

---

**Bundesanstalt für Bergbauernfragen**

---

Möllwaldplatz 5

A - 1040 Wien

# **Der Weg entsteht im Gehen**

## **Bäuerliche Initiativen im ländlichen Raum**

Forschungsbericht Nr. 39

Elisabeth Loibl

Wien, Juli 1997

---

*Es gibt keine neuen Ideen,  
sondern nur alte, vergessene,  
neu verbundene, erweiterte und in uns selbst wieder-  
erkannte Ideen, die in Verbindung mit einem neuen  
Mut erprobt werden müssen.*

Nach Audre Lourde

---

Einen besonderen Dank möchte ich meinem Kollegen Thomas Dax aussprechen, der das gesamte Projekt intern betreut hat. Für ihre beratende und kollegiale Unterstützung danke ich Michael Groier, Theresia Oedl-Wieser, Georg Wiesinger, Josef Hoppichler und Gerhard Hovorka. Bei Josef Krammer bedanke ich mich im besonderen für die Idee zu diesem Projekt. Gisela Zechner

und Werner Kräutler sei gedankt für die angeregten Diskussionen über die Erkenntnisse neuer Zusammenhänge.

## **Intention der Schriftenreihe**

Die Schriftenreihe "Forschungsberichte der Bundesanstalt für Bergbauernfragen" wird im Eigenverlag herausgegeben. Die Ergebnisse von Studien und Projekten, die die Bundesanstalt durchführt, werden unter der Zielsetzung veröffentlicht, einen konstruktiven Beitrag zur Bewältigung gegenwärtiger und zukünftiger Probleme der Landwirtschaft im Berggebiet und in strukturschwachen ländlichen Regionen zu leisten. Damit soll aber auch der Problemgehalt der modernen Landwirtschaft in seinen wirtschaftlichen, sozialen, regionalen und ökologischen Dimensionen einem größeren Kreis von Interessenten bekannt gemacht und das Verständnis dafür geweckt werden.

Medieninhaberin (Verlegerin) und Herausgeberin:  
Bundesanstalt für Bergbauernfragen, A-1040 Wien, Möllwaldplatz 5  
Tel.: (+43 1) 504 88 69-0; Fax: 504 88 69-39

Layout: Michael Kogler  
Umschlaggestaltung: Georg Eichinger und Christian Knechtl  
Druck: Rerosch-Amtmann, 1190 Wien

## Vorwort

Bäuerliche Tätigkeiten sind seit jeher vielfältig und umfassend. In Zeiten sinkender landwirtschaftlicher Einkommen stellt sich für immer mehr Bäuerinnen und Bauern die Frage, auf welche Tätigkeiten sie auf ihrem Hof umsteigen können, die für sie nicht nur abwechslungsreicher und interessanter, sondern auch lukrativer sind.

Mit der vorliegenden Arbeit wird beabsichtigt, die Vielfalt der einkommensschöpfenden Aktivitäten *auf* einem Bauernhof bzw. in Vernetzung mit anderen regionalen Wirtschaftssektoren im Rahmen der Erwerbskombinationen eingehend darzustellen.

Im Kern geht es dabei um Fragen, welche Ressourcen in der Landwirtschaft für alternative Einkommenszwecke genutzt werden können, welche Umstände zu der Idee und zu innovativem Verhalten führen, wie die Idee umgesetzt wird, welche Gegebenheiten förderlich sind und welche Hindernisse dabei überwunden werden müssen. Es wird in dieser Studie die Entwicklung der einzelnen Initiativen dargestellt und eine Übersicht über die Vielfalt von Möglichkeiten gegeben. Dabei wird kein Anspruch auf Vollständigkeit gestellt.

Es wurde von vornherein eine breite geografische Streuung innerhalb Österreichs angestrebt, weshalb jeweils drei Initiativen in Vorarlberg und in Oberösterreich, jeweils zwei in Tirol und in der Steiermark sowie jeweils eine in Salzburg und in Niederösterreich erhoben worden sind. Drei Initiativen, wie es sie in dieser Form in Österreich nicht gibt, wurden in Deutschland untersucht. Die Auswahl im Hinblick auf das gegenwärtige Entwicklungsstadium wurde nach zeitlich unterschiedlichen Phasen (von Pilotprojekten bis hin zu langjährigen und bereits erfolgreichen Initiativen) getroffen.

Daraus wurde eine Reihe von fördernden und hinderlichen Faktoren, die im Lauf der Entwicklung einer Initiative bestimmend sind, herausgearbeitet und unter Berücksichtigung der praktischen Verwertbarkeit aufbereitet.

Der Beginn einer Initiative bedeutet immer auch Veränderungen, die nicht abgekoppelt von jenem sozialen Umfeld (Familie, Dorf, Region, Verwaltung, Politik etc.) betrachtet werden können, in dem die Ak-

teur/innen leben. Erfahrungsgemäß kann innovatives Verhalten durch Familienmitglieder oder öffentliche Institutionen einerseits gefördert und unterstützt, andererseits aber auch verhindert oder blockiert werden. Die Zusammenarbeit mit Gleichgesinnten ist eine wesentliche Komponente, da Menschen, die etwas verändern wollen, den Rückhalt in einer Gruppe und angepaßte Organisationsstrukturen brauchen.

Wesentlich erscheint mir die Erkenntnis, daß viele Initiativen vor allem deshalb so erfolgreich sind, weil sie nicht nur wirtschaftliche, sondern vor allem *soziale* Innovationen darstellen.

Josef Kramer  
Leiter der BA für Bergbauernfragen

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Aus der Not eine Initiative machen</b>	<b>1</b>
1.1 Die Untersuchung	4
<b>1.1.1 Die Hypothesen</b>	<b>5</b>
<b>1.1.2 Auswahlkriterien für die Erhebungen</b>	<b>10</b>
1.2 Vom ländlichen Raum, der Eigenständigen Regionalentwicklung und der EU-Regionalpolitik	14
<b>2. Die Initiativen</b>	<b>18</b>
2.1 Spezielle Vermarktungsformen	18
<b>2.1.1 Herstellung von Spezialprodukten</b>	<b>20</b>
Natur pur - Sanoll Ziegenmilchkosmetik	20
Hehle Stutenmilch und Stutenmilchkosmetika	27
<b>2.1.2 Vermarktungsk Kooperationen</b>	<b>30</b>
Immer, wenn sie „Tischlein deck dich“ rufen	31
Die Geschichte der KOPRA	41
<b>2.1.3 Auf das Schaf gekommen</b>	<b>46</b>
Ein langer gemeinsamer Weg - Tauernlamm	55
Der Bauer als Geschäftsmann - Villgrater Natur	59
Die Weizer Schafbauerngenossenschaft	63
2.2 Soziale Dienstleistungen am Bauernhof	70
<b>2.2.1 Altenbetreuung am Bauernhof</b>	<b>72</b>
Betreutes Wohnen für alte Menschen	74
<b>2.2.2 Kinderbetreuung auf dem Bauernhof</b>	<b>78</b>
Kinderferien am Bauernhof	79
Kindergeburtstag auf dem Bauernhof	81
<b>2.2.3 Drogentherapiestation</b>	<b>84</b>
Der Bauer als Psychotherapeut	84

2.3	Die Veredelung von Rohstoffen zu Energie und anderes mehr	87
	Kommunale Dienstleistung Biomüllkompostierung	91
2.4	Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude	95
	Bauernhofcafé - Die besondere Art der Direktvermarktung	99
	Die dynamische Seminarbäuerin	102
2.5	Bäuerinnen und Bauern in der Dienstleistungsgesellschaft	106
	<b>Telematik: „Daten pendeln, statt Menschen“</b>	<b>108</b>
	LandfrauenService in Westfalen-Lippe	112
	Computern statt Pendeln	119
<b>3.</b>	<b>Was macht eine Initiative erfolgreich?</b>	<b>124</b>
3.1	Persönliche, soziale und organisatorische Voraussetzungen	130
3.1.1	<b>Die Initiative ergreifen - Initiierende Faktoren, Impulse und Entwicklungsphasen</b>	<b>130</b>
	Die Wahrnehmung	130
	Impulse und Beweggründe	131
	Faktor Zeit	133
	Die Phasen eines Entwicklungsprozesses	134
	Ziele setzen	135
3.1.2	<b>Neues Lernen</b>	<b>136</b>
	Kreativität, Experimentierfreude und Phantasie	136
	Weiterbildung	136
	Lernen durch Erfahrungsaustausch	137
	Projektorientiertes Lernen	138
	Leute von außen	138
	Professionalität und Qualifizierung	139
3.1.3	<b>Kontinuierliche Motivation</b>	<b>140</b>

Rasche Umsetzungserfolge	140
Handlungsdruck und Risiko in Maßen	140
Ideelle Motivation	140
Freude an der Arbeit	141
<b>3.1.4 Die Bedeutung der Kommunikation in Initiativen</b>	<b>142</b>
Offen miteinander reden	142
<b>3.1.5 Ein neues Miteinander</b>	<b>144</b>
Eindeutige Aufgaben- und Rollenverteilung	144
Passion und Professionalität	145
Von Schlüsselfiguren, Vätern und rückhaltbietenden Strukturen	146
Koordinieren und nicht kommandieren	147
Ein Gruppengefühl entwickeln	148
<b>3.2 Rahmenbedingungen</b>	<b>149</b>
<b>3.2.1 Markt</b>	<b>150</b>
Marktforschung	151
Werbung	152
Nischenprodukte und Produktdifferenzierung	153
Konkurrenz und Kooperation	154
Marktrechtliche Vorschriften	155
Grenzen des Marktes	156
<b>3.2.2 Beratung</b>	<b>158</b>
Die Beratung als Impulsgebung	158
Verhaltensmuster der Akteur/innen	161
Die Motivationsarbeit durch die Beratung	162
Öffentlichkeitsarbeit und die klare Abgrenzung von Projekten	162
Ziel Eigenständigkeit	163
Beratung als Vermittlung zwischen „oben und unten“	163
<b>3.2.3 Regionalpolitische Vorgaben</b>	<b>165</b>
Der regionalpolitische Hintergrund	165

Die untersuchten Initiativen und das Ziel 5b- Programm.....	165
Die Förderung von Initiativen aus der Sicht der Akteur/innen .....	166
Vorgaben für die Ziel 5b- und Leader-II- Projekteinreichung .....	166
Die Förderung und der Markt .....	167
Einbindung der Entscheidungsträger/innen .....	168
Einige Anforderungen an ein handhabbares Förderungssystem .....	168
Fonds zur Abfederung des Risikokapitals .....	168
Ein vereinfachtes System.....	169
Der langfristige Wert der Förderung .....	170
<b>3.3 Der Weg entsteht im Gehen - Ein Ausblick</b>	<b>171</b>
<b>Summary</b>	<b>173</b>
Literaturverzeichnis	184
Anhang 191	
Adressenverzeichnis	198
Publikationen der Bundesanstalt für Bergbauernfragen.....	201

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Die Schafhaltung in Österreich 1975 bis 1995 (Anzahl der Schafe).....	46
Tabelle 2: Die Schafhaltung in Österreich 1975 bis 1995 (Anzahl der Schafhalter/innen) .....	47
Tabelle 3: Mögliche Angebote der Altenbetreuung und dabei zu beachtende rechtliche Vorschriften in Deutschland.....	73
Tabelle 4: Serviceangebote des LandfrauenService.....	114

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Sanoll Ziegenmilchkosmetik .....	21
Abbildung 2: Hehle Stutenmilch .....	27
Abbildung 3: Tischlein deck dich .....	32
Abbildung 4: „Tischlein deck dich“ Kommanditerwerbsgesellschaft .....	35
Abbildung 5: „Tischlein deck dich“ und „Ernte für das Leben“ .....	36
Abbildung 6: KOPRA .....	41
Abbildung 7: Struktur der schafhaltenden Betriebe - Anteil der Betriebe mit > als 20 und < als 5 Schafen in % .....	48
Abbildung 8: Die Tauernlammgenossenschaft .....	55
Abbildung 9: Villgrater Natur – Die Josef Schett KEG .....	59
Abbildung 10: Weizer Schafbauerngenossenschaft .....	63
Abbildung 11: Altenbetreuung am Bauernhof .....	75
Abbildung 12: Die Drogentherapiestation der Familie Amann .....	85
Abbildung 13: Die Biomüllkompostierung des Werner Maier .....	91
Abbildung 14: Das Bauernhofcafé der Familie Bleker .....	99
Abbildung 15: Die Seminarbäuerin .....	103
Abbildung 16: Die Vernetzung der Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen von Initiativen .....	129
Abbildung 17: Die Vermittlung der Intermediaries zwischen Förderstrukturen und dem „kreativen Chaos“ .....	164



## 1. Aus der Not eine Initiative machen

Im Zuge der massiven strukturellen Veränderungen im ländlichen Raum im allgemeinen und in der Landwirtschaft im besonderen, ist das Erfordernis an initiativen und aktiven Menschen, die dem Strukturwandel nicht schicksalsergeben seinen freien Lauf lassen, sondern sich ihm wirksam entgegenstellen, sehr groß.

Nimmt man das Wort Bauernsterben wörtlich, so sind in Österreich zwischen 1980 und 1990 täglich 8 Bauern/Bäuerinnen „gestorben“. In der EU ist diese durchschnittliche Sterbensrate sogar noch höher. Die landwirtschaftlichen Einkommen sinken, die Einkommensschere sowohl zwischen den kleinen und großen landwirtschaftlichen Betrieben als auch verglichen mit anderen Sektoren, geht scheinbar unabwendbar auseinander. Seit dem EU-Beitritt wissen wir, daß ein Betrieb mit einer Größe, die vormals für österreichische Verhältnisse als groß und „reich“ galt, unversehens zu einem „Auslaufmodell“ werden kann.

Wenn das Einkommen aus der Landwirtschaft nicht mehr ausreicht, gibt es nur begrenzte Möglichkeiten, daran etwas zu verändern.

1. Die Effizienz der landwirtschaftlichen Produktion wird gesteigert. Ob damit letztlich von einem Erfolg gesprochen werden kann, ist nicht immer sicher. Einerseits sind die Marktpreise für die meisten landwirtschaftlichen Produkte starken Schwankungen unterworfen und haben zuletzt beim EU-Beitritt Österreichs gezeigt, wie tief sie sinken können. Vor allem aber auch deshalb nicht, weil die Intensivierung eines bereits bestehenden Betriebszweiges oft mit nachteiligen ökologischen Folgen verbunden ist. Volkswirtschaftlich betrachtet ist diese Variante umstritten, da im Sinne der öffentlichen Hand eine Mehrproduktion wie auch Umweltbelastungen durch die Landwirtschaft vermieden werden sollen.
2. Die landwirtschaftliche Produktion wird auf lukrativere Erzeugnisse umgestellt, sei es auf eine Nischenproduktion oder auf eine besser geförderte Sparte landwirtschaftlicher Erzeugnisse.
3. Aus der Landwirtschaft aussteigen. Ein traditioneller Bauernhof wird von den Erb/innen nicht von heute auf morgen aufgegeben. Meist erfolgt der Ausstieg aus der Landwirtschaft über Generationen, anders als bei rein professionell bewirtschafteten Betrieben, die stillgelegt werden, sobald sich dieser nach betriebswirtschaftlichem Kalkül nicht mehr rechnet. Daher stimmt auch die Annahme nicht, daß lediglich kleine und unrentable Betriebe aufgegeben oder im Nebenerwerb bewirtschaftet werden.

4. Ein außerlandwirtschaftliches Zusatzeinkommen schaffen. Die Ergebnisse des internationalen Forschungsprogrammes zur Agrarstruktur und Erwerbskombination (vgl. Dax/Loibl/Oedl-Wieser 1995) haben gezeigt, daß die Erwerbskombination und darunter vor allem die Verbindung der Landwirtschaft mit einem außerbetrieblichen Erwerb europaweit in allen Betriebsgrößenklassen vorkommt, einen steigenden Anteil zum Haushaltseinkommen in landwirtschaftlichen Betrieben ausmacht und wesentlich zur Stabilisierung beitragen kann. Dieses weit verbreitete Muster in landwirtschaftlichen Haushalten sollte nicht länger von der Agrarpolitik ignoriert werden, und muß in einer integralen Politik für den ländlichen Raum mehr Beachtung finden.
5. Die Wertschöpfung am Betrieb durch innerbetriebliche Erwerbskombination erhöhen. Zur Erwerbskombination zählt - abgesehen von einer außerlandwirtschaftlichen Beschäftigung - auch die Diversifizierung, dh die Ausdehnung der Tätigkeiten auf Bereiche, die am Hof selbst durchgeführt werden können und/oder auch mit der bäuerlichen Arbeit in Verbindung stehen, jedoch weit über die landwirtschaftliche Urproduktion hinausgehen. Diese Forschungsarbeit befaßt sich ausschließlich mit diesem Bereich, der in der internationalen Literatur<sup>1</sup> als „Paralandwirtschaft“ bezeichnet wird (vgl. Dax/Loibl/Oedl-Wieser 1995a).

In früheren Zeiten, vor den Marktordnungen und anderen Reglementierungen, waren die Arbeiten der Bäuerinnen und Bauern immer sehr vielfältig. Als während der Jahre der Spezialisierung die Einkommenssituation sich immer mehr verschärfte, wurden im Lauf der 80er Jahre Möglichkeiten der höheren Wertschöpfung durch Veredelung und Direktvermarktung der eigenen Produkte auf den Höfen wieder eingeführt, die vormals wesentlicher Bestandteil bäuerlicher Tätigkeit war.

Die klassischen Beispiele der Paralandwirtschaft, die bäuerliche Direktvermarktung und der Urlaub am Bauernhof, gehören zu den am meisten beschriebenen Einkommensalternativen am Bauernhof. Diese Aktivitäten werden daher in dieser Arbeit nicht eigens untersucht. Es werden andere Einkommensalternativen im Bereich der Paralandwirtschaft dargestellt.

---

<sup>1</sup> Brun/Fuller 1991, Arkleton Trust 1992 wie auch in Dax/Loibl/Oedl-Wieser 1995a und Dax/Loibl/Oedl-Wieser 1995b

*Im Rahmen dieses Forschungsprojektes wird untersucht, welche Ressourcen landwirtschaftlicher Betriebe auf welche Art einkommenswirksam genutzt werden können und durch welche Umstände es zu einer Alternativnutzung kommt. Es werden die Voraussetzungen sowohl auf der menschlichen und sozialen als auch auf der wirtschaftlichen Ebene analysiert und dargestellt, wie sich die „Initiative“ im Lauf der Zeit entwickelt hat.*

*Zielsetzung der Studie ist es, eine Übersicht über die Vielfalt von Einkommensalternativen in der Landwirtschaft zu bieten und eine Darstellung der bestimmenden Faktoren aufzuzeigen. Bei der Analyse mußte eine Auswahl der bäuerlichen Initiativen getroffen werden. Es wird kein Anspruch auf Vollständigkeit gestellt.*

Der Schwerpunkt der Fragestellungen richtet sich auf die Einflüsse, Erfordernisse und Ursachen, wie eine Initiative entsteht, wie sie sich im Lauf der Zeit entwickelt, welche Steine dabei im Weg liegen und wie Hindernisse bewältigt werden können. Handelte es sich bei der untersuchten Initiative um eine Kooperation, so fiel dort ein besonderes Augenmerk auf die Erfordernisse an die Teamarbeit. Es sollte daraus abgeleitet werden können, unter welchen Bedingungen eine Zusammenarbeit mehrerer Akteur/innen möglich und welche Einflüsse und Voraussetzungen einer langfristigen gemeinsamen Arbeit förderlich sind.

Naturgemäß ist dabei immer auch eine Reihe von Rahmenbedingungen zu beachten. So sollte beispielsweise untersucht werden, welchen Einfluß die Förderungen der öffentlichen Hand bei der Initiierung und Umsetzung innovativer Projekte in strukturell benachteiligten Gebieten haben und auf welche Art Initiativen in der Umsetzung finanziell und/oder durch Beratung zu unterstützt werden können. Ein weiterer Aspekt der Rahmenbedingungen sind die Gegebenheiten des regionalen und auch des überregionalen Marktes.

In Österreich wurden aufgrund der kleinstrukturierten Gegebenheiten und des im Alpengebiet ausgeprägten Tourismus Einkommensalternativen in Form der Veredelung und Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte wie auch des bäuerlichen Fremdenverkehrs relativ früh ausgebaut. Im nächsten Punkt wird die politische Bedeutung dieser Entwicklung behandelt, wie sie auch im aktuellen österreichische Raumordnungskonzept 1991 dargestellt wird. Ebenso wie in der Politik der EU wird im Bereich der Land- und Forstwirtschaft u.a. eine zukunftssträchtige Alternativproduktion und professionelle Vermarktung als besonders vordringlich erachtet (ÖROK 1991, S. 87).

## 1.1 Die Untersuchung

Im Rahmen dieses Forschungsprojektes wurden insgesamt 16 Initiativen erhoben. Dabei wurden Interviews mit den maßgeblichen Akteur/innen anhand eines Interviewleitfadens (s. Anhang) geführt. Es ging dabei in erster Linie um Fragestellungen im Hinblick auf den Prozeß der Entstehung und Entwicklung der Initiative. Diese betrafen die persönlichen, sozialen und/oder wirtschaftlichen Umstände, die zu der Idee geführt hatten, etwas verändern zu wollen oder zu müssen. Überdies sollten die Beweggründe analysiert werden, die zum Ergebnis hatten, daß die Akteur/innen aktiv geworden sind und welche Schwierigkeiten und Widerstände dabei überwunden werden mußten. Die Initiativen sollten bei der Beschreibung besonders im Hinblick auf den zeitlichen Ablauf der einzelnen Entwicklungsschritte, also wie die Initiative von der Idee bis zum heutigen Zeitpunkt umgesetzt worden ist, klar dargestellt werden können.

Die Vielfalt der möglichen Initiativen, die eine Einkommensalternative am Bauernhof darstellen, ist sehr umfangreich und kann daher auch nicht vollständig angeführt werden. Es wird bei der Darstellung der im Rahmen dieser Studie beschriebenen Möglichkeiten deshalb auch kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben.

Für die Auswahl der Beispiele war ein Bezug zur Landwirtschaft maßgeblich, sei es, daß die Tätigkeit direkt auf dem landwirtschaftlichen Betrieb stattfindet oder auf Ressourcen des Betriebes (Gebäude, Maschinen und die menschliche Arbeitskraft) zurückgreift. Dabei werden sowohl landwirtschaftliche als auch nicht-landwirtschaftliche Aktivitäten auf Höfen und in Kooperationen erhoben und beschrieben. Ausgangspunkt sind Erwerbstätigkeiten, die entweder mit dem Betreiben einer Landwirtschaft in Verbindung stehen oder bereits zu einem selbständigen (nicht-land)wirtschaftlichen Standbein ausgebaut worden sind.

Ausgeklammert wurden die beiden klassischen Bereiche der Paralandwirtschaft, nämlich die bäuerliche Direktvermarktung und der Urlaub auf dem Bauernhof, wie auch im Sozialbereich die Behindertenbetreuung und im Bereich der Energie und Umwelt die Erneuerbare Energie, weil es zu diesen Themen bereits eine Reihe von Forschungsarbeiten<sup>2</sup> gibt.

---

<sup>2</sup> Glatz/Scheer 1981, ÖBV (Hg.) 1988, Hebertshuber Martin 1989, Regenermel, Schmid (Hg.) 1989, Wirthgen/Maurer 1992, Die Bergbauern, Heft Jänner 1992 und Feber 1992, Gfrerer et al. 1996, Josef Willi (Hg.): Heft 2-3 1996 sowie diverse Broschüren der verschiedenen Landes-Landwirtschaftskammern und des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft. Im Bereich der Behindertenbetreuung am Bauernhof: Georg Wiesinger 1991. Energie und Umwelt: Waldert 1992, Perzi 1994, Greisinger 1995, Graf 1996

### 1.1.1 Die Hypothesen

Im Rahmen der Konzeption des Projektes wurde eine Reihe von Hypothesen entwickelt, die auf die Erstellung des Interviewleitfadens Einfluß genommen haben. Es handelt sich dabei sowohl um Aussagen bezüglich der Voraussetzungen und Einflußfaktoren auf die Entstehung und Entwicklung einer Initiative wie auch um äußere Rahmenbedingungen, die zu berücksichtigen sind.

***Hypothese 1: Initiativen sind immer mit Veränderungen und Veränderungen immer mit Widerständen verbunden, die es im Lauf der Entwicklung einer Initiative zu überwinden gilt***

Jede Initiative bedeutet gleichzeitig eine Veränderung der bisher gewohnten Lebensumstände. Und solche Veränderungen führen erfahrungsgemäß einerseits zu Verunsicherungen und andererseits zu Konflikten. Sind Menschen mit ihrer Situation unzufrieden, gibt es die Möglichkeit, unter denselben Gegebenheiten weiterzumachen und weiterhin unzufrieden zu sein, oder etwas in Angriff zu nehmen, um die Situation zu verändern.

Dazu ist es in den meisten Fällen unumgänglich, vorerst die inneren und später die Widerstände aus der Umgebung zu überwinden. Die Widerstände von außen sind darauf zurückzuführen, daß diejenigen, die sich nicht mit verändern (wollen), gewissermaßen gezwungen werden, unter veränderten Bedingungen mit ungewohnten Verhaltensweisen anderer zu Rande zu kommen. Oftmals konnten sie Vorteile aus dem früheren, meist unselbständigeren Verhalten der nun in Aktion tretenden Personen ziehen. Viele reagieren auf diese Beschneidung ihrer Interessen und der damit verbundenen Verunsicherung mit Widerstand, Streit und Behinderung (vgl. Goldhor-Lerner 1987).

Diese in der Beziehungsforschung erkannten Mechanismen im System der zwischenmenschlichen Beziehungen können auf politische Strukturen übersetzt werden (Rohrmoser 1997, S. 8). Denn bei einem Aktivierungsprozeß in der Bevölkerung entstehen gleichermaßen Konflikte von seiten politischer und kultureller Machträger/innen (Glatz/Scheer 1981, S. 65). Diese sind unabdingbarer Bestandteil eines Veränderungsprozesses, da Benachteiligungen immer auch vielschichtig und strukturell verursacht sind. Nicht nur in den Zentren, sondern auch an der Peripherie gibt es sehr einflußreiche Machträger/innen aus Wirtschaft, Politik und Kultur, die von der gegenwärtigen Situation profitieren. Veränderungen bedeuten für sie, daß sie an Macht und Einflußnahme verlieren würden. Sie versuchen daher oft mit allen ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln (Verleumdung, Spaltung, Einschüchterung etc.) dagegen anzukämpfen. Gelingt es einer Gruppe nicht, diesen Konflikt zu be-

wältigen, kommt sie selbst aufgrund von Verunsicherung und Spannungen in große Schwierigkeiten.

***Hypothese 2: Der Hintergrund der Tätigkeit muß politisch<sup>3</sup> sein***

Ohne politischen Hintergrund sind die einzelnen Initiativen nicht nachhaltig (Kräutler 1996). Dazu ist es erforderlich, die bestehenden Abhängigkeiten bewußt zu erkennen, damit sie überwunden werden können. Darüber hinaus ist es notwendig, sich ein deutlicheres Bild über die von außen wahrnehmbaren Gegebenheiten zu machen und Überlegungen dahingehend anzustellen, was in einer Gemeinde oder Region in den nächsten fünf Jahren wirtschaftlich und gesellschaftlich erreicht werden will oder soll. Daraus können konkrete Pläne für die Zukunft abgeleitet werden.

Unter einem politischen Hintergrund ist aber auch zu verstehen, daß die Akteur/innen die Zusammenhänge ihrer Tätigkeit erfassen sollen. Demgemäß könnte der bereits zur Phrase verkommene Leitspruch „Global denken und lokal handeln“ verstanden werden. Vor allem geht es darum, Zusammenhänge erkennen zu lernen und bei der Analyse der Problemursachen zwischen individuellen und strukturellen zu unterscheiden (Glatz/Scheer 1981, S. 64). - Bäuerinnen, Bauern und Gewerbetreibende in Ungunstlagen erleben den Strukturwandel oft als persönliches Versagen, obwohl nicht sie, sondern strukturelle Schwächen dafür verantwortlich sind. Aber unter der Ideologie „den Tüchtigen gehört die Welt“ wird bei Beendigung der wirtschaftlichen Tätigkeit den einzelnen die Schuld in die Schuhe geschoben - und sie bekennen sich meist auch schuldig. Tatsache ist jedoch, daß benachteiligte Gebiete - wie die Bezeichnung bereits preisgibt - auf politischer Ebene im Sinne der Kuchentheorie vielfach vernachlässigt werden: Die Kuchen werden in den Zentren gebacken und je größer diese Kuchen sind, umso mehr Bröseln fallen für die Peripherie ab.

Mangelnde Kreativität ist jedoch die Folge von Benachteiligung und Diskriminierung, weshalb es vorrangig ist, Menschen in benachteiligten Gebieten dabei zu unterstützen, ihr Selbstbewußtsein wiederherzustellen bzw. zu stärken, damit sie selbst initiativ werden können.

---

<sup>3</sup> Nicht im parteipolitischen Sinn!

***Hypothese 3: Die professionelle Betreuung, Beratung und Weiterbildung ist für die Ideenfindung und Umsetzung von Initiativen von zentraler Bedeutung.***

Von besonderem Interesse im Zusammenhang mit der Ideenfindung und Umsetzung ist die Rolle der Unterstützung von öffentlichen oder privaten Stellen (Beratungen, finanzielle Förderungen etc.) wie auch die Weiterbildung.

Wenn beispielsweise die herkömmliche Produktion auf einem Betrieb verändert werden soll, tun Bäuerinnen und Bauern gut daran, wenn sie sich genau überlegen, welche Art der Erzeugnisse oder auch der Leistungen effizient, dh unter wirkungsvollem Einsatz der vorhandenen Ressourcen und Fähigkeiten angeboten und gewinnbringend verkauft werden können.

Um ein Bewußtwerden der eigenen Fähigkeiten und Potentiale, sowohl persönlicher und sozialer als auch betrieblicher und wirtschaftlicher Art zu aktivieren, ist es für viele von Vorteil, entsprechend beraten und betreut zu werden<sup>4</sup>.

In diesem Zusammenhang hat sich die Veranstaltung von Weiterbildungsseminaren als sehr zielführend erwiesen und ist zum Teil auf großes Interesse bei der bäuerlichen Bevölkerung - vor allem bei den Bäuerinnen - gestoßen. Mit dieser Art der Seminare, Kurse oder auch grundlegender Bildungsarbeit, wie sie von seiten der Landwirtschaftskammern, der ÖAR (vgl. Asamer 1996, S. 86ff: Veranstaltung einer Reihe von Seminaren mit Erwerbskombiniererinnen) und der ÖBV (Bildungsarbeit mit Bäuerinnen) angeboten werden, wird das Ziel verfolgt, bäuerliche Potentiale zu aktivieren und zu mobilisieren. In einer umfassenden Weiterbildung sollen sich die Menschen in ländlichen Regionen ihrer persönlichen und beruflichen Situation bewußt werden, neue erweiterte Handlungsmöglichkeiten entwickeln, Zusammenhänge erkennen lernen und schließlich die Veränderungen gemeinsam betreiben (ÖBV 1997, S.17).

Abgesehen von der Bildungsarbeit verfügen Beratungskräfte meist über das notwendige Wissen über formale Belange, wie beispielsweise, um welche finanzielle Förderungen im Zusammenhang mit einer Investition angesucht werden kann, oder sie bieten Unterstützung bei der Kalkulation der Finanzierung an.

---

<sup>4</sup> Erwartungsgemäß gibt es auch solche, die nicht auf Unterstützung von außen angewiesen sind, die jedoch damit diese Hypothese nicht widerlegen, sondern eher die Regel bestätigende Ausnahmen darstellen.

Einen wesentlichen Aspekt in der Beratung bildet der Zeitfaktor. Zum einen spielt die Zeit insofern eine entscheidende Rolle, als viele Ideen oft lange nicht umgesetzt werden. Es kommt vor, daß Jahre zwischen der Idee und den ersten Umsetzungsschritten vergehen. Es muß von seiten der Beratung festgestellt werden können, wann eine Idee reif ist, umgesetzt zu werden. Es ist in diesem Zusammenhang besonders darauf zu achten, ob angespornt oder zur Geduld geraten werden soll. Auf der anderen Seite sind die Akteur/innen im Hinblick auf die arbeitswirtschaftliche Zeiteinteilung zu beraten. Das notwendige Engagement in der Umsetzung erfordert einen sehr hohen Zeitbedarf, der bestimmte Grenzen jedoch nicht überschreiten darf.

Um die Arbeit produktiv ausführen zu können, müssen vorerst Ziele gesetzt werden, die in weitere kurzfristige Teilziele zu unterteilen sind, damit die Möglichkeit eines Erfolgs- oder auch Mißerfolgs (das im konstruktiven Fall zu einem Ansporn wird) besteht.

Im Zusammenhang mit öffentlichen Fördergeldern ist festzuhalten, daß die Abwicklung der Förderung einen wesentlichen Einfluß auf den Verlauf einer Initiative haben kann. Unter den aktuellen Gegebenheiten der EU Regionalpolitik spielen vor allem die verwaltungsorganisatorischen Rahmenbedingungen eine entscheidende Rolle. So bereitete das durch administrative Verzögerungen über Monate hinweg lange Warten auf die Bewilligung der geplanten Vorhaben wie auch auf die Ausbezahlung der Fördermittel einzelnen Leader-Aktionsgruppen größere Schwierigkeiten, weil die Gefahr bestand, daß die Gruppe auseinanderfällt. Grundet sich ein Großteil der Aktivität und des Unternehmungsgeistes auf die Motivation und den privaten Einsatz der Akteur/innen, kommt es weitgehend zu Frustrationen und Entmutigung, wenn Verzögerungen überhand greifen. Gerade in der Anfangsphase sind besondere Unterstützungsmaßnahmen für die sich neu formierenden (Aktions)Gruppen bereitzuhalten. Administrative Verzögerungen sind dabei als kontraproduktiv anzusehen. Für die Beratung besteht in so einem Fall oftmals lediglich die Möglichkeit, die Akteur/innen mit ideeller Motivationsarbeit „bei der Stange zu halten“. Es können die gemeinsam erlebten verwaltungsorganisatorischen Schwierigkeiten aber auch dazu führen, eine Gruppe weiter „zusammen zu schweißen“ und ein Gruppengefühl zu entwickeln.

***Hypothese 4: Im Hinblick auf Initiativen haben Kooperation und Vernetzung zum Zweck des Erfahrungsaustausches einen zentralen Stellenwert.***

Es geht im Rahmen von Initiativen auch immer um „soziale Innovationen“, indem sich Akteur/innen dazu entschließen, zusammenzuarbeiten, Vertrauen zu entwickeln, sowohl in der Verwaltung der Finanzierungsmittel, als auch im

Hinblick auf die ordnungsgemäße und zufriedenstellende Erledigung der Arbeiten durch die einzelnen Mitglieder des Vereines, der Genossenschaft oder Gesellschaft.

Voraussetzung für Kooperationen ist, daß Menschen und Gruppen zusammenkommen, die gemeinsame Anliegen, Probleme, Interessen und Zielvorstellungen haben. Vor allem aber muß der Wunsch nach Veränderung vorhanden sein. Dabei müssen bestimmte Standesdünkel wie auch oppositionelle Parteizugehörigkeit überwunden werden. Denn nicht nur die Politik für den ländlichen Raum war ursprünglich vorwiegend sektoral ausgerichtet, auch Menschen unterschiedlicher Berufsgruppen hatten und haben oftmals kaum zu überwindende Berührungängste, wenn es darum geht, etwas mit Menschen anderer Berufssparten zu unternehmen. Glatz/Scheer (1981, S. 64) sind der Ansicht, daß „berufsbedingte Interessen wie auch unterschiedliche Parteizugehörigkeit oft für propagandistische Zwecke in den Vordergrund gespielt werden, um von den tatsächlichen Problemen abzulenken.“

***Hypothese 5: Menschen von außen (sogenannte „Zuag’roaste“ oder „Zuag’heirate“) oder Menschen, die sich aber für einen bestimmten Zeitraum außerhalb der Region aufgehalten haben, bringen Ideen für Initiativen ein.***

In einer Reihe von Untersuchungen über Initiativen (Glatz/Scheer 1981, Waldert 1992, Haid 1989, Kathryn Burnett 1995) hat sich immer wieder herausgestellt, daß die treibenden Kräfte oder auch diejenigen, die die Idee(n) entwerfen, einen gewissen Zeitraum außerhalb der Region oder auch beruflich außerhalb der Landwirtschaft verbracht haben.

Solange Menschen in der für sie gewohnten Umgebung leben, führen sie meist das fort, was sie traditionellerweise schon immer getan haben. In früheren Zeiten wurden junge Menschen während ihrer Ausbildungszeit, sei es in einem Handwerk oder in der Landwirtschaft, dazu veranlaßt, eine bestimmte Zeit außerhalb ihrer gewohnten Umgebung zu verbringen. Dieses „in den Dienst Gehen“ bzw. die „Wanderschaft“ der Handwerker hatte nicht nur den Sinn und Zweck, den jungen Menschen in ihrer Entwicklung zur Selbständigkeit zu unterstützen, sondern sollte auch zu einem Erfahrungsaustausch führen (vgl. Hypothese 5).

***Hypothese 6: Im Zusammenhang mit Kooperationen ist Teamgeist wichtiger als die Anwesenheit eines „Leithammels“.***

„Ein Nutzer-Anschaffer ist mehr wert als zwei tüchtige Arbeiter“ ist ein Spruch aus alten Zeiten, der in der Ära des weiblichen Führungsstils, wie er im auslaufenden 20. Jahrhundert immer mehr von seiten maßgeblicher Ausbildungsorganisationen für Führungskräfte wie auch aufgrund emanzipatorischer Ansätze propagiert wird, seine Geltung verloren hat.

Es versteht sich von selbst, daß mit einer wachsenden Zahl der Akteur/innen die Arbeit horizontal stark zu gliedern ist. Auf diese Weise werden überschaubare Tätigkeits- und Aufgabenfelder geschaffen, die von den einzelnen Akteur/innen selbständig gestaltet werden können. Diese Tätigkeitsfelder sind in einer nicht-hierarchischen Organisationsstruktur miteinander zu vernetzen.

„Koordinieren und nicht kommandieren“ ist das neue Schlagwort der Zusammenarbeit. Es geht dabei in erster Linie darum, die einzelnen Tätigkeitsfelder innerhalb eines Teams neu zu bewerten. Der Funktion der Koordination eines Projektes ist ein gleichrangiger Stellenwert zuzuordnen wie sie auch die Tätigkeiten weiterer Teammitglieder einnehmen (und nicht länger die Projektleitung anderen Aktivitäten übergeordnet). Eine Initiative bedarf einer breiteren Absicherung und sollte nicht an einer einzelnen Person hängen, die jederzeit ausfallen könnte. Innerhalb eines Kooperationsteams haben die einzelnen Akteur/innen verschiedene Funktionen zu übernehmen. Erst im Zusammenwirken der einzelnen Tätigkeiten und Verhaltensweisen, wie beispielsweise Vertrauen und Verlässlichkeit, ergibt sich ein sinnvolles und erfolgreiches Ganzes.

### **1.1.2 Auswahlkriterien für die Erhebungen**

Es wurde eine möglichst breite regionale Streuung innerhalb Österreichs angestrebt sowie die Darstellung einiger weniger ausländischer Beispiele, wie es sie in dieser Form hierzulande nicht gibt. Ein weiteres Auswahlkriterium stellte die unterschiedliche Entwicklungsphase der einzelnen Initiativen dar, dh es waren Projekte vorgesehen, die sich in der Pilotphase befinden bis hin zu solchen, die sich bereits zu einem tragfähigen Unternehmen entwickelt haben. Außerdem war eine Streuung innerhalb sämtlicher Gruppierungen (s.u.) ausschlaggebend.

Um einen Eindruck von der Spannweite der denkbaren und bereits realisierten Aktivitäten zu gewinnen, war es erforderlich, die unterschiedlichen Formen alternativer Einkommensmöglichkeiten in der Landwirtschaft in Gruppen

einzuordnen, wobei es erwartungsgemäß immer wieder zu Überschneidungen kommt. Diese Gruppen wurden aufgrund von Literaturstudien (Haid 1989, Waldert 1992, Lako 1996) und ersten Erhebungsarbeiten bestimmt.

Für die fünf gebildeten Kategorien wurden jeweils ein bis drei Beispiele spezifisch ausgewählt. Insgesamt war beabsichtigt, an die 15 Initiativen zu untersuchen und zu beschreiben. Im Fall der Überschneidung zwischen den einzelnen Gruppen erfolgte die Zuordnung nach der **Besonderheit an Innovationsleistung**. Bei mehreren Einkommensalternativen werden alle nach ihrem arbeitszeitlichen und wirtschaftlichen Umfang erhoben. In der Übersicht 2 (s. Anhang) wird der Versuch unternommen, die Überschneidungen darzustellen.

1. In der Gruppe **Spezielle Vermarktungsformen** wird das Thema Vermarktung von landwirtschaftlichen Produkten unter verschiedenen Aspekten behandelt. Es sollten in dieser Kategorie nicht die üblichen Direktvermarktungsbeispiele mit herkömmlichen Produkten, sondern solche mit speziellen landwirtschaftlichen Verarbeitungserzeugnissen beschrieben werden. Die Bandbreite von Marktnischenprodukten reicht von Verarbeitungsprodukten aus Holz und Wolle über Rapsmethylester bis hin zur Erzeugung von Fertigmilchprodukten und Kosmetika aus Molke, Pflanzenölen und Kräutern. Darüber hinaus sollte die Vermarktung in Form von Kooperationen (seien es Vereine, Genossenschaften oder gewerbliche Unternehmen) unter dem Licht der überbetrieblichen Zusammenarbeit dargestellt werden. Durch die Besonderheit der Produkte bzw. die Vermarktung in Form von Kooperation wurde diese Gruppe bewußt nicht als Direktvermarktung bezeichnet.
2. Die Betreuung von Kindern und alten Menschen, die hier unter **Soziale Projekte** beschrieben wird, stellt ein herkömmliches Tätigkeitsfeld für Bäuerinnen dar. Für den Bereich der Paralandwirtschaft geht es allerdings nicht um die unbezahlte Arbeit im sozialen Umfeld, sondern es werden hier Beispiele beschrieben, in denen Bäuerinnen als **ausgebildete Betreuungspersonen** (ausgebildete Tagesmütter, Kindergärtnerinnen, Altenbetreuerinnen) ein Zusatzeinkommen durch diese Art an sozialen Dienstleistungen beziehen. Im Bereich der sozialen Dienste ist eine entsprechende Ausbildung eine der grundlegenden Voraussetzungen. Ein weiteres Beispiel der Vernetzung von Landwirtschaft und Sozialbereich stellt die Einrichtung von Langzeittherapiestationen für ehemals Drogenabhängige auf Bauernhöfen dar.
3. Die Gruppe **Energie und Umwelt** umfaßt Tätigkeiten im Bereich der Alternativenenergie, wie Hackschnitzelheizwerke und Solaranlagen, sowie die Grünraumpflege und die Kompostierung biogener Abfälle fremder Haus-

halte. Ein Teil dieser Tätigkeiten wird von Bauern und Bäuerinnen im kommunalen Auftrag durchgeführt.

4. In der Kategorie *Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude* reicht die Bandbreite der Möglichkeiten vom Umbau ehemaliger landwirtschaftlicher Nutzungsgebäude zum Zweck der Vermietung von Wohnungen, Lagerräumen, Büros und Praxen, bis hin zu Bauernhofcafés und anderen gewerblichen Nutzungsformen, auch wenn es sich dabei um ein landwirtschaftliches Nebengewerbe handelt.
5. In den Zeiten der Dienstleistungsgesellschaft werden immer öfter Dienste gegen Bezahlung angeboten, darunter gibt es auch solche, die früher ohne Bezahlung im Rahmen der Nachbarschaftshilfe oder innerhalb einer Familie geleistet worden sind. Im Rahmen dieser Studie wird in der Gruppe *Sonstige Dienstleistungen* die Kombination landwirtschaftlicher Betrieb und Leistungen an Dritte im Zusammenhang einer Einkommensalternative für Bäuerinnen und Bauern dargestellt. Es werden diesem Bereich auch die kommunalen Dienste zugeordnet, zu denen, abgesehen von den unter dem Punkt Energie und Umwelt angeführten Beispielen, die von Bauern durchgeführten Kulturpflegearbeiten, Winterdienste und Kompostierungen als auch im Rahmen des landwirtschaftlichen Nebengewerbes laut Gewerbeordnung Maschinenringtätigkeiten als Form einer organisierten Nachbarschaftshilfe zu bäuerlichen Dienstleistungen gerechnet werden. Darüber hinaus findet in letzter Zeit gehäuft die Abhaltung von Seminaren, Kursen etc. auf Bauernhöfen statt. Im Bereich der Hauswirtschaft kann ebenfalls eine breite Palette von Dienstleistungen, wie Haushalts- und Partyservice, durch Landfrauen angeboten werden.

Grundsätzlich sind darüber hinaus im Hinblick auf die unterschiedliche Anzahl der Akteur/innen zwei weitere Formen der Initiativen zu unterscheiden: Einerseits gibt es Initiativen, die von einer Bäuerin und/oder einem Bauern auf dem eigenen Betrieb alleine, dh ohne Kooperationspartner/innen initiiert und durchgeführt werden. Auf der anderen Seite gibt es Kooperationen, die von Bäuerinnen und Bauern wie auch von Akteur/innen aus anderen Wirtschaftsbereichen ausgegangen sind und realisiert wurden. Nach dem Kriterium der Quelle der entscheidenden Impulse gibt es Initiativen bzw. Kooperationen, die nicht von bäuerlichen Kreisen ausgegangen sind, sondern von außen initiiert und in Gang gesetzt wurden, sei es durch die Beratung der Landwirtschaftskammer oder durch agraroppositionelle Gruppierungen.

In Kooperationen stellte sich naturgemäß die Frage, wer im Zuge dieser Untersuchung befragt werden sollte. Grundsätzlich sollten sogenannte Schlüsselpersonen interviewt werden, dh es mußte sich bei der befragten Person um

jemanden handeln, der oder die von Anfang an dabei war und noch immer eine maßgebliche Rolle innerhalb der Akteur/innen einnimmt. Sie muß über die Aktionen der Initiative sehr gut Bescheid wissen und sollte auch einen guten Einblick in den zwischenmenschlichen Prozeß innerhalb der Kooperationsgemeinschaft sowie über die verwaltungstechnischen Vorgänge haben.

Es wurden insgesamt 16 Interviews mittels Interviewleitfaden (im Anhang) und Tonbandgerät durchgeführt, deren Ergebnisse in Kapitel 2 beschrieben werden.

Abgesehen von den Interviews mit den betreffenden Akteur/innen wurden auch Gespräche mit folgenden landwirtschaftlichen Beratungskräften und Expert/innen geführt: Liselotte Raum, Margret Kaiser und Gunhild Potthoff - alle drei Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe, Evy Halder - Vorarlberger Landwirtschaftskammer, Gabriele Schober - Bezirksbauernkammer Perg in Oberösterreich, Josef Maitz - ÖAR Gleisdorf, LEADER-Beauftragte Josef Lueger (vormals Retzer Land) und Werner Krätler (Ötztal), Gisela Zechner - Agrarmanagement und Regionalentwicklung.

Nach dem Abschluß der Erhebungen wurde ein Workshop zum Thema „Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren von Initiativen im ländlichen Raum“ mit hinsichtlich dieses Themenkreises interdisziplinären Teilnehmer/innen veranstaltet. Die Ergebnisse des Workshops lieferten wichtige Anregungen und diente als Leitfaden für die Schlußfolgerungen in Kapitel 3.

## **1.2 Vom ländlichen Raum, der Eigenständigen Regionalentwicklung und der EU-Regionalpolitik**

Obwohl der Ausdruck „ländlicher Raum“ bereits seit vielen Jahren immer wieder verwendet wird, gibt es in Österreich keine explizite Politik für ländliche Gebiete (Dax 1996, S.2). Trotz einiger sektorübergreifender Maßnahmen war man grundsätzlich davon ausgegangen, die Probleme des ländlichen Raums primär mit sektoralen Konzepten lösen zu können. Das sektoral ausgerichtete Denken beschränkte sich jedoch nicht nur auf die Politik, sondern war und ist in allen Verwaltungsstellen (die Zuständigkeit betrifft in erster Linie sektorale Fragen), Interessenvertretungen und Gesellschaftsschichten anzutreffen. Als in den 70er Jahren die ersten Direktvermarktungsinitiativen als intersektorale Kooperationsprojekte zwischen Bäuerinnen und Bauern auf der einen Seite und Gewerbetreibenden auf der anderen Seite gestartet worden sind, war es anfangs notwendig, gegenseitige Vorurteile zu überwinden und gemeinsame Vermarktungsprojekte starten zu können.

Die regionalpolitischen Maßnahmen in den ländlichen Gebieten beschränkten sich darauf, die erforderliche Infrastruktur wie Verkehrsverbindungen, Schulen, Spitäler, Telefonverbindungen etc. zu errichten und über Förderungen Unternehmen anzusiedeln. Der Ausbau der Verkehrsachsen zwischen den ländlichen Gebieten und den Ballungszentren hatte jedoch nicht zur Folge, daß Betriebe in ländlichen Gebieten ansässig wurden, sondern umgekehrt, daß seither die Menschen aus einem noch weiteren Umkreis in die Zentren einpendeln. Insgesamt hat sich dieser Maßnahmenkatalog als unzureichend herausgestellt (Huber 1994, S. 3). Aus diesem Grund wurde Ende der 70er Jahre der Ansatz der eigenständigen Regionalentwicklung konzipiert und mit der Sonderaktion des Bundeskanzleramtes das entsprechende Förderungsinstrumentarium dazu geschaffen.

Vor der „Sonderaktion des Bundeskanzleramtes zur Stärkung entwicklungsschwacher ländlicher Räume in Berggebieten Österreichs“, die 1979 eingeführt worden ist, manifestierte sich die erste auf ländliche Regionen ausgerichtete Politik in Österreich vor allem in spezifischen Förderungsmaßnahmen für die Bergbauernbetriebe durch das Landwirtschaftsministerium. Mit der Einführung des Bergbauernsonderprogrammes (ab 1972), das neben dem Bergbauernzuschuß auch Infrastrukturmaßnahmen in peripheren Berggebieten beinhaltet hat, wurde ein wichtiger Schritt zu einer räumlich orientierten Sektortpolitik im Agrarbereich gesetzt.

Ziel der Sonderaktion des BKA war es, eine den regionalen Verhältnissen angepaßte Wirtschaftsstruktur zu fördern und eine integrale Entwicklung der

verschiedenen Wirtschaftszweige in strukturell benachteiligten Gebieten - den sogenannten Programmgebieten - zu ermöglichen (BKA 2/81, S. 9). Durch die beschränkte Kapitalausstattung von Einzelpersonen und -unternehmen in peripheren Gebieten war die Vergabe der Mittel an die Kooperationsbereitschaft in Genossenschaften, Vereinen, Arbeitsgemeinschaften und Personengesellschaften gebunden worden (ähnlich Ziel 5b- und Ziel 1-Projekten der EU).

Für die Eigenständige Regionalentwicklung war die Erkenntnis aus der Umsetzung der Sonderaktion, daß für das erfolgreiche Anlaufen einer Initiative, abgesehen von der finanziellen Förderung, eine Informations-, Beratungs- und Betreuungstätigkeit vor Ort erforderlich ist, ein Ausgangspunkt (BKA 2/1981, S. 11). In diesem Zusammenhang wurde 1978 der Berglandaktionsfonds<sup>5</sup> gegründet, dessen Ziel es war, die Eigeninitiative der Bevölkerung in den strukturschwachen Regionen zu fördern, und Ansätze zur wirtschaftlichen Selbsthilfe zu unterstützen. Informationsarbeit, wissenschaftliche Studien und praktische Modellprojekte zur Eigenständigen Regionalentwicklung waren dessen Hauptaufgaben.

Bereits seit Anfang der 80er Jahre wurden auch beratungs- und informationsorientierte Maßnahmenansätze („immaterielle Förderungen“) in Österreich erprobt und aufgrund der ermutigenden Erfahrungen schrittweise weiterentwickelt (ÖROK 1993, S. 91).

1986 wurde die Sonderaktion des Bundeskanzleramtes in die „Förderaktion für Eigenständige Regionalentwicklung“ (FER) übergeführt, ein Fördertopf, der seither für die Finanzierung regionaler Projekte von seiten des Bundes zur Verfügung steht. Zielsetzung der Förderaktion war die Unterstützung von kooperativen Wirtschaftsprojekten in allen Sektoren, die in wirtschaftlichen Problemgebieten verwirklicht werden sollten, zu einer eigenständigen Entwicklung beitragen konnten und hohe positive regionalwirtschaftliche Effekte erwarten ließen (ÖAR 1997, S. 5).

Parallel zu den Regionalbeauftragten des Bundes, die in der ersten Hälfte der 80er Jahren in einzelnen Problemgebieten eingesetzt wurden und die Kommunikation zwischen öffentlichen und privaten Maßnahmenträger/innen verbessern sollten, wurde durch private Initiative und mit finanzieller Unter-

---

<sup>5</sup> Der Bergland-Aktionsfonds wurde aufgrund einer Initiative von engagierten Menschen sowohl aus benachteiligten Berggebieten wie auch aus Städten aus dem Bereich Bildung, Kultur und Wissenschaft gegründet. (Näheres dazu in: BKA 2/1981, S. 11).

stützung des Bundes das Beratungsnetz der Österreichischen Arbeitsgemeinschaft für Eigenständige Regionalentwicklung (ÖAR) aufgebaut.

Anfänglich war man davon ausgegangen, daß ein dezentrales Beratungsangebot vor Ort in den wirtschaftsschwachen Regionen nicht auf ausschließlich marktwirtschaftlicher Basis aufrechtzuerhalten ist und noch auf längere Sicht eine finanzielle Unterstützung aus öffentlichen Mitteln voraussetzen. In der Zwischenzeit arbeitet die ÖAR-Regionalberatung seit Anfang 1990 in der Rechtsform einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit allen Konsequenzen für die Finanzierung des Beratungsunternehmens. Damit wurde eine klare Trennung der Rollen und damit der Verantwortungsbereiche zwischen den Berater/innen, staatlicher Regionalpolitik und privaten Maßnahmenträger/innen geschaffen, die für die Beteiligten von Vorteil ist.

Die ÖAR hatte in Österreich eine Pionierrolle und ist heute eine der wichtigsten Transfereinrichtungen für Eigenständige Regionalentwicklung in strukturschwachen Regionen (Günter Scheer 1990, S. 19). Der Beitrag der ÖAR zur Umsetzung des Konzepts der Eigenständigen Regionalentwicklung wird international anerkannt und geschätzt. Nicht zuletzt deshalb, weil es nur wenige vergleichbare Organisationen gibt, die über einen derart langen und breiten Erfahrungshorizont verfügen.

Mit dem EU-Beitritt Österreichs 1995 war die wichtigste Aufgabe der Verwaltung und für Regionalpolitik zuständige Einrichtungen, die primären nationalen Anliegen der Politik für den ländlichen Raum in die Rahmenbedingungen der EU Strukturfonds und anderer EU-Politiken (z.B. Wettbewerb und Agrarpolitik) in Übereinstimmung zu bringen (Huber 1995, S. 3). Dabei ist es von besonderer Bedeutung, daß die Erfahrungen im Rahmen der Umsetzung der österreichischen Regionalpolitik und der Eigenständigen Regionalentwicklung einfließen können, um das Rad nicht neu zu erfinden.

Gleichzeitig mit dem Aufbau eines administrativen Koordinationsnetzes zur Umsetzung der Programme wurde 1995 eine Umstrukturierung der regionalen Beratungseinrichtungen eingeleitet (ÖROK 1996, S. 117). Beratungs- und informationsorientierte Maßnahmen wurden in Österreich bereits seit Anfang der 80er Jahre erprobt, schrittweise weiterentwickelt und ausgebaut. Die neuen Anforderungen zur Erstellung und Umsetzung der EU-Regionalförderungsprogramme führten in Österreich zu einer Gründungswelle von regionalen Entwicklungsorganisationen und regionalen Managementeinrichtungen. Diese stellen im System der regionalen Entwicklung eine Zwischenebene zwischen zuständigen Stellen auf Landes- und Bundesebene und auf der Ebene der Gemeinden, Betriebe und regionaler Interessensvertretungen dar. In Ergänzung zu den Bundes- und Landesstellen sollten sich diese Regionalmanagementein-

richtungen auf jene relevanten Aufgaben und Funktionen regionaler Entwicklung konzentrieren, die eine Region am besten erfüllen kann und jene Aufgaben übernehmen, die weder von den Zentralstellen noch von den Betrieben, Gemeinden und anderen bestehenden Einrichtungen wahrgenommen werden können. Damit werden sie zur/zum qualifizierten und verbindlichen Ansprechpartner/in für die zentralen Stellen auf der einen Seite und Sprachrohr der Akteur/innen vor Ort auf der anderen Seite.

Sie sind Kontaktstelle für die regionalen Akteur/innen, die an der Erstellung der Programme und in weiterer Folge an der Konzeption und Durchführung der einzelnen Projekte interessiert sind und aktiv mitarbeiten wollen. Durch die Einbindung regionaler Akteur/innen und Projektträger/innen sollen eigenständige regionale Entwicklungsstrukturen errichtet werden.

Sie sollen die notwendigen organisatorischen Begleitmaßnahmen zur Etablierung der EU-Förderungsprogramme in den einzelnen Regionen installieren, damit durch diese Einrichtungen vor Ort eine eigenständige Entwicklung gewährleistet werden kann.

Im allgemeinen wird bei genauerer Betrachtung der bisherigen Regionalförderung deutlich, daß die entsprechenden Förderansätze, wie sie für periphere Regionen und um das Konzept der Eigenständigen Regionalentwicklung entwickelt worden sind, nur einen verhältnismäßig geringen Anteil an der allgemeinen Wirtschaftsförderung erreichen (ÖROK 1992, S. 82). Wie die Erfahrungen in Österreich gezeigt haben, sind die beträchtlichen regionalen Disparitäten nicht allein durch einen verstärkten Förderfluß abzubauen. Das bedeutet in erster Linie, daß die Regionalpolitik in Österreich vor allem hinsichtlich der immateriellen Förderungen in der EU-Regionalpolitik für den ländlichen Raum ausgebaut wurde. In diesem Zusammenhang darf die Bedeutung der Eigenständigen Regionalentwicklung - vor allem im Hinblick auf die derzeit laufenden 5b- und Leader-Projekte - nicht unterschätzt werden (Dax 1996, S. 2). So entwickelten sich beispielsweise zahlreiche Leader-Initiativen auf der Erfahrungsgrundlage von Projekten, die im Rahmen der Eigenständigen Regionalentwicklung initiiert und umgesetzt worden sind. Schwerpunkte von Leader II-Aktivitäten sind u.a. Impulse für innovative Maßnahmen zu setzen und einen Austausch der entsprechenden Erfahrungen rund um die Umsetzung der Projekte zu fördern.

Im Hinblick auf die EU-Regionalpolitik stellen die Gemeinschaftsinitiative Leader wie auch die Fördermaßnahmen im Rahmen der Ziel-5b-Gebiete den regionalpolitischen Hintergrund dieses Forschungsprojektes dar.

## 2. Die Initiativen

Es wurden insgesamt 16 Initiativen im ländlichen Raum untersucht und dargestellt, davon dreizehn in Österreich und drei in Deutschland. Mit der Absicht, eine möglichst breite regionale Streuung zu erreichen, sind Initiativen aus sechs österreichischen Bundesländern (Nieder- und Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Tirol und Vorarlberg) und einem deutschen Bundesland (Nordrhein-Westfalen, Westfalen-Lippe) vertreten.

Aufgrund der Einteilung in fünf Gruppen entfallen ein bis drei Beispiele je Kategorie. Die Kontakte zu den einzelnen Akteur/innen wurden über die Landeslandwirtschafts- und Bezirksbauernkammern, die Beratungsabteilung des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, die ÖAR-Regionalberatungsg.m.b.H., Veranstaltungen, aus der Literatur und andere Kontaktpersonen hergestellt.

Die Erhebungen wurden in der Zeit zwischen August 1996 und Jänner 1997 mittels eines Interviewleitfadens (s. Anhang) durchgeführt.

### 2.1 Spezielle Vermarktungsformen

*„Es geht dabei weniger darum, wie stell ich ein Produkt her, sondern vielmehr darum, wie vermarkte ich es.“* (Martin Sanoll)

Im allgemeinen gibt es für landwirtschaftliche Produkte drei Arten der Vermarktungswege:

Die indirekte Vermarktung großer Mengen an Rohprodukten über den Handel macht nach wie vor den überwiegenden Teil des Absatzes landwirtschaftlicher Produkte von Bauernhöfen aus (Hebertshuber et al. 1994, S. 5). Es besteht aber auch die Möglichkeit, Verarbeitungsprodukte über lokale Einzelhandelsgeschäfte oder im Fall von biologisch erzeugten Produkten über Naturkostläden, mittlerweile auch über Großhandelsketten zu verkaufen. Die unter diesem Kapitel beschriebenen Beispiele der Erzeugung von Ziegenmilchkosmetika (Sanoll) und Stutenmilchkosmetika (Hehle) wird zu einem Teil ebenfalls über den Handel (Apotheken, Drogerien, Naturkostläden etc.) abgesetzt. Beide Familien betreiben außerdem Direktvermarktung ihrer Produkte Abhof und über einen Versand.

Die klassische Form der Direktvermarktung von hauptsächlich landwirtschaftlichen Verarbeitungsprodukten erfolgt überwiegend Abhof, auf Bauernmärkten oder durch Zustelldienste. Unter Direktvermarktung versteht man den

direkten Absatz von landwirtschaftlichen (Verarbeitungs)Produkten durch den/die Produzent/innen selbst, wodurch in der Regel eine höhere Wertschöpfung erzielt werden kann.

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurde dieses Feld der einzelbetrieblichen Direktvermarktung nur am Rande beleuchtet. Die Betriebe wurden nicht aufgrund ihrer Tätigkeit in diesem Bereich ausgesucht, sondern es stellte sich in einigen Fällen heraus, daß die innovative Tätigkeit, die für die Untersuchung beschrieben werden sollte, mit einer einzelbetrieblichen Direktvermarktung kombiniert wird. So war beispielsweise das ausschlaggebende Auswahlkriterium für eine Bäuerin in Oberösterreich ihr Angebot von Brotback- und Blumengesteckkursen. Den Großteil des Haushaltseinkommens verdient das Bauernehepaar jedoch aus der Direktvermarktung von Schafmilchprodukten. Ein Zulieferbetrieb von „Tischlein deck dich“ hat bereits seit Jahren Direktvermarktung von Fleischpaketen (Hochlandjungrinder aus Mutterkuhhaltung, die am Hof geschlachtet werden) Abhof betrieben, bevor er Gesellschafter des Biobuffets wurde. Auch die Betreiberin des Bauernhofcafés in Deutschland verdient den Großteil ihres Haushaltseinkommens durch Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte, die hauptsächlich durch den Zustelldienst des Bauern erfolgt, aber auch durch die Kombination des Cafés mit einem „Lädchen“ (Hofladen).

Insgesamt setzt rund die Hälfte der untersuchten Initiativen in mehr oder weniger ausgeprägtem Umfang landwirtschaftliche Produkte unterschiedlicher Verarbeitungsstufen direkt ab. Zwei davon wurden in die Kategorie „Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude“ eingeordnet (die Seminarbäuerin und das Bauernhofcafé in Deutschland). Bäuerinnen und Bauern, die Mitglieder in einer Vermarktungskoooperation sind, verkaufen ihre Produkte oft ebenfalls Abhof und liefern lediglich ihre Überschüsse an die Kooperative.

Im Zusammenhang mit der einzelbetrieblichen Direktvermarktung werden in letzter Zeit immer öfter Bedenken dahingehend geäußert, inwieweit die damit verbundenen zeitaufwendigen Arbeiten wirtschaftlich und hinsichtlich der langfristigen Sicherung der Aufrechterhaltung der landwirtschaftlichen Produktion sinnvoll sind.

Die wesentlich wirtschaftlichere Form der Direktvermarktung ist in der Kooperation mehrerer Direktvermarktungsbetriebe mit einem entsprechenden Regionalmarketing und damit verbunden mit einer professionellen Vermarktung gegeben. Vor allem kann dabei der organisatorische Aufwand der Kund-/innenakquirierung und -belieferung vom Hof ausgelagert und an den/die Geschäftsführer/in eines Vereines, einer Genossenschaft, oder welche rechtliche Form dafür auch immer Anwendung gefunden hat, übergeben werden.

Die Kategorie Spezielle Vermarktungsformen wurde in drei Untergruppen eingeteilt. In der ersten Einheit erfolgte die Auswahl der Beispiele nach der Besonderheit der Produkte. Unter **Herstellung von Spezialprodukten** (Punkt 1.1.1) wurden Beispiele ausgewählt, die sich durch eine hohe Innovationsleistung in der Produktkreation auszeichnen, jedoch keine Lebensmittel darstellen. Es wurden hierfür zwei Kosmetikherstellerbetriebe ausgewählt.

In der zweiten Untergruppe dieser Kategorie werden zwei **regionale Vermarktungskoooperationen** (Punkt 1.1.2) beschrieben.

Drei Vermarktungskoooperationen, die den Verkauf der drei Schafprodukte Lammfleisch, Schafmilchprodukte und/oder Wolle gemeinsam organisieren, werden unter „**Auf das Schaf gekommen**“ (Punkt 1.1.3) behandelt.

### 2.1.1 Herstellung von Spezialprodukten

Aus landwirtschaftlichen Produkten lassen sich nicht nur Lebensmittel herstellen, sondern auch Kosmetika. So werden unter dieser Gruppe zwei Kosmetikherstellbetriebe beschrieben, wobei die Familie Sanoll als Einzelunternehmen Kosmetika aus Ziegenmilch und anderen biologischen Produkten erzeugt. Die Familie Hehle vermarktet Stutenmilch direkt Abhof bzw. über einen Versand. Eine Apotheke stellt für sie aus der am Hof gewonnenen Stutenmilch Kosmetika her, die über die Apotheke, einen Versand und direktvermarktet werden.

#### *Natur pur - Sanoll Ziegenmilchkosmetik*

**Betrieb:** *Martin und Cornelia Sanoll in Stams in Tirol*

**Tätigkeit:** *Herstellung und Vertrieb von Naturkosmetika*

**Beschäftigte:** *Martin und Cornelia Sanoll sowie eine Fremdarbeitskraft*

**Absatzwege:** *Es vertreiben im Wiener Raum rund 150, im übrigen Österreich an die 250 Handelspartner/innen Sanoll-Produkte (Stand 1996). Darunter sind auch Apotheken, die lediglich die Einreibe-Ziegenbutter kaufen. Nur bei einer kleinen Anzahl von Geschäften gibt es ein großes Sortiment. Dazu kommen 300 Versandadressen.*

**Abbildung 1: Sanoll Ziegenmilchkosmetik**

*Sanoll-Produkte*

*Foto: Loibl*

***Autodidaktischer Erfindergeist***

Martin Sanoll hat nie eine unselbständige Erwerbstätigkeit ausgeführt, immer von der Direktvermarktung von mehr oder weniger landwirtschaftlichen Verarbeitungsprodukten gelebt. Er ist sozusagen in die Landwirtschaft und in die Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte ein- und später wieder ausgestiegen. Er verarbeitet jedoch nach wie vor landwirtschaftliche Produkte und auch landwirtschaftliche Verarbeitungsprodukte.

***„Man muß sich trauen, mit Hausverstand an die Sache herangehen und ausprobieren“***

Die Familie Sanoll, in der Martin Sanoll aufgewachsen ist, war keine Bauernfamilie. Der Vater war selbständig, und hat dem Sohn vermutlich die Risikobereitschaft, Experimentierfreudigkeit und Ausdauer für die vielen, teilweise erst nach längerer Zeit erfolgreichen Versuche mitgegeben. Der Ursprung der Produktion von Kosmetika, wie sie heute im Gewerbebetrieb erzeugt werden, liegt bereits viele Jahre zurück. Schon während seiner Hauptschulzeit hat Martin Sanoll Angorakaninchen gezüchtet, später ist er auf Fleischkaninchen

umgestiegen. Das war die erste Berührung mit der Landwirtschaft und mit Tieren. Damals wohnte die Familie Sanoll noch in einem Einfamilienhaus mit Garten.

Als 6 Hektar Grünlandfläche zugepachtet wurden, war diese Fläche für die Hasen zu groß, weshalb Ziegen und Schafe zugekauft wurden. Die landwirtschaftlichen Produkte wurden in Innsbruck, das nur eine Viertel Stunde mit dem Auto entfernt liegt, in der Markthalle vermarktet, und zwar dreimal in der Woche. Die Familie Sanoll erwarb sich durch ihre ungewöhnlichen Produkte - neben gemästeten Hendln und Eiern verkauften sie Hasen-, Kitz- und Lammfleisch - bald den Ruf, gut verkaufen zu können.

**„Durch Ausprobieren und Erfahren lernt man am meisten.“**

Als sie Ende der 70er Jahre - damals war noch lange keine Rede von einer „Biowelle“ - **Ziegenmilch** (abgefüllt in Bierflaschen, gestapelt in einer Bierkiste, versehen mit einer eigenen Etikette) verkauften, wurden sie vorerst ausgelacht. Aber der Erfolg stellte sich - überraschend - schnell ein: Zwanzig Flaschen Ziegenmilch wurden noch am ersten Tag verkauft. Bald wurden allein an einem Vormittag 40 Liter Ziegenmilch abgesetzt.

Damals wurden 60 Ziegen gehalten, was soviel geheißen hat, als daß Milch in rauhen Mengen übrig geblieben ist. Der Gedanke, die Ziegenmilch zu Käse zu verarbeiten, lag nahe. Von der landwirtschaftlichen Schule hat er gerade gewußt, daß man Lab zum Käsemachen braucht und daß Käse reifen muß. Es wurde langwierig herumprobiert. Zu guter Letzt ist eine Charge **Ziegenkäse** mit Edelschimmel gut gelungen.

Mitte der 80er Jahre wurden die positiven gesundheitlichen Aspekte der rechtsdrehenden Milchsäure bekannt und in Reformhäusern rechtsdrehendes Joghurt verkauft. Auch die Familie Sanoll hat dann mit der Herstellung von rechtsdrehendem **Ziegenjoghurt** begonnen. Dabei mußte ebenfalls wieder viel „herumprobiert“ werden, bis es gelang. Mit dem „Rezigurt“ (Rechtsdrehendes Ziegenjoghurt) wurde ein Literpreis erzielt, der zufriedenstellend war.

Ein Nebenprodukt beim Käsen ist bekanntlich die Molke, die lange Zeit durch „moderne Trends“ in ihrer substantiellen Bedeutung für Ernährung und Kosmetik als minderwertig und lästiges Abfallprodukt verkannt worden ist. Die Molke hat sehr viele gesunde Inhaltsstoffe, aufgrund derer ihr seit Jahrtausenden besondere kosmetische Wirkungen zugeschrieben werden (vgl. Hans Haid 1989, S.32). Anfang der 80er Jahre kam **Molke als Erfrischungsgetränk** auf den Markt. Danach begann auch die Familie Sanoll, Molke zu vermarkten.

Durch den direkten Kontakt mit den Kund/innen in der Markthalle erfuhren sie über den Einsatz von **Molke als Rohstoff** für die Herstellung von Reinigungssieg („Juteessig“) und Gesichtswasser. Das war der Grundstein **für die Kosmetikherstellung**, auf die sich Martin Sanoll im letzten Jahrzehnt spezialisiert hat. Was dazu an Wissen notwendig war, hat er sich vorwiegend selbst, autodidaktisch angeeignet.

Am Anfang war der Vertrieb der Kosmetika derselbe wie für die übrigen Produkte: In der Markthalle wurden neben Fleisch und Eiern, Shampoos und Ziegenbuttereinreibung angeboten.

Mittlerweile werden nur noch Kosmetika hergestellt, die über Naturkostläden, Apotheken, Drogerien und Privatversand verkauft werden.

Die Produktpalette wurde ständig ausgedehnt und umfaßt derzeit fast 40 verschiedene Pflegeprodukte. Neben Duschbädern, Seifen, Gesichtscremen, Badeszusätze, Haarshampoo und Haarwäsche<sup>6</sup>, Haushaltsreinigungsmittel, gibt es auch „medizinische Kosmetika“ wie die Ziegenbuttereinreibung („Kaprisona“) und Haarfestiger, hergestellt aus Bio-Bier, das von einem Betrieb in Niederösterreich bezogen wird.

### **Der Betrieb**

Geführt wird das Unternehmen als Gewerbebetrieb. Produktionsstandort ist der Michlhof, der vor zehn Jahren (1986) gekauft wurde. Dort leben Martin und Cornelia Sanoll mit ihren drei Söhnen.

Cornelia Sanoll verrichtet (neben Haushalt und Kinderbetreuung) die Büroarbeit. Seit eineinhalb Jahren ist eine weitere Arbeitskraft in der Produktion angestellt. Das Etikettieren wird als Heimarbeit vergeben. In Wien und Umgebung gibt es eine Vertreterin, die Sanollprodukte intensiv betreut. Im übrigen Österreich werden die Kund/innen direkt von Martin Sanoll betreut, entweder wird hingefahren, angerufen oder angeschrieben.

### **Kund/innen und Konkurrenz**

Kund/innen sind in erster Linie Umweltbewußte (oder auch Teilzeit-Umweltbewußte), die im Naturkostladen einkaufen. Darüber hinaus wechseln

---

<sup>6</sup> Nach den gesetzlichen Bestimmungen muß ein Haarshampoo 12% Tenside enthalten. Die Haarwäsche von Sanoll enthält keine Tenside, weil Ghassoul (Lavaerde) anstelle der Tenside reinigend wirkt; daher darf dieses Produkt auch nicht als „Shampoo“ bezeichnet werden.

immer mehr Allergiker/innen und sonstige Kranke aus Gesundheitsgründen zu Naturprodukten.

Zur Ausdehnung der Produktion und Weiterentwicklung kam es auch deshalb, weil zwei Naturkostläden (einer in Salzburg und einer in Bruck an der Mur) das „Rezighurt“ und das Shampoo aus Molke vertreiben wollten. Das war das erste Mal, daß die Familie mit den Preisen „ins Wurschteln gekommen ist“, weil das Shampoo um 35,- in der Markthalle in Innsbruck nicht in Salzburg um 70,- verkauft werden konnte. Also mußte eine Preisstruktur geschaffen werden, die alle drei - Hersteller Familie Sanoll, die Naturkostladenhändler und die Kundschaft - zufriedenstellt.

***„Oft genügt ein Korkstoppel, um aus einem konventionellen ein Naturprodukt zu machen“***

Für Martin Sanoll liegt das Problem in der Vermarktung von den Naturkosmetika vor allem darin, daß es in diesem Bereich sehr viele Pseudoprodukte gibt. Großkonzerne haben ihre sogenannten „grünen Linien“, in der viel durch die Verpackung kaschiert wird. Diese „Pseudoprodukte“ sind als Konkurrenz allerdings ernst zu nehmen.

***Die Unternehmensphilosophie des Martin Sanoll***

Dem Kosmetikerzeuger ist die Frage, woher der Rohstoff kommt, nicht nur deshalb wichtig, weil er garantiert ökologisch erzeugte Rohstoffe verwenden will. Als er begann, sich mit den Produktionsstrukturen auseinanderzusetzen, kaufte er die kaltgepressten Öle nicht mehr länger von einer großen Hamburger Ölmühle, sondern von einem Bauern im Weinviertel, der im Nebenerwerb mit der Ölherstellung und Ölfrüchteschälung begonnen hatte.

Der Großteil der Rohstoffe (Molke, Ziegenbutter Sonnenblumen- und Mohnöl) kommt von kleinen Betrieben, wenn möglich aus der regionalen Umgebung. Seit zu Beginn der 90er Jahre die Ziegen aufgegeben wurden, kommt die Molke von der Familie Höllrigl, die in Nasserreith in Tirol Ziegenkäsespezialitäten erzeugt (vgl. Hans Haid 1989, S.34ff). Die Öle (Sonnenblumenöl, Olivenöl und Mohnöl) stammen aus kontrolliert biologischem Anbau.

Die biologisch erzeugten Rohstoffe ermöglichen durch die Transparenz der Produkte eine „konsequente“ Marketingstrategie:

*„Durch die strengen Kriterien, die wir beim Einkauf unserer Rohstoffe ansetzen, (...) können wir uns eine Totaldeklaration unserer Produkte leisten.“*  
(Sanoll-Werbeprospekt)

Wurde der Familie Sanoll bereits in der Markthalle versichert, sie könne gut verkaufen, so hat sich Martin Sanoll später intensiv mit Marketing und Marketingstrategien beschäftigt. Er hat sich dabei ganz einfache Fragen gestellt: Wie gelangt man in die Geschäfte? An wen wird verkauft? Wie werden Kund/innen überzeugt?

*Drei Monate muß im Jahr für Werbung und Verpackung gearbeitet werden. Das ist sehr wichtig, weil das beste Produkt nicht verkauft werden kann, wenn es nicht beworben und bekannt gemacht wird.*

Zu wissen, was die Kund/innen wollen, ist am Anfang, als sie noch direkt am Markt und im Kontakt mit den Kund/innen waren, einfach gewesen. Heute führt er in erster Linie Gespräche mit Verkäufer/innen in den Naturkostläden, die diesen direkten Kontakt noch haben. Martin Sanoll hält aber auch selbst Augen und Ohren offen und beobachtet, welche neuen Entwicklungen es am Kosmetikmarkt gibt: Welche Produkte sind gut und werden auch gut verkauft? Könnten sie in ähnlicher Weise hergestellt und vertrieben werden? So gibt es beispielsweise in Bioläden keine Stylingprodukte und keinen Haarfestiger. Deshalb hat Sanoll begonnen, Haargel und -festiger aus Biobier herzustellen:

*„Bevor sich Leute einen Haarfestiger mit viel Chemie vom Großkonzern kaufen, sollen sie doch besser ein natürliches Produkt eines Kleinerzeugers verwenden.“*

***„Wenn etwas bereits läuft, kann man etwas anderes ausprobieren.“***

Wenn ein neues Produkt entwickelt wird, muß die Produktentwicklung nebenher erfolgen. Das war von Anfang an so: Die Vermarktung von den Hasen und dem Lammfleisch war schon gut angelaufen, als die Fehlschläge mit der Ziegenkäseherstellung erfolgten. Das war dann nicht existenzbedrohend. Es war nur ärgerlich.

Produktion und Marketing hat sich Martin Sanoll autodidaktisch beigebracht. Wenn er nicht erfolgreich war, hat er sich überlegt, warum das nicht so gelaufen ist, wie er es sich das vorgestellt hatte und daraus Strategien entwickelt, wie es das nächste Mal besser funktionieren könnte.

### ***Keine hohen Investitionen***

Martin Sanoll investiert sehr sparsam in seine Gerätschaften. Er improvisiert lieber, damit das Risiko, etwas Neues zu machen, nicht zu groß wird. Die Erzeugung findet in einer Art Schuppen statt, in der mehrere Bottiche stehen.

Im selben Raum, in dem es sehr gut nach einem Gemisch aus ätherischen Ölen riecht, werden auch die Produkte in einem Holzregal gelagert.

Da sich die Produktion der Naturkosmetika sozusagen als „Hobby“ neben der Direktvermarktung entwickelt hat, hat es sich auch selbst finanziert. Außer dem AIK-Kredit für den Ankauf des Michlhofes hat die Familie Sanoll keine Förderung von Bund oder Land erhalten. (Es wurden aber auch keine Förderungen beantragt).

Bei der Erzeugung des rechtsdrehenden Ziegenjoghurts „Rezighurt“ mußte viel „herumprobiert“ werden. Zuerst wurde die Milch in einem großen Behälter fermentiert und das Joghurt anschließend in kleine Behälter umgefüllt. Dadurch wurde es aber zu dünn, weil es beim Umfüllen bricht. Der Erfindergeist in der Familie Sanoll, die sich nicht auf Kredite größeren Umfangs einlassen will und lieber eine Weile mit ganz einfachen Mitteln herumbastelt, funktionierte eine Tiefkühltruhe mit einem billigen Heizlicht zu einem Brutkasten für das Joghurt um. Darin konnte in 100 Joghurtgläser fermentierte Ziegenmilch reifen.

Es käme ihm beispielsweise auch nicht in den Sinn, eine teure Abfüllanlage für die Gesichtscremen zu kaufen. Hohe Investitionen stellen wirtschaftlich eine enorme Belastung dar. Dadurch steigt der Erfolgsdruck und es muß immer mehr verkauft werden. Darunter leidet letztlich die Kreativität, ist er überzeugt. Diesen Teufelskreis lehnt Sanoll kategorisch ab.

Martin Sanolls Unternehmensphilosophien sind gleichzeitig seine Erfolgsfaktoren.

### ***Zukunftsansichten und die Kosmetikgesetzgebung***

Durch den EU-Beitritt Österreichs ist es insgesamt mit wesentlich mehr Aufwand als bisher verbunden, gesetzeskonform Kosmetikprodukte zu vertreiben. Es wird in Zukunft aufgrund EU- wie auch österreichischer Gesetzgebung erforderlich sein, in der Kosmetikerstellung für jeden Rohstoff und jedes Fertigprodukt ein Dossier von einem/einer Toxikologe/in erstellen zu lassen.

Die Voraussetzungen, wie sie durch den EU-Beitritt herrschen, sind für Sanoll „gerade nicht existenzgefährdend“. Es wird aber erforderlich sein, die Produktion soweit auszudehnen, daß die bürokratischen Zusatzkosten gedeckt werden können. Er selber findet es schade, expandieren zu müssen, er hätte jetzt gerade die Größe, die ihm zweckmäßig erscheint.

### ***Hehle Stutenmilch und Stutenmilchkosmetika***

***Betrieb:*** Karin und Siegfried Hehle aus Möggers bei Bregenz in Vorarlberg

***Größe:*** 13 Hektar landwirtschaftliche Nutzfläche, 12 Stuten, 7 Fohlen, ein Hengst zum Decken der Stuten und ein Junghengst wie auch ein Wallach

***Tätigkeiten:*** Vertrieb von Stutenmilch und Stutenmilchkosmetika

***Kundschaft:*** Abhof-Verkauf, Versand

#### **Abbildung 2: Hehle Stutenmilch**

***Siegfried und Karin Hehle sind zuversichtlich***

*Foto: Loibl*

Die Umstände, die zur Umstellung auf die Stutenhaltung geführt haben, waren nicht erfreulich. Ursprünglich wurden in einem Silosperrgebiet auf 13 Hektar landwirtschaftlicher Nutzfläche 15 Milchkühe gehalten und die Milch (47.000 kg im Jahr) an eine Sennerei geliefert. Die Nicht-Auszahlung der Siloverzichtsprämie führte zu einer gerichtlichen Auseinandersetzung und zum Verkauf der Milchkühe.

Im April 1991 wurde mit dem Kauf einer trächtigen Tigernorikastute auf einen Stutenmilchbetrieb umgestellt. Produziert wird biologisch, ohne Mitglied

bei einem Bioverband zu sein. Die artgerechte Pferdehaltung (Boxenlaufstall plus jederzeit möglichem Auslauf) und der „liebvolle Umgang mit den Pferden“ ist den beiden sehr wichtig und wird durch den Tierschutzverein Humanitas kontrolliert. Die Boxen sind sehr breit, die Stute und ihr Fohlen haben gemeinsam darin Platz. Die Stute produziert nur solange Milch, wie sie ein Fohlen säugt. Es ist nicht so wie bei einer Kuh, die auch bei einer Totgeburt oder wenn das Kalb weggesperrt und mit Milchaustauscher gefüttert wird, Milch gibt. Gemolken wird 4mal am Tag im dreistündigen Rhythmus mittels spezieller Melkmaschine. Die Milch wird sofort mikrogefiltert (und daher nicht pasteurisiert), abgepackt, schocktiegefroren und bei  $-18^{\circ}\text{C}$  gelagert (Stutenmilch ist in Naturkostläden, Reformhäusern und Abhof oder per Versand nur tiefgefroren erhältlich). Insgesamt ein sehr arbeitsintensives Unterfangen, das auch sehr hohe Anforderungen an Sauberkeit und Hygiene stellt.

Am schwierigsten gestaltet sich jedoch die Einhaltung rechtlicher Vorschriften im Marketing für den Verkauf von Stutenmilch und Stutenmilchkosmetika, die von einer Apotheke auf Basis der Stutenmilch erzeugt werden. Die Produktpalette an Kosmetika umfaßt diverse Cremes, Haarshampoos, Duschbad und Sportlotion.

*"Aus rechtlichen Gründen ist es uns nicht gestattet, auf die zahlreichen Heilerfolge der Stutenmilch hinzuweisen. Informieren Sie sich daher selbst in den unten genannten Quellen!"* (Daran anschließend wird im Werbeprospekt eine Reihe von Literatur angegeben).

Diese vorsichtige Formulierung über Stutenmilch und Stutenmilchkosmetika läßt auf unerfreuliche Erfahrungen mit unbeachteten rechtlichen Vorschriften schließen. Sie hätten schon oftmals Strafe bezahlen müssen, wird sarkastisch angemerkt. Stutenmilch ist nicht als Heilmittel anerkannt, obwohl es eine Reihe von Studien über die Heilungswirkungen der Stutenmilch gibt.

Das Arzneimittelgesetz schreibt vor, daß jedes Medikament die Arzneimittelprüfung durchlaufen muß. Auch wenn medizinische Wirkungen bestimmter Stoffe bekannt und untersucht worden sind, dürfen sie ohne Arzneimittelanerkennung nicht als solche angeführt werden. Ist ein Produkt nicht arzneimittelanerkannt, so darf es auch nicht als „entzündungshemmend“ oder „hilft bei Appetitlosigkeit“ bezeichnet werden, auch wenn dieses Mittel seit Jahrhunderten in der Volksheilkunde mit dieser Wirkung bekannt wäre.

Auf der anderen Seite ist bekannt, daß in Krankenhäusern nach Darmoperationen wie auch in Lungenheilanstalten Stutenmilch verabreicht wird.

Auch in der Kosmetikherstellung gibt es Bestimmungen laut Lebensmittelgesetz, die für Kleinerzeuger/innen oft eine enorme finanzielle Belastung dar-

stellen und daher entweder zum Expandieren oder zur Aufgabe der Produktion zwingen können. Und zwar weil in der Kosmetikherstellung für jeden Rohstoff und für jedes Fertigprodukt laut EU-Vorschrift ein toxikologisches Dossier erforderlich ist.

Auf der anderen Seite stellen niedrigpreisige „Pseudonaturkosmetikprodukte“ großer Herstellerfirmen, die mittels massivem Marketing vertrieben werden, eine ernst zu nehmende und auch eine unfaire Konkurrenz gegenüber echten Naturprodukten von Kleinerzeuger/innen dar.

Karin und Siegfried Hehle sind sich dieser Widersprüche bewußt. Sie haben sich eigenständig durch Literaturstudien bereits zu Expert/innen im Bereich der Heilwirkungen der Stutenmilch und Stutenmilchprodukte entwickelt. Bei allen widrigen Umständen zeigen sie sich widerspenstig, charakterfest und in fundamentalen Anliegen unnachgiebig. Dabei strahlen sie die Zuversicht eines David aus, als er Goliath gegenübertrat. Vielleicht auch, weil es mittlerweile „Gottseidank etwas ruhiger“ geworden ist.

Mit den Einnahmen aus dem Verkauf der Stutenmilch wie auch der Kosmetika, die von einer Apotheke auf Basis der Stutenmilch erzeugt werden, sind sie zufrieden. Eine Stute bringt in etwa soviel wie sechs Milchkühe.

Geplant ist als nächstes der Ausbau der Pferdefleischselbstvermarktung. Die Junghengste sollen selbst geschlachtet werden, weil die Tiere sonst sehr weit transportiert werden müßten, was sie ihren Pferden nicht abverlangen wollen. Der Verkauf wird Abhof stattfinden.

### 2.1.2 Vermarktungsk Kooperationen

Die ersten Gründungen der Kooperationen zwischen Produzent/innen und Konsument/innen fanden in Österreich Ende der 70er bis Mitte der 80er Jahre statt. Im Waldviertel war es die Bersta, im Raum St. Pölten die Evi, die ebenfalls Produkte der Bersta vertrieben hat, und im Mühlviertel die Mühli. Da eine Reihe von Literatur<sup>7</sup> seinerzeitige wie auch aktuelle kooperative Direktvermarktungsinitiativen ausführlich darstellt, wird im Rahmen dieser Arbeit als ausgewähltes Beispiel die KOPRA (Konsument/innen-Produzent/innen-Arbeitsgemeinschaft), die 1987 in Vorarlberg gegründet worden ist, unter diesem Kapitel wie auch das Tauernlamm und Villgrater Natur unter dem Kapitel „Vermarktung von Schafprodukten“ beschrieben. Zuerst wurden im Rahmen der KOPRA die Bioprodukte über einen Verein, der die Drehscheibenfunktion in der Vermittlung von Produzent/innen und Konsument/innen innehatte, vermarktet. Mittlerweile ist man dabei, über eine Genossenschaft eine breite Palette an Bioprodukten in großen Mengen auch über den Handel und an andere Großabnehmer regional und überregional abzusetzen.

Das Biopartyservice („Tischlein deck dich“) stellt einen Übergang von der Herstellung von Spezialprodukten zu den Vermarktungsk Kooperationen dar. Hier werden nicht nur landwirtschaftliche Produkte in hochveredelter Form im Rahmen eines vielfältigen Buffets angeboten, sondern darüber hinaus sämtliche Dienstleistungen zur Verfügung gestellt, die anlässlich von Festlichkeiten nachgefragt werden. An diesem Unternehmen sind vier bäuerliche Betriebe als Gesellschafter beteiligt, darüber hinaus liefern drei Biobetriebe regelmäßig und 15 unregelmäßig Produkte für die Zubereitung der Buffets zu.

---

<sup>7</sup> Die Pionierleistungen dieser ersten Kooperationen sind ausführlich in Glatz/Scheer 1981, Regenermel/Schmid et al. 1989, Hans Haid 1989 und Waldert 1992 beschrieben. Einen guten Überblick über einen Teil der derzeitigen Direktvermarktungsk Kooperationen bietet die Zeitschrift Landwirtschaft und Leben - Bäuerliche Vermarktungsinitiativen, Nr. 2-3/96 (Hg.: Josef Willi) sowie das Journal der Mediaprint AnzeigengmbH über die Fachausstellung auf der Herbstmesse Wels 1996: Ökoland Österreich - den Wandel schaffen.

***Immer, wenn sie „Tischlein deck dich“ rufen***

und immer wenn sie „tischlein deck dich“ rufen,  
beginnen bäuerinnen und bauern  
aus den umliegenden dörfern herbeizueilen  
und decken die Tafel  
mit köstlichkeiten aus wiese und acker  
der duft von frisch gebackenem brot  
vermischt sich mit dem würzigen geruch des bratens  
verschiedenste käsesorten ergänzen  
die liebevoll zubereiteten salate und aufstriche  
und in den tautropfen der gartenfrischen kräuter  
spiegelt sich das sonnengelb der handgerührten butter  
...immer, wenn sie  
„tischlein deck dich“ rufen  
(Horst Golser, Werbebroschüre von „Tischlein deck dich“)

***Betrieb:*** „Tischlein deck dich“ KEG

***Erwerbstätige:*** eine Halbtagskraft im Sekretariat ist angestellt, alle übrigen sind selbständig oder haben einen Werkvertrag: die geschäftsführende Gesellschafterin ist selbständige Unternehmerin, vier Gesellschafter (Biobauern), drei Lieferbetriebe, die regelmäßig Bioprodukte für die Buffetzubereitung zustellen, 15 weitere Biobetriebe, die unregelmäßig beauftragt werden, 3-5 Werkvertragskräfte, die die Buffets auf- und wieder abbauen

***Tätigkeit:*** Partyservice mit einem umfassenden Angebot an Kalt- und Warmgerichten, bei dem nur Produkte aus biologischem Anbau verarbeitet werden

***Landwirtschaftlicher Biobetrieb:*** Hans und Regina Danner in Zwettl an der Rodl, Mühlviertel, Oberösterreich

***Größe:*** 13 Hochlandrindmutterkühe mit eigener Nachzucht, Kalbinnen werden als Zuchtvieh verkauft, Stiere selbst geschlachtet, 10 ha LN (8,5 ha Wiesen und 1,5 ha Ackerland) und 3,5 ha Wald

***Tätigkeiten:*** „Tischlein deck dich“ KEG-Gesellschafter, Abhof-Verkauf von Fleischpaketen und -spezialitäten, Belieferung von Naturkostläden, Regina Danner ist darüber hinaus außerbetrieblich erwerbstätig.

**Abbildung 3: Tischlein deck dich**

*Party-Service mit Bioprodukten*

*Foto: Mairinger*

***Zur Entstehungsgeschichte von „Tischlein deck dich“***

Begonnen hat „Tischlein deck dich“ als ein Projekt des Ernteverbandes Oberösterreich. Anlaß war der Wunsch der Umweltakademie, ein Bio-Bufferet für 600 Leute organisiert zu bekommen. Nachdem dieses erste Bio-Bufferet, arrangiert durch den Ernteverband Oberösterreich, im Jahr 1990 sehr gut aufgenommen worden war, gab es in der Folge immer wieder Anfragen, u.a. seitens der Landesregierung und ähnlicher Stellen.

Die Geschäftsführerin des Ernteverbandes (Maria Dachs) und die jetzige Geschäftsführerin des Unternehmens (Margit Mairinger) haben das Projekt konzipiert und es der Presse im Rahmen eines „Presse-Bufferets am Biobauernhof“ vorgestellt. Das war im Oktober 1991. In der Zeit dazwischen war vielerlei Organisatorisches und im Behördengang zu erledigen.

Die **Marktforschung** gestaltete sich insofern etwas schwierig, weil es ein Biopartyservice in dem Sinn wie das „Tischlein deck dich“ vorher nicht gegeben hat. Eine Umfrage unter Bekannten, („Kannst du dir vorstellen, bei einem Fest oder einer Veranstaltung ein Bio-Bufferet zu bestellen?“) hatte zum Ergebnis, eine Marktlücke entdeckt zu haben, weil das damalige Angebot an Party-

service nicht sehr vielversprechend war. Trotzdem glaubten viele in den eigenen Reihen am Anfang nicht, daß „Tischlein deck dich“ als eigenes Unternehmen existenzfähig sein würde.

### ***Vom Projekt zur „Tischlein deck dich KEG“***

Eine Reihe rechtlicher Bestimmungen hat dazu geführt, daß das Projekt „Tischlein deck dich“ des Ernteverbandes durch die Gründung einer Erwerbskommanditgesellschaft in eine Firma umgewandelt wurde. Die Gründe dafür waren vielfältig: Die Ablösung vom Ernteverband mußte früher oder später erfolgen, weil ein gemeinnütziger Verein langfristig kein Wirtschaftsunternehmen betreiben darf. Auch gibt es grundsätzlich für wirtschaftliche Projekte eines Vereines ein Handikap: Wenn etwas eingekauft werden muß, wie im Fall von „Tischlein deck dich“ Geschirr oder andere Utensilien, war es durch die Vereinsstruktur erforderlich, daß der Vorstand des Vereines zusammentritt und die Genehmigung für diese Gelder beschließt. Oft war die nächste Vorstandssitzung aber erst nachdem das Buffets stattfinden hätte sollen, für dessen Vorbereitung die Gelder bereits gebraucht worden wären. Nach den ordnungsgemäßen Kriterien des Vereines war es deshalb schwer möglich, unternehmerisch zu agieren. Das war sehr hemmend und auch widersprüchlich, weil die Verantwortung gegenüber der Kundschaft wie auch gegenüber den Behörden bei der Projektleiterin lag, die Entscheidung über die erforderlichen finanziellen Mittel jedoch beim Vorstand des Vereines. Darüber hinaus ist es ohne Gewerbe nicht erlaubt, andere als nur kalte Speisen und Getränke anbieten, für „Tischlein deck dich“ wurde aber von Anfang an beabsichtigt, eine möglichst breite Getränke- und Speisenliste anzubieten.

Es war auch immer klar, daß das Projekt früher oder später ausgegliedert und ein eigenständiges Unternehmen wird.

1993 wurde beschlossen, eine Kommanditerwerbgesellschaft zu gründen. Diese Gesellschaft ist mit der Küche von Margit Mairinger und der Lieferküche von Hans Danner (einer der Gesellschafter s.u.) als Betriebsstätte bei der Wirtschaftskammer und bei den Behörden als „Tischlein deck dich Lieferküche“ durch eine Gewerberechtsverhandlung angemeldet. Gewerberechtlich handelt es sich um einen Gastgewerbebetrieb. Die behördlichen Genehmigungen für die Lieferküchen waren sehr aufwendig. Gewerbliche Voraussetzungen und Hygienevorschriften müssen den gesetzlichen Anforderungen der Gewerbebehörde und des Arbeitsinspektorats entsprechen.

### ***Die Organisation von „Tischlein deck dich“***

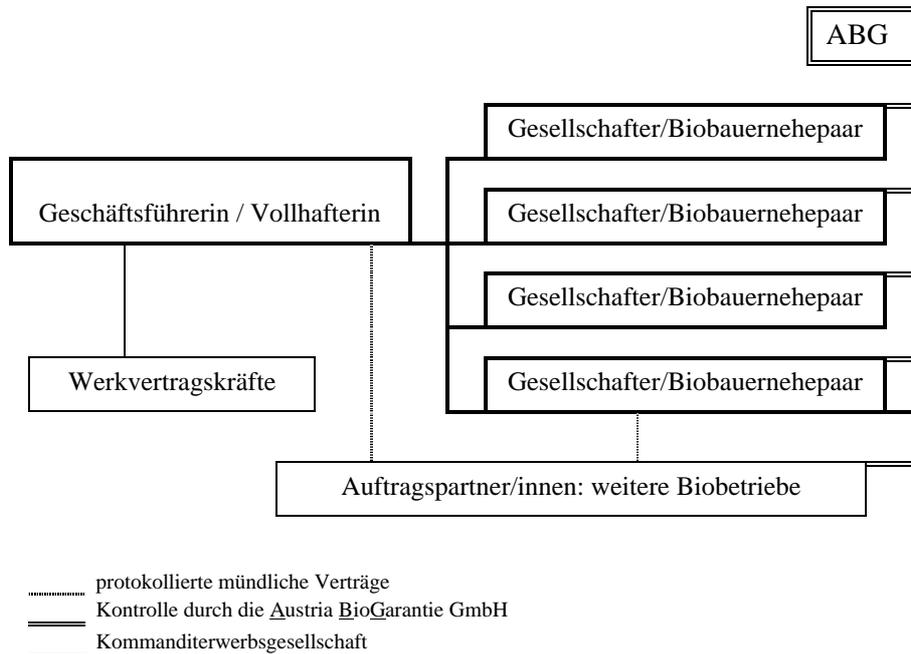
Der Firmensitz ist beim Ernteverband in der Oberösterreichischen Landes-Landwirtschaftskammer in Linz. Der oberösterreichische Ernteverband vermietet das Büro an die Geschäftsführerin. Margit Mairinger, die vormalige Projektleiterin, ist Geschäftsführerin der KEG „Tischlein deck dich“ Oberösterreich und haftet als Gesellschafterin mit ihrem Privatvermögen. Die vier übrigen Gesellschafter haften mit ihrer Einlage (s. Abb.).

Die Geschäftsführerin ist für die Kund/innenbetreuung und -akquirierung zuständig. Dabei führt sie auch Beratungsgespräche mit neuen Kund/innen. Darüber hinaus ist sie für die Koordination und Organisation der Buffets verantwortlich.

Vorrangig liefern drei Biobäuerinnen und ein Biobauer (Hans Danner s.w.u.), die alle Gesellschafter/innen der KEG sind, die Produkte zu. Übersteigen die Aufträge die Kapazitäten ihrer Produktion bzw. im Fall, wenn ein Produkt auf dem eigenen Hof nicht erzeugt wird, werden weitere Biobetriebe mit der Zulieferung beauftragt. Die Lieferant/innen (darunter sind 3 Biobetriebe, die regelmäßig Käse, Fleisch bzw. Gemüse anliefern, weitere 15 Biobetriebe in Oberösterreich werden unregelmäßig bei Bedarf beauftragt) verfügen über protokollierte mündliche Verträge, die auf eine gute Vertrauensbasis gestellt sind und beinhalten, daß die Bestellung drei Tage vor Lieferung eingetroffen sein muß und die Lieferant/innen jederzeit das Recht haben, den Auftrag nicht anzunehmen, für den Fall, daß die Lieferung deren Arbeitskapazität übersteigt. Es gibt keine Abnahmegarantien, die Abnahme ist darüber hinaus unregelmäßig, was eine einigermaßen hohe Flexibilität erfordert. Manchmal gibt es an einem Wochenende zehn Buffets und dann eine ganze Woche gar keines. Hauptsaisonen sind im Frühjahr und während der Advent- und Weihnachtszeit. Die Bäuerinnen und Bauern, die die Lebensmittel für die Buffets liefern, müssen sehr flexibel sein, um die Arbeitsspitzen zu bewältigen. Vor allem im Frühling, wenn auch in der Landwirtschaft mehr zutun ist, kommt es zu Arbeitsspitzen, die nur unter Streß zu bewältigen sind. Es bewerben sich immer wieder neue potentielle Lieferant/innen, weil sich herumgesprochen hat, daß „Tischlein deck dich“ gut bezahlt.

Sämtliche Biobetriebe, deren Produkte für das Buffets eingesetzt werden, werden durch die Austria Biogarantie GmbH kontrolliert.

Abbildung 4: „Tischlein deck dich“ Kommanditerwerbgesellschaft

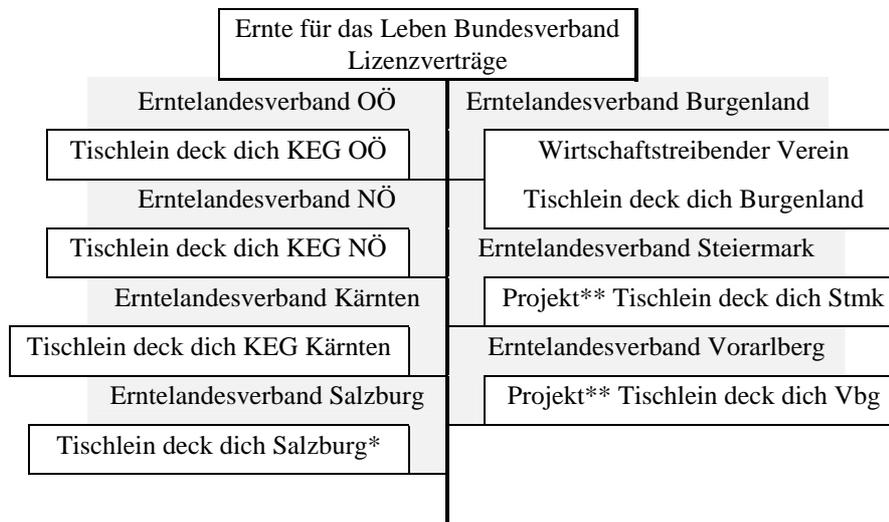


Für die Auslieferungen, den Aufbau der Buffets wie auch das erforderliche Service sind Student/innen über Werkverträge eingesetzt. Die Buchhaltung für „Tischlein deck dich“ wird von der Geschäftsführerin, der Jahresabschluß von einem Steuerberater erstellt. Der Aufwand insgesamt ist gering, es gibt wenig Lager- und Personalkosten. So sind auch Zeiten mit wenig Aufträgen zu überstehen.

### ***Der Ernteverband und „Tischlein deck dich“***

In sechs der übrigen acht Bundesländer wurde ebenfalls von den einzelnen Landesbioverbänden „Ernte für das Leben“ das Biopartyservice „Tischlein deck dich“ gegründet und in unterschiedlicher Form ausgestaltet. In Kärnten und Niederösterreich gibt es ebenfalls eine „Tischlein deck dich“ KEG, „Tischlein deck dich“ Burgenland arbeitet als wirtschaftstreibender Verein, in Salzburg betreibt ein einzelnes Biobauernehepaar in Form eines einzelbetrieblichen Unternehmens das Biopartyservice. Alle kaufen Produkte, die sie benötigen, aber selbst nicht herstellen, von anderen Biobetrieben zu. Steiermark und Vorarlberg sind noch in der Aufbauphase als Projekt des jeweiligen Ernte-Landesverbandes geführt.

Abbildung 5: „Tischlein deck dich“ und „Ernte für das Leben“



\*) einzelbetriebliches Unternehmen

\*\*\*) Es handelt sich dabei um Projekte der jeweiligen Landesverbände von „Ernte für das Leben“

Alle Landesorganisationen des „Tischlein deck dich“ haben einen Lizenzvertrag mit dem Bundesverband „Ernte für das Leben“, da die Marke „Tischlein deck dich“ marken- und patentrechtlich geschützt ist, dh in erster Linie, daß alle Produkte, die vertrieben werden, aus biologischem Anbau stammen müssen. Die Verflechtungen zwischen „Tischlein deck dich“ und „Ernte für das Leben“ sind vielfältig. Die Ernte-Landesverbände haben „Tischlein deck dich“ initiiert, dafür macht das Biobuffets Werbung für Bioprodukte und auch für „Ernte für das Leben“. Damit soll den teilweise immer noch herrschenden Vorurteilen gegenüber Bioprodukten („nur Kerndln und fad“) entgegenge-wirkt werden. Ursprünglich war es die Grundidee der Geschäftsführerin des Ernteverbandes OÖ (Maria Dachs), daß „Tischlein deck dich“ eine Art Werbeagentur für Bioprodukte werden soll.

Sämtliche Bundesländer-Organisationen von „Tischlein deck dich“ treffen sich zwei- bis dreimal pro Jahr. Bei diesen Treffen werden Koordinationsfragen besprochen, gemeinsame Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, gemeinsamer Einkauf von Briefpapier, Erfahrungsaustausch, Probleme etc. Es gibt auch eine „Arge Tischlein deck dich“, für die Margit Mairinger die Ansprechperson ist.

### ***Das Besondere an „Tischlein deck dich“***

Im Unterschied zu bäuerlichen Buffets darf „Tischlein deck dich“ als Gewerbebetrieb auch **warme Speisen anbieten** und **Produkte zukaufen**. „Tischlein deck dich“ ist nicht das typisch bäuerliche oder rustikale Buffet, obwohl es das natürlich auch gibt. Unter dem Motto: „Wenn man es professioneller machen will, muß man mehr anbieten“ (Mairinger) gibt es verschiedene bedarfsgerechte Buffets.

Darüber hinaus stellt „Tischlein deck dich“ das notwendige Geschirr, Tischschmuck, Service und Zubehör bis hin zu Zelten und Garderobenständern entgeltlich zur Verfügung. Diese Dinge werden von „Tischlein deck dich“ für die Kundschaft organisiert, oder es befindet sich bereits im Besitz der „Tischlein deck dich KEG“ und wird entgeltlich verborgt. Kund/innen werden auch über das passende Ambiente - vom Schloß bis zum Bauernhof - beraten. Darüber hinaus wird angeboten, den Versand der Einladungskarten wie auch Heimbringerdienste und derlei Dinge mehr zu organisieren.

Beim Buffet selbst wird die Werbebroschüre aufgelegt, mit dem Hinweis, um welche Speise es sich handelt, von welchem Hof die Grundprodukte kommen und daß „alle Zutaten aus kontrolliert biologischem Landbau“ (nicht ausschließlich von Ernte-Betrieben) stammen. Diese Transparenz ist sehr wichtig.

Die Zusammenstellung des Buffets erfolgt individuell nach einer Produktliste. „Mit der Zeit kriegt man ins Gefühl, was sich bestimmte Kund/innen vorstellen,“ meint Mairinger im Gespräch. Es werden auch Sonderwünsche erfüllt, soweit sie sich mit den Prinzipien von „Tischlein deck dich“ vereinbaren lassen.

Am Buffet gibt es **ausschließlich saisonale und regionale Produkte von Biobetrieben**, was anfangs eine der Hauptskepsis war, ob die Kund/innen akzeptieren würden, daß es bestimmte Produkte in bestimmten Jahreszeiten nicht gibt. Denn das bedeutet, daß beispielsweise im Winter kein grüner Salat und auch keine Paradeiser serviert werden. Dafür gibt es in der kalten Jahreszeit eine breite Palette an „Alternativsalaten“ wie Rote Rüben, Kraut-, Erdäpfel-, Waldorf-, Apfel/Karotten-, Selleriesalat etc. Die Auswahl ist groß und die Leute sind oft erfreut darüber, auf diese Salate aufmerksam gemacht worden zu sein. Außerdem gibt es keine exotischen Früchte im Buffet, auch keine biologischen Bananen. Limonadengenränke der bekannten Marken werden ebenfalls nicht bereitgestellt. Dafür wird biologisch hergestellter Traubensaft, Apfelsaft, Bier, Sekt und Wein angeboten. Darüber hinaus dürfen keine Konservierungsstoffe verwendet werden, einzig erlaubter Konservierungsvorgang ist das Tiefkühlen, Einmachen, Einlegen u.ä.

### ***Die Akteur/innen von „Tischlein deck dich“***

Margit Mairinger, die Geschäftsführerin, ist eine patente Frau, die sofort weiß, was Sache ist. Schon als das Interview mit ihr vereinbart worden ist, erklärt sie sich kurzerhand bereit, ein weiteres Interview mit einem der beteiligten Biobauern zu organisieren. Das Reden mit ihr ist unkompliziert, sie hat Übung darin zu erzählen, wie „Tischlein deck dich“ begonnen und sich entwickelt hat.

Während viele Frauen oft beruflich nicht weiterkommen, weil sie ihre Berufslaufbahn wegen einem oder mehrerer Kinder unterbrechen, war es bei Margit Mairinger genau umgekehrt. Sie war zu Hause bei den Kindern und suchte eine Beschäftigung. Als sie die Projektleitung eines Projektes des Ernteverbandes übernahm, war das der Beginn einer oberösterreichischen Frauenkarriere.

Mairinger erfüllte genau die Voraussetzungen, die erforderlich waren, sowohl was ihre Herkunft als auch ihre verschiedenen Ausbildungen betrifft:

1. Sie kommt aus der Landwirtschaft (und hat es deshalb nicht schwer, mit den Bäuerinnen und Bauern umzugehen und von diesen auch akzeptiert zu werden),
2. der Abschluß der HBLA für wirtschaftliche Berufe und die Ablegung der Gastgewerbekonzessionsprüfung, die für die Durchführung des Projektes und später für die Gründung der Kommanditerwerbsgesellschaft Voraussetzung war,
3. und der Abschluß des Jusstudiums, wodurch sie in rechtlichen und verwaltungsorganisatorischen Dingen eine Übung hat.

Sie ist als Geschäftsführerin der KEG selbständige Unternehmerin. Dieses Risiko des unregelmäßigen und vor allem unsicheren Einkommens wie auch das der Vollhaftung beunruhigt sie in keinster Weise.

Hans Danner, Biobauer und einer der vier Gesellschafter, wollte schon Anfang der 80er Jahre ein Bauern-Bufferet gründen, hat aber die Idee aus zeitlichen und organisatorischen Gründen wieder verworfen. Als Maria Dachs, die Geschäftsführerin des Ernteverbandes OÖ, die Hans Danner von Weiterbildungskursen an der LWK Oberösterreich kannte, das Projekt „Tischlein deck dich“ startete, fragte sie aufgrund ihrer Kenntnis seines seinerzeit geplanten, aber nicht umgesetzten Vorhabens an, ob er Interesse hätte, sich am Aufbau eines Biobuffets zu beteiligen.

### ***Zur Geschichte eines Bauern und Gewerbetreibenden***

Ende der 70er Jahre hat er überraschend, weil er ursprünglich nicht für die Hofnachfolge vorgesehen gewesen war, einen 14 ha Betrieb mit 15.000 kg Milchkontingent übernommen. Damit läßt sich bei dem gegebenen „Strukturwandel“ in der Landwirtschaft nicht lange wirtschaften.

Vor der Arbeit in der Landwirtschaft hat er Rauchfangkehrer gelernt und diesen Beruf auch einige Jahre lang ausgeübt. Als sich die Frage nach der Lehre stellte, wäre auch Koch eine Alternative für ihn gewesen. Mit dem Zubereiten des Bio-Buffets übt er nun diesen früheren Berufswunsch aus.

Nachdem er immer wieder auf der Suche nach landwirtschaftlichen Alternativen gewesen war und auch einiges ausprobiert hatte, wurde der Betrieb 1987 von der Milch- auf Mutterkuhhaltung mit Hochlandrindern umgestellt und mit der Selbstvermarktung in Form von Fleischpaketen begonnen. Seine Spezialität ist Mühlviertler Rauchfleisch Bündner Art.

Seit der Gründung von „Tischlein deck dich“ verkauft Danner seine Produkte aus der Landwirtschaft auch an die KEG (und damit an sich selbst). Die Lieferküche, die behördlich kontrolliert und genehmigt ist, wird als Gewerbebetrieb geführt.

Die landwirtschaftlichen Tätigkeiten sind durch die Mutterkuhhaltung nicht sehr zeitaufwendig, die Arbeitsspitzen während der Erntezeit werden vom Maschinenring durchgeführt. Aus arbeitswirtschaftlichen Gründen vermarktet Danner lediglich sein eigenes Hochlandrindfleisch und -produkte im Rahmen von „Tischlein deck dich“ und bestellt den Großteil der übrigen Produkte bei 10 verschiedenen Zulieferbiobetrieben in der Umgebung.

Die Aktivitäten des Hans Danner sind sehr umfassend. Neben dem Abhof-Verkauf und dem Bio-Partyservice „Tischlein deck dich“ werden nebenbei **drei Bioläden** mit Verarbeitungsprodukten (in erster Linie mit Mühlviertler Rauchfleisch Bündner Art, Wurst, Rindfleischsalat, Roastbeef etc.) **beliefert**. Außerdem wurde mit dem Verkauf eines **kalten Buffets** bei einem Bauernheurigen im Ort begonnen. Für die Zukunft möchte er sich seinen größten Traum erfüllen, einmal Gastwirt zu sein. Dafür hat er im Frühjahr 1996 die Prüfung für die Gastgewerbekonzession abgelegt.

### ***Die Widerstände***

Schwierigkeiten gab es am Anfang in erster Linie in den eigenen Reihen, vor allem dadurch, daß starke Skepsis geherrscht hat und dem Unternehmen „Bio-bauern Partyservice“ keine lange Zukunft vorausgesagt worden ist. Mairinger war froh, davon erst im nachhinein erfahren zu haben. Es hätte sie nur unnötig

demotiviert. Von seiten der Wirtschaftskammer Oberösterreich wurde dem Team von „Tischlein deck dich“ ebenfalls keine lange Zukunft prophezeit („es gibt kein Unternehmen, das nur von Partyservice allein leben kann“). Und weil die eigene Interessensvertretung nicht an ihre wirtschaftliche Zukunft geglaubt hat, gab es auch nur wenig Unterstützung von ihrer Seite.

### ***Die Erfolgsfaktoren von „Tischlein deck dich“***

Die Geschäftsführerin ist davon überzeugt, daß für die Umsetzung einer Idee Fachleute erforderlich sind. Und unter Fachleute fallen auch solche, denen der „Papierkram“ liegt. Die bürokratischen Aufwendungen bei der Gründung eines Unternehmens sind sehr umfangreich.

Für Mairinger zählen zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren, daß es eine klare Zuständigkeitsverteilung und Koordination gibt, „ohne daß irgend jemand den Boß spielt“. Die Geschäftsführerin verfolgt die erkennbaren Prinzipien eines weiblichen Führungsstils, wie sie derzeit in verschiedenen Management-Seminaren als erfolversprechend propagiert werden. Für sie ist es unerlässlich, daß sie als Koordinatorin des Unternehmens akzeptiert wird. Jede/r erfüllt die ihm/ihr anvertrauten Aufgaben in der entsprechenden Funktion: Sie kann nichts tun ohne die Leute, die die Buffets aufbauen und auch wieder abräumen. Und die Biobäuerinnen und Biobauern wie auch die Werkvertragsstudent/innen haben keine Aufträge, wenn die Geschäftsführerin keine Angebote akquiriert. Darüber hinaus muß ein Klima zur Zusammenarbeit und des Zusammenhaltes in der Gruppe gegeben sein, Konkurrenz und Neid schaden jedem gemeinsamen Vorhaben. Offenheit und Ehrlichkeit zählen zu den weiteren Grundprinzipien einer erfolgreichen Zusammenarbeit. Es darf ruhig zugegeben werden, wenn die Arbeit im Rahmen von „Tischlein deck dich“ vorübergehend nicht Freude bereitet.

Zwischendurch ist es immer wieder wichtig, Distanz zum Job zu gewinnen. Mairinger hat sich eine Zeitlang zu sehr mit dem Job identifiziert, bis sie („ausgepowert und fertig“) fast vor dem endgültigen Aufhören stand. Es war dies während der Weihnachtszeit, in der es zu den größten Arbeitsbelastungen kommt, weil jeden Tag mindestens ein Buffet zu betreuen ist. Als sie beim folgenden Treffen aller Akteur/innen von „Tischlein deck dich“ diese Unzufriedenheit und Überlastung thematisierte, stimmten auch noch andere ein „in den Chor der Suderei.“ Danach wurde eine organisatorische Änderung eingeleitet, die dieses Übel von Grund auf beseitigen sollte: Es wurden Leute zum Auf- und wieder Abbauen der Buffets gesucht. Die Studentinnen, die auf Werkvertragsbasis diesen Teil der Arbeit nun erledigen, waren überraschend schnell gefunden.

### ***Die Geschichte der KOPRA***

***Unternehmen:*** KOPRA (Konsumenten - Produzenten - Arbeitsgemeinschaft), Verein, Bioverband, Genossenschaft in Vorarlberg

***Mitglieder:*** 114 Mitgliedsbetriebe aus dem Großen Walsertal, dem Bregenzer Wald, dem Montafon, dem Walgau und dem Rheintal, 1150 Vereinsmitglieder (Konsument/innen)

***Tätigkeiten:*** Vertrieb von Biofleisch und anderen Bioprodukten, Bioverband, Bioberatungen, Öffentlichkeitsarbeit, Konsument/innenberatung

***Handelspartner/innen:*** private Haushalte, Naturkostläden

### **Abbildung 6: KOPRA**

#### ***Ganzjähriger Auslauf - eine der Tierhalterrichtlinien der KOPRA***

*Foto: Peter Swozilek*

Der Tierschutzgedanke war bei der KOPRA von Anfang an sehr wichtig. Alles in allem ging es aber um mehr, als „nur“ Fleisch aus artgerechter Haltung direkt zu vermarkten. Nach wie vor ist es erklärtes Ziel der KOPRA, durch die Förderung der Direktvermarktung bäuerlicher Qualitätsprodukte zu „gerechten“ Preisen einen Beitrag zur Existenzsicherung von kleinen und mittleren

landwirtschaftlichen Betrieben besonders in benachteiligten Bergregionen zu leisten.

Ausgangspunkt dieser Überlegungen war das Große Walsertal, in dem die Landwirtschaft sehr kleinstrukturiert ist und durch die naturräumlichen Gegebenheiten (steile Flächen) noch sehr viel händisch bearbeitet werden muß. Heimische Arbeitsplätze sind hier kaum vorhanden, abgesehen von einigen Gastgewerbe-, und ein paar kleineren Betrieben. Die Mehrheit der landwirtschaftlichen Höfe werden im Nebenerwerb bewirtschaftet, die Nebenerwerbsbauern pendeln meist in den Walgau oder nach Bludenz aus. Der Massentourismus hat leider oder vielmehr Gottseidank niemals Fuß fassen können. Es gibt zwar im Großen Walsertal ein kleines Schigebiet, das aber nicht schneesicher ist und daher auch nicht über die „mondänen“ Einrichtungen verfügt, die andernorts zu Massenansammlungen führen. Insgesamt handelt es sich in diesem Gebiet um eines der strukturschwächsten Regionen in Vorarlberg, das im Rahmen des EU-Beitrittes als Ziel-5b-Gebiet abgegrenzt wurde.

### ***Vom Verein über den Bioverband zur Genossenschaft***

Die Idee der Schweizer KAG (Konsumentenarbeitsgruppe), Fleisch von Tieren aus artgerechter Haltung direkt zu vermarkten, wurde 1986 von Werner Kräutler und Jutta Berger „über den Rhein nach Vorarlberg gerollt“, wo sie gemeinsam mit zwei Bauern mit dem Aufbau der KOPRA begannen. In der ersten Umsetzungsphase hat die Grübi (Grüne Bildungsanstalt) Geburtshilfe für die KOPRA geleistet, indem sie Gelder für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung stellte, um interessierte Leute für die Mitarbeit zu gewinnen, und zwar sowohl Bergbauern und Bergbäuerinnen als auch Konsument/innen.

### ***Zeittafel***

1. 1986 erste Idee auf einem Initiativentag, in der anschließenden Pionierphase war alles eher „handgestrickt“
2. Vereinsgründung im Herbst 1988. In der nachfolgenden Konsolidierungsphase, hat sich die Vereins- und Organisationsstruktur etabliert.
3. Bioverband seit 1992
4. Im Juli 1996 wird die Vorarlberger Biovermarktung KOPRA Genossenschaft als 5b-Projekt bewilligt.

Derzeitiger Stand: 114 Mitgliedsbetriebe und 1.150 Konsument/innen-Mitglieder. Daraus ergibt sich ein sehr hoher Verwaltungs- und auch Beratungsaufwand. Auch die Öffentlichkeitsarbeit wird vielfältiger, weil die Produktpalette größer wird. Mittlerweile wird auch Obst, Erdäpfel, Schnäpse, Weine etc. vermarktet, und es müssen neue Märkte (siehe KOPRA-Genossen-

schaft) aufgebaut werden. In der Zwischenzeit stammen die KOPRA-Bäuerinnen und -Bauern nicht mehr nur aus dem Großen Walsertal, sondern auch aus dem Bregenzer Wald, dem Montafon, dem Walgau und dem Rheintal.

### ***Die KOPRA als Verein***

Der 1988 gegründete Verein ist Drehscheibe der Koordination zwischen Bäuerinnen und Bauern auf der einen und den Konsument/innen auf der anderen Seite. Er leistet die Verwaltungs- wie auch die Öffentlichkeitsarbeit der Initiative. Die Zeitung der KOPRA, die 6mal im Jahr erscheint, heißt Freiland<sup>8</sup>.

Nachdem ursprünglich die Produkte an die vom Verein organisierten Adressen von den Bäuerinnen und Bauern selbst ausgeliefert worden sind - wobei sich diese Art des Vertriebes letztlich als sehr aufwendig herausgestellt hat - hat der Verein einen Zulieferdienst organisiert. Jetzt werden die Bestellungen von einer Halbtagskraft im Vereinsbüro der KOPRA aufgenommen und gesammelt von einem KOPRA-Bauern (im Nebenerwerb) ausgeliefert. Dazu steht ein Kühlfahrzeug zur Verfügung.

### ***Die KOPRA hat ein eigenes Schlachthaus***

Die Entscheidung für ein eigenes Schlachthaus, das unter anderem lange Anfahrtszeiten für die Schlachttiere vermeiden sollte, war ein wichtiger Schritt in der Entwicklung der KOPRA, vor allem aufgrund der geforderten hygienischen Bedingungen. Außerdem gab es im Großen Walsertal keine Metzgereien mehr.

Im Dezember 1996 wurde das Schlachthaus vom Verein in die Genossenschaft übernommen.

### ***Die KOPRA wird Bioverband***

War zuerst die wesentlichste Richtlinie für die Produktion der Tierschutz, wurde 1992 die KOPRA ein Bioverband. Es war nicht länger nur artgerechte Haltung erforderlich, in Hinkunft mußten die Tiere auch mit biologisch erzeugten Futtermitteln gefüttert und die Verarbeitungsprodukte ebenfalls biologisch hergestellt werden.

### ***Seit Juli 1996 gibt es die Vorarlberger Biovermarktung KOPRA Genossenschaft***

---

<sup>8</sup> Nicht zu verwechseln mit der Zeitung des Freilandverbandes, die später als die KOPRA-Vereinszeitung (1987) gegründet worden ist.

Die KOPRA-Genossenschaft ist als Ziel-5b-Projekt eingereicht und bewilligt worden. Der Großteil des Einzugsgebietes liegt im Ziel-5b-Gebiet Großes Walsertal, für das zwei Drittel der Förderungen ausbezahlt werden. Franz Rauch, der Geschäftsführer des Vereines KOPRA, war federführend bei der Projektkonzeption.

Die Genossenschaft fungiert als Projekträgerin und soll nach 1999, wenn das Ziel-5b-Programm ausläuft, als Firma weiterbestehen.

Durch die Genossenschaftsgründung kann sich der Verein wieder auf die ideellen Zwecke beschränken. Er wird weiterhin die Drehscheibe als Verbindung zwischen Bäuerinnen und Bauern auf der einen und Konsument/innen auf der anderen Seite bleiben, soll aber in Hinkunft v.a. die Informations- und Öffentlichkeitsarbeit verstärken. Über die Genossenschaft werden auch Produkte vertrieben, die nicht nur von KOPRA-Bäuerinnen und -Bauern stammen, sondern auch von anderen Bioverbänden.

In Hinkunft sollen durch die Genossenschaft die Probleme der unterschiedlichen Qualität bei der Verarbeitung der Fleischprodukte dadurch gelöst werden, daß einzelne Metzger auf Werkvertragsbasis beauftragt werden.

Über die Genossenschaft ist geplant, die Handelspartnerschaften (die sich derzeit lediglich auf Naturkostläden in Vorarlberg beschränken) auszuweiten und auch Großabnehmer/innen, wie beispielsweise Altersheime, Kantinen, Gastronomie und Einzelhandelsketten, zu beliefern.

Gemeinsam mit mittlerweile zehn Naturkostläden in Vorarlberg wurde ein „KOPRA-Partner-Modell“ aufgebaut. Wenn ein KOPRA-Mitglied in einem dieser Läden einkauft, bekommt es Rabatt.

### ***Erfolgsfaktoren der KOPRA***

#### *? ?Transparenz*

KOPRA-Produkte haben eine hohe Glaubwürdigkeit, weil sowohl die Zusammensetzung und Herkunft der Produkte, als auch Kosten- und Preiskalkulationen in der Vereinszeitung veröffentlicht werden. Das positive Image der KOPRA konnte nur durch offene und ehrliche Arbeit gehalten werden.

#### *? ?Medien*

Darüber hinaus war die KOPRA von Anfang an eine Sympathieträgerin, dh sie wurde medial sehr gut aufbereitet und auch aufgenommen. Es gab immer wieder umfangreiche Berichterstattung, Fernseh- und Rundfunkbeiträge, auch in den Printmedien wurde über die KOPRA berichtet. Dadurch konnte sich der Markenname „KOPRA“ in den Köpfen der Konsument/innen festsetzen. Auch bei Leuten, die noch nie ein Produkt von der KOPRA gekauft haben, ist der Bekanntheitsgrad sehr groß.

*? ?Es sind immer zur richtigen Zeit die richtigen Leute zusammengekommen*

Einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg leisten erwartungsgemäß die Akteur/innen der KOPRA. Es haben sich immer wieder engagierte Leute gefunden, die unentgeltlich und uneigennützig (non-profit-Denken) für den Verein gearbeitet haben und die „gut miteinander können“.

Wenn eine Gruppe von Akteur/innen zusammenkommt, die konstruktiv ist, finden sich darunter immer diejenigen, die gegenwärtige Anforderungen erfüllen können. Darunter sind solche, die beispielsweise die Entwicklungen des Biomarktes analysieren und daraus Marktstrategien erarbeiten. Andere können durch ihre integrative Art Unstimmigkeiten unter den Akteur/innen bereinigen oder wissen, wie ein Projektantrag im Rahmen der Ziel-5b-Förderung zu erstellen ist usw. Einige der Vereinsfunktionär/innen sind mit der Zeit zu den Säulen des Vereines geworden, wie Armin Weißenbach, Franz Rauch und Jutta Berger, die derzeit das stabile Fundament darstellen. Werner Kräutler, ein maßgebliches Gründungsmitglied der KOPRA, der unter anderem seine Erfahrungen als Journalist einsetzte, um die KOPRA über die Medien bekannt zu machen, ist seit September 1996 LEADER-Beauftragter im Ötztal und daher nicht mehr aktives Mitglied der KOPRA.

*? ?Schritt für Schritt*

Die KOPRA hat sich etappenweise entwickelt, niemand unter den Akteur/innen hat sich schnelle wirtschaftliche Erfolge erwartet. Im umgekehrten Fall hätte dies negative Auswirkungen auf die Zusammenarbeit gehabt, weil Neid und Mißgunst entsteht, die sich auf das Teamwork kontraproduktiv auswirken.

Ausgehend von der artgerechten Haltung von Nutztieren, die überdies eine konstruktive Zusammenarbeit mit lokalen Tierschutzvereinen ermöglicht hat, wurde der Weg für die biologische Produktionsweise bereitet. Die biologischen Produkte sollen in Hinkunft über die Vermarktungsschiene der Genossenschaft auch außerhalb der Landesgrenzen abgesetzt werden. Dies alles geschieht, weil der Verein durch seine günstige Entwicklung sowohl im Organisations- als auch im legalen Bereich der Direktvermarktung an seine Grenzen gestoßen ist. Aber auch durch den Leitgedanken, daß die Innovationsarbeit und die Professionalisierung stetig fortgesetzt werden muß, wenn die KOPRA als regionale Initiative weiterhin erfolgreich bleiben will.

### 2.1.3 Auf das Schaf gekommen

Die zunehmende Bedeutung der Schafhaltung resultierte in den vergangenen Jahrzehnten in erster Linie aus der Überschußproduktion bei den herkömmlichen landwirtschaftlichen Produkten, vor allem bei Milch und Rindfleisch. Primär betroffen von dem damit verbundenen Preisverfall waren viele Bergbauern und -bäuerinnen. Obwohl das österreichische Berggebiet eine ideale Produktionsgrundlage für Schafe darstellt, deckte die heimische Gastronomie ihren Lammfleischbedarf lange Zeit beinahe ausschließlich durch Importe, überwiegend aus Australien und Neuseeland.

Der Umstand, daß diese Form der Tierhaltung besonders kapital- und arbeitsintensiv ist, kommt nicht zuletzt vielen Nebenerwerbsbetrieben wie auch anderen Betrieben mit geringer Arbeitskapazität zugute. Darüber hinaus ist die Nachfrage nach Lammfleisch wie auch nach Schafmilchprodukten nach wie vor steigend, was letztlich auf professionelles Marketing und ein erhöhtes Ernährungsbewußtsein in bestimmten Verbraucher/innensektoren zurückzuführen ist (vgl. Hoppichler/Groier et al. 1991, S.15f).

**Tabelle 1: Die Schafhaltung in Österreich 1975 bis 1995 (Anzahl der Schafe)**

	1975	Vert. <sup>1</sup>	1985	Änd.	1995	Vert. <sup>1</sup>	Änd. <sup>2</sup>
Österreich	169.500	100%	244.900	144	365.250	100%	215
Burgenland	1.050	1%	4.000	381	5.400	1%	514
Kärnten	21.500	13%	30.100	140	48.800	13%	227
Niederösterr	17.400	10%	35.700	205	58.800	16%	338
Oberösterr	25.700	15%	35.500	138	50.900	14%	198
Salzburg	20.800	12%	26.400	127	32.300	9%	155
Steiermark	22.800	13%	40.600	178	60.500	17%	265
Tirol	54.000	32%	64.900	120	95.100	26%	176
davon Osttirol:			11.000		16.300	4%	
Vorarlberg	6.000	4%	7.500	125	13.100	4%	218

1) prozentuelle Verteilung der gehaltenen Schafe innerhalb Österreichs

2) Änderung: 1975=100

alle Zahlen gerundet

Quelle: ÖSTAT 1975, 1985, 1995, eigene Berechnungen

Aus diesen Gründen hat sich in Österreich in der Zeit zwischen 1975 und 1995 die Anzahl der Schafe mehr als verdoppelt (s. Tab. 1), in den einzelnen Bundesländern liegt der Zuwachs zwischen einer Zunahme um die Hälfte (Salzburg) und einer Verdreifachung<sup>9</sup> (Niederösterreich).

Im Vergleich zur deutlichen Zunahme der Schafe in Österreich, hat die Anzahl der schafhaltenden Betriebe insgesamt stagniert, in den westlichen Bundesländern mit den größeren Beständen war sie sogar rückläufig. Lediglich im Burgenland und in der Steiermark hat es 1995 doppelt bzw. eineinhalbmals so viele schafhaltende Betriebe gegeben als 20 Jahre davor. In diesem Zeitraum hat sich auch die Anzahl der Schafe je Betrieb im Schnitt verdoppelt (von 8 auf 16).

**Tabelle 2: Die Schafhaltung in Österreich 1975 bis 1995**  
(Anzahl der Schafhalter/innen)

	1975	Ø <sup>1</sup>	1985	Ø <sup>1</sup>	Änd. <sup>2</sup>	1995	Ø <sup>1</sup>	Änd. <sup>2</sup>
Österreich	21.000	8	24.300	10	115	22.330	16	106
Burgenland	200	5	470	9	235	430	13	218
Kärnten	2.700	8	3.360	9	124	3.100	16	114
Niederösterr.	3.300	5	4.300	8	130	3.600	16	107
Oberösterr.	4.800	5	5.500	6	115	4.900	10	101
Salzburg	2.100	10	2.100	13	100	1.750	18	85
Steiermark	3.000	8	4.200	10	140	4.160	15	140
Tirol	4.100	13	3.800	17	93	3.750	25	91
davon Osttirol:			500			450	4	
Vorarlberg	700	8	600	13	82	650	20	90

1) durchschnittliche Anzahl der Schafe pro Schafhalter/in

2) 1975=100

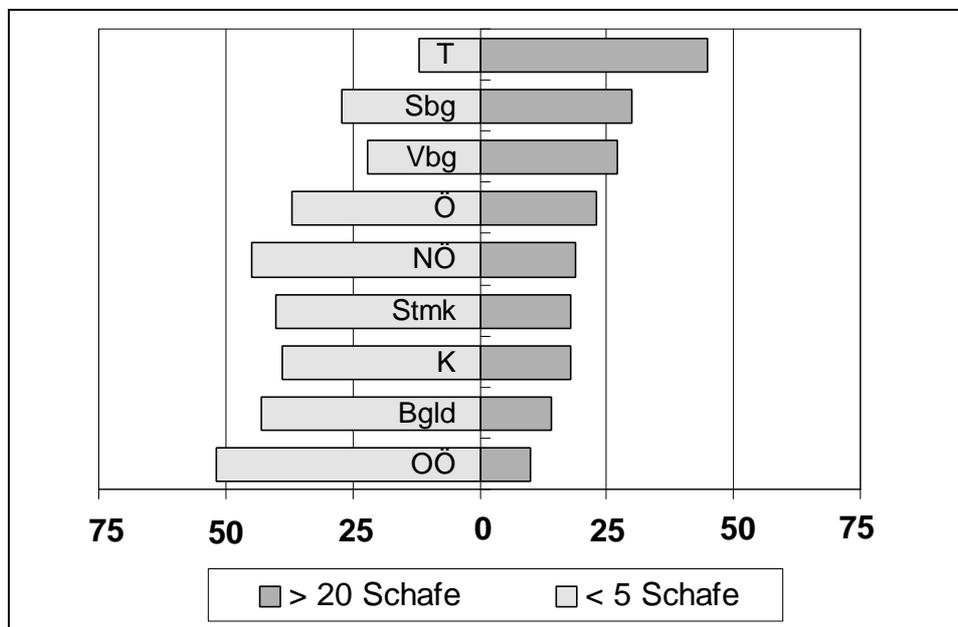
alle Zahlen gerundet

Quelle: ÖSTAT 1975, 1985, 1995, eigene Berechnungen

<sup>9</sup> Das Burgenland wurde aufgrund der niedrigen Zahlen in der Interpretation nicht berücksichtigt. Trotz Verfünffachung zwischen 1975 und 1995 gibt es in diesem Bundesland noch immer weniger schafhaltende Betriebe als in Osttirol.

Der Schwerpunkt der Schafhaltung liegt traditionellerweise im Hochalpengebiet mit 34% der schafhaltenden Betriebe und 46 % der Schafe (Nutztierhaltung in Österreich 1995, S. 10). Allein in Tirol wurden 1975 mehr als 30%, zwanzig Jahre später noch immer 26% der Schafe gehalten. Die Schafhaltung war im Westen Österreichs betrieblich immer schon größer strukturiert, als im übrigen Bundesgebiet. In Tirol halten 45% der schafhaltenden Betriebe mehr als 20 Schafe. In Osttirol ist die Konzentration sogar noch größer: Hier sind es knapp 90% der schafhaltenden Betriebe mit mehr als 20, 45% mit mehr als 30 Schafen. In Oberösterreich, dem Bundesland mit den meisten schafhaltenden Betrieben, sind es dagegen nur 10% mit mehr als 20 Schafen. Hier ist auch der Anteil der Betriebe mit weniger als 5 Schafen (52%) am höchsten (s. Abbildung)

**Abbildung 7: Struktur der schafhaltenden Betriebe -**  
Anteil der Betriebe mit > als 20 und < als 5 Schafen in %



Quelle: ÖSTAT 1995, eigene Berechnungen

### ***Die Rahmenbedingungen***

Allgemein waren in ganz Österreich die Rahmenbedingungen für die Vermarktung von Lammfleisch aufgrund der kleinstrukturierten Verhältnisse („wenn 100 Lämmer bestellt werden, kommen die aus 25 verschiedenen Betrieben“), der Saisonalität und des vergleichsweise geringen Konsumniveaus nicht günstig. Es ist in erster Linie dem Engagement der einzelnen Akteur/innen zu verdanken, daß aufgrund von Marktanalysen und intensivem professionellem Marketing die Gastronomie und andere Abnehmer/innen von den Vorteilen des heimischen Qualitätslammfleisches überzeugt werden konnten. Ein weiterer Erfolgsfaktor war und ist die Bereitschaft, sich zu Kooperationen zusammenzuschließen und das Angebot marktradäquat zu bündeln. Wermutstropfen war dabei allerdings, daß auch die Importfirmen von dieser Marktaufbereitung profitiert haben und sich die Importe von 1988 bis 1993 verdoppelt haben (vgl. Hoppichler 1994, S.282). Nachdem der Frischlammmarkt in Österreich aufgebaut worden war, begannen auch Australien und Neuseeland Lammschlögel und -rücken containerweise nicht mehr gefroren, sondern ebenfalls frisch zu exportieren. Eine Konkurrenz für das inländische Lammfleisch ist in erster Linie durch den enormen Preisdruck gegeben. So erhalten beispielsweise die Zulieferbetriebe der Tauernlammverwertungsgenossenschaft 57,- (plus Steuern) per kg Schlachtgewicht, insgesamt rund 1.000,- Schilling je Lamm. In Neuseeland sind die Schafbauern mit umgerechnet 250,- Schilling je Lamm zufrieden (Robert Zehentner, Interview im Jänner 1997).

### ***Die Mutterschaftprämie***

Die Einführung der Mutterschaftprämie 1980 führte zu einer Konzentration in der Schafhaltung. Der Durchschnittsbestand pro Betrieb hat sich zwischen 1975 und 1995 von 8 auf 16 Tiere verdoppelt, die Anzahl der Halter/innen mit mehr als 30 Schafen erhöhte sich zwischen 1985 und 1995 von rund 1.300 auf rund 2.800 Betriebe.

Innerhalb der EU wird die Mutterschaftprämie für weibliche Schafe, die am Ende der Haltefrist mindestens ein Jahr alt sind oder einmal gelammt haben, gewährt (vgl. Hovorka 1996, S. 56). Die Höhe wird von der EU jedes Jahr in Abhängigkeit von der Marktlage neu festgelegt. Diese Prämie wird nur an Betriebe mit mehr als 10 Mutterschafen gewährt. In Österreich haben seit dem EU-Beitritt mehr als drei Viertel der schafhaltenden Betriebe jedoch keinen Anspruch auf diese Prämie, die 1994 umgerechnet rund 300,- Schilling je Mutterschaf betrug, weil sie weniger als 10 Mutterschafe halten. Wie auch in einigen anderen Bereichen der landwirtschaftlichen Produktion ist diese För-

derung der EU in keinster Weise den österreichischen Verhältnissen angepaßt und läßt befürchten, daß es zu einer weiteren Konzentration in der Schafhaltung und damit zu einem Preisdruck auf jenem Markt kommen wird, den andere aufbereitet haben. Diese Befürchtungen werden durch einen Blick auf den Preistrend in Bayern bestätigt. Dort wurden 1995 für ein 45kg-Lamm nur noch 18,- bis 21,- Schilling je Kilogramm Lebendgewicht gezahlt. Die Tauernlamm Genossenschaft zahlte im selben Jahr mit 27,- Schilling (umgerechnet auf das Schlachtgewicht: 57,- je Kilogramm plus Steuern) das Eineinhalbfache.

### ***Die Fleischhygieneverordnung und ihre Folgen***

Die bäuerliche Schlachtung, die im Bereich der Lammfleischdirektvermarktung eine bedeutende Rolle spielt, wird nach den Bestimmungen der Fleischhygieneverordnung der EU aus dem Jahr 1994 über die Anforderungen an Schlachtbetriebe (die in Österreich voraussichtlich mit Herbst 1997 in Kraft treten wird) nicht mehr wie bisher als eigene Kategorie (bis 50 GVE pro Jahr) behandelt, sondern hat dieselben Hygienebestimmungen zu erfüllen wie ein Gewerbebetrieb mit einer Schlachtleistung von 1000 GVE pro Jahr (Ziebermayr 1996, S.12). Es werden in Hinkunft getrennte und eigene Räumlichkeiten für die Schlachtung, die Zerlegung und die Fleischverarbeitung erforderlich sein. Darüber hinaus gibt es eine Reihe weiterer Anforderungen wie beispielsweise eine Mindesthöhe der Räumlichkeiten von drei Metern, vollständig verflieste Wände und leicht abwaschbare Flächen, Aufhängevorrichtungen, die es ermöglichen, alle Arbeiten am hängenden Tierkörper durchzuführen etc. (näheres dazu s. Ziebermayr ebd.). Vor allem ist eine hygienisch unbedenkliche Trinkwasserversorgung und -entsorgung wie auch klimatisierte Schlacht- und Verarbeitungsräume zwingend einzuhalten.

Grundsätzlich muß durch die bäuerliche Direktvermarktung hygienisch einwandfreies Fleisch für die Konsument/innen gewährleistet werden. Jene Hygienebestimmungen jedoch, die für kleine Schlachteinheiten zwecklos sind, aber dennoch je nach Zustand des bereits vorhandenen Schlachthofes teure bis nicht finanzierbare Investitionen nach sich ziehen, damit sie eingehalten werden können, schränken lediglich die bäuerlichen Direktvermarktung ein und gefährden damit ein wirtschaftliches Standbein.

Darüber hinaus bleibt zu hoffen, daß die Bestimmungen nicht zu einer Konzentration der Schlachthöfe führt, wodurch lange Transportwege zum und vom Schlachthaus zurückgelegt werden müssen, wodurch die Konsument/innen zwar hygienisch einwandfreies Fleisch erhalten, das jedoch von

Tieren stammt, die durch lange Transportwege vielfach Streßsymptome aufweisen.

### ***Die Pionierarbeit***

Eine besondere Rolle in der Vermarktung nicht nur der Schafprodukte, sondern auch von Erzeugnissen anderer Kleintiere (Ziegen etc.) spielen die sogenannten Aussteiger/innen, die vielfach auch in anderen Bereichen den Impuls für Alternativproduktionen geben (Groier 1997). Alternativ- oder Aussteigerbauern/-bäuerinnen waren unter den ersten, die mit der Erzeugung von Schafmilchprodukten und Lammfleisch begonnen haben.

Aber auch von seiten der konventionellen (Berg)Landwirtschaft wurde angesichts der prekären Situation bei den wichtigsten landwirtschaftlichen Produkten vor allem im Berggebiet (Rindfleisch und Kuhmilch) die Schafhaltung als eine Alternative erkannt. In der zweiten Hälfte der 70er Jahre wurden daher in verschiedenen Teilen Österreichs die ersten Projekte zur Ausdehnung der Inlandsproduktion von Qualitätslammfleisch initiiert. Lammfleisch ist mittlerweile zum bedeutendsten Produkt der Schafhaltung geworden (Hoppichler 1994, S.277). Ziel war es von Anfang an, die Importe an - gefrorenem - Lammfleisch zu substituieren und damit den heimischen (Nebenerwerbs-) Bäuerinnen und -Bauern eine alternative Erwerbsquelle zu eröffnen. In den letzten Jahren gewinnt auch die Milchschaafhaltung und die Verarbeitung von Schafmilch zu Käse und Joghurt immer mehr an Bedeutung und profitiert aus der zunehmenden Produktdifferenzierung der Lebensmittelmärkte (Hoppichler ebd.).

Parallel dazu kam es auch zur Wiederaufnahme der Vlies- und Wollverarbeitung in Österreich, Kardiergeräte zur Wollvliesverarbeitung wurden neu angeschafft oder gebrauchte wieder in Gang gesetzt, altes Wissen über das Scheren, Krempeln und Färben wurde wieder zusammengetragen. Frauen haben mit dem Spinnen, Stricken und Weben begonnen. Inzwischen gibt es eine Reihe von regionalen Initiativen wie auch zahllose Beispiele einzelbetrieblicher Direktvermarktung, die durch das Schaf wieder wirtschaftliches Leben auf das Land gebracht haben und Dutzende von Arbeitsplätzen schufen. Unter besonders günstigen Umständen wurde es Nebenerwerbsbauern sogar ermöglicht, ihren außerlandwirtschaftlichen Erwerb aufzugeben und mit der Direktvermarktung der Schafprodukte wieder vollständig vom landwirtschaftlichen Betrieb leben zu können.

Im Osten Österreichs wurde die Schafhaltung in erster Linie durch die einzelnen Landesschafzuchtverbände vorangetrieben. Franz Krenthaller, Obmann des *Niederösterreichischen Schafzuchtverbandes*, hat noch zwischen 1975

und 1985 darum gekämpft, daß Bäuerinnen und Bauern von ihrer Interessensvertretung auch in Sachen Schafhaltung und Schafzucht beraten werden. Gleichzeitig wurde durch die organisatorische Unterstützung der Geschäftsführerin Maria Wunderl ein eigenes bundeslandbezogenes Markenzeichen initiiert, der Verkauf über Großhandelsketten aufgebaut und die Direktvermarktung forciert. Das Ergebnis: In Niederösterreich werden 1995 mehr als dreimal so viele Schafe gehalten als 1975, dabei ist die Anzahl der schafhaltenden Betriebe in etwa gleich geblieben (s. Tabelle 1 und 2).

Im Mühlviertel gibt es zwei Wollverarbeitungsbetriebe. 1990 wurde die *Textilwerkstatt Haslach* gegründet, die Schafwolle zu hochwertigen Textilien mit anspruchsvollem Design verarbeitet. Ihr Ziel war es von Anfang an in einer wirtschaftlich schwachen Region mit jahrhundertealter Textiltradition im Sinne der Eigenständigen Regionalentwicklung auf diesem Sektor neue Impulse zu setzen (Die Bergbauern 10/1995, S.12). Die *Textilwerkstatt Weitersfelden* ist ein sehr junges Beispiel einer regionalen Initiative der Schafwollverarbeitung, die sich innerhalb von drei Jahren auf dem Markt und auch als Exkursionstreffpunkt etabliert hat. Dieses Projekt wurde 1993 im Rahmen der Regionalinitiative „Mühlviertler Alm“ (s.u.) gestartet. Hier wird die Wolle nicht nur zu Strickwaren, sondern auch zu Teppichen, das Vlies in einem kompletten Bettenprogramm („Schlafhilfe“) und Lammfelle zu Plüschtieren verarbeitet. Mit diesem Pionierprojekt wurden 9 fixe und 10 Heimarbeitsplätze geschaffen, die jährlich 60 bis 80 Tonnen Wolle verarbeiten und vermarkten können.

Die Textilwerkstatt Weitersfelden ist eingebettet in ein ganzheitliches und umfassendes Regionalentwicklungskonzept, das 1995 als Leader II Programm, für die der Regionalentwicklungsverein „Mühlviertler Alm“ die Trägerschaft übernommen hat, eingereicht und 1996 genehmigt worden ist. Bereits zwei Jahre vor dem EU-Beitritt, Mitte 1993, haben sich im nordöstlichen Mühlviertel acht Gemeinden im Gerichtsbezirk Unterweißenbach zum Regionsverbund „Mühlviertler Alm“ zusammengeschlossen. Ziel ist es, durch eine ganzheitliche und umfassende Regionalentwicklung mit den Schwerpunkten Landwirtschaft, Tourismus, Gewerbe, Handel und Kultur „wirtschaftlich und kulturell zu überleben“ (Walter Pötsch 1996).

Auch in einer anderen Leader-II-Region wurde in der zweiten Hälfte der 80er Jahre die Schafzucht wiederentdeckt und die Wollverarbeitung wieder aufgenommen. Im Rahmen der Großglockner Wollstraße wurde 1987 vom *Regionalverein Großglockner Oberes Mölltal* in Kärnten eine Wollwaschanlage in Heiligenblut errichtet und zwei Kardiermaschinen angekauft. Der Verkauf der Wollprodukte (Wolljacken, Westen, Wolldecken oder Wolle zum verarbei-

ten), für die derzeit ein Marketingkonzept ausgearbeitet wird, erfolgt in der revitalisierten Mölltaler Handwerkstube.

Darüber hinaus gibt es weitere Regionalentwicklungsprojekte, in deren Rahmen die Vermarktung von Schafprodukten eine entscheidende Rolle spielt wie beispielsweise im Lesachtal, oder beim Moorbad Harbach. Auch andere Schafzucht-Landesverbände oder Großerzeuger (wie beispielsweise „Die Käsemacher“ in Niederösterreich) organisieren den Absatz von Lammfleisch Schafmilchprodukten bzw. Schafwolle.

Durch die anspruchslose und die extensive Haltung stellt das Schaf ein ideales „Landschaftspflegetier“ dar. Besonders geeignet ist es für steile Flächen und weil es je nach Rasse und Futterangebot keine Trittschäden hinterläßt. Die aktuellen Preisentwicklungen sprechen sowohl hinsichtlich der Betriebskosten also auch der Verkaufserlöse für Schafmilch und Lammfleisch für das Schaf. Schafprodukte haben an sich ein Öko-Image, das in Zukunft von Politik, Zuchtverbänden und Regionalvermarktungsinitiativen weiter entwickelt und gesichert werden muß, damit sich die Theorie der Marktdifferenzierung nach dem Beispiel Honig, für den trotz großer Angebotsmengen gute Preise erzielt werden können, bewahrheitet (*Josef Maitz*).

Im folgenden werden drei Initiativen, die Schafprodukte erzeugen und vermarkten, genauer beschrieben. Als erstes die *Tauernlammverwertungsgenossenschaft*, eine der ersten Kooperationen, die die Initiative ergriffen und die Vermarktung von Qualitätslammfleisch aufgebaut haben. Hatte früher weder die Schafmilch noch das Lammfleisch („Armeleuteessen“) kaum einen Markt und niedrige Preise, für die es sich nicht rentiert hätte, die Schafhaltung auszubauen, werden mittlerweile von dieser Genossenschaft 2.000 Lämmer im Jahr abgesetzt. Da der Markt noch ausbaufähig ist, könnten von der Genossenschaft noch mehr Lämmer abgesetzt werden<sup>10</sup>. Bei Angebotsengpässen werden derzeit von Bäuerinnen und Bauern aus der regionalen Umgebung (Nord- und Osttirol teilweise auch aus Kärnten) Lämmer zugekauft. Damit kann zwar der eigene Kundenstock zufrieden gestellt werden, aufgrund der Angebotsknappheit können jedoch keine neuen dazugewonnen werden (Robert Zehentner, zit. n. Sulzenbacher<sup>11</sup> 1995, S.6).

---

<sup>10</sup> Im Bundesland Salzburg werden 1995 rund eineinhalb so viele Schafe gehalten, als 20 Jahren früher, dagegen ist die Anzahl der schafhaltenden Betriebe im gleichen Zeitraum um -15% zurückgegangen (1.750 Betriebe).

<sup>11</sup> „Die Bergbauern“ haben unter dem Titel „Schafhaltung hat wieder Saison“ eine ganze Nummer (202, 10/95) über diese Form der Alternativproduktion zusammengestellt.

Die ursprüngliche *Villgrater Frischlamm GbR* hat ab der zweiten Hälfte der 80er Jahre erfolgreich den Markt für Qualitätslammfleisch in Osttirol wie auch in hochpreisigen Gastronomie- und Feinkostbetrieben anderer Bundesländer und im Ausland erschlossen. Mittlerweile werden jährlich 1.000 Lämmer abgesetzt. Die Zukunft der Lammfleischvermarktung ist jedoch durch die hohen Anforderungen der Hygienebestimmungen für Schlachthöfe innerhalb der EU nicht gesichert.

Der Kundenstock der Kommanditerwerbsgesellschaft (KEG), die von drei Schafbauern, darunter der Geschäftsführer Schett, und einem Metzger, der die Lämmer schlachtet und zerteilt, geführt wird, konnte bereits derart ausgeweitet werden, daß die eigene Produktion an Lämmern nicht mehr ausreicht und weitere 40 bis 50 Schafbauern in der Umgebung Lämmer zuliefern<sup>12</sup>.

Seit Anfang der 90er Jahre wendet sich die nunmehrige Josef Schett KEG mit der Markenbezeichnung *Villgrater Natur* verstärkt der Vermarktung von Schafwolle als Dämmstoffe, Gesundheitsmatratzen, Schafwolldecken, -polster etc. zu. Im Hinblick auf die drohende Schließung des Schlachthofes in Osttirol wird die Spezialisierung auf die Wollverarbeitung die Zukunft des Unternehmens sichern. Insgesamt werden derzeit jährlich 100 Tonnen Schafwolle, die aus ganz Österreich zugekauft wird, verarbeitet.

Eine der jüngsten Genossenschaften, die mit Schafprodukten handelt und vom Landesschafzuchtverband unterstützt wird, ist die *Weizer Schafbauerngenossenschaft* in der Steiermark (gegründet 1995), die vormals über eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts Lämmer vertrieben hat, und der es im Jahr 1996 gelungen ist, an die 5.000 Lämmer und 180.000 Liter Schafmilch, vorwiegend in Form von Käse und Joghurt, regional bzw. über eine Großhandelskette zu vermarkten. Auch hier wird angegeben, daß die Nachfrage noch nicht erschöpft ist. Bis zum Jahr 2000 sollen die Absatzmengen an Schafmilchprodukten verdoppelt und der Vertrieb von Lammfleisch ausgedehnt werden. Aufgrund der günstigen Bedingungen auf dem Lammfleisch- und Schafmilchmarkt wurde die Planung der Wollverarbeitungsschiene vorerst zurückgestellt.

---

<sup>12</sup> Laut Viehzählung 1995 sind in Osttirol die Bestände der vorwiegend in der Bergbauernzone 4 liegenden Betriebe überdurchschnittlich groß: knapp 90 % der Schafbauern halten mehr als 30 Schafe, eine Größenstruktur, die für Österreich (12,5%) eher unüblich ist.

### ***Ein langer gemeinsamer Weg - Tauernlamm***

Gegründet 1979

***Mitwirkende:*** 15 Genossenschafter, darunter ein Geschäftsführer und eine Kerngruppe von 8 Akteuren im Bezirk Zell am See in Salzburg (Pinzgau); außerdem an die 250 Lieferbetriebe innerhalb Salzburgs als auch in Oberkärnten, Nord- und Osttirol

***Handelspartner/innen:*** in erster Linie die regionale Gastronomie des Pinzgau

***Beschäftigte:*** eine volle Arbeitskraft, zwei Halbtagskräfte, eine Viertelbeschäftigung und eine für zwei Tage in der Woche geleaste Arbeitskraft.

#### **Abbildung 8: Die Tauernlammgenossenschaft**

***Der Verkaufswagen der Tauernlamm ist jeden Donnerstag und Freitag im Einsatz***

*Foto: Zehentner*

Eine wesentliche Voraussetzung für die Gründung der Tauernlammgenossenschaft war der Umstand, daß es im Schaf- und Ziegenbereich keine „etablierte“ Vermarktung gegeben hat. Wenn jemand Schafe gehalten hatte, mußten die Lämmer oder auch die Schafmilchprodukte selbst vermarktet werden.

In den 70er Jahren wurde von seiten einer Bezirksbauernkammer im Bundesland Salzburg immer wieder darüber informiert, daß Schafe eine Alternative zur Rinderhaltung (aufgrund der Rindfleischüberschüsse) darstellen. Es gab auch eine geringfügige Förderung des Landes Salzburg für die Einstellung von Schafen. Einige wenige Bauern („nur ein Promill-Anteil“) sind daraufhin auf Schafe umgestiegen. In der Vermarktung wurde von seiten der Kammer jedoch wenig Unterstützung angeboten. Lediglich die Viehverwertungsgenossenschaft des Raiffeisenverbandes nahm jedes Jahr im Herbst Lämmer ab und verkaufte sie - in dem sie zuerst 100,- und später 500,- Schilling Exportstützung je Lamm benötigte - nach Italien. Damit kam es gleichzeitig zur Saisonalität des Produktes. Alle Schafbauern versuchten natürlich, bis zum Herbst ihre Lämmer schlachtreif zu mästen.

### ***Der Pinzgauer Lämmermastring***

Eine Gruppe von Bauern, die sich nicht wie der Salzburger Schafzuchtverband lediglich mit Zuchtfragen, sondern mit der Lammfleischproduktion und Vermarktung beschäftigen wollte, gründete Anfang der 70er Jahre den Pinzgauer Lämmermastring. Damit wurde versucht, die Vermarktung der Lämmer zu organisieren. Es ließ sich jedoch kein Metzger finden, der die Lämmer schlachten und ordnungsgemäß (unter gewerberechtl. Absicherung) zerteilen konnte.

Mit der Zeit erkannte ein Teil der Bauern des Pinzgauer Lämmermastringes, daß sie die Vermarktung ihrer Lämmer selbst in die Hand nehmen mußten. 1979 schlossen sich 15 Bauern zur Tauernlammverwertungsgenossenschaft zusammen.

### ***Die Tauernlammverwertungsgenossenschaft***

Am Anfang der Tauernlammgenossenschaft trafen sich die Akteure regelmäßig an einem Wochenende im Monat, um im Rahmen einer Vorstandssitzung wichtiges über die Tauernlammgenossenschaft zu besprechen. Damals war keiner der Akteure verheiratet, weshalb sie auch sehr viel Freizeit miteinander verbrachten. Mittlerweile sind alle Akteure verheiratet und haben Kinder. Nach den ersten 6-8 Jahren stand dadurch nicht mehr „das Kind Tauernlammgenossenschaft“, sondern die jeweilige Familie im Mittelpunkt des Interesses.

Dadurch, daß der Schlachthof am Hof des Geschäftsführers Robert Zehentner liegt, ist der Großteil der täglichen Arbeit bei ihm „hängengeblieben“. Das war mit der Zeit natürlich zuviel. Robert Zehentner forderte eine Umorganisation, die nach einigen Besprechungen auch durchgeführt wurde.

Begonnen wurde mit 250 geschlachteten Lämmern im ersten Jahr. Mittlerweile werden 2.000 Lämmer pro Jahr vermarktet. In der ersten Zeit war die Kundenakquirierung einfach, weil die Tauernlammgenossenschaft eine der ersten Kooperationen<sup>13</sup> war, die kontinuierlich Frischlamm angeboten hat. Bis dahin hat es lediglich importiertes, gefrorenes Lammfleisch gegeben. Nachdem es sich herumgesprochen hatte, daß es eine Verwertungsgenossenschaft gibt, die Frischlamm vertreibt, haben Gastronomiebetriebe von sich aus angerufen und Lammfleisch bestellt.

Damit ein kontinuierliches Angebot gewährleistet werden kann, bezieht die Tauernlammgenossenschaft Lämmer auch aus Nord- und Osttirol, teilweise auch aus Kärnten. Stammgebiet ist der Pinzgau und der Pongau. Dort wurde Mitte der 80er Jahre der Verein „Salzburger Berglamm“ als Konkurrenz zur Tauernlammgenossenschaft gegründet. Trotzdem gibt es in der Zwischenzeit 250 Zulieferbetriebe, von denen einige selber vermarkten, und daher nur unregelmäßig an die Tauernlammgenossenschaft liefern.

### ***Das Besondere an Tauernlamm***

Die meisten Vermarktungsk Kooperationen von Lammfleisch verkaufen Lämmer entweder im ganzen oder Hälften. Nicht so bei Tauernlamm. Hier gibt es 20 verschiedene Zuschnitte (Schlögl, Rücken, Schulter etc.) und 10 verschiedene Lammwurstsorten, Roller etc. Vermarktet wird vorwiegend an die heimische Gastronomie. Darüber hinaus ist jede Woche am Donnerstag und Freitag ein Verkaufswagen im Einsatz (s. Foto), über den die verschiedenen Fleischprodukte angeboten werden. Daneben werden auch Wolle und Wollstrickwaren, Käse aus der Region wie auch andere landwirtschaftliche Verarbeitungsprodukte (beispielsweise Natura Beef, ein Jungrindfleisch aus Mutterkuhhaltung, hergestellt von einer Erzeugergemeinschaft) vermarktet, die alle zusammen jedoch vom Umsatz gesehen eine untergeordnete Rolle spielen. Durch die Produkte aus Lamm- und Schafffleisch werden 90% des Umsatzes erwirtschaftet.

---

<sup>13</sup> Die Direktvermarktung funktioniert oft deshalb nicht, weil ein einzelner Betrieb nicht kontinuierlich Lammfleisch liefern kann, dazu ist eine Zusammenarbeit mit anderen Lammästern erforderlich, damit das Angebot gebündelt und die Kundschaft beständig beliefert werden kann.

***„Der Erfolg besteht an und für sich darin, daß es uns noch gibt.“***

Robert Zehentner, der Geschäftsführer der Tauernlammverwertungsgenossenschaft, ist selber Bauer und bewirtschaftet gemeinsam mit seiner Frau rund 10 Hektar landwirtschaftliche Nutzfläche, auf der 40 Mutterschafe gehalten werden. Sein landwirtschaftliches Standbein ist die Lämmermast sowohl der eigenen Lämmern als auch jener rund 350 Stück nicht schlachtreifer Lämmer, die er jeden Herbst von der Tauernlammgenossenschaft zukaufte und über den Winter auf rund 45 Kilogramm Lebendgewicht mästet. Dann verkauft er sie wieder an die Genossenschaft. Sein zweites wirtschaftliches Standbein ist die Geschäftsführung der Tauernlammgenossenschaft.

Es ist seinem Engagement („man muß bedingungslos dafür arbeiten“) wie auch dem anderer Akteure zu verdanken, daß die Tauernlammgenossenschaft den vielen passiven und aktiven Widerständen herrschender Organisationsstrukturen trotzen konnte und auch nicht der Konkurrenz zum Opfer fiel. Wenn es möglich sein wird, mit dem adaptierten Schlachthof den Bestimmungen der Fleischhygieneverordnung der EU und den Anforderungen des Gesundheitsministeriums gerecht zu werden, ist die nächste Hürde genommen und der Fortbestand der Tauernlammverwertungsgenossenschaft weiter gesichert.

***Die Zukunftsaussichten***

Im Rahmen eines Ziel-5b-Projektes sollen die Schlachthausanlagen der Tauernlammgenossenschaft modernisiert, die Produktpolitik noch stärker in Richtung Veredelung (Wurst etc.) ausgerichtet und die Vermarktung ausgebaut werden. Im Zusammenhang mit dem Förderantrag hatten es die Akteure der Tauernlammgenossenschaft im Vergleich zu anderen Gruppen einfach, weil sie die Förderungsinstrumente bereits kannten und außerdem etwas (einen bereits bestehenden Schlachthof) vorweisen konnten, das förderungswürdig war.

### ***Der Bauer als Geschäftsmann - Villgrater Natur***

**Betrieb:** Josef und Bernadette Schett, Josef Schett KEG in Innervillgraten, Osttirol

**Größe:** 100 Schafe, 8 ha Grünland und eine Alm

**Tätigkeiten:** Erzeugung und Vertrieb von Schafprodukten (Lammfleisch, Schafmilchprodukte, Schafwolle als Dämmstoff und in Form von Bettwaren)

**Beschäftigte** (insgesamt 10): Josef und Bernadette Schett, Andreas Einhauer (zuständig für den Vertrieb und die Produktentwicklung im Bereich Dämmstoffe), zwei Näherinnen und zwei weitere, die bei sehr viel Arbeit aushelfen, ein Metzger, und zwei Männer in der Wollverarbeitung (Arbeiten von Dienstag bis Samstag, damit die ganze Woche über Angestellte im Betrieb sind, weil daneben verkauft wird). Eine weitere Kraft betreut die neu eröffnete Filiale in Kitzbühel.

#### **Abbildung 9: Villgrater Natur – Die Josef Schett KEG**

***Die Näherinnen bei der Herstellung der Bettwaren***

*Foto: Loibl*

*Darüber hinaus stellen an die 40 Hausfrauen in Form von Heimarbeit Socken, Patschen, Marmelade, Liköre, Käse und Brot her (wird nicht auf Kommission angekauft, sondern sofort bezahlt).*

**Zulieferbetriebe** für die Lammfleischvermarktung: 40-50 Bio-Betriebe

**Handelspartner/innen:** heimische und überregionale Gastronomiebetriebe, Baustoffhändler u.a. Quester und Würth-Hochenburger, Fertigteilhausherstellerfirmen, Feinkostläden in Großstädten wie Wien und Stuttgart, Bettwaren über den Fachhandel (Firma Natura in Nordtirol), oder über Therapeut/innen; derzeit Marktaufbereitung in Italien und Deutschland

### **Urlaub wie bei Heidi in den Bergen**

Begonnen hat die mittlerweile wohlbekannte Geschichte der „Villgrater Natur“ mit den Revitalisierungsarbeiten alter Almhütten im Alpdorf Stalleralm. Durch die seinerzeitige Stufenwirtschaft sind die Almhütten mit mehreren Räumen ausgestattet, weil sie früher den Sommer über von einer ganzen Bauernfamilie bewohnt und bewirtschaftet wurden. Für Bauern und Bäuerinnen ist die derzeitige Vermietung der Almhütten mit wenig Aufwand verbunden. Es ist lediglich etwas Brennholz, Petroleum und von Zeit zu Zeit frische Bettwäsche zu richten, bringt aber dennoch ein zufriedenstellendes Zusatzeinkommen. Derartige „Ferien in Freiheit“ (Prospekt), fernab von elektrischem Licht, Fernsehen und Internet, erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit (Ende 1996 war der Sommer 1997 bereits ausgebucht), ganz im Gegensatz zum allgemein verbreiteten Rückgang in der österreichischen Tourismuswirtschaft.

Über die Alpdorf-Revitalisierung wurde der Kontakt mit der Österreichischen Arbeitsgemeinschaft für Regionalentwicklung (ÖAR) hergestellt, die kurze Zeit später einen Regionalberater (Hans Schönegger) in Osttirol einsetzte. Dieser unterstützte Schett und seinen Kooperationspartnern beim Aufbau des Villgrater Frischlammes.

### **„Vom Nebenerwerbs- zum Vollwert-Landwirten“ (Waldert 1992, S. 25)**

Josef Schett hält man auf den ersten Blick nicht für einen Bauern, obwohl er auf seinen Betrieb hundert Schafe hält. Er hat fünfzehn Jahre bei einer Bank gearbeitet. Mit seiner Mischung aus professionellem (Designer-Brille) und rustikalem (Trachtenhemd) Auftreten wirkt er nach wie vor doch eher wie ein Geschäftsmann. Er ist auch gleichzeitig der Geschäftsführer der Josef Schett KEG.

In der Zeit, als er noch als Prokurist bei einer Bank gearbeitet hat, überlegte er, ob und unter welchen Bedingungen der elterliche Hof weiterbewirtschaftet werden kann, ohne ständig einen Teil seines Verdienstes von der Bank in die Landwirtschaft investieren zu müssen. Das Milchkontingent war mit 4.800 kg sehr gering, die Milch mußte darüber hinaus täglich 2 Kilometer transportiert werden. Vorweg waren emotionale Gründe ausschlaggebend, warum er den Hof nicht einfach stilllegen wollte: Zum einen hatte er schon immer etwas für Schafe übrig gehabt, und sein Vater überließ ihm daher die Betreuung dieser Tiere am Hof. Zum andern war die Landwirtschaft auf 1500 Metern Seehöhe noch nie einfach gewesen. Wenn es seine Vorfahren über Jahrhunderte geschafft hatten, hier zu überleben, warum sollte er nicht auch dazu in der Lage sein?

Deshalb hat er sich gefragt, welche landwirtschaftlichen Produkte nicht im Überfluß vorhanden sind und daher gewinnbringend vermarktet werden können. Er ist dabei aus naheliegenden Gründen auf das Lammfleisch gekommen. Die Geografie Osttirols bietet ideale Voraussetzungen für die Schafhaltung: Im Villgratental sind alle landwirtschaftlichen Betriebe Bergbauernhöfe der Zonen 3 und 4, davon die Mehrheit Zone 4, die umliegenden Weiden und Almen stellen eine ideale Produktionsgrundlage für Schafe dar. Es gibt aber auch einen entscheidenden Nachteil: die großen Entfernungen zu den Verbraucher/innenmärkten.

### ***Kooperation und Professionalität***

Zuerst hat sich Josef Schett mehrere Initiativen rund um Schafprodukte im deutschsprachigen Raum Europas angesehen und ist zu dem Schluß gekommen, daß eine professionelle Vermarktung von Lammfleisch eine Kooperation zwischen mehreren Schafbauern erfordert, um kontinuierlich und das ganze Jahr über Lammfleisch anbieten zu können. Als Mitte der 80er Jahre eine Gruppe von drei Osttiroler Bauern (darunter der Vater Franz Schett) und einem Metzger begonnen hat, den regionalen Markt für Lammfleisch aufzubereiten, führte kein einziger Gasthof in Osttirol Lammfleischgerichte auf der Speisekarte. Heute ist es umgekehrt, es gibt in dieser Region kaum noch einen Gastronomiebetrieb, der nicht Lammfleisch anbietet.

Von Anfang an war für die Villgrater Akteure Professionalität ein wichtiges Prinzip. War früher die Zusammenarbeit zwischen Bauern und einer Universität sehr ungewöhnlich, so ließen die Osttiroler Bergbauern von der Innsbrucker Universität eine Marketingstudie durchführen. Der ÖAR Regionalberater Hans Schönegger hatte die Kontakte zur Universität Innsbruck hergestellt und war den Osttiroler Bauern bei der Vorbereitung der Präsentation an der Uni-

versität behilflich. Die Marketingstudie erbrachte unter anderem wichtige Daten, die auf einem anderen Weg viel schwieriger zu eruieren gewesen wären und lieferte auch die Grundlage für die professionelle Öffentlichkeitsarbeit, die an eine Werbeagentur vergeben wurde.

### ***Vom Lammfleisch zum Dämmstoff***

Am Anfang wurde hauptsächlich Lammfleisch, daneben auch Schafmilchprodukte vermarktet. Weil in der Schafhaltung bekanntlich viel Wolle anfällt, begannen ab 1987 Experimente mit der Schafwolle als Dämmstoff an der Eidgenössische Materialprüfungsanstalt in der Schweiz.

1991 wurde die Markenbezeichnung „Villgrater Frischlamm“ durch „Villgrater Natur“ ersetzt, weil Dämmstoffe und Bettwaren nicht unter der Markenbezeichnung „Frischlamm“ vermarktet werden können. Dazu wurde die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) in eine Kommanditerwerbsgesellschaft (KEG) umgewandelt und ein neues Betriebsgebäude gebaut, in dem die Verarbeitung, Verwaltung und der Verkauf stattfindet.

Das Gesundheitsbettenprogramm (Matratzen, ein Gesundheitslattenrost, ein Dreischicht-Lamellenrost aus Eschenholz) wurde gemeinsam mit Willi Dungal, dem österreichischen „Gesundheitspapst“, entwickelt und von heimischen Tischlern hergestellt.

1997 ist geplant, in die Angebotspalette Möbelstücke aufzunehmen, die von Osttiroler Tischlereien erzeugt werden.

### ***„In einer Kooperation soll jeder das machen, was er gut kann.“***

Ein gutes Betriebsklima ist für Josef Schett das Um und Auf eines funktionierenden Unternehmens. Es gibt regelmäßige Besprechungen, wo alle Mitarbeiter/innen ihre Anliegen, Probleme etc. vorbringen können. Darüber hinaus sind die Grundpfeiler der Unternehmensphilosophie Kooperation, Professionalität und Engagement.

„Ohne Kooperation wär' es nicht gegangen und sie wird in Zukunft immer wichtiger.“ Das ist eine Devise. Ein weiterer Grundsatz der Unternehmensphilosophie heißt, daß die „Villgrater Natur“ expandieren soll. Nach der Filiale in Kitzbühel („Villgraten geht nach Kitzbühel“) wird demnächst auch eine Verkaufsfiliale für das Gesundheitsbettenprogramm in Wien eröffnet.

### **Die Weizer Schafbauerngenossenschaft**

**Betrieb:** Weizer Schafbauerngenossenschaft mbH, Steiermark

**Tätigkeit:** Herstellung und Vertrieb von Schafmilchprodukten (Gen.m.b.H.) und von Lammfleisch (früher über eine G.b.R., mittlerweile ebenfalls über die Gen.m.b.H.)

**Beschäftigte:** Geschäftsführer, Fleischer, Käsemeister, Molkereihilfe, Sekretärin; eine Arbeitskraft, die Kund/innen akquiriert, betreut und beliefert, darüber hinaus sieben Bäuerinnen als geringfügig beschäftigte Arbeitskräfte (beispielsweise für Verkostungen in Einzelhandelsgeschäften als Werbeaktion)

**Vertrieb:** über die Weizer Schafbauerngenossenschaft, Abhof, über den Weizer Bauernmarkt, Zustelldienste, über die Weizer Schlachthof-GmbH\* und die Weizer Berglandspezialitäten GmbH\*\*; das Schafmilchjoghurt der Marke „Tonis Schafmilchjoghurt“ über Großhandelsketten durch Toni Hubmann

#### **Abbildung 10: Weizer Schafbauerngenossenschaft**

*Innenansicht der Molkerei der Weizer Schafbauern*

*Foto: Loibl*

**Handelspartner/innen:** Gastronomiebetriebe, Fleischfachgeschäfte, Feinkostläden, Großhandelsketten, Schulen, Großeinkäufe ethnischer Gruppen von in unseren Breiten weniger wertvollen Schaf- bzw. Lammteilen. Geliefert wird prinzipiell an alle, „wenn der Preis paßt“; insgesamt derzeit (Stand Ende 1996) 120 Kund/innen mit unterschiedlichem und unregelmäßigem Bedarf.

**Produkte:** Schafkäse: Steirischer Selchkäse wird für die Berglandgenossenschaft im Auftragsverfahren hergestellt, verschiedene Frischkäse, die Schafkugel und „Unser Naaser“ als regionstypischer Schafskäse für den regionalen Markt

Schafmilchjoghurt: „Tonis Schafmilchjoghurt“ und „Schafbäurins Joghurt“ als eigenes Markenprodukt, das auch an Schulen ausgeliefert wird.

Lammfleisch in allen Zerlegungsformen, Wurstwaren, Lammschinken

**Marketing:** Geworben wird mit Qualität und regionaler Herkunft, gekennzeichnet durch das Logo des steirischen Schafbauernverbandes, das einen bärtigen Mann mit einem Lamm am Arm darstellt. Darüber steht in einem Halbkreis: Vom steirischen Schafbauern. Schafbäurins Joghurt hat ein eigenes Logo mit einer Schafbäuerin (wie könnte es anders sein) neben weidenden Schafen und mit einem Lamm auf dem Arm. Das Qualitätssicherungssystem ISO 9000 bzw. HACCP\*\*\* soll einen gleichbleibenden Qualitätsstandard gewährleisten. Dies ist vor allem deshalb wichtig, weil es aufgrund der kleinbetrieblichen Gegebenheiten der Produktionsstruktur („Wenn beispielsweise 100 Lämmer bestellt werden, dann kommen diese aus 25 verschiedenen Betrieben“) nicht einfach ist, eine einheitliche Qualität zu gewährleisten.

\*) Die Weizer Schlachthof-GmbH, wird gemeinsam von verschiedenen bäuerlichen Verbänden (neben Almo und Porki auch der Verein Weizer Schafbauerngemeinschaft) und vier Weizer Fleischern betrieben. Die Lämmer werden in dem im Juni 1995 eröffneten Schlachthof geschlachtet, unzerlegt oder in großen Stücken von diesem selbst oder der Weizer Berglandspezialitäten GmbH\*\* vermarktet. Die Verarbeitungsprodukte werden vom Fleischer der Genossenschaft hergestellt, der auch die Feinzerteilung vornimmt und den Vertrieb des Lammfleisches seitens der Weizer Schafbauerngenossenschaft ausübt.

\*\*) Weizer Berglandspezialitäten GmbH ist eine Vertriebsorganisation der Weizer Schlachthof-GmbH, die Fleischfachgeschäfte mit Fleisch und Fleischprodukten beliefert.

\*\*\*) HACCP bedeutet übersetzt „Konsequente Gefahrenanalyse kritischer Kontrollpunkte“, beispielsweise die Überprüfung der geschlossenen Kühlkette u.ä., wird derzeit vom Käser angewendet. Wird vor allem im Hinblick auf die 1998 in Kraft tretende Genußtauglichkeitskennzeichnungsverordnung eine wichtige Rolle einnehmen, weil sie bei Beanstandungen von außen ein Chargenrückholssystem ermöglicht, durch das festgestellt werden kann, in welchen Produkten nicht einwandfreie Milch verarbeitet worden ist.

### ***Bestandsaufnahme Ende 1996***

Der Verkauf des Lammfleisches der Weizer Schafbauern läuft über eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts, Schafmilchprodukte werden in der Weizer Schafbauerngenossenschaft erzeugt und vertrieben, das Büro des Geschäftsführers befindet sich in der Bezirksbauernkammer Weiz.

Damit diese „zerflederte“ Organisation der Weizer Schafbauerngemeinschaft - hier der Verkauf von Lammfleisch, dort die Verarbeitung von Schafmilch und wieder woanders das Büro des Geschäftsführers - bald ein Ende hat, dreht sich Ende 1996 alles um die Planung und Durchführung der Schaffung der notwendigen Räumlichkeiten, damit die gesamte neugegründete Genossenschaft unter einem Dach ihrer Arbeit nachgehen kann. Das Gebäude, an das ein Verkaufsladen für alle Produkte und ein Büro für den Geschäftsführer angebaut werden soll, steht auf dem Areal der 1995 aufgelassenen Weizer Molkereigenossenschaft (zuletzt Tochter von Desserta).

Bereits Ende 1995 wurde mit den ersten energietechnischen Umbauarbeiten in der früheren Desserta-Molkerei begonnen, damit bereits mit Beginn der Laktationsperiode der Milchschafe die Verarbeitung anlaufen konnte. In der Tat wurde im Februar 1996 die Schafmilchverarbeitung in der Weizer Molkerei durch die Weizer Schafbauerngenossenschaft wieder aufgenommen.

Karl Deixelberger, der sich als Geschäftsführer auf eine gute Zusammenarbeit mit dem Vorstandsteam wie auch mit den anderen Mitgliedern der Genossenschaft stützen kann, ist es im Jahr 1996 gelungen, an die 5.000 Lämmer und 180.000 Liter Schafmilch, die hauptsächlich zu Käse und Joghurt verarbeitet und als solche abgesetzt wurde, zu verkaufen. Anfang 1997 wurde die GbR zur Vermarktung der Lämmer und die Genossenschaft zusammengelegt.

Aber die Geschichte der steirischen Schafbauern beginnt viel früher.

### ***Am Anfang war die Idee vom Schaf***

Einer der maßgeblichen Köpfe in der Wiederbelebung des Weizer Schafmarktes ist Hans Neuhold aus Naas, derzeitiger Obmann der Genossenschaft. Als er 1977 den elterlichen Betrieb übernommen hat, mußte er vorerst mit einem hauptberuflichen Nebenerwerb als Kraftfahrer in einem Sägewerk für das familiäre Auskommen sorgen, während seine Frau den landwirtschaftlichen Betrieb weiterführte.

Zu Beginn der 80er Jahre hat die Familie Neuhold mit der Haltung von Milchschaafen begonnen, Schafskäse hergestellt und Abhof verkauft. Darüber hinaus werden nach wie vor Wolle und Vlies für Steppdecken, Unterbetten und Polster verarbeitet. Durch die höhere Wertschöpfung der Schafhaltung kann der

kann der Betrieb seit Anfang der 80er Jahre wieder im Vollerwerb geführt werden. Mit drei weiteren Bauern aus der Ortschaft Naas, ebenfalls Mitglieder des Schafzuchtverbandes, hat er sich zur Arbeitsgemeinschaft steirischer Milchschaubauern zusammengeschlossen, der später auch Voitsberger Milchschaubauern beigetreten sind. Gemeinsam (ca. 50 Weizer und Voitsberger Schaubauern) wurde Mitte der 80er Jahre die Schafmilchanlieferung an die Voitsberger Molkerei aufgebaut. Am Anfang konnte dort ein Preis von 16 Schilling je Liter lukriert werden.

### ***Freud und Leid der Weizer Schaubauern***

Die Schafmilchprodukte wurden jedoch von der Voitsberger Molkerei nicht mit entsprechendem Erfolg betreut und letztlich eine betriebsinterne Kontingentierung vorgenommen, wobei der Schafmilchpreis im allgemeinen (14,- Schilling) und für die Übermenge (Desserta zahlte ab einer gewissen Jahresmenge weniger) im besonderen (8,- Schilling) soweit reduziert wurde, daß es für die Weizer Schaubauern nicht mehr rentabel und akzeptabel war. Das war zu Beginn der 90er Jahre.

### ***Die Gründung der Weizer Schaubauerngemeinschaft***

Anfang 1993 wurde aufgrund der schlechten Bedingungen auf dem Schafmilchmarkt der Verein Weizer Schaubauerngemeinschaft gegründet, um für Lammfleisch, auf das man nun verstärkt setzen wollte, aber auch für Schafmilchprodukte (Käse und Joghurt) regionale Vermarktungsstrukturen aufzubauen. Die Anzahl der Mitglieder in dieser Gemeinschaft nahm rasch zu, gleichzeitig konnten auch die Absatzmärkte ausgebaut werden.

Infolgedessen wurde 1993 die Schaubauern GbR als Vermarktungsorganisation für Lammfleischprodukte gegründet, Karl Deixelberger als Geschäftsführer eingesetzt und mit der Planung einer Wollverarbeitungsschiene (Waschanlage, Dämmstoff- und Heimtextilherstellung) begonnen, die später jedoch aufgrund der günstigen Bedingungen auf dem Schafmilchmarkt wieder zurückgestellt wurden. Aber bis es soweit war, kam es zu einer unerfreulichen Überraschung.

Nachdem 1994 die Molkereigenossenschaft Desserta<sup>14</sup> begonnen hatte, in Weiz die Schafmilch der Weizer Schaubauerngemeinschaft zu verarbeiten,

---

<sup>14</sup> Im Zuge der ersten Strukturbereinigungswelle der Be- und Verarbeitungsbetriebe infolge der Versorgungsgebietsliberalisierung für die Molkereigenossenschaften in den Jahren 1992 und 1993 hatte die Weizer Almlandgenossenschaft die Weizer Molkerei an die Genossenschaft Desserta verkauft.

wurde bereits ein Jahr später der Schließungsbeschluß für die Weizer Molkerei gefaßt. Die Kuhmilchverarbeitung wurde nach Graz verlegt, die Schafmilchverarbeitung reduziert.

Es begannen Verhandlungen mit der Privatmolkerei Ploner, „Die Käsemacher“ im Waldviertel. Ergebnis war, daß die Schafmilch mit hohen Kosten nach Niederösterreich transportiert wurde.

Das war jedoch auf Dauer keine zufriedenstellende Lösung. Es widersprach vor allem den Grundsätzen des Vereines Weizer Schafbauerngemeinschaft, die regionale Vermarktungsstrukturen aufbauen wollte. Daher hat sich die Weizer Schafbauerngemeinschaft Ende 1995 entschlossen, die Vermarktung selbst in die Hände zu nehmen und sich nicht länger vom Gutdünken anderer abhängig zu machen.

Bereits im Juni 1995 wurden die Kaufverhandlungen für einen Teilbetrieb der Molkerei in Weiz mit Desserta begonnen, im September die Molkerei vollständig geschlossen und der Ankauf durch die Weizer Schafbauerngemeinschaft bei Förderzusage des beantragten 5b-Projektes fixiert.

Aufgrund der gegebenen Größenordnung gründete die Weizer Schafbauerngemeinschaft 1995 die rechtlich sinnvollste Organisationsstruktur, eine Genossenschaft.

### ***Die Weizer Schafbauerngenossenschaft***

Die rechtliche Form der Genossenschaft hat der Berater Josef Maitz von der ÖAR Gleisdorf (seit Dezember 1993 als Berater der Weizer Schafbauerngemeinschaft, finanziert durch die Steirische Landesförderung Stefrei) für die Weizer Schafbauern derart konzipiert, daß das GesmbH-Element des höheren Eigenkapitalanteiles und eine geringere Haftung der Genossenschafter gegeben ist. Das Wirtschaftlichkeitskonzept im Rahmen des 5b-Projektes Weizer Schafbauerngenossenschaft wurde ebenfalls durch die ÖAR erstellt.

Genossenschaftsmodell nach Maitz

1. Es wird ein erforderlicher Eigenkapitalanteil errechnet, der von den Genossenschaftern über Anteile tatsächlich eingebracht wird. Die Anteile sind dadurch keine pro forma Anteilszeichnungen.
2. Auf der anderen Seite wird die Haftung auf das gesetzlich erforderliche Mindestmaß beschränkt (die einfache Höhe des Anteiles auch für jene, die eine höhere Einlage bezahlt haben), und ist daher für die Bauern von Anfang an überschaubar. Beispiel: Als Einlage hat jedes Mitglied der Weizer Schafbauerngenossenschaft 250,- je Mutterschaf bezahlt. Einige haben

diesen Betrag von sich aus erhöht und zusätzlich 50,- je Lamm dazugezahlt. Gehaftet wird allerdings auch von denen, die freiwillig höhere Anteile bezahlt haben, mit der vereinbarten Einlage. Dadurch ist ein Eigenkapital von 1,5 Millionen Schilling bei rund 120 Schafbauernbetrieben zusammengelassen.

3. Besicherung von Bankkrediten: Bankkredite sollen nicht höher sein, als sie durch Hypotheken oder die Haftsumme der Genossenschafter abgedeckt werden können. Bei der Verschuldung eines neuen Unternehmens sollte immer darauf geachtet werden, daß jederzeit eine stille Liquidation möglich ist. Darüber hinaus ist es erwünscht, daß Genossenschafter Privatdarlehen bis zur Höhe ihrer Haftsumme einbringen, dadurch erhalten sie auch Zinsen anstelle einer Bank.

### *Ein gutes Team*

Die Vorstandsmitglieder, wie auch der Obmann (Hans Neuhold) und der Geschäftsführer (Karl Deixelberger) der Weizer Schafbauerngenossenschaft sind dieselben Personen wie schon im Verein Weizer Schafbauerngemeinschaft. Das Vorstandsteam wurde durch wiederholtes gemeinsames Lammfleischgrillen auf der Internationalen Messe in Graz „zusammengeschweißt“, weil damit bereits Erfolge erzielt werden konnten. Durch die langjährige Teilnahme an dieser und ähnlichen Veranstaltungen wurden die Kontakte zur Gastronomie, Fleischerieien und anderen Zielgruppen hergestellt und beworben. Dieser Umstand und das Geschick des Geschäftsführers haben wesentlich zum erfolgreichen ersten Verkaufsjahr beigetragen. Darüber hinaus wurde der „Steirische Selchkas“ des Käsemeisters der Genossenschaft, Bernhard Fink, unter 36 eingereichten Schafkäsesorten mit der Höchstpunktzahl ausgezeichnet und prämiert.

Aber das sind nicht die einzigen Gründe für die gute Stimmung innerhalb der Genossenschaftsmitglieder, die sich nicht zuletzt daran zeigt, daß die Versammlungen immer gut besucht sind. Josef Maitz, der für die erforderlichen Bewilligungen etc. für die Um- und Ausbauarbeiten wie auch in anderen Belangen unterstützend unter die Arme greift und augenscheinlich in seiner Funktion als Berater anerkannt wird, meinte begeistert: „Ich habe noch nie erlebt, daß die Genossenschaftseinlage von einigen Mitgliedern freiwillig erhöht worden ist.“

Die Weizer Schafbauern haben allen Grund, sich über ihre bisherigen Erfolge zu freuen: Der Schafmilchpreis liegt wesentlich über dem Kuhmilchpreis, auch für ihr Lammfleisch erhalten sie mehr als für Qualitätsrindfleisch, ganz abgesehen von den katastrophalen Preiseinbrüchen durch BSE. Die Durch-

schnittspreise für die Schafbauern lagen 1996 bei den Lämmern zwischen 54,- und 57,- Schilling je Kilogramm Schlachtgewicht, bei der Schafmilch zwischen 13,30 bis 15,- Schilling (inklusive Steuern).

Hinzu kommt, daß Schafbauern wesentlich besser mit den Bedingungen des „freien Marktes“ vertraut sind, dh sie haben sich noch nie auf Abnahmegarantien verlassen können.

Bis 1999 wird eine Verdoppelung der Milchmenge und ein Anstieg im Lammfleischsektor angestrebt. Dazu sollen einerseits Genossenschaftsmitglieder aufstocken, andererseits werden durch den Obmann, Hans Neuhold, Hofberatungen für Betriebe, die an einer Umstellung auf die Schafhaltung interessiert sind, durchgeführt, um neue Genossenschaftsmitglieder zu gewinnen. Der zusätzliche Absatz soll über den eigenen Verkaufsladen, der an das Molkereigebäude angebaut werden soll, sowie über eine Großhandelskette erfolgen. Die Zukunftschancen auf dem Schafproduktenmarkt werden als gut bis sehr gut eingeschätzt. Derzeit übersteigt die Nachfrage das Angebot, eine bei landwirtschaftlichen Produkten eher unübliche Situation.

## 2.2 Soziale Dienstleistungen am Bauernhof

Die traditionellen Versorgungseinrichtungen im ländlichen Raum haben sich infolge des generellen Struktur- und Wertewandels weitgehend überlebt und aufgelöst (Wiesinger 1991, S. 90). Durch die verstärkte Berufstätigkeit der Frau außerhalb der Landwirtschaft bzw. deren Abwehr, weiterhin kostenlos soziale Dienste zu verrichten, sind nicht nur öffentliche und karitative Einrichtungen für alte und behinderte Menschen überbeansprucht, sondern es steigt darüber hinaus auch der Bedarf an Kinderbetreuungsstätten.

Da in einem landwirtschaftlichen Betrieb sowohl bauliche Ressourcen als auch oftmals freie Arbeitskapazitäten vorhanden sind bzw. aufgrund der sinkenden Einkommen nach Erwerbskombinationen gesucht wird, gibt es seit geraumer Zeit Überlegungen von seiten der Interessensvertretung, des Landwirtschaftsministeriums und der agrarischen Wissenschaft, daß Bäuerinnen verschiedene soziale Dienste gegen Entgelt anbieten können. Damit es in diesem Bereich aber nicht zu einer Überlastung einerseits (Betreuer/innen) und der Sicherstellung einer qualitativ hochwertigen sozialen Betreuungsleistung im Sinne der Betreuten andererseits kommt, ist eine Reihe von wichtigen Faktoren in Betracht zu ziehen.

### *Einkommensalternative Soziale Dienste*

Bei Einkommensalternativen ist im allgemeinen zu überprüfen, ob die persönlichen, fachlichen, familiären und betrieblichen Voraussetzungen für die Art der erwünschten Tätigkeit erfüllt sind. Das gilt für die Aufnahme von älteren Menschen, Behinderten oder Kindern auf einem Bauernhof im besonderen. Vor allem ist bei dieser Form der Erwerbskombination eine entsprechende Ausbildung als Kinder-, Alten-, Behindertenbetreuer/in oder gar einer therapeutischen Richtung (wie im Fall der Arbeit mit Drogenabhängigen) ein unumgängliches Erfordernis. Im Rahmen des Ziel-5b-Projektes „Betreutes Wohnen für Senior/innen“ (BBK Perg<sup>15</sup>) wurde mit den Interessent/innen ein Qualifikationsgespräch geführt, bevor die Zulassung zur Ausbildung einer Altenbetreuerin erlaubt wurde. Diese Vorgangsweise ist bei den meisten sozialen Ausbildungen üblich. Sobald öffentliche Gelder in diese Art der Einrichtungen fließen, sind die persönlichen wie auch die fachlichen Voraussetzungen zu gewährleisten.

---

<sup>15</sup> Wird anschließend ausführlich beschrieben.

Darüber hinaus ist gerade für diese Art der Erwerbskombination darauf hinzuweisen, daß freie Arbeitskapazitäten zur Verfügung stehen müssen. Im Fall der Behindertenintegration auf dem Bauernhof kommt es nach Wiesinger (1991, S. 197) nicht selten zu Beeinträchtigungen der Betreuung, sei es, daß die landwirtschaftlichen Arbeiten der Behinderten eher den Erfordernissen des Betriebes als einer sinnvollen Therapie entsprechen, oder die Pflegeperson mehr in der Landwirtschaft als für die Betreuung eingesetzt wird. Letzteres kann auch im Fall der Betreuung von Alten, Kindern und Drogenabhängigen eintreten. Es ist daher auf der wirtschaftlichen Seite eine genaue Ermittlung der Wochenarbeitszeit im Rahmen einer entsprechenden Kalkulation des neuen Betriebszweiges erforderlich, zu der neben der Investitionsplanung (für die möglicherweise notwendigen Umbauten) auch die Berechnung eines angemessenen Stundenlohnes zählen (Fahning 1994, S. 8). Gegebenenfalls ist der Betrieb zu extensivieren, wenn durch die Betreuungstätigkeit ein höheres Einkommen erzielt werden kann.

Die alternative Verwendung betrieblicher Ressourcen betrifft nicht nur die Betreuung, sondern liegt auch in der Umnutzung landwirtschaftlicher Nebengebäude für die Schaffung von Räumlichkeiten (Senior/innenwohnheime, Kindergartenräume, Zimmer für Behinderte oder Drogenabhängige) zur Unterbringung der Betreuten. In diesem Zusammenhang ist eine Reihe von Bauvorschriften zu beachten und eine Beratung durch Fachkräfte empfehlenswert. Um zu vermeiden, daß die Interessen zwischen Betreuer/innen (wenn beispielsweise für Bäuerinnen und Bauern lediglich das Interesse an einer Einkommensmöglichkeit besteht) und Betreuten (die einen sozialen Anspruch haben und möglicherweise eine Integration in die bäuerliche Familie erhoffen) auseinandergehen, wären die Erwartungen und Bedürfnisse der beiden Seiten vorweg abzuklären.

Die Spannweite der Möglichkeiten, soziale Dienste entgeltlich auf einem Bauernhof anzubieten, reichen von Senior/innenwohnheimen (**Altenbetreuung**) über Kindertagesstätten, Nachmittagsbetreuung von Kindern u. dgl. (**Kinderbetreuung**) auf dem Bauernhof bis hin zur Behindertenbetreuung /Behindertenintegration in der Landwirtschaft und **Drogentherapiestationen**. Im folgenden werden diese drei Gruppen anhand von Beispielen dargestellt. Die Betreuung von Behinderten am Bauernhof wird im Rahmen dieser Studie nur vollständigheitshalber erwähnt. Es wird in diesem Zusammenhang auf die ausführlichen Arbeiten zu diesem Thema von Georg Wiesinger (1991a und 1991b) hingewiesen.

### 2.2.1 Altenbetreuung am Bauernhof

Aufgrund der wachsenden Anzahl der Senior/innen in unserer Gesellschaft steigt auch der Bedarf an Plätzen in Altenwohnheimen und Altenpflegeheimen wie auch an Betreuungspersonen. Im österreichischen Raumordnungskonzept 1991 wurde auf dem Gebiet der Altenhilfe das Ziel festgelegt, für alte Menschen dezentral stationäre Pflegeeinrichtungen zu situieren (ÖROK 1991). Die Idee, Senior/innen im bäuerlichen Bereich zu betreuen, war einerseits aus traditionellen Gründen naheliegend, hat sich aber auch daraus entwickelt, daß Bauernfamilien nicht ständig wechselnde Gäste für den Urlaub am Bauernhof haben wollten. In der längerfristigen Vermietung ihrer Ferienwohnungen an ältere Menschen wurde diesen die Möglichkeit geboten, ihren Lebensabend auf dem Land und nicht in Altersheimen zu verbringen.

Als die Altenbetreuung auf dem Bauernhof Anfang der 90er Jahre erstmals diskutiert wurde, gab es in einem Teil der bäuerlichen Bevölkerung verständlicherweise die Befürchtung, daß die Bäuerinnen nicht nur die eigenen, sondern auch die „Alten der Gesellschaft“ pflegen sollen (Fahning 1994, S.8). Voraussetzung für Bäuerinnen/Bauern, die sich dazu entschließen, Altenbetreuer/in zu werden, ist demnach, daß sie gerne alte Menschen um sich haben und eine Einkommensalternative und nicht eine zusätzliche Belastung darin sehen.

Wer jedoch an familienfremde, alte Menschen gegen Entgelt auf Dauer Unterkunft, Verpflegung und Betreuung anbietet, unterliegt den sehr strengen Maßstäben der pflegerischen Ausbildung des Betreuungspersonals (Heimgesetz und Heimaufsichtsbehörde). Eine befristete Unterbringung ist jederzeit möglich, wie beispielsweise Einmietung in Ferienwohnungen während der Nachsaison, Kurzzeitpflege etc.

Es ist eine Reihe von rechtlichen Vorschriften einzuhalten, wie beispielsweise das Heimgesetz, diverse Bauvorschriften bei Umbauten, die Gewerbeordnung (so muß beispielsweise ein Gewerbe angemeldet werden, sobald ein weiteres Familienmitglied ebenfalls als Altenbetreuer/in eingestellt wird), Lebensmittelrecht u.dgl. Wenn alte Menschen nicht gepflegt werden sollen, sondern lediglich betreut (verpflegt, animiert), muß vertraglich zwischen Betreuer/innen und Senior/innen vereinbart werden, daß im Fall der Ganzzzeit-Pflege der alte Mensch in ein Pflegeheim zu überweisen ist.

Die Landwirtschaftskammer Westfalen Lippe in Deutschland hat das Angebot nach unterschiedlichen Gruppen zusammengefaßt und die unterschiedlichen rechtlichen Vorschriften, die hinsichtlich ihrer inhaltlichen Ausrichtung auf Österreich übertragen werden können, zusammengestellt (s. Tab. 1).

Zu den wesentlichsten Vorteilen der Senior/innenwohnheime zählt die persönliche Betreuung und die Durchmischung verschiedener Generationen. Viele alte Menschen haben Angst vor Isolation und Anonymität, wie sie in großen Altersheimen oft vorherrschen. Darüber hinaus wird der Wunsch nach einem sozialen Umfeld geäußert, in dem Jung und Alt miteinander leben (aid 1995, S. 5). Allerdings darf dabei von seiten der Interessent/innen nicht davon ausgegangen werden, daß das soziale Umfeld auf dem Land immer intakt ist.

**Tabelle 3: Mögliche Angebote der Altenbetreuung und dabei zu beachtende rechtliche Vorschriften in Deutschland**

Angebote	Heimgesetz	Bauvorschriften	Gewerbeordnung	Lebensmittelrecht
Ländliche Dienste				
Mittagstisch		O	O	O
Altclub		O	o	O
befristetes Wohnen				
Ferienwohnung		O	o	
Tagespflege		O	O	O
Kurzzeitpflege		O	O	O
Altenpension	o	O	O	O
unbefristetes Wohnen				
Altenwohnung o. Service		O		
Altenwohnung m. Service		O	o	o
Betreutes Wohnen	O	O	o	o
Altenheim	O	O	O	O
Altenpflegeheim	O	O	O	O

O...Beachtung/Prüfung

o... Beachtung/Prüfung je nach Umfang des Angebots

Quelle: aid 1995, S. 28

## ***Betreutes Wohnen für alte Menschen***

*„Das Alter ist nicht der Rest der Jugendkraft,  
sondern etwas ganz Neues,  
für sich Bestehendes und Großes.“*

Käthe Kollwitz

**Betriebe:** *Es handelt sich dabei um eine Kooperation zwischen 11 landwirtschaftlichen Betrieben im Bezirk Perg, Oberösterreich, mit je einer Größe zwischen 10 und 30 Hektar, vorwiegend Milchvieh- bzw. Mutterkuhhaltung mit Rinderzucht, ein Betrieb mit Schweinehaltung*

**Tätigkeit:** *Vermietung von Senior/innenwohnungen und Altenbetreuung*

Alte Menschen verbringen oft abgeschoben von der leistungsfähigen und heranwachsenden Gesellschaft den Rest ihrer Tage in einem Alters- oder Pflegeheim, sind dort zum Nichtstun verurteilt und damit zu einem mehr oder weniger einsamen und deprimierenden Warten auf den Tod. Rüstige alte Menschen werden genauso „von hint bis vorn“ bedient, wie gebrechliche und kranke, obwohl ihnen die Erledigung bestimmter Aufgaben, die sie noch in der Lage sind, zu erfüllen, etwas Abwechslung und Ablenkung bringen würde. Derlei Überlegungen, aber auch der Mangel an öffentlichen Betreuungsstellen für alte Menschen und deren explodierende Kosten, hat zum Projekt „Betreutes Wohnen“ geführt, das - betreut von Gabriele Schober von der Bezirksbauernkammer Perg in Oberösterreich - als Ziel-5b-Projekt eingereicht und bewilligt worden ist.

### ***Das Projekt***

Elf Bauernfamilien haben sich im Bezirk Perg zu einer Kooperation zusammengeschlossen. Sie beabsichtigen, in ihren Höfen altengerechte Wohnungen auszubauen und diese an Senior/innen zu vermieten. Neben der Vermietung sollen auch verschiedene entgeltliche Dienstleistungen angeboten werden, wie beispielsweise Putzen, Einkaufen, Kochen usw. Um auch Hilfe bei der Körperpflege anbieten zu dürfen, haben sich vor allem die Bäuerinnen sowie ein Bauer, entschlossen, eine tausendstündige Fachausbildung zum/zur Altenbetreuer/in zu absolvieren. Diese Ausbildung mit Praktikum in einem Alten- und Pflegeheim sowie im Rahmen der mobilen Altenhilfe erstreckt sich über ein ganzes Jahr. Dadurch wird die Bauphase, die eigentlich für 1997 geplant gewesen wäre, um ein Jahr verschoben. In der Startphase soll mit Wohnungen für 2 bis 4, maximal 6 Personen begonnen werden. Die altengerechten Woh-

nungen sind mit Einzel- und Doppelbettzimmern ausgestattet, demgemäß können auch Pensionist/innenpaare gemeinsam einziehen.

### **Abbildung 11: Altenbetreuung am Bauernhof**

#### *Die Senior/innen beim Nachmittagskaffee*

*Foto: Schober*

Alte Menschen, wobei es sich um betriebs- und familienfremde Personen handeln muß, die in einer Wohnung am Bauernhof wohnen wollen, sollen noch soweit agil sein, daß sie lediglich Dienstleistungen in Anspruch nehmen, aber nicht dauernd gepflegt werden müssen. Für Krankheitsfälle werden die mobilen Hilfsdienste organisiert. Außerdem sind die Bauernhöfe mit Notrufsystemen (Rufhilfe des Roten Kreuzes) ausgestattet, sodaß in Notfällen jederzeit sanitäre oder ärztliche Hilfe herbeigeholt werden kann.

#### *Die Qualifizierung*

Im Jahr 1997 werden die kooperierenden Bäuerinnen zu Altenbetreuer/innen ausgebildet. Voraussetzung für den Besuch dieser Ausbildung ist ein Auswahlgespräch, in dem die Vorstellungen der zukünftigen Vermieter/innen sowie die Erfahrungen von geschulten Psycholog/innen in der Senior/innenarbeit ausgetauscht werden, um so gegebenenfalls falsche Erwartun-

gen von vornherein auszuräumen. Eine wichtige Voraussetzung dafür, alte Menschen zu betreuen, ist psychische Stabilität, soziale Kompetenz wie auch der erforderliche Respekt, wenn nicht sogar Freude am Umgang mit alten Menschen. Da trotz einer Ausbildung zum/zur Altenbetreuer/in nicht alle Tätigkeiten in der Pflege von Senior/innen übernommen werden können und dürfen, ist es erforderlich, die mobilen Hilfsdienste im Fall einer vorübergehenden Pflege in Anspruch nehmen zu können.

### ***Die Kosten***

Die Mietkosten werden sich auf 70,- bis 90,- Schilling je Quadratmeter belaufen. Dazu kommen die Betriebskosten, Entgelte für in Anspruch genommene Grundleistungen, die das Notrufsystem für die mobilen Hilfsdienste beinhalten sowie für Zusatzleistungen, die die Verpflegung und diverse Dienstleistungen umfassen. Die Senior/innenwohnungen werden über eine eigene Küche verfügen, in der selbständig Essen zubereitet werden kann und nur bei Bedarf die Zusatzleistung Verpflegung in Anspruch genommen werden kann.

Für Bäuerinnen und Bauern werden die Investitionen für die Umbauten gefördert (zu 50%, weil es sich dabei um ein Pilotprojekt handelt), wie auch die Ausbildung zum/zur Altenbetreuer/in, Werbungskosten und die Kontrollen, die gemeinsam mit einer kontinuierlichen Nachbetreuung und fortlaufender Unterstützung durch Fachleute geplant sind.

Für die öffentliche Hand kostet dieses Projekt weniger als der Bau eines Altersheimes. Auch der Pflegeplatz in einem Alterspflegeheim ist wesentlich teurer. Das betreute Wohnen hat darüber hinaus den Vorteil, daß alte pflegebedürftige Menschen leichter einen Pflegeplatz finden, wenn rüstige Senior/innen, die kein Pflegefall sind, diesen nicht mehr beanspruchen.

### ***Weitere Voraussetzungen***

Solange sich alte Menschen noch selbst versorgen können, sollen sie auch die Möglichkeit haben, die vorhandene Infrastruktur wie Einkaufshäuser, Apotheken, etc. zu nutzen oder auch selbst in die Kirche zu gehen. Es wäre daher eine günstige Voraussetzung für den Bauernhof, in dem Senior/innenwohnheime geschaffen werden sollen, in einem Dorf oder nicht zu weit außerhalb des Dorfkernes zu liegen, damit die Besorgungen nicht mit langen Gehzeiten verbunden sind. Es besteht aber auch die Möglichkeit, Chauffeur- und Botendienste durch die Bauernfamilie in Anspruch zu nehmen.

Eine rechtliche Beratung hinsichtlich der Verträge zwischen Altenbetreuer/in und den Senior/innen ist unerlässlich. Es dürfen laut Raumordnungsgesetz in einem Bauernhaus im gewidmeten Grünland (neben den eigenen Wohnräum-

lichkeiten) maximal 2, im Dorfgebiet maximal 3 zusätzliche Wohnungen errichtet werden. Außerdem ist die 10-Bettengrenze einzuhalten, um ein landwirtschaftliches Nebengewerbe bleiben zu können und nicht den Regelungen der Gewerbeordnung zu unterliegen.

### ***Die Auswirkungen***

Für Bäuerinnen und Bauern stellt dies einen Zuerwerb, möglicherweise sogar die Existenzsicherung ihres Betriebes dar. Leerstehende und ungenutzte landwirtschaftliche Gebäude werden wieder einer Nutzung zugeführt. Längerfristig betrachtet kann sich durch diese Tätigkeit der gesellschaftliche Stellenwert der Landwirtschaft ändern, wenn durch sie soziale Dienstleistungen angeboten werden, die auch von nicht-bäuerlichen Gesellschaftsgruppen in Anspruch genommen werden. Durch dieses Projekt sollen neue Arbeitsplätze am Land geschaffen und die Abwanderung aus den Randgebieten unterbunden werden.

### 2.2.2 Kinderbetreuung auf dem Bauernhof

Die Möglichkeiten der Kinderbetreuung auf Bauernhöfen sind sehr umfangreich. In den vergangenen Jahren wurde in Österreich verstärkt der Kinderurlaub auf dem Bauernhof ausgebaut und immer mehr entsprechende Einrichtungen zur Verfügung gestellt, die sowohl den Bedürfnissen der Kinder wie auch der Eltern angepaßt sind, angefangen bei Kindereinrichtungsgegenständen wie Babystühlen, Wickeltischen etc. über Kinderprogramme und Betreuung für Kinder bis hin zu einem „Kindleihdinner“ der Familie Kienzer in der Steiermark<sup>16</sup>, bei dem die Kinder um 18 Uhr zu Abend essen und danach von einer Kindergärtnerinpraktikantin betreut werden, damit die Eltern ab 20 Uhr ein siebengängiges Menü für sich alleine genießen können.

Vorgestellt wird im Rahmen dieser Arbeit das Pilotprojekt der Vorarlberger Landwirtschaftskammer „Kinderferien auf dem Bauernhof“, das 1995 mit großem Erfolg „im Ländle“ angelaufen ist. Dabei können Kinder ihre Ferien unabhängig von den Eltern auf Bauernhöfen verbringen. Anstoß bot die Erfahrung, daß durch die steigende Berufstätigkeit der Frauen, immer mehr Familien während der Sommerferien kaum Betreuungsmöglichkeiten für ihre Kinder haben.

In Deutschland wurde im Rahmen verschiedener Dienstleistungsangebote seitens einiger Landfrauen<sup>17</sup> auch mehrere Formen der Kindertages- und Kinderkurzeitbetreuung entwickelt, wie die Nachmittagsbetreuung von Schulkindern, die Betreuung von Kindern, wenn Eltern aus unvorhergesehenen Gründen vorübergehend keine Zeit für ihre Kinder haben. Kindergeburtstagsparties auf dem Bauernhof wird im folgenden anhand eines untersuchten Beispiels genauer beschrieben. Damit soll den Kindern gleichzeitig Landwirtschaft und Nahrungsmittelherstellung vermittelt werden. Darüber hinaus gibt es im Rahmen des LandfrauenServices Tagesmütter und Spielgruppen.

Für Bäuerinnen, die an einer Ausbildung zur Kindergärtnerin interessiert sind oder diese bereits absolviert haben und den Umstand, daß in der Umgebung zuwenig Kinderbetreuungsstätten vorhanden sind (wie im ländlichen Raum meist verbreitet), gibt es die Möglichkeit, in nicht mehr genutzten umgebauten landwirtschaftlichen Gebäuden einen Kindergarten einzurichten.

---

<sup>16</sup> Die Organisation in der Steiermark, die einen familienfreundlichen Urlaub am Bauernhof anbietet, nennt sich „Familienprofis mit Pfiff“

<sup>17</sup> s. LandfrauenService in Westfalen-Lippe

Wie auch bei der Altenbetreuung, ist es im Zusammenhang mit der Beaufsichtigung und Betreuung von Kindern wichtig, daß die Betreuer/innen Kinder mögen und mit diesen auch umgehen können. Während die Altenbetreuung eher in Frage kommt, wenn die Bäuerin nicht mehr viel Zeit für ihre eigenen Kinder aufwenden muß, wäre die Verbindung mit der Tätigkeit als Tagesmutter dann gegeben, wenn sie selbst noch kleine Kinder hat.

### ***Kinderferien am Bauernhof***

Ausschlaggebend für die Idee der Kinderferien am Bauernhof war der Umstand, daß berufstätige Eltern weit weniger Urlaub haben als Kinder Schulferien. Die Unterbringung der Kinder, vor allem im Volksschulalter, stellt dann, wenn beide Elternteile berufstätig sind, oft ein Problem dar. Daher hat die Landwirtschaftskammer Vorarlberg ein Pilotprojekt gestartet, durch das Kinder im Alter zwischen fünf und zwölf Jahren an Bauernfamilien vermittelt werden, wo sie bis zu zwei Wochen verbringen können.

#### ***Die Durchführung***

Koordiniert wird das Projekt von Evy Halder, Abteilung Hauswirtschaft der Landwirtschaftskammer Vorarlberg. Sie wird von Eltern angerufen, die ihre Kinder im Sommer für eine bis zwei Wochen auf einem Bauernhof unterbringen wollen und wirbt Bäuerinnen, die sich bereit erklären, Kinder aufzunehmen. Eltern haben von dieser Aktion über die Medien erfahren, die darüber berichtet hatten.

Eine wichtige Voraussetzung von seiten der Bauernfamilie ist es, daß sie selbst Kinder im gleichen Alter hat. Das macht die Kinderbetreuung einfacher, vor allem für die Bäuerin.

Die wesentlichste Frage, die vor der Aufnahme von Kindern auf einem Bauernhof geklärt werden mußte, war die der Sicherheit. Die bäuerliche Sozialversicherungsanstalt führte bei den entsprechenden Höfen diesbezügliche Kontrollen durch. Außerdem wurden die Eltern und Kinder für einen „Schnuppernachmittag“ eingeladen, damit die Kinder das Leben auf dem Bauernhof „ausprobieren“ können. Dabei können sich die Eltern gleichzeitig ein Bild über etwaige Gefahren oder die Sicherheit am Bauernhof machen.

1995 hatten sich 28 Bäuerinnen bereit erklärt, Kinder aus insgesamt 60 Familien über eine oder zwei Wochen in ihrer Familie aufzunehmen. Die Kosten beliefen sich auf 900,- pro Kind und Woche für Unterkunft und Verpflegung der Kinder. Der Andrang war so groß, daß im ersten Jahr 28 Kindern abgesagt

werden mußte. Dabei erklärten sich einige Bäuerinnen bereit, zwei oder mehr Kinder aufzunehmen.

Den Kindern hat der Aufenthalt auf dem Bauernhof vorwiegend sehr gut gefallen. Viele wollten nach dem ersten Besuch das folgende Jahr wiederkommen.

### ***Aus pädagogischer Sicht***

Es wird damit gleichzeitig das Ziel verfolgt, Kindern spielerisch Landwirtschaft zu vermitteln. So müssen sie beispielsweise die Verantwortung für Tiere übernehmen, die nicht nur gestreichelt werden, sondern auch gefüttert und gepflegt werden müssen. Sie bekommen unweigerlich mit, wie Nahrungsmittel produziert werden und erhalten einen Einblick über das Leben auf dem Land und mit der Landwirtschaft. Diese abwechslungsreichen und vollkommen vom Schulalltag in der Stadt abweichende Tätigkeiten haben den Kindern sehr viel Spaß gemacht.

### ***Aus finanzieller Sicht***

Zum einen ist von einem Pilotprojekt nicht zu erwarten, daß in finanzieller Hinsicht bereits von einem Einkommen gesprochen werden kann. Zum andern wird sich daraus keineswegs ein finanzielles Standbein entwickeln lassen, weil das Jahreseinkommen derzeit maximal zwischen 20.000,- und 30.000,- Schilling liegt.

### ***Aus emanzipatorischer Sicht***

ist diese Aktion gutzuheißen im Hinblick auf die steigende Zahl berufstätiger Mütter. Vor allem für Alleinerzieherinnen stellt diese Möglichkeit der Kinderferien eine wesentliche Erleichterung dar. Die Frage, die sich dabei lediglich stellt, ist, ob den Bäuerinnen zu ihrer Dreifachtätigkeit (Bauernhof, Haushalt, Kinder) noch eine vierte zugemutet werden kann. Es muß also vorab geklärt werden, ob und inwieweit es zu einer weiteren Belastung der Bäuerinnen kommt oder ob diese zusätzliche Tätigkeit von der Arbeitskapazität her problemlos bewältigt werden kann.

## ***Kindergeburtstag auf dem Bauernhof***

### **Das Interesse für die Landwirtschaft wecken**

**Betrieb:** *Bernhard und Margret Friebe im Kreis Borken, Westfalen, Deutschland*

**Größe:** *15 ha Eigenland und 10 ha Pacht, 20 Kühe und 90 Zuchtsauen mit Ferkelverkauf*

**Tätigkeiten:** *die Bäuerin ist Gästeführerin und Veranstalterin von Kindergeburtstagsparties*

Margret Friebe hat den Qualifizierungslehrgang Gästeführerin, der von seiten der Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe und dem Westfälisch-Lippischen Landfrauenverband durchgeführt wurde, absolviert und ist Mitglied im Verein des LandfrauenService Borken/Coesfeld.

### ***Die Idee***

Es ist Margret Friebe wichtig, der nicht-bäuerlichen Bevölkerung die Landwirtschaft nahe zu bringen. Da ihr gleichzeitig der Umgang mit Kindern schon immer viel Spaß gemacht hat und sie davon überzeugt ist, daß Kinder es verstehen, „instinktiv bei den Eltern das Interesse für die Landwirtschaft zu wecken“, wenn sie selbst vom Bauernhof begeistert sind. Daraus entstand die Veranstaltung von Kindergeburtstagsparties auf dem Bauernhof.

### ***Die Werbung***

Nachdem die organisatorischen Vorbereitungen getroffen worden waren, wurde als erstes in einer überregionalen Zeitung inseriert. Der Landfrauen-Service veranstaltete im Mai 1996 eine Pressekonferenz, die nicht zuletzt für Margret Friebe sehr werbewirksam war. In puncto Werbung ist aber nach wie vor die Mundpropaganda das beste Mittel. Wenn ein Kind eingeladen und begeistert war, erzählt es das meist weiter und veranlaßt so die nächste Nachfrage.

### ***Die Kosten***

Bis zehn Kinder kosten für drei Stunden am Nachmittag 150,- DM (rund 1000,- Schilling), plus 10,- DM Haftpflichtversicherungsbeitrag etc., der mit Absicht extra angegeben wird, damit die Leute darauf aufmerksam werden, daß es für den Fall einer Verletzung eine Versicherung gibt. Nimmt eine erwachsene Person am Kindergeburtstag teil, kommen weitere 10,- DM dazu.

Meist bleibt die Mutter des Geburtstagskindes dabei, ist aber nicht dazu verpflichtet, es sei denn, es sind mehr als 10 Kinder anwesend. In diesem Fall besteht die Landfrau auf eine zweite Betreuungsperson. Einigen Eltern scheint der Preis bei der ersten telefonischen Anfrage zu teuer, im Anschluß an das Angebot hat sich jedoch noch niemand beklagt, daß es zu teuer gewesen wäre, im Gegenteil.

### ***Der Ablauf***

Die Kinder werden gegen 15 Uhr am Nachmittag meist von der Mutter des Geburtstagskindes und einer Freundin oder Nachbarin auf den Bauernhof gebracht. Durch den herzlichen und offenen Umgang der Bäuerin mit Kindern ist die Annäherung nicht schwierig. Oft wollen die Kinder schon nach kurzer Zeit von der Bäuerin an die Hand genommen werden.

Als erstes wird gemeinsam Brot gebacken. Der Brotteig dafür wurde in einer alten gußeisernen Maschine, die für diesen Zweck wieder in Betrieb genommen worden ist, bereits vorbereitet. Dabei wird den Kindern etwas über Weizen und die Herstellung von Mehl und Brotteig erklärt.

Anschließend singen alle gemeinsam ein Geburtstagslied, und bekommen sechs verschiedene Kuchen zur Auswahl, die die Bäuerin am Vormittag vorbereitet hat. Im Sommer und wenn die Witterung es zuläßt, verbringen die Kinder die meiste Zeit im Hof, auch Kakao, Milch und Kuchen werden von den Kindern in einer Laube konsumiert. Es gibt ein Baumhaus, eine Strohbürg und weitere Möglichkeiten, so daß sich die Kinder austoben können. Gemeinsam werden der Stall besucht (dazu werden Überkleider zur Verfügung gestellt, damit die Stadtkleidung nicht den Stallgeruch annimmt), Ferkel und Kälber gestreichelt, Hühner gefüttert, Eier eingeholt und eine Kuh gemolken. Die Kinder wissen teilweise sehr wenig über die Landwirtschaft, woher die Nahrungsmittel stammen und wie sie erzeugt werden („Die Bullen [Stiere] geben keine Milch?“)

Am Ende wird ein Ratespiel veranstaltet, bei dem Kinder für sich selbst überprüfen sollen, wieviel sie sich von dem, was sie über die Landwirtschaft gelernt haben, gemerkt haben. Dieses Ratespiel, wie überhaupt das gesamte Programm muß dem Alter entsprechend angepaßt werden. Die Kinder sind zwischen 4 und 10 Jahre alt. Beim Abschied erhält noch jedes Kind das Brot, das es gebacken hat.

### ***Die Voraussetzung***

Die wesentlichste Voraussetzung, die eine Landfrau für diese Tätigkeit mitbringen muß, ist, daß sie Kinder mag, mit Kindern umgehen kann und auch die Verantwortung für Kinder nicht scheut. (Für eventuelle Verletzungen ist eine Haftpflichtversicherung abzuschließen). Die Kinder sind teilweise sehr frech und provokant („der Kuchen schmeckt scheiße“), die Bäuerin muß damit umgehen und einen negativen gruppenspezifischen Effekt vermeiden können („sobald ein Kind zu meckern anfängt, muß man aufpassen, daß nicht andere miteinstimmen“). Darüber hinaus ist Organisationstalent erforderlich und die Bereitschaft, die Kinder bei Laune zu halten. Für Schlechtwettertage muß ein Ersatzprogramm geschaffen werden.

### ***Der Zuverdienst***

In dem Umfang, in dem Margret Friebe Kindergeburtstage anbietet (maximal einmal pro Woche), kann sie keinen übermäßig hohen Einkommensbeitrag erzielen. Ihr Angebot ist jedoch so kalkuliert, daß die Stundenentlohnung (Entlohnung der eingesetzten Arbeitskraft) für sie akzeptabel ist.

Ein nicht zu vernachlässigender Faktor für die Höfe, die Kindergeburtstage auf dem Bauernhof anbieten, ist der Umstand, daß der Hof immer in einem ordentlichen Zustand anzutreffen sein muß, was ebenfalls ein Mehr an Arbeit verursacht.

Würden die Geburtstagsparties die ganze Woche über angeboten werden, vor allem aber auch am Samstag, der besonders begehrt ist, könnte sich das Angebot von Kindergeburtstagsparties leicht zu einem einträglichen wirtschaftlichen Standbein ausdehnen lassen.

### ***Mögliche Vernetzungen und Pläne***

Zusammenarbeit, die von der Bäuerin im allgemeinen als sehr wichtig erachtet wird, soll es in Zukunft auch zwischen dem LandfrauenService und den Betreiberinnen von Bauernhof-Cafés geben.

Es kommt vor, daß Eltern, die die Kinder mit dem PKW heranbringen, die drei Stunden gerne gemeinsam ohne Kinder verbringen wollen. Dabei kann von der Bäuerin des Kindergeburtstagservice ein Bauernhofcafé, das nicht weit entfernt ist, empfohlen werden.

### 2.2.3 Drogentherapiestation

Die Arbeit mit Drogenabhängigen findet zwar oft auf sogenannten Drogenhöfen statt, wird aber meist von Therapeut/innen, Sozialarbeiter/innen und ähnlichen Fachkräften auf aufgelassenen Bauernhöfen eingerichtet. Hat also nicht unmittelbar etwas mit einer Einkommensalternative für bäuerliche Haushalte zutun. Die Errichtung von Drogenhöfen richtet sich in erster Linie nach dem Grundsatz, daß Klient/innen mit Drogenproblemen zunächst aus ihrem herkömmlichen sozialen Umfeld wegkommen und „neue Räume“ für sich entdecken müssen, wenn sie von ihrer Sucht geheilt werden sollen (vgl. Schwarz 1996). Darüber hinaus „kann Arbeiten und Leben auf einem Bauernhof eine therapeutische Wirkungen haben“ (Landwirtschaft und Leben, Nr. 4/5 1996, S. 50). Im folgenden wird das Beispiel eines Vorarlberger Biobauern, der als ausgebildeter Psychotherapeut eine Drogenlangzeit-Therapie-Einrichtung leitet, beschrieben.

#### *Der Bauer als Psychotherapeut*

*„Das Arbeiten und Leben auf einem Bauernhof kann eine therapeutische Wirkung haben“*

**Betrieb:** Peter und Bernadette Amann in Schnifis, Vorarlberg

**Größe:** 6,27 ha, Hochlandrinderzucht (organisch biologisch)

**Tätigkeit:** Leitung einer Drogenlangzeit-Therapie-Einrichtung

**Beschäftigte:** 8 therapeutische Kräfte, teilweise Geringfügigkeitsanstellungen der Klient/innen

Peter Amann, Biobauer, der eine Psychotherapeutenausbildung abgeschlossen hat und auch als Psychotherapeut zugelassen ist, „begleitet“ auf seinem Hof Menschen bei ihrem Weg aus der Drogenabhängigkeit. Der Grundstein für seine Offenheit gegenüber hilfsbedürftigen Menschen wurde bereits in seinem Elternhaus gelegt, wo er von klein auf miterlebt hat, wie Leute mit unzeitigem Aufenthalt von der Familie immer wieder aufgenommen und verköstigt worden sind (Landwirtschaft und Leben Nr. 4/5 1996, S. 44).

**Abbildung 12: Die Drogentherapiestation der Familie Amann*****Weihnachtsfeier am Drogenhof****Foto: Amann*

Bereits ab 1978 bot er Jugendlichen und Erwachsenen (Aussteiger/innen), die infolge einer Lebenskrise eine Neuorientierung suchten, auf seinem sozialpädagogischen Bauernhof durch die abwechslungsreiche Arbeit in der Landwirtschaft die Möglichkeit, wieder „Boden unter den Füßen“ zu bekommen. Anschließend studierte er die von Viktor E. Frankl entwickelte Logotherapie in Form eines in Kursen angebotenen Studiums und führt nun eine von offiziellen Stellen in Vorarlberg, Tirol, der Schweiz und Liechtenstein anerkannte Drogenlangzeit-Therapie-Einrichtung. 1989 wurde mit der Arbeit mit Drogenabhängigen begonnen.

Gemeinsam mit 7 weiteren Mitarbeiter/innen (die zwischen 20 und 40 Stunden arbeiten) werden 12 Klient/innen betreut, weitere 5-10 Leute erfahren eine Nachbetreuung. Die Therapie ist in drei Phasen unterteilt, von denen jede ein halbes Jahr dauert und in zwei verschiedenen Häusern (eines wurde dazugemietet) stattfinden.

Die Mitarbeiter/innen sind sowohl Therapeut/innen als auch Projektarbeiter/innen, wie beispielsweise eine Schneiderin, die in einer der Kreativitätswerkstätten mit den Klient/innen arbeitet.

Beschäftigung finden die Klient/innen in 12 verschiedenen Kreativitätswerkstätten, davon sind zwei landwirtschaftliche Projekte (Tierhaltung und Gemüsebau). Für die Arbeiten in der Landwirtschaft werden alle benötigten Betriebsmittel durch Peter Amann vorfinanziert. Sommer und Herbst wird der „Drogenhof“ durch die erzeugten landwirtschaftlichen Produkte beliefert (wird mit der Vorfinanzierung gegenverrechnet), die Überschüsse werden auf dem regionalen Markt verkauft. Eine weitere Möglichkeit der Bezahlung für die landwirtschaftliche Tätigkeit findet in der Form von Geringfügigkeitsanstellungen (Verdienst: 0,- bis 3.740,- inklusive einer Unfallversicherung) statt. Das Taschengeld, das die Klient/innen erhalten, liegt bei rund 1.100,- Schilling im Monat, dazu kommt ein Kleidergeld von 5.000,- Schilling im Jahr.

Das Modell wurde 1996 zehn weiteren Biobauern vorgestellt, von denen in der Zwischenzeit einer einen Klienten zur Nachbetreuung aufgenommen hat. Die Miete für die zur Verfügung gestellte Unterkunft wird von der Bezirkshauptmannschaft bezahlt. Durch Dreiecksverträge ist der Klient nach wie vor an die Bestimmungen der Langzeittherapie bei Peter Amann gebunden, dh vor allem daran, daß er bei einem Rückfall (wird ständig durch Harnkontrollen und Alkotests kontrolliert) sofort gekündigt werden kann. Der Biobauer hat keinerlei therapeutische Ausbildung, wird jedoch durch Peter Amann supervidiert.

Wirtschaftlich betrachtet, wurden durch dieses Projekt im Ort 12 Arbeitsplätze geschaffen, der Einzelhandelsladen lebt zu einem Gutteil durch den Einkauf der Therapiestation. Darüber hinaus werden kommunale Dienste, wie die Pflege des Sportplatzes, zum halben Lohn für die Gemeinde angeboten. Durch die Aufführung von Theaterstücken durch die Klient/innen wird die kulturelle Szene belebt.

Peter Amann sieht in der Verknüpfung von Landwirtschafts- und Sozialbereich eine gute Voraussetzung, durch einen Zuerwerb, der in erster Linie menschlichen Einsatz und „eine Liebe zu den Menschen“ erfordert, bäuerlichen Familien die Aufrechterhaltung ihrer Höfe zu ermöglichen.

### 2.3 Die Veredelung von Rohstoffen zu Energie und anderes mehr

Aufgrund der herrschenden ökologischen Probleme, wie der steigende Ausstoß von Schadstoffen, drohender Treibhauseffekt, vom Aussterben bedrohte Tier- und Pflanzenarten, Saurer Regen, Waldsterben etc., ist dringend Handlungsbedarf vonnöten. Der Beitrag, den die Landwirtschaft dazu leisten kann, steht unter einem doppelten Licht. Längst schwankt die Landwirtschaft in der öffentlichen Meinung zwischen den beiden Polen, daß sie *Umweltschäden* mitverursacht, und auf der anderen Seite zum *Umweltschutz* beiträgt, ohne daß dabei auf Differenzierungen geachtet wird. Auf der einen Seite besteht die Gefahr, daß intensiv wirtschaftende Betriebe Trinkwasserprobleme sowie Geruchsbelästigungen durch Massentierhaltungen verursachen und durch die Anwendung von Pestiziden, Hormonen, Antibiotika und Gentechnologie gesundheitlich umstrittene Nahrungsmittel erzeugen. Auf der anderen Seite wird durch die landwirtschaftliche Tätigkeit zugleich die Kulturlandschaft gestaltet und erhalten und damit ein grundlegender Beitrag zur Aufrechterhaltung ökologischer Systeme geleistet. Mit den Förderungen im Rahmen des österreichischen Umweltprogrammes wie auch durch die Ausgleichszulagen für benachteiligte Gebiete wird der öffentlichen Anerkennung dieser Arbeiten entsprochen.

*„Was können wir tun, um aus dem System der Verschwendung auszustei- gen?“*

Waldert 1992, S. 284

Die Umweltleistungen der Bäuerinnen und Bauern lassen sich jedoch nicht auf die Erhaltung und Gestaltung der Kulturlandschaft beschränken. Durch die Förderungen der Eigenständigen Regionalentwicklung entstanden beispielsweise die ersten bäuerlichen **Nahwärmeversorgungsanlagen**.

Mit den Hackschnitzelwerken wurde nicht nur erreicht, daß die Schadstoffemissionen entscheidend reduziert werden konnten, wie auch daß die Kohlendioxid- und Kohlenmonoxidbilanz bei der Verbrennung von Hackschnitzel und Abfallholz ausgeglichen bleibt, sondern auch, daß der Kaufkraftabfluß für die Energieversorgung von der Peripherie in die Zentren vermindert wird. Für das größte bäuerliche Hackschnitzelwerk in Kopfing, Innviertel, wurde berechnet, daß durch die Substituierung von Heizöl der Ausstoß von Schwefeloxiden um 2.500 kg und von Stickoxiden um 500 kg pro Jahr reduziert werden konnte (Waldert 1992, S.124). In Kautzen im Waldviertel (Niederösterreich) konnte mit dem **Biomasse-Heizwerk** und 60 Solaranlagen 150 t CO<sub>2</sub>-

Emissionen, 420.000 kW Strom und 19.500 Liter Heizöl pro Jahr eingespart werden (Perzi 1994, S.56).

Darüber hinaus liefert ein Hackschnitzelwerk Prestige für Gemeinden und die Region (Waldert 1992, S. 124). Der regionalwirtschaftliche Beitrag der Hackschnitzelwerke liegt darin, daß Tourist/innen in Autobussen herbeigeführt werden, die der ansässigen Gastwirtschaft und den örtlichen Verkaufsläden Umsätze bringen. Damit verbunden ist eine Aufwertung der Bauern und Bäuerinnen, die nicht länger „einer von denen [sind], die mit der Nahrungsmittelproduktion nur Probleme machen und dauernd Unterstützung brauchen“ (Johann Schopf, Bauer und Betreiber eines Wärmeversorgungsunternehmens in Kопfing, Innviertel, zit. nach Waldert 1992, S.124).

Andreas Tscheppe baute 1984 in Leutschach (Südsteiermark) das erste Hackschnitzelwerk in Österreich. Die Bäuerliche Hackschnitzel-Heizgemeinschaft (gemeinsam mit drei weiteren Bauern) ist alleine in der Steiermark zum Modell für 55 lokal autonome Wärmeversorgungsunternehmen geworden. Für die bäuerlichen Hackschnitzelwerke konnte durchgesetzt werden, daß sie steuerrechtlich als landwirtschaftliches Nebengewerbe behandelt werden, es geht um die „Veredelung von Rohstoffen zu Energie“ (Waldert 1992, S. 273).

Insgesamt gab es 1995 laut Auskunft des Biomasseverbandes (Dipl.Ing. Schmidl und Dipl.Ing. Plank) 255 Hackschnitzelwerke in Österreich, wovon rund zwei Drittel von Bauern betrieben wurden. Der österreichische Biomasseverband mit mehr als 1.100 in- und ausländischen Mitgliedern (Stand 1997) organisiert Informationsveranstaltungen, wie die Biomassetagungen, und fördert den Erfahrungsaustausch unter den Betreiber/innen der Wärmeversorgungsunternehmungen.

Laut Grünem Bericht 1995 (S. 44) könnten die nachwachsenden Rohstoffe für die Landwirtschaft zu einer neuen Einkommensbasis werden. Die Land- und Forstwirtschaft hätte das Potential, einen Teil der fehlenden zwei Drittel des heimischen Energiebedarfs, der durch Importe fossiler Rohstoffe ausgeglichen wird, zu decken. Abschließend wird jedoch bedauernd festgestellt, daß die derzeitigen Rahmenbedingungen dies nur bedingt zulassen. Das heißt konkret, daß unter den derzeitigen Wettbewerbsverhältnissen die Gesamtkosten der Umweltschäden, die fossile Energieträger verursachen, nicht berücksichtigt werden, die Hackschnitzelwerke nur durch Investitionsförderungen zu realisieren sind.

Wie bei den Hackschnitzelwerken war auch für den Bau von **Solaranlagen** die Energiekrise (Ölpreisschocks 1973 und 1982) und das steigende Umweltbewußtsein in der Bevölkerung ausschlaggebend. Ende 1995 waren in ganz

Österreich 1,24 Mio. m<sup>2</sup> Kollektorfläche montiert, rund ein Viertel davon im Selbstbau<sup>18</sup> (ARGE Erneuerbare Energie 1996, S. 3).

Mit der Gründung der ARGE Erneuerbare Energie entstand ab Mitte der 80er Jahre eine österreichweite „Selbstbaubewegung“ (ÖAR 1997, S. 12) in Form von Selbstbaugruppen zum Bau von Solaranlagen. Dieser gemeinnützige und wissenschaftliche Verein erstellt Studien im Bereich umweltschonender Energieversorgung, berät Selbstbaugruppen und bietet Ausbildungen im Bereich nachhaltiger Energienutzung an. Der Sitz des Vereines liegt in Gleisdorf in der Steiermark. Abgesehen von Oberösterreich gibt es in jedem Bundesland eine Landesniederlassung mit insgesamt mehr als 5.500 Mitgliedern. Als erfahrene Pionierin, die dem Solaranlagenbau in Österreich zum Durchbruch verholfen hat und mittlerweile auch mit ausländischen Partner/innen kooperiert, ist die ARGE Erneuerbare Energie gleichzeitig erfolgreicher Promoter einer umweltschonenden Energiepolitik.

Helmut Waldert (1992) schreibt über die bahnbrechenden Gründungen von Hackschnitzelwerken und Solaranlagen, daß sie von Widerstandsgeist, Gemeinschaftsdenken, Bereitschaft zu hohem finanziellen Risiko und Arbeitsinsatz geprägt waren. Aufgrund der eingehenden Darstellungen Walderts (1992, S. 123ff, S. 269ff, S. 282ff, S. 343ff ) und weiterer Autor/innen<sup>19</sup> zu diesem Thema wird in dieser Studie auf weitere Ausführungen hinsichtlich Heizkraftwerke und Solaranlagen verzichtet.

### ***Die Biomüllkompostierung***

Ein weiterer Gegenstand bäuerlicher Umweltleistungen ist das Einsammeln und Kompostieren von Biomüll in kommunalen Auftrag. Als die Mülltrennungsgesetze der Länder in Kraft traten, wurde von seiten der Lokalpolitiker die Entsorgung und Kompostierung des Bioabfalls oftmals an Bauern und Bäuerinnen vergeben, weil die landwirtschaftlichen Böden die einzige Ver-

---

<sup>18</sup> Durch Eigenleistungen und die Entwicklung von Assemblingverfahren von Selbstbaugruppen konnten die Anschaffungskosten um mehr als 50% gesenkt werden (ARGE Erneuerbare Energie 1995, S.4)

<sup>19</sup> Beispiele der ersten Umsetzungen dieser beiden Alternativenergieanlagen werden ausführlich in Waldert 1992 und Perzi 1994 dargestellt. In der Ökosozialen Schriftenreihe der LAKO (1996) sind ebenfalls Beispiele von Hackschnitzelwerken und einer Biogasanlage in Niederösterreich beschreiben. Darüber hinaus widmet die Agrarische Rundschau unter dem Titel „Öko-Energie“ den betreffenden Themen rund um Hackschnitzelheizungen und Solaranlagen eine ganze Nummer (6/1994).

wertungsart für den Kompost darstellen. Auf diese Art gewonnener Kompost ist nicht handelbar.

Das Kompostieren von biogenen Abfällen wurde mit der Gewerbeordnungsnovelle 1993 erstmals neben Kulturpflegearbeiten und Winterdienste als land- und forstwirtschaftliches Nebengewerbe anerkannt (BGBL Nr. 29/1993). Damit eröffnen sich für die Landwirtschaft die Voraussetzungen, entsprechende Dienste im Rahmen ihrer bisherigen Tätigkeit zu erbringen, ohne dabei gewerblich veranlagt zu werden.

Akteure im Bereich der Biomüllkompostierung werden durch den Verein ARGE Kompost im jeweiligen Bundesland in Aus- und Fortbildungskursen geschult und bei Genehmigungsverfahren, die im Zusammenhang mit der Kompostierung erforderlich ist, unterstützt. Außerdem führt die ARGE Kompost die vorgeschriebenen Kontrollen ihrer Mitglieder durch.

In diesem Kapitel wird der Betrieb eines Biomüllkompostierers in Murau in der Steiermark vorgestellt, der aufgrund des kommunalen Auftrags als Beispiel sowohl der Gruppe Energie und Umwelt, als auch Dienstleistungen (kommunale Dienste) zugeordnet werden kann.

### ***Kommunale Dienstleistung Biomüllkompostierung***

***Betrieb:*** Werner und Anna Maier, Katsch an der Mur, Steiermark

***Größe:*** 30 ha LN, 23 ha Wald, 14 Mutterkühe

***Tätigkeit:*** Biomüllkompostierung in 20 Gemeinden im Bezirk Murau

#### **Abbildung 13: Die Biomüllkompostierung des Werner Maier**

#### ***Der Kompost wird maschinell gewendet***

*Foto: Maier*

Wenn das Einkommen aus der Landwirtschaft nicht ausreicht, entschließen sich viele, in den Nebenerwerb zu gehen, oder sie sind auf der Suche nach Einkommensalternativen am Bauernhof. Werner Maier tat zuerst das eine und dann das andere. Der berufliche Nebenerwerb ging von Lastwagentransporten bis hin zu politischen Funktionen als Kammer- und Gemeinderat. Durch die politische Tätigkeit wurden letztlich jene Kontakte geknüpft, die für seine derzeitige hauptberufliche Beschäftigung ausschlaggebend waren.

Der Abfallwirtschaftsverband ist im Rahmen der Vollziehung des Mülltrennungsgesetzes 1992 an den Maschinenring (bei dem Werner Maier Mitglied und jahrelang tätig war) herantreten. Der Bioabfall sollte von einem Bauern kompostiert werden, weil das Endprodukt einzig und allein in der Landwirt-

schaft auch verwertet werden kann<sup>20</sup>. Werner Maier hat die Gelegenheit „mit viel Elan und Optimismus beim Schopf gepackt“ und kompostiert seither den Biomüll im Bezirk Murau, was ihm augenscheinlich Freude bereitet.

***Landwirtschaft: „Ich kann nicht teurer produzieren,  
als ich verkaufen kann.“***

Die Situation der Landwirtschaft in der Region Murau hat sich in den letzten Jahren drastisch geändert. Vier Vollerwerbsbetriebe in der nächsten Umgebung, mit ähnlicher Anzahl an Milchkühen und Flächen wie der Betrieb Maier, haben in den letzten 6 bis 7 Jahren mit der Milchviehhaltung aufgehört. Maier selbst hat von Milch- auf Mutterkuhhaltung umgestellt. Außerlandwirtschaftliche Arbeitsplätze sind im regionalen Umfeld kaum vorhanden. Es gibt sehr viele, die lange Pendelstrecken auf sich nehmen, nach Wien, Salzburg, aber auch nach Deutschland.

Als Maier den elterlichen Betrieb in den 70er Jahren übernommen hat, sah es vorerst so aus, als ob die dreißig Hektar landwirtschaftliche Nutzfläche mit einem Milchkontingent von 40.000 kg und der Wald im Vollerwerb bewirtschaftet werden könnten. Da der Wald überschlägert war und keinerlei Einnahmen brachte, fehlte jedoch eine wichtige Finanzierungsquelle für Investitionen.

Aus diesem Grund war Maier, seit er übernommen hatte, auf der Suche nach einem außerlandwirtschaftlichen Zusatzeinkommen. Er wollte nicht in einen Betriebszweig, wie die Milchviehhaltung stärker investieren. Dazu war das Milchkontingent zu gering. Mittlerweile ist aufgrund des EU-Beitrittes in diesem Betriebszweig ein geringeres Einkommen zu erwarten. Überdies hatte Maier wenig Interesse an der Viehwirtschaft.

Allgemein zur Lage in der Landwirtschaft stellt Maier fest, daß, „wenn es keine Förderung mehr gibt, müssen wir sie [die Landwirtschaft] bleiben lassen“, weil der Erlös aus der Produktion bei weitem nicht die Produktionskosten abdeckt.

***Die Biomüllkompostierung***

Im Mai 1992 wurde das erste Mal in seiner Heimatgemeinde Katsch an der Mur Biomüll eingeholt. Innerhalb von 2 Jahren, also bis Mitte 1994, waren es bereits 20 Gemeinden mit insgesamt 1.500 Haushalten, 50 Gewerbebetrieben

---

<sup>20</sup> Kompost aus Biomüll ist nicht handelbar. Selbst wenn mehr Kompost anfallen würde, als auf die eigenen landwirtschaftlichen Flächen ausgebracht werden kann, dürfte der Überschuß nicht veräußert werden.

und 10 Friedhöfen, in denen Werner Maier mit seinem speziell für den Biomüll umgebauten LKW den Bioabfall jeden Dienstag bis Donnerstag selbst abholt und danach kompostiert.

Gegen Verunreinigungen in der Biomülltonne, dh nicht verrottbare Nylonsackerl, Kunststoffverpackungen oder gar rohes Fleisch etc., wird Abhilfe geschaffen, indem die Biotonne ein rotes Pickerl bekommt, auf dem steht, daß aufgrund der Verunreinigungen die Abgabe für die Biomüllentsorgung erhöht wird („Nur so kann man die Leute katholisch machen“). Ist es einerseits die erhöhte Abgabe, so motiviert die Leute auch das persönliche Gespräch mit dem „Biomüllmann“, sich in Zukunft an die Vorschriften zu halten. Dadurch ist der Anteil an Verunreinigungen auch wesentlich geringer als in den meisten größeren Städten (1-3% im Vergleich zu 20 bis 30%).

Die Abrechnung mit dem Abfallwirtschaftsverband erfolgt einmal im Monat. Bezahlt wird nach Arbeitszeit für die Einholung und Gewicht des angelieferten Biomülls sowie nach Wegstrecke.

Für die Biomüllkompostierung erforderliche Maschinen und Geräte sind teilweise zugekauft, teilweise selbst konstruiert worden oder waren bereits am Hof vorhanden, wie Traktor, Frontlader, Kipper und ein Vakuumfaß.

### ***Die Arge Kompost***

Die Arge Kompost ist ein Verein, der im Bundesland Steiermark 220 Bauern als Mitglieder hat. Dieser Verein unterstützt seine Mitglieder bei Genehmigungsverfahren, wie beispielsweise bei der Wasserrechtsverhandlung, die im Zusammenhang mit der Kompostierung erforderlich ist. Außerdem führt sie gemeinsam mit der Fachabteilung 1C der Steiermärkischen Landesregierung die Kontrollen der Biomüllkompostierbetriebe durch. Mit dem Beginn der Biomüllkompostierung ist ein dreitägiger Einführungskurs in die Kompostierung und dann jedes Jahr ein eintägiger Fortbildungskurs zwingend vorgeschrieben. Diese Kurse werden ebenfalls von der Arge Kompost organisiert. Darüber hinaus wird Weiterbildung in Form von Exkursionen bei Betrieben, die Bioabfall kompostieren und über neue Maschinen oder Anlagen verfügen, betrieben. Diese Exkursionen kommen oft ganz spontan zustande. Man ruft einander an, macht etwas aus und fährt hin. Maier kennt daher auch viele seiner Kollegen, die wie er in die Bioabfallkompostierung eingestiegen sind. Unter den 220 Mitgliedern der Arge kompostieren 70 Bauern so wie Maier vorwiegend nicht hofeigenes Material.

### ***Einnahmen und Ausgaben***

Aufgrund der unterschiedlichen Besteuerung sind die Nettoeinnahmen aus der Landwirtschaft und aus der Biomüllkompostierung nicht miteinander ver-

gleichbar. Wenn man den Umsatz der beiden Standbeine miteinander vergleicht, so ist - für Maier überraschend - der Umsatz aus der Landwirtschaft noch immer höher als aus der Biomüllkompostierung. Das ist in den ersten Jahren nach dem EU-Beitritt möglicherweise auf die hohen Förderungsbeiträge in der Landwirtschaft zurückzuführen. Aufgrund der Umstellung auf Mutterkuhhaltung und des Einsatzes von Kompost anstelle von Mineraldünger ist Maier anspruchsberechtigt für die ÖPUL-Förderung (Maßnahmen: Elementarförderung und Verzicht auf leicht löslichen Handelsdünger - gesamter Betrieb).

### ***Ziel-5b-Projekt: Kommunale Dienstleistungen Murau***

Nachdem die Biomüllkompostierung Maiers angelaufen war, trat der Berater und ILE-Manager Harald Kraxner der BBK Murau an ihn heran, und unterrichtete ihn über die Möglichkeit der Teilnahme an einem Ziel-5b-Projekt. Maier schloß sich daraufhin mit drei weiteren Bauern zu einer Kooperation im Bereich kommunaler Dienstleistungen zusammen. Dazu zählt die Biomüllkompostierung (Werner Maier), Böschungspflege vor allem für Gemeindestraßen und Forstwege, die in Zukunft in Zusammenarbeit mit der Straßenverwaltung erfolgen soll (Schwarzenbergsche Gutsverwaltung, Johann Rauch) und die Ausbringung von Kompost auf die Felder mittels eines Spezialstreuers (Werner Reiter). Dabei sind alle Tätigkeiten ineinander verflochten: Maier ist verpflichtet, das abgeschnittene Geäst aus der Böschungsmahd zur Kompostierung zu übernehmen. Der Kompoststreuer für die Ausbringung des Komposts auf die Felder, wird entgeltlich von einem Bauern an die Kooperation verborgt.

Die von Werner Maier erzeugten Bioabfallkomposte sind entsprechend der Prüfung durch ÖNORM S 2200, eine der strengsten in Europa, von sehr guter Qualität. Vor allem die Schwermetallgehalte liegen wesentlich unter den Grenzwerten der Kompostgüteklasse I. Dagegen ist bei handelbarem Kompost vielfach unklar, aus welchen Ausgangsmaterialien (Klärschlamm etc.) dieser erzeugt worden ist. Werner Maier hofft, daß Kompost, wie er durch seine bäuerliche Kompostierung herstellt, früher oder später doch ein marktfähiges Produkt werden wird.

### ***„Meine Pläne gehen noch viel weiter“***

Die Biogasanlage ist in Planung, ob sie tatsächlich realisiert wird, hängt noch von verschiedenen Faktoren ab, vor allem auch vom Strompreis. Auf alle Fälle ist seiner Meinung nach alles rund um die Biomasse noch ausbaufähig.

## 2.4 Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude

Die Nichtnutzung landwirtschaftlicher Gebäude stellt betriebswirtschaftlich eine Vergeudung von Ressourcen dar, weil es sich dabei um Betriebsmittel handelt. Darüber hinaus verursachen ungenutzte Gebäude den Eigentümer/innen Kosten und bedeuten zum Teil eine erhebliche finanzielle Belastung (Manthey/Cüppers/von Amende 1993, S. 9). Es gilt, ungenutzte Bausubstanz und Grundstücke durch Umnutzung<sup>21</sup> für inner- und außerlandwirtschaftliche Einkommenszweige sinnvoll und effektiv nutzbar zu machen und damit auch baulich zu erhalten. Ziel dieser Maßnahmen ist es, daß bäuerliche Familienbetriebe durch zusätzliches Einkommen aus dieser Umnutzung ihre landwirtschaftliche Tätigkeiten fortsetzen können, damit dem Erhalt von kulturhistorisch wertvoller Bausubstanz und der Funktion des ländlichen Raums Rechnung getragen werden kann.

### *Die Sicht der Raumordnung*

Das österreichische Raumordnungsgesetz steht der Umnutzung bestehender Anlagen und damit auch landwirtschaftlicher Gebäude grundsätzlich positiv gegenüber, weil dadurch weniger Rohstoffe verbraucht werden, das Landschaftsbild geschont bleibt und die Bausubstanz aufgewertet wird (Weber 1996). Allgemein gilt für die Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude, den Schutz des Nachbarn und die Aufrechterhaltung des Ortsbildes zu gewährleisten. Eine gewerbliche Tätigkeit in ungenutzten Gebäuden darf keine unzumutbaren Umwelteinflüsse, sprich Belästigungen (beispielsweise Verkehrsströme zu den Produktionsstätten), verursachen und ist einer gewerberechtlichen Bewilligung bzw. Umwidmung der Fläche unterzogen.

Bei jeder Änderung der Nutzung landwirtschaftlicher Gebäude, und sei sie technisch noch so geringfügig, sind bau- und gewerberechtliche Bewilligungen einzuholen. Landwirtschaftliche Beratungsstellen weisen darauf hin, daß erhebliche Gebäudeinvestitionen aus Risikogründen auf keinen Fall ohne Baugenehmigung durchgeführt werden sollten (Damm/Grahlmann 1996). Die Familie Bleker, die in Raesfeld, Westfalen-Lippe, Deutschland ein Bauernhofcafé betreibt, begann mit den Umbauarbeiten, bevor die Baugenehmigung erteilt worden ist, weil sie zur Hauptsaison im Sommer das Bauernhof-Café

---

<sup>21</sup> Umnutzung wird für den baurechtlichen Fachterminus „Nutzungsänderung“ verwendet. Beide Begriffe umfassen jede genehmigungsrechtlich erhebliche Änderung der Nutzung (Damm/Grahlmann 1996, S. 9).

eröffnen wollte. Das übereilte Vorgehen wurde mit einer Geldstrafe sanktioniert.

Von seiten der Raumplanung wird hinsichtlich der Baulandwidmungsarten zwischen Agrargebiet<sup>22</sup> und Dorfgebiet unterschieden (Weber 1997). Im Dorfgebiet sind Bewilligungen für Umbauten an landwirtschaftlichen Gebäuden wesentlich leichter zu erhalten, es sei denn, es müssen irgendwelche gewerbe- oder arbeitsrechtlichen Bestimmungen erfüllt werden, wie beispielsweise die vorgeschriebene Raumhöhe von drei Metern für ein Gewerbe.

Viel schwieriger ist es dagegen, ein landwirtschaftliches Gebäude im Grünland umzubauen. Zum ersten hat die öffentliche Hand im Grünland nicht die Verpflichtung zum Erschließungsdienst, das bedeutet u.a. keine Anschlußpflicht an das öffentliche Kanalnetz. Es gibt auch keine kommunalen Dienste, wie Müllabfuhr, Straßenreinigung etc. Will beispielsweise ein Bauernhepaar als Einkommenskombination Wohnungen oder Büros vermieten, die durch den Umbau von ehemaligen landwirtschaftlichen Nebenräumen entstanden sind, so kann sie verpflichtet werden, selbst die Kosten für den Anschluß an das öffentliche Kanalnetz etc. zu tragen. Die Bestimmungen des Raumordnungsgesetzes sind in diesem Bereich deshalb restriktiv, weil im allgemeinen die nicht agrarische Nutzung in diesem Gebiet unerwünscht ist. Daher wird von seiten des Gesetzgebers gefordert (ähnlich dem landwirtschaftlichen Nebengewerbe laut §2 der Gewerbeordnung), daß die außeragrarische Tätigkeit lediglich ein Zusatz- oder Ergänzungseinkommen sichert, das dazu erforderlich ist, die Aufrechterhaltung der Landbewirtschaftung zu gewährleisten. Am besten, es handelt sich dabei um eine betriebsnahe gewerbliche Tätigkeit, die in einem wie auch immer gearteten Verhältnis zur Land- und Forstwirtschaft steht (beispielsweise Tischlerei, Gastgewerbe, Heilbetriebe).

Nach den Raumordnungsgesetzen der Länder darf weiters in Streusiedlungsgebieten nur freie Raumkapazität genutzt werden und keine zusätzliche Bauführung stattfinden, dh Erweiterungsbauten sind nicht gestattet. Die Begründung derart strikter Vorgaben liegt darin, von Gesetzeseite zu verhindern, daß das Landschaftsbild durch überdimensionierte Zu- und Umbauten nicht gestört und einer Zersiedelung entgegengewirkt werden soll.

Darüber hinaus muß eine ausreichende Infrastruktur der Ver- und Entsorgung vorhanden sein. Das besichtigte Bauernhofcafé in Deutschland mußte auf-

---

<sup>22</sup> Je nach Bundesland auch als agrarische Streusiedlung oder Grünland, in Deutschland als Außenbereich bezeichnet

grund der vermehrten Abwässer einen Anschluß an das allgemeine Abwassersystem bauen lassen, der für den Einzelhof im Außenbereich (unbebautes Grünland) durch die eigene Senkgrube nicht erforderlich gewesen war.

Laut Raumordnung muß ein Gebäude für die Umnutzung grundsätzlich geeignet sein. Dafür ist der Bauzustand zu prüfen. Es ist immer eine Umnutzungsbewilligung erforderlich, in dem letztlich der Einzelfall geprüft wird.

### ***Möglichkeiten der Umnutzung***

Eine ausführliche Auflistung der möglichen Arten von Alternativnutzungen landwirtschaftlicher Gebäude sind im Protokoll der Veranstaltung „Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude für neue Einkommenskombinationen“<sup>23</sup> zu finden. In Damm/Grahlmann 1996 und Manthey/Cüppers/Von Amende 1993 werden ebenfalls Beispiele in Deutschland detailliert beschrieben und dargestellt.

Die Vielfalt der Möglichkeiten, wofür umgebaute landwirtschaftliche Gebäude genutzt werden können, reicht von Fremdenzimmer oder auch ganzjähriger Vermietung von Wohnungen, über die Verpachtung von Arzt/innenpraxen, Büros, Produktions- und Lagerstätten, bis hin zur Unterbringung hilfs- und pflegebedürftiger Personen (Senior/innenwohnheim, Kindertagesbetreuungsstätten, Drogentherapiestationen) und auch Tieren (Tierpensionen, Pferdeeinsteckplätze).

Grundsätzlich gilt, daß bei jeder Alternativnutzung die betriebswirtschaftliche, die bauliche und die rechtliche Betrachtungsweise angebracht und erforderlich ist (von Amende 1996). Für betriebswirtschaftliche Aspekte ist eine Kalkulation der Investitionskosten und der Erhöhung der Wertschöpfung zu erstellen. Rechtliche Belange betreffen die Gewerbeordnung, Bau-, Arbeits-, und Mietrecht sowie das Raumordnungsgesetz der einzelnen Länder. Für den Fall der Nutzung als Senior/innenwohnheim, Kindergärten, Behinderten- oder Therapiestation sind darüber hinaus für Bäuerinnen/Bauern entsprechende Qualifikationen als Altenbetreuer/in, Kindergärtner/in bzw. Psychotherapeut/in erforderlich.

Die Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude zieht sich jedoch horizontal durch alle Gruppierungen paralandwirtschaftlicher Aktivitäten. So findet die Kosmetikproduktion und -lagerung bei Martin Sanoll in einem ehemaligen

---

<sup>23</sup> Veranstaltet durch das BMLF, Abt. II/A4, MR Dr. Gertraud Pichler, 12. bis 14. November 1996 in Wien.

Schuppen statt. Ein Zulieferbetrieb von „Tischlein deck dich“ hat ehemalige landwirtschaftliche Nebengebäude in eine Lieferküche umgebaut. Die geplanten Senior/innenwohnheime sollen ebenfalls durch den Umbau landwirtschaftlicher Gebäude entstehen. Das unter der Gruppe Dienstleistungen beschriebene Beispiel des Telebüro Retzer Land wurde im Retzer Hof, einem ehemaligen Gutshof in Retz, eingerichtet. Es werden unter diesem Kapitel eine Bäuerin vorgestellt, die in einem umgebauten Pferdestall Brotback- und Blumengesteckkurse anbietet, gleichzeitig wird auf diesem Hof der ehemalige Schweinestall in einen Raum für die Schafmilchverarbeitung umgebaut. Wie bereits erwähnt, wird unter diesem Kapitel auch ein Bauernhofcafé in Deutschland vorgestellt.

***Bauernhofcafé - Die besondere Art der Direktvermarktung***

***Betrieb:*** Heinz und Maria Bleker (Vennekenhof) im Kreis Borken, Nordrhein-Westfalen, Deutschland

***Tätigkeiten:*** seit 30 Jahren Direktvermarktung von einer Vielzahl landwirtschaftlicher (Verarbeitungs)Produkte in Form von Hauszustellungen und in einem „Lädchen“ (Hofladen) wie auch Betreiben eines Bauernhofcafés

***Arbeitskräfte:*** Bauer, Bäuerin und Mutter des Bauern

**Abbildung 14: Das Bauernhofcafé der Familie Bleker**

***Der umgebaute Kuhstall ist heute ein Café***

*Foto: Loibl*

Das Bauernhofcafé und Lädchen (Hofladen) von Heinz und Maria Bleker auf dem Vennekenhof liegt in Raesfeld nahe der holländischen Grenze. Die Familie beliefert mehr als 300 Haushalte direkt mit den verschiedenen landwirtschaftlichen Produkten, die von Eiern und Erdäpfel über Honig, Marmeladen bis hin zu Geflügel, Wild und Rindfleisch reichen.

### ***Der Umbau***

Im Mai 1995 wurde begonnen, den Kuh- und Kälberstall inklusive allen anderen landwirtschaftlichen Nebenräumlichkeiten, wie eine Milchammer etc., umzubauen. Die Investitionskosten waren trotz vieler Eigenleistungen und der preisgünstigen Planung einer Architektin, die aus dem Bekanntenkreis stammt, hoch. Die Gesamtkosten der Investitionen werden auf umgerechnet rund 3 Millionen Schilling geschätzt. Es muß nach wie vor Gaststättenbedarf zugekauft und erneuert werden. So sah es vorerst so aus, als ob die Küche ursprünglich zu groß konzipiert gewesen wäre, aber bereits beim ersten großen Andrang im Sommer 1996 stellte sie sich als zu klein heraus und mußte erweitert werden. Für den Umbau waren verschiedene baurechtliche Bewilligungen notwendig, unter anderem ist durch die Eröffnung des Caféhauses für den Bauernhof der Anschluß an das allgemeine Abwassersystem erforderlich geworden, der als Einzelhof im Außenbereich (unbebautes Grünland) liegt.

Die Ausstattung des Cafés ist sehr geschmackvoll und nicht wie vielleicht mancherorts befürchtet werden könnte, übertrieben auf rustikal getrimmt. Für die Räumlichkeiten des Cafés wurde ein ehemaliger Kuhstall umgebaut.

### ***Das Angebot im Bauernhofcafé***

Die Produkte auf der Speisekarte stammen vorwiegend aus der eigenen landwirtschaftlichen Produktion. Als regelmäßige Warmspeise gibt es eine regional traditionelle Suppe (Raesfelder Hochzeitssuppe), Rühreier mit Speck und Bartkartoffeln mit Spiegeleier. Neben verschiedenen selbstgebackenen Broten (mit hausgemachten Schinken und Würsten wie auch Käse) gibt es selbstgebackenen Kuchen und Pfannkuchen (Palatschinken).

Für Laufkundschaft ist im Sommer Hauptsaison, wenn Ausflüge auf dem Bauernhof entweder mit dem Rad oder mit dem Auto gemacht werden. Daneben sichern spezielle Angebote für Gruppen die Auslastung des Cafés. Der Vennekenhof der Familie Bleker ist auch eine Radfahrer-Rast. Das Münsterland ist aufgrund des gut ausgebauten Radwegenetzes im Sommer stark mit Fahrrädern befahren und der Vennekenhof liegt direkt auf einer Radfahrerroute.

### ***Das Leitbild***

Die Bäuerin kocht aus Prinzip nur mit frischen, nicht vorverarbeiteten und - sofern vorhanden - mit hofeigenen Produkten. Vorgefertigte Produkte aus dem Supermarkt entsprechen nicht dem Image eines Bauernhofcafés. Es werden alle eigenen Produkte, sofern sie saisonal vorhanden sind, als frische Ware

verwendet. Die Landfrau ist bestrebt, sich dadurch von herkömmlichen Kaffeehäusern zu unterscheiden. In der Vor- und Nachsaison bietet sie Gruppenangebote an, wie Bauernhoffrühstück, Betriebs-, Weihnachts- und Geburtstagsfeiern. Dabei wird traditionelle Münsterländer Küche angeboten. Die Menschen seien derzeit übersättigt von den vielen verschiedenen Dingen, die überall käuflich zu erwerben sind. Sie suchen die traditionelle, landschaftstypische Küche, die sich aus der Einheitsgastronomie abhebt.

### ***Einkommen***

Das Bauernhofcafé trägt stark zur Absatzförderung der selbst erzeugten landwirtschaftlichen Produkte des Hofladens bei. Betrachtet man die derzeitigen Gewinne aus dem Bauernhofcafé isoliert, (ohne Berücksichtigung der interaktiven Prozesse zwischen den 3 Einkommenskombinationen Landwirtschaftlicher Betrieb/Direktvermarktung/Bauernhofcafé) stellt das Einkommen aus dem Café einen überraschend geringen Anteil am Gesamthaushaltseinkommen dar. Den überwiegenden Anteil am Haushaltseinkommen trägt - trotz hohem Arbeitseinsatz im Bauernhof-Café - die Direktvermarktung der landwirtschaftlichen Produkte und Verarbeitungsprodukte bei.

### ***Die Beratung***

Projektentwicklung und Umsetzung wurde bei beiden Bauernhofcafés durch die Beraterin in der Kreisstelle Borken der Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe betreut. Der Beratungskontakt besteht auch heute nach Realisierung des Projektes fort.

### **Die dynamische Seminarbäuerin<sup>24</sup>**

**Betriebe:** Gerlinde und Josef Hofer, Sierning und Pucking

**Größe:** von 25 Hektar des einen Betriebes in Sierning sind 3 Hektar verpachtet, 115 Milchschafe, die 13 Hektar des zweiten Betriebes in Pucking sind zur Gänze verpachtet.

**Tätigkeiten:** Herstellung von Schafkäse und Schafmilchjoghurt (die zu verarbeitende Schafmilchmenge schwankt zwischen 200 und 40 Liter pro Tag), Exkursionsbetrieb, Veranstaltung von Seminaren (Blumengebinde und Brot backen), Vermietung des zweiten Bauernhofes in Pucking

**Beschäftigte:** Bäuerin und Bauer, 4 Praktikant/innen, 2 Familienhelferinnen, Nachbarschaftshilfe, geringfügige Arbeitskräfte aus dem Verwandten- und Bekanntenkreis bei Arbeitsengpässen

**Kundschaft:** Abhof-Verkauf, Bauernmärkte, Altersheime, Molkerei Gmunden

#### **„Das war wie einen Lotto-Sechser machen“**

Beide stammen sie aus Bauernfamilien in Oberösterreich. Er, Josef Hofer, war acht Jahre, bevor er Bauer wurde, Landmaschinenmechaniker und später Versicherungsvertreter. Gerlinde Hofer war schon immer als Hofnachfolgerin vorgesehen gewesen. Nachdem ihr Vater jung gestorben war, hat sie gemeinsam mit der Mutter und der jüngeren Schwester den Hof bewirtschaftet. Als sie geheiratet hat, war ihre Mutter noch relativ jung und wollte den Hof noch nicht überschreiben.

Die berührende Geschichte, wie sie Erbin eines zweiten Bauernhofes geworden ist, hört sich an wie aus einem Heimatroman: Den Nachbarbetrieb von Josef Hofer in Pucking bewirtschaftete ein unverheirateter älterer Mann mit seiner Mutter. Nachdem Gerlinde Hofer, eine ungezwungene und natürliche junge Frau, eines Tages mit ihm ins Gespräch gekommen war, bat er sie einige Wochen später, als er operiert werden sollte, sich während seines Spitalsaufenthaltes um das Vieh in seinem Stall zu kümmern. Wieder zurück aus dem Krankenhaus hat er einen Notar zu sich gerufen, Gerlinde Hofer adoptiert und ihr den Hof überschrieben. Dieser Adoptivvater lebt nun bei der Familie Hofer, als hätte er schon immer zur Familie gehört.

---

<sup>24</sup> Nicht zu verwechseln mit den Seminarbäuerinnen, die an der Landwirtschaftskammer Oberösterreich im Bereich Direktvermarktung ausgebildet werden.

**„Am Anfang war es sehr hart“**

Also haben Josef und Gerlinde Hofer 1987 begonnen, diesen Betrieb in Pucking zu bewirtschaften. Anfangs wurde verschiedenes ausprobiert, Kühe, Ziegen und Schafe. Schließlich sind sie bei der Schafhaltung geblieben. Ausschlaggebend für den Plan, Ziegen oder Schafe zu halten, war die Bekanntschaft mit Metzler aus dem Bregenzerwald in Vorarlberg, der gemeinsam mit Josef Hofer in der Landjugend aktiv war. (Metzler produziert Wälderkäse und Molkekosmetika aus Kuh- und Ziegenmilch). Angefangen haben sie mit 20 holländischen Schafen, die sie um insgesamt 100.000,- Schilling erstanden hatten, ein Betrag, den sie damals mühevoll wieder abzahlten. „Am Anfang waren wir furchtbar arm. Ich hab dem Josef sogar die Haare geschnitten, weil wir uns keinen Friseur leisten konnten.“ Der geerbte Hof war nicht schuldenfrei.

**Abbildung 15: Die Seminarbäuerin**

*Der umgebaute Pferdestall wurde zum Seminarraum*

*Foto: Loibl*

1989 hat die Mutter krankheitshalber und aus diesem Grunde sehr überraschend den Hof in Sierning an Gerlinde Hofer überschrieben. Mit der Zeit wurden die landwirtschaftlichen Flächen in Pucking verpachtet, das Bauern-

hofgebäude adaptiert und als Büros vermietet, gleichzeitig die Produktion auf den Hof in Sierning verlagert.

Auch die Mutter der Jungbäuerin hatte den Betrieb seinerzeit vollkommen umgekrempelt. Sie hat von Milchkühen auf Schweinemast umgestellt und war anfangs über die Neuorientierung ihrer Tochter nicht sehr erfreut gewesen, vielleicht auch, weil sie für Schafe nichts übrig hatte. Aber richtig Widerstand hat es nicht gegeben. Die Gründe für die Beendigung der Schweinehaltung lagen darin, daß der Schweinestall um teures Geld hätte saniert werden müssen.

### ***Brot und Blumengestecke***

Die Jungbäuerin hatte schon als Jugendliche ein bevorzugtes Hobby: Blumengebilde basteln. Bereits mit 16 Jahren stand sie zum ersten Mal mit ihren selbst angefertigten Gebilden aus Trockenblumen und Getreide auf einem Bauernmarkt. Ihre Mutter hat sie bei dieser Aktivität sehr unterstützt. Bereits mit 18 Jahren ist die derzeitige Ortsbäuerin von Sierning in der oberösterreichischen Landwirtschaftskammer für jemanden eingesprungen und hat begonnen, Kurse zu halten.

Inzwischen hält sie die Brotback- und Blumengebilde-Kurse in ihrem eigenen Seminarraum ab, der aus dem Umbau des einstigen Pferdestalles entstanden ist. Die Kurse finden in der Zeit von November bis Februar statt (1996/97 zum dritten Mal), wenn die Milchschafe trockenstehen, und es daher die Arbeitszeit erlaubt.

Begonnen haben die eigenen Kursveranstaltungen damit, daß sich 1992 viele Interessentinnen aufgrund eines Artikels über ihre Seminartätigkeit in „Der Bauer“ gemeldet haben. Danach war es durch die Mundpropaganda nicht schwer, die Seminare mit interessiertem Publikum (in erster Linie Bäuerinnen) voll zu bekommen.

### ***Erfolgsfaktoren***

? ? „Man muß sich aufeinander verlassen können.“

Die gegenseitige Unterstützung innerhalb der Familie wird groß geschrieben. Die Schwiegereltern und Nachbarschaftshilfe drohen zwar nach jedem Abschluß arbeitsintensiver Veränderungen immer wieder damit, das nächste Mal bei Umbauarbeiten, Vorbereitungen etc. nicht mehr mitzuhelfen, „aber das ist beim nächsten Mal schon wieder vergessen“. Oftmals muß spontan entschieden werden, das erfordert eine harmonische Kooperation zwischen

der Bäuerin und dem Bauern wie auch allen übrigen Beteiligten und eine hohe Flexibilität. Und die sind auch gegeben.

? ? „Die Zeit ist kostbar und muß daher gut eingeteilt werden.“

Gerlinde Hofer arbeitet nach eigenen Angaben immer sehr konzentriert auf das, was sie gerade tut. Die Zeit wird genau eingeteilt und die Dauer der Arbeiten im voraus geplant. Wenn sie beispielsweise um halb drei am Nachmittag mit den Vorbereitungen für Exkursionsgäste beginnen soll, beginnt sie damit um diese Zeit. Sie ist davon überzeugt, daß sie dadurch wesentlich effizienter arbeiten kann, als wenn sie sich schon am Morgen den Kopf darüber zerbricht, ob sie mit der geplanten Arbeit zurandekommen wird oder nicht. Für ihre drei Kinder im Alter zwischen fünf und zehn Jahren findet sie immer wieder Zeit. Freizeit wird meist spontan, dh ohne große Vorbereitungen gemeinsam verbracht, „wie es sich gerade ergibt“. Insgesamt gearbeitet wird schätzungsweise zehn bis elf Stunden täglich.

? ? „Man kann im Leben nichts erzwingen.“

Sie wurde schon öfter von Bäuerinnen auf Exkursionen oder in den Seminar-kursen gefragt, wie sie das alles angestellt hat. Sie würden auch gerne etwas Neues machen. Gerlinde Hofer ist aber davon überzeugt, daß das eine oder andere nicht einfach nachgemacht werden kann. Jeder Mensch müsse vorerst für sich selbst herausfinden, welche Neigungen und Fähigkeiten vorhanden sind. Kopieren ist sicherlich keine Lösung, denn eine Tätigkeit, die soviel Einsatz erfordert, muß einem auch entsprechen. Wenn man bereits konkrete Vorstellungen hat, kann man sich informieren, wie es am besten anzustellen ist, diese Ideen zu verwirklichen. Aber die Idee und die Selbsteinschätzung müssen vorher vorhanden sein.

Sie haben sich am Anfang erst nach langwierigem Herumexperimentieren für die Schafe entschieden, in Wolfpassing einen Käsereikurs besucht und mittlerweile bei Schafkäseprämierungen mit ihrem Schafkäse schon dreimal den 1. Platz gewonnen.

**„Das eine ergibt das andere.“**

Derzeit wird der ehemalige Schweinestall zu einer Käserei umgebaut. Als nächstes ist geplant, einen Buschenschank einzurichten, dazu sind aber noch diverse Bewilligungen und Informationen über rechtliche Belange erforderlich.

## 2.5 Bäuerinnen und Bauern in der Dienstleistungsgesellschaft

Der Dienstleistungsbereich spannt sich horizontal über sämtliche anderen Gruppierungen (s. Punkt 1.1.2, S. 10) wie die Herstellung von Spezialprodukten, Kooperationen etc. So bietet das Biopartyservice „Tischlein deck dich“ umfangreiche Dienstleistungen rund um das Bio-Buffer vom Aussenden der Einladungen bis zu einem Heimbringdienst der Gäste an. Akteur/innen in Kooperationen sind für andere Kooperationsmitglieder beratend tätig oder wickeln den Verkauf der Produkte ab. Die Alten- und Kinderbetreuung am Bauernhof stellen an und für sich soziale Dienste dar. Die Biomüllkompostierung findet im Rahmen von kommunalen Dienstleistungen statt. Die Seminar-kurse der Bäuerin in Oberösterreich fallen ebenfalls in den Dienstleistungssektor. Im Bereich der Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude bietet sich darüber hinaus ein breites Feld von Tätigkeiten im Dienstleistungsbereich wie beispielsweise die Vermietung von Wohnungen, Büros, Lagerräumen oder Praxen u.ä.m.

Grundsätzlich ist jede Art von Dienstleistung auf einem Bauernhof möglich, im Bereich der freien Berufe bietet sich ein unerschöpfliches Betätigungsfeld für Bäuerinnen und Bauern. Im Rahmen des Beratungskonzeptes *PROFIL*, das an der Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe, Deutschland, entwickelt und gemeinsam mit dem LandfrauenService (s.u.) beschrieben worden ist, wird u.a. auch die Beratung hinsichtlich der Schaffung einer selbständigen Tätigkeit für Landfrauen (Bäuerinnen) angeboten.

Es gibt auf der einen Seite solche Dienstleistungen, die noch durch mehr oder weniger starke Verflechtungen mit der Landwirtschaft gekennzeichnet sind, wie beispielsweise der bäuerliche Fremdenverkehr<sup>25</sup> und die im Rahmen eines Maschinenringes getätigten Arbeiten. Darüber hinaus werden in letzter Zeit verstärkt kommunale Dienste an Bauern in Auftrag gegeben wie beispielswei-

---

<sup>25</sup> Wird in dieser Arbeit nicht eigens behandelt, weil es darüber bereits eine Reihe von Forschungsarbeiten gibt (Pevetz 1978, Arnold/Staudacher 1979, Hofstadler/Reiner 1991, BMLF 1992, Groier 1993, Brandau et al. 1994).

se die Kompostierung biogener Abfälle<sup>26</sup>, Schnee- und Kanalräumung, Böschungsmahd und Landschaftspflege<sup>27</sup>.

In Deutschland wurde das Pilotprojekt „LandfrauenService“ untersucht, das eine breite Palette von Dienstleistungen im Bereich der Hauswirtschaft und Kinderbetreuung anbietet. Dazu wurde durch die Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe erstmals 1995/96 für Landfrauen, die „Neue Wege der Einkommenskombination für Frauen in der Landwirtschaft“ beschreiten wollen, ein 100-Stundenprogramm an mehreren Qualifizierungslehrgängen durchgeführt. Seit März 1996 werden die geplanten Projektkonzeptionen im Rahmen von LandfrauenService-Büros umgesetzt. Diese Büros, die von einer Geschäftsführerin geleitet werden, stellen die Drehscheibe bei der Vermittlung von Angebot und Nachfrage der verschiedenen Dienstleistungen dar.

Dazu zählen ein Rundumservice für den Haushalt, z.B. für Single- und Senior/innenhaushalte wie auch ein Rundumservice für Feste und Feiern, das aufgrund der regionalen, saisonalen und vorwiegend hofeigenen Produkte bewußt nicht als Partyservice bezeichnet werden will, aber vom Angebot her einem solchen entspricht. Im Rahmen der Kinderbetreuung werden durch Landfrauen Spielgruppen mit ausgebildeten Tagesmüttern, eine Kindernachmittagsbetreuung bis hin zu Kindergeburtstagsfeiern auf dem Bauernhof organisiert. Darüber hinaus wurden Landfrauen zu Gästeführerinnen ausgebildet, die mit vorwiegend Tagesausflugstourist/innen Sehenswürdigkeiten der näheren Umgebung besichtigen. Als Rahmenprogramm der Führungen wird aber auch ein Bauernhof und ein Bauernhofcafé, die meist mit einem sogenannten „Lädchen“ (Hofladen) kombiniert sind, aufgesucht. Dadurch soll den Gästen unter anderem auch Landwirtschaft näher gebracht und die Möglichkeit geboten werden, direkt am Bauernhof einzukaufen.

Im Zusammenhang mit Dienstleistungen nicht nur im bezug auf die Landwirtschaft, sondern im ländlichen Raum im allgemeinen, kommt der Einrichtung von Telehäusern eine besondere Bedeutung zu. Weshalb es sich dabei ebenfalls um eine paralandwirtschaftliche Tätigkeit handeln kann, zeigt das Bei-

---

<sup>26</sup> Das Beispiel der Biomüllkompostierung wird unter dem Kapitel Energie und Umwelt beschrieben. Der Großteil der hier angeführten kommunalen Dienstleistungen durch Bauern und Bäuerinnen ist ebenfalls diesem Bereich zuzuordnen.

<sup>27</sup> Während früher öffentliche Grünflächen von seiten der Gemeinden verpachtet worden sind und von seiten der Bäuerinnen und Bauern dafür bezahlt werden mußte, wenn das Grünfutter geerntet werden wollte, werden heute vielfach Bauern und Bäuerinnen dafür bezahlt, wenn sie eine Gemeindewiese mähen und das Heu an ihre Tiere verfüttern.

spiel des Telehauses Eschenau, dessen Geschäftsführer Franz Wögerer als Bergbauer einen 32 Hektar Hof bewirtschaftet.

### **Telematik: „Daten pendeln, statt Menschen“<sup>28</sup>**

*„Telehäuser können periphere Regionen an die Welt anbinden und bieten die Möglichkeiten der Großstadt verbunden mit der Lebensqualität des Landes“*

(Adi Kastner<sup>29</sup>)

Mit der Einrichtung der Telehäuser sollen in erster Linie regionale, mit den Zentren vernetzte Arbeitsplätze für die erwerbstätige Bevölkerung in peripheren ländlichen Gebieten geschaffen werden, weil „Computer keine Standortnachteile kennen“ (Informationsblatt Waldviertler Telehaus). Darüber hinaus erstreckt sich das Angebot auf eine dezentrale Aus- und Weiterbildungsmöglichkeit wie auch auf Büro-Serviceleistungen für regional ansässige Klein- und Mittelbetriebe. Was sich vorerst erfolversprechend anhört, hat jedoch eine Reihe von Widerständen zu überwinden.

International hat die Telearbeit seit der Eröffnung des ersten Telehauses im Jahr 1985 in Vemdalen, Schweden, immer mehr Verbreitung gefunden. 1995 gab es weltweit rund 5.000 Telehäuser, die sich zum „Telecottage international“ zusammengeschlossen haben. In den Niederlanden werden nach Schätzungen bis zur Jahrtausendwende 200.000 Telearbeitsplätze geschaffen worden sein, derzeit sind es bereits 80.000 (Lanner 1993, S. 44). Bis dahin soll sich im Waldviertel über 20 bis 25 Orte ein „Waldviertel-Netz“ spannen (Josef Mayerhofer, Geschäftsführer des Waldviertler Telehauses, zit. n. Greisinger 1995, S. 27). Für ganz Österreich wird die potentielle Anzahl der Telearbeitsplätze insgesamt ebenfalls sehr hoch eingeschätzt (Lanner - 1996, S. 176 - spricht sogar von 250.000), sind jedoch bis dato als geringfügig anzusehen. Wichtig ist dabei, daß es sich nicht ausschließlich um die Schaffung neuer Arbeitsplätze handelt, sondern lediglich um die Dezentralisierung bereits vorhandener Jobs, die zu einer Verringerung der Pendelbewegung und damit zu einer Entlastung der Umwelt führen soll. Darüber hinaus bringt es für die Gemeinden an der Peripherie wesentliche finanzielle Vorteile, wenn die Arbeitsplätze ihrer Einwohner/innen sich vor Ort befinden, weil dadurch die

---

<sup>28</sup> Dieses Schlagwort ist entstanden im Team des Telebüro Retzer Land

<sup>29</sup> zit. nach: Greisinger 1995, S. 26

Lohnsummensteuer als Kommunalabgabe lukriert werden kann und außerdem die Kaufkraft nicht zur Gänze in die Großstädte abfließt.

Überdies bieten Telehäuser und Telebüros Unterstützung bei einer Unternehmensgründung an, stellen Kontakte zu Kund/innen her und tragen mit der Vermietung einer Büroinfrastruktur zu einer wesentlichen Reduktion der Startkosten bei.

Hierzulande ist dennoch die Bereitschaft der Unternehmen und Behörden, diese neue Form der Auftragsvergabe bzw. des Anstellungsverhältnisses zu akzeptieren, aus unterschiedlichen und zum Teil nicht durchschaubaren Gründen gering.

Es ist anzunehmen, daß Argumente wie, es sei zu kompliziert oder zu teuer, lediglich wichtigeren Gründen der ablehnenden Haltung - Mangel an Kontrollierbarkeit der Angestellten und der Informationen, die über die Netzleitungen von den einzelnen Firmen aus der Hand gegeben werden müßten - vorgeschoben wird. Wesentliche Nachteile sind die vergleichbar hohen Telefongebühren und die mangelhafte Ausstattung an leistungsfähigen Leitungen in den peripheren Gebieten.

Vielfach wird auch von Skeptiker/innen befürchtet, daß Telearbeitsplätze, soweit sie zu Hause eingerichtet werden, weitgehend zu einer sozialen Isolation führen. Daher ist primär die Forderung an ein Mehrfachangebot von qualifizierten Arbeitsplätzen zu stellen. Nach Henning Albrechtsen (zit. n. Lanner 1993), dem Gründer des ersten Telehauses in Schweden, ist der wichtigste Raum in einem Telehaus die Teeküche, weil die Menschen gerade bei der Auseinandersetzung mit dieser an und für sich kalten Technologie einen Ort der Begegnung brauchen, in dem sie miteinander diskutieren oder einfach plaudern können.

### ***Telehaus - was ist das?***

Unter einem Telehaus ist weniger ein Haus, als ein Ort zu verstehen, wo die notwendigen Einrichtungen und Arbeitsräume für die dezentrale Arbeit bzw. Informationsbeschaffung mittels Computertechnologie vorhanden ist (Willi 2-3/1996, S. 28). In Skandinavien werden diese Einrichtungen als „Telecottages“ bezeichnet, die als eine Art „elektronischer Marktplatz“ im Dorf angesehen werden können (Lanner 1996, S. 173).

Das Telehaus Waldviertel bezeichnet sich selbst als eine Informationszentrale, eine Produktenbörse und bietet ein umfassendes Büro-Service an, das für Unternehmer/innen, Private, Bäuerinnen und Bauern von der Bereitstellung der erforderlichen Infrastruktur bis hin zu Unterstützung in der Kalkulation

und beim Marketing eines neuen Produktes reicht. Hier kann unter anderem auch das Gesamtangebot der Region abgefragt werden: „In diesem computer-unterstützten Auskunftszentrum erfährt man alles über das Waldviertel und seine Produkte“ (Greisinger 1995, S. 25). Mit der elektronischen Produktenbörse werden verschiedene Produkte über ein EDV- und Telefonnetz vermittelt (Holzbörse, regionale Spezialitäten, innovative Produkte etc.).

Darüber hinaus soll ein Telehaus beraten, begleitende Arbeiten erledigen, regionale Initiativen unterstützen und insgesamt neue Beschäftigungsmöglichkeiten im ländlichen Raum eröffnen (Lanner 1996, S. 173). Besonders wichtig im Zusammenhang mit den Telehäusern ist der Aufbau von dezentralen Lernstrukturen, die Weiterbildung in Form von Seminaren und Workshops vor Ort ermöglichen sollen.

Die Zielsetzung, die Bevölkerung im ländlichen Raum in den Gebrauch der Telekommunikation und deren Einrichtungen, die allen zugänglich sein sollen, einzuführen ist allen Telehäusern ein besonderes Anliegen wie auch der Know how transfer im Zusammenhang mit Computertechnologie. Darüber hinaus stellt das Telehaus eine Art Kommunikationszentrum dar.

### ***Die Telehaussituation in Österreich***

Im Raumordnungskonzept 1991 wird vorgesehen, eine ausreichende Erschließung mit Telekommunikationsinfrastruktur auf zeitgemäßem Qualitätsniveau zu gewährleisten (ÖROK 1991, S. 88).

Seit 1990 sind in Österreich aufgrund von Pilotprojekten großteils im Rahmen der Dorferneuerung und initiiert durch die Arbeitsgemeinschaft ländlicher Raum sieben Telehäuser<sup>30</sup> entstanden. Drei davon in Niederösterreich (Waldviertler Telehaus im Edelhof Zwettl, das gemeinsam mit dem Verein Europa-region Waldviertel die Teleport Waldviertel GmbH gegründet hat, Telehaus Eschenau/Mostviertel, Wart-Eichhof/Industrieviertel) eines in der Steiermark (Hartberg), zwei in Oberösterreich (St. Georgen im Innviertel, Freiwald im Mühlviertel) und eines in Salzburg (Michaelbeuern).

Entsprechend einem Telematikkonzept, das für Niederösterreich das Telehaus Eschenau erstellt hat, wurden in allen vier Vierteln Niederösterreichs Telehaus-Vereine ins Leben gerufen, die als Projektträger und Koordinationsstelle

---

<sup>30</sup> nähere Beschreibungen zu den einzelnen Telehäusern (außer Wart/Eichhof) sind zu finden in: Lanner (Hg.) 1993

für Telestuben, Telecenter oder wie immer diese Art der verzweigten EDV-Einrichtungen genannt werden, dienen.

Die Leadergruppe Ötztal (Verein Sallwöll) hat 1996/97 ebenfalls die Errichtung eines Telezentrums verwirklicht, das ein Bildungs- und Ausbildungszentrum im Tal werden soll. Aber nicht herkömmliche Kurse sollen hier angeboten werden, sondern „Projektbezogene Ausbildung“ ist das Schlagwort. Nicht die alleinige Vermittlung von Computer- und Programmkenntnissen ist das Ziel, sondern ein praxisbezogenes Lernen, das unmittelbar in die Realität umgesetzt werden kann. Programmkenntnisse sollen hier nicht mehr losgelöst von den Anforderungen der Lernenden vermittelt werden. Im ersten Ausbildungslehrgang (Frühjahr und Herbst 1997) werden 20 Bäuerinnen einen „virtuellen Bauernhof“ erarbeiten und verwalten. Eine Bäuerin lernt im Zusammenhang mit der Erstellung eines Antrages für eine Förderung oder eines Informationsblattes für Urlauber/innen am Bauernhof gleichzeitig wie die Textverarbeitung per Computer funktioniert. Für Jugendliche im Tal soll das Telezentrum gleichzeitig ein Kommunikationszentrum werden, eine Art Internet-Café, in dem sie sich mit der neuen Kommunikationstechnologie beschäftigen können (Leader Ötztal 1997).

Das beschriebene Beispiel des Telebüro Retzer Land im Weinviertel bietet zwar einen Großteil der Dienstleistungen der anderen Telehäuser an, bezeichnet sich jedoch selbst nicht als Telehaus, sondern als Telebüro, weil das zentrale Anliegen in der Vermietung von Büroräumlichkeiten mit der vollausgestatteten EDV-Infrastruktur liegt. Ziel ist es auch hier, daß mit Computerarbeitsplätzen den Erwerbstätigen in peripheren Gebieten das Pendeln in die Zentren erspart werden soll. Daneben werden aber auch Computerlehrgänge und know how Transfer angeboten. Hier werden bereits zwei Telebüros vermietet, acht weitere sind geplant und werden derzeit im ehemaligen Retzer Gutshof adaptiert.

### **LandfrauenService in Westfalen-Lippe<sup>31</sup>**

*„Wer denkt oder sagt, ich kann das nicht, der oder die denke an die Hummel: Nach dem Gesetz der Flugtechnik ist es mit 0,7 cm<sup>2</sup> Flügelfläche bei einem Gewicht von 1,2 Gramm unmöglich, zu fliegen. Die Hummel weiß das nicht und fliegt einfach.“*

Leitspruch von Marie-Luise Rölfig

**Betrieb:** *Marie Luise Rölfig, Landfrau und Geschäftsführerin des Vereines LandfrauenService in Borken/Coesfeld, Nordrhein-Westfalen, Deutschland*

**Größe:** *35 ha LN, 40 Milchkühe und 600 Mastschweine, trotz dieser Größe ist es nicht sicher, ob die beiden Kinder (16 und 18 Jahre alt, besuchen die AHS) den Hof übernehmen werden, daher wird auch nicht mehr in die Landwirtschaft investiert.*

**Tätigkeit:** *Vorsitzende des LandfrauenService Borken/Coesfeld, Sprecherin des LandfrauenService Westfalen-Lippe. Sie vermittelt Interessierte, die z.B. an Gästeführungen teilnehmen oder für ihre Kinder eine Kindergeburtstagsparty auf dem Bauernhof veranstalten lassen wollen, an die einzelnen Landfrauen. Für diese Tätigkeit im Rahmen des Modellprojektes erhält sie eine Aufwandsentschädigung.*

Der LandfrauenService ist ein Zusammenschluß von Frauen im ländlichen Raum, die Dienstleistungen und westfälische Spezialitäten am oder vom Bauernhof anbieten. Derzeit (Stand August 1996) sind 145 qualifizierte und selbständige Landfrauen Mitglieder in den sieben regional verteilten Vereinen, die Dienstleistungen in folgenden Bereichen anbieten:

- 1. Gästeführungen** werden in allen Vereinen angeboten. Die Palette des Angebotes bei den Gästeführungen reicht von Autobus- über Fahrradtouren bis hin zu Pferdeausritten, Ortsführungen mit anschließender Besichtigung eines landwirtschaftlichen Betriebes, Stadt-, Burgen- und Schlösserbesichtigungen wie auch eine Schlemmertour von Bauernhof zu Bauernhof, auf der münsterländische Spezialitäten verzehrt werden. „Die Gästeführerinnen kennen die Geschichten aus ihrem Ort und ihrer Umgebung, von ihnen können sie Historisches, Kulturelles und so manches über die Landwirtschaft erfahren. Sie zeigen ihnen abseits der großen Touristenattraktionen

---

<sup>31</sup> Nordrhein-Westfalen, Deutschland

die verborgenen Schätze, die kleinen und großen Besonderheiten des westlichen Münsterlandes.“ (Aus dem Werbeprospekt). Als Rahmenprogramm der Führung wird ein Bauernhof besichtigt und ein Bauernhofcafé, die meist mit einem sogenannten „Lädchen“ (Hofladen) kombiniert sind, aufgesucht. Durch diese Vernetzung tragen die Gästeführerinnen zur Stärkung der regionalen Landwirtschaft über die Förderung der eigenen Mitglieder bei. In Westfalen-Lippe bieten insgesamt 57 Landfrauen Naturführungen, Wander- und Fahrradtouren mit landwirtschaftlichem Bezug an, 31 weitere Landfrauen Führungen und Fahrten zu kulturellen und regionalen Besonderheiten (Stand: August 1996).

**2. Haushaltsservice** ist die einträglichste, aber auch investitionsaufwendigste Dienstleistungsart. Je nach Angebotsform müssen im Haushaltsservice Tischdecken für große Tische, einheitliches Geschirr für viele Gäste u.v.a.m. angeschafft werden. Unter dem Oberbegriff Haushaltsservice können mehrere Angebotsformen zusammengefaßt werden:

Im Haushaltsservice sind z.B. folgende Serviceleistungen zusammengefaßt:

- (2.1) *Rundumservice* für Feste und Feiern. d.h. für Feste bis zu 30 Personen werden von der Dekoration bis zum Kochen und Servieren der Gerichte alle Arbeiten durch die Landfrauen übernommen. Vorwiegend werden Spezialitäten aus dem Münsterland serviert. Aufgrund der regionalen, saisonalen und vorwiegend hofeigenen Produkte will der Haushaltsservice nicht als Partyservice bezeichnet werden, da der eher mit der herkömmlichen Produktpalette assoziiert wird und nicht den umfassenden bäuerlichen Service bieten kann.
- (2.2) *Mietköchinnen*: Landfrauen stellen darüber hinaus ihre Arbeitskraft als Mietköchinnen zur Verfügung. Mietköchinnen kommen in die Wohnung der Kund/innen und bereiten dort die Speisen zu.
- (2.3) *Rundumservice für den Haushalt*: Sie sind „Mädchen für alles“, die z.B. für Single- und Seniorenhaushalte und solche, in denen die Frau berufstätig ist, kochen, Wäsche waschen, bügeln und auch Gartenarbeiten erledigen.
- (2.4) *Dienstleistungen für Senior/innenhaushalte*, wie etwa Wäsche-, Wohnungs- und Gartenpflege, Einkauf, Speisenzubereitung und Begleitung bei Arzt- und Behördengängen.

Insgesamt ist der Bereich Haushaltsservice dank der starken Nachfrage im Wachsen begriffen.

**3. Kindertagesbetreuung auf dem Bauernhof** umfaßt als eine Möglichkeit die Schulanschlußbetreuung, die einer

(3.1) *Nachmittagsbetreuung von Schulkindern* nach der Schule gleichkommt, mit Mittagessen und Unterstützung bei den Schulaufgaben, die auch als Kinderkurzzeitbetreuung genutzt werden kann, wenn sich Eltern vorübergehend in Notsituationen befinden und aus unvorhergesehenen Gründen keine Zeit für ihre Kinder haben.

(3.2) Darüber hinaus gibt es *Tagesmütter* und *Spielgruppen*.

(3.3) *Kindergeburtstagsparties*<sup>32</sup> auf dem Bauernhof mit einer Geburtstagstafel, Hofbesichtigung, Streichelzoo, verschiedenen Spielen und ähnlichem werden derzeit (Stand August 1996) von 3 Landfrauen veranstaltet.

**Tabelle 4: Serviceangebote des LandfrauenService**

	Serviceangebote	Anzahl der Landfrauen
Gästeführungen in der Region	Naturführungen, Wander- und Fahrradtouren mit landwirtschaftlichem Bezug	57
	Führungen und Fahrten zu kulturellen und regionalen Besonderheiten	31
Haushaltsservice	Spezialitäten vom Bauernhof, Service für Feste und Feiern, Mietköchinnen	14
	Rundum-Haushaltsservice	3
	Dienstleistungen für Senior/innenhaushalte	6
Kindertagesbetreuung	Tagesmütter und Spielgruppen	4
	Nachmittags- u. Kinderkurzzeitbetreuung	6
	Kindergeburtstagsfeiern am Bauernhof	3
insgesamt		124

Quelle: Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe, August 1996

<sup>32</sup> Wird im folgenden anhand eines untersuchten Beispiels genauer beschrieben.

### ***Das Modellprojekt LandfrauenService***

Der LandfrauenService ist Teil eines durch die Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe und den Westfälisch-Lippischen Landfrauenverband initiierten Modellprojektes. Dieses Modellprojekt wird im Rahmen des Landesprogrammes „Frau und Beruf“ durch das Ministerium für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft gefördert und bewertet.

Das Modellprojekt ist zweistufig gegliedert:

- Stufe 1: Qualifizierung der Landfrauen für die betreffende Einkommenskombination im Rahmen von Qualifizierungslehrgängen
- Stufe 2: Umsetzung der geplanten Projektkonzeption und Begleitung der Umsetzung im Rahmen von LandfrauenService-Büros.

Von Jänner bis Juni 1995 wurde die fachliche und methodische Konzeption der Qualifizierungslehrgänge im Hinblick auf „Neue Wege der Einkommenskombination für Frauen in der Landwirtschaft“ durch die Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe unter Beteiligung der jeweiligen Fachgremien durchgeführt, die Qualifizierungslehrgänge von September 1995 bis März 1996 mit ihren ca. 100-Stundenprogrammen erstmals veranstaltet.

Seit März 1996 setzen die Landfrauen die in diesen Lehrgängen erarbeiteten Konzepte erstmals um. Parallel dazu wurden die Leiterinnen der LandfrauenService-Büros auf ihre Tätigkeiten vorbereitet.

### ***Qualifizierung***

Die Qualifikationslehrgänge wurden z. T. einmal die Woche vormittags veranstaltet. Allen Lehrgängen lagen die einmal fachspezifisch festgelegten Lehrpläne zugrunde. Bei der Organisation der Lehrgänge richteten sich die Veranstalter so weit wie möglich nach Teilnehmerinnen. An den Qualifizierungslehrgängen konnten Mitglieder des Landfrauenverbandes, die eine fachspezifische Qualifikation nachweisen konnten, und die mit der Umsetzung des Projektes nach Abschluß der Lehrgänge beginnen wollten, teilnehmen.

Ziel der Qualifizierungslehrgängen war die Projektentwicklung in den Bereichen

- Kindertagesbetreuung auf dem Bauernhof
- Gästeführung in der Region
- Haushaltsservice

Es gibt einerseits eine allgemeine Qualifizierung, wie wirtschaftliche wie auch Persönlichkeitsbildung, Rechtsfächer und Motivationsarbeit, anderer-

seits eine fachliche Ausbildung, die im Fall der Gästeführung mit Fächern über ländliches Brauchtum und Kultur, Architektur alter Bauernhäuser u.ä.m. belegt ist. Darüber hinaus ist ein Praktikum zu absolvieren. Im Rahmen der regionalen LandfrauenService-Vereine bilden sich die Frauen weiter.

*„Was erforderlich ist, weiß man erst, wenn man es tut“*

Beispielsweise haben die Gästeführerinnen im Kreis Borken/Coesfeld im Anschluß an ihre Qualifizierung gemeinsam eine Radtour unternommen und dabei festgestellt, daß sie im Falle auftretender Pannen aushelfen können müssen. Also haben sie einen Fahrradmechaniker aufgesucht und einen Fahrrad Flickkurs gemacht.

Darüber hinaus haben sie erkannt, daß sie noch einen Nachholbedarf im Bereich Botanik haben, wenn sie Feldrainbegehungen anbieten. Ein Botanikkurs ist geplant.

### **Organisation**

Der LandfrauenService Westfalen-Lippe setzt sich aus sieben regionalen LandfrauenService-Vereinen zusammen, die jeweils von einer Vorsitzenden (Leiterin des LandfrauenService-Büros) koordiniert werden. Sie hat die Drehscheibenfunktion inne, sie vermittelt die Nachfragenden zu den Anbieterinnen, die selbst bezahlt werden.

Das LandfrauenService-Büro ist eine Anlaufstelle für alle Verbraucher/innen. Es informiert kostenlos und unverbindlich über die Serviceangebote in der Region. Bei einem Anruf erhält der/die Verbraucher/in eine qualifizierte Beratung darüber, welche Landfrau zu welchen Konditionen die gewünschte Serviceleistung in der Region anbietet. Entspricht dieses Angebot den Wünschen der Kund/innen, werden deren Daten an das jeweilige Mitglied des LandfrauenService weitergeleitet. Der/die Kunde/in erhält wenig später einen Rückruf der betreffenden Landfrau und kann mit ihr individuell den Auftrag abstimmen.

Aufgaben der LandfrauenService-Büros, d.h. der Geschäftsleiterinnen der Vereine:

- a) Informationsdrehscheiben für Dienstleistungsangebote in der Region
- b) Bündeln der Angebote und damit Stärkung der Marktposition der einzelnen Landfrauen
- c) Öffentlichkeitsarbeit für Serviceangebote und Spezialitäten vom Bauernhof
- d) Qualitätssicherung für die angebotenen Dienstleistungen

- e) Organisation von Erfahrungsaustausch und Weiterbildungsmöglichkeiten der kooperierenden Landfrauen

Die Vorsitzenden der LandfrauenService-Vereine rufen z.B. wie in Borken/Coesfeld alle zwei Monate Vereinssitzungen ein. Sie selbst treffen sich einmal pro Monat zu einer Arbeitstagung, um ihre Erfahrungen auszutauschen und über neue Werbemaßnahmen, wie beispielsweise neue Werbefalter und anderes mehr zu diskutieren und zu entscheiden.

In der Modellphase finanziert sich der Verein über Mitgliedsbeiträge. 1996 wurden pro Mitglied 50,- DM (rd. 350,- Schilling) eingezahlt.

### **Werbung**

Die Resonanz der Medien auf die Angebote des LandfrauenService war sehr gut. Die Vorsitzende des LandfrauenService Borken/Coesfeld konnte z.B. in der Zeit von März bis Dezember 1996 einen dicken Ordner voller Zeitungsausschnitte über den LandfrauenService sammeln. Da der LandfrauenService bis Mai 1997 als Modellprojekt durchgeführt wird, konnte 1996 ein Teil der Werbekosten durch öffentliche Zuschüsse gedeckt werden.

1997 muß über die Finanzierung des LandfrauenService neu nachgedacht werden. Über eine Vermittlungsprovision bzw. über die Erhöhung der Mitgliedsbeiträge wird z. Zt. diskutiert.

### **Einkommen und Motivation**

Die Rechtsform des Vereins ist aus organisatorischen Gründen erforderlich. Ebenso wichtig wie die Rechtsform ist jedoch der Zusammenhalt, die Gemeinschaft, die über diese Organisationsstruktur gegeben ist. Die Frauen können so zwar selbständig arbeiten, finden jedoch Rückhalt und Motivation in der Gruppe.

Für die Ausübung der Funktion als Vorsitzende des LandfrauenService bzw. Leiterin des LandfrauenService-Büros erhält sie derzeit eine Aufwandsentschädigung für Telefon, Autoverbrauch etc. Sie bietet selbst Serviceleistungen im LandfrauenService an und erzielt so ihr Einkommen. Das Projekt befindet sich erst in der Startphase, wie hoch das Zusatzeinkommen der Gästeführerinnen, der Haushaltsservice-Landfrauen, wo die Einnahmen bereits zufriedenstellend sind, und der Landfrauen mit Kinderbetreuung letztlich sein wird, ist noch nicht abzusehen.

Schon jetzt zeigt sich, nach Aussage einer Gästeführerin, daß selbst für den Fall, daß das Projekt nicht erfolgreich wird, sie diese Zeit nicht missen möchte. Die Erfahrungen, die sie dabei macht, sind ihr viel wert und vor allem

macht ihr die Tätigkeit sehr viel Spaß. Die Zukunftsaussichten sehen auch ganz gut aus: Es gibt eine große Nachfrage im Bereich Haushaltsservice, Kindergeburtstagsparties erfreuen sich ebenfalls einer steigenden Beliebtheit. Im Bereich Gästeführungen sind einige Busunternehmen der näheren Umgebung an einer Zusammenarbeit interessiert: Sie beabsichtigen, die Leute mit dem Bus heranzubringen, damit sie mit den Gästeführerinnen eine Fahrradtour unternehmen, werden schließlich wieder zum Bus zurückgebracht, der die Leute wieder nach Hause fährt.

Da die Landfrauen häufig nur in einem begrenzten Umfang für die Tätigkeit zur Verfügung stehen, bewegt sich das Einkommen bisher im Bereich eines Zusatzeinkommens.

### **Computern statt Pendeln**

**Unternehmen:** Telebüro Retzer Land

**Betriebsstätte:** Althof Retz (ehemaliger Gutsbetrieb im Besitz der Gemeinde Retz)

**Tätigkeit:** Angebot von Dienstleistungen, in erster Linie Vermietung von vollausgestatteten Büroräumlichkeiten und der damit verbundenen Computer-Infrastruktur inklusive Servicebetrieb und Schulungen.

**Beschäftigte:** Sekretärin (Halbtagskraft)

**Organisation:** Verein mit Geschäftsführer, Obmann und zwei weiteren Vorstandsmitglieder, von denen einer den Computerclub Retz vertritt (alle ehrenamtlich)

#### **Retz - Mistelbach und retour**

Die Idee, die schließlich zum Telebüro Retzer Land geführt hat, entstand bereits Ende der 80er im Computerclub Retz. Von der Idee und bis zu konkreten Umsetzungsschritten war es ein langer, um nicht zu sagen ein langwieriger Prozeß.

Einer der späteren Akteure des Telebüros Retzer Land hatte in der zweiten Hälfte der 80er Jahre „Televisionen“ von Sixtus Lanner gelesen, und ebenfalls in der Telearbeit eine Möglichkeit zur Schaffung von Arbeitsplätzen im ländlichen Raum gesehen. Es war der Jugendgemeinderat und Obmann des Retzer Computerclubs, Walter Fallheir. Unter dem Motto „Chips & Jobs für das Grenzland“ hat der Computerclub Retz seit Ende der 80er Jahre das Ziel verfolgt, durch Telematik die Abwanderung, von der diese Region besonders stark betroffen ist, hintanzuhalten.

Als zu Beginn der 90er Jahre die „Retzerland Vermarktungsgesellschaft mbH“ gegründet und ein Regionalmanager (Fritz Seidl) eingestellt worden ist, überlegte dieser gemeinsam mit dem derzeitigen Geschäftsführer des Vereines Telebüro Retzer Land, Toni Trauner, der ebenfalls Mitglied beim Computerclub ist, via Computernetz die Außenstelle einer Behörde zu gründen. In diesem Zusammenhang tauchte die Idee von der Schaffung eines Telehauses unabhängig von Fallheir wieder auf. Durch die Gründung des Vereines Telebüro Retzer Land Ende 1995 haben beide Ideenträger (Toni Trauner und Fritz Seidl auf der einen und Walter Fallheir auf der anderen Seite) gemeinsam mit der Umsetzung begonnen.

Im Wettstreit mit Mistelbach wollte Retz, vertreten durch Toni Trauner, die vom Land Niederösterreich zur Verfügung gestellten Fördergelder zur Errichtung eines Telehauses für sich beanspruchen. Die Vorbereitungen des späte-

ren Telebüros in Retz waren innerhalb des Weinviertels am weitesten fortgeschritten, Räumlichkeiten und die erforderliche Infrastruktur bereits vorhanden. Die Standortentscheidung des Telehauses Weinviertel in Retz fand jedoch im Vorstand des Vereines Weinviertler Telehaus keine Mehrheit.

Von seiten der Retzer Akteure wurde daher Ende 1995 der Entschluß gefaßt, sich vom geplanten Weinviertler Telehaus „abzunabeln“. Sie wollten erst einmal „selbst das Gehen lernen“ und selbständig ein Telehaus - es wurde dann daraus ein Telebüro - errichten.

### ***Der Verein Telebüro Retzer Land***

Zusammen mit dem Obmann des Computerclubs wurde ein neuer Verein gegründet, der konsequent die Umsetzung der Idee der Schaffung von Telearbeitsplätzen verfolgen sollte. Geschäftsführer des Vereines wurde Toni Trauner und Obmann Josef Lueger, der Nachfolger des im August 1994 tödlich verunglückten Regionalmanagers Fritz Seidl. Insgesamt hat der Verein vier Vorstandsmitglieder. Mit dieser „schlanken“ Struktur können wesentlich einfacher Entscheidungen getroffen werden.

Als Büro wurden Räumlichkeiten im restaurierten Althof Retz von der Gemeinde gemietet. Das Projekt wurde im Rahmen der Stadterneuerung von der Gemeinde Retz und der Hardware-Ankauf zu 50% vom Land Niederösterreich gefördert. Dafür wird als Gegenleistung eine Datenbank über alle Veröffentlichungen zum Thema Dorf- und Stadterneuerung in Niederösterreich aufgebaut.

### ***Die Ziele des Telebüro Retz:***

#### ***Computerisierte Arbeitsplätze, Schulungen und Marketing***

1. Arbeitsplatzbeschaffung im ländlichen Raum ist eines der wichtigsten Ziele des Vereines, es sollen Satellitenbüros errichtet werden. Mit Hilfe der Telematik kann - verbunden über Computernetzsysteme mit der Zentrale - außerhalb von Ballungszentren gearbeitet werden. Zielgruppe sind dabei (Jung)Unternehmer/innen, die sich selbständig machen wollen oder es schon sind. Dazu wird ein fertiges Büro mit der dazugehörigen Infrastruktur angeboten.
2. Normalverbraucher/innen, also Leute, die Computer für den eigenen Bedarf benutzen oder an computerisierten Vorträgen (Videoconferencing System) teilnehmen wollen. Derzeit ist geplant, gemeinsam mit der Universität für Bodenkultur Schulungen und Vorträge in Form von Videokonferenzen für Bäuerinnen und Bauern zu veranstalten.

3. Darüber hinaus soll allen, die am Computer arbeiten lernen oder einen Computer benutzen wollen, die Infrastruktur des Büros (entgeltlich) zur Verfügung gestellt und know how angeboten werden. Dieser dritte Punkt der Angebotsentwicklung ist der Schulungsbereich, der durch den Computerclub abgedeckt wird.
4. Datenbankaufbau und Betreuung, so sollen beispielsweise landwirtschaftliche Produkte ähnlich wie bei „Austria Country Market“ in einer Datenbank erfaßt und mittels Internet verkauft werden.

Derzeit (Anfang 1997) vermietet der Verein Telebüro Retzer Land zwei Telebüros mit der gesamten Infrastruktur (vom Computer bis zum Fax-Gerät) sowie einen mit Computer und einem Videoconferencingsystem ausgestatteten Raum. Darüber hinaus können die Tätigkeiten der Sekretärin in Anspruch genommen. Sie weiß auf alle Fälle, wo und wann der/die Telebüromieter/in zu erreichen ist und übernimmt auch - gegen zusätzliches Entgelt - Schreib- und Kopierarbeiten etc. Es wird auch eine Bandsicherung durchgeführt. Dieses Paket an Dienstleistungsangeboten wird englisch als „passive secretary support“ bezeichnet. Das AMS trägt für das erste Jahr 50% der Lohnkosten der Halbtagskraft.

### ***Die unendliche Geschichte eines Leader-Projektantrages***

Es wurde für die Finanzierung der Investitionen ein Leaderprojekt, erstellt vom Obmann des Vereines und Regionalbetreuer für das Retzer Land, Josef Lueger, eingereicht, das noch nicht bewilligt worden ist. Aufgrund der Schaffung von Satellitenarbeitsplätzen sollte das Projekt über den ESF und das Sozialministerium gefördert werden. Bis dato (Anfang 1997) sind allerdings noch keine Fördergelder ausbezahlt worden. Im Sozialministerium ist noch keine zuständige Stelle für die Bearbeitung der Zielgebietsprojektanträge festgelegt worden.

### ***Erfolgsfaktoren***

#### *? Die ambitionierten Akteur/innen*

Der Geschäftsführer will seine Position so lange innehaben, bis die Umsetzung der Ziele des Vereines und der Aufbau des Telebüros gelungen und abgeschlossen ist. Sein stärkstes Motiv für das ehrenamtliche Engagement liegt darin, daß er an diese Idee glaubt und sie daher auch umsetzen will. Ihm liegt die konzeptionelle Arbeit. Seiner Ansicht nach bedarf es bei der Umsetzung einer Idee zweier verschiedener Charaktere: die einen, die die Ideen haben und die anderen, die sie umsetzen.

Inge Scheer, die seit Mai 1996 beschäftigte Halbtagskraft, ist gelernte Bürokauffrau, die vor dieser Anstellung 6 Jahre zu Hause beim Kind gewesen ist. Die ersten drei Jahre davon waren freiwillig, die letzten drei nicht. Sie hat lange Arbeit gesucht, wurde u.a. vom Arbeitsamt deshalb vermittelt, weil sie als Langzeitarbeitslose gemeldet war. Daß sie den Job bekommen hat, betrachtet sie als großes Glück. Eine Frau findet in der Region nicht so leicht Arbeit. Noch dazu einen Halbtagsjob. Und pendeln wollte sie nicht. Das sei für Männer leichter, meint sie, weil sie in den zwei Stunden, die sie untermittags unterwegs sein würde, eine Menge Haushalt erledigen kann. Durch das Glück, wie sie es bezeichnet, diesen Job bekommen zu haben, ist sie eine ambitionierte und engagierte Arbeitskraft.

Als Glück wird es auch bezeichnet, relativ rasch einen Telearbeiter gefunden zu haben, der noch dazu ein begeisterter Träger der Telematik-Idee ist. Es handelt sich dabei um einen Jungunternehmer, der als Selbständiger für eine Wiener Firma tätig ist. Aufgrund der Verbindung mit dieser Firma über ein Modem, braucht er nicht mehr jeden Wochentag nach Wien zu fahren. Mit Jänner 1997 wurde an eine zweite Telearbeiterin, eine Sekretärin des Tourismusverbandes Westliches Retzer Land ein Telebüro vermietet.

### ? ?Vernetzungen

Der Hardware-Händler in Retz ist Mitglied beim Computerclub, der Mitglied beim Verein Telebüro Retzer Land ist. Dadurch konnte die Hardware günstig zugekauft werden. Mitglieder des Computerclubs haben die Datenbank für das Land Niederösterreich programmiert und sehr viel know how für die Einrichtung des Telebüros eingebracht (so zum Beispiel, daß es auch eine Bandsicherung geben muß).

Ohne den Stolz verbergen zu wollen, wird erzählt, daß die Telehäuser Mostviertel, Waldviertel und Industrieviertel signalisiert haben, mit dem Retzer Telebüro kooperieren zu wollen. Damit würde die lang in Aussicht gestellte Vernetzung der vier Telehäuser Niederösterreichs doch noch in die Tat umgesetzt werden.

### ? ?Langsames Losgehen

Durch die Datenbankerstellung als Gegenleistung für die Landesförderung konnte eine Halbtagskraft angestellt werden. Als man sich auf die Suche nach einem/r potentiellen Telebüromieter/in begab, konnte der sogenannte passive secretary support bereits mitangeboten werden.

Nach den ersten Erfolgen ist nun der weitere Ausbau des Telebüro Retzer Land geplant. Es sollen insgesamt zehn zusätzliche Telearbeitsplätze auf insgesamt 250 m<sup>2</sup> Räumen entstehen. Für die restlichen Investitionen wurde ein Finanzierungskonzept erstellt. Das Land Niederösterreich will sich an der Finanzierung der Umbaukosten beteiligen.

Wenn das Projekt sich selbst trägt, soll eine KEG oder GmbH gegründet und ein Geschäftsführer eingestellt werden.

### **3. Was macht eine Initiative erfolgreich?**

Wenn Bäuerinnen und Bauern von der Landwirtschaft nicht mehr leben können, muß sich etwas ändern. Viele entschließen sich zu einem Nebenerwerb und sichern mit vorwiegend außerlandwirtschaftlichen Einkommen ihre Existenz und die Aufrechterhaltung ihres Betriebes. Bäuerliche Arbeit stellt auf der anderen Seite seit jeher ein breites Spektrum an Tätigkeiten dar und läßt sich auch abgesehen von der Einkommenssituation auf Dauer nicht auf die Produktion von Rindfleisch, Milch oder Getreide reduzieren. Die unbefriedigende Preissituation für landwirtschaftliche Hauptprodukte ist ausschlaggebend dafür, daß sich die bäuerliche Bevölkerung nach Einkommensalternativen umsieht. Dieser Bereich ist jedoch insgesamt in einem regionalwirtschaftlichen Zusammenhang zu betrachten, da durch Aktivitäten, wie sie im Rahmen dieses Forschungsberichtes beschrieben werden, vielfach mit anderen wirtschaftlichen Sektoren zusammengearbeitet wird. Dadurch kommt es zu einer Vernetzung der Landwirtschaft mit anderen regionalen Wirtschaftsbereichen und kann zu einer Einbettung der Landwirtschaft in die regionalwirtschaftlichen Strukturen führen.

Die in dieser Studie beschriebenen Initiativen, die von Bäuerinnen/Bauern und anderen Akteur/innen entwickelt worden sind, stellen ein breites Spektrum der Möglichkeiten bäuerlicher Einkommensalternativen dar, die zum Teil auf die ursprüngliche breite Vielfalt an Tätigkeitsfeldern zurückgreifen.

Der Bogen spannt sich dabei von der Herstellung spezieller Produkte auf der Grundlage landwirtschaftlicher Erzeugnisse über die Vermarktung von mehr oder weniger herkömmlichen Agrarprodukten in mehr oder weniger veredelter Form in Kooperationen bis hin zu vielfältigen Dienstleistungen, die unter Nutzung betrieblicher Ressourcen, darunter auch die menschliche Arbeitskraft, am Hof oder außerhalb des Betriebes angeboten werden. Bei der Zuordnung der einzelnen Initiativen in die festgelegten Gruppen kommt es immer wieder zu Überschneidungen. Dies wird vor allem in den beiden letzten Kategorien Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude und Sonstige Dienstleistungen deutlich. Die Zuordnung erfolgte gemäß der besonderen Innovationsleistung.

Die Initiativen sind durchwegs durch einen umfassenden Tätigkeitsbereich gekennzeichnet. Sie haben damit die alten Prinzipien der bäuerlichen Wirtschaftsweise wieder aufgegriffen und übernommen. So stellen beispielsweise Qualitätsprodukte vom Schaf Anknüpfungspunkte für Landwirtschaft und Tourismus oder die Landwirtschaft und verarbeitende Industrie in kleinen

Strukturen ein gebrauchsfähiges Muster für eine gesunde und tragfähige Landwirtschaft dar (*Michael Machatschek*).

In der ersten Gruppe (s. Anhang, Übersicht 2) **Herstellung von Spezialprodukten** wurden zwei Betriebe in Westösterreich beschrieben, die aus Ziegenmilch (*Sanoll* in Tirol) bzw. Stutenmilch (*Hehle* in Vorarlberg) und weiteren landwirtschaftlichen Rohstoffen wie Kräutern, ätherischen und Pflanzenölen u.a. Naturkosmetikprodukte herstellen und über den Einzelhandel wie auch per Versand und Abhof vertreiben. Dem Bereich der **kooperativen Vermarktung** wurde das Biopartyservice „*Tischlein deck dich*“, das seine Produkte in hochveredelter Form von Speisen, verbunden mit verschiedenen Dienstleistungen anbietet, zugeordnet. Die klassische kooperative Vermarktung über eine Genossenschaft wird in der einen Gruppe anhand der *Vorarlberger Biovermarktung KOPRA Genossenschaft* dargestellt, die es als Verein bereits seit 1987 gibt, die Genossenschaft wurde erst 1996 gegründet und wird nun auch überregional, dh auch außerhalb des Ländle, Bioprodukte vermarkten. Im Bereich der **kooperativen Schafproduktvermarktung** wird die jahrelange gemeinsame Geschichte der *Tauernlammgenossenschaft* (gegründet 1979), eine der ältesten noch bestehenden und erfolgreichen Initiativen, in deren breiter Angebotspalette landwirtschaftlicher (Verarbeitungs)Erzeugnisse das Qualitätslammfleisch „wichtigstes Nebenprodukt“ ist (Zehentner 1997). Eine weitere Kooperation von Schafbauern ist die *Weizer Schafbauerngenossenschaft*, die 1996 gegründet worden ist und neben Qualitätslammfleisch große Mengen an Schafmilchprodukten in Form von Joghurt und Käse vertreibt. In diese dritte Gruppe der kooperativen Schafproduktvermarktung fällt darüber hinaus die „*Villgrater Natur*“ (Josef Schett KEG), die sich im Lauf der Zeit auf den Schwerpunkt der Wollverarbeitung in Form von Dämmstoffen und Bettwaren verlegt hat.

Arten der **sozialen Dienstleistungen** am Bauernhof werden anhand der Alten- und Kinderbetreuung wie auch anhand einer Therapiestation für ehemals Drogenabhängige am Bauernhof aufgezeigt. Ein Ziel-5b-Projekt (*Betreutes Wohnen*), das von der Bezirksbauernkammer Perg in Oberösterreich betreut wird, umfaßt die Ausbildung von zehn Bäuerinnen und einem Bauern zur/zum Altenbetreuer/in wie auch den Umbau ungenutzter landwirtschaftlicher Nebengebäude zu altengerechten Senior/innenwohnungen. Die Vorarlberger Landwirtschaftskammer führt seit 1995 das Pilotprojekt *Kinderferien am Bauernhof* durch, dessen Ziel es ist, Eltern und vor allem Alleinerzieher/innen in der Zeit der Sommerferien in der Kinderbetreuung zu unterstützen. Wie auch im zweiten Kinderkurzeitbetreuungsprojekt, in dem eine Landfrau im Raum Münster in Deutschland Geburtstagsfeiern für Kinder am Bauernhof anbietet, soll dabei gleichzeitig den Kindern das Thema Landwirtschaft nä-

hergebracht werden. Auf der Grundlage der Annahme, daß die Arbeit in der Landwirtschaft auch eine therapeutische Wirkung haben kann, gibt es Drogentherapiestationen zum Teil auf aufgelassenen Bauernhöfen. Der hierin beschriebene Fall handelt von einem Biobauern und Therapeuten in Vorarlberg, der auf seinen eigenen Hof eine solche Station eingerichtet hat.

Im Bereich **Energie und Umwelt** werden Biomasseanlagen, die zum Großteil von Bauern betrieben werden, und der Bau von Solaranlagen wie auch Landschaftspflegeleistungen, die immer öfter entgeltlich im Rahmen kommunaler Dienstleistungen erbracht werden, allgemein beschrieben. Ebenfalls als kommunale Dienstleistung kompostiert ein Bauer im Bezirk Murau in der Steiermark Bioabfall. Dieses Beispiel wird hierin dargestellt.

Auch in anderen Beispielen wurden vielfach landwirtschaftliche Gebäude im Zusammenhang mit einer Einkommensalternative umgenutzt. Im Rahmen der **Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude** wird eine *Seminarbäuerin* in Oberösterreich beschrieben, die in einem umgebauten Pferdestall Brotback- und Blumengesteckkurse vorwiegend für Bäuerinnen abhält. Ein weiteres Beispiel zeigt ein *Bauernhofcafé* in Deutschland, das in einem umgebauten Kuhstall eingerichtet wurde, worin hofeigene und saisonale Produkte als Speisen verkauft werden.

Die Kategorie **sonstige Dienstleistungen** spannt sich ebenfalls horizontal über sämtliche anderen Bereiche und beinhaltet die Beschreibung eines *LandfrauenService* in Deutschland, einem Pilotprojekt, das von seiten der Westfälischen Landwirtschaftskammer und dem Deutschen Landfrauenverband gestartet worden ist. Darin wird versucht, Einkommensalternativen in erster Linie für Landfrauen ausfindig zu machen und deren Entwicklung durch Vereine, die als Drehscheibe wie auch als Plattform für Erfahrungsaustausch dienen, zu unterstützen. Ein weiteres Beispiel geht über die Landwirtschaft weit hinaus und befaßt sich mit der Verlagerung von Arbeitsplätzen von den Zentren in den ländlichen Raum. Es handelt sich dabei um das *Telebüro Retzerland*, das ähnlich anderen Telehäusern (wie beispielsweise die Telehäuser Waldviertel und Eschenau) beabsichtigt, durch Schaffung von Telearbeitsplätzen das Pendeln zu reduzieren und durch die Vermittlung von betriebswirtschaftlichen know how wie auch dem zur Verfügung Stellen einer Büro-Infrastruktur Jungunternehmer/innen den Einstieg in das freiberufliche Selbständigwerden zu erleichtern.

### ***Die Vernetzung der Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen***

Um die Ergebnisse der Erhebungen und auch allgemeine Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren ländlicher Initiativen in einer interdisziplinären Gruppe zu diskutieren und damit eine möglichst breite Basis der verschiedenen Sichtweisen und Zugänge zu diesem Thema zu gewinnen, wurde am 12. März 1997 der **Workshop „Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen von Initiativen“** an der Bundesanstalt für Bergbauernfragen veranstaltet (s. Übersicht 1).

Die Ergebnisse dieses Workshops stellen sowohl inhaltlich als auch im Hinblick auf die Strukturierung des Kapitels der Zusammenfassung und der allgemeinen Schlußfolgerungen einen Leitfaden dar.

Im Rahmen einer Gruppenarbeit wurden Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen, die von den einzelnen Teilnehmer/innen zusammengetragen worden sind, in zwei große Kategorien eingeteilt. Zum einen geht es um persönliche, soziale und organisatorische Voraussetzungen (s. 3.1), die an Akteur/innen am Beginn wie auch in einer bereits angelaufenen und erfolgreichen Initiative gestellt sind. Zum andern hängt der Erfolg auch von der Gestaltung relevanter Rahmenbedingungen (s. 3.2) ab, auf die die Akteur/innen zum Teil selbst keinen Einfluß haben, die jedoch nicht außer Acht gelassen werden dürfen.

Im folgenden wird versucht, die Einflußfaktoren auf die Ideenfindung und Umsetzung von Initiativen im allgemeinen und den im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Einkommensalternativen im speziellen herauszuarbeiten. Dabei stellt sich die Frage, inwieweit teilweise komplexe und ineinander verflochtene Erklärungsmuster auf einer Ebene verdeutlicht werden können, damit sie auch in der Praxis eine Relevanz haben (*Thomas Dax*<sup>33</sup>). *Robert Zehentner*, Geschäftsführer und Mitbegründer der Tauernlammgenossenschaft, meinte im Abschluß an eine Gruppenarbeit, in der im Rahmen eines Workshops (s.u.) Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen von Initiativen erarbeitet worden sind: „Wenn ich das alles vor der Gründung der Tauernlamm bedenken hätte müssen, wäre es nie dazu gekommen.“

Diese Studie ist als Hilfestellung für die Erklärung von maßgeblichen Einflußfaktoren für Initiativen zu verstehen, wird jedoch für Akteur/innen und Berater/innen vor Ort nicht alle Fragen einer konkreten Umsetzung beantworten können. Darüber hinaus soll die Arbeit Anregungen für die Ideenfindung

---

<sup>33</sup> Bei Zitaten der Teilnehmer/innen des Workshop wird in Klammer deren *Namen kursiv* angegeben.

und Handhabung der Umsetzung von Einkommensalternativen in der Landwirtschaft liefern.

**Übersicht 1: Workshop „Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen von Initiativen“**

Daran teilgenommen haben (in alphabetischer Reihenfolge):

Thomas Dax: Bundesanstalt für Bergbauernfragen

Luis Fidlschuster: ÖAR-Regionalberatung Wien,  
Leader-Netzwerk Österreich

Michael Groier: Bundesanstalt für Bergbauernfragen

Martin Hebertshuber: IFF (Institut für interdisziplinäre Forschung und  
Fortbildung)

Hannes Klug: Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung  
Landes- und Regionalplanung

Josef Krammer: Bundesanstalt für Bergbauernfragen

Elisabeth Loibl: Bundesanstalt für Bergbauernfragen

Robert Lukesch: ÖAR-Regionalberatung International

Michael Machatschek: Freiberuflicher Landschaftsplaner

Josef Maitz: ÖAR-Regionalberatung Gleisdorf

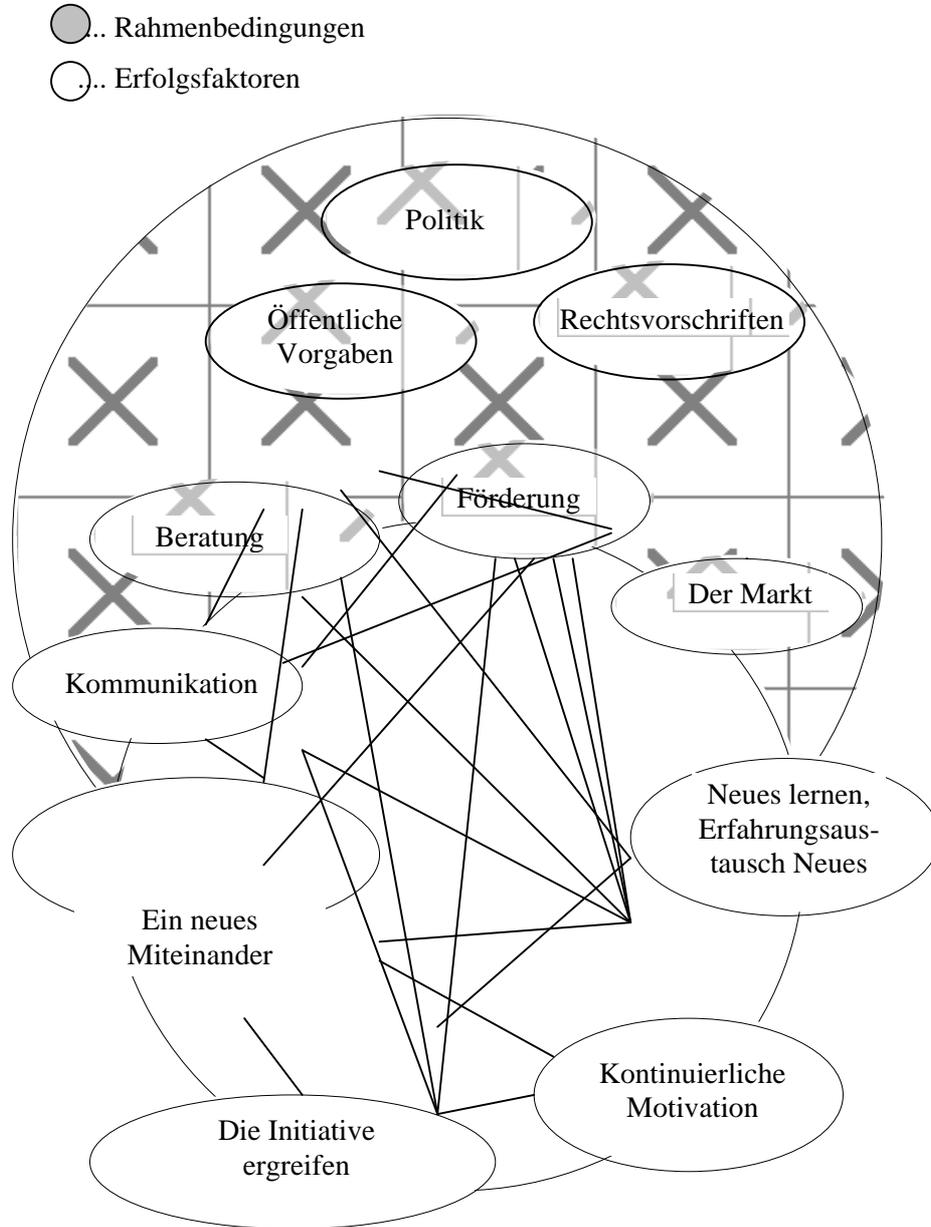
Doris Nagelstätter: ÖVAF (Österreichische Vereinigung für  
agrarwissenschaftliche Forschung)

Gisela Zechner: Agrarmanagement und Regionalentwicklung

Robert Zehentner: Bauer und Geschäftsführer der  
Tauernlammgenossenschaft

Mit der Abbildung 16 wird eine Übersicht der bestimmenden Faktoren und Rahmenbedingungen gegeben, die deutlich macht, daß die einzelnen Momente sich gegenseitig bedingen und untereinander horizontal und vertikal vernetzt sind.

**Abbildung 16: Die Vernetzung der Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen von Initiativen**



### **3.1 Persönliche, soziale und organisatorische Voraussetzungen**

Ein wesentliches Merkmal der Einfluß- und Erfolgsfaktoren wie auch der unter Punkt 3.2 erarbeiteten Rahmenbedingungen ist es, daß sie ein komplexes System darstellen, sich gegenseitig bedingen oder das eine vom anderen abhängig ist und oftmals horizontal und vertikal vernetzt sind. Um einen Versuch zu unternehmen, die ineinander verwobenen Sachverhalte zu erklären, werden sie in der Wissenschaft oft umfangreich und kompliziert beschrieben, während von den Akteur/innen in der Praxis oft intuitiv und zielstrebig an eine Gegebenheiten herangegangen wird. So stellte beispielsweise Robert Zehentner im Anschluß an die Ausarbeitung der Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingung im Rahmen des Workshops fest: „Wenn wir das alles berücksichtigen und überdenken hätten müssen, wäre es erst gar nicht zur Gründung der Tauernlamm gekommen.“ Die schlußfolgernden Betrachtungen im Rahmen dieser Studie werden daher unter dem Blickwinkel der Frage beleuchtet, welchen Beitrag die Wissenschaft für die Praxis bringen kann.

Die jeweiligen Anforderungen an persönliche, soziale und organisatorischen Fähigkeiten, werden hier nicht in der drohenden Haltung mit einem erhobenen Finger aufgelistet, in der Art: „Wer erfolgreich sein will, muß so und so sein oder dieses oder jenes tun!“, sondern soll Anregungen und eine Zusammenschau der beobachteten Phänomene wie auch der reflektierten Eindrücke vermitteln.

#### **3.1.1 Die Initiative ergreifen - Initiierende Faktoren, Impulse und Entwicklungsphasen**

In der empirischen Erhebung war es eine der zentralen Aufgaben, herauszukristallisieren, wodurch die Initiative ausgelöst wurde, welche Einflußfaktoren dabei eine Rolle spielten, wie es zu der Idee und später zu der Umsetzung gekommen ist. Dabei waren eine Reihe unterschiedlicher ineinander verwobener Faktoren ausschlaggebend.

#### ***Die Wahrnehmung***

Die Wahrnehmung ist eine wichtige Komponente, die mehrere Facetten aufweist. Um eine Veränderung durchzuführen, muß der unbefriedigende Zustand davor wahrgenommen, sprich registriert und kritisch zur Kenntnis genommen werden. So war beispielsweise auslösendes Moment für die Regio-

nalentwicklung im Lesachtal eine Umfrage, die 1984 von der Landjugend durchgeführt worden ist, die den Einwohner/innen deutlich die wirtschaftliche Lage vor Augen geführt hat, beispielsweise, daß mehr als die Hälfte der Erwerbstätigen aus dem Tal auspendelte (Waldert 1992, S. 34).

Oftmals ist es auch die Wahrnehmung regionsfremder Menschen von außen, wie im Beispiel der KOPRA. Die Gründer/innen dieser Direktvermarktungskoope-ration waren regionsfremde Menschen und zum Teil aus der nicht-bäuerlichen Bevölkerung, die im Großen Walsertal eine Initiative starteten, um den kleinstrukturierten Betrieben in einer allgemein benachteiligten Region das wirtschaftliche Überleben zu sichern.

Eine neue Art von Wahrnehmung der Umgebung kann aber auch bedingt sein durch einen interessanten Vortrag, der über die Probleme der Region handelt, durch Aktionen der Dorf- und Stadterneuerung wie auch der Eigenständigen Regionalentwicklung, oder auch durch eine Katastrophe, wie beispielsweise das Erdbeben in Friaul, das zu einer erfolgreichen Clusterbildung in der Sesselproduktion geführt hat.

Es müssen aber auch die Fähigkeiten der/des einzelnen wahrgenommen werden können, wenn eine neue Tätigkeit in Angriff genommen werden soll. Abgesehen von einem unzureichenden Einkommen ist meist das Gefühl oder das Wissen darüber, daß einem die bisherige Tätigkeit nicht liegt oder auch andere Begabungen in der Zwischenzeit brachliegen, oftmals ausschlaggebend für eine erwerbswirtschaftliche Veränderung.

Die Wahrnehmung umfaßt aber auch das Beobachten von Markttrends und der Bedürfnisse der potentiellen Kund/innen („*Man muß schauen, was es auf dem Markt gibt und was es braucht*“ - Martin Sanoll). Der Austausch über Angebot und Nachfrage funktioniert dann am besten, wenn die Konsument/innen entweder selbst in eine Initiative eingebunden sind oder die Produzent/innen einen direkten Kontakt zu ihrer Kundschaft haben.

### ***Impulse und Beweggründe***

Die im Rahmen dieser Studie untersuchten Beispiele an Initiativen erhalten von verschiedenen Seiten und Institutionen Impulse, und werden auch aus unterschiedlichen Beweggründen umgesetzt. Am Anfang steht meist nicht die Idee, sondern der Wunsch, etwas verändern zu wollen. Damit es jedoch tatsächlich zu einer Veränderung kommen kann, müssen sich die Akteur/innen klar darüber werden, was sie machen oder was sie anders machen wollen. Dh sie müssen Perspektiven entwickeln (s. dazu Unterpunkt „*Ziele setzen*“).

Wie die einzelnen Initiativen letztlich zu einer Kernidee gekommen sind, läßt sich anhand einiger ausgewählter Beispiele darstellen:

Beim Ziegenmilchkosmetikhersteller Martin Sanoll ergab ein Produkt das andere. Markttrends wurden und werden vor Ort beobachtet, nämlich indem direkt das Gespräch mit den Kundinnen gesucht wird oder das Angebot am Markt erforscht wird. Ausschlaggebend für die Kosmetikherstellung war der Hinweis einer früheren Sennerin, daß seinerzeit aus Molke Essig und Gesichtswasser hergestellt worden ist.

Im Falle der KOPRA in Vorarlberg war der Erfahrungsaustausch mit der KAG in der Schweiz maßgeblich wie auch der politische Wille, im Großen Walsertal, einer strukturschwachen Region in Vorarlberg, die Landwirtschaft aufrechtzuerhalten.

Vielmals sind die Gründe ganz einfach die, daß die Akteur/innen die herkömmliche Produktion verändern wollen. Der auslösende Faktor für die Umstellung auf Schafhaltung bei der Tauernlammen Genossenschaft in Salzburg war, daß die Bauern, die schließlich die Tauernlammen Genossenschaft gegründet haben, die Milchviehhaltung aufgeben wollten. Bis zur tatsächlichen Umsetzung sollten aber noch einige Jahre vergehen (s. Unterpunkt „*Faktor Zeit*“). Auch für den Biomüllkompostierer Werner Maier in der Steiermark, den „Tischlein deck dich“ - Lieferanten Hans Danner, den Innervillgrater Josef Schett, die Weizer Schafbauern wie auch die Stutenmilchherstellerfamilie Hehle war die geringe Freude bzw. der niedrige Preis für die Milchviehhaltung ein ausschlaggebender Faktor für ihre Umstellungen.

Für die Bildung einer Kooperation ist es darüber hinaus erforderlich, daß die Akteur/innen einen ähnlichen Problemdruck haben, um gemeinsam etwas verändern zu wollen und können. Die Beurteilung der Problemlage hängt wiederum sehr stark von der eigenen und der Wahrnehmung der anderen ab.

Ein Akteur meinte, daß diejenigen, die eine Idee haben, vielfach nicht dieselben sind, die diese Idee auch umsetzen. Dazu ist es aber erforderlich, daß es zu einem Austausch kommt und die Ideen „nicht einem Patentrecht unterliegen“. Eine Initiatorin eines Regionalprojektes: „Es ist nicht wichtig, daß die Erfinder/innen auch die Umsetzer/innen sind. Wir hatten die Idee, die von anderen umgesetzt wurde. Letztlich hat immer das eine das andere ergeben und so wurde im Lauf der Zeit das daraus, was es heute ist.“

### ***Faktor Zeit***

Der Faktor Zeit spielt im allgemeinen und in vielerlei Hinsicht eine entscheidende Rolle im Zusammenhang mit dem Beginn von etwas Neuem. Es heißt, die Zeit muß reif sein, wenn man etwas vorhat. Eine sehr gute Idee hilft nichts, wenn sie nicht aufgenommen werden kann, weil der Boden dafür noch nicht geebnet ist. Es müssen auch immer zur richtigen Zeit die richtigen Leute zusammenkommen, um Ideen und Vorschläge, wie sie umgesetzt werden können, ein konstruktives Gespräch ergeben und später zu konkreten Umsetzungsschritten führen können.

Vielfach vergingen Jahre zwischen dem Zeitpunkt, in dem eine Idee zum erstenmal aufgetaucht ist, bis zu der Zeit, in der sie umgesetzt wird. So hat die Gruppe der Bauern, die die Tauernlammgenossenschaft gegründet hat, von Anfang der 70er Jahre an immer wieder darüber diskutiert, daß Schafhaltung eine Alternative zur Milchviehhaltung darstellen würde und sie gemeinsam die Vermarktung der Lämmer organisieren könnten. Zur Gründung der Tauernlammgenossenschaft kam es schließlich 1979.

Die Idee, ein Bio-Partyservice einzurichten, hatte der Biobauer und „Tischlein deck dich“ - Lieferant Hans Danner schon in der zweiten Hälfte der 80er Jahre. „Tischlein deck dich“ wurde schließlich Anfang der 90er Jahre gestartet, als eine Organisation die Nachfrage nach dieser Art von Buffets an den Bioverband „Ernte für das Leben“ in Oberösterreich richtete.

Die Weizer Schafbauerngemeinschaft mußte sich sehr rasch dazu entschließen, eine Genossenschaft zu werden, da die Molkerei in Weiz, bei der sie ihre Schafmilch zur Verarbeitung ablieferten, geschlossen wurde. Die Idee entstand bereits bei der ersten Besprechung mit dem Berater Maitz, als gemeinsam Strategien überlegt wurden, wie die Schafbauerngemeinschaft auf die drohende Schließung reagieren soll. Hier fiel bereits - mehr zur Beruhigung als zu einer Absichtserklärung gedacht - der Satz: „Zur Not übernehmen wir die Molkerei selbst,“ was noch vieler langer Sitzungen an Überzeugungsarbeit der übrigen Mitglieder der Weizer Schafbauerngemeinschaft bedurfte, aber letztlich bereits ein paar Monate später verwirklicht wurde.

Im sehr jungen Beispiel des Telebüro Retzer Land hatte einer der Akteure bereits Ende der 80er Jahre die Idee dazu. Erst als eine ähnliche Idee von zwei weiteren, späteren Akteuren ebenfalls aufgegriffen worden ist und alle drei zusammengekommen sind und darüber gesprochen haben, folgten erste konkrete Durchführungsschritte. Der Verein wurde zu Beginn 1996 gegründet.

### ***Die Phasen eines Entwicklungsprozesses***

Vielfach können verschiedene Zeitabschnitte in den Initiativen unterschieden werden. In der ersten Phase, der **Phase der Motivation**, geht es in erster Linie darum, die Akteur/innen zu animieren und zu aktivieren, das, worum es geht, soll Zeit haben, sich im Bewußtsein der Leute festzusetzen und dem Mut und der Motivation für die Arbeit dienen. Es gibt in dieser Phase noch keine festgelegten Strukturen und auch keine Sicherheiten darüber, ob das Vorhaben gelingen oder wie es sich entwickeln wird. Diese Phase ist ganz und gar kritisch und bedarf einer ausgesprochenen Feinfühligkeit und Zielstrebigkeit. In einer Gruppe von Akteur/innen sind in dieser Phase mehr noch als später, obwohl sie auch dann gebraucht werden, integrative Personen sehr wichtig, die die interessierten und aktiven immer wieder an einem Tisch zusammenbringen und im Fall von Unstimmigkeiten Kompromisse finden können.

In einem zweiten großen Schritt (wobei die großen in viele kleine Schritte unterteilt werden können und die Übergänge fließend sind), der **Phase des Aufbaues und der Umsetzung**, wird die erforderliche Struktur geschaffen. Es wird beispielsweise ein Verein gegründet, Räumlichkeiten für ein Büro angemietet, die entsprechende Maschine gekauft, die für die Durchführung der Arbeit erforderlich ist oder um (Um)Baubewilligungen angesucht, die dazu erforderliche Finanzierung durchkalkuliert und sich über eventuelle Fördermöglichkeiten informiert bzw. angesucht.

In der **Phase der Konsolidierung** stabilisiert sich die Initiative. In diesem Abschnitt, der jedoch zeitlich nicht fix eingegrenzt werden kann, ist es besonders wichtig, nicht zu übersehen, wenn eine Veränderung wieder vonnöten ist. Hier darf es zu keiner Stagnation kommen, da sonst das Unternehmen früher oder später wieder ausläuft.

Alle drei Phasen greifen ineinander und bilden eine Art Spirale oder Wendeltreppe, dh die Akteur/innen kommen immer wieder an einen bestimmten Punkt zurück, befinden sich jedoch auf einer anderen Ebene, in einem anderen Zeitabschnitt (*Robert Lukesch*).

Die Unterscheidung der einzelnen Zeitabschnitte ist in erster Linie für die Beratung von außerordentlicher Bedeutung. Es muß je nach Entwicklungsphase entsprechend agiert und reagiert werden können. (s. 3.2.2 Die Beratung von Initiativen).

### **Ziele setzen**

Um zu veranschaulichen, daß es sich dabei um einen bewußten Veränderungsprozeß handelt, ist es wichtig, klare Zielvorstellungen zu formulieren. Es sollte dabei aber nicht nur um wirtschaftlich attraktive Perspektiven gehen, obwohl diese natürlich auch sehr wichtig sind. Eine Veränderung wird sicherlich dann am besten herbeizuführen sein, wenn möglichst viele Einflußfaktoren berücksichtigt werden. Dazu müssen übergeordnete Zusammenhänge erkannt werden wie auch ein politischer Hintergrund gegeben sein - beispielsweise die Überlegung ökologiegerechte Produktionsverfahren anzuwenden, die Landwirtschaft in einem bestimmten benachteiligten Gebiet aufrechtzuerhalten oder durch die Initiative Arbeitsplätze schaffen zu wollen.

Bevor konkrete Ziele für die Zukunft gesetzt werden können, ist es jedoch wichtig, daß die Ist-Situation genau analysiert wird. Darüber hinaus müssen die Akteur/innen bei der Entscheidung für oder gegen eine bestimmte Einkommensalternative persönliche, finanzielle, arbeitswirtschaftliche, rechtliche und soziale Faktoren berücksichtigen.

Von der Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe wurde in diesem Zusammenhang das Beratungskonzept *PROFIL* (Projekt zur Berufsorientierung von Frauen in der Landwirtschaft) entwickelt, um Frauen in der Landwirtschaft die Möglichkeit zu bieten, ihre Berufsorientierung im familiären und betrieblichen Gesamtzusammenhang zu sehen.

Primär dient *PROFIL* dazu, um der Beratung und den Landfrauen entsprechende Grundlagenmaterialien zur Verfügung zu stellen, anhand dessen notwendige Informationen vermittelt, individuelle Bewertungen vereinfacht und zur Qualitätssicherung standardisiert werden können. Das Durcharbeiten der einzelnen Infobausteine soll sicherstellen, daß keine wesentlichen Bestimmungsfaktoren, die während der Entscheidung beachtet werden müßten, unberücksichtigt bleiben. Daraus können letztlich Ziele abgeleitet und konkrete Maßnahmen, sprich Umsetzungsschritte, gesetzt werden.

Wirtschaftlicher Erfolg darf jedoch nicht zu früh erwartet werden, jede Initiative sollte langsam wachsen. Zu rasche wirtschaftliche Erfolge können sich letztlich als ein „Strohfeuer“ herausstellen, das rasch wieder erlischt. Wirtschaftliche Interessen der Beteiligten sind dabei jedoch nicht außer acht lassen („Die erste Tätigkeit bei der Umsetzung einer Idee sollte es sein, sich zu überlegen, wie Einnahmen beschafft werden können“ - Toni Trauner, Telebüro Retzer Land), hingegen ist in Kooperationen Vorsicht vor der Profitgier einzelner geboten.

### 3.1.2 Neues Lernen

Die Ausbildung im herkömmlichen Schulsystem hat uns in erster Linie logisches und kausales Denken beigebracht. Was dabei verabsäumt worden ist, ist aufgrund des mangelhaften praktischen Lernens das Erkennen von Zusammenhängen und vor allem auch, daß nicht alles schwierig und mühsam sein muß, was mit Lernen zusammenhängt. Daß im Pflichtschulunterricht nicht die Fähigkeiten der/des einzelnen gefördert werden, sondern von allen dieselbe Leistung erwartet wird, unabhängig davon, ob jemand dafür auch die entsprechende Begabung hat, schadet in erster Linie der Kreativität, die meist erst durch viele Jahre praktische Erfahrungen im Beruf wieder ausgegraben wird.

#### *Kreativität, Experimentierfreude und Phantasie*

Es heißt, daß gerade diejenigen, die sich nicht in das strenge, fortschrittsfeindliche und die Kreativität unterdrückende Schulsystem einpressen lassen, oft kreative Ideen für ihren Beruf entwickeln und damit erfolgreich sind. Martin Sanoll hat das Gymnasium nach einem Jahr aufgegeben, weil er sich lieber mit einer Kleintierzucht beschäftigen wollte. Durch seinen Kontakt mit der Landwirtschaft hat er dann die Landwirtschaftsschule absolviert („weil ein Abschluß doch wichtig ist“). Derzeit ist der dreifache Familienvater von zwei schulpflichtigen Buben und einem Bub im Vorschulalter aktiv am Bau einer Schule für Alternativpädagogik beteiligt. Er selbst hat seine Experimentierfreudigkeit von seinem Vater mitbekommen, der sich nicht auf ein fixes Berufsbild einlassen wollte und schließlich als Nichtbauer in die landwirtschaftliche Direktvermarktung von Bioprodukten eingestiegen ist, als noch lange keine Rede von Bio war.

Vielfach entstand in den Interviews der Eindruck, daß die Akteur/innen erst nachdem sie sich von den linearen Denkstrukturen gelöst haben, jene Kreativität entwickelten, die für die Ideenfindung und eine neue Aktivität erforderlich ist. Damit hängt auch zusammen, daß die eigenen Neigungen und Fähigkeiten oftmals erst erkannt werden müssen, weil sie unter dem Lernzwang auf der Schulbank verschüttet worden sind.

#### *Weiterbildung*

Bildung und Weiterbildung stellt im Zusammenhang mit Innovationen ein zentrales Thema dar. Ausnahmslos hatten alle Akteur/innen Weiterbildungskurse besucht, viele eine außerlandwirtschaftliche Ausbildung abgeschlossen. Die Lernbereitschaft war unter den Akteur/innen durchwegs vorhanden.

Martin Sanoll hat sich unentwegt über Kosmetikherstellung und Marketingstrategien autodidaktisch weitergebildet. Ebenso das Ehepaar Hehle, das sich so sehr in Studien über die Wirkungen der Stutenmilch vertieft hat, daß sie an einer wissenschaftlichen Mitarbeit an einem Projekt interessiert sind. Der „Tischlein deck dich“ Lieferant Danner besucht jeden Winter Weiterbildungskurse der Landwirtschafts- oder der Wirtschaftskammer und ähnlicher Stellen. Die Akteure der Bauernkooperation kommunale Dienstleistungen Murau (Biomüllkompostierung) unternehmen gemeinsam Exkursionen zu Betrieben, und bilden sich durch Erfahrungsaustausch.

### ***Lernen durch Erfahrungsaustausch***

Neue Formen, sich Kenntnisse anzueignen, sind praktisches und projektorientiertes Lernen, oftmals außerhalb des eigenen Betriebes oder auch außerhalb der Region. „Der bäuerliche Mensch lernt mit dem Auge,“ meinte Robert Zehentner, er müsse daher die praktischen Dinge sehen können, aus einer schriftlichen Abhandlung sei das Lernen für ihn schwierig bis unmöglich.

Alle drei Kooperationen der Schafproduktvermarktung (Tauernlamm, Weizer Schafbauern und Villgrater Natur) führten Exkursionen zu in- und ausländischen Betrieben, die bereits mit der Schafhaltung und Lammfleischvermarktung begonnen hatten, durch.

Akteur/innen der KOPRA holten die Erfahrungen der Schweizer Direktvermarktungsorganisation KAG, einer großen Direktvermarktungsorganisation in der Schweiz, über den Rhein und sind inzwischen selbst ein Exkursionsbetrieb.

Gerlinde und Josef Hofer haben die Schweine- auf Schafhaltung umgestellt, und produzieren Schafmilchprodukte, nachdem sie schaf- und ziegenhaltende Betriebe besichtigt hatten. Mittlerweile sind auch sie ein Exkursionsbetrieb. Die Seminarbäuerin aus Oberösterreich wird öfter von Bäuerinnen gefragt, wie sie es anstellen sollen, um ebenfalls Blumengesteck- oder Brotbackkurse zu geben. Sie ist jedoch davon überzeugt, daß andere sie nicht einfach nachmachen können, weil jede selbst herausfinden muß, was ihr liegt und wie sie das am besten umsetzt. Eine Exkursion auf ihrem Hof dient ihrer Meinung nach lediglich einem Sammeln von Anregungen.

Sowohl die ***Offenheit***, sich mit den Erfahrungen anderer auseinanderzusetzen als auch die ***Aufgeschlossenheit***, anderen an den eigenen Erfahrungen und Kenntnissen teilhaben zu lassen, ist für den Großteil der Akteur/innen dieser Untersuchung charakteristisch. Der Berater *Josef Maitz* hat die Erfahrung gemacht, daß diejenigen Projekte, die offen und bewußt ihre Erfahrungen

herzeigen und diskutieren, auch diejenigen sind, die es schaffen, einen Vorsprung zu halten, während solche, die darauf bedacht sind, sich einzumauern und aus Konkurrenzangst niemandem etwas zeigen wollen, sich nicht lange halten. Unter den im Rahmen dieser Studie untersuchten Initiativen sind viele Exkursionsbetriebe.

Insgesamt hat die Art der Beschäftigung im Rahmen von Initiativen etwas mit **Selbstverwirklichung** zu tun. Die meisten Akteur/innen tun das, was sie als ihre Fähigkeiten und teilweise sogar als ihr Talent erkannt haben. Und dafür gibt es keine Rezepte.

### ***Projektorientiertes Lernen***

Im derzeit geplanten Telecenter Umhausen, Ötztal in Tirol, wird ein projektorientierter Computerkurs für Bäuerinnen angeboten. Es sollen nicht nur Computer- und Programmkenntnisse vermittelt werden, sondern praxisbezogen die Handhabung der verschiedenen Programme gelernt und unmittelbar in die Realität umgesetzt werden. Das heißt, es sollen die Programmkenntnisse nicht mehr losgelöst von den Anforderungen der Lernenden vermittelt werden. Im ersten Ausbildungslehrgang (Frühjahr und Herbst 1997) werden 20 Bäuerinnen einen „virtuellen Bauernhof“ erarbeiten und verwalten. Die Teilnehmerinnen lernen im Zusammenhang mit der Erstellung eines Antrages für eine Förderung, eines Informationsblattes für Urlauber/innen am Bauernhof oder eine Angebotspalette im Rahmen der Direktvermarktung gleichzeitig, wie die Textverarbeitung per Computer funktioniert.

### ***Leute von außen***

Bei den Akteur/innen, die Impulse für Innovationen setzen, handelt es sich oftmals um Menschen, die ihre beständige Umgebung, das Dorf, in dem sie aufgewachsen sind, eine bestimmte Zeit verlassen haben, entweder woanders gelebt oder oft unterwegs waren oder auch außerlandwirtschaftlich gearbeitet haben. Das heißt, es ist erforderlich, den eigenen Radius solange zu verlassen, bis der Blick über den eigenen „Heferland“ möglich ist und Neues an Ideen, vermengt mit dem dazugehörigen Tatendrang, um diese Idee auch umzusetzen, Platz greifen kann. Dazu muß vorher der notwendige Abstand gewonnen werden, um nicht den ausgetrampelten Wegen der Vorfahren und Mitbewohner/innen im Dorf folgen zu müssen, sondern sich selbst einen neuen Weg durch teilweise schwer zu durchdringendes Dickicht schlagen zu können. Dies kann eindeutig als Voraussetzung für innovatives Verhalten angesehen werden.

Auf der anderen Seite ist es wichtig, das tradierte Wissen jener Menschen, die in der Region leben, vor allem die Beobachtungen der Bäuerinnen und Bauern in der Natur, einfließen zu lassen und mit regionsfremdem Wissen zu vermengen. Das Wissen von außerhalb kann nur Fuß fassen, wenn es mit den Erfahrungen der Menschen vor Ort in Verbindung gebracht werden kann (*Robert Lukesch*).

### ***Professionalität und Qualifizierung***

Vor allem in betriebswirtschaftlichen Belangen ist Professionalität maßgeblich, aber auch in vielen anderen Gebieten ist eine entsprechende Qualifikation unerlässlich, vor allem im Sozialbereich. So müssen die zehn Bäuerinnen und ein Bauer, die im Raum Perg, Oberösterreich, Senior/innenwohnungen am Hof umbauen wollen, eine Ausbildung zur/zum Altenbetreuer/in absolvieren. Für die Biomüllkompostierung war eine fachspezifische Ausbildung vor Beginn und eine kontinuierliche Weiterbildung Voraussetzung, um von den Bürgermeister\*innen den Auftrag zu bekommen. Das Telebüro Retzer Land bietet von sich aus Weiterbildungsmöglichkeiten an wie auch die Seminarbäuerin in Oberösterreich. Auch für das LandfrauenService in Deutschland ging eine 100-stündige Ausbildung voraus, aus dem heraus die Vereine gegründet und die unterschiedlichen Aktivitäten entwickelt worden sind. Diese Vereine sind auch gleichzeitig eine Plattform für den kontinuierlichen Erfahrungsaustausch.

Darüber hinaus ist in jeder Initiative eine kontinuierliche Bildungs- und Motivationsarbeit erforderlich.

### 3.1.3 Kontinuierliche Motivation

#### *Rasche Umsetzungserfolge*

Besonders am Anfang ist es wichtig, rasche Umsetzungserfolge zu erzielen und sei es durch einen Artikel in der lokalen Zeitung, in dem über die startende Initiative berichtet wird, oder die ersten verkauften Produkte von der Kundschaft gut aufgenommen werden. Umgekehrt hat sich beispielsweise die Verzögerung der Genehmigung der Leader-II-Programme durch die EU-Kommission und der damit einhergehende verspätete Beginn der Projekte auf die Motivation einzelner Leader-Aktionsgruppen (LAGs) negativ ausgewirkt. Zum Teil waren bereits Abbröckelungstendenzen wahrzunehmen.

#### *Handlungsdruck und Risiko in Maßen*

Innerhalb der Projektgruppe ist der Handlungsdruck und ein gewisses Risiko auf eine Art zu kanalisieren, daß beides produktiv eingesetzt werden kann. Zuviel Druck und Risiko lähmt das Handeln, bei zuwenig fehlt das Engagement. Wie unter Punkt 3.1.1 bereits angeführt, ist es wichtig, sich Ziele zu setzen. Diese Ziele müssen jedoch erreichbar und greifbar sein, dh sie müssen in kleine Teilziele unterteilt werden, die in einem überschaubaren Zeithorizont bewältigt werden können. Damit kann der Handlungsdruck zum Teil eingedämmt werden.

Im Zusammenhang mit Leader-II- und Ziel-5b-Initiativen wurde von seiten der Manager/innen wie auch anderer Akteur/innen immer wieder das hohe finanzielle Risiko bemängelt, das trotz der finanziellen Unterstützung mit den einzelnen Projekten einhergeht. (s. 3.2.3 Unterpunkt *Förderung von Initiativen*)

#### *Ideelle Motivation*

Wirtschaftliche Mißerfolge oder Verzögerungen eines geplanten Projektablaufs sind u.a. durch eine entsprechende ideelle Motivation zu bewerkstelligen. Damit kann gleichzeitig gelernt werden, die Frustrationstoleranz zu heben. Wenn eine Initiative erfolgreich ist, gibt es nicht nur die Orientierung hin zum Markt, sondern es ist auch wichtig, daß sich die Akteur/innen auf die ideellen Werte besinnen, die sie dadurch verwirklichen wollen, indem sie beispielsweise neue Formen der nicht-hierarchischen Zusammenarbeit anwenden oder ökologiegerecht hergestellte Produkte absetzen wollen.

### ***Freude an der Arbeit***

Ein wesentlicher Aspekt, die Motivation aufrechtzuerhalten, ist daß mit dem Engagement auch die entsprechende Freude an der Arbeit einhergeht. Eine Akteurin meinte, es ist besser, die mitarbeitenden Akteur/innen geben offen zu, wenn sie eine gewisse Zeit keine Lust an der Arbeit haben oder sie sich überlastet fühlen, als es wird „hinterrücks stille Sabotage“ betrieben.

Arbeit, die bei ihrer Verrichtung ausschließlich Disziplin erfordert, wird auf Dauer mühsam. In der herkömmlichen Denkweise ist Leistung ohne Anstrengung nicht möglich: „Was keiner Anstrengung bedarf, ist keine Leistung im fähigkeitszentrierten Sinn“ (BMLF 1994, S. 97). Das war und ist die Philosophie der alten Schule, der Richtung: „Du mußt dich anstrengen, damit du es im Leben zu etwas bringst.“ Ohne Fleiß kein Preis. Alles, was viel Anstrengung kostet, ist im Umkehrschluß auch viel wert. Im kleinbäuerlichen Bereich ist seit jeher bekannt, daß viel Arbeit und Müh ein ganzes Leben lang nicht erfolgreich macht. Es kommt immer darauf an, wofür der Arbeitseinsatz geleistet wird. Vielfach geht eine Initiative darauf zurück, daß sich die Akteur/innen eine Beschäftigung gesucht haben, die ihren Fähigkeiten und Interessen mehr entspricht und damit von selbst ein Mehr an Freude und Befriedigung mit sich bringt.

### 3.1.4 Die Bedeutung der Kommunikation in Initiativen

„Durch's Red'n kommen d'Leut z'samm“

Das Reden und vor allem das offene miteinander Reden, wie es in der Erziehung durch frühere Generationen noch nicht vermittelt worden ist, trägt viel zu einer beständigen Zusammenarbeit bei. Für ein Individuum ist das Benennen-Können von Ansichten und Empfindungen ein wesentlicher Entwicklungsprozeß (*Hannes Klug*). Jemand, der oder die sowohl die eigenen Gefühle als auch das eigene Wollen ausdrücken kann, hat die Möglichkeit, sich mitzuteilen und kann bei entsprechender Sorgfalt im Umgang mit den Anliegen anderer viel eher den eigenen Wünschen nachkommen.

#### *Offen miteinander reden*

Vielfach wurde von den Akteur/innen vor allem in Kooperativen die Bedeutung des offenen und klaren Gespräches miteinander unterstrichen. Dafür ist es oftmals vorteilhaft, wenn sich die Aktiven untereinander schon kennen, damit sie auch kleine Gesten besser interpretieren können. Gemeinsame Erfahrungen und Grundeinstellungen stellen für eine Zusammenarbeit ein gutes Fundament dar. *Robert Zehentner* meinte, daß für ihre Kooperation die gemeinsame Ausbildung und das oftmalige Verbringen von gemeinsamer Freizeit für die späteren Genossenschaftler ausschlaggebend war, daß die Tauernlammgenossenschaft gegründet worden ist. Es stärkt auch die Gemeinschaft, wenn beispielsweise nach Vorstandssitzungen und dergleichen ein gemeinsamer Besuch im Gasthaus angeschlossen wird. Oft ist in geselligem Beisammensein leichter etwas anzusprechen, als unter anderen Umständen des normalen Alltags. Es gibt aber auch die Möglichkeit, eine bestimmte Zeit (einmal pro Woche oder im Monat) zu vereinbaren, in der sich alle Akteur/innen bzw. Mitarbeiter/innen eines Unternehmens zusammensetzen, um über ihre Anliegen, Änderungswünsche und dgl. zu äußern, wie dies bei der Villgrater Natur und auch bei „Tischlein deck dich“ der Fall ist.

Von seiten der traditionell agierenden Akteuren wird die Umsetzung neuer Pläne vielfach noch immer so gehandhabt, daß ihre Familie und oft nicht einmal die Ehefrau ein Mitspracherecht dabei hatte. Es wurde in zwei Initiativen offen gesagt, Widerstände habe es in der Familie keine gegeben, weil ja auch niemand gefragt worden ist.

Auf der anderen Seite werden Frauen vielfach durch ihre Ehemänner oder auch durch andere Familienmitglieder behindert, wenn sie etwas Neues vorhaben und ihren Arbeitsschwerpunkt verlagern wollen. Das bereits angeführte Beratungskonzept der Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe hat sich nicht zuletzt aus diesem Grund den Landfrauen zugewandt. Frauen haben eine gros-

se Sensibilität für die Veränderungen des Lebens (Dax/Niessler/Vitzthum 1993, S. 50), stehen daher einer Betriebsumstellung oder neuen Möglichkeiten der Einkommensschöpfung meist offener gegenüber und tragen mit viel Kreativität und Energie auch den entscheidenden Arbeitseinsatz bei deren Realisierung bei. Trotzdem ist gerade für sie die Entscheidung über ihre beruflichen Aktivitäten besonders schwierig, weil sie im Spannungsfeld der Familie, des landwirtschaftlichen Betriebes und des sozialen Umfeldes zu treffen sind und oftmals verstärkt Widerstände zu überwinden haben (Raum 1996).

Vielfach muß über Widerstände und Konflikte innerhalb der Familie, zwischen den Generationen hinwegkommen werden. Dax/Niessler/Vitzthum (1993) stellten im Rahmen der qualitativen Befragungen zum internationalen Erwerbsskombinationsprojekt fest, daß innerhalb der Familie oftmals Neuerungen behindert worden sind und sich interviewte Bäuerinnen und Bauern im Alter zwischen 50 bis 60 Jahren eingestehen mußten, daß sie „eigentlich mehr vorgehabt“ hätten.

Hinter jeder Veränderung steht ein System (beispielsweise die Familie), das Veränderung entweder zuläßt oder sie verhindert. Hier sind vielfach bereits im Vorfeld des Projektes die ersten Hürden zu bewältigen.

Für den Fall, daß es zu Konflikten kommt, sollten diese nicht soweit überhandnehmen, daß sie ein unbefangenes und ungezwungenes Gespräch nicht mehr möglich machen, weil sich damit die Spirale schonungslos nach unten zu drehen beginnt. Wenn störende oder beängstigende Einzelheiten nicht mehr benannt werden können, wäre es angebracht, eine Art Supervision zu betreiben. In einem solchen Rahmen kann durch eine/n außenstehende/n und qualifizierte/n Trainer/in oder Berater/in den zwischenmenschlichen Unstimmigkeiten auf den Grund gegangen werden. Sobald beunruhigende Dinge wieder angesprochen werden können, verlieren sie an Bedrohung und es kann mit der Zeit wieder ein Klima des Vertrauens hergestellt werden. Vielfach ist eine prozeßorientierte Beratung auch schon zielführend, bevor sich ein Team in einer verfahrenen Situation befindet. Sobald konkrete Umsetzungsschritte für das Projekt gegeben sind, kann die Zielerreichung in bestimmten Abschnitten immer wieder durch eine/n qualifizierte/n Berater/in von außen überprüft werden.

Darüber hinaus ist eine konstruktive Gesprächsbasis mit den öffentlichen Stellen wie auch mit anderen Initiativen einem reibungslosen Ablauf bzw. einem nutzbringenden Erfahrungsaustausch förderlich. Auch innerhalb der Verwaltungsstellen werden komplizierte administrative Abläufe, die für die Koordination vieler Projekte erforderlich sind, durch eine gute Gesprächsbasis mit anderen Abteilungen und Behörden vereinfacht.

### 3.1.5 Ein neues Miteinander

*„Das gesellschaftliche Optimum ist nur durch kooperatives Verhalten erreichbar.“* (Rapoport 1991, zit. nach Neunteufel 1996, S. 17)

Vielfach gibt es in Kooperationen eine Art **Kerngruppe**, die die Initiative trägt den Großteil der Arbeiten erledigt und das Projekt umsetzt. Darüber hinaus braucht ein Projekt auch eine **breite Basis**, vor allem dann, wenn es um die Vermarktung großer Mengen geht, bedarf es auch vieler Mitglieder, die diese erzeugen. Erst in den letzten Jahren wurden vielfach Entscheidungsträger/innen der Region in Initiativen eingebunden, die aufgrund der patriarchalen Machtverhältnisse überwiegend männlich sind und daher als „**Väter**“ eines Projekt bezeichnet werden können (s. Unterpunkt *Von Schlüsselfiguren, Vätern und rückhaltbietenden Strukturen*).

Die im folgenden ausgearbeiteten Anforderungen an eine Zusammenarbeit betrifft lediglich die Gruppe der Aktiven.

#### ***Eindeutige Aufgaben- und Rollenverteilung***

Für die Zusammenarbeit in einer Gruppe ist es wichtig, möglichst am Beginn die Kernkompetenzen der einzelnen Akteur/innen bereits klar zu formulieren damit die Aktiven eine klare Kompetenzzuteilung vorfinden. Eine entsprechende Funktionsverteilung trägt innerhalb einer Kooperation zu einem reibungsloseren Ablauf der (Projekt)Arbeit bei. Dazu ist es erforderlich, deutlich umrissene Organisationsstrukturen aufzubauen und auch einen Überblick darüber zu gewährleisten, wer was zu tun hat. In Kooperationen geht es darum, daß die Mitglieder jene Fähigkeiten einbringen, die sie am besten können. Dabei soll niemand auf eine bestimmte Rolle festgeschrieben werden. Die einzelnen Akteur/innen werden zwar jene Funktion in das Team einbringen, die sie am besten können, aber es soll dennoch möglich sein, immer wieder etwas Neues zu lernen und in neue Aufgaben „hineinzuwachsen“.

Vor allem aber ist es wichtig, daß es innerhalb dieser Aufgabenverteilung möglichst keine Bewertungen gibt, sondern es sollte der Leitsatz gelten: „Wir machen etwas miteinander und jede/r macht das, was er oder sie am besten kann.“ Das heißt, die Aufgaben- und Tätigkeitsfelder sollten in einer nicht-hierarchischen Organisationsstruktur vernetzt werden.

Neigt zum Beispiel jemand dazu, immer alle Arbeit an sich zu reißen, wodurch anderen kaum die Möglichkeit gegeben ist, sich in einem bestimmten Aufgabenbereich zu profilieren, den diese genauso gut bewerkstelligen können, führt dies unweigerlich zu Konflikten. Oftmals führt das Überfunktionieren (vgl. Goldhor-Lerner 1987) sogenannter „G'schaftlhuber/innen“ dazu, daß

andere im Gegenzug dazu „unterfunktionieren“ und damit immer wieder bestätigen, daß sie etwas nicht können. Dieses Nichtkönnen ist aber oftmals auf die vorgefaßte Meinung der anderen zurückzuführen, von der sich „Unterfunktionierende“ beeinflussen lassen.

Es kommt vielfach vor, daß ein/e oder mehrere Akteur/innen, die zu den Schlüsselfiguren zählen und Teil der Kerngruppe sind, sehr viel Freude und Einsatzbereitschaft zeigen und daher mehr Zeit mit der Arbeit in der Initiative verbringen als andere. Auf der anderen Seite ist es jedoch auch wichtig, daß in einer Begrenzung der Arbeitszeit die Möglichkeit gesehen werden kann, neben dem Einsatz in der Initiative auch die gewünschte Lebensqualität aufrechtzuerhalten. Insgesamt hat die Mitarbeit der „weniger Aktiven“ genauso ihren Anteil am Erfolg, und es kommt letztlich auf eine geeignete Zeiteinteilung und Organisation an, wieviel von wem erledigt werden kann.

Vielfach liegt eine Überlastung in der Arbeit an einem mangelhaften Delegieren von Aufgaben, die auch andere erledigen könnten. So kam es in zwei untersuchten Beispielen von seiten der Geschäftsführung zu einer „alles oder nichts“ Entscheidung. Überlastet und mit der meisten Arbeit alleine gelassen und nicht an andere Akteur/innen abgegeben, waren sie eines Tages soweit, ihre Tätigkeit aufzugeben und ihre Position zur Verfügung zu stellen bzw. das Unternehmen auslaufen zu lassen. Letztlich kam es in beiden Initiativen zu einer Umorganisation, die den betroffenen die Arbeit erleichterte und zum Weitermachen motivierte. In vielen Fällen ist es zielführend, Teilbereiche an weitere Akteur/innen zu übertragen.

### ***Passion und Professionalität***

Für welche Art der Alternativnutzung des Bauernhofes oder ihres Arbeitseinsatzes sich Bäuerinnen/Bauern und andere Akteur/innen auch immer entscheiden, eine wesentliche, wenn nicht überhaupt eine Grundvoraussetzung dafür ist, daß die Arbeit zu denen, die sie ausführen, passen sollte und sie gegebenenfalls auch die entsprechende Qualifizierung dafür haben. Senior/innen betreuen ist nur dann möglich, wenn der Umgang mit alten Menschen gerne gepflegt wird und eine Ausbildung als Altenhelfer/in absolviert worden ist. Dasselbe gilt für Kinderferien oder Kindertagesmütter am Bauernhof. Es ist anzunehmen, daß nur Pferdeliebhaber/innen sich für eine Pferdepension oder einen Pferdereitstall entscheiden. Wie auch schon bei der Vermietung von Fremdenzimmern ist es im Fall einer ganzjährigen Vermietung für Bäuerinnen und Bauern wesentlich, es akzeptieren zu können, daß fremde Menschen am Hof sind. Als Geschäftsführer/in einer bäuerlichen Kooperation

welcher Art auch immer, ist gut verkaufen und gut mit Menschen reden zu können, eine Grundbedingung usw. usf.

Innerhalb einer Kooperationsgruppe sollte es eine möglichst breite Vielfalt an unterschiedlichen Fähigkeiten der einzelnen Akteur/innen geben, die umso besser ihre Aufgaben erfüllen können, je klarer ihre Zuständigkeiten geklärt sind. Konstruktiv arbeitet eine Gruppe dann zusammen, wenn sich unter den Akteur/innen immer diejenigen finden, die die gegenwärtigen Anforderungen erfüllen können. Darunter sind solche, die beispielsweise die Entwicklungen des Marktes analysieren und daraus Marktstrategien erarbeiten. Andere können durch ihre integrative Art Unstimmigkeiten unter den Akteur/innen bereinigen und wieder andere wissen, wie ein Projektantrag im Rahmen der Förderungen zu erstellen ist. Da gibt es die offensiven Akteur/innen, die nach außen gehen und das Projekt „verkaufen“, die Kreativen, die immer wieder gute Ideen haben, die von anderen umgesetzt werden und schließlich braucht es meist die guten Verkäufer/innen, die die Produkte an den Mann und an die Frau bringen. Insgesamt gibt es meist einige Akteur/innen, die sich mit der Zeit zu den Säulen des Vereines oder des Unternehmens entwickeln.

### ***Von Schlüsselfiguren, Vätern und rückhaltbietenden Strukturen***

Die Aktiven in der Kerngruppe von Kooperationen werden auch als Schlüsselfiguren bezeichnet. Es handelt sich dabei um Akteur/innen, bei denen die Fäden zusammenlaufen, die zu einer Integration der Gemeinschaft beitragen, die einen Überblick über die Tätigkeiten und Vorgänge haben und die oftmals auch wesentliche Kontakte zu Entscheidungsträger/innen herstellen. Diese Schlüsselfiguren sollten möglichst aus allen wirtschaftlichen Sektoren, die innerhalb der Zusammenarbeit anzutreffen sind, vertreten sein (*Robert Lukesch*).

Bei der Gründung einer Kooperation sollten die Aktiven möglichst schnell finanziell und sozial abgesichert werden, da ehrenamtliche Tätigkeiten nicht langfristig zugemutet werden können (*Gisela Zechner*). Am besten eignet sich eine Anstellung, die im ersten Jahr zum Teil durch Förderungen finanziert werden können. Wichtig ist darüber hinaus, daß diese Akteur/innen nicht alleine sind, sondern in einer Gruppe und in einer dahinterliegenden Struktur, Orientierung und Rückhalt erhalten. Zweitens ist es im Hinblick auf Entscheidungsträger/innen (Kommunal-, Regionalpolitiker/innen, Verbandsobleute) in den Regionen wichtig, daß sie in ein Projekt eingebunden werden. Diese „Väter“ (*Josef Maitz*) sind dazu da, daß sie den Aktiven den Rücken stärken. Vielfach gehen auch die Initiator/innen eines Projektes mit der Zeit in die Vater- bzw. Mutterrolle über.

### ***Koordinieren und nicht kommandieren***

Im allgemeinen ist es wichtig, daß die Menschen bereit sind, neues zu lernen. Und zwar neues in vielerlei Hinsicht. Vorrangig ist es erforderlich, sich Fähigkeiten anzueignen, mit Handels- bzw. mit Kooperationspartner/innen in einer Gruppe umzugehen. Dazu müssen oftmals alte Verhaltensmuster aufgebrochen werden. Viele sind es beispielsweise gewohnt, darauf zu warten, bis sie von irgendjemanden bestimmte Anweisungen erhalten oder umgekehrt, das Heft sofort an sich zu reißen und andere herumzukommandieren. Von diesem „Unterfunktionieren“ wie auch von einem „Überfunktionieren“ in einer Gruppe müssen sich gerade jene Akteur/innen verabschieden, die vorhaben, langfristig ein Team zu bilden.

Es ist erforderlich, neue Wege des Umgangs miteinander zu finden. Dabei ist in erster Linie darauf zu achten, daß die Akteur/innen möglichst gleichberechtigt, dh in einer nicht-hierarchischen Struktur, miteinander umgehen. Die alt-hergebrachte Ansicht, daß eine Gruppe einen „Leithammel“ braucht, der die anderen vorantreibt, ist nicht mehr zeitgemäß und wird immer mehr von einer emanzipatorischen Grundhaltung verdrängt. Eine Akteurin hat es treffend als Koordination bezeichnet, was eine Gruppe braucht. Einer der Unterschiede zwischen „kommandieren“ und koordinieren ist der, daß es bei der Koordination verschiedener Tätigkeiten keine Wertung der einzelnen Arbeiten gibt, während ein „Chef“ die eigene Tätigkeit als erstrangig und die Arbeiten anderer untergeordnet ansieht. Gründet sich eine Initiative lediglich auf eine/n Akteur/in, der/die alles macht, dann ist die Gefahr sehr groß, daß er oder sie eines Tages „davongaloppiert“.

Im Gegensatz dazu ist eine Kooperation umso beständiger, je besser die Zusammenarbeit und die Koordination unter den Akteur/innen wie auch der Umgang untereinander gelingt. Faire Gruppenstrukturen und die Möglichkeit der aktiven Mitgestaltung der Beteiligten an der Produktentwicklung und Entscheidungen, die die Initiative betreffen, sind eine wichtige Voraussetzung dafür.

Hier gilt vorerst, daß sich die Akteur/innen keine Lösungsversuche „von oben“ - sei es von innerhalb der Gruppe oder auch von Verwaltungsstellen oder Interessensvertretungen - diktieren lassen und seien sie noch so gut (gemeint). Entscheidungen müssen von allen Beteiligten mitgetragen werden können. Und darin liegt erfahrungsgemäß eine Crux: Es ist nicht einfach, in einer Gruppe Entscheidungen zu treffen. Vielleicht treten die Probleme nicht während der Entscheidungsfindung, sondern erst später auf, nämlich dann, wenn andere, die ihren Vorschlag nicht durchsetzen konnten, sich übergangen fühlen, ein Umstand, der zwangsläufig zu Unzufriedenheit führt (vgl. dazu auch

Vogel 1995). Denn es kommt vor, daß sich oft nicht die besseren Lösungsvarianten durchsetzen, sondern die, die am überzeugendsten vorgebracht werden können. Im allgemeinen gilt, daß Gruppenentscheidungen - und das bedeutet, daß sich alle, und nicht nur einige wenige eingebracht haben - Einzelentscheidungen überlegen sind.

Um auf die Gegebenheiten des Marktes jedoch entsprechend flexibel und kurzfristig reagieren zu können, ist es von Vorteil, Strukturen zu entwickeln, damit derartige Entscheidungen rasch getroffen werden können. In der Vorarlberger Biovermarktung KOPRA Genossenschaft wurde ein geschäftsführender Vorstand in die Statuten aufgenommen, um rasche marktspezifische Entscheidungen zu ermöglichen.

### ***Ein Gruppengefühl entwickeln***

Für eine Gruppe, die zusammengekommen ist, um gemeinsam etwas zu unternehmen, ist ein Zusammenhaltsgefühl sehr wichtig. Wie bereits weiter oben beschrieben, ist es für ein Team von Vorteil, wenn es sich auch außerhalb der Tätigkeit trifft und sich möglicherweise schon von gemeinsamen Aktivitäten früher kennt. Darüber hinaus ist ein ständiger Erneuerungsprozeß in der Gruppe einem langfristigen Erhalt sehr förderlich, das kann dadurch geschehen, daß immer wieder neue Mitglieder einsteigen und andere den Kreis verlassen oder daß es innerhalb der Aufgabenzuteilung immer wieder zu Neuerungen kommt.

Im Zusammenhang mit Kooperationen wurde von Akteur/innen erklärt, daß vor allem in der Anfangsphase eine Uneigennützigkeit (non-profit-Denken) unerlässlich ist (KOPRA). Der konzentrierte Blick auf die Einnahmen erzeugt eine Konkurrenz, die sich auf den gruppenspezifischen Prozeß negativ auswirken kann, aber auch eine wirtschaftliche Entwicklung voranzutreiben versucht, die dem „Unternehmen“ schadet (s. dazu 3.2.2 Beratung, Unterpunkt *Typen von Gruppen*).

Zusätzlich zur technisch und organisatorisch funktionierenden Zusammenarbeit innerhalb einer Gruppe ist auch die subjektiv gute Zusammenarbeitserfahrung und damit die Wertschätzung der Zusammenarbeit ein wichtiger Bestimmungsfaktor des Erfolges (Vogel 1994, S. 5).

## 3.2 Rahmenbedingungen

Unter den Rahmenbedingungen wurden Faktoren für Initiativen zusammengefaßt, die einen wesentlichen Einfluß auf das Gelingen wie auch auf das Nichtgelingen für Einkommensalternativen haben können. Dazu zählen in erster Linie die Gegebenheiten des (regionalen) Marktes, die Möglichkeiten der Beratung und öffentliche Vorgaben, wie die Abwicklung der Förderungen bis hin zu allgemeinen Rechtsvorschriften, die bei Ausführung einer erwerbswirtschaftlichen Tätigkeit zu beachten sind. Alle drei Bereiche haben gemeinsam, daß sie jeweils einen eigenen Forschungsbericht ergeben würden, um einen Überblick über die Bandbreite dieser Themenbereiche wie auch wichtige Details ausführlich herauszuarbeiten. Es wird daher auf die spezifische Literatur<sup>34</sup> zu diesen Fragestellungen hingewiesen.

Wesentlicher Aspekt der Rahmenbedingungen im Unterschied zu den persönlichen, sozialen und organisatorischen Voraussetzungen sind entweder eine geringe Einflußnahme oder eine starke Anpassung von seiten der Akteur/-innen an äußere Gegebenheiten. So kann beispielsweise nicht irgendein Produkt erzeugt werden, das niemand haben will, aber es kann eine Nachfrage nach einem bestimmten Produkt oder einer neuen Dienstleistung stimuliert und ein Absatz erzielt werden. Förderungen sind abhängig von der jeweils herrschenden (Regional)Politik, und für Förderungsanträge sind bestimmte Vorgaben zu erfüllen. Auch die Beratung ist abhängig von den jeweils gegenwärtigen Beratungskonzepten. Moderne Formen wie beispielsweise der systemische Beratungsansatz (vgl. Asamer 1996, Bratl 1996), Projektmanagement (vgl. Zechner 1995) und basisorientierte Bildungsarbeit (vgl. ÖBV 1997) etc. eröffnen für die Arbeit der Akteur/-innen in Initiativen neue Perspektiven und neue Umgangsformen miteinander.

Insgesamt handelt es sich hierbei um Gegebenheiten, die in Verbindung mit einkommenswirksamen Alternativen vielfach beachtet werden müssen. Sie werden im Rahmen dieser Arbeit lediglich „durch die Brille“ der einzelnen Initiativen betrachtet, Schlußfolgerungen im Hinblick auf die Ergebnisse der Erhebungen dargestellt, aber keine Analyse der damit verbundenen Institutionen oder Programme vorgenommen. Darüber hinaus werden auch Beiträge der Teilnehmer/-innen am Workshop (s. Übersicht 1, S. 128) in dieses Kapitel einfließen.

---

<sup>34</sup> Asamer 1996, Bratl 1996, Bundesministerium für Ernährung Landwirtschaft und Forsten (Hg.) 1997, ÖBV 1997, Vogel 1994; Gattermayer et al. (Hg.) 1994, ÖBV (Hg.) 1988, Wirthgen/Maurer 1992 sowie als Beispiele von speziellen Marktanalysen für regionale Initiativen: Groier/Hoppichler et al. 1991, Groier/Hoppichler 1988 etc.

### 3.2.1 Markt

Die Vermarktung landwirtschaftlicher Einkommensalternativen ist - abgesehen von der Abstimmung mit den Bedürfnissen der bäuerlichen Familie bzw. den Vorstellungen von Kooperationspartner/innen - primär den regionalen Marktverhältnissen anzupassen. Und dafür ist professionelles Marketing eine der wichtigsten Grundvoraussetzungen. Dabei handelt es sich jedoch nicht unbedingt um ein wissenschaftliches Unterfangen, bei dem Professionalist/innen komplizierte Marktuntersuchungen anstellen und Vorschläge für Werbestrategien erarbeiten - obwohl es das im Rahmen der Untersuchung auch gegeben hat -, sondern wie die Erhebungen vorwiegend gezeigt haben, um eine einfache Herangehensweise, die autodidaktisch mit bestimmten geeigneten Kenntnissen durchgeführt werden kann. Als erstes wird ermittelt, welches Produkt oder welche Dienstleistung oder allgemeiner gesagt, welche Bedürfnisse in der Region vorhanden sind, für deren Befriedigung Geld lukriert werden kann. Die Frage am Anfang lautet: Was brauchen die Leute hier in der Umgebung und was davon kann ihnen angeboten und damit Geld verdient werden. Und umgekehrt: Was können wir produzieren oder leisten, das sich regional oder auch überregional gut verkaufen läßt.

Im Bereich der Sachgüterproduktion soll letztlich ein differenziertes Nischenprodukt, dh ein neues Produkt, das es in der Form noch nicht gibt, herauskommen, oder ein Produkt, das trotz oligopoler Marktverhältnisse, wo einige wenige Anbieterfirmen den Großteil des Angebotes bereitstellen, einen Platz in den Einkaufskörben der Konsument/innen findet. Vielfach war auch ein ständiges neues Kreieren von Produkten zu beobachten oder es wurde ein zusätzliches Angebot an Dienstleistungen entwickelt. Die einen haben das eigene Angebot immer wieder ausgedehnt, die anderen immer wieder etwas Neues ausprobiert, bis sie das gefunden haben, womit sie derzeit einen Teil oder den Großteil ihres Einkommens verdienen.

Im allgemeinen war bei den erhobenen Beispielen eine intensive Auseinandersetzung mit dem Marktgeschehen des betreffenden hergestellten Produktes beobachtbar<sup>35</sup>. Da es sich in der Produktherstellung überwiegend um Bioprodukte handelte, sowohl im Lebensmittelsektor, als auch im Bereich der Kosmetika und Heilmittel bis hin zu Schafwollerzeugnissen, wurde den allgemeinen Entwicklungen am Biomarkt große Aufmerksamkeit geschenkt. So wurde

---

<sup>35</sup> Die Auswahl der Beispiele, die im Zusammenhang mit diesem Kapitel angeführt werden, ist darauf zurückzuführen, daß in einigen Interviews das Thema Markt und Vermarktung sehr zentral war.

im Lebensmittelsektor die Entwicklung der einerseits steigenden Nachfrage nach biologischen Produkten, aber andererseits zunehmend enger werdenden Angebotsseite aufgrund des billigeren Verkaufes von Bioprodukten über Großhandelsketten zum Teil als bedenklich zur Kenntnis genommen. Für die KOPRA wird damit beispielsweise ihre „Strategie des gerechten Preises“ (es wird ein Stundenlohn von 100,- pro Arbeitskraft angestrebt, derzeit verdienen KOPRA-Bauern und -Bäuerinnen in etwa 80,- in der Stunde) immer schwieriger zu halten sein. Bioprodukte als Nahrungsmittel wie auch als Naturkosmetika und Heilmittel finden durch den Zuwachs an kritischen und qualitätsbewußten Konsument/innen verstärkt Absatz, müssen jedoch gegenüber Großanbieterfirmen klar abgegrenzt werden. (s. *Nischenprodukte und Produktdifferenzierung*).

### **Marktforschung**

Marktforschung wurde in den einzelnen Initiativen mit unterschiedlicher Intensität betrieben. Für die Kooperationen war es durchwegs ein zentrales Thema. Aber auch in Einzelunternehmen wurde diesem Bereich zum Teil große Aufmerksamkeit geschenkt. Es geht dabei darum, das Angebot (die Konkurrenz, es kann jedoch auch sein, daß es ein Produkt dieser Art nicht gibt und daher - noch - keine Konkurrenz zu fürchten braucht) und die Nachfrage (was wollen die Konsument/innen?) zu ermitteln. Aktive Mitglieder der KOPRA haben in Vorarlberg stichprobenartig Befragungen über den Bekanntheitsgrad der KOPRA durchgeführt, um daraus Strategien für ihr Marketingkonzept abzuleiten. Das Biopartyservice „Tischlein deck dich“ hat, bevor es in ein Unternehmen umgewandelt worden ist, die Konkurrenz im Partyservicebereich in Oberösterreich anhand einer Umfrage untersucht und aufgrund des mangelhaften bzw. nicht vorhandenen adäquaten Angebots eine Marktlücke entdeckt.

Martin Sanoll betreibt Marktforschung vor Ort. Als er noch auf dem Innsbrucker Bauernmarkt landwirtschaftliche Produkte verkauft hat, hatte er noch direkt Kontakt mit den Kund/innen. Da die Kosmetika derzeit über Versand und Einzelhandel vertrieben werden, erfährt er von den Wünschen der Kundenschaft durch Gespräche mit den Verkäufer/innen in Naturkostläden, Drogerien etc. Aber er beobachtet auch selbst, welche neuen Entwicklungen es auf dem Kosmetikmarkt gibt. Die entscheidenden Fragen im Marketingbereich sind für ihn: Welche Kosmetikprodukte sind gut und werden auch gut verkauft? Könnten sie als Bioprodukte hergestellt und vertrieben werden? So werden immer wieder neue Produkte herausgefunden, die er mit der Zeit in sein Sortiment aufnimmt (wie beispielsweise zuletzt einen Haarfestiger aus biologischem

Bier und Zucker) und später auch entsprechend bewirbt. Er hat mittlerweile seine Produktpalette immer weiter ausgedehnt und erzeugt derzeit mehr als 40 verschiedene Kosmetikprodukte.

Auch für das Ziel 5b-Projekt „Betreutes Wohnen“ wurde von der bäuerlichen Kooperation gemeinsam mit der Bezirksbauernkammer Perg in Oberösterreich eine Bedarfsanalyse durchgeführt. Diese hat ergeben, daß 85 Plätze von älteren Menschen sofort bezogen werden würden, wären Wohnungen dieser Art derzeit vorhanden. Da alleine in der Stadt Linz, in deren Einzugsbereich die Betriebe liegen, rund 4000 alte Menschen im Durchschnittsalter von 80 Jahren leben, ist sich die Kooperation sicher, daß es an einer Nachfrage für betreutes Wohnen von Senior/innen nicht mangeln wird.

### **Werbung**

Die Initiativen haben durchwegs ein professionelles und geschmackvolles Werbeprospekt und Logo. Für die einen stand gekonntes Marketing für die anderen die eigene Kreativität dafür im Vordergrund. Außerdem wurde immer wieder betont, daß Mundpropaganda die beste Art der Werbung darstellt.

Durch die Zusammenarbeit mit dem Marketinginstitut der Innsbrucker Universität konnte die Vermarktung von „Villgrater Frischlamm“ mit einer professionellen Werbung begonnen werden. Damit wurde bereits am Anfang ein wesentlicher Grundstein für den späteren Erfolg gelegt.

Martin Sanoll arbeitet drei Monate im Jahr für Werbung und Verpackung, weil er davon überzeugt ist, daß das beste Produkt nicht verkauft werden kann, wenn es nicht beworben und bekannt gemacht wird. Seine Werbeprospekte arbeitet der Einzelunternehmer gemeinsam mit einem Designer aus. Hinsichtlich Effizienz der Werbung hat er festgestellt, daß sich Zeitungsannoncen als Werbung nicht rechnen, weil die Anzeigen sehr teuer sind, aber aufgrund des Überangebots an Werbezuschriften die Konsument/innen diese vielfach ungelesen in den Papierabfall werfen.

Die KOPRA-Produkte haben eine hohe Glaubwürdigkeit, weil sowohl die Zusammensetzung und Herkunft der Produkte, als auch Kosten- und Preiskalkulationen in der Vereinszeitung veröffentlicht werden. Dieses positive Image der KOPRA ist ein wesentlicher Bestandteil ihrer **Werbungsaktivitäten.**

Werner Maier hat sich ebenfalls mit Werbung beschäftigt, in erster Linie deshalb, um die Leute auf seine Tätigkeit der Biomüllkompostierung aufmerksam zu machen und im erfolgreichen Fall neue Gemeinden als Kundinnen dazugewinnt. Er hat einen Falter selbst auf dem Computer hergestellt und diesen in einer Druckerei drucken lassen. Ein ILE-Falter über die Aktivitäten der Ziel-

5b-Projektgruppen berichtete unter anderem auch über die „Kommunalen Dienstleistungen Murau“, bei dem Maier Kooperationspartner ist. Sinn und Zweck dieser Öffentlichkeitsarbeit ist es, die vorhandenen Maschinen mit der Zeit noch besser auszulasten.

Vielfach wird kritisiert, daß sehr viel Geld in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit investiert werden muß, die sich kleine Betriebe nicht im gleichen Umfang leisten können, wie große. Durch das umfangreiche Budget für Marketingausgaben in großen Herstellerfirmen kann intensiver geworben werden. Vor allem bei Naturkosmetik- wie auch bei Bioprodukten kann es dabei jedoch zu Verfälschungen kommen, wodurch echte Naturprodukte auf unfaire Weise vom Markt verdrängt werden.

### ***Nischenprodukte und Produktdifferenzierung***

Auf der anderen Seite messen sich kleine Herstellerbetriebe nicht mit einem „großen“ Konkurrenzbetrieb, sondern versuchen Nischenprodukte zu erfinden. Durch sogenannte Produktdifferenzierung wollen sie erreichen, sich von überregionalen und marktbeherrschenden Angeboten zu unterscheiden. Sie bearbeiten in erster Linie auch den regionalen Markt. Transparenz ist vor allem bei der Erzeugung von Bioprodukten sehr wichtig und trägt zur Produktdifferenzierung bei.

So hat beispielsweise die KOPRA in der Region Vorarlberg erstmals Rindfleisch aus artgerechter Haltung angeboten, das direkt vom Bauernhof zugestellt wird. Aufgabe der Akteur/innen war es, Kund/innen dafür ausfindig zu machen und als Drehscheibe die Kontakte zu den Bäuerinnen und Bauern herzustellen. „Tischlein deck dich“ bietet hochwertig verarbeitete einheimische und saisonale Bioprodukte an, wie es sie in dieser Form davor noch nicht gegeben hat. Es werden bei den einzelnen Buffets Werbebroschüren aufgelegt, die Hinweise darüber enthalten, von welchem Hof die Grundprodukte kommen und daß „alle Zutaten aus kontrolliert biologischem Landbau“ stammen. Mit dieser Transparenz kann sich das Biopartyservice klar von ihrer Konkurrenz unterscheiden. Auch die Bauernhofcafés in Deutschland führen saisonale, regionale und vorwiegend hofeigene Produkte und bieten traditionelle Münsterländer Küche an, die im Vergleich zu anonymem und undifferenziertem Essen etwas Neues und Besonderes darstellt und von den Konsument/innen gut aufgenommen wird.

Durch die ausschließliche Verwendung von biologisch erzeugten Rohstoffen ist sowohl bei den Kosmetika aus Ziegen- (Sanoll) als auch aus Stutenmilch (Hehle) die Deklaration der einzelnen Rohstoffe möglich. Naturkosmetika

stellen insgesamt eine Rarität am heimischen Markt dar, könnten jedoch jederzeit von Biokosmetika großer Unternehmen verdrängt werden. Eine weitere Art der Unterscheidung für Kleinanbieter/innen, die nur beschränkte Mengen herstellen können, ist es, daß die Produkte nicht über Großhandelsketten, sondern nur über den Einzelhandel, per Versand oder Abhof/ab Betrieb abgesetzt werden. Dadurch ist es auch möglich, einen höheren Gewinn zu erzielen.

Eine andere Möglichkeit besteht darin, das Angebot durch Kooperation zu bündeln und durch gemeinsame Vermarktungsaktivitäten ein/e potente/r Anbieter/in am regionalen oder auch überregionalen Markt zu werden.

Darüber hinaus gilt allgemein, daß ein diversifiziertes, dh ein vielfältiges Angebot und damit verbunden mehrere wirtschaftliche Standbeine und mehrere Vermarktungsschienen gleichzeitig, sich stabilisierend auf die Einkommensverhältnisse auswirken. Das bedeutet letztlich, daß der Markt immer wieder nach neuen Produkten oder Dienstleistungen zu untersuchen ist, weil sich Marktchancen, dh Chancen für den Absatz eines durch bestimmte Kriterien differenzierten Produktes, wie beispielsweise eine besondere Qualität oder Frische, immer wieder verändern können.

Die Tauernlammgenossenschaft bietet neben Qualitätslammfleisch eine breite Palette landwirtschaftlicher (Verarbeitungs)Produkte an. Als nächstes ist ein fahrender Verkauf durch einzelne Dörfer in der Region geplant, um auch Konsument/innen zu erreichen, die nicht auf dem Bauernmarkt oder direkt Abhof einkaufen.

Insgesamt ist es in Sachen Qualitätslammfleisch dem Engagement einzelner Akteur/innen zu verdanken, daß aufgrund von Marktanalysen und intensivem, professionellem Marketing die Gastronomie und andere Abnehmer/innen von den Vorteilen des heimischen Qualitätslammfrischfleisches gegenüber billigeren Importen von gefrorenem Lammfleisch überzeugt werden konnten.

### ***Konkurrenz und Kooperation***

Auch von seiten der Anforderungen des Marktes wurde die Bedeutung von Kooperationen ersichtlich. Im Bereich der Einkommensalternativen ist die Bereitschaft, sich zu Kooperationen zusammenschließen, unbestritten ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die professionelle Vermarktung von Qualitätsprodukten. Im Gegensatz zu einer einzelbetrieblichen Direktvermarktung können damit wesentliche Aufgaben, die eine professionelle Betreuung des Marktes erfordert, an ein/e qualifizierte/n Geschäftsführer/in abgegeben und das Angebot marktadäquat gebündelt werden.

Im Hinblick auf marktwirtschaftliche Gegebenheiten, für die Wettbewerb eine zentrale Maxime darstellt, bedeutet zusammen und nicht länger gegeneinander zu arbeiten ein weitgehendes Umlernen und Umdenken in den Köpfen der Akteur/innen wie auch von seiten politischer und institutioneller Entscheidungsträger/innen. Vielfach ist Wettbewerb jedoch nicht aus marktwirtschaftlichen Gründen, sondern dadurch gegeben, daß Projekte gestartet werden, die für bereits angelaufene Initiativen eine Konkurrenz darstellen. Da es sich dabei um öffentliche Gelder handelt, stellen derartige Aktionen eine Verschwendung an allgemeinen Ressourcen dar. Auch für Gruppierungen mit einem unkonventionellen politischen und wirtschaftlichen Engagement sind von seiten öffentlicher Institutionen entsprechende Freiräume zu schaffen. Wenn sie sich als erfolgversprechend herausstellen oder für ein landwirtschaftliches Produkt einen Markt erschließen, müssen auch sie einen Anspruch auf eine adäquate finanzielle Unterstützung haben.

### ***Marktrechtliche Vorschriften***

Die meisten Akteur/innen verfügen über ein fundiertes Wissen einer Reihe von Rechtsvorschriften, die im Rahmen eines Angebots von Produkten bzw. Dienstleistungen zu beachten sind. Inwieweit diese Anforderungen im Sinne der Konsument/innen gerechtfertigt sind, ist zum Teil ersichtlich, aber nicht immer zu durchschauen. Angesichts der Tatsache, daß an kleine Herstellerfirmen oftmals die gleichen (sehr teuren) Anforderungen gestellt werden, durch die sie zum Teil in den finanziellen Ruin getrieben werden (können), läßt sich leicht entschlüsseln, daß damit kleinen Konkurrenzbetrieben, wie sie auch durch landwirtschaftliche Einkommensalternativen entstehen, der Garaus gemacht wird. So sind beispielsweise die Vorgaben der EU-Rechtsgebung hinsichtlich der Erzeugung von Naturkosmetika mit hohen Kosten verbunden, wenn nämlich für jeden Rohstoff, der verwendet wird, ein toxikologisches Dossier erstellt werden muß. Für kleine Herstellerfirmen sollten jedoch einfachere und vor allem billigere Verfahren eingesetzt werden können. Es kann vorkommen, daß kleine Firmen dadurch die Produktion ausdehnen, sofern dies möglich ist, um die Kosten für die Dossiers zu decken, oder aber auch die Produktion einstellen müssen.

Qualitätssicherungssysteme wie ISO 9000 und vor allem HACCP (s. *Weizer Schafbauerngenossenschaft*, S. 71) werden im Hinblick auf die 1998 in Kraft tretende Genußtauglichkeitskennzeichnungsverordnung eine wichtige Rolle einnehmen, weil sie bei Beanstandungen von außen ein Chargenrückholssystem ermöglicht. Das bedeutet, daß dadurch festgestellt werden kann, in welchen Verarbeitungsprodukten nicht einwandfreie Milch verarbeitet worden

ist. HACCP heißt übersetzt „Konsequente Gefahrenanalyse kritischer Kontrollpunkte“. Es bedeutet beispielsweise die Überprüfung der geschlossenen Kühlkette mittels einer Anbringung, die sich dauerhaft verfärbt, sobald das Produkt nicht unter einer bestimmten Temperatur gekühlt ist. Dieses Qualitätssicherungssystem wird vom Käser der Weizer Schafbauerngenossenschaft mit Erfolg angewendet.

Im Hinblick auf die *Fleischhygieneverordnung* waren die Reaktionen unterschiedlich. Auch die strengen Vorgaben dieser Verordnung belasten in erster Linie kleine bäuerliche Direktvermarktungsbetriebe und -kooperationen. Der Geschäftsführer der Tauernlammgenossenschaft, Robert Zehentner, ist der Ansicht, daß diese Anforderungen im Sinne der Konsument/innen erfüllt werden müssen und in Kooperationen auch finanziell bewältigbar sind.

Die Familie Hehle begegnete am Beginn ihrer Verkaufstätigkeit der Stutenmilchkosmetikprodukte vor allem den Reglementierungen des Kosmetika- und Heilmittelmarktes. Ihre Produkte dürfen nicht mit Worten wie „hilft bei...“ oder „entzündungshemmend“ etc. beworben werden. Trotzdem finden sie einen zufriedenstellenden Absatz. In diesem Bereich ist es vor allem wichtig, die Konsument/innen persönlich zu beraten.

### ***Grenzen des Marktes***

Unter den ökonomischen Rahmenbedingungen der EU und den weltweiten Liberalisierungs- und Globalisierungstendenzen stellt sich für viele Initiativen die Frage, welche Größe wirtschaftlich sinnvoll ist und ihren Kapazitäten entspricht. Der Bereich Direktvermarktung erreicht früher oder später eine Sättigung, daher ist es wichtig, ein Regionalmarketing mehr zu pflegen, das in einer Region auch im globalen Wettbewerb bestehen kann (*Michael Groier*).

Im allgemeinen ist das passende regionale Niveau je nach den Gegebenheiten des Marktes herauszufinden, obwohl dafür naturgemäß auch arbeitswirtschaftliche Begrenzungen eine entscheidende Rolle spielen. Meist beginnen die Initiativen auf einem begrenzten regionalen Markt, den sie durch kontinuierliches Wachstum überschreiten und auf eine Exportorientierung außerhalb der Region ausdehnen können.

Die Josef Schett KEG hat sich ausgehend von der Qualitätslammfleischvermarktung in der Zwischenzeit auf die Verarbeitung von Schafwolle in Form von Bettwaren und Dämmstoffen spezialisiert und daher die eigene Marke Anfang der 90er Jahre von „Villgrater Frischlamm“ auf „Villgrater Natur“ unbenannt, unter der auch ein breites Sortiment an Bettwaren angeboten werden. Ausgehend von Innervillgraten in Osttirol gibt es mittlerweile eine Filiale

in Kitzbühel und eine in Wien. Das bedeutet, das Unternehmen hat die regionalen Grenzen bereits überschritten.

Aufgrund der Erfahrungen am heimischen Markt wie auch durch den Bekanntheitsgrad, den die Marke KOPRA mittlerweile erreicht hat, soll mit der Gründung der „Vorarlberger KOPRA Biogenossenschaft“ 1996 eine breitere Palette an Bioprodukten als bisher und darüber hinaus auch außerhalb des „Ländle“ abgesetzt werden. Durch den Bioverband KOPRA werden biologisch hergestellte Produkte garantiert.

In puncto internationalen Wettbewerbsbedingungen haben im Lammfleischbereich Exportfirmen Australiens und Neuseelands von der Marktaufbereitung der heimischen Lammfrischfleischanbieter/innen profitiert und die österreichischen Importe sich zwischen 1988 und 1993 verdoppelt (Hoppichler 1994, S. 282). Nachdem der Frischlammmarkt in Österreich aufgebaut worden war, begannen auch Australien und Neuseeland Lammschlägel und -rücken containerweise nicht mehr gefroren, sondern ebenfalls frisch zu exportieren. Eine Konkurrenz für das inländische Lammfleisch ist in erster Linie durch den enormen Preisdruck gegeben. Während beispielsweise die Zulieferbetriebe der Tauernlammverwertungsgenossenschaft insgesamt rund 1.000,- Schilling je Lamm erhalten, sind die Schafbauern in Neuseeland mit umgerechnet 150,- Schilling je Lamm zufrieden (Robert Zehentner, Interview im Jänner 1997). In diesem Bereich sind trotz weiterer Ausbaufähigkeit des Schafproduktmarktes im allgemeinen große Herausforderungen an heimische Produzent/innen zu erwarten.

### 3.2.2 Beratung

*„Eine kontinuierliche Betreuung von Initiativen ist unerlässlich“*

(Glatz/Scheer 1981, S. 68)

Die Erfahrungen in Österreich mit der Sonderaktion des Bundeskanzleramtes und der Eigenständigen Regionalentwicklung haben gezeigt, daß die Beratung im Zusammenhang mit Initiativen im ländlichen Raum von enormer Wichtigkeit ist. Vor allem in der kreativen Phase, wenn die Akteur/innen Ideen entwickeln und diese erstmals umsetzen wollen, bedarf es einer ideellen Unterstützung, weil materielle vorerst meist ausbleibt. Förderstellen gewähren gewöhnlich nicht den Pionierbetrieben finanziellen Beistand, sondern werden vielfach erst aktiv, wenn die ersten konkreten Schritte einer Idee bereits erfolgreich umgesetzt worden sind. Aber auch in anderen Phasen spielt Beratung und Betreuung vielfach eine entscheidende Rolle.

Im Zusammenhang mit Ziel-5b- oder Leader-II-Projekten ist die professionelle Unterstützung durch Beratungskräfte ebenfalls dringend notwendig. Vor allem in der Konzeption des Projektes ist meist fachliche Unterstützung im Hinblick auf die Anforderungen von seiten der EU erforderlich. Diese Projekte müssen aber ebenfalls laufend betreut und beraten werden.

#### *Die Beratung als Impulsgebung*

In einigen der hierin untersuchten Initiativen ist der Impuls von Beratungsstellen ausgegangen, wie beispielsweise „Tischlein deck dich“ (Ernteverband OÖ), die Ziel-5b-Projekte Biomüllkompostierung (BBK Murau) und das Betreute Wohnen (BBK Perg) wie auch die Kinderferien am Bauernhof (LWK Vorarlberg). Auch die drei in Deutschland untersuchten Projekte wurden durch das Konzept des Projektes zur Berufsorientierung von Frauen in der Landwirtschaft (Profil) von der Landwirtschaftskammer in Westfalen-Lippe in die Wege geleitet. Abgesehen von der Dienstleistung Murau (Biomüllkompostierung) handelt es sich dabei um Initiativen, die in erster Linie neuen Tätigkeitsfeldern für die Bäuerin bzw. Landfrau gewidmet sind.

Wie bereits beschrieben, sind Frauen im allgemeinen gegenüber neuen Möglichkeiten der Einkommensschöpfung offener eingestellt, als Männer. Sie tragen auch meist mit viel Kreativität und Energie den entscheidenden Arbeits-einsatz bei der Realisierung einer Initiative bei. Andererseits rückt eine Neuorientierung für Landfrauen oder Bäuerinnen nicht zuletzt deshalb immer mehr in den Vordergrund, weil aufgrund der sinkenden Einkommen wie auch der weiterhin steigenden Technisierung in der Landwirtschaft die meisten landwirtschaftlichen Betriebe lediglich ein Einkommen für eine Arbeitskraft

erwirtschaftet werden kann. Viele Bäuerinnen haben aber auch mehr Zeit, sich einer neuen Tätigkeit zu widmen, wenn jene Zeit, die sie als Mütter für ihre Kinder aufwenden, weniger wird. Im Falle einer Kinderbetreuung auf dem Bauernhof läßt sich umgekehrt die Betreuung der eigenen Kinder mit der von Tageskindern kombinieren (Raum 1996).

Die Schwierigkeiten, auf die Frauen bei der Umsetzung einer Idee vielmals stoßen, sind darauf zurückzuführen, daß sie das gewünschte Vorhaben mit ihren Tätigkeiten im Haushalt, in der Kindererziehung und mit einem landwirtschaftlichen Betrieb in Einklang bringen müssen. Hingegen setzen sich Männer vielfach nach wie vor über Kritik oder oppositionelle Kommentare hinweg oder handeln überhaupt schon, bevor sie in der Familie darüber reden (wie das Beispiel von zwei Akteuren gezeigt hat: „Widerstände hat es keine gegeben, aber ich hab ja auch niemanden gefragt“).

Speziell auf Frauen ausgerichtete Beratungskonzepte sollen die Möglichkeit bieten, ihre Berufsorientierung im familiären und betrieblichen Gesamtzusammenhang zu sehen und sie dabei zu unterstützen, Widerstände aus der Familie und dem sozialen Umfeld, wie sie bei einer Veränderung eines Tätigkeitsbereiches im allgemeinen auftreten, eher überwinden zu können. Derartige Beratungsansätze wurden von seiten der Landwirtschaftskammern wie auch im Rahmen des Pädagogischen Konzeptes der regionalen, basisorientierten Bildungsarbeit mit Bäuerinnen der ÖBV erarbeitet. Die einzelnen Schritte der prozeßorientierten Bildungsspirale sind im Gegensatz zu herkömmlichen analytischen und mechanistischen Vorgängen ein „dynamisches und kreatives sich Vorwärtsbewegen“ (ÖBV 1997, S. 24). Maria Asamer (1996) beschreibt eine Reihe von Seminaren mit Erwerbskombiniererinnen, in denen von der Leitbildentwicklung über Arbeitsorganisation und -planung bis hin zu Marketing neue „Modelle zur Verbesserung der Chancen der österreichischen Landwirtschaft durch Erwerbskombination“ erarbeitet worden sind.

Zum Erkennen der betriebsinternen Möglichkeiten werden in den verschiedenen Beratungskonzepten eine Reihe von methodischen und fachlichen Materialien zur grundlegenden Ressourcenanalyse bereitgestellt. Auch in der Planung und Kalkulation wird großteils professionelle und umfangreiche Hilfestellung angeboten.

Schwieriger ist im Gegensatz dazu, den in den Familien und/oder auch im sozialen Umfeld verinnerlichten Mustern des Widerstandes gegen Veränderungen entgegenzuwirken und von seiten der Beratung eine entsprechende Unterstützung bei der Überwindung dieser Widerstände anzubieten. Es gibt dazu weder eine Beratungsfibel noch konkrete Maßnahmen, wie damit von seiten der einzelnen Berater/innen umgegangen werden kann. Das ist zugege-

benermaßen auch sehr schwierig. Was jedoch in Hinkunft dabei vorrangig beachtet werden sollte, ist nicht nur den Betrieb oder die aktiven oder planenden Einzelpersonen zu sehen, sondern das gesamte System, das dahintersteht und Veränderungen entweder zuläßt oder verhindert (*Robert Lukesch*).

Im Fall einer sich neu konstituierenden Gruppe muß ein/e Berater/in überdies beachten, ob und inwieweit eine Dynamik darin vorgefunden wird. Bereits in dieser Phase ist die Gestaltung der Gesprächskultur unter den einzelnen Teilnehmer/innen ausschlaggebend dafür, ob sich eine tragfähige Basis für die Umsetzung neuer Ideen bilden kann. In einer Gruppe von abwertenden Gesprächspartner/innen ist die Spirale einer destruktiven Dynamik sehr wahrscheinlich. Deshalb sind von Anfang an integrative Personen sehr wichtig, die eine „Stammtisch-Gesprächskultur“ von vornherein unterbinden (*Josef Maitz*).

Im Hinblick auf die Förderbarkeit stellt sich immer wieder die Frage, ab welchem Zeitpunkt oder ausschlaggebendem Ereignis von seiten einer Förderstelle geltend gemacht werden kann, daß es sich um ein innovatives und somit um ein förderbares Projekt handelt (*Hannes Klug*). Ab welchem Zeitpunkt steigt ein/e Berater/in in eine Initiative ein, die noch gar keine ist, aber wo es einen Problemdruck gibt, etwas zu verändern? Ab wann kann davon ausgegangen werden, daß ein Projekt auch umgesetzt werden kann, daß den Leuten, die versuchen, andere für die Mitarbeit zu motivieren, vertraut werden kann und es sich dabei nicht um einen „Hans Dampf in allen Gassen“ handelt?

Bei den meisten Projekten, die schließlich erfolgreich umgesetzt werden, gibt es laut *Maitz* initiiierende Schlüsselsätze, durch die die Weichen zur Umsetzung gestellt werden. Als die Weizer Schafbauern auf die drohende Schließung der Molkerei in Weiz, bei der sie ihre Schafmilch zur Verarbeitung abliefern, rasch reagieren mußten, fiel bereits bei der ersten Besprechung über gemeinsame Strategien der Satz: „Zur Not übernehmen wir die Molkerei selbst.“ Diese Worte waren am Anfang vielleicht mehr zur eigenen Beruhigung als zu einer Absichtserklärung gedacht. Es bedurfte auch noch vieler Sitzungen an Überzeugungsarbeit der übrigen Mitglieder der Weizer Schafbauerngemeinschaft. Letztlich waren aber damit bereits „die Würfel gefallen“.

Für ein/e Berater/in ist es wichtig, diese Schlüsselsätze nicht zu überhören und sie sich im weiteren Gesprächsverlauf immer wieder abzurufen, weil damit eine grundsätzliche Ausrichtung des Projektes gegeben ist und auch die Projektträger/innen einen Punkt erreicht haben, „an dem sie nicht mehr zurück können“ und die groben Projektziele bereits vorgegeben sind.

Greift eine Idee, so kann die weitere Konkretisierung des Projekts noch sehr viel Arbeit und meist auch sehr viel Schwierigkeiten, die es für eine Koopera-

tionsgruppe zu überwinden gilt, bedeuten. Aber irgendwann wird in der Diskussion ein Punkt erreicht, an dem für den/die Berater/in das Gefühl entsteht, ab jetzt wird das Vorhaben konkret und die Reihe an zusammenspielenden Faktoren werden stimmig. Obwohl ab diesem Zeitpunkt bis zur tatsächlichen Umsetzung noch Jahre vergehen können.

### *Verhaltensmuster der Akteur/innen*

Stefan Vogel (1994) hat in einer Untersuchung über die Bedeutung der Beratung für den Erfolg von Projektinitiativen drei Gruppen von Akteur/innen, die innovativ tätig sind, herauskristallisiert: (1) Die konsolidierten Aktiven, (2) die Aktiven in Konkurrenzsituation und (3) die Passiven. Während in der ersten Gruppe ein hoher Grad an Zufriedenheit herrscht, sowohl hinsichtlich der Beratung als auch im Hinblick auf das Projekt, treffen in der zweiten Gruppe vielfach grundverschiedene Interessen aufeinander (konventioneller kontra biologischer Landbau, preiselastische kontra hochpreisige Vermarktung, Vollerwerbs- kontra Nebenerwerbslandwirt/innen usw.), die sich in einer Unzufriedenheit äußern. Diese Gruppe der Akteur/innen ist in erster Linie mit der Beratung unzufrieden, zum Teil aber auch mit der Initiative, sogar wenn diese objektiv erfolgreich ist. Der Erfolg kann aufgrund der Unstimmigkeiten in der Gruppe nicht wahrgenommen werden. Der Unterschied zur Gruppe der Passiven liegt darin, daß letztere durch ein weitaus geringeres Engagement und auch weniger differenzierte Kritik an der Beratung gekennzeichnet ist. Diese Gruppe erwartet von der Beratung vorgekaute Rezepte, während von der ersten lediglich eine punktuelle Beratung hinsichtlich gewisser formaler oder technisch-organisatorischer Belange erwünscht sind.

Ein Teil des Kritikpotentials in der Gruppe der Aktiven in Konkurrenzsituation (2) ist darauf zurückzuführen, daß ihre Anregungen und Verbesserungsvorschläge zum Teil nicht aufgegriffen werden. Interessanterweise herrscht die Ansicht vor, daß trotz der Kritik an der Beratung das Projekt ohne Beratung nicht (so) erfolgreich wäre (Vogel 1994, S. 2).

Jene Initiativen der Untersuchung, die von professionellen Beratungskräften, seien es Leute von der Landwirtschafts- oder Bezirksbauernkammer, der ÖAR oder von einzelnen Bioverbänden, beraten worden sind, waren mit der Betreuung durchwegs zufrieden. Sie können auch großteils in die erste Gruppe der von Vogel vorgenommenen Einteilung zugeordnet werden. Allerdings wurde in einzelnen Interviews das Konkurrenzverhalten der Akteur/innen als ausschlaggebender Antriebsmotor für ihre Aktivitäten angesprochen, sei es ausgerichtet auf andere Initiativen oder andere Teilnehmer/innen innerhalb derselben Initiative oder gegenüber anderen Unternehmen. Inwieweit jene

Initiativen durch „künstliche“ Konkurrenz, die aufgrund ihrer Aktivität gestartet worden ist, erfolgreich waren, läßt sich nicht einfach beurteilen. Im Sinne der Kategorien Vogels scheint eher die von außen gegründete Initiative aus Konkurrenz aktiv (und meist nicht sehr erfolgreich) geworden zu sein.

### ***Die Motivationsarbeit durch die Beratung***

Die ersten Schritte sind immer am schwierigsten. Ist jedoch eine Idee umgesetzt worden, können danach weitere Umsetzungsschritte folgen. Es geht hier vor allem darum, ein Rad in Schwung zu setzen, eines Tages kommt oder sollte der Augenblick kommen, an dem es sich mehr und mehr von selbst zu drehen beginnt. Es stellt sich dabei die Frage, welche Funktion oder welche Rolle die Beratung oder Betreuung eines Projektes hat. Stellt sie eine Art „Gehschule“ dar oder entspricht sie eher einer ständigen Begleitung in der Art eines Dienstleistungsservices, das jederzeit in Anspruch genommen werden kann, ob es sich um eine formale oder um persönliche und zwischenmenschliche Angelegenheiten handelt. Vielfach müßte mehr darauf geachtet werden, daß die Rollenverteilungen zwischen einem/einer Berater/in und einem/einer Projektleiter/in klar genug umrissen und gegeneinander abgegrenzt sind (s. 3.1.3 Unterpunkt *Eindeutige Aufgaben und Rollenverteilung*).

### ***Öffentlichkeitsarbeit und die klare Abgrenzung von Projekten***

Die Organisation der Öffentlichkeitsarbeit ist wichtig sowohl hinsichtlich der Motivation der Akteur/innen auf der einen als auch im Hinblick darauf, daß sich die Entstehung neuer Projekte in den Köpfen der Leute in der Region festsetzt und sie früher oder später für eine aktive Teilnahme motiviert werden können. Vor allem am Anfang einer Initiative ist es sehr wichtig, daß rasche Erfolge erzielt werden, die sich in Form eines PR-Artikels oder Beitrages der lokalen oder regionalen Medien gestalten kann. Vor allem im Bereich der Regionalentwicklung unterstützt die kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit die Information über den Nutzen eines Projektes und die Motivation zur Teilnahme der Bevölkerung in der Region.

In diesem Zusammenhang ist es jedoch auch wichtig, das Projekt inhaltlich und auch zeitlich abzugrenzen. Dies ist bereits einer der ersten wichtigen Schritte, die im Rahmen der Umsetzung eines Projektes gesetzt werden, damit nicht die Gefahr besteht, daß ständig neue Ideen und Zielsetzungen in ein laufendes Projekt hineingepackt werden mit dem Effekt, daß das ursprüngliche Ziel aus den Augen verloren geht und es zu einem Engpaß der zur Verfügung stehenden Mittel kommt (Zechner 1996).

### ***Ziel Eigenständigkeit***

Darüber hinaus ist es ein wesentliches Element der Beratung, die einzelnen Projekte gezielt auf Eigenständigkeit sowohl im Hinblick auf die Durchführung der Aktivitäten als auch hinsichtlich der finanziellen Gebarung auszurichten. Ziel der einzelnen Projekte soll langfristig das Entstehen eines gewerblichen oder wie auch immer gearteten Unternehmens sein, das nicht mehr auf die Förderung durch öffentliche Gelder angewiesen ist. Dazu ist es erforderlich, für die Initiativen ein geeignetes regionales Niveau herauszufinden und die Grenzen der (arbeits)wirtschaftlichen Kapazitäten zu erkennen.

Eigenständigkeit kann auch im Sinne des Konzeptes der Eigenständigen Regionalentwicklung verstanden werden. Dieses geht über die Eigenständigkeit des einzelnen Projektes hinaus. Durch Diversifizierung und Ineinandergreifen verschiedener Wirtschaftssektoren soll das System der regionalen Wirtschaft gestärkt und stabilisiert wie auch mit Lebens- und Entwicklungsbereichen, die für die regionale Lebensqualität entscheidend sind, verflochten werden (Asamer 1996, S. 42). Zentralen Stellenwert im Rahmen der Eigenständigen Regionalentwicklung nehmen das systemische Denken, das den theoretischen und anschaulichen Hintergrund dieser Studie bildet, und die *systemische Beratung* ein. In diesem Zusammenhang wird auf die Arbeiten von Maria Asamer (1996) und Hubert Bratl (1996) hingewiesen, die den systemischen Beratungsansatz ausführlich beschrieben haben.

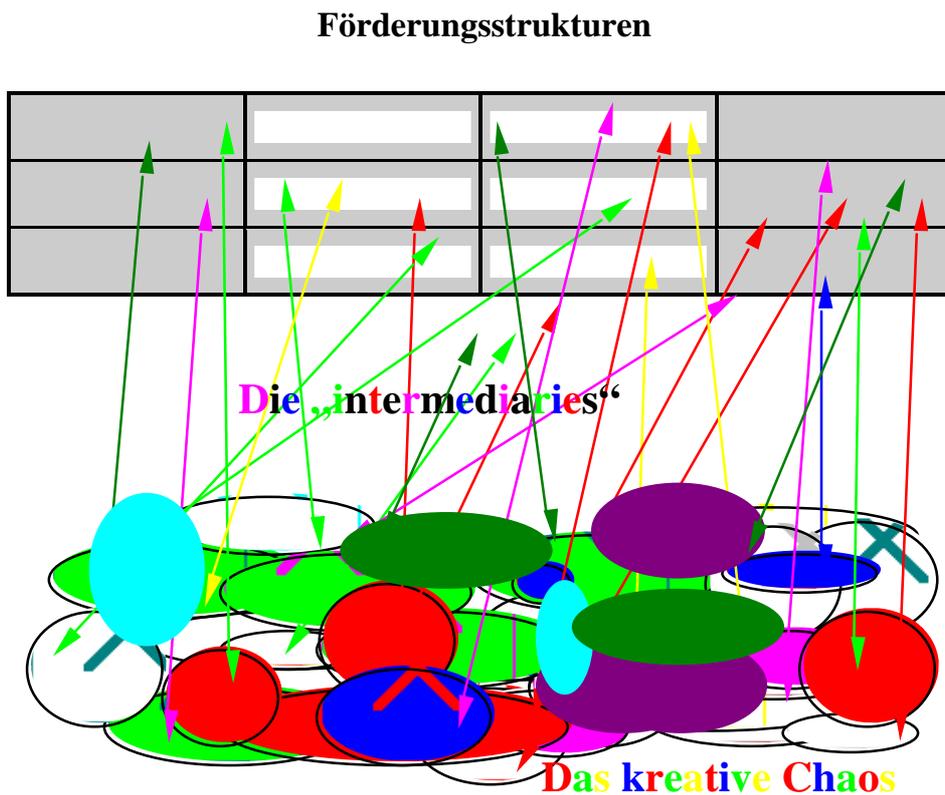
Einen interessanten Aspekt der systemischen Betrachtung bildet die Ansicht über einen halbdurchlässigen Raum, der erfolgreiche Regionen umgibt und eine Art *Schutzhülle* darstellt. Innerhalb dieser Schutzhülle, die gegen den Mainstream gerichtet ist, werden Dinge realisierbar, die sonst nicht möglich sind. Das trifft beispielsweise auf das Lesachtal zu, wo keine Schilifte gebaut werden. Auf den Zufahrtsstraßen herrscht eine Geschwindigkeitsbeschränkung von 40 km/h. Auch in der Region Kirchdorf, in der die Spes aktiv ist, gibt es diese Hülle, in der ein eigenes Gegenklima einen gewissen Rahmen schafft. Wenn es in einer Region möglich ist, eine derartige Hülle zu entwickeln, kann ein kreatives Potential darin gedeihen. Letztlich wird eine eigene Stimmung erzeugt, das mit der Zeit den Akteur/innen genügend Rückhalt bietet, gegen den Strom zu schwimmen (*Robert Lukesch*).

### ***Beratung als Vermittlung zwischen „oben und unten“***

Die Beratung, mit der man durchwegs zufrieden war, wurde von einigen interviewten Akteur/innen als ausführendes Organ des Staates oder der EU empfunden und verstanden. Es sind diejenigen, die anordnen, was von der

„anderen [oberen] Seite“ für das Projekt verlangt wird. Der/Die Berater/in leitet an Akteur/innen weiter, was „von oben“ vorgegeben wird, so wie beispielsweise die umfangreichen Anforderungen innerhalb eines Ziel-5b-Projektes (s. Punkt 3.2.3 Unterpunkt *Die Förderung von Initiativen aus der Sicht der Akteur/innen*)

**Abbildung 17: Die Vermittlung der Intermediaries zwischen Förderstrukturen und dem „kreativen Chaos“**



Die im englischsprachigen Raum als „intermediaries“<sup>36</sup> bezeichnete Gruppe der Berater/innen bzw. Regionalmanager/innen wie auch Ziel-5b- oder Leader-Beauftragte stellen aus der Sicht einiger Akteur/innen eine vermittelnde

<sup>36</sup> Die ein Zwischenglied bildenden

Zwischenstelle zwischen „oben“ (das ist die Regierung, die EU etc.) und „unten“ (die aktive Bevölkerung) dar. Regionalbeauftragte seinerzeit und Regionalmanager/innen heutzutage wurden auch unter dem Aspekt der Vermittlung zwischen dem sogenannten kreativen Chaos und den starren Vorgaben des bestehenden Förderungssystems eingesetzt (Abbildung 17). Ein Akteur sieht die Umstände rund um ein Ziel-5b-Projekt so, daß „mit den Bestimmungen für die Einreichung eines 5b- Projektes die Bauern alleine sicherlich überfordert gewesen wären.“

### **3.2.3 Regionalpolitische Vorgaben**

Es wird am Anfang dieses Punktes noch einmal darauf hingewiesen, daß unter diesem Punkt lediglich Ausschnitte beleuchtet werden, die in Verbindung mit einkommenswirksamen Alternativen beachtet werden müssen und von seiten der Akteur/innen vorgebracht worden sind. Es wird keine Analyse der damit verbundenen Institutionen oder Programme vorgenommen. Darüber hinaus werden auch Beiträge der Teilnehmer/innen am Workshop (s. Übersicht 1, S. 128) in dieses Kapitel einfließen.

#### ***Der regionalpolitische Hintergrund***

Angesichts der Entwicklungen in strukturschwachen Regionen, des Scheiterns der herkömmlichen (nachholenden anstatt nachhaltigen) Regionalpolitik und der knapper werdenden Budgets verlagert sich die Regionalpolitik immer stärker auf kleinräumige Ebenen der Förderungs- und Ausgleichspolitik. Diese Verlagerung war in den letzten Jahren von einem Paradigmenwechsel begleitet. Heute verfolgt die Regionalpolitik vor allem struktur- und wirtschaftspolitische Zielsetzungen und orientiert sich am Prinzip der endogenen Entwicklung. Das Konzept der eigenständigen Regionalentwicklung und der endogenen Erneuerung liegen beispielsweise den Ziel-5b-Programmen (Maßnahmen zur Entwicklung des ländlichen Raumes) der EU und im speziellen den EU-Gemeinschaftsinitiativen Leader und Interreg zugrunde (Asamer 1996, S. 37).

#### ***Die untersuchten Initiativen und das Ziel 5b-Programm***

Im Rahmen der Erhebungen hat sich immer erst im nachhinein gezeigt, daß eine Initiative, die für die Beschreibung ausgewählt worden ist, derzeit dabei ist, ein Ziel-5b-Projekt (Kopra, Tauernlamm, Weizer Schafbauern, Betreutes Wohnen, Biomüllkompostierung) umzusetzen, oder daß die interviewten Ak-

teur/innen gleichzeitig in einer Leader-Gemeinschaftsinitiative tätig waren (Lieferant von „Tischlein deck dich“ und der Obmann des Vereines Telebüro Retzer Land) oder ein Leader-II-Projekt in Planung war (Tauernlamm).

Das ist nicht von ungefähr, weil es viele derzeitige Ziel-5b- und Leader-Initiativen bereits vor dem EU-Beitritt als regionalwirtschaftliche Projekte gegeben hat. Sie haben gegenüber einigen Akteur/innen, die erst ab 1995 ein Projekt gestartet haben (und wie vermutet werden kann, aus dem Grund, daß es plötzlich eine Förderung für etwas gibt) den entscheidenden Vorteil, weniger leicht abzubröckeln, wenn die Abwicklung der Förderungen starke zeitliche Verzögerungen aufweist und die Zukunft des Projektes ungewiß ist (*Luis Fidlshuster*).

### ***Die Förderung von Initiativen aus der Sicht der Akteur/innen***

Robert Zehentner (Tauernlamm) hat die Förderung mit einer Leiter verglichen, die auf den ersten eineinhalb Metern keine Sprossen hat. Er meint damit, daß es am Anfang sehr schwer ist, wenn ein findiger Mensch oder eine findige Gruppe für ein neues innovatives Unternehmen Förderungen erhalten möchte. Sobald die Förderstrukturen und die Abwicklungsmechanismen durchschaut worden sind, wird es immer einfacher, zu erfahren, welche Fördermöglichkeiten es für ein geplantes Vorhaben gibt und wie um diese anzusehen ist.

### ***Vorgaben für die Ziel 5b- und Leader-II-Projekteinreichung***

Die Einreichung wie auch die gesamte Arbeit rund um ein Ziel-5b-Projekt wird teilweise als sehr aufwendig wahrgenommen. Ein Akteur kritisierte, daß einerseits Anforderungen an initiative Menschen gestellt werden, für deren Durchführung es keine konkreten Hilfestellungen, wie beispielsweise Handbücher oder Informationsveranstaltungen zur Erstellung der Projektanträge gibt. Er habe letztlich auf frühere Erfahrungen, die er mit Projektanträgen in anderen Bereich gemacht hat, zurückgreifen müssen.

Im Gegensatz dazu wickelt die Leader-Förderstelle im Land Steiermark in erster Linie die technische Hilfe ab, dh sie finanziert für die einzelnen Leader-Aktionsgruppen eine Betreuung, die sie dabei unterstützt, die Unterlagen einzureichen und die Projektberichte zu liefern. Es gibt auch eine Reihe von Ziel-5b-Manager/innen, die eine wertvolle Unterstützung hinsichtlich der Beantragung wie auch der Durchführung dieser Projekte anbieten.

Ein anderer Akteur vertritt die Ansicht, daß „einem bei der Ziel-5b-Förderung nichts geschenkt wird“. Die obligatorischen Arbeiten sind vielfältig: Es muß ein Projekttagbuch geschrieben werden, die Aufzeichnungen über Einnahmen und Ausgaben, Steuern usw. sind genauestens zu führen, für Investitionen werden genauestens Kalkulationen durchgeführt, „jeder einzelne Schilling muß genau geplant und eingesetzt werden.“ Darüber hinaus ist die Organisation der Besprechungen sehr aufwendig, in erster Linie deshalb, weil zuerst ein gemeinsamer Termin gefunden werden muß, an dem die Besprechung stattfindet. Die Besprechungen müssen protokolliert werden, PR-Tätigkeiten sind erforderlich etc. Demgemäß wird einem seiner Ansicht nach für die 30% Förderung der Investitionsausgaben im Rahmen des Ziel-5b-Projektes „nichts geschenkt“.

### ***Die Förderung und der Markt***

Die Förderungsrichtlinien, nach denen gefördert wird, müssen notifiziert sein, dh sie müssen mit dem Wettbewerbsrecht der EU übereinstimmen (*Hannes Klug*).

Aus der Sicht der Förderstelle gestaltet sich die Förderung schwierig ab dem Moment, in dem der Markt für ein bestimmtes Produkt „enger wird“. Dies läßt sich anschaulich anhand des Fleischbereiches darstellen. Es gibt hier drei verschiedene Strukturbereiche: große und exportorientierte Betriebe, die vor Jahren mit hohen Fördermitteln gefördert worden sind. Ab Ende der 80er Jahre wurde begonnen, regionale Programme mit Marken- und Qualitätsfleischproduktion zu fördern, die auch derzeit noch gefördert werden. Und als drittes gibt es Direktvermarktungsbetriebe, die früher in erster Linie Hauschlachtungen durchgeführt haben. Durch die Fleischhygieneverordnung brauchen diese vorwiegend kleinstrukturierten Betriebe plötzlich Millionen an Förderungen für den Bau eines adäquaten Schlachthauses. Nun stellt sich die Frage, sollen diese auch noch gefördert werden, obwohl damit gleichzeitig riskiert wird, daß ein adäquater Qualitätspreis die mittlere Struktur damit entscheidend konkurrenziert wird? (*Josef Maitz*)

Ähnlich problematisch verhält es sich auch, wenn zwei geförderte Initiativen in einer Region einander zur Konkurrenz werden. Es wird vielfach die Erfahrung gemacht, daß es aus unterschiedlichen Gründen Konkurrenzprojekte gibt, bald nachdem eine regionale Initiative gestartet worden ist. Meist endet diese Strategie damit, daß sich eines der Projekte durchsetzt und das andere auf der Strecke bleibt. Dies stellt eine Verschwendung öffentlicher Ressourcen dar, wenn beide Projekte gefördert werden bzw. eines überhaupt mit der Intention eines Gegenprojektes von öffentlicher Seite gestartet wird.

### ***Einbindung der Entscheidungsträger/innen***

Waren früher initiative Akteur/innen oft als „Spinner“ verschrien, die erstmals durch Organisationen wie die ÖAR oder die ÖBV institutionelle Unterstützung erfahren haben, gehen Initiativen heute bereits vielfach vom „Mainstream“ aus. Bürgermeister und andere Entscheidungsträger/innen sind mittlerweile in lange Zeit ohne öffentliche Vertretung durchgeführten Initiativen eingebunden, wodurch sich das „Klima“ verbessert hat und der Boden für weiterführende Aktivitäten geebnet worden ist. Dadurch steigt auch die Umsetzungssicherheit der einzelnen Projekte.

Es ist jedoch auch zu berücksichtigen, daß die Kompliziertheit des administrativen Förderungssystems auch vorgeschoben werden kann, wenn eine Zusammenarbeit nicht funktioniert.

„Die Kultur einer Initiative kann aufgrund schlechter Erfahrungen mit dem öffentlichen Fördersystem und weitgehender Reglementierung soweit zerstört werden, daß die Leute in einer entwicklungsschwachen Region keine Initiative mehr ergreifen wollen“ (*Josef Maitz*).

### ***Einige Anforderungen an ein handhabbares Förderungssystem***

Vielfach wird der Wunsch nach mehr Bereitschaft zur Förderung von Innovationen geäußert. Im allgemeinen wird die Kreativitätsphase, von der Idee bis zu den ersten konkreten Umsetzungsschritten wenig gefördert. Pioniere werden in der Regel zum Großteil überhaupt nicht gefördert, weil es aus der Sicht der Förderstellen zum Teil riskant ist. Wie das Beispiel der steirischen Edelbrandkultur zeigt, läßt man von seiten der öffentlichen Hand vielfach die Pioniere ohne Förderungen „herumprobieren.“ Entwickelt sich das wirtschaftliche „Treiben“ gut, werden die ersten „Epigonen“ zu den Pionieren geschickt, um Erfahrungen auszutauschen. Erst diese zweite Generation erhält dann eine Förderung. Künftig sollten jedoch verstärkt kreative Prozesse gefördert werden, während bei marktfähigen Produkten die Förderung degressiv abnehmen soll (*Josef Maitz*).

### ***Fonds zur Abfederung des Risikokapitals***

Darüber hinaus entsteht durch Förderung ein gewisser Druck, unter dem die Kreativität zum Teil leidet (Michael Groier). Ebenfalls hemmend wirkt sich das mit den Investitionen oftmals verbundene finanzielle Risiko aus. Von einem Teil der Akteur/innen wurde auch kritisiert, daß der erforderliche hohe Anteil des Eigenkapitals im Zusammenhang mit Regionalentwicklungsinitia-

tiven vielfach das Engagement verhindert. Walter Pötsch, Leader-Beauftragter der Mühlviertler Alm, machte auf dem österreichischen Leader-Workshop<sup>37</sup> in Schlierbach den Vorschlag, einen Fonds zu gründen, mit dem finanzielle „Pleiten“ abgedeckt werden können. Damit wäre das Risiko leichter zu tragen, und es ist auch mit mehr Engagement seitens der ländlichen Bevölkerung zu rechnen.

### ***Ein vereinfachtes System***

Die Steiermark stellt in der Abwicklung der Förderung von Leader-II-Projekte einen Sonderfall dar. Während die meisten Leader Initiativen eine/n professionelle/n Manager/in beschäftigen, gibt es in der Steiermark keine hauptberuflich angestellten Leadermanager/innen. Der Grund liegt darin, daß „auch Normalsterbliche mit dem Fördersystem umgehen können, während in anderen Leaderregionen es trotz Leadermanager/innen nicht funktioniert“ (*Luis Fidschuster*).

Im allgemeinen ist die Abwicklung der Förderung von Ziel-5b- wie auch von Leader-II-Projekten ein sehr kompliziertes und nicht leicht zu durchschauendes System. Die einzelnen Belange der Förderung sind verschiedenen Abteilungen der Landesregierungen zugewiesen.

Es wurde von seiten einiger Leader-Beauftragter vielfach kritisiert, daß im Rahmen der Fachleistungen der Leader-II-Projekte zwischen dem Agrarfonds EAGFL, dem Regionalfonds EFRE, und dem Sozialfonds ESF unterschieden werden und daher in einigen Bundesländern die Projekte „fondsrein“ eingereicht werden müssen, was einer integralen regionalen Entwicklung entgegensteht.

Von seiten der Förderstellen ist eine Unzahl von Förderrichtlinien zu beachten, sowohl auf Landes- als auch auf Bundes- und EU-Ebene. Auf diese Art sei es für eine Förderstelle schwierig, effizient zu arbeiten. Wenn die Förderstelle programmkoordinierend sein soll, muß sie einen Überblick über die Initiativen haben, die bereits laufen. Sie braucht darüber hinaus flexible Bestimmungen. Daher wurde von seiten der Steiermärkischen Leaderstellen eine gemeinsame Richtlinie zur Abwicklung des Leader-II-Programmes auf Landesebene entworfen, die von der EU-Kommission genehmigt und notifiziert worden ist.

---

<sup>37</sup> „Partnerschaftsmodelle für eine innovative Regionalentwicklung“, am 4. Dezember 1996 in Schlierbach, Oberösterreich, organisiert durch das Leader-Netzwerk Österreich (Isabel Naylon, ÖAR-Regionalberatung)

Im Land Steiermark stimmt die Leader-Förderstelle das Projekt mit den anderen Landes- und den Bundesstellen ab. Auch der Leader-Beauftragte im Burgenland dient als Anlaufstelle für die einzelnen eingereichten Projekte und koordiniert die Genehmigung anderer Landes- und Bundesdienststellen.

### ***Der langfristige Wert der Förderung***

Ein wesentlicher Aspekt der Förderungen ist der über einen entsprechenden und vorher fixierten Zeitraum durchgeführte Abbau der Abhängigkeit von den Förderungen. Jede Initiative sollte letztlich ein selbständiges Unternehmen sein, das sich selbst durch seine wirtschaftlichen Tätigkeiten erhält.

Der Wert einer Initiative darf jedoch nicht nur mit dem ökonomischen Auge betrachtet werden. Oftmals kann der Erfolg einer Initiative gar nicht mit rein betriebswirtschaftlichen Kriterien gemessen werden. Es gibt Projekte, die einen hohen Synergieeffekt für die Region haben, wie bspw. darin, daß durch sie ein hohes Preisniveau erreicht wurde, die jedoch wirtschaftlich nicht überleben können. Daher sind im Hinblick auf Förderungen Initiativen nicht nur mit betriebswirtschaftlichen Kriterien zu beurteilen.

Die Zeiträume, in denen sich ein Projekt entwickeln und Einkommen geschaffen werden kann, müssen auf Langfristigkeit ausgerichtet sein. Vielleicht entstehen durch die derzeitigen Ziel-5b- und Leader-II-Programme Ideen, die erst am Anfang des nächsten Jahrtausends umgesetzt werden. Derartige Impulse sind in Wirklichkeit unbezahlbar.

### 3.3 Der Weg entsteht im Gehen - Ein Ausblick

Anhand von sechzehn bäuerlichen Initiativen im ländlichen Raum (dreizehn davon in Österreich und drei in Deutschland) wird die Vielfalt der alternativen Nutzung landwirtschaftlicher Ressourcen dargestellt. Sie reicht von der Herstellung spezieller Produkte aus landwirtschaftlichen Rohstoffen über kooperative Vermarktungsformen bis hin zum Angebot sozialer, kommunaler und anderer Dienstleistungen, die über abwechslungsreiche Tätigkeiten von Bäuerinnen und Bauern wie auch anderer im ländlichen Raum lebender Akteur/innen berichten. Im Hinblick auf die zeitliche Entwicklungsphase finden sich angefangen von Pilotprojekten bis hin zu langjährigen und seit Jahren erfolgreichen Initiativen verschiedene Stadien.

Die Initiative wird aus einer Reihe von unterschiedlichen Gründen ergriffen. Während die einen nach einer Tätigkeit gesucht haben, die sie mehr zufriedenstellt, wurden andere durch äußere Umstände mehr oder weniger in eine neue Aktivität hineingestoßen. Es gab aber auch Initiativen, bei denen das politische Engagement vorrangig war, etwas im Sinne einer nachhaltigen Landbewirtschaftung in benachteiligten Regionen zu verwirklichen. Zum Teil kamen die Impulse auch von außen, sei es durch die Landwirtschaftskammer, nicht-öffentliche Beratungseinrichtungen oder das Förderungssystem, deren Betreuung bzw. finanzielle Unterstützung von den meisten Initiativen als wichtig erachtet wurden.

Insgesamt entwickelten sich die Initiativen Schritt für Schritt mit unterschiedlichen Zeitspannen zwischen der Entstehung der Idee und der Umsetzung der Initiative.

Die Beantwortung der Frage nach den maßgeblichen Einflußfaktoren und zu beachtenden Rahmenbedingungen ergab eine Reihe von in sich vernetzten und miteinander im Wechselspiel stehenden Momenten. In erster Linie geht es dabei um die Entfaltung der Kreativität und das Erkennen der eigenen Fähigkeiten und Möglichkeiten, für die eine ganzheitliche Sicht und das Erfassen der vielfältigen Zusammenhänge erforderlich sind. Veränderungen können nicht abgekoppelt von sozialen Umfeld (Familie, das Dorf, die Region, Verwaltung, Politik etc. ) betrachtet werden, in dem die Akteur/innen leben. Innovatives Verhalten kann durch Familienmitglieder und öffentliche Institutionen erfahrungsgemäß entweder unterstützt und gefördert, oder aber erschwert und gar verhindert werden. Es ist daher die Zusammenarbeit mit Gleichgesinnten eine wesentliche Komponente, da Menschen, die etwas verändern wollen, den entsprechenden Rückhalt in einer Gruppe und angepaßte Organisationsstrukturen brauchen.

Es geht im Zusammenhang mit Innovationen vor allem aber auch darum, ein Rad in Schwung zu setzen, damit es sich eines Tages mehr und mehr von selbst zu drehen beginnt. Sobald eine Idee erfolgreich umgesetzt worden ist, entwickelt sich - oft schon parallel - eine neue. Meist läßt eine Idee die nächste nachkommen. Von einzelnen Akteur/innen wurde auch Glück oder der glückliche Zufall als Erfolgsfaktor genannt. Dieses „Glück“ ist den Menschen jedoch nicht einzig und allein in den Schoß gefallen, sondern war zum Teil das Ergebnis ihrer Findigkeit und ihres bereitwilligen Arbeitseinsatzes. Am Ende entstand der Eindruck, daß immer wieder das eine das andere ergeben hat und so im Lauf der Zeit das daraus geworden ist, was es zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme war. Allgemein war festzustellen, daß die Akteur/innen weitgehend Pläne für die Zukunft haben. Sie betrachten die momentane Situation, auch wenn sie bereits erfolgreich sind, nicht als abgeschlossen, sondern befinden sich in einem Prozeß, der weder angehalten werden kann, noch in absehbarer Zeit einen Endpunkt erreichen wird.

---

*Einmal aufgebrochen, scheinen die meisten Akteur/innen  
immer auf dem Weg zu sein, denn es scheint, als ob  
der Weg der Initiativen im Gehen entsteht.*

---

## Summary

### I. Main Questions and Methodology

As agricultural policy has failed to ensure sufficient income, some farm women and farmers try new ways in order to invent new economic bases to improve their household income. The ideas and their way of implementation are often very original, the combining of agricultural and non-agricultural activities innovative.

The Federal Institute for Less-favoured and Mountainous Areas has carried out a study on different innovative projects in rural areas which have their roots in agriculture connected with non-agricultural business.

The diversity of activities which take place on farms but proceed beyond the production of milk, beef and crops, which is referred to as para-agricultural activities in literature, are very manifold.

The best known of this para-agricultural activities are transformation of agricultural crops and livestock-products and their direct marketing to customers as well as other farm based activities mainly related to the tourist market, for example bed and breakfast (Arkleton Trust 1992, p.223). There are already a series of publications about these issues as well as about the taking care of handicaps on farms, and energy and environment in particular in terms of biomass-heating- and solar-energy-installations.

Thus the main issue of the study was to find out further resources on farms going beyond those just mentioned which are used in a different way and which circumstances have lead to the innovative activity. How is the idea implemented? Is there any support by public and private institutions (extension service, promotion)? What are the reasons why the initiative was created, which "stones" must be removed on the way of initiating and proceeding and how to overcome impediments. In the case of cooperations the attention was focused on requirements with regard to the team-work.

On the whole there should be given an overview on the variety of income-alternatives on farms as well as a general outlook on circumstances that should be taken into consideration in terms of innovative initiatives. In this study it is not claimed to cover the entire range of possible para-agricultural activities.

The aim of the project is to imply innovative processes that shall become accessible to farm units with comparable resources but also to other participants in the rural areas in order to improve their economic situation.

## II. The Initiatives

Seven groups in order to give an overview of the manifold possibilities in terms of income combinations on farms have already been built before the implementation of the survey. It is not surprising that the initiatives mostly belong to more than one group. Decisive factor in order to divide the selected initiatives was the achieved innovation. For instance a farm woman who organises seminars on baking farmers' bread and arranging flowers in a former horse stable was contributed to the group „alternative use of farm buildings“ although the biggest part of her and her husbands income is achieved through selling dairy products from sheep. In the following the examined initiatives will be presented according to the seven groups (1.1-2.4) which belong either to group 1: Special transformation and marketing, or to group 2: Services.

### 1. Special transformation and marketing

The group "Special transformation and marketing" deals with the issue of marketing of agricultural transformed products under various aspects. In this category not the conventional examples of direct marketing should be described, but models be found which transform special products out of agricultural crops and livestock as well as out of forestry products. The range of market diversified products includes transformation-products out of wool and wood, catering services with farm-own products as well as the production of cosmetics from whey<sup>38</sup>, plant-oils and herbs. Furthermore this category includes cooperations like enterprises, associations, and cooperatives dealing with jointly marketing of more or less transformed agricultural products. Central issue was the requirements of team-work. In consideration of the importance of the cooperative marketing of sheep-products (dairy, lamb, wool) for the future it was presented as an own category.

#### *1.1 Special products*

Under Special products two units have been described that produce cosmetics from goats' milk (Sanoll's goats' milk-cosmetics) resp. from mare's<sup>39</sup>-milk (Hehle's mare's milk-cosmetics) and sale them directly and through retail market.

---

<sup>38</sup> liquid obtained through the processing of cheese

<sup>39</sup> female horse

## 1.2 Cooperations

Beside the presentation of the implementation and development, the main issue of cooperations was to describe factors of influence of the team-work within cooperating participants. The experiences in terms of requirements for a good working cooperation are summarised under point 3.

Among the regional cooperations in Austria the costumer-producer-working-association *KOPRA* in Vorarlberg was examined. At first the association started with direct marketing of beef and continued with further farm products from farmers living in a disadvantaged area. In the meantime *KOPRA* is also an organic trademark and an organic cooperative which will increase the range of products as well as the group of costumers also outside the region Vorarlberg.

The second example of a cooperation is the organic catering-service *Tischlein deck dich*<sup>40</sup>. "Tischlein deck dich" offers seasonal and regional products in the way of cooked meals, sandwiches and different salads. The drinks are also produced by organic farmers in Austria (wine, "Most" and fruit drinks from apples, pears and different berries). There are several services added like sending invitation cards to the guests and taking them home after the party.

## 1.3 Sheep-products

All products from sheep belong to the mere agricultural produce that still have an increasing market demand. Furthermore the sheep are with regards to their extensive way of holding especially suitable to sustainable agriculture in particular in the mountain regions of Austria (which cover about 70% of the total area). There has been no market for Austrian lamb meat up to the seventies. The demand was covered by imports from Australia and Newzealand. The Austrian pioneers began to sell fresh lambs of quality in particular to the restaurants and hotels in the Alps in the late seventies and beginning of the eighties. The cheap prices<sup>41</sup> of foreign import-companies are a challenge to the marketing of Austrian lambs, but the demand is still increasing so that every cooperative was optimistic about their economic future.

Among this kind of cooperations one of the oldest peasant cooperatives in Austria is described. The Tauernlamm-Cooperative in the federal land Salz-

---

<sup>40</sup> "Set the Table" is the title of a famous fairy-tale in Austria.

<sup>41</sup> A farmer in Salzburg gets about 1.000,- Austrian Schillings per lamb, whereas a farmer in Newzealand is content with 250,- Austrian Schillings.

burg was founded in 1979. In 1996 the cooperative delivered 2.000 lambs under the trademark „Tauernlamm“ within a comprehensive range of farm products. Four people are employed, two full-time and two half-time.

Another pioneer among the sheep farmers is the "Josef Schett KEG<sup>42</sup>-company" ("Villgrater Natur") in East-Tyrol. Since the beginning of the 90ies the production shifted to the transformation of wool to goods like mattresses, blankets, and pillows etc. as well as isolation material. Last year about 1.000 lambs and 100.000 tons of lambswool was processed and sold. The company employs 10 people from the valley.

On the contrary to the pioneers the "Weizer Sheep-farmers-cooperative" in Styria was founded in the beginning of 1996. This cooperation comprises about 100 farmers with just a few sheep held by hobby-sheep-holders and others with up to about 100 sheep. Already the first year about 5.000 lambs and 180.000 litres of sheep-milk, processed to cheese and yoghurt, were delivered. Four people are employed.

## **2. Services**

The second group is dealing with different services (on the contrary to the production and processing of products). Among these are social (2.1) and municipal services as well as services in the scope of energy and environment (2.2). In addition there are services in connection with the re-using of farm buildings (2.3) and other services (2.4).

### ***2.1 Social services***

The taking care of children and old people are presenting traditional activities of farm women. Para-agricultural businesses does not deal with the unpaid work within the family, but shall point out examples, wherein in particular farm women but also farmers as qualified persons in taking care either of children or of old people earn money through social services. In the scope of social services an according qualification is a fundamental requirement. A further example of the combination between agriculture and social services is the foundation of therapy-stations for drug-addicted people on farms. (Integrating handicaps on farms was described by Georg Wiesinger 1991).

---

<sup>42</sup> German: KommanditErwerbsGesellschaft, that means limited commercial partnership

In Upper Austria 11 farm holdings have built a cooperation and want to modify agricultural buildings to apartments in purpose of renting them out to old people (called welfare living). The elderly will also be cared for by the farm women who will have the qualification of a taking care person for elderly people. The objective-5b-project is assisted by the district chamber for agriculture in Perg, Upper Austria.

The Chamber of Agriculture Vorarlberg has started a pilotproject in 1995, which makes it possible to children between six and twelve years to make holiday on a farm without their parents. This project also intends to teach children in agriculture: they have to feed animals together with farm children and learn about the work on a farm.

The second initiative about child-care was to arrange birthday-parties for children on a farm. Decisive factor for the idea was to mediate farming to children. Now a farm woman in Borken, Muensterland in Germany, organises once or twice a week birthday-parties for children between four and ten years from the cities in the near Ruhrgebiet. The farm woman absolved a qualification of the Chamber of Agriculture in Westphalia-Lippe and of the Association of Farm Women in Germany.

In Vorarlberg an organic farmer has absolved the qualification of a Psychotherapist and founded a therapy-station for drug-addicted people on his farm. Besides different creativity-workshops the clients are able to work in vegetable cropping and livestock husbandry ("working on a farm may have therapeutical effects"). The working capital is financed in advance by the farmer and therapist. The therapy-station is provided by these goods, and the surplus is sold on the regional market. Eight therapists are employed.

## ***2.2 Energy and environment***

comprise activities in the scope of alternative energy as biomass-heating- and solar-energy-installations which have been installed first by farmers. The first solar-energy-installations were invested in order to reduce the costs regarding to operating resources. Two third of about 250 biomass-heating-installations in Austria are initiated and operated by farmers mostly in cooperations. In terms of solar-energy-installations most of them are built in the meantime by non-farming inhabitants.

The importance of these installations is that they do not cause so much environmental pollution (there is no emission of damage materials at the solar energy and an adjusted CO<sub>2</sub>-balance at the biomass-heating). Furthermore the supplying of the municipality or region with "home-made" energy is signifi-

cant with regards to keeping the purchasing power in the region. Partly these biomass-heating-installations became a kind of meeting place for tourists who consume something in the regional restaurants and retail stores.

In this connection a further work done by farmers is to cultivate the cultural landscape and to compost biogenous garbage, both as a municipal service.

### ***2.3 Alternative use of farm-buildings***

In this category the range of possibilities reaches from the re-building for the purpose of letting out apartments, storerooms, offices, up to farm cafes and other kinds of restaurants, inns, in Austria the famous "Heurige" etc. wherein home-made meals and drinks are served.

A farm woman in Upper Austria organises seminars on baking farmers' bread and arranging flowers as well as cereals in a former horse stable mostly for other farm women.

A farm couple in Germany re-built a former stable for milk-cows to a farm cafe and sales regional meals (Muensterlaender onion-beef, baked potatoes, and different soups and salads) made from their own agricultural products. The main income source of the farm couple is still direct marketing of several agricultural products more or less processed.

### ***2.4 Further services***

In the framework of Further services the combination of farm businesses and services in connection with an alternative income for farmers and farm women are described. This issue comprehends also municipal services like removing snow from the streets by snow-ploughs and tractors as well as cleaning drains etc. Furthermore seminars, etc. are taking place at farm houses. There is a wide range of services in the scope of catering, housekeeping, and child-care offered by farm women.

The Chamber of Agriculture in Westphalia-Lippe and the Association of Farm Women in Germany organised a training-program with regards to different qualifications for farm women who want to "walk on new ways of pluriactivity for women" in 1995/96. Since March 1996 this pilotproject is implemented through the foundation of so-called Offices for Farm-women-Services. These offices, which are led by a manageress who is also a farm woman, are a kind of turntable between the offers and the demand of customers. The offer includes a wide range of services with regards to catering, housekeeping, and child-nursery. There is an allround service for parties and households of eld-

erly people. The farm women also arrange tours for tourists through their region (Muensterland) and show them sightseeing regarding to folklore.

Telehouses and tele-offices offer the total infrastructure for so-called teleworkers who are online with their employers in a city. They also provide the inhabitants in the peripheral region with training and education programmes as well as secretary services and management consulting. The examined Tele-office Retzer Land (Lower Austria) shows that there are not only jobs created but shifted from the centres to the peripheral regions. As a result commuting and polluting of the environment (most of the commuters go by car) shall be reduced.

The Leader-II Local Action Group Oetzal in Tyrol started to establish a telecenter in 1996/97 which shall become an education and training centre most of all for farm women as well as a communication centre in the valley.

### **III. How to be innovative and successful?**

There is a complex system of determining factors in terms of the successful implementation of initiatives. In science it is usual to describe the circumstances and requirements in a very comprehensive and difficult understanding way whereas the participants often are going to solve their problems resp. overcome impediments straight ahead without analysing the whys and the whats. Nevertheless, in science it is necessary to divide the determinants into different assemblies which cannot be delimited from each other strictly in practice.

#### ***To take the initiative***

Initiatives always mean changes with regards to the former activities and the previous usual circumstances. The first step is not the idea but the wish to change something or to do something new. This requires to perceive the actual situation and to assess it if it is satisfactory or not. There are different reasons for being not content with the actual circumstances, however. One of them can be that somebody does not have a job or farm activity according to his or her abilities. Recognition is required again in terms of discovering one's own competence.

Sometimes people have to travel around or to talk to people who are active in initiatives to recognise the need for change. Practically in all examined cases the participants worked outside agriculture for some time and/or lived outside the region for a while.

Political engagement is another reason and a kind of requirement that is essential in the framework of initiatives. There has to be a political background in order to become active. Political background means that the participants e.g. want to sustain agriculture in disadvantaged regions, or change to organic farming, or want to create new jobs, etc.

After realising that something has to be changed one of the most important steps is to set targets for results which should be achieved. This means that one has to analyse the actual situation (resources, abilities, possibilities for a partnership etc.) very carefully in order to work out the procedure of implementation step by step.

### *New ways of learning: creativity and experience exchange*

"The peasant human being is learning by looking at something and not by reading scientific papers" stated a participant who learned how to market sheep products by experience exchange and excursions to initiatives in Bavaria and Switzerland. So did other participants, too.

Most of the initiatives learned by excursions and experience exchange and are in the meantime aim for excursion-groups on their own. It is very significant that successful initiatives behave open-hearted to interested people whereas those who are afraid of competition ("somebody could come and copy the same business") are not successful in the long run.

Most of the participants had absolved a training outside agriculture and took part on courses in terms of continued education. The traditional education at school is teaching to think in straight lines which is contraproductive to creativity and developing the own competence. Some of the examined participants give the impression that their creativity and the recognition of their own abilities matured step by step since they started with their working life.

### *The importance of communication*

"By talking people meet each other" is a saying in Austria. The importance of conversation, discussing and exchange of ideas was underlined in particular by the cooperations. To work together requires a good basis of communication. In some cases it was stated that it is favourable that the participants have known each other before and maybe if they share some spare time together. Joining the participants to a pub next to an official meeting makes it sometimes easier to talk about crucial things which would not be mentioned under working circumstances.

On the other hand, however, there were at least two initiatives where the impression came up that the farmer do not even talk to his wife when he is going to plan a different or additional activity. Although it is the woman who works a lot she has often no right in terms of determination.

Changes causes conflicts which can just be handled if people talk about them. If there are fights among single participants which cannot be solved within the group it is suggested to start a kind of supervision with a qualified trainer.

The way of talking is not just important within a cooperation but also towards customers as well as towards people representing the official administration.

### ***Persisting motivation***

By starting an initiative from outside (e.g. by extension workers) but also consulting bottom up initiatives it is very important to give rise to quick events of success. This could be an article in a local newspaper about the planned activities of the initiative, or the first content customers who spread the news by mouth advertising.

Neither the pressure of action nor the financial risks should be too high in order to canalise the activity in a productive way. In particular, regarding objective 5b measures it was complained about the tremendous investments which are not compatible with the aim of mobilising economic activities in rural areas.

Beside the reason of motivation to earn more money and to be economically successful idealistic objectives have also to be considered. Such objectives could be the production of organic food or the cooperation within a non-hierarchical team or sustainable farming etc. In particular it is important to concentrate on idealistic aims if unfavourable circumstances afford it.

To connect commitment with being pleased by working for the initiative is a significant aspect in terms of persisting motivation. It is still in our mind that there is no success without hard working. However, just hard working becomes difficult and stressing over the time. Nevertheless to originate an innovative activity which fits together with one's own competence and interests causes satisfaction and pleasure nearly without intention.

### ***Cooperation***

One of the most important maxims of the market system in the western world is competition. The first games children learn is to strengthen their competitiveness. The results of an examination referring to extension work of direct market initiatives (Vogel 1994) proved that participants fail being pleased with their activity and their achievement (although they may be

with their activity and their achievement (although they may be successful) due to the competition among the team. Cooperation is the new slogan and not longer working against each other. At first people have to learn to work together because competition as the one and only motor for activity is still in their mind.

In cooperations it is very important that every participant implements tasks and functions according to his or her abilities. There has to be a clear and easily understanding of the organisation regarding to the various responsibilities and duties. According to the female leading style there should be coordination rather than commanding. Most of all the assessment of different functions and tasks should be erased. Instead participants acknowledge their own and the competence of the others which can be implemented best according to the suitable roles and tasks within a team.

According to the basic idea that a group decision is better than one made by a single person top down decision should no longer be accepted. Decisions have to be accepted by the team. This requires a high level of willingness to discuss the matters of facts and to talk frankly together. In order to be able to react rather quickly in terms of developments at the market the cooperative KOPRA installed a so called secretary managing board.

### ***Extension services and intermediaries***

Nearly every initiative made use of the existing extension services. This comprises the agricultural pressure group (chamber of agriculture), associations referring to organic farming, as well as private extension services like the OEAR which means Austrian Association for Self-reliant Rural Development (Oedl-Wieser 1994), and leads to the conclusion that consulting is a decisive factor for initiatives.

First of all the function of consulting refers to the analysis of the recent situation and the available resources as well as the interests and competence of those who are looking for advice. Further aid is to be given in calculating the required investments and to assess the eligibility of financing. In this context the extension worker has to know a lot about the promotion system and other formal affairs.

One of the consulting's crucial part is to act as a mediator between the administration and other public institutions on the one hand and the participants in rural areas on the other hand in order to connect the institutions of promotion with the entitled rural population (p. 164).

#### **IV. The road is made on the move - Outlook**

The possibilities of alternative income sources on farm units are very manifold. The wide range reaches from selling special products over cooperative trading traditional agricultural products to different services by alternative use of farm resources.

The initiative was taken for various reasons, the alternative income source develops step by step and sometimes has already become an own enterprise.

In general, farm women provide a big sensitivity for the changes in life. Thus they are often open-hearted towards readjustment and new alternative income prospects. However, they can suffer from the opposition within the farm family starting new occupations. In most cases the first impediments have to be overcome already before the activity starts.

With regards to changing activities it is very essential to team up with other people in order to create capable organisation structures and to give each other human support.

As soon as the first ideas have been implemented successfully it is developed a new one. Most of the examined participants gave the impression that their activity and commitment is accompanied with recognising and perceiving their context, circumstances, chances, abilities, and the impact of certain general settings concerning their activity. They are mostly pleased with their activity for doing something they are able to.

Most of the participants working in rural initiatives have further plans for the future. At the end it was given the impression that one step is following the other and it seems as if the road of the initiatives is made on the move.

## Literaturverzeichnis

- Arkleton Trust: Farmhousehold Adjustment in Western Europe 1987-1991, Volume I, Oxford 1992
- Arnold Klaus/Staudacher Christian: Urlaub am Bauernhof in Niederösterreich. Eine Untersuchung der Struktur und Entwicklung und der wirtschaftsräumlichen Auswirkungen, Wien 1979
- Asamer Maria: Erarbeitung und Evaluierung von Modellen zur Verbesserung der Chancen in der österreichischen Landwirtschaft durch Erwerbskombination, Forschungsprojekt L744/92, Gleisdorf 1996
- aid: Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten: Ländliche Dienste für ältere Menschen. Informationsbroschüre mit Förderung des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Landfrauenverband und dem Deutschen Bauernverband, Bonn 1995
- Brandau Marie-Luise/Bulle Wilma/Franke Ilsetraud/Funke Hertje/Gilsbach Susanne/Karg Georg/Leendertz Helga/Weinberger-Miller Paula: Urlaub auf dem Lande - Gäste auf dem Bauernhof, Wirtschaftlichkeitsrechnung, KTBL Arbeitspapier 194, Darmstadt 1994.
- Bratl Hubert/Scheer Günter 1987: Regionalbetreuung und Förderung innovativer Wirtschaftsprojekte für eine eigenständige Regionalentwicklung in benachteiligten Gebieten Österreichs, Selbstverlag der ÖAR, Wien 1987
- Bratl Hubert: Regionen als wirtschaftliche Entwicklungssysteme, Projekt A 10082, Teilprojekt 1, im Auftrag des Bundeskanzleramtes, Sektion IV/Abt. 4 Raumplanung und Regionalpolitik, Endbericht. Wien 1996
- Brun André/Fuller Anthony: Farm Family Pluriactivity in Western Europe, Oxford 1991
- Bundeskanzleramt Sektion IV/Abt.6 (dzt. 4): Sonderaktion des Bundeskanzleramtes (2/81) Wien 1981
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Referat II/A4b - Beratungsservicestelle: Einkommenskombination - Eine Chance für bäuerliche Familien, Wien 1994
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten sowie das Bundesministerium für Wirtschaft (Hg.), bearbeitet von Manfred Geißendörfer, Othmar Seibert und Michael Thomas: Neue Märkte für landwirt-

- schaftliche Unternehmer, Strategien und Fallbeispiele für gewerbliche Einkommensalternativen, Bonn 1997
- Burnett Kathryn: Rat Race Escapees or Rural Resource? Representation of Hebridean Incomers, Scotland, A Paper presented to the XVI Congress of the European Society for Rural Sociology, 31 July - 4 August 1995, Prague, Czech Republic
- Damm Theo/Grahlmann Gerd: Altgebäude als Einkommensquelle, Umnutzung von Bauernhöfen, Baugenehmigung, gebaute Beispiele Münster-Hiltrup 1996
- Dax Thomas/Loibl Elisabeth/Oedl-Wieser Theresia: Erwerbskombination und Agrarstruktur - Entwicklung landwirtschaftlicher Haushalte im internationalen Vergleich, Forschungsbericht Nr. 33 der Bundesanstalt für Bergbauernfragen, Wien 1995a.
- Dax Thomas/Loibl Elisabeth/Oedl-Wieser Theresia (ed.): Pluriactivity and Rural Development, Theoretical Framework, Forschungsbericht Nr. 34 der Bundesanstalt für Bergbauernfragen, Wien 1995b.
- Dax Thomas/Oedl-Wieser: Ex-ante-Evaluierung der Einheitlichen Dokumente der Programmplanung (1995-1999) für die Ziel-5b-Gebiete Österreichs, Wien 1995
- Dax Thomas: Research on Rural development - review on the situation in Austria, report for the REAPER-network (European Rural Studies Action Network) on rural research in Austria, Wien 1996
- Fahning, I.: Zur sozioökonomischen Bedeutung der Senioren in unserer Gesellschaft heute und morgen, in: Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (KTBL, Hg.): Kurz- und Langzeitaufnahme von älteren Menschen in landwirtschaftlichen Wohngebäuden - Ein Einstieg in eine Einkommensalternative? Arbeitspapier 203, Darmstadt 1994
- Gfrerer Hermann/Holzer Gottfried/Lahner Hans/Lattner Günter/Massauer Ernst/Peter Ruth/Staudinger Franz: Bäuerliche Direktvermarktung. Rechtsvorschriften und Produktkatalog, Wien 1996
- Glatz Hans: Regionale Disparitäten in Österreich: Konzepte und Mängel der Regionalpolitik, in: ÖZP, Heft 2/79, Schwerpunktthema: Agrar- und Regionalpolitik, S. 177ff. Wien 1979
- Glatz Hans/Scheer Günter: Eigenständige Regionalentwicklung - Ein Weg für strukturell benachteiligte Gebiete in Österreich, Bundeskanzleramt, Sektion IV/Abt. 6 (dzt. 4), Wien 1981 (1/81)

- Goldhor-Lerner Harriet: *The dance of the anger*, New York 1985, deutsch: *Wohin mit meiner Wut*, Zürich 1987
- Graf Walter: *Biogas für Österreich*, 2., überarbeitete Auflage, Wien 1996
- Greisinger Manfred: *Regionalpolitik der Zukunft: Das Waldviertel-Management*, Club Niederösterreich (Hg.) Broschüre 3/1995 Wien.
- Groier Michael: *Bergraum in Bewegung, Almwirtschaft und Tourismus - Chancen und Risiken*, Forschungsbericht Nr. 31 der BA für Bergbauernfragen, Wien 1993.
- Groier Michael: „Alternativ- Ein- und Aussteigerbauern - Ein Innovationspotential am Land?“ (Arbeitstitel); Forschungsbericht Nr. 41 der Bundesanstalt für Bergbauernfragen, im erscheinen. Wien
- Hebertshuber Martin: *Direktvermarktung: Probleme und Möglichkeiten*, Teil *Direktvermarktung des Projekts Bildung und Strukturwandel in der Landwirtschaft*, Schriftenreihe des Projektzentrums St. Pölten, Nr. 25, St. Pölten 1989.
- Hebertshuber M./Humpel J./Kittel G./Marchner G./Schlögl F.: *Vorstudie regionale Vermarktungsstrategien*, BMLF-Proj. Nr. L770/93, Zwischenbericht, Wien 1994
- Hofstadler Andrea/Reiner Karl: *Bäuerlicher Tourismus*, Band I: *Analyse der bisherigen Entwicklung und der Ist-Situation des bäuerlichen Tourismus in strukturschwachen Regionen Österreichs*, Band II: *Erfolgsfaktoren für innovative bäuerliche Vermieter*, Band III: *Erneuerungsstrategien für die Vermarktung der Angebote erfolgreicher Vermieter in strukturschwachen Regionen Österreichs*, Projektbericht im Auftrag des Bundeskanzleramtes, herausgegeben von der ÖAR Regionalberatung GmbH, Wien 1991
- Hoppichler Josef/Groier Michael/Prettner Elisabeth/Ratschiller Gernot: *Lammwirtschaft - Produktionsalternative Qualitätslammfleisch*, Forschungsbericht Nr. 29 der Bundesanstalt für Bergbauernfragen, Wien 1991.
- Hoppichler Josef: *Schaf- und Lammfleisch*, in: Fritz Gattermayer/Josef Hohecker/Walter Schiebel/Walter Schneeberger/Andreas Steidl/Gertraud Wöber/ Hans Karl Wyrzens/Günter Breuer (Hrsg.): *Agrarvermarktung in Österreich*, 2., aktualisierte Auflage, Wien 1994.
- Hovorka Gerhard: *Das Direktzahlungssystem in Österreich nach dem EU-Beitritt*, Forschungsbericht Nr. 37 der BA für Bergbauernfragen, Wien 1996.

- Huber Wolf: Regional Development and Regional Policies in Austria, A brief survey, Bundeskanzleramt, Abteilung IV/4, Raumordnung und Regionalpolitik, Wien 1994
- Huber Wolf: Bericht des Bundes in: RWK Osttirol S. 222f. Wien 1994
- Kräutler Werner: Präsentation der Leadergruppe Sall-Wöll im Ötztal am Leader Workshop: „Partnerschaftsmodelle für eine innovative Regionalentwicklung“ in Schlierbach am 4. Dezember 1996
- Lanner Sixtus (Hg.): Telearbeit - Neue Mobilität für den ländlichen Raum, Wien 1993
- Lanner Sixtus: Der Stolz der Bauern, Die Entwicklung des ländlichen Raumes, Gefahren und Chancen, Wien 1996
- Leader Ötztal, Verein Sall-Wöll für Eigenständige Regionalentwicklung: Pressemitteilung, Umhausen 1997
- Manthey Eva Maria/Crüppers Gernot/Heidrun von Amende: Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude für Erwerbskombination, herausgegeben vom Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (KTBL), Darmstadt 1993
- Mitteilungen des Landesschafzuchtverbandes NÖ, Sondernummer August 1985
- Neunteufel Marta: Nachhaltigkeit - Eine Herausforderung an die ökonomische Forschung, Wien 1996
- Oedl-Wieser Theresia: Consideration of Leader II in Austria, Austria's Regional Policy after Accession to the European Union, Country Report Austria: "Major rural development issues" to the 9<sup>th</sup> International Rural Development Summerschool of FAO in AYR - Scotland, September 2<sup>nd</sup> -7<sup>th</sup> 1996
- ÖAR RegionalberatungsgesmbH (Hg.): Leader Info Österreich Heft 1, Wien 1997, im Rahmen des Leader Netzwerk Österreich
- Ökosoziale Schriftenreihe der LAKO (Landwirtschaftliche Koordinationsstelle für Bildung und Forschung): Bauernzukunft, Wien 1996
- ÖROK: Österreichisches Raumordnungskonzept 1991, Wien 1991
- ÖROK: Siebenter Raumordnungsbericht, Wien 1993
- ÖROK: Achter Raumordnungsbericht, Wien 1996
- ÖSTAT (Hrsg.): Nutztierhaltung in Österreich, verschiedene Jahrgänge

- ÖSTAT (Hrsg.): Ergebnisse der landwirtschaftlichen Statistik
- Österreichische Bergbauernvereinigung (Hg.): Maurer Oswin, Maurer-Rogy Kerstin, Untersberger Hans: Direktvermarkten, Handbuch für Bauern, Wien 1988
- Österreichische Bergbauernvereinigung (Hg.): Die Bergbauern, Heft Jänner 1992 und Feber 1992
- Österreichische Bergbauernvereinigung (Hg.): Bäuerinnen - ÖBV Frauenarbeit. Acht Jahre regionale basisorientierte Bildungsarbeit mit Bäuerinnen 1989-1996, Wien 1997
- Perzi Niklas M.: Vom Morgen im Heute: Dorferneuerung Kautzen, Club Niederösterreich (Hg.) Broschüre 4/5/1994 Wien.
- Pevetz Werner: Struktur und Motive von Urlaubern auf österreichischen Bauernhöfen und deren Einstellung zur Landwirtschaft, Wien 1978
- Pötsch Walter: Vom namenlosen Abstiegs-kandidaten zur Erfolgsregion Mühlviertler Alm, Unterweißenbach 1996, unveröffentlicht.
- Rapoport, A.: Frieden, eine Idee, deren Zeit gekommen ist, Verlag Darmstädter Blätter, Darmstadt 1991, zit. nach Marta Neunteufel: Nachhaltigkeit - Eine Herausforderung an die ökonomische Forschung, Wien 1996
- Raum Liselotte: Profil: Projekt zur Berufsorientierung von Frauen in der Landwirtschaft, Referat im Rahmen der Tagung: Betriebe mit Finanzierungsproblemen, Landwirtschaftliche Beratungszentrale (LBL), Lindau (Schweiz) Mai 1996
- Regenermel Gaby/Schmid Michael (Hg.): Neuland - Die Wiederentdeckung bäuerlicher Direktvermarktung mit Beiträgen von: Maria Asamer, Robert Lukesch, Hermann Priebe, Günter Scheer und Markus Schermer
- Resch Andreas: Schöne, neue Regionalentwicklung, in Zolltexte 1/1995, S.46ff
- Rohrmoser Anton: Problematik und Lösungsmöglichkeiten aus der Sicht der betroffenen Bevölkerung, in: BKA, Sektion IV/Abt.6 (Raumplanung): Entwicklungsschwache ländliche Räume in Berggebieten mit derzeit eingeschränkten Erwerbsmöglichkeiten, Enquete in Zwettl am 23. Juni 1979, S. 69ff
- Scheer Günter: Möglichkeiten und Voraussetzungen einer Politik der selbstbestimmten und eigenständigen Regionalentwicklung, in: BKA, Sektion IV/Abt. 6 (Raumplanung): Entwicklungsschwache ländliche Räume in

- Berggebieten mit derzeit eingeschränkten Erwerbsmöglichkeiten, Enquete in Zwettl am 23. Juni 1979, S. 77ff
- Scheer Günter: Konzept und Wirklichkeit, in: REGionalentwicklung 3/90, 10 Jahre Eigenständige Regionalentwicklung, Wien 1990.
- Sulzenbacher Isolde: Tauernlamm - Lammfleischvermarktungsinitiative, in: Die Bergbauern, 10/95, S. 6f
- Vogel Stefan: Innovationsorientierung von Fach- und Regionalpolitik - Rahmenbedingungen und Möglichkeiten anhand einer Problemregion, Dissertation an der Universität für Bodenkultur, Wien 1988.
- Vogel Stefan: Bestimmungsfaktoren bäuerlicher Innovation in Gemeinschaftsprojekten Befragungsergebnisse aus der Südoststeiermark. Wien 1994
- Von Amende Heidrun: Umnutzung von landwirtschaftlichen Gebäuden aus der Sicht des Kuratoriums für Technik und Bauen (KTBL in Darmstadt), Referat anlässlich der Veranstaltung „Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude“ veranstaltet durch das BMLF, Abteilung II/A4, MR Dr. Gertraud Pichler, am 12. und 13. November 1996 in Wien
- Waldert Helmut: Gründungen, Starke Projekte in schwachen Regionen, Wien 1992
- Weber Gerlinde: Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude für neue Einkommenskombinationen - Pro und Kontra aus der Sicht der Raumplanung, Referat anlässlich der Veranstaltung „Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude“ veranstaltet durch das BMLF, Abteilung II/A4, MR Dr. Gertraud Pichler, am 12. und 13. November 1996 in Wien
- Weber Gerlinde: Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude für neue Einkommenskombinationen - Pro und Kontra aus der Sicht der Raumplanung, in: der Förderungsdienst Heft 3/1997, S. 77 ff
- Wiesinger Georg: Irrsinn und Landleben. Modelle einer Behindertenintegration in der Landwirtschaft, Forschungsbericht Nr. 28 der BA für Bergbauernfragen, Wien 1991
- Willi Josef (Hg.): Landwirtschaft und Leben, Zeitschriften 2/3 („Bäuerliche Vermarktungsinitiativen“) und 4/5 („Stopp dem Bauernsterben“), Studienzentrum für Agrarökologie am Forschungsinstitut für alpenländische Land- und Forstwirtschaft der Universität Innsbruck 1996
- Wirthgen/Maurer: Direktvermarktung - Verarbeitung, Absatz, Rentabilität, Recht, Stuttgart 1992

Zechner Gisela: Ein neuer Weg - Projektmanagement, Unterlagenmappe zum Seminar, Wien 1995

Zechner Gisela: Von der Idee zum Projekt, Tips für erfolgreiche Regionalinitiativen, in: dlz-agrarmagazin/Agro Bonus, 11/96, S. 10-12, Wien 1996.

Ziebermayr, Lois : Was bringen die neuen Entwürfe (der Fleischhygieneverordnung)? In: Die Bergbauern Nr. 209/210, 5-6/96, S. 12, Wien 1996

## Anhang

### Interviewleitfaden

Name der Initiative/des Vereins oder sonstiger Organisationsform

.....

Position innerhalb der Initiative, der Leader-Aktionsgruppe bzw.  
kollektiven Aktionsträger/innen

.....

#### 1. Fragen zur Initiative

- 1.1 Worum geht es bei der Initiative?
- 1.2 Wie hat „das Projekt“ begonnen?
- 1.3 Wie hat sich die Initiative entwickelt?
- 1.4 Was war der Anlaß, der zur Idee führte? Gab es ein Schlüsselerlebnis?
- 1.5 Was waren die Beweggründe?
- 1.6 Wieviele Menschen sind daran beteiligt?
- 1.7 Wie sind die aktiven Leute zusammengekommen?
- 1.8 Wie lange schätzen Sie den Zeitraum ein, der von der Idee bis zu ersten konkreten Umsetzungsschritten vergangen ist?
- 1.9 Was war die Hauptschwierigkeit bei der Umsetzung der Idee in die ersten konkreten Schritte?
- 1.10 Gab es in der Umgebung Widerstände zu überwinden? Wie haben sich diese gezeigt? Waren sie offen oder verdeckt? Von welcher Seite sind die Widerstände gekommen?
- 1.11 Gibt es noch immer Widerstände oder konnten die „Widersacher/innen“ überzeugt werden?
- 1.12 Wie sieht die Organisation der Initiative aus?
- 1.13 Welche Rolle spielt die Planung beim Projektablauf? Kann die Projektentwicklung in Etappen eingeteilt werden? Welche Etappen gibt es?
- 1.14 Gibt es eine Kalkulation der Ausgaben und der Einnahmen?
- 1.15 Wie werden Entscheidungen getroffen?
- 1.16 Gibt es regelmäßige Besprechungen?
- 1.17 Wie werden Informationen weitergegeben?
- 1.18 Wurde Marktforschung betrieben?

- 1.19 Wie sieht die Marktentwicklung aus (dynamisch oder statisch)?
- 1.20 Wie wird die Werbung gestaltet?

**a) Beratung**

- 1.1 Wurden Sie professionell unterstützt/beraten? (Wenn ja, von wem?)
- 1.2 Wie hat die Betreuung ausgesehen? Wobei war man Ihnen hilfreich? (Impulse, Informationen, Förderungsabwicklung, know how, seelische Unterstützung etc.)
- 1.3 Wie intensiv war die Betreuung (eher begleitend oder mehr)?
- 1.4 Werden Sie nach wie vor betreut?
- 1.5 Welche Stellenwert/Rolle hat die Beratung bei der Initiative?

**b) Finanzierung und Förderung**

- 1.1 Wie finanziert sich die Initiative? (%-Angaben Eigenmittel, Förderungen etc.)
- 1.2 Hat es bei der Finanzierung Schwierigkeiten gegeben? (Information nicht oder zu spät erhalten, komplizierte Formulare, Zeit war zu knapp, Vorfinanzierung hat auf sich warten lassen, Terminkoordinierung wurde nur mit Mühe zustande gebracht)
- 1.3 Welche Rolle hat die *Finanzierung* im Rahmen der Initiative?
- 1.4 Haben Sie öffentliche Fördergelder in Anspruch genommen?
- 1.5 Wenn ja, wie haben Sie erfahren, daß es für das, was Sie vorhaben, Förderungen gibt?
- 1.6 Wie wurden Ihnen die Förderung vermittelt?
- 1.7 Wann laufen die öffentlichen Gelder aus? Was passiert dann, wenn es keine Zuschüsse mehr gibt? Ist eine Verlängerung möglich?
- 1.8 Gibt es Kontakte mit den Förderstellen? Welcher Art sind diese?
- 1.9 Welchen Stellenwert hat die *Förderung* im Rahmen der Initiative?
- 1.10 Wie hoch ist der Anteil am Gesamteinkommen / an der Gesamtarbeitszeit?
- 1.11 Rechnet sich der Zeitaufwand?
- 1.12 Wie steht es um die wirtschaftliche Tragfähigkeit? Werden die Kosten durch die Einnahmen gedeckt?
- 1.13 Wie hoch ist der Umsatz und wie hoch sind die Kosten (%-Angaben)?
- 1.14 Womit wird wieviel Geld verdient?

1.15 Wofür wird wieviel Zeit aufgewendet?

## **2. Fragen zur Person der/des Akteur/in**

- 2.1 Wie sind Sie zu dieser Initiative gekommen? Waren Sie Gründungsmitglied oder sind Sie später dazugekommen?
- 2.2 Welche Position haben Sie in der Initiative?
- 2.3 Was hat sich für Sie persönlich durch diese Initiative verändert?
- 2.4 Wie ist es Ihnen persönlich am Anfang der Initiative gegangen? Haben Sie sich Gedanken gemacht, welche Veränderungen das mit sich bringen wird? Hatten Sie Freude an diesem Risiko oder eher ein mulmiges Gefühl? Haben Sie sich vorgestellt, daß Sie jetzt mehr Kontakt zu anderen Leuten, die in der Initiative beschäftigt sind, haben werden und welche Auswirkungen das auf ihren Alltag haben wird?
- 2.5 Wie geht es Ihnen jetzt mit dieser Veränderung?
- 2.6 Wie hat sich die Initiative auf ihr Einkommen ausgewirkt? Wie auf ihren Arbeitsalltag?
- 2.7 Haben Sie Familie?
- 2.8 Wie hat die Familie bzw. die Umgebung auf diese Veränderung reagiert?
- 2.9 Gab es auch Widerstände innerhalb der Familie oder wurden Sie unterstützt?
- 2.10 Wenn Sie es sich aussuchen können, arbeiten sie dann lieber im Team oder alleine?

### **a) Aus- und Weiterbildung**

- 2.1 Welche Berufsausbildung haben Sie absolviert bzw. welche berufliche Tätigkeit üben Sie derzeit aus bzw. haben Sie ausgeübt, bevor Sie hier aktiv geworden sind?
- 2.2 Falls landwirtschaftlicher Betrieb: Betriebsdaten und evtl. die Betriebsgeschichte aufnehmen!
- 2.3 Als Sie Ihre Arbeit hier begonnen haben, hatten Sie dabei irgendwelche Vorkenntnisse? Welcher Art? Hat es auf dem Betrieb beispielsweise schon früher Betriebsumstellungen oder allgemein Veränderungen gegeben?
- 2.4 Besuchen Sie Weiterbildungskurse, Informations-, Erfahrungsaustauschveranstaltungen ?

- 2.5 Wie sind Sie mit dem Angebot an Weiterbildungskursen/Informationsveranstaltungen zufrieden? (sehr zufrieden bis verbesserungsbedürftig)
- 2.6 Finden Sie, daß Weiterbildungskurse / Informationsveranstaltungen dazu beitragen können, die Anforderungen leichter zu erfüllen und auftretende Probleme leichter zu lösen?

### **3. Fragen zum Verhalten der Akteur/innen untereinander**

- 3.1 Wieviele Akteur/innen gibt es? Hat sich so etwas wie eine Kerngruppe herauskristallisiert?
- 3.2 Wie ist das Verhältnis unter den aktiven Leuten? Wie verstehen sich die Leute untereinander? Verstehen Sie sich als Gruppe? Ist so etwas wie ein Teamgeist vorhanden, dh können die Leute gut miteinander umgehen?
- 3.3 Wie werden Entscheidungen getroffen?
- 3.4 Gibt es regelmäßige Besprechungen?
- 3.5 Wie werden Informationen weitergegeben?
- 3.6 Gibt es Leute, die mehr zu bestimmen haben als andere?
- 3.7 Glauben Sie, daß eine Gruppe von Menschen einen „Leithammel“ braucht?
- 3.8 Wenn es Unzufriedenheiten, Spannungen und Konflikte gibt, was sind die wesentlichsten Gründe dafür? Kommen diese eher von außen oder von innen?

### **4. Fragen zur Region<sup>43</sup>**

- 4.1 Welche Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten sehen Sie in der Region?
- 4.2 Was würden Sie sagen, ist charakteristisch für diese Region?
- 4.3 Kommen Sie aus der Region?
- 4.4 Leben Sie gern hier oder würden Sie lieber woanders wohnen?

### **5. Auswirkungen der Initiative**

---

<sup>43</sup> Grobe Beschreibung der regionalwirtschaftlichen Gegebenheiten

- 5.1 Welche Auswirkungen hatte die Initiative auf Sie und die anderen Akteur/innen? Welche Impulse von seiten der Initiative gibt es auf ihre Umgebung?
- 5.2 Welche Ziele werden mit der Initiative verfolgt?
- 5.3 Welche haben Sie erreicht, welche verfolgen Sie weiterhin?
- 5.4 Wieviel Zeit beansprucht die Arbeit in der Initiative derzeit täglich?
- 5.5 Welche Auswirkungen hatte die Initiative auf ihr Einkommen?
- 5.6 Wie sieht die Zukunft der Initiative aus? Gibt es eine konkrete Zeitplanung?
- 5.7 Was würden Sie sagen, welche Voraussetzungen jemand mitbringen muß oder soll, der oder die bei einer Initiative mitarbeiten will? Was sind die wichtigsten Eigenschaften, die so jemand haben sollte?
- 5.8 Wenn jemand bzw. eine Gruppe von Leuten mit einer Initiative beginnen möchte, welche Ratschläge oder Tips würden Sie denen geben? Worauf sollten sie besonders achten? Wobei treten die größten Probleme auf? Welche Erfahrungen sind notwendig und welche können durch Erfahrungsaustausch vermieden werden?
- 5.9 Was ist das Geheimnis des Erfolgs?

**Übersicht 2: Regionale und inhaltliche Verteilung der Initiativen**

	1. Spezielle Vermarktungsformen		
	1.1 Spezialprodukte	1.2 Kooperationen	1.3 Schafprodukte
NÖsterreich			
OÖsterreich	1.2.1	1.2.1 „Tischlein deck dich“ 2.2	2.4.1
Salzburg		1.3.1	1.3.1 Tauernlamm
Steiermark		1.3.3	1.3.3 Weizer Schafbauern
Tirol	1.1.1 Ziegenmilchkosmetika 1.3.2	1.3.2	1.3.2 Villgrater Natur
Vorarlberg	1.1.2 Stutenmilchkosmetika 1.2.2	1.2.2 Kopra 1.1.1 1.1.2	
Ausland		2.4.2	

## Fortsetzung Übersicht 2

2. Dienstleistungen			
2.1 Soziales	2.2 Energie u. Umwelt	2.3 Umnutzung	2.4 Dienstleistungen
		2.4.1	2.4.1 Telebüro
2.1.1 Altenbetreuung		2.3.1 Seminarbäuerin 2.1.2	1.2.1 2.3.1
		1.3.1	
	2.2.1 Biomüllkompost.		2.2.1
		1.1.1	
2.1.2a Kinderferien 2.1.3 Drogen-therapiestation		2.1.4	2.1.2a 2.1.4
2.1.2b Kindergeburtstagsparty 2.4.2		2.3.2 Bauernhofcafé	2.4.2 Landfrauen Service 2.1.2b

## Adressenverzeichnis

### Die Initiativen

**Martin und Cornelia Sanoll**

Michlhof, A-6422 Stams/Tirol  
Tel: 052 63-61 84, Fax: 052 63-54 44

**Tischlein deck dich OÖ**

*Mag. Margit Mairinger*  
Auf der Gugl 3, A-4021 Linz  
Tel: 0732-60 66 62  
Fax: 0732-69 02-478

**Tauernlamm**

*Robert Zehentner*  
Eschenau 11, A-5660 Taxenbach  
Tel: 06416-517, Fax: 06416-61 27

**Villgrater Natur**

*Josef und Bernadette Schett*  
A-9932 Innervillgraten 41  
Tel: 04843-55 20, Fax: 04843-5519

**Dr. Peter und Bernadette Amann**

A-6822 Schnifis 12b  
Tel: 05524-85 91, Fax: 05524-87 88

**LWK Vorarlberg**

*Evy Halder*  
Montfortstraße 9-11, A-6900 Bregenz  
Tel: 05574-420 44-0  
Fax: 05574-47 107

**Gerlinde und Josef Hofer**

Niederbrunnernstraße 13  
A-4522 Sierning  
Tel: 07259-3010, Fax: 07259-3010-4

**Siegfried und Karin Hehle**

Stadlers 28, A-6900 Möggers  
Tel/Fax: 05573-8 26 42

**KOPRA Konsumenten-**

Produzentenarbeitsgemeinschaft  
*Dipl.Ing. Franz Rauch und Jutta Berger*  
Hirschgraben 15, A-6800 Feldkirch  
Tel: 05522-79 687, Fax: 05522-79 687-11

**Weizer Schafbauerngenossenschaft**

*Karl Deixelberger*  
Marburgerstraße 45, A-8160 Weiz  
Tel: 03172-30 370, Fax: 03172-30 370-04

**BBK Perg**

*Gabriele Schober*  
Fadingerstraße 13, A-4320 Perg  
Tel: 07262-52126-0 Fax: 07262-52126-86

**Werner und Anna Maier**

A-8841 Katsch an der Mur 45  
Tel: 03588-212, Fax: 03588-598

**LWK Westfalen Lippe**

*Liselotte Raun*  
Schorlemerstraße 26, D-48 135 Münster  
Postfach 59 25, Tel: 0049-(0)251 5 99-0  
Fax: 0049-(0)251 59 93 62

**Telebüro Retzer Land**

*Dr. Anton Trauner*  
Althofgasse 14/3, A-2070 Retz  
Tel: 02942-205 77, Fax: 02942 205 77 20

## Expert/innenkontakte

### **Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Abt. II A 4 (Beratung)**

*MR Dr. Gertraud Pichler:* 71100-6814  
*Dipl. Ing. Maria Fladl:* 71100-6985  
Stubenring 1, A-1010 Wien

### **Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Abt. II C 13c**

*MR Dr. Johann Krutzler (Stutenhaltung)*  
Tel: 71100-6677  
Stubenring 1, A-1010 Wien

### **Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abt. Landes- und Regionalplanung** Leaderkoordinationsstelle Steiermark

*Hannes Klug*  
Stempfergasse 7, A-8011 Graz  
Tel: 0316-877-2170, Fax: 0316-877-3711

### **ÖAR Regionalberatung GmbH**

*Mag. Luis Fidschuster\*\**  
Amalienstraße 68, A-1130 Wien  
Tel: 0222- 877 94 21-0  
Fax: 0222-877 94 25

### **ÖAR-Regionalberatung International**

*Robert Lukesch*  
Hirzenriegl 55, A-8350 Fehring  
Tel: 03155-2112, Fax: 03155-2112-4

### **IFF (Institut für interdisziplinäre Forschung) Dr. Martin Hebertshuber**

Mirabellplatz 9/3, A-5020 Salzburg  
Tel: 0662-88 66 23, Fax: 0662-88 66 23-9

### **ARGE Erneuerbare Energie**

*Ing. Josef Schrötter*  
Gartengasse 5, A-8200 Gleisdorf, PF 142  
Tel: 03112-58 86, Fax: 03112-58 86-18

### **Bundeskanzleramt**

*Mag. Anton Sapper\**  
Hohenstaufengasse 3, A-1010 Wien  
Tel: 53 115-2914, Fax: 53 115-4120

### **Studienzentrum für Agrarökologie**

am Forschungsinstitut für alpenländische  
Landwirtschaft der Universität Innsbruck  
*Prof. Ing. Josef Willi*  
Technikerstraße 13, A-6020 Innsbruck  
Tel: 0512-507-2372, Fax: 0512-507-2817

### **Oberösterreichische Landesregierung**

Abt. Überörtliche Raumplanung  
Leaderkoordinationsstelle OÖ  
*Mag. Markus Seidl*  
Annagasse 2, A-4020 Linz  
Tel: 0732/7720/4831 Fax: 0732/7720/4819

### **ÖAR Regionalberatung GmbH**

*Mag. Josef Maitz*  
Hartbergerstraße 93, A-8200 Gleisdorf,  
Tel: 03112-25 44-0,  
Fax: 03112-25 44-75

### **Österreichische Bergbauernvereinigung**

*Mag. Lois Ziebermayr*  
Herklotzgasse 7/21, A-1150 Wien  
Tel: 0222-89 29 400  
Fax: 0222-89 32 927

### **Agrarmanagement und Regionalentwicklung Dipl.Ing. Gisela Zechner**

Breitenseerstraße 49/3/4, A-1140 Wien  
Tel/Fax: 0222-98 54 276

### **Österr. Biomasseverband**

Franz Josephs-Kai 13, A-1010 Wien  
Tel: 0222-533 07 97  
Fax: 0222-533 07 97-90

---

\* Bei Mag. Anton Sapper sind die Adressen der Regionalmanager/innen für ganz Österreich erhältlich

\*\* Betreut im Auftrag des BKA das Leader Netzwerk Österreich. Bei ihm sind Adressen und Namen der Ansprechpartner/innen für die Gemeinschaftsinitiative Leader II erhältlich

**Leader Ötztal**

*Mag. Werner Kräutler*  
Postfach 78, A-6441 Umhausen  
Tel: 052 55-5837, Fax: 052 55-5837-14

**Pro Vita Alpina**

*Dr. Hans Haid*  
A-6441 Umhausen, Marbergerhaus  
Tel: 05255-5871

**Mühlviertler Alm**

*Mag. Walter Pötsch*  
A-4273 Unterweißenbach 20  
Tel: 07263-7154, Fax: 07263-7150

**ANNE** (Arbeitsgemeinschaft Nationalpark  
Naturregion Eisenwurzen, Leader)  
*Ing. Gerhard Fallent*, A-4461 Lausser 182  
Tel und Fax: 07255/7414

**Waldviertel Management**

*Josef Mayerhofer*  
Edelhof 3, A-3910 Zwettl  
Tel: 02822-53 633, Fax: 02822-53 523

**Dorfwerkstatt Mostviertel und  
Telehaus Eschenau**

*Franz Wögerer*  
Inzenreithstraße 1/2, A-3153 Eschenau  
Tel/Fax: 02746-73 80

**Vorholz-Institut für praktische Philosophie**

*MMag. Kurt Bereuter*  
Vorholz 263, A-6861 Alberschwende  
Tel und Fax: 05579-4386

**Büro für Landschaftsökologie & Freiraum-  
planung, Vegetationskunde & bäuerliche  
Agrarkultur**

*Dipl.Ing. Michael Machatschek*  
Jörgenstraße 34/14, A-1170 Wien  
Tel: 0222-40 79 156

**Ökologie Institut, Bereich Planung**

*Mag. Céline Loibl*  
Seidengasse 13, Postfach 232, A-1070 Wien  
Tel: 0222-523 61 05, Fax: 0222-523 58 43

**Pro Vita Alpina**

*Gerhard Prantl*  
A-6444 Längenfeld 111  
Tel/Fax: 05253-5060

**Dr. Hans Haid**

Heiligenkreuz 8, A-6450 Sölden,  
Tel: 05254-2733, Fax: 05254-2733-4

**Regionalforum Steyr-Kirchdorf**

*Dipl.Ing. Alois Aigner*  
Alter Pfarrhof, A-4594 Steinbach/Steyr 80  
Tel: 07257-8484, Fax: 07257-8484-34

**SPES Bildungs- und StudiengmbH,**

A-4553 Schlierbach 19  
Tel: 07582-82 123-55 od. 58 bzw.  
07582-81425 Fax: 07582-81425-54

**Dorf- und Stadterneuerung Wald-  
viertel, Büro Gars, DI Josef Strummer**

Julius-Kiennaststraße 66  
A-3571 Gars am Kamp  
Tel: 029 85-20 23, Fax: 02985-2023-5

**Regionalbüro Yspertal und  
Telecenter Südliches Waldviertel**

*Ing. Paul Schachenhofer*  
Altenmarkt 100, A-3683 Yspertal  
Tel: 074 15-220

**Talente Tauschkreis**

*Mag. Michael Graf*  
Anzengruberstraße 6  
A-6020 Innsbruck, Tel: 0512-39 41 69

**ÖVAF (Österr. Vereinigung für  
agrarwiss. Forschung)**

*Dipl.Ing. Doris Nagelstätter*  
Kleine Sperlgasse 1/37, A-1020 Wien  
Tel: 0222-214 59 03  
Fax: 0222-214 59 03-9

**Entwicklungsberater**

*Franz Rohrmoser*  
Garnei 149A, A-5431 Kuchl  
Tel/Fax: 06244-5192

## Publikationen der Bundesanstalt für Bergbauernfragen

### Facts & Features

- Nr. 1: **Österreichs Bergbauern - Bedeutung und Förderung** (von Ignaz Knöbl - Juni 1993); auch in englischer, französischer, italienischer und portugiesischer Sprache verfügbar Preis: S 20,-
- Nr. 2: **Das Berggebiet - im EG-Vergleich** (von Gerhard Hovorka / Georg Wiesinger - April 1993) Preis: S 20,-
- Nr. 3: **Berggebiet und benachteiligtes Gebiet Österreichs**  
Kennziffern der Land- und Forstwirtschaft  
(von Thomas Dax - März 1993) Preis: S 20,-
- Nr. 4: **Bergbauern Österreichs - Kennziffern der Land- und Forstwirtschaft** (von Thomas Dax - März 1993) Preis: S 20,-
- Nr. 5: **Der ländliche Raum - Bedeutung im internationalen Vergleich** (von Thomas Dax - März 1993) Preis: S 20,-
- Nr. 6: **Ländlicher Raum und Fremdenverkehr - Bedeutung für Österreich** (von Michael Groier - April 1993) Preis: S 20,-
- Nr. 7: **Die Nebenerwerbslandwirtschaft - Bedeutung in Österreich** (von Gerhard Hovorka / Georg Wiesinger - Mai 1993) Preis: S 30,-
- Nr. 8: **Die Erwerbsskombination landwirtschaftlicher Haushalte - Analyse eines europaweiten Verhaltensmusters** (von Thomas Dax - April 1993) Preis: S 30,-
- Nr. 9: **Agrarwirtschaftliche Begriffe - Definitionen** (von Josef Hoppichler) in Vorbereitung
- Nr. 10: **Vorbereitungen auf den EG-Beitritt Österreichs - ein Projektmanagement besonderer Art** (von Berthold Pohl - November 1993) Preis: S 30,-

- Nr. 11: **Die Almwirtschaft in Österreich** - Bedeutung und Struktur (von Michael Groier - November 1993) Preis: S 30.-
- Nr. 12: **Agrar- und Regionalpolitik der EU**  
Foliensammlung (von Josef Krammer, 2. Auflage - Mai 1995) Preis: S 60.-
- Nr. 13: **Die Bergbauern in der österreichischen Landwirtschaft:** Entwicklung, Einkommen und Direktförderungen (von Gerhard Hovorka - Juni 1994) Preis: S 30.-
- Nr. 14: **EU - Förderung I**  
Maßnahmen zur Verbesserung der Effizienz der Agrarstrukturen (Ziel 5a)  
(von Berthold Pohl, 2. Auflage - Mai 1995) Preis: S 90.-
- Nr. 15: **EU - Förderung II**  
Maßnahmen für den Verarbeitungs- und Vermarktungssektor  
(von Berthold Pohl, 2. Auflage - Mai 1995) Preis: S 75.-
- Nr. 16: **EU - Förderung III**  
Maßnahmen zur Entwicklung des ländlichen Raumes (Ziel 5b)  
(von Berthold Pohl, 2. Auflage - Mai 1995) Preis: S 95.-
- Nr. 17: **EU-Förderung IV**  
Die Erzeugergemeinschaften und ihre Vereinigungen  
(von Berthold Pohl, - September 1995) Preis: S 90,-

## Forschungsberichte

- Nr. 9: **Die Einkommensentwicklung in der österreichischen Landwirtschaft 1975 bis 1990 (Trendanalyse)**  
5., erweiterte und aktualisierte Auflage (von Gerhard Hovorka/Rudolf Niessler - 1991) Preis: S 51,-
- Nr. 12: **Agrarpolitik in Norwegen**  
(von Josef Krammer - 1983) Preis: S 40,-
- Nr. 13: **Einkommenspolitische Strategien**  
(von Rudolf Niessler - 1984) Preis: S 50,-
- Nr. 14: **Produktionskosten der Milch nach Bestandesgröße und Bewirtschaftungerschwernis**  
(von Maria Asamer - 1984) Preis: S 40,-
- Nr. 17: **Richtmengenregelung: Entwicklung, Auswirkungen, Reformvorschläge, 2.**, erweiterte und aktualisierte Auflage (von Thomas Dax - 1992) Preis: S 155,-
- Nr. 18: **Rinderrassen im Wirtschaftlichkeitsvergleich: Betriebswirtschaftliche Analyse und gesamtwirtschaftliches Produktionsmodell**  
(von Josef Hoppichler - 1988) Preis: S 110,-
- Nr. 19: **Agrarpolitik 1, Theoretischer Diskurs**,  
2., überarbeitete und erweiterte Auflage  
(von Rudolf Niessler/Michael Zoklits - 1989) Preis: S 125,-
- Nr. 20: **Agrarpolitik 2, Österreich-EG: Strukturen und Instrumente, 2. Auflage**  
(von Michael Zoklits - 1988) Preis: S 70,-
- Nr. 21: **Agrarpolitik 3, Szenarien** (von Rudolf Niessler/Josef Perktold/Michael Zoklits - 1989) Preis: S 110,-
- Nr. 22: **Agrarpolitik 4, Ein Prognose und Simulationsmodell, 2.Version**  
(von Josef Perktold - 1989) Preis: S 80,-

Die Forschungsberichte Nr. 19 bis 22 sind Teilberichte des Projektes: "Entwicklungschancen der Landwirtschaft unter Bedingungen begrenzten Wachstums".

- Nr. 23: **Produktionsalternative Qualitätsrindfleisch am Beispiel "Styria-beef"**  
(von Michael Groier/Josef Hoppichler - 1988) Preis: S 95,-
- Nr. 24: **EG-Direktzahlungen:** Auswirkung auf Österreich  
(von Th. Dax/I. Knöbl/J. Krammer/M. Zoklits - 1989) Preis: S 70,-
- Nr. 26: **Die 3-Stufenwirtschaft in Vorarlberg:** Entwicklung - Bedeutung - Perspektiven  
(von Michael Groier - 1990) Preis: S 90,-
- Nr. 27: **Behinderte in der Landwirtschaft:** Zwischen Resignation und Behauptung  
(von Georg Wiesinger - 1991) Preis: S 110,-
- Nr. 28: **Irrsinn und Landleben:** Modelle einer Behinder-  
tenintegration in der Landwirtschaft  
(von Georg Wiesinger - 1991) Preis: S 95,-
- Nr. 29: **Lammwirtschaft:** Produktionsalternative Quali-  
tätslammfleisch (von M. Groier/J. Hoppichler/E.  
Prettner/G. Ratschiller - 1991) Preis: S 100,-
- Nr. 30: **Das Prinzip Verantwortungslosigkeit:** Die Fol-  
gen der Gen- und Biotechnologie für die Landwirt-  
schaft,  
2., unveränderte Auflage Preis: S 230,-  
(von Josef Hoppichler - 1994)
- Nr. 31: **Bergraum in Bewegung:** Almwirtschaft und  
Fremdenverkehr - Chancen und Risiken  
(von Michael Groier - 1993) Preis: S 115,-
- Nr. 32: **Bäuerliche Welt im Umbruch:** Entwicklung land-  
wirtschaftlicher Haushalte in Österreich  
(von Th. Dax/R. Niessler/E. Vitzthum - 1993) Preis: S 75,-
- Nr. 33: **Erwerbsskombination und Agrarstruktur:** Ent-  
wicklung landwirtschaftlicher Haushalte im inter-  
nationalen Vergleich  
(von Th. Dax/E. Loibl/Th. Oedl-Wieser - 1995) Preis: S 130,-

- Nr. 34: **Pluriactivity and Rural Development:**  
Theoretical framework / **Erwerbskombination  
und regionale Entwicklung:** Theoretische Erklä-  
rungsversuche  
(bearbeitet von Th. Dax/E. Loibl/Th. Oedl-Wieser - 1995) Preis: S 120,-
- Nr. 35 **Aufbruch ins Ungewisse:** Perspektiven für Berg-  
gebiete und sonstige benachteiligte Gebiete in  
Slowenien mit einer Abgrenzung nach EU-  
Kriterien  
(von Marija Markeš - 1996) Preis: S 155,-
- Nr. 36: **Betriebshilfe als sozialpolitische Einrichtung:**  
Ergebnisse einer empirischen Untersuchung über  
die Situation der Sozialen Betriebshilfe in Öster-  
reich (von Georg Wiesinger - 1995) Preis: S 165,-
- Nr. 37 **Das Direktzahlungssystem in Österreich nach  
dem EU-Beitritt** (von Gerhard Hovorka - 1996) Preis: S 140,-
- Nr. 38 **Ist eine Agrar-Fachhochschule notwendig? -**  
Untersuchungen zur Akzeptanz und zum Bedarf  
einer Agrar-Fachhochschule (von J. Hoppichler/G.  
Wiesinger - 1996) Preis: S 95,-
- Nr. 39 **Der Weg entsteht im Gehen**  
Bäuerliche Initiativen im ländlichen Raum  
(von Elisabeth Loibl – 1997)
- Nr. 40 **Emanzipation der Frauen auf dem Land**  
Ambivalenzen und Lebenszusammenhänge  
(von Theresia Oedl-Wieser)

(Die Forschungsberichte Nr. 1 bis 8, 10, 11, 15,16, 25 und 28 sind vergriffen)

# BESTELLSCHEIN

**Tel.: ++43-1-504 88 69-0 bzw. 0222/504 88 69-0**  
**Fax: ++43-1-504 88 69-39 bzw. 0222/504 88 69-39**

Bundesanstalt für Bergbauernfragen  
A-1040 Wien, Möllwaldplatz 5

Hiermit bestelle(n) ich (wir) die nachfolgend angegebenen Broschüren

Forschungsbericht Nr.	Stück	Preis öS	Facts & Features Nr.	Stück	Preis öS

zum Preis laut Liste zuzüglich Versandkosten.

Lieferungen ins Ausland erfolgen nur gegen Vorauszahlung!

.....  
.....  
.....  
.....

Absender

.....

Datum, Unterschrift