

Die Wirkung des Biosphärenparks auf regionale Wirtschaftskreisläufe – analysiert am Beispiel des Wienerwald Weiderindes

The impact of the UNESCO biosphere reserve on regional economic cycles – analysed on the cooperation project Wienerwald Weiderind

Wibke STRAHL

Zusammenfassung

Im Rahmen eines StudentInnen-Projektes zur Entwicklung ländlicher Räume im SS 2008 am Institut für Raumplanung und ländliche Neuordnung der Universität für Bodenkultur wurde am Beispiel des Biosphärenparks Wienerwald der Fragestellung nachgegangen, ob und inwieweit mit Hilfe dieser Schutzgebietskategorie innovative und nachhaltige Projekte initiiert werden können, die einen wirtschaftlichen Mehrwert für die Region erbringen. So wurde am Beispiel des Kooperationsprojektes „Wienerwald Weiderind“ mit Hilfe von Tiefeninterviews zum einen mit drei ProjektteilnehmerInnen sowie zum anderen mit zwei verantwortlichen ExpertInnen versucht Antworten zu finden. Basierend auf der Analyse der Erhebungsergebnisse ließ sich feststellen, dass Biosphärenparks hilfreich bei der Initiierung von regionalen Projekten sind, um jedoch mit deren Hilfe regionale Wirtschaftskreisläufe anzukurbeln, bedarf es der Initiative der einheimische Bevölkerung.

Schlagnworte: Regionalentwicklung, Biosphärenpark, agrarische Produktvermarktung, Innovation, regionale Wertschöpfung

Erschienen 2010 im *Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie*, Band 19(1): 81-90. On-line verfügbar: <http://oega.boku.ac.at>

Summary

As a part of a student project for the development of rural areas in the summer semester 2008 at the Institute of Spatial Planning and Rural Development of the University of Natural Resources and Applied Life Sciences the research question whether and to what extent this protected area category is a promoter for regional development was examined by the example of the Biosphere Reserve Wienerwald. Based on the example of the cooperation project Wienerwald Weiderind in-depth interviews were conducted with three project participants and with two responsible experts in order to draw conclusions from the interview results for the research question. Thus, biosphere reserves are useful for the initiation of regional projects, but local people must act on its own for a successful and sustainable project implementation. **Keywords:** regional development, biosphere reserve, agricultural product marketing, innovation, regional value added

1. Einleitung und Überblick

Das aus den fünf Tiefeninterviews gewonnene und verarbeitete Datenmaterial bildete die empirische Basis der in diesem Beitrag nachgegangenen Forschungsfrage: „Inwiefern tragen Biosphärenparkprojekte zur regionalen Wertschöpfung bei?“.

Das Schutzgebietsinstrument Biosphärenpark, bei dem aufgrund der Ausweisung unterschiedlicher Zonen Schutz und Nutzen gleichsam nebeneinander möglich ist, müsste sich dabei besonders für die Initiierung von Projekten zur Ankurbelung regionaler Wirtschaftskreisläufe eignen. Es gibt zahlreiche Best-Practice-Beispiele im In- und Ausland, wo das Konzept „Biosphärenpark“ als Impulsgeber für die Entwicklung von Regionen dient. In diesem konkreten Fall hat sich der Biosphärenpark Wienerwald zur Stärkung der regionalen Wirtschaft besonders auf die Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte spezialisiert. Es werden somit direkt die LandwirtInnen angesprochen, um durch eine gemeinsame Vermarktung ihrer qualitativ hochwertigen Produkte einen Beitrag für sich selbst aber auch für die Entwicklung der Region, in der sie leben und wirtschaften, zu erzielen.

Die Beantwortung der Forschungsfrage erfolgt im Kapitel 4 nachdem zuvor im Kapitel 3 die einzelnen Teilergebnisse näher erörtert werden. Vorweg wird in Kapitel 1 eine theoretische Ausgangsbasis geschaffen

sowie in Kapitel 2 der methodische Rahmen der Analyse geliefert.

1.1 Biosphärenpark Wienerwald²

Der Wienerwald ist gekennzeichnet von einer großen landschaftlichen Vielfalt. Neben den geologischen und klimatischen Gegebenheiten, ist nach wie vor die agrarische Nutzung landschaftsprägend. So umfasst er nicht nur Waldflächen sondern auch offene Kulturlandschaft wie Wiesen, Weiden, Weingärten und Äcker. Die landwirtschaftlichen Ertragsflächen sind gekennzeichnet von wechselnden Bodenverhältnissen, relativ geringen Niederschlagsmengen und kleinen Strukturen, die zu ungünstigen Produktionsvoraussetzungen führen. Dies hat zur Folge, dass es sich bei der Bewirtschaftung der Wienerwaldflächen um eine extensive, wenig ertragreiche Landwirtschaft handelt (vgl. STEURER, 2008, 30). Nichtsdestotrotz sind die Grünlandbestände des Wienerwaldes sehr artenreich, was zur Folge hatte, dass die UNESCO ihn 2005 zum Biosphärenpark deklarierte. Die Bundesländer Wien und Niederösterreich entschieden sich bewusst für diese Schutzgebietskategorie, da der Wienerwald nicht nur landschaftliches Naturerbe sondern auch Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum für nahezu 750.000 EinwohnerInnen ist. Der Biosphärenpark unterliegt einer dreistufigen Zonierung in Kern-, Pflege- und Entwicklungszone. Die Kernzone ist dem klassischen Naturschutz vorbehalten um möglichst naturnahe Lebensräume zu erhalten, sie umfasst innerhalb des Biosphärenparks Wienerwald ca. fünf Prozent der Fläche von insgesamt 105.645 ha. Innerhalb der Pflegezone mit einer Ausdehnung von ca. 19 Prozent sind ökologisch nachhaltige Aktivitäten und Nutzungsformen (Viehzucht, Landwirtschaft, Tourismus, Holznutzung, etc.) erlaubt. In ihr stecken die größten Potentiale für die Erzeugung und Vermarktung von Bioprodukten. Die Entwicklungszone, welche die restliche Fläche von 76 Prozent ausmacht, hingegen ist Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum und schließt ausdrücklich Siedlungsbereiche mit ein.

² <http://www.bpww.at>

1.2 Kooperationsprojekt Wienerwald Weiderind

Das Projekt Weiderind wurde 2005 vom Biosphärenpark Wienerwald Management initiiert. Projektträger ist der Verein Vermarktungsgemeinschaft Wienerwald, welcher sich aus DirektvermarkterInnen, LandwirtInnen sowie Gastronomie- und Gewerbebetrieben zusammensetzt. Die Vermarktungsgemeinschaft beauftragte bereits zu Projektbeginn das Österreichische Kuratorium für Landtechnik und Landentwicklung (ÖKL) für die Koordination und weitere Projektentwicklung. Fördergeber ist der Niederösterreichische Landschaftsfonds, wobei die Landwirtschaftskammer des selbigen Bundeslandes Projektinitiator und -begleiter war, indem sie potentielle LandwirtInnen als ProjektteilnehmerInnen beriet und ihre Unsicherheiten beiseite räumte (vgl. BECK et al., 2008, 61).

Das Ziel der Projektidee ist einerseits die Vermarktung von qualitativ hochwertigem Rindfleisch zur Erzielung eines regionalen Mehrwerts und andererseits die aktive Zusammenarbeit zwischen LandwirtInnen, Gewerbetreibenden und Naturschutz im Biosphärenpark zu fördern. Das Besondere und Wegweisende an diesem Projekt ist die Tatsache, dass die Agrarier eng mit dem Naturschutz zusammenarbeiten. So verpflichten sie sich die Produktionsrichtlinien der Agrarmarkt Austria (AMA) sowie darüber hinausgehende Auflagen bezüglich Tier- und Naturschutz einzuhalten. Gleichzeitig wird ihnen durch das Weiderind Projekt ein Zusatzverdienst zu den üblichen Agrar-Umweltprämien etc. gegeben, um ihren Betrieb auch weiterhin im Nebenerwerb zu führen. Zudem bleiben durch die extensive Beweidung³ die Wiesen des Wienerwaldes als prägendes Landschaftselement erhalten. Ein anderer positiver Nebeneffekt des Projektes ist, dass aufgrund kurzer Transportwege zur Schlachtung ein Beitrag zum Klimaschutz geleistet wird, da alle Betriebe innerhalb der Region liegen und somit zwischen LandwirtInnen und dem Fleischer als verarbeitender und vermarktender Betrieb eine Entfernung von maximal 30 km nicht überschritten wird (vgl. BECK et al., 2008, 60).

³ Weiderinder müssen bspw. zumindest 200 Tage ihres Lebens auf Weideflächen des Biosphärenparks Wienerwaldes verbringen und dürfen nur heimisches, gentechnikfreies Futter erhalten (vgl.: www.wienerwald-weiderrind.at).

2. Datenmaterial und Methodik

Aufbauend auf einer umfangreichen Literaturanalyse wurde weiterführend zur Beantwortung der Forschungsfrage auf die Methodik des qualitativen, leitfadengestützten Interviews der empirischen Sozialforschung zurückgegriffen. Dafür wurden Teilforschungsfragen gebildet nach denen die Interviews in Themenbereiche untergliedert wurden:

- Welche Kooperationen bestehen innerhalb des Projektes Weiderind?
- Was war der Auslöser zur Projektbeteiligung?
- Trägt das Projekt nachweisbar zur regionalen Wertschöpfung bei?
- Wie bekannt ist es in der Region und wie erfolgreich wird es vermarktet?

Mit Hilfe der Beantwortung dieser Teilforschungsfragen wurde nachfolgend versucht Rückschlüsse auf die Hauptforschungsfrage zu ziehen. Dafür wurden die Antworten der befragten Personen einer qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen um die Variationsbreite an Motiven zur Projektteilnahme bis hin zur möglichen Erreichung einer regionalen Wertschöpfung durch das Projekt zu erfassen und gegebenenfalls Zusammenhänge aufzudecken.

2.1 Interviewter Personenkreis

Es wurden fünf qualitative Interviews mit am Projekt Weiderind beteiligten Kooperationspartnern durchgeführt. Dabei wurde besonderer Wert darauf gelegt, dass der interviewte Landwirt im Nebenerwerb tätig ist, da er als Repräsentant für alle LandwirtInnen der Region steht und es im Wienerwald kaum Vollerwerbsbetriebe gibt. Weiters sollte der landwirtschaftliche Betrieb aus dem Zentrum der Biosphärenparkregion sein, hingegen der befragte Gastronom sich in Randlage des Wienerwaldes befinden, um zum einen den Bekanntheitsgrad des Projektes und zum anderen das Funktionieren der Kooperationen untereinander überprüfen zu können. Der Fleischereibetrieb wurde als Schnittstelle zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen befragt und war zudem seit Projektbeginn und Umsetzung im großen Maße beteiligt. Die beiden ExpertInnen-Interviews wurden mit je einer Repräsentantin des ÖKLs und der Biosphärenpark Management GmbH geführt, die beide als Koordinator und Projektwegbereiter fungieren. Im nachfolgenden Kapitel 3 wird auf die Antworten aus den einzelnen Interviewerhebungen Bezug genommen.

3. Ergebnisse

Die Ergebnisse basieren auf einer qualitativen Inhaltsanalyse aller fünf durchgeführten Tiefeninterviews. Signifikant im statistischen Sinne sind die Ergebnisse aufgrund der geringen Anzahl nicht. Doch durch die gezielte Interviewauswahl von je einem Vertreter aller Projektbeteiligten wurde ein inhaltlicher Querschnitt erzielt. Gegenwärtig (Sommer 2008) nehmen 15 LandwirtInnen und ca. 30 Gastronomen am Projekt teil. Eine stärkere Repräsentativität der Ergebnisse würde erzielt werden, wenn zumindest jeweils die Hälfte aller Projektpartner befragt worden wäre, dies war jedoch aufgrund der Rahmenbedingungen eines Projektseminars nicht möglich.

Basierend auf der Strukturierung der Tiefeninterviews nach Themenbereichen, abgeleitet aus den Teilforschungsfragen, werden die Ergebnisse der Befragung nachfolgend einzeln in vier Unterkapiteln dargestellt. Anhand dieser Ergebnisse wird weiterfolgend versucht die Hauptforschungsfrage zu beantworten.

3.1 Motive zur Projektteilnahme

Die Motive sich am Projekt Weiderind zu beteiligen sind bei allen InterviewpartnerInnen der sich daraus ergebende höhere Erlös. Der Landwirt bekommt für das Qualitätsprodukt Weiderind 60 Cent pro kg Fleisch über dem Normalpreis, was in etwa einen höheren Erlös von 200 € pro Rind beträgt.

Beim Fleischer handelt es sich um einen kleinen traditionellen Betrieb. Mit dem qualitativ hochwertigen Weiderindfleisch als Nischenprodukt hat er die Möglichkeit gegenüber technisierten Großbetrieben im freien Wettbewerb zu bestehen und seinen Betrieb traditionsbewusst fortzuführen, da Qualitätsprodukte im Gegensatz zu konventionell erzeugter Massenware einen Preismarge erzielen.

Der Gastronomiebetrieb sieht durch die Teilnahme Vorteile im Produktmarketing, da durch das Angebot regionaler Produkte der Bekanntheitsgrad des Unternehmens steigt. So gab es vermehrt Gästeanfragen nach dem Wienerwald Weiderindfleisch.

Das ÖKL sowie das Biosphärenpark Management sind fortwährend auf der Suche nach neuen Kooperationspartnern, v.a. LandwirtInnen um die Nachfrage nach Qualitätsrindfleisch befriedigen zu können.

3.2 Kooperationen

Die Auswertung der Interviews zeigte, dass die „Kooperationskette“ zwischen den einzelnen ProjektpartnerInnen vertieft werden sollte. Die LandwirtInnen und Gastronomen haben einen direkten Kontakt nur zum Fleischer, indem die einen die Weiderinder zum Schlachten liefern und die anderen für die Nachfrage sorgen, um das Weiderindfleisch auf ihrer Speisekarte anzubieten. Untereinander besteht jedoch kein Kontakt.

Der Fleischereibetrieb übernimmt im Projekt eine zentrale Rolle (siehe Abbildung 1).

So haben das Biosphärenpark Management und das ÖKL auch nur einen direkten Kontakt zum Fleischer, nicht aber zu den

ProduzentInnen. Damit droht der Zusammenbruch der Kette, sobald der Fleischer einmal ausscheiden sollte. Zudem wäre ein zweiter Betrieb durchaus sinnvoll um dem Quasimonopol des Fleischers entgegenzuwirken. Sollte die Nachfrage und respektive das Angebot am Wienerwald Weiderind zunehmen, wären in absehbarer Zeit die Kapazitätsgrenzen des Fleischers erreicht. Eine weiterführende Vernetzung zwischen allen Projektbeteiligten ist durchaus erstrebenswert, um einen breiteren Austausch untereinander zu sichern.

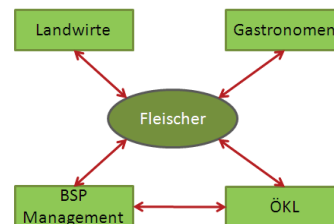


Abb. 1: Schema über bestehende Projektkooperationen

Quelle: Eigener Entwurf

3.3 Regionale Wertschöpfung

Ein Mehrwert des Projektes ist aufgrund der höheren Erlöse, die die LandwirtInnen für das Weiderindfleisch erzielen bereits messbar. Eine Steigerung in der Produktnachfrage wurde von derer Seite, Bezug nehmend auf die ÖKL-Fragebogenerhebung, jedoch noch nicht bemerkt, auch der Gastronom habe keine signifikante Steigerung seiner Einnahmen durch das Weiderindfleisch feststellen können. Der Fleischereibetrieb hingegen sieht eine Absatzsteigerung durch den erzielten höheren Produktpreis beim Weiderind. Von Seiten des Biosphärenpark Managements sowie des ÖKLs ist bislang noch keine signifikante Wertschöpfung auszumachen, was darauf zurückzuführen ist, dass das Projekt Weiderind aufgrund seiner überschaubaren Größe

vergleichsweise nur geringfügig auf die Regionalökonomie einwirken kann. Dennoch sehen beide Potential im Projekt, dafür müssten sich aber mehr LandwirtInnen beteiligen um ein größeres und gleichmäßigeres Angebot zu schaffen. So stand beispielsweise die Projektidee schon einmal im Raum, dass Weiderindfleisch in den Merkurmärkten der Region anzubieten. Diese konnte aber aufgrund von Lieferengpässen nicht verwirklicht werden. Es werden gegenwärtig ca. drei Tiere pro Woche geschlachtet, dies entspricht ca. 150 Rindern pro Jahr.

3.4 Vermarktung und Bekanntheitsgrad

Die Inwertsetzung regionaler Potenziale ist eng gekoppelt an die Produktvermarktung sowie dem Bekanntheitsgrad des Weiderinds. Das Marketing weist durchaus Defizite auf, die sich in der Projektbekanntheit widerspiegeln und sollte professionalisiert werden (strategisch und operativ). So wird die Vermarktung bei den LandwirtInnen und Gastronomen vorwiegend als Aufgabe des Biosphärenpark Managements und ÖKLs gesehen. Diese wiederum haben nur ein begrenztes Budget für Homepagepräsenz, Zeitungsberichte, TV-Auftritte (ORF: Frisch gekocht), etc. zur Verfügung, so dass sie sich mehr Eigeninitiative (z.B. Präsenz auf Wochenmärkten, Flyer, Mundpropaganda, usw.) auf Seiten der ProduzentInnen wünschen, um das Projekt bekannter zu machen und weiterzuentwickeln. So kennzeichnen manche LandwirtInnen nicht einmal ihre Betriebe dahingehend, dass sie Wienerwald Weidrinder halten und am Projekt beteiligt sind. Ebenso fehlt es oftmals an der Selbstvermarktung des Projektes, auch ein Bewusstsein für regionale Wirtschaftskreisläufe (Stichwort: Einkaufen in der Region) ist auf Seiten aller Beteiligten noch nicht vorhanden. So sind die am Weiderind Projekt beteiligten Betriebe primär Produzenten und haben ihre Rolle als potentielle Konsumenten anderer regionaler Produkte noch nicht wahrgenommen, um infolgedessen regionale Wirtschaftsketten aufzubauen und das Bruttoregionalprodukt zu steigern. Ein weiteres Manko ist die fehlende Professionalisierung auf Seiten des Vertriebs. So verfügt der Fleischer über keinen Email-Kontakt, das Faxgerät funktioniert nicht und die Homepage wird nicht fortlaufend aktualisiert. Darüber hinaus gibt es kein einheitliches Logo für das Projekt. So erscheint neben dem Wienerwald Weiderind Symbol gleichzeitig das Biosphärenpark Wienerwald-Logo, das Logo der Vermarktungsgemeinschaft Wienerwald „Gutes zum Genießen“, der Genussregion zu

welchem das Weiderind im August 2008 ebenfalls erklärt wurde, usw. Das Prekäre daran aber ist, dass die/der Konsument/in sich aufgrund der Logo-Vielfalt nicht mehr auskennt. Eine einheitliche Linie mit einem einheitlichen Logo wäre hierbei zielführend um das Produkt besser zu vermarkten und seinen Bekanntheitsgrad zu steigern. Dieser ist bislang noch zu gering vorhanden. So weiß die einheimische Bevölkerung mitunter nicht einmal, dass in ihrer Region LandwirtInnen leben, wirtschaften und regionale Produkte vermarkten.

4. Schlussfolgerungen

Die wesentlichste Erkenntnis war, dass die Projektidee und das darin liegende Entwicklungspotential des Biosphärenpark Managements nur dann nutzbar und langfristig erfolgreich ist, wenn sie auf freiwilliger und bewusster Beteiligung der einheimischen Bevölkerung basiert und von dieser selbst getragen wird, was wiederum ein aufrichtiges Interesse für das Projekt voraussetzt. Nur so können Projekte zu einem regionalen Mehrwert beitragen. Zudem muss Bewusstseins- und Vermarktungsarbeit geleistet werden, nicht nur auf Seiten der ProduzentInnen, sich aktiv im Projekt mit einzubringen, sondern ebenso bei den KonsumentInnen, die entstandenen Produkte auch anzunehmen.

Der Biosphärenpark ist hilfreich bei der Initiierung und Steuerung von Projekten (top-down approach), doch die regionale Bevölkerung selbst ist gefordert bei der Umsetzung und der Frage nach der Beständigkeit eines Projekts (bottom-up approach). Eine ausgewogene Balance zwischen beiden ist entscheidend für den langfristigen Erfolg einer Projektidee (s. auch HAMMER und SIEGRIST, 2008, 157).

Damit das Projekt Weiderind ein Selbstläufer wird, braucht es Zeit, ein professionelles Marketing, eine regionale Identität sowie der Wille zur verstärkten Kooperation. Der Biosphärenpark allein ist kein regionaler Entwicklungsmotor, er setzt durch die Initiierung von Projektideen jedoch Entwicklungsimpulse, die es gilt von allen Projektbeteiligten in Eigeninitiative umzusetzen und innerhalb der Gesellschaft zu verankern (Selbstvermarktung, Sensibilisierung der Lokalbevölkerung für regionale Produkte, etc.) um regionale Wirtschaftskreisläufe in Gang zu setzen, damit Wertschöpfung und Kaufkraft in der Region verbleibt und einen langfristigen Mehrwert für ihre BewohnerInnen erzielt.

Darüber hinaus kann eine signifikante regionale Wertschöpfung erst ab einer gewissen Zeit und Projektgröße erzielt werden, bei der Angebot und Nachfrage gesichert sind, so dass keine Lieferengpässe auftreten

und das Weiderindfleisch nicht nur beim Fleischer, den Gastronomiebetrieben und zwei ausgesuchten Feinkostläden bezogen werden kann. Des Weiteren würde sich durch ein größeres Angebot auch der Bekanntheitsgrad steigern. Für die Nachhaltigkeit des Projektes wäre es zudem förderlich, wenn die derzeitig vorherrschende subjektive Sichtweise der Projektbeteiligung einer gemeinschaftlichen Betrachtung als Basis regionaler Wirkungsketten weichen würde. Der Ausbau von Kooperationsketten ist dabei maßgeblich, dafür sind gegenseitiges Vertrauen sowie der Wille etwas gemeinsam zu erreichen (Aufbau eines Wir-Gefühls im Sinne von Ausbildung einer regionalen Identität) von immenser Bedeutung.

Abschließend lässt sich feststellen, dass das Schutzgebietsinstrument Biosphärenpark durchaus hilfreich bei der Initiierung von Regionalprojekten ist, Entwicklungsmotoren hingegen sind die aktiven ProjektteilnehmerInnen selbst. Was bei diesem Projekt nicht außer Acht zu lassen ist, ist neben der regionalen Wertschöpfung, auch der landschaftliche Pflegeeffekt durch den Erhalt der Wienerwald Landschaft, der aufgrund der extensiven Weidehaltung erzielt wird.

Literatur

- BECK, D., HELLEIN, B., MAYER, A., STRASSER, I. und ZRAUNIG, K. (2008): Der Beitrag der Partnerbetriebe zum Biosphärenpark Wienerwald. Seminararbeit im Rahmen der Lehrveranstaltung: Projekt zur Entwicklung ländlicher Räume. Institut für Raumplanung und Ländliche Neuordnung, BOKU Wien.
- HAMMER, T. und SIEGRIST, D. (2008): Protected Areas in the Alps. GAIA, 1/2008.
- STRAHL, W. (2007): Wienerwald - nachhaltige Suburbanisierung? Eine siedlungsgeographische Analyse zur Bewertung der Wirksamkeit von Schutzgebieten im suburbanen Raum am Beispiel des Landschaftsschutzgebiets Wienerwald. Diplomarbeit, Universität Wien.
- STREUER, B. (2008): Wiesengeschichten aus dem Wienerwald. Land & Raum, 1/2008, S. 30-32.

Anschrift der Verfasserin

*Mag. Wibke Strahl
Bundesanstalt für Bergbauernfragen
Marxergasse 2, 1030 Wien, Österreich
Tel.: +43 1 504 88 69-26
eMail: wibke.strahl@berggebiete.at*