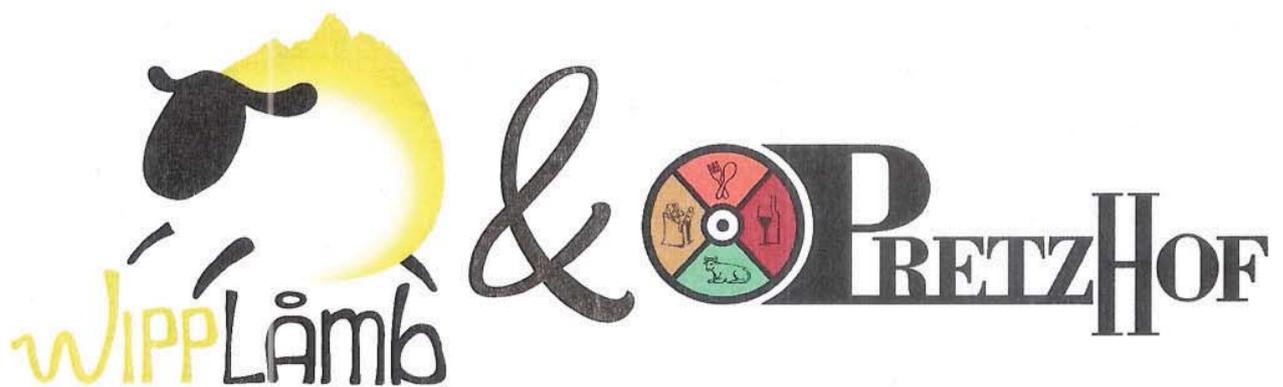


WETTBEWERB
Tourismus trifft Landwirtschaft 2012

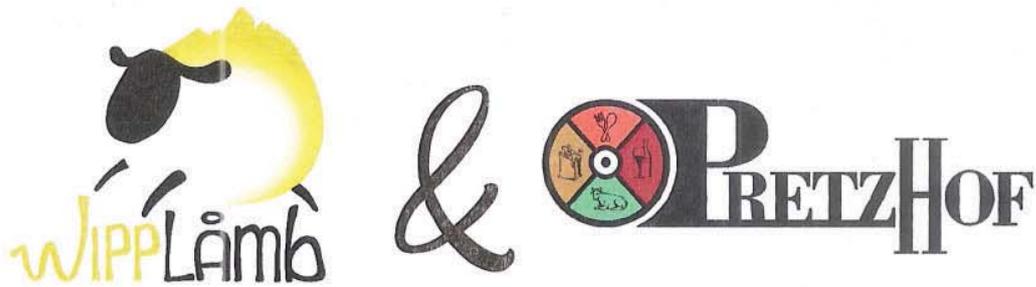


Bewerbung / Projektbeschreibung

Landwirtschaft & Gastronomie
lokal – ehrlich – direkt

Landw. Gen. Wipplåmb
&
Pretzhof

Pfitsch/Gossensass am 30.07.2012



HINTERGRUND & GESCHICHTE

... zum Pretzhof

Seit nunmehr 30 Jahren verfolgt der Pretzhof in Tulfer (Pfitsch) sein rigoroses Konzept, eigene landwirtschaftliche Rohprodukte des eigenen Hofes oder von Bauernhöfen der Umgebung in streng lokalem Kreislauf zu veredeln und über die eigene Küche bzw. im hofeigenen „Hofladele“ selbst zu vermarkten.

Durch den engen Kontakt zwischen Produzent und Konsument erhalten sämtliche Produkte eine „Geschichte“ und sind eng mit dem Territorium verbunden. Im Vordergrund steht dabei das Bäuerliche, das Echte und Authentische, wobei sich Altbewährtes mit Neuem mischt.

Neben der vielfältigen landwirtschaftlichen Produktion und dem Netzwerk zu anderen Landwirten in der Region verfügt der Pretzhof auch über eine weithin bekannte und geschätzte Küche, ein eigenes „Hofladele“ und ein EU-zertifiziertes Schlachthaus sowie einen entsprechenden Verarbeitungsraum. Wesentlich für das Gesamtkonzept des Pretzhof ist auch die hofeigene Almkäserei: Die Verarbeitung und Veredelung der Milch auf der Alm wird vom Senner nach alter Tradition gepflegt und die Produkte, erweitern in ihrer Ursprünglichkeit das Angebot in Küche und im „Ladele“. Diese Grundlagen ermöglichen es, die Philosophie des Betriebes Realität werden zu lassen.

... zur landwirtschaftlichen Genossenschaft Wipplåmb

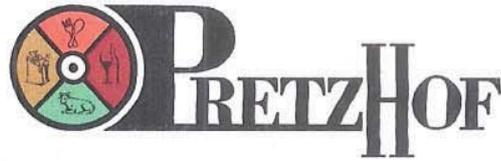
Einem ähnlichen Ansatz wie der Pretzhof haben sich auch 15 Schafbauern aus dem Wipptal verschrieben: im Frühjahr 2010 haben Schafbauern im Wipptal die Idee aufgegriffen, sich in der Gruppe um eine lokale Vermarktung des eigenen Lamm- und Schaffleisches im Bezirk Wipptal sowie den nachhaltigen Aufbau eines positiven Images für dieses hochwertige Produkt der lokalen Landwirtschaft zu bemühen. Im Rahmen des LEADER-Programms wurde dieser Arbeitskreis von verschiedenen Experten auf ihrem Weg begleitet und unterstützt.

Als Ergebnis einer langen Vorarbeit wurde im Frühjahr 2011 die landwirtschaftliche Genossenschaft Wipplåmb aus der Taufe gehoben. Die Genossenschaft arbeitet seitdem in Zusammenarbeit mit Experten aus verschiedenen Bereichen zielstrebig an der Verwirklichung ihrer Ziele. Allem voran steht dabei der Aufbau der Produktion und die Vermarktung von qualitativ hochwertigen Lamm- und Schaffleischprodukten für die lokale Gastronomie und Bevölkerung sowie deren Vertrieb in einem kleinregionalen Netzwerk direkt vom Bauern an den Kunden.

... zur gemeinsamen Zusammenarbeit

Verschiedene Umstände haben ergeben, dass sich diese beiden Betriebe bzw. Organisationen getroffen haben und nun gemeinsam neue Wege beschreiten. Die Schafbauern waren in ihren ersten Schritten auf der Suche nach einem Schlachthof im Bezirk aber auch nach einem verlässlichen Basis-Abnehmer ihrer Produkte. Der Pretzhof war auf der Suche nach einem Produzenten von qualitativ hochwertigem Lamm- und Schaffleisch im Bezirk und hatte auch noch genügend Kapazitäten im eigenen Schlachthaus. Diese Ausgangslage hat beide zueinander geführt und haben beiden einen direkten Vorteil bzw. Nutzen gebracht.

Mittlerweile ist aus einer anfänglichen „Zweckehe“ eine echte Partnerschaft geworden, in der sich beide Betriebe gegenseitig befruchten und immer wieder mit neuen Ideen beflügeln und gegenseitig motivieren. Grundlage ist dabei die gemeinsame Wertschätzung der traditionellen Landwirtschaft und der Sinn für ehrliche, authentische Produkte in Form eines nachhaltigen Wirtschaftens mit Potentialen und Ressourcen der eigenen Betriebe und der Natur- und Kulturlandschaft.



KERNIDEE, ZIELSETZUNGEN UND SCHRITTE ZUR UMSETZUNG DES PROJEKTES

Bereits seit längerem schwelt in der Gruppe der Schafbauern das Bedürfnis, den eigenen Produktionsmethoden und damit auch den Produkten für den Kunden und Konsumenten transparente Kriterien zugrunde zu legen. Diesbezüglich haben sich die Schafbauern über die Geschäftsordnung der Genossenschaft Wipplämb gemeinsame Vorgaben gegeben, die kontinuierlich weiterentwickelt werden und zurzeit aufgrund der Über-schaubarkeit der Gruppe in Eigenregie kontrolliert werden können.

Gleichzeitig wurde erkannt, dass aufgrund der begrenzten Möglichkeiten der landwirtschaftlichen Produktion im Berggebiet (insbesondere durch Klein- und Kleinstbetriebe) **der Begriff „Produktqualität“ differenzierter interpretiert werden muss**, damit die eigenen Produkte auch auf dem Markt konkurrenzfähig sein können. Konkret heißt das, dass die alleinige Qualität des Produktes im Vergleich zu Produkten aus Gunstlagen etwas ins Hintertreffen gerät, während jedoch Kriterien wie „kurze Wege“ oder „nachhaltiges Wirtschaften“ und „Sicherung der Berglandwirtschaft“ entschieden zur Aufwertung beitragen könnten.

In diesem Zusammenhang ist jedoch auch die **Einstellung und Philosophie des Gastronomiebetriebes** als Kunde der lokalen Landwirtschaft wichtig, zumal der Preis in Relation zur Produktqualität als einzige Qualitätskriterien aufgrund der bestehenden überregionalen und globalen Konkurrenzsituation in der Landwirtschaft kein nachhaltiges Wirtschaften auf lokaler Ebene im Berggebiet ermöglichen.

Sowohl auf Seite der landwirtschaftlichen Produktion als auch in der Ausrichtung der Gastronomie gilt es somit **das Territorium und die lokalen Bedingungen in der Landwirtschaft als wesentlichen Teil der Produktion und Produktphilosophie** zu erkennen und damit eine klare lokal-regionale Nische zu besetzen.

Im Austausch mit dem Pretzhof, der auf eine langjährige Erfahrung zurückblicken kann, ist die Idee entstanden, gemeinsam zwischen Produzent und Kunde aus der Gastronomie Qualitätskriterien zu entwickeln, die **dem lokalen Produkt eine klare Identität verleihen** und dieses von, selbstverständlich auch qualitativ hochwertigen Produkten von außerhalb abheben und dadurch einen lokalen Mehrwert sowohl auf Seite des Produzenten als auch auf Seite der Gastronomie und des Tourismus entstehen lassen.

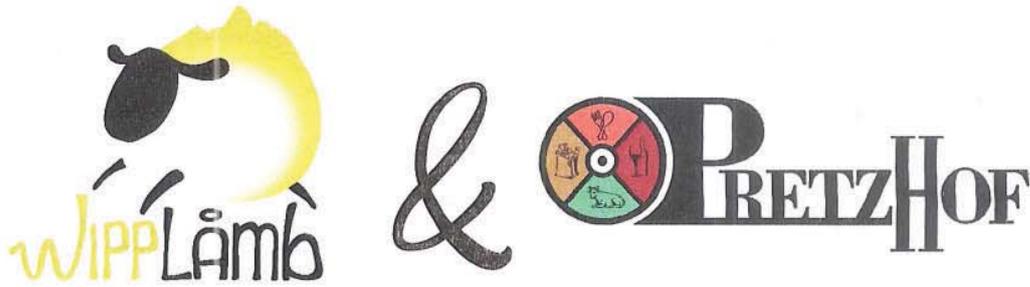
Kurz gesagt: Es geht um die **Schaffung eines Labels für Qualitätsprodukte aus der Berglandwirtschaft, die in lokalen Kreisläufen in enger Vernetzung zwischen Bauer und Gastronom/Wirt vermarktet werden**. Leitidee dieses Labels ist das autarke Wirtschaften im Einklang von Mensch, Tier und Natur, wie es über Jahrhunderte auf unseren Bergbauernhöfen praktiziert wurde.

Grundprinzipien, die diesem Ansatz zugrundegelegt werden können, sind u.a.:

- das Prinzip der kurzen Wege;
- funktionierende lokale Kreisläufe (Bauer, Wirt, Gast und Kunde);
- Prinzipien eines nachhaltigen Wirtschaftens auf der Basis und im Einklang mit vorhandenen, lokalen Ressourcen und Besonderheiten (sowohl in der landw. Produktion als auch in der Gastronomie);
- lokale Traditionen neu entdecken und weiterentwickeln;
- ein gemeinsames Verständnis für eine artgerechte Tierhaltung und entsprechende Prinzipien in der Fütterung der Tiere;
- klare Definition einer standardisierten Produktqualität für Produkte aus dem Berggebiet.

Im Rahmen des Projektes bzw. im Rahmen weiterer Schritte in den nächsten Monaten möchten die Vertreter der landwirtschaftlichen Genossenschaft Wipplämb diese Kriterien zusammen mit Vertretern des Pretzhof und anderer Vertreter und Kunden der gehobenen Gastronomie sowie einschlägigen Experten vertiefen.

Ein kritischer Aspekt im Konzept ist dabei mit Sicherheit die **Überprüfung der gemeinsam entwickelten Kriterien** sowie die entsprechende Zertifizierung: Diesbezüglich muss sichergestellt sein, dass die Zertifizierung durch ein unabhängiges Institut für alle Seiten transparent und gleichzeitig für den einzelnen Betrieb kostengünstig durchgeführt werden kann.



Primäres und operatives Ziel und Ergebnis dieser Arbeit sollen **klare Vorgaben im Sinne von transparenten und nachprüfbaren Qualitätskriterien sowohl auf Seite des Produzenten als auch auf Seite des Gastronomiebetriebes** sein. In einem zweiten Moment soll dadurch ein dezidiertes Mehrwert in der landwirtschaftlichen Produktion und in der Gastronomie entstehen, was seinerseits zur verstärkten Identifikation mit dem Territorium und den lokalen Produkten der Landwirtschaft führt bzw. das entsprechende Bewusstsein auf beiden Seiten bedingt.

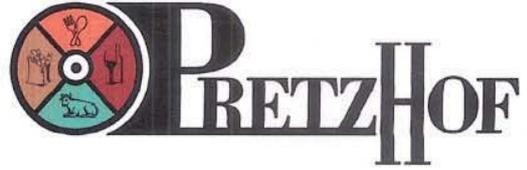
Auf Landesebene haben die „Qualitätsprodukte Südtirol“ oder auch die Produkte im „Roten Hahn“ diese Philosophie bereits aufgegriffen und bilden als überregionale Qualitätskennzeichen, eine Grundlage für die Aufwertung lokaler Produkte. Das im Rahmen des vorliegenden Projektes angestrebte Label oder Qualitätszertifikat zielt jedoch dezidiert auf die Direktvermarktung auf lokaler Ebene ab und soll dabei ganz klar die **direkte Verbindung zwischen Produzent, Gastronomie und Kunde** reglementieren bzw. zertifizieren. Das Label kann somit als Agreement zwischen landwirtschaftlichem Produzent und der Gastronomie verstanden werden, welches beide Bereiche langfristig, transparent und nachvollziehbar zusammenschweißt.

Der Mehrwert und ein verstärktes Bewusstsein soll dabei bzw. dadurch nicht nur auf Seite der Produzenten und der Gastronomie entstehen sondern auch **dem Gast und Kunden eine ganz klare Einflussmöglichkeit zur direkten und indirekten Förderung des Territoriums** (u.a. im Sinne von lokaler Wertschöpfung, Erhalt der Natur- und Kulturlandschaft, Förderung der Lebensqualität der Menschen sowie Sicherung von Klein- und Kleinstbetrieben im Berggebiet, Tiergesundheit, ...) in die Hand geben. Das Ergebnis des Projektes soll somit nicht nur auf Produktebene wirken sondern auch eine Garantie für ein **nachhaltiges Wirtschaften in Gastronomie und Landwirtschaft** sein, die Lebensgrundlage der Höfe aufwerten und dadurch nicht zuletzt den Erhalt der Kulturlandschaft durch Sicherstellung einer nachhaltigen Bewirtschaftung fördern.

DIE GEMEINSAME VISIONEN ÜBER DAS PROJEKT HINAUS

Mittel- bis langfristige Vision des Projektes ist es, den aufgezeigten Ansatz nicht nur auf den Bereich der Produkte der Genossenschaft WippLamb und deren Kunden zu konzentrieren. Vielmehr ist dieser **Ansatz im Sinne eines Pilotprojektes** auch auf andere Produkte der lokalen Landwirtschaft und auch auf andere Gastronomiebetriebe übertragbar, soll sogar außerhalb des Wipptals Schule machen und Anhänger finden.

In fünf bis zehn Jahren sollte es die Regel sein, dass die gehobene Gastronomie des Landes mit den Produzenten aus der Landwirtschaft in der näheren Umgebung unter diesem oder einem ähnlichen Modell oder Label klare Vereinbarungen eingeht und dieses gemeinsame, nachhaltige Handeln in der Region und für die Region nach außen dem Gast und Kunden vermitteln, der seinerseits aufgrund des gewachsenen Bewusstseins für lokale Kreisläufe und nachhaltiges Wirtschaften auf diese Aspekte besonderen Wert legt und dies nicht zuletzt auch monetär wertschätzt.



Projektschema

