



Tagungsband
9. Landwirtschaftstagung - „Almen nützen & schützen“
26. und 27. April 2018

Impressum

Für den Inhalt verantwortlich: Die Referenten
Nationalparkrat Hohe Tauern, Kirchplatz 2, 9971 Matri i.O.
Layout: Bianca Brugger, Nationalpark Hohe Tauern
Titelbild: Mag. Peter Rupitsch, Nationalpark Hohe Tauern



AlpFUTUR – Welche Zukunft hat die Alpwirtschaft in der Schweiz?

Sömmerung in der Schweiz

Das Forschungsprogramm AlpFUTUR startete 2007 und konzentrierte sich auf die aktuelle und zukünftige Alpwirtschaft in der Schweiz. Zweiundzwanzig Projekte führten wissenschaftliche Untersuchungen, Feldarbeiten und Literaturstudien über Tierproduktion, Weideintensität, Auswirkungen von Klima- und Landnutzungsänderungen, Dynamik von Biodiversität und Waldfläche, Arbeitsplätze und Bildung, Geschichte, Gesetze und Verordnungen, Marktpotenzial alpiner Produkte, Wirtschaftlichkeit, Innovation, Tourismus, Anforderungen der Gesellschaft, Politik, Infrastruktur und Umsetzung durch. Die Ergebnisse sind dem Synthesebuch von Lauber et al. (2013) zu entnehmen, das in Deutsch, Französisch und Italienisch erhältlich ist (www.alpfutur.ch).

Ein Drittel der landwirtschaftlich genutzten Fläche in der Schweiz sind Sömmerungsweiden (Abbildung 1). Diese natürliche Futterquelle erlaubt es, die Schweizer Viehbestände um 11 Prozent zu erhöhen. Über 400'000 Rinder, 210'000 Schafe sowie Ziegen, Pferde und andere Wiederkäuer verbringen den Sommer in den Bergen, sie stammen von 48 Prozent der Betriebe, die Vieh halten. Die 7000 Almen erwirtschaften 11% des Gesamteinkommens der Schweizer Landwirtschaft. Wenn man bedenkt, dass die Alpwirtschaft nur drei bis vier Monate pro Jahr dauert, ist das eine bemerkenswerte Menge.

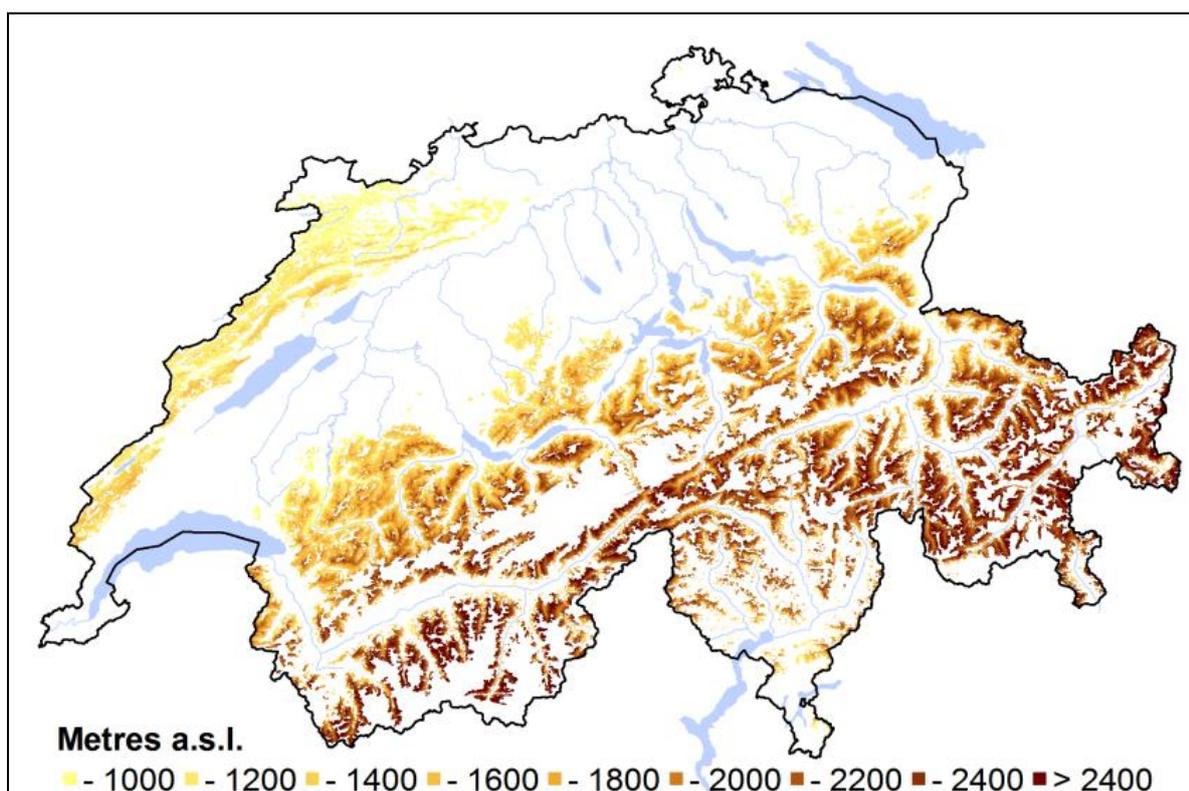


Abbildung 3: Abbildung 1: Die Schweizer Sommerweiden im Jura und in den Alpen sind vielfältig in Höhe und Topographie. Sie erstrecken sich von unter 1000 bis über 2400 m ü. M. Daten: Areal-Statistik 1992-97 © BFS/ Geostat; Hintergrund: Vector200 © swisstopo; Kartengestaltung: E. Szerencsits) Agrocope, in Lauber et al. (2013)

Die Sömmerungsweiden weisen im Vergleich zu anderen Lebensräumen in der Schweiz den höchsten Artenreichtum auf. Die Bedeutung der Kulturlandschaft für den Tourismus, ihr Beitrag zur Identität der Schweiz und die mildernenden Auswirkungen einer angepassten Landbewirtschaftung auf die Naturgefahren tragen ebenfalls zur hohen Wertschätzung der Alpwirtschaft bei.

Wirtschaftliche Bedeutung und Alppersonal

Das Einkommen der Alpbetriebe hängt stark von der Größe der Herde ab (Abbildung 2). Ein Rückgang der Produktion (Milch, Käse, Butter, Fleisch) hat einen stärkeren Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit als der Rückgang der Arbeitszeit und des Gehalts. Daher ist die Sicherung einer ausreichenden Anzahl von Tieren entscheidend für die Rentabilität und damit für die Zukunft eines Alpbetriebes.

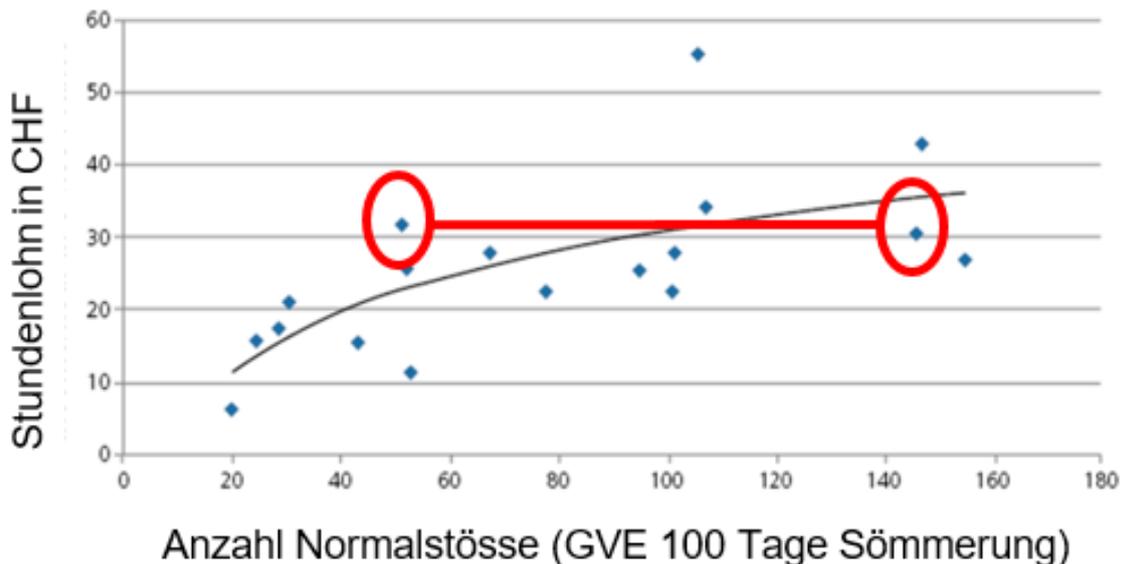


Abbildung 4: Das Stundeneinkommen steigt mit der Anzahl der Normalstöße. Dennoch erzielen einige kleine, gut organisierte und gut ausgelastete Almen das gleiche Stundeneinkommen wie etwa dreimal größere Betriebe (rote Linie) (© Abb. 6.5 in Lauber et al. 2013).

Es besteht eine enge Verbindung zwischen den heimischen Bauernhöfen im Tal und den Alpbetrieben. Durch die fortschreitende Vergrößerung der Talbetriebe sinkt der Bedarf an zusätzlichem Futter von den Alpweiden. Daher nimmt die Zahl der Tiere auf den Alpen ab, 2400 Hektar Weiden werden jedes Jahr aufgegeben und die Waldfläche nimmt zu. Auch sind moderne Hochleistungskühe in der Regel zu schwer für das alpine Gelände (Erosion) und zu anspruchsvoll in Bezug auf die Futterqualität. Eine Umfrage ergab, dass fast die Hälfte von 856 befragten Landwirten tatsächlich versuchen, die Futterfläche der Talbetriebe zu vergrößern und somit auf die Sömmerung zu verzichten.

Gut ausgebildetes, erfahrenes und zuverlässiges Personal ist zentral für den Erfolg eines Alpsommers zumal die Zahl der Familienmitglieder, die in der Landwirtschaft tätig sind, abnimmt. 38 Prozent der Alpen sind auf Zeitarbeitskräfte angewiesen. Im Idealfall kehrt das gleiche Team jede Saison auf die gleiche Alp zurück, aber oft ist dies nicht der Fall. AlpFUTUR hat drei Schlüsselfaktoren identifiziert, die eine Alp attraktiv machen: Anerkennung der harten Arbeit und Anstrengungen, minimale Infrastruktur und die Möglichkeit, Verantwortung für bestimmte Bereiche zu übernehmen. Für Arbeitgeber ist es wichtig, die Motivationen und Erwartungen ihrer Hirtinnen und Hirten zu kennen und ihnen Rechnung zu tragen, damit sie im nächsten Jahr wiederkommen.

KonsumentInnen und Politik

In einer umfassenden Umfrage gaben die Verbraucher ihre Vorliebe für regionale Produkte (76,4%), Naturprodukte (70,2%) und Geschmack (66,9%) als Hauptgründe für den Kauf von Käse von Alpen an. Vor allem in den Ballungszentren sind die Verbraucherinnen bereit, bis zu 30 Prozent mehr für landwirtschaftliche Produkte zu bezahlen. Die Schweizer Bevölkerung nimmt die Alpwirtschaft als integralen Bestandteil der Schweizer Identität wahr. Eine Aufgabe der Alpwirtschaft würde sowohl von den Bewohnern der Bergregionen als auch von der gesamten Schweizer Bevölkerung bedauert werden.

Seit 1980 wird die Landwirtschaft der Schweiz mit Direktzahlungen unterstützt. Liegt der Viehbesatz innerhalb von 75 bis 110 Prozent der Tragfähigkeit einer Alp, werden die Alpbetriebe finanziell unterstützt. Diese Beiträge zielen darauf ab, die Vergandung sowie die Intensivierung der Almen zu vermeiden. Zusätzliche Direktzahlungen wurden 2014 für Weiden mit hoher Biodiversität und zur Verbesserung der Landschaftsqualität eingeführt. Diese Beiträge zielen auf die Aufrechterhaltung arbeitsintensiver Praktiken wie das Entfernen von Farn, Sträuchern und Bäumen von Weideland ab und sollen den unerwünschten Tendenzen der Nutzungsaufgabe aufgrund fehlender Arbeitskräfte entgegenwirken. Die Förderung von Produkten aus der Landwirtschaft wird indirekt durch offizielle Labels für Alpkäse unterstützt.

Schlussfolgerung und Ausblick

Die Politik reagierte auf die Polarisierung der Landnutzung im Alpengebiet, und insbesondere auf die Verwaldung, mit erhöhten Direktzahlungen. Sie sollen die Bauern motivieren, die Tradition der Alpwirtschaft fortzusetzen. Für die Alpbetriebe ist zuverlässiges Personal der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg. Eine Schlussfolgerung aus AlpFUTUR ist es, in die Motivation des Alppersonals zu investieren und alpine Produkte mit hohem Qualitätsstandard herzustellen. Die Alpwirtschaft wird dann als lebendige Bergtradition fortgeführt.

Weiterführende Informationen

- Website mit allen Berichten und Teilprojekten: www.alpfutur.ch
- Synthesebuch in Deutsch, Französisch und Italienisch: Stephan Lauber (et al.) 2013, «Zukunft der Schweizer Alpwirtschaft». Agroscope & Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft
- Dokumentarfilm «Sommerzeit» von Pascale Gmür: www.sommerzeit-der-film.ch
- Drei Videos «Von Äplern für Äpler» von Patricia Fry: <http://www.alpfutur.ch/von-aelplern-fuer-aelpler.php?l=1> mit Links zu Youtube

Dr. Felix HERZOG, Agroscope Schweiz



Medieninhaber und Herausgeber, Verleger:

Nationalparkrat Hohe Tauern
Kirchplatz 2, 9971 Matri

Tel.: +43 (0) 4875 / 5112 | E-Mail: nationalparkrat@hohetauern.at



www.hohetauern.at