

Die Alpwirtschaft aus gesellschaftlicher Sicht

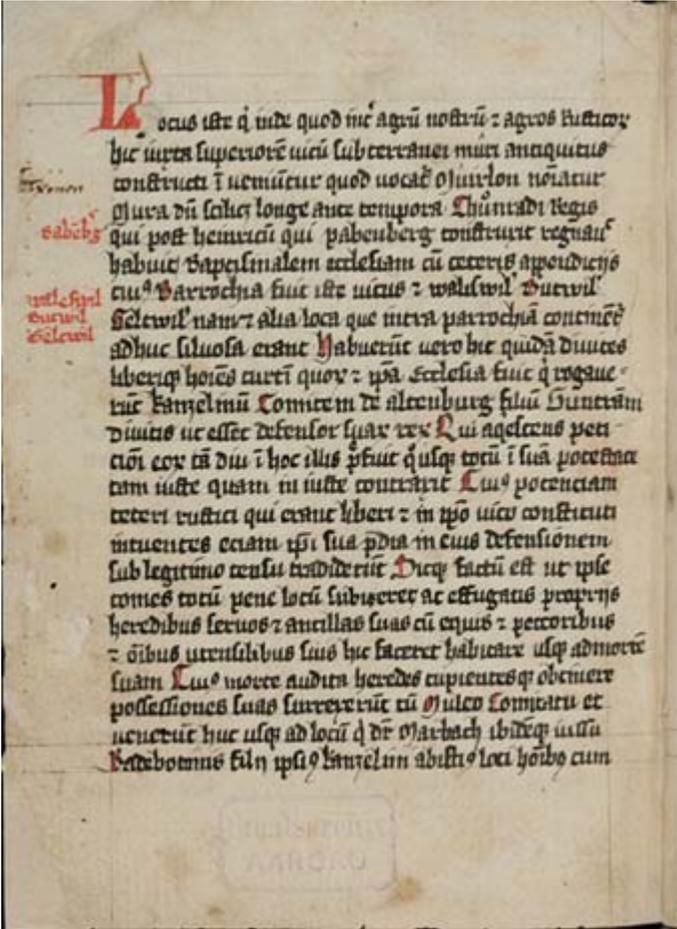
Irmi Seidl, Eidg. Forschungsanstalt WSL



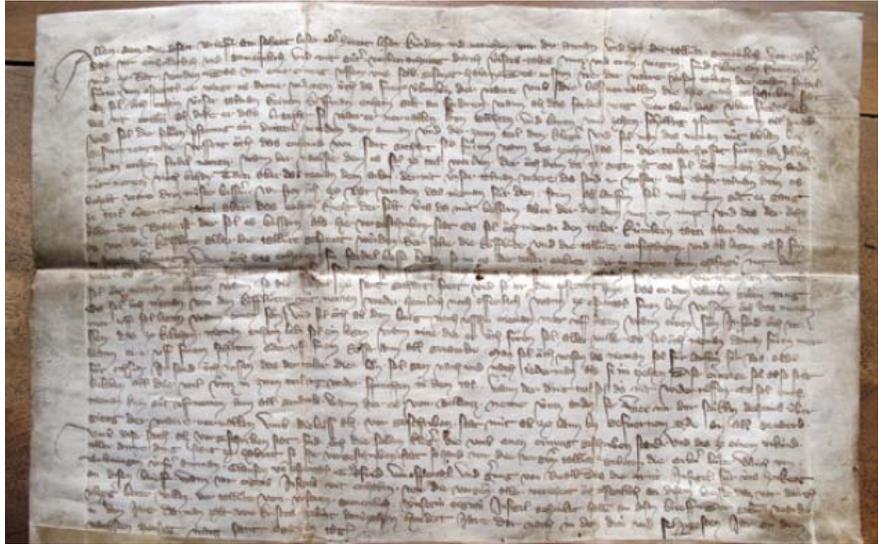
Lange Geschichte der Alpwirtschaft



Lange Geschichte der Alpwirtschaft



Acta Murensia (Alpordnung der Abtei Muri von etwa 1160)



Nutzungsregelungen für die Allmend der Talschaft Ursern, 1363

Symbol Alpwirtschaft



Die Wiege der Eidgenossenschaft,
Charles Giron, 1901



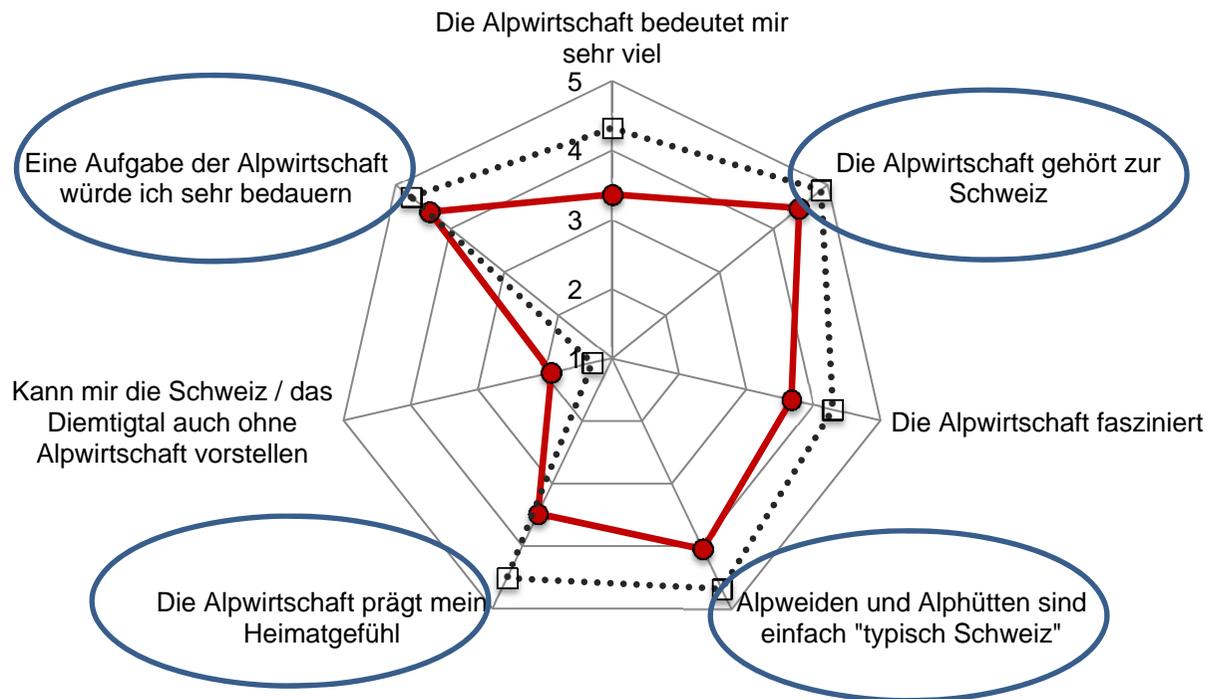
Alpweiden,
Giovanni Segantini, 1893/94

«Die Alpverklärung und die wirtschaftlichen Schwierigkeiten der Bergregionen im 18. und 19. Jahrhundert haben zu einem doppelten Bild geführt, das bis in die Gegenwart wirksam geblieben ist: Ein Bild von den Alpen als Ort von Freiheit, Ursprünglichkeit und Naturverbundenheit einerseits und als wirtschaftliche Problemregion andererseits.»

Bürgi, Wunderli, Furrer; Synthesebuch p. 41



Identifizierung mit der Alpwirtschaft



Skala

- 1= trifft nicht zu
- 2 = trifft eher nicht zu
- 3 = weder noch
- 4 = trifft eher zu
- 5 = trifft zu

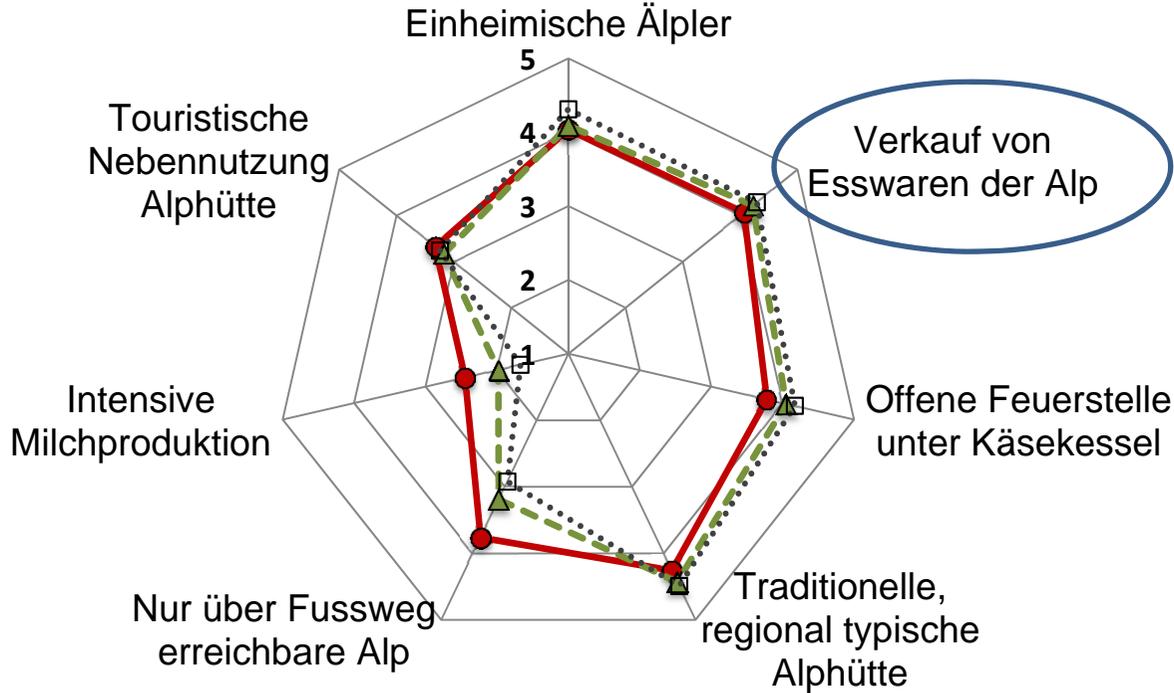


1. Woran denken Sie, wenn Sie den Begriff „Alp“ hören?
Bitte antworten Sie ganz spontan ohne lange nachzudenken.

	trifft nicht zu	trifft eher nicht zu	weder noch	trifft eher zu	trifft zu
Harte Arbeit	<input type="checkbox"/>				
Heidi-Romantik	<input type="checkbox"/>				
Einfaches Leben im Einklang mit der Natur	<input type="checkbox"/>				
Ferien / Wandern	<input type="checkbox"/>				
Helle Welt	<input type="checkbox"/>				
Schweizer Kulturgut	<input type="checkbox"/>				
Ruhe, einfache Lebensumstände	<input type="checkbox"/>				
Traditionelle, einfache Alphütten	<input type="checkbox"/>				
Moderne Käsereien	<input type="checkbox"/>				
Authentizität	<input type="checkbox"/>				
Ein Stück Schweizer Identität	<input type="checkbox"/>				
Artenvielfalt	<input type="checkbox"/>				
Frische Milch und Käseproduktion	<input type="checkbox"/>				
Anderes	<input type="checkbox"/>				

Quelle: Junge et al. 2013; Synthesebuch S. 139

Merkmale einer typischen Alp



Skala
 1= trifft nicht zu
 2 = trifft eher nicht zu
 3 = weder noch
 4 = trifft eher zu
 5 = trifft zu

● Schweiz (1526)
 ▲ Touristen Diemtigtal (117)
 □ Bewohner Diemtigtal (273)



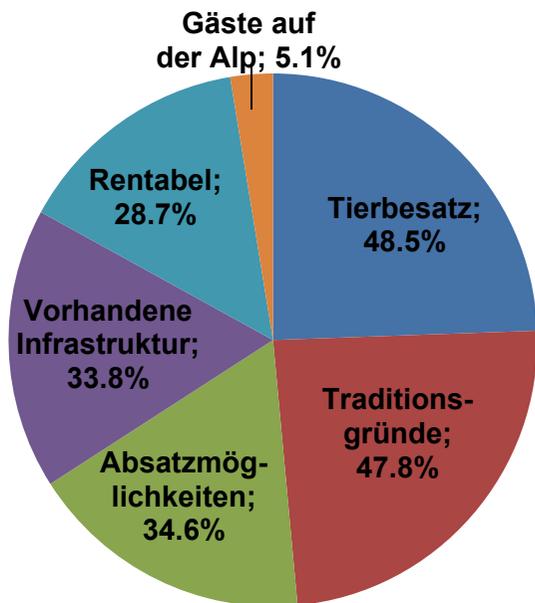
7. In der folgenden Frage geht es darum, welche Merkmale typisch für die Alp sind, d.h. welche Merkmale am besten den Charakter einer unverfälschten, „echten“ Alpwirtschaft wiedergeben.

Welche der folgenden Merkmale zeichnen Ihrer Ansicht nach eine typische Alp aus?

	nicht typisch	eher nicht typisch	weder noch	eher typisch	typisch
Traditionelle Alphütte mit regional unterschiedlicher Architektur	<input type="checkbox"/>				
Einfaches, friedliches Leben auf der Alp	<input type="checkbox"/>				
Moderne Algebäude (Stall, Alphütte, Käseerei)	<input type="checkbox"/>				
Volkstümliches, z.B. Volksmusik, traditionelle Anlässe, Brauchtum, Trachten, Äplerkultur	<input type="checkbox"/>				
Ein traditionelles Algebäude mit den nötigsten Modernisierungen (z.B. angepasst an aktuelle Hygienevorschriften)	<input type="checkbox"/>				
Offene Feuerstelle unter dem Käsekessel	<input type="checkbox"/>				
Moderne Einrichtungen (z.B. Strom, moderne Toilette, Dusche, Fernseher, ...) in der Alphütte	<input type="checkbox"/>				
Blumenwiesen und -weiden	<input type="checkbox"/>				
Einheimische Äpler und Angestellte	<input type="checkbox"/>				

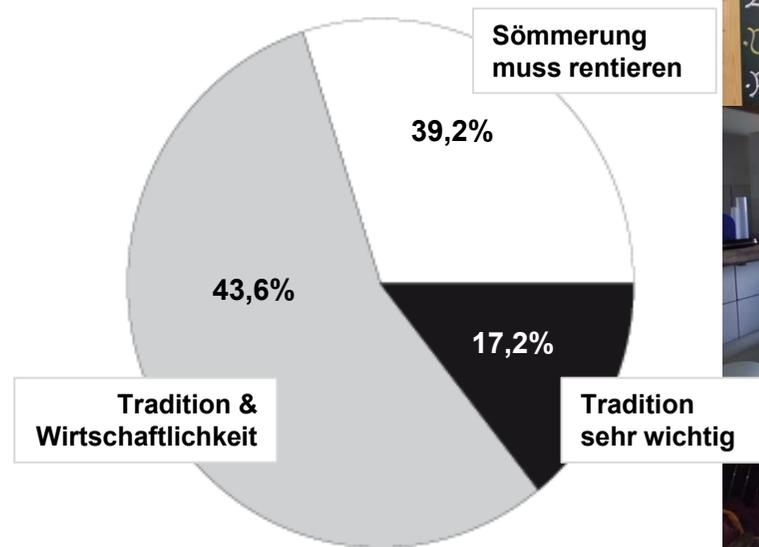
Quelle: Junge et al. 2013; Synthesebuch S. 139

Warum Alpprodukte?



Welches sind die drei wichtigsten Gründe für die Produktion Ihrer Alpprodukte?
(136 Bewirtschafter)

Quelle: Böni et al. 2011

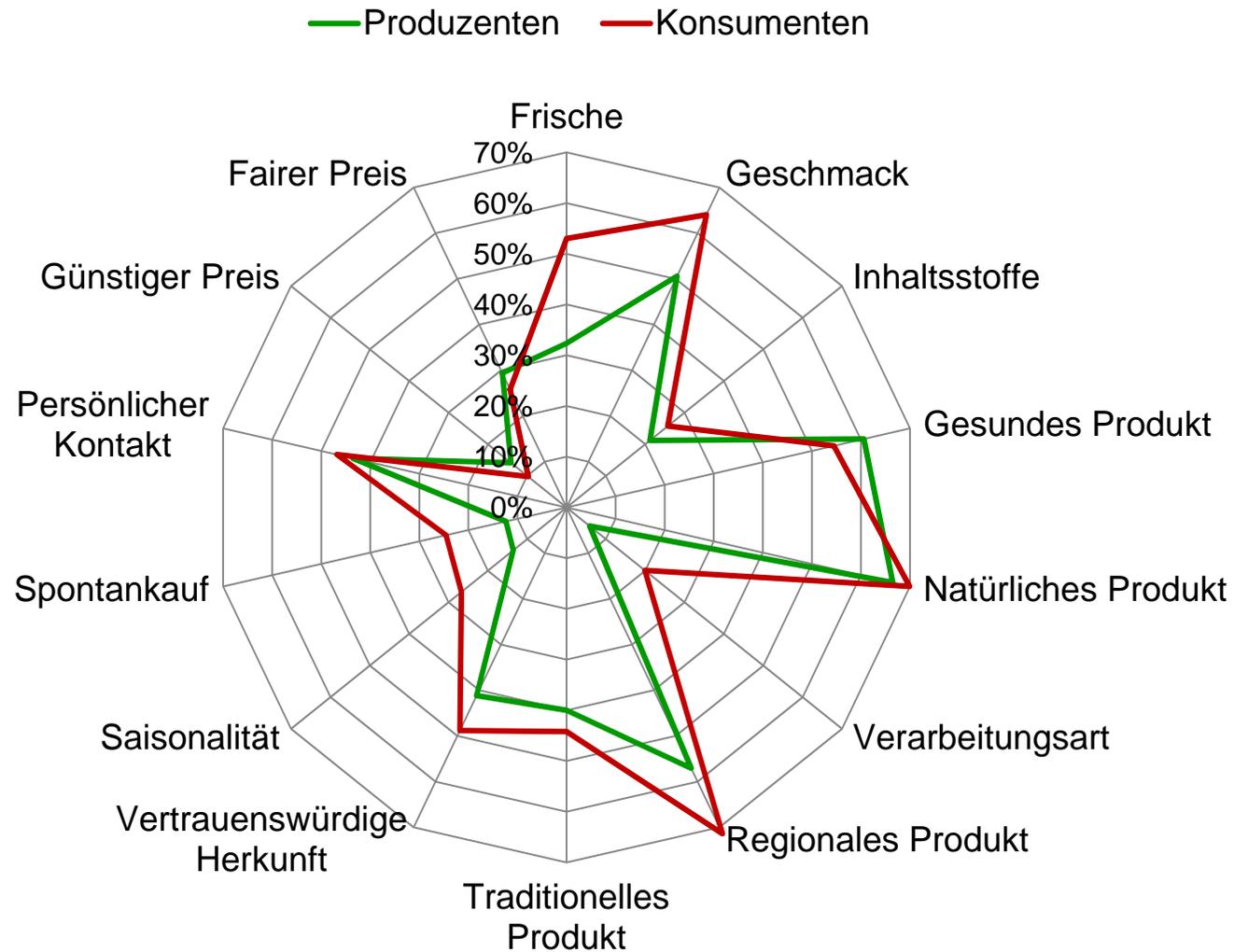


Wie wichtig erscheint Ihnen die Wirtschaftlichkeit der Sömmerung im Vergleich zur Bewahrung der Tradition?
(663 Bewirtschafter)

Quelle: von Felten 2011



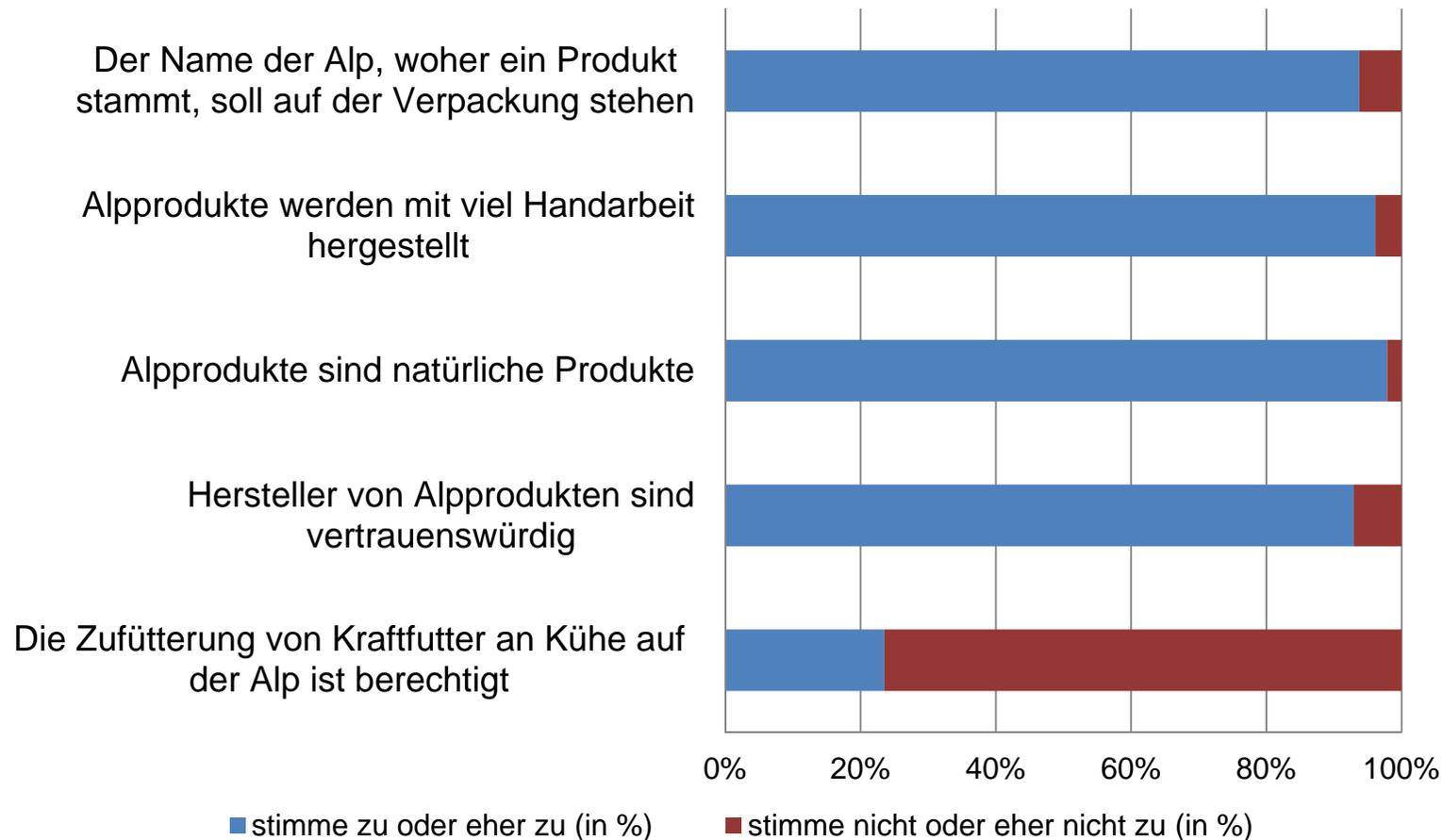
Gründe für den Kauf von Alpprodukten



470 Konsumenten, 170 Produzenten

Quellen: Böni et al. 2011, 2012

Konsumentenmeinungen zu Alpprodukten



500 Konsumenten

Quelle: Böni et al. 2012

Zahlungsbereitschaft und Begründung

Weil ...	in %
... Alpwirtschaft und Alpweiden erhalten bleiben sollen	30 %
... Herstellung von Alpkäse aufwendig ist	29 %
... Alpkäse gesünder als anderer Käse ist	12 %

Es besteht eine erhöhte Zahlungsbereitschaft für Alpkäse gegenüber Talkäse, v.a. in den Zentren

517 Konsumenten

Quelle: Böni et al. 2012



Umsetzungsprodukte



Coop Region BE

THEMENWANDERUNGEN ZU HISTORISCHEN ALPGEBÄUDEN – EIN AGROTURISTISCHES ANGEBOT

Themenwanderungen zu historischen Alpgebäuden – Ein agrotouristisches Angebot

AlpFUTUR – Teilprojekt Alpprodukte

Inhalt

- 1 Ausgangslage
- 2 Vorgeschichte: Themenwanderung «Historische Alpgebäude»
- 3 Voraussetzungen und Anforderungen an eine Alp
- 4 Wirtschaftliche Herausforderungen
- 5 Zusammenarbeit mit der Tourismusorganisation
- 6 Schwierigkeiten und Tipps
- 6 Fotoalbum

Impressum

Herausgeber: AGRIIDEA, Eschikon 26, CH-8111 Lenzburg, T +41 052 334 87 00, F +41 052 334 87 97, www.agriidea.ch

Autoren: Alfred Bergerer, AGRIIDEA, arbeitet im Rahmen des Projekts AlpFUTUR, Roland Rappold, Di. Silvio Kunz, Schweizerische Bauernbau-Forschung, Zug

Projekt-sponsoren: Inval-Güter-Stiftung, Fondation Lulla-Cox

Lizenz: Rita Knafl, AGRIIDEA

Copyright: AGRIIDEA und AlpFUTUR

Ernst-Göhner-Stiftung

agriidea

ALP-FUTUR

www.alpfutur.ch

Alpprodukte und Alpdienstleistungen – eine Sammlung von Beispielen

Übersicht zu Alpprodukten und Alpdienstleistungen in der Schweiz

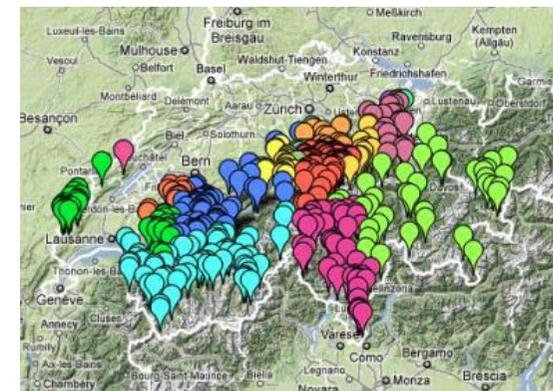
AlpFUTUR Teilprojekt 10 – Alpprodukte – Untersuchung bestehender Märkte und Identifikation von Innovationsfeldern und ihrer Potentiale

Rosa Böni

Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL

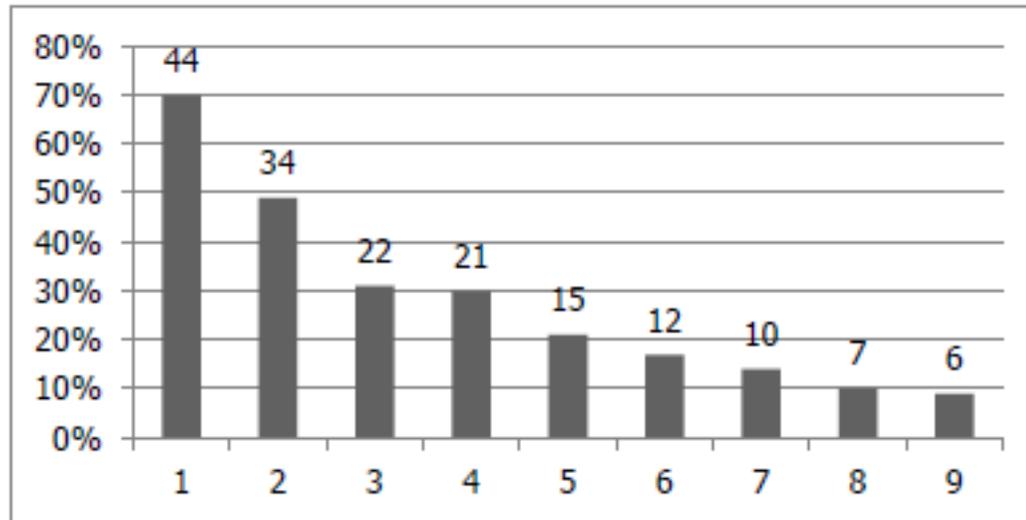
ALP-FUTUR

www.alpfutur.ch



www.alpfutur.ch/alpbetriebe

Alpprodukte in Hotellerie / Gastronomie



- 1: Verbesserte Kontakte Hotellerie/Gastronomie - Alpwirtschaft
- 2: Liste der regionalen Produzenten
- 3: Liste der regionalen Lieferanten
- 4: Verbesserte Produktwerbung

- 5: Label und Qualitätszertifikate
- 6: Händler von Alpprodukten
- 7: Vielfältigeres Angebot
- 8: Sonstiges
- 9: Grössere angebotene Mengen

Aber: «Die lokalen Produkte werden nicht ausreichen, wenn alle Gaststätten sie nachfragen»

70 Betriebe mit Alpprodukten

Quelle: M. Hofer 2013



Gemeinschaftliche Nutzung im Wandel

Herausforderungen

- Weniger oder andere Tiere
- Zuchtfortschritt
- Weniger Bestösser und Gemeinwerk
- Mitgliederschwund in Genossenschaften
- Alprechnung
- Qualifiziertes Personal
- Interessenvielfalt am Sömmerungsgebiet

Erfolgreiche Weiterentwicklung von Nutzungsregeln

- Ständiger Austausch, regelmässige Anpassungen
- Externe Beratung

Anschluss an aktuelle internationale Diskussion über Gemeineigentum!



1 www.alpfutur.ch/statuten

Fachstelle für Alpwirtschaft am Plantahof
Alpwirtschaftskommission Bündner Bauernverband

**MUSTERSTATUTEN
FÜR ÖFFENTLICH - RECHTLICHE
ALPGENOSSENSCHAFTEN**

Vorbemerkungen

1. Organisationsformen

Die *Organisationsformen* der Bündner Alpen lassen sich im Überblick etwa wie folgt darstellen:

	Eigentümer	Bewirtschafter	Rechtsgrundlage
1. Gemeindealp			
a) mit Eigenbewirtschaftung	Gemeinde	Bauernschaft der Gemeinde	Alp-/Weidengesetz bzw. -verordnung/-reglement
b) mit öffentlich-rechtlicher genossenschaftlicher Bewirtschaftung	Gemeinde	öffentlich-rechtliche Genossenschaft (ohne Teilrechte)	Genossenschaftsstatuten/ Pachtvertrag
c) mit privater Bewirtschaftung	Gemeinde	Private	Pachtvertrag
2. Privatrechtliche Genossenschaftsalp			
a) mit öffentlich-rechtlicher genossenschaftlicher Bewirtschaftung	Privatrechtliche Genossenschaft	öffentlich-rechtliche Genossenschaft	Statuten/Pachtvertrag
b) mit privater genossenschaftlicher Bewirtschaftung	Privatrechtliche Genossenschaft	Besitzer von Teilrechten	EGZZGB/Statuten
c) mit privater Bewirtschaftung	Privatrechtliche Genossenschaft	Private	Pachtvertrag
3. Privatalp			
	Private	Private	evtl. Pachtvertrag

2. Zur Unterscheidung zwischen öffentlich-rechtlicher und privatrechtlicher (Alp-)Genossenschaft

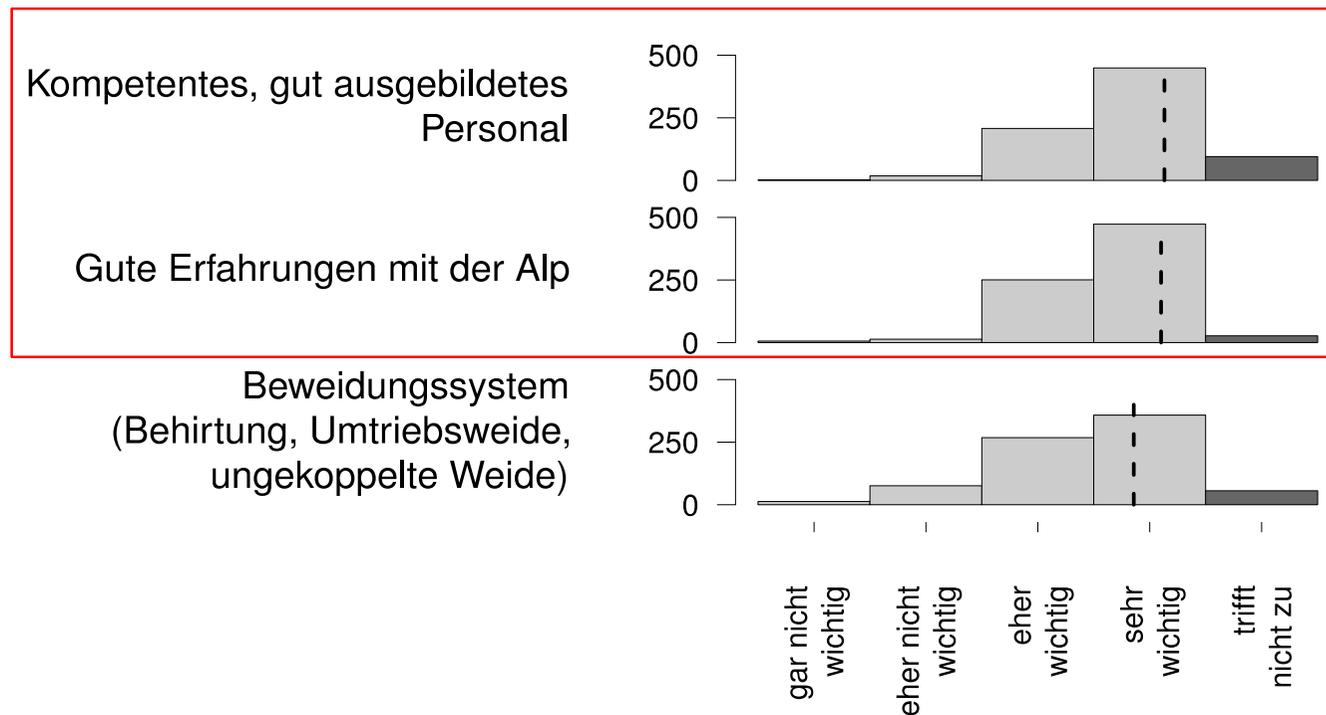
Von den rund 770 Alpen im Kanton Graubünden wird der überwiegende Teil von *öffentlich-rechtlichen* oder *privatrechtlichen* Genossenschaften bewirtschaftet.

Quelle: Landolt 2012



Alppersonal und seine Bedeutung

Was sind für Sie und ihren Heimbetrieb die wichtigsten Gründe, für die Wahl der Alp?

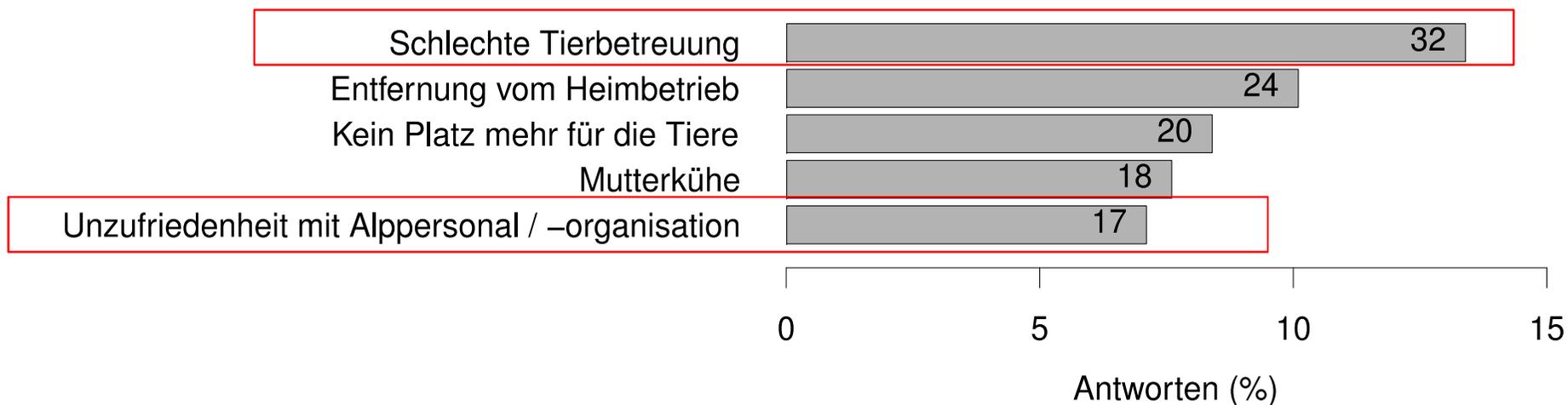


771 Heimbetriebe

Quelle: von Felten 2011

Alppersonal und seine Bedeutung

Haben Sie die Alp schon einmal gewechselt? Falls ja, weshalb?



→ **Gutes Alppersonal ist Schlüsselfaktor für die Wahl der Alp.**

844 Heimbetriebe

Quelle: von Felten 2011

Wer geht auf die Alp?

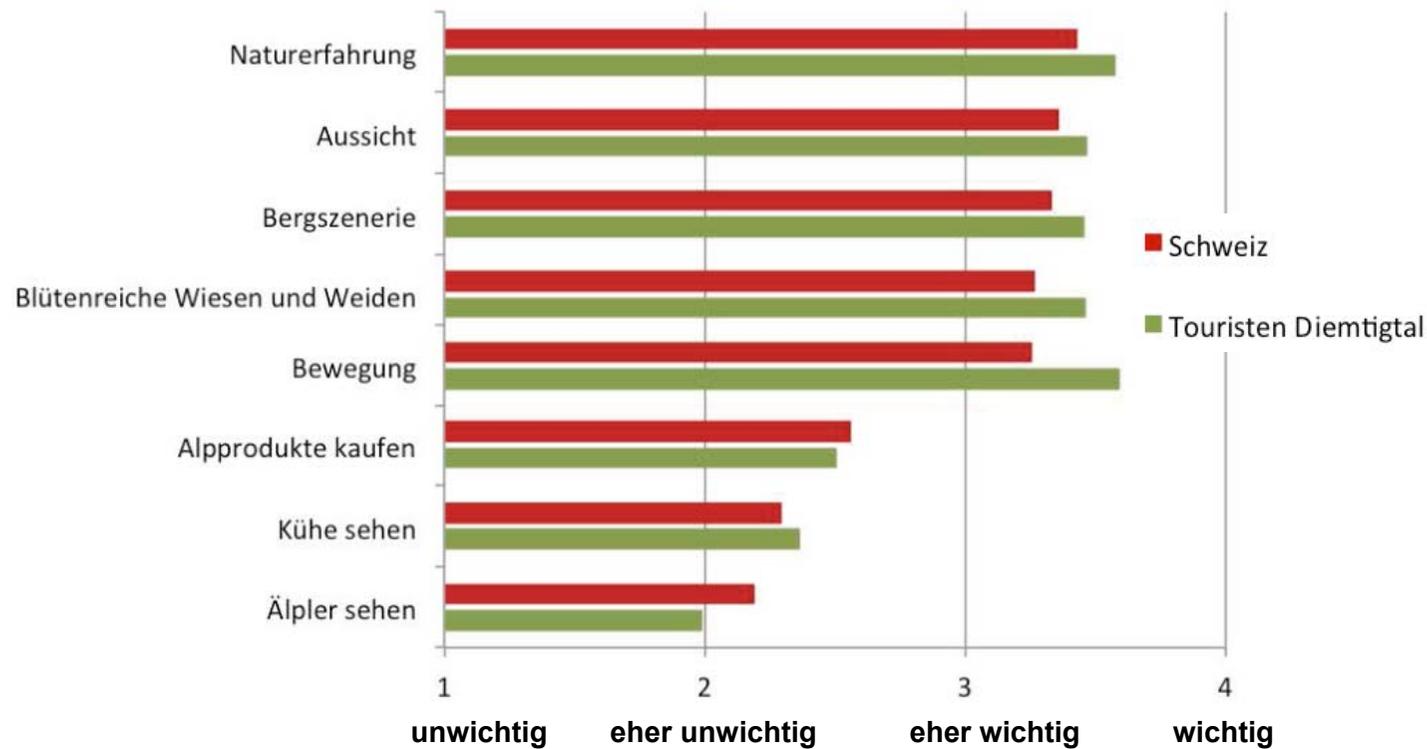


	Traditionalisten	Naturliebhaber	Grenzgänger	Eremiten
Alpsommer	17	3	7	7

Anforderungen: fachliche Qualifikation, soziale Kompetenzen, körperlich und psychisch belastbar, Ausdauer

Quelle: Calabrese et al. 2012

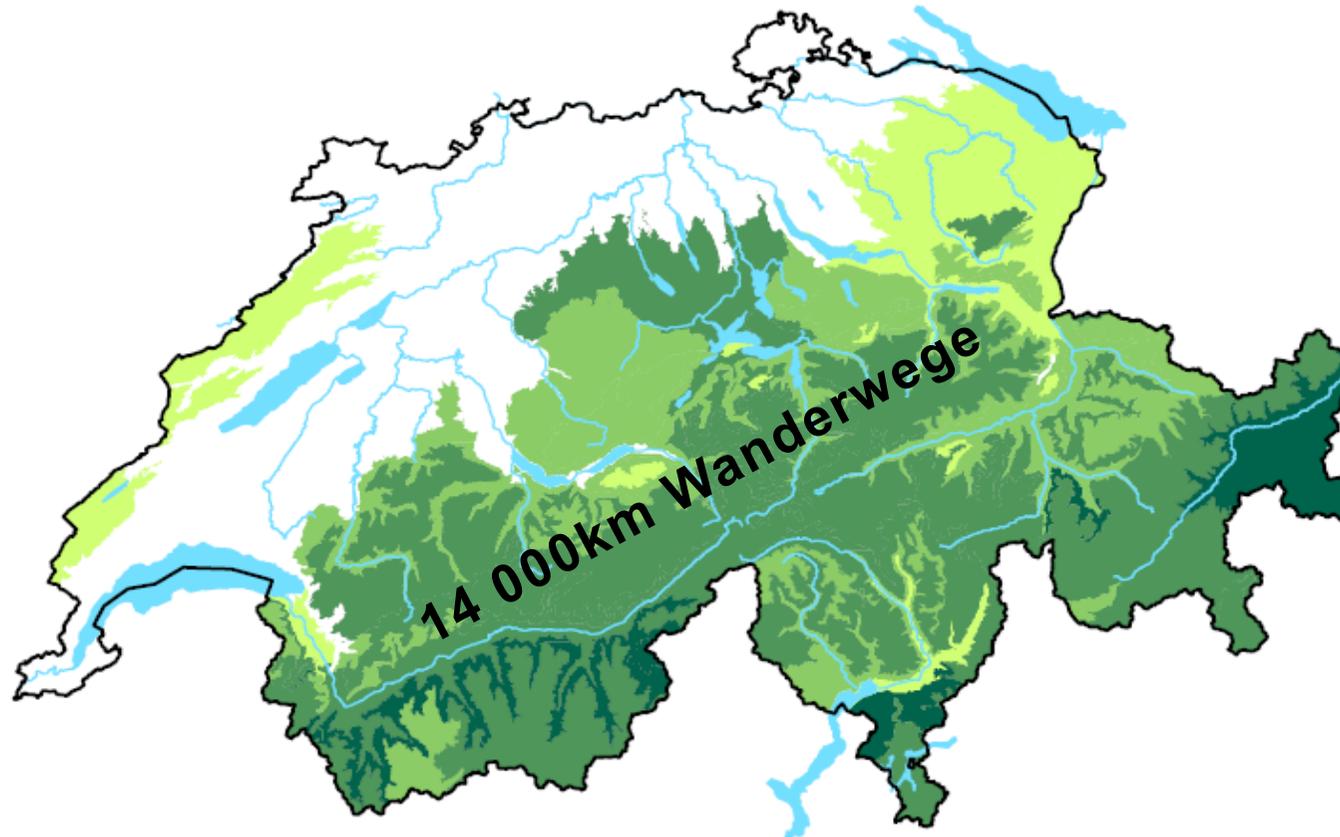
Gründe für Aufenthalt in Bergen



1526 Schweiz, 117 Touristen Diemtigtal

Quelle: Junge et al. 2013

Aussichtsreduktion auf Wanderwegen?



Reduktion der für Wanderer sichtbaren Fläche an gesamten sichtbaren Fläche (2011-2021)



Quelle: Schüpbach et al. 2012, Synthesebuch S. 148

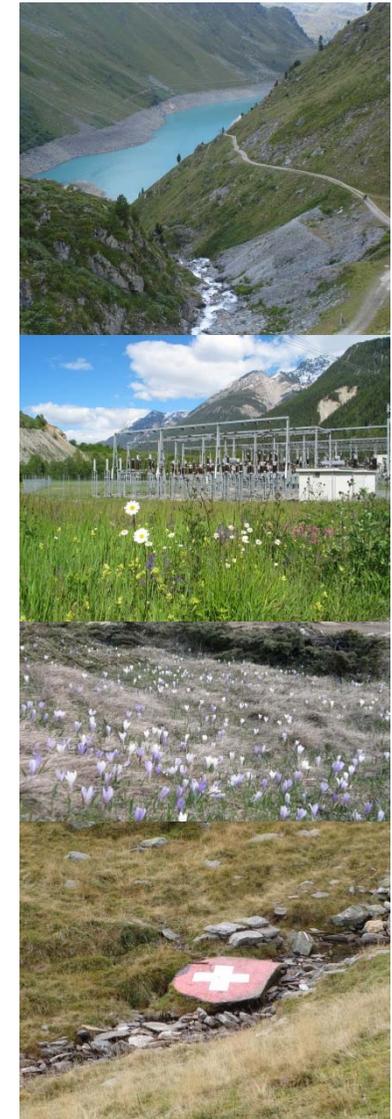
Weitere wichtige Funktionen des SöG

65 000 ha SöG militärisch genutzt (1/7 des SöG), seit etwa 1995 Rückzug des Militärs

=> Gegenseitige Synergien «Infrastruktur – Offenhaltung» schwinden

=> Neue Abmachungen zwischen Militär – Alpwirtschaft – Naturschutz etc. für Immobilien- und Flächenbewirtschaftung nötig

Etwa 70% der Wasserkraftwerke im SöG - mit Wassereinzug v.a. aus Flächen oberhalb



«Aus meiner politischen Arbeit weiss ich, dass die Alpwirtschaft in allen politischen Lagern grosse Unterstützung geniesst.»

Maya Graf, Vorwort im Synthesebuch

