ihre Kaufentscheidung hauptsächlich über den Preis treffen. In Österreich können wir aber praktisch nirgendwo in der landwirtschaftlichen Produktion den Kampf um den niedrigsten

Preis führen. Das geht sich von der Topografie, den Böden, den Produktions- und Sozialstandards her einfach nicht aus. Was liegt da näher, als genau darauf aufmerksam zu machen, was wir an unserer Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion haben und was wir alle mit ihr verlieren würden? Um dieses Bewusstsein um den Wert der heimischen Lebensmittelproduktion zu schaffen, haben wir den Verein *Land schafft Leben* gegründet.

Maria Fanninger: Schlussendlich ist jeder Griff ins Regal auch ein Produktionsauftrag. Nachgeschichtet wird nur das, was vorher herausgenommen wurde. Die Konsumentinnen und Konsumenten haben es also mit ihrer Kaufentscheidung in der Hand, jene Produktionsbedingungen zu fördern, die ihnen wichtig sind. Hinter jeder Kaufentscheidung



**Land
schafft
Leben**

stecken also auch gewisse Werte – und diese Entscheidung fällt definitiv bewusster und auch leichter, wenn man über den Ist-Stand der Lebensmittelproduktion und die Wertschöpfung der Lebensmittel aufgeklärt ist. Das haben wir uns von *Land schafft Leben* zur Aufgabe gemacht.

Auf welche Herausforderungen treffen Sie beim Austausch mit den Konsumentinnen und Konsumenten?

Hannes Royer: Das Bild, das wir von der Lebensmittelproduktion haben, wird durch Werbung und Skandalisierung leider häufig verzerrt: Während uns die Werbung eine märchenhafte Bauernhofidylle vorgaukelt, skandalisieren einige Berichterstattungen. Beides entspricht nicht der Realität, die Wahrheit liegt in der Mitte. Die Herausforderung ist, diese Wahrheit herauszuarbeiten, einzuordnen sowie transparent und ohne zu werten an die Konsumentinnen und Konsumenten zu bringen.

Maria Fanninger: Genau, denn nur so haben die Menschen auch wieder eine Chance, eigenständig etwas zu verändern. Extreme Werbung und Skandalisierung nehmen ihnen diese Möglichkeit: Die Werbung suggeriert, dass es gar keinen Bedarf gibt, etwas zu verändern, und Skandalisierung mündet häufig bloß in Resignation, da uns die Herausforderungen unserer Lebensmittelproduktion ausweglos erscheinen.



Der Kauf regionaler Lebensmittel trägt wesentlich zur Erhaltung des österreichischen Lebensraums bei.

2016 sind Sie das erste Mal mit dem Verein in die Öffentlichkeit getreten, weshalb Sie heuer Ihr fünfjähriges Jubiläum feiern. Zeit für ein Resümee: Was sind die bisherigen Meilensteine des Vereins?

Hannes Royer: Ein Meilenstein in unserer Recherche war unter anderem das Schwein. Über zwei Jahre haben wir uns intensiv mit der österreichischen Schweinehaltung auseinandergesetzt. Gerade die Schweinebranche ist aufgrund niedriger Standards unter enormem gesellschaftlichen Druck. Wir haben es mit unserer Recherche – trotz großem Widerstand unter anderem aus der Branche – geschafft, einen neutralen Ist-Zustand zum Schwein, dessen Haltung und dem Konsum des Fleisches zu präsentieren. Solche umfassenden Informationen über die ganze Wertschöpfungskette findet man sonst kaum.

Maria Fanninger: Im Rahmen unserer Arbeit haben wir bereits 21 österreichische Lebensmittel recherchiert und deren Weg von der Landwirtschaft über die Verarbeitungsbetriebe bis in die Gastronomie und den Handel verfolgt. Vor Kurzem haben wir den Senf veröffentlicht: ein kleines Korn mit großer Wirkung! Jede Veröffentlichung ist ein Highlight für sich, denn dahinter stecken monatelange Recherchen sowie unzählige Hintergrundgespräche und Interviews mit Expertinnen und Experten aus der Branche. Nicht zu vergessen ist natürlich unsere Bildungsoffensive. Im Rahmen derer stellen wir allen Pädagoginnen und Pädagogen kostenlos umfangreiches Unterrichtsmaterial rund um die Lebensmittelproduktion und Ernährung zur Verfügung.

Das klingt interessant. Können Sie diesen Lebensmittelschwerpunkt in Österreichs Schulen noch weiter ausführen? Was kann man sich darunter genau vorstellen?

Maria Fanninger: Lebensmittel sind die Basis für die Erhaltung unserer eigenen Gesundheit und der unseres Lebensraumes. Ein



Der Verein Land schafft Leben stellt im Rahmen seiner Bildungsoffensive Pädagoginnen und Pädagogen kostenlos umfangreiches Unterrichtsmaterial rund um die Lebensmittelproduktion und Ernährung zur Verfügung.

Grundwissen über Lebensmittel zu haben, ist genauso wichtig wie Lesen, Schreiben und Rechnen. Das Wissen rund um Lebensmittel, Ernährung und Konsum hängt oftmals stark von den Eltern ab.

Es kann und will aber auch in der Schule gelernt werden. Zu diesem Zweck haben wir mit Unterstützung der neun Bildungsdirektionen eine bundesweite Offensive gestartet, in deren Rahmen Pädagoginnen und Pädagogen kostenlos umfangreiches Material zur Verfügung gestellt wird, um Lebensmittelwissen, Ernährungsbildung und Konsumkompetenz in ihren Unterricht integrieren zu können. Für mich als Wirtschaftspädagogin und Mutter ist es nicht nur ein persönliches Anliegen, sondern auch eine gesellschaftliche Notwendigkeit, unsere Kinder bereits früh mit Wissen rund um Lebensmittel auszustatten.

Der Land schafft Leben-Podcast:
www.landschafttleben.at/podcast

Fotos: Land schafft Leben

Wer nichts weiß, muss alles essen

Lebensmittel sind nichts Beiläufiges. Produktionsbedingungen bestimmen über Nachhaltigkeit, Qualität und gesundheitlichen Wert. Wie sind wir in Österreich in dieser Hinsicht aufgestellt? Was bewegt uns aktuell und in Zukunft, wenn es um unser tägliches Brot geht? Über aktuelle Themen rund um Lebensmittel und deren Produktion sprechen Hannes Royer und Maria Fanninger gemeinsam mit österreichischen Persönlichkeiten im wöchentlichen *Land schafft Leben*-Podcast „Wer nichts weiß, muss alles essen“. Denn Essen geht uns alle an. Jeden Tag aufs Neue. Der Podcast ist auf allen gängigen Kanälen verfügbar.





Unterricht für Kopf, Herz und Hand

Claudia Olinowetz und Anna Schlatter

Den Schulalltag zu einem unvergesslichen Erlebnis machen, dafür steht das Projekt „Schule am Bauernhof/Alm“.

Als vor mehr als 20 Jahren die Initiative zum Lernort Bauernhof ins Leben gerufen wurde, waren die Beweggründe ähnlich denen heute. Während früher der Bauernhof noch am Schulweg, in den Ferien oder über die Verwandtschaft selbstverständlich erlebt werden konnte, ist dieser heutzutage eine fremde Welt geworden. Kindern und Jugendlichen fehlt der Bezug zu unseren Lebensmitteln, deren Produktion und dem bäuerlichen Leben.

Im Rahmen von „Schule am Bauernhof“ wird Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit geboten, das Klassenzimmer mit dem Lernort Bauernhof zu tauschen und dabei eine unvergessliche Zeit in der Natur zu verbringen. Geschulte Bäuerinnen und Bauern geben den Kindern und Jugendlichen direkt vor Ort Einblick in ihre tägliche Arbeit und zeigen so ein unverfälschtes Bild unserer heimischen Land-, Forst- und Almwirtschaft. Der Schwerpunkt liegt darin, den zukünftigen KonsumentInnen die Lebensmittelproduktion und deren Ursprung praxisnah zu vermitteln.

Jeder Bauernhof ist individuell und so präsentieren sich auch die verschiedensten Angebote. „Schule am Bauernhof“ steht für kreatives Lernen, sinnliche Erfahrungen und nachhaltige Impulse.

Das Motto spricht für sich: „Wir sind eine Schule, die keine Schule ist, wie man sie kennt! Das Schulgebäude ist die freie Natur, das Klassenzimmer ist der Acker, die Wiese, der Wald und das Stallgebäude. Unsere Lehrenden sind die Pflanzen, die Tiere und die Menschen, die auf dem Hof leben.“

Direktes Erleben und selbständiges Tun stehen im Vordergrund. Auf den zertifizierten Höfen wird praktisch vorgezeigt, wie beispielsweise aus Milch Käse, aus Korn Brot oder aus Apfel Saft wird. Weiteres spielen das Kennenlernen von Tieren und die Mitarbeit am Bauernhof eine große Rolle.

Die Betriebe

Eine positive Grundeinstellung zur Arbeit in der Landwirtschaft sowie Freude und Geschick beim

Umgang mit Kindern sind das Wichtigste für die Durchführung von „Schule am Bauernhof“. Um Anbieter werden zu können, gilt die Absolvierung eines Zertifikatslehrganges als Basis. Voraussetzung dafür ist, dass der Betrieb aktiv bewirtschaftet wird, kein Hobbybetrieb vorliegt und eine landwirtschaftliche Grundausbildung oder Praxiserfahrung nachgewiesen werden kann. Nach Abschluss des Ausbildungslehrganges, einer Sicherheitsberatung und einem Betriebscheck erfolgt die Aufnahme zum Projekt. Mit der Unterzeichnung des Lizenzvertrages darf die Marke „Schule am Bauernhof“ geführt werden.

In Österreich gibt es derzeit rund 500 aktive Betriebe, die beim bundesweiten Projekt „Schule am Bauernhof“ mit dem gleichnamigen Bildungsangebot für Kinder und Jugendliche teilnehmen. Jährlich besuchen rund 14.500 Kinder und Jugendliche bei rund 850 Lehrausgängen Österreichs Bauernhöfe und Almen.

Die Zielgruppen

Kinder und Jugendliche ab drei bis 19 Jahren haben die Möglichkeit, bei Lehrausgängen auf dem Bauernhof der Landwirtschaft hautnah zu begegnen. Aber nicht nur Kinder und Jugendliche in Kindergärten, Schulklassen, Horten und Sonderpädagogischen Zentren gehören zur Zielgruppe. Auch PädagogInnen und angehende PädagogInnen können die Angebote von „Schule am Bauernhof“ nutzen, um ihr Wissen rund um die Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion zu stärken.

Angebote für Kindergärten und Schulen

Das Angebot von „Schule am Bauernhof“ variiert je nach Betrieb und reicht von Halbtagesexkursionen bis hin zu Projektwochen.



Die Programme werden auf Alter und Interessen der TeilnehmerInnen abgestimmt.

Bauernhoftag – „Begegnung mit der Landwirtschaft“

Dieser Hofbesuch gibt Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit, das Geschehen am Bauernhof direkt mitzerleben. Dabei dürfen die Kinder und Jugendlichen selbst aktiv sein (z.B. Füttern, Ausmisten, Anbau und Ernte der Früchte, ...)

Bauernhofwoche – „Landwirtschaft hautnah und rund um die Uhr erleben“

Die Bauernhofwoche ist ein ideales Zusatzangebot für Schulen und eine beliebte Alternative zu den Landschulwochen. Die Kinder und Jugendlichen wohnen am Bauernhof, werden dort gepflegt und bekommen so Einblicke in die ökologischen Zusammenhänge. Sie werden in die bäuerliche Familie und ihren Tagesablauf aktiv integriert.

Erlebnis Alm

Das Angebot „Erlebnis Alm“, welches vereinzelt in Österreich angeboten wird, verspricht eine Erfahrung der ganz besonderen Art, der Lernort wird in die freie Natur, auf die heimischen Almen verlegt.

Förderungen

Im österreichischen Programm für die ländliche Entwicklung werden unter anderem Förderungen für agrarpädagogische Maßnahmen angeboten. Qualifizierte Betriebe können somit für Hofbesuche im Rahmen von „Schule am Bauernhof“ Fördermittel beziehen.

Dialog mit der Gesellschaft

Der Dialog mit der Gesellschaft ist allen Projektbeteiligten ein wichtiges Anliegen. Die Kommunikation mit der Gesellschaft und somit mit den KonsumentInnen ist in allen Bereichen der Landwirtschaft ein wichtiges Thema und spielt gerade in der Lebensmittelproduktion eine wesentliche Rolle. Heimische Lebensmittel bereichern nicht nur unseren Speiseplan und tragen zu



einer gesunden Ernährung bei. Es gibt auch eine Vielzahl an Zusatzleistungen, die dadurch erbracht werden. So sind Wiesen, Weiden und Äcker nicht nur Voraussetzung für die Produktion, sie sind auch ein wichtiger Teil des abwechslungsreichen Charakters unserer Kulturlandschaft und der Artenvielfalt. Man darf nicht davon ausgehen, dass jeder und jede über die Bedeutung der regionalen Produktion und den damit verbundenen Leistungen Bescheid weiß. Das zeigen auch sämtliche Umfragen. Daher ist es wichtig, über regionale Lebensmittel und deren Produktion zu sprechen. Gerade für die Zielgruppe Kinder und Jugendliche gilt es, diese in einer Phase, in der Essgewohnheiten geprägt werden, für regionale Lebensmittel zu sensibilisieren, um ihnen die Möglichkeit zu bieten, bewusste KonsumentInnen von morgen zu werden. Zudem ist es auch wichtig, das PädagogInnen die Angebote nutzen, um ihr Wissen zu diesen Themen zu erweitern und im Unterricht integrieren zu können.

Ziele des Projekts sind, dass ein authentischer Einblick in die heimische Landwirtschaft, das lebensechte Vermitteln des Arbeitsalltages sowie der Lebensmittelproduktion einen höheren Bezug bzw. eine höhere Wertschätzung nach sich ziehen und sich auf das Einkaufs- sowie Ernährungsverhalten auswirken. Durch die positiven Rückmeldungen

seitens der Schulen und einigen Gelegenheiten zur öffentlichen Präsentation der Angebote erfahren diese großen Zuspruch und Beliebtheit.

Herausfordernd ist es, diese speziellen Angebote weiterhin gut zu positionieren und zu stärken, denn die Schulen sind mit vielen außerschulischen Angeboten aus den unterschiedlichsten Sparten konfrontiert und werden mit einer Flut an teilweise fälschlichen Informationen überschüttet. Es muss allen Beteiligten gelingen, dieses für uns alle so wichtige Thema Landwirtschaft weiterhin gut vermitteln und eine nachhaltige Wirkung erzielen zu können.

Weitere Informationen zum Projekt gibt es bei den AnsprechpartnerInnen der Landwirtschaftskammern und den Ländlichen Fortbildungsinstituten Österreichs, sowie auf der Homepage www.schuleambauernhof.at.

Fotos: INBILD/Anna Pailer

Anna Schlatte, ABL und
Claudia Olinowetz BEd
Landwirtschaftskammer Kärnten
Museumgasse 5
9020 Klagenfurt am Wörthersee
T +43 463/5850-1391
www.schuleambauernhof.at
<https://ktn.lko.at/>



Wald vereint – Waldbilder der Zukunft

Ein Rückblick auf eine Veranstaltung am 30. Oktober 2021

Siegfried Weberhofer (Steiermark) ist Projektteilnehmer und Servicebetrieb des Projektes „Wir schauen auf unsere Wälder“. Und er hat eine Vision:

Im Rahmen einer Veranstaltung wollte er nicht nur seinen Berufskollegen, den WaldbewirtschafterInnen, sondern der Gesellschaft generell den Wert der heimischen Wälder nahe bringen. Er ist überzeugt davon, dass Maßnahmen, wie liegendes Totholz im Wald zu belassen oder das Anlegen von Feuchtbiotopen wichtige Ansätze sind, um die Vielfalt im Wald zu fördern. Diese wichtige Aufgabe, die von den WaldbewirtschafterInnen wahrgenommen wird, will er vielen Leuten näherbringen. Als Teilnehmer des Projektes „Wir schauen auf unsere Wälder“, das ein bewusstes Hinsehen fördert, war er selbst überrascht, welche großartige Vielfalt in seinem Wald vorhanden ist. Die Bewirtschaftung steht dabei nicht im Widerspruch zur Förderung der Biodiversität, so bringt z.B. die Holzernte Licht in Bestände und es können Pflanzen keimen, die im Dunkeln niemals gewachsen wären. Wertvolle Biotopbäume werden jedoch stehen gelassen.

Ungefähr 70 Personen, darunter ca. 20 WaldbäuerInnen, sind dem Aufruf von Herrn Weberhofer gefolgt und haben am 30. Oktober 2021 an diesem „Waldspaziergang“ teilgenommen. Der Wald von Herrn Weberhofer hat Einiges zu bieten: von Feuchtbiotopen über eine großartige Baumartenvielfalt bis hin zu einem gewaltigen Veteranenbaum. An verschiedenen Stationen kamen unterschiedlichste Akteure zu Wort, neben der EU Abgeordneten Simone Schmiedbauer, der Obmann des Waldverbandes, des Alpenvereines auch der Bezirksjägermeister. FachexpertInnen vom Bundesforschungsinsitut Wald, Landwirtschaftskammer Steiermark u.v.m. beantworteten Fragen der TeilnehmerInnen. Sie alle betonten die Bedeutung eines gesunden Waldes und des aktiven Tuns der WaldbäuerInnen, um diesen zu erhalten, auch um die unterschiedlichsten Bedürfnisse der Gesellschaft, wie z.B. Erholung und Sport im Wald erfüllen zu können. Sogar ein eigenes Infomagazin mit dem Titel WALDVEREINT wurde veröffentlicht.

Das Projekt wird unterstützt von der Europäischen Union, Bund und Ländern

Mehr unter

www.biodiversitaetsmonitoring.at

P.b.b.,
Erscheinungsort Wien,
Verlagspostamt 1040 Wien



Foto oben: Waldverband Steiermark/Handlos, unten: ÖKL

