

# Das Große Walsertal auf dem Weg in eine nachhaltige Regionalentwicklung?

Konzepte, Potenziale und Hindernisse eines schwierigen „Übergangs“

von Armin Kratzer, Florian Timmermann, Michael Steingress und Martin Coy

## *Der Biosphärenpark als Modellregion für nachhaltige Regionalentwicklung*

Das im Rahmen des UNESCO-Programms Man and Biosphere (MAB) entstandene und in den letzten Jahren weltweit – allerdings mit sehr unterschiedlichen Erfahrungen – umgesetzte Konzept der Biosphärenreservate verfolgt im Sinne der 1995 formulierten Sevilla-Strategie auf der Basis des Nachhaltigkeitsgedankens das Ziel, ein globales Netzwerk von „Modellregionen für nachhaltige Entwicklung“ aufzubauen. Damit sollen Naturschutz, Umweltorientierung sowie eine regional angepasste Inwertsetzung endogener sozioökonomischer und kultureller Potenziale als integratives Leitbild der Regionalentwicklung zusammengeführt werden (vgl. Deutsches MAB-Nationalkomitee 2004). Insbesondere in ökologisch sensiblen und von den unterschiedlichen Dimensionen des Globalen Wandels besonders betroffenen ländlichen Räumen, wie beispielsweise den bergbäuerlich geprägten alpinen Regionen (vgl. zum Strukturwandel in den österreichischen Bergbauerngebieten beispielsweise Penz 2007), könnte somit das Biosphärenreservat-Konzept neue, ökologisch und soziokulturell verträgliche Entwicklungsperspektiven aufzeigen.

Dem Geist der Sevilla-Strategie folgend, sollen Biosphärenreservate (in Österreich Biosphärenpark genannt) nicht nur dem Naturschutz verpflichtet sein, sondern mindestens ebenso durch konkrete Projektinitiativen und Maßnahmen einen Beitrag zu einer nachhaltigen



*Armin Kratzer, Florian Timmermann, Michael Steingress und Martin Coy berichten über Beobachtungen und erste Teilergebnisse des Forschungsvorhabens REPA-next (Regional Economic and Perceptual Analyses in an UNESCO Biosphere Reserve. Future strategies for regional development in the BR Großes Walsertal against the background of demographic change: What comes next?), das durch die Österr. Akademie der Wissenschaften (ÖAW) im Rahmen des MAB-Programms gefördert und in den Jahren 2014 bis 2015 in Kooperation mit dem Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien sowie dem Biosphärenpark-Management Großes Walsertal durchgeführt wird.*

Regionalentwicklung leisten und damit dem Anspruch entsprechen, Modellregionen für eine ökologisch verträgliche, sozio-kulturell ausgewogene und ökonomisch tragfähige Entwicklung zu sein (vgl. ÖAW 2005). Die Anpassung an die regionalen natur-, wirtschafts-, sozial- und kulturräumlichen Gegebenheiten, die Berücksichtigung von Grenzen und Tragfähigkeiten sowie die Erschließung regionsspezifischer „Begabungen“ sind dabei wesentliche Gebote. Insgesamt geht es also um einen an den endogenen Potenzialen ausgerichteten und auf der möglichst weitgehenden Partizipation der lokalen Bevölkerung basierenden Entwicklungsweg. Die Förderung kleinräumiger Wirtschaftskreisläufe und lokaler Netzwerke, die Unterstützung von Direktvermarktungsinitiativen oder die Ausrichtung auf einen „sanften“ Tourismus gehören inzwischen zum gängigen Instrumentarium von Konzepten einer nachhaltigen Regionalentwicklung. Biosphärenreservate (IUCN Kategorie V „Geschützte Landschaft“) als „Modellregionen für ein ökologisches Wirtschaften“ sehen sich also als Vorreiter einer nachhaltigen Regionalentwicklung, indem sie durch Pilotprojekte versuchen, einen langfristigen Übergang hin zu nachhaltigen Formen der Produktion und des Konsums zu erreichen. Sie sind ein räumlicher Ansatz, um repräsentative Ausschnitte der Natur und der Kultur zu erhalten und eine ausbalancierte (nachhaltige) Mensch-Umwelt-Beziehung zu erproben, zu erforschen und zu koordinieren. Damit können Biosphärenreservate auch als eine Form von Realexperimenten des „Übergangs“ betrachtet werden, welchen sowohl für ökologische Gestaltungsprozesse (Groß et al. 2005) als auch im Transition-Management-Ansatz (Loorbach 2007, 2010) eine zentrale Bedeutung zukommt.

### ***Das Untersuchungsgebiet: Der Biosphärenpark Großes Walsertal***

Seit dem Jahr 2000 ist das Vorarlberger Große Walsertal der erste an den Prinzipien der Sevilla-Strategie ausgerichtete Biosphärenpark Österreichs. Viele der oben genannten Grundbedingungen scheinen erfüllt: Der Gedanke zur Einrichtung des Biosphärenparks kam aus der Region heraus, ein Großteil der lokalen Verantwortungsträger steht hinter der Idee, Leitbilderstellung und Konzipierung von regionalen Projekten, die dem Großen Walsertal den Weg zur „Modellregion für nachhaltige Entwicklung“ ermöglichen sollen, fanden unter Beteiligung der betroffenen Bevölkerung statt. Aktive Bevölkerungsgruppen erarbeiteten zusammen mit externen Moderatoren ein Leitbild, das die zukünftigen Ziele für das Tal festschreiben sollte (vgl. Coy, Weixlbaumer 2009).

So sind im Biosphärenpark Großes Walsertal in den vergangenen 15 Jahren mit dem Ziel einer angepassten, nachhaltigen Entwicklung der regionalen Wirtschaft vor allem in den folgenden Bereichen konkrete Projekte initiiert worden (vgl. die Beiträge von Reutz-Hornsteiner und Moser in Coy, Weixlbaumer 2009):

- Förderung ökologischer Landwirtschaft, Umweltbildung und Pflege der Kulturlandschaft;
- gemeinsame Verarbeitung/Vermarktung regionaler landwirtschaftlicher Produkte;

- Förderung von Vernetzungen im regionalen verarbeitenden Gewerbe;
- Zertifizierungen im Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe.

Multiplikatorwirkung und Erfolg solch innovativer Projektideen hängen im Wesentlichen davon ab, inwieweit es gelingt, die entsprechenden Zielgruppen auf breiter Basis zu motivieren beziehungsweise zu integrieren und die Akzeptanz durch Bewusstseinsbildung, vor allem aber durch den praktischen Nachweis der – auch wirtschaftlichen – Machbarkeit der Projektideen dauerhaft zu steigern (vgl. hierzu die Beiträge von Knauss, Thanner und Waibel in Coy, Weixlbaumer 2009).

Das Große Walsertal war lange Zeit als typische ländliche Peripherregion mit deutlichen Anzeichen der Stagnation zu charakterisieren. Die „großen Entwicklungstrends“ der letzten Jahrzehnte, wie insbesondere die dynamische Entwicklung des (Massen)Tourismus, sind – nicht zuletzt aufgrund der naturräumlichen Eigenarten des Gebietes (Steilheit der Hänge etc.) – am Großen Walsertal weitgehend vorbeigegangen. Dadurch konnte sich die Region sowohl eine kulturelle als auch landschaftliche Identität bewahren, die in Zeiten einer „Modernisierung um jeden Preis“ zwar oftmals als „rückständig“ angesehen und somit eher negativ konnotiert war. Heute kann sich allerdings diese vermeintliche „Schwäche“ eher in eine Stärke umkehren, der auch durch die Einrichtung des Biosphärenparks Rechnung getragen wurde. In regionalwirtschaftlicher Hinsicht ist das Große Walsertal als Wirtschaftsraum durch seine Kleinheit gekennzeichnet. Damit sind insofern Schwächen verbunden, als der regionale Markt sowohl hinsichtlich der Angebots- als auch hinsichtlich der Nachfrageseite begrenzt ist. So kann beispielsweise die Nachfrage größerer Gastronomiebetriebe sowohl quantitativ als auch qualitativ nur teilweise aus der lokalen Produktion gedeckt werden (vgl. Coy, Weixlbaumer 2009). Angesichts der Kleinheit ist es aber umso wichtiger, durch Kooperationen und durch die Entwicklung eines sichtbaren, lokaltypischen Produkts die Marktstellung regionaler Anbieter zu stärken. Die nachfolgend analysierten Projekte gehen grundsätzlich in diese Richtung und sind damit im Prinzip auf dem richtigen Weg. Eine an den endogenen Potenzialen und am Leitbild der soziokulturellen, ökonomischen und ökologischen Nachhaltigkeit ausgerichtete Strategie der Regionalentwicklung ist ohne Zweifel vor dem spezifischen regionalwirtschaftlichen Hintergrund der vernünftigste Zukunftsweg. Dabei könnte sich die Kleinheit der Region insofern auch als Stärke erweisen, als informelle Netzwerke der Kooperation ohnehin vorhanden bzw. leichter zu implementieren sind.

Im Aspekt einer besseren und intensiveren regionsinternen Kooperation und Vernetzung schien bei Untersuchungen zur regionalwirtschaftlichen Wirkung des Biosphärenparks vor ungefähr 10 Jahren auch für viele Akteure einer der wesentlichen Erfolge der implementierten Projekte zur Förderung einer nachhaltigen Regionalentwicklung zu liegen (vgl. Coy, Weixlbaumer 2009). Darüber hinaus wurden der Beitrag der verschiedenen auf den Weg gebrachten Projekte zu einem klareren regionalen Image sowie ihr

Beitrag zu einer stärkeren Qualitätsorientierung herausgestellt. Dies ließ sich allerdings damals auf der einzelbetrieblichen Ebene noch nicht monetär oder quantitativ in Umsatzzuwachsen, steigenden Gästezahlen etc. nachvollziehen. Dies war und ist jedoch von Projekten, die im regionalpolitischen Spektrum beispielsweise im Gegensatz zu finanziellen Förderprogrammen eher zu den „weichen“ Maßnahmen zu rechnen sind, wohl auch nicht zu erwarten. Ihre Wirkung könnte sich eher längerfristig in einer Schärfung des Regionsprofils (z.B. als Herkunftsregion ökologischer Produkte) sowie einer stärkeren Qualitätsorientierung (z.B. in Form eines angepassten Tourismus) niederschlagen.

Insgesamt zeigten die früheren Untersuchungen in der Region, dass die touristischen Betriebe, die Gewerbetreibenden und die Alpbewirtschafter des Großen Walsertales den Biosphärenpark mehrheitlich positiv sehen (vgl. Coy, Weixlbaumer 2009). Außenwirkung, Imagegewinn und Kooperationspotenziale, die mit dem Biosphärenpark verbunden werden, sind als die wesentlichen Aspekte dieser positiven Grundhaltung anzuführen. Hinsichtlich der unmittelbar für den einzelnen Betrieb spürbaren Auswirkungen lässt sich eher eine zurückhaltende Einschätzung feststellen. Hier sind andere Faktoren wichtiger. Allerdings ist es wohl auch so, dass die Vorstellungen der Befragten darüber, was im Rahmen des Biosphärenparkkonzeptes auf der lokal/regionalen Ebene an regionalwirtschaftlich wirksamen Maßnahmen tatsächlich zu leisten ist, eher diffus sind.

Das Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, erste Beobachtungen und Ergebnisse des durch die Österreichische Akademie der Wissenschaften (ÖAW) im Rahmen des MAB-Programms geförderten Projekts REPA-next vorzustellen. Das Projekt fokussiert unter anderem im Vergleich zu dem vor knapp 10 Jahren durchgeführten REPA-Projekt (Coy, Weixlbaumer 2009) auf die ökonomischen Projekte des Tales, die aufgrund ihrer Nähe zu lokalen Ressourcen durchaus die Charakteristika eines sozial-ökologischen Systems (Berkes et al. 1998) aufweisen.

### ***Das Projekt Bergholz: Vom Regionalprodukt zum Holzcluster?***

Die Nutzung des regionalen Rohstoffes Holz hat im Großen Walsertal eine sehr lange Tradition, da Holz sehr lange Zeit der wichtigste Baustoff war (ÖAW 2005). Ein entscheidender Aspekt ist in diesem Zusammenhang die Lawinenkatastrophe im Großen Walsertal von 1954. Zum einen kam es zu großer Zerstörung: etwa 50 % der Gesamtfläche der Hänge, auf denen der Hauptteil der Siedlungen liegt, wurden von Lawinen getroffen, von den 164 verschütteten Personen konnten 83 nur mehr tot geborgen werden, 52 Wohn- und Wirtschaftsgebäude wurden zerstört, 59 beschädigt ([naturgefahren.at](http://naturgefahren.at)). Zum anderen kam es im Anschluss an die Katastrophe aber auch zum Aufbau von mobilen und stationären Sägewerken und Zimmereien, die für den Wiederaufbau wichtig waren. Darüber hinaus wurde auch auf die nachhaltige Waldnutzung verstärkte Aufmerksamkeit gelegt, was wiederum Auswirkungen auf die betriebliche Praxis im Tal hatte, sei es durch Standortsicherheit oder veränderte Nutzungsmuster.

Das Projekt „Bergholz“ ist seit seiner Entstehung 2002 als „good practice“ – Beispiel behandelt worden (Jungmeier et al. 2006; Reutz-Hornsteiner 2009). 13 Jahre nach der Entstehung des Projekts stellt sich aber die Frage, ob dies immer noch zutrifft und wie sich das Projekt weiterentwickelt hat. Die Frage nach den beteiligten Akteuren, Prozessen der Wertschöpfung und Konflikten ist hier von zentraler Bedeutung.

### *Entstehung des Projekts*

Globalisierungsprozesse im Forstsektor setzten die Betriebe im Großen Walsertal unter vermehrten Preisdruck. Für die lokalen Akteure wurde es zunehmend schwieriger Holz und Holzprodukte zu einem angemessenen Preis zu verkaufen. Die Suche nach Marktnischen, um so erhöhtes Einkommen zu generieren, führte zur Entwicklung des Projekts Bergholz. Die entscheidende Idee hierzu kam (allen voran) Gottlieb Kaufmann, Geschäftsführer der gleichnamigen Tischlerei, und den anderen Gründungsmitgliedern durch eine sich verändernde Nachfrage an verfolgbaren, ökologischen Produkten, die in der Person eines umweltbewussten Arztes zum Ausdruck kam. Dieser wollte für sich und seine Familie – in etwa 800 km Entfernung! – ein ökologisches Holzhaus aus dem Walsertal. Eine Kooperation bestehend aus einem Tischler, einem Zimmerer, einem Sägewerk und einem Forstbesitzer übernahm den Auftrag zur vollsten Zufriedenheit des Kunden. Das Regionalpotenzial im Bereich Holz zeigte sich im Erfolg dieses ersten gemeinsamen „Projekts“. Ein Betrieb allein hätte diese Nachfrage nicht bedienen können, vor allem nicht diese regionale Wertschöpfung erzielt.

Im weiteren Verlauf wurden so unter dem Namen Bergholz fertige ökologische, schadstofffreie und gesunde Häuser aus Holz aus dem Großen Walsertal geplant und gebaut (siehe zur Struktur des Projektes Abb. 1). Als besonders gewinnbringend erwies sich die externe Moderation in der Anfangsphase, in der das – laut Gottlieb Kaufmann – dem Großen Walsertaler innewohnende „Eigenbrödlertum“ überwunden und die Teamarbeit gestärkt werden konnte.



Abb. 1: Das Bergholz-Projekt: Strukturen und Akteure

War zu Beginn das Projekt durch LEADER +-Finanzierung – und damit auch durch die Unterstützung des Biosphärenparks – gesichert, vollzog sich im Laufe der Jahre ein Wandel von einer Arbeitsgemeinschaft über eine Marketinggesellschaft bis hin zum heutigen Verein Bergholz. Damit sollten die hohen Kosten, die für die Betriebe als Gesellschaft entstanden, gesenkt werden. Gegenwärtig sehen die befragten Akteure Bergholz als eine Marke ihres Betriebs, welche eine relativ hohe Bekanntheit innerhalb Vorarlbergs und darüber hinaus erlangt hat. Sie ist vor allem für die kleinen Betriebe interessant, da diese ansonsten eine adäquate Produktwerbung selbst nicht finanzieren könnten.

### *Akteure und Wertschöpfung*

Die Entwicklung der Marke ging einher mit einer – wenn auch geringen – Fluktuation der Mitglieder. Dies ist insbesondere auf die Kriterien der Bergholz-Zertifizierung zurückzuführen: alle Rohstoffe und deren Verarbeitung müssen aus dem Großen Walsertal stammen bzw. dort getätigt werden. Betriebe, die Holz aus anderen Regionen bzw. Ländern zukaufen und als Bergholz verkaufen wollten, wurden aus diesem Grund vom Verein ausgeschlossen bzw. traten aus. Gegenwärtig umfasst der Verein Bergholz zwei Sägewerke, einen Zimmerer, einen Stiegenbauer und zwei Tischlereien. Es gibt zwar die Überlegung, alle holzverarbeitenden Betriebe in den Bergholzverein aufzunehmen, jedoch wird betont, dass nur solche mitmachen sollen, die auch wirklich die Sache unterstützen und nicht nur Nutznießer sein wollen.

Der zentrale Mehrwert des Projekts liegt im entstandenen gegenseitigen Vertrauen, sei es zwischen den Betrieben und Kunden oder in der gegenseitigen Wertschätzung der Kooperationsbetriebe. Somit ist eines der zentralen Charakteristika von Regionalprodukten erfüllt (vgl. Ermann 2006). Die Wichtigkeit dieser weichen Faktoren zeigt sich auch in einer verbesserten ökonomischen Zusammenarbeit v.a. bei der Abwicklung großer Projekte in der Region, wie etwa die Gemeindezentren Blons, St. Gerold, Raggal oder der Umbau der Propstei St. Gerold, aber auch bei Aufträgen außerhalb. Es wird aber auch betont, dass die Weiterentwicklung des Projekts gegenwärtig eher stagniert, was hauptsächlich auf die Mitglieder selbst zurückgeführt wird, die es nicht mehr vollständig unterstützen. Dem Engagement einzelner Schlüsselpersonen, denen auch die „Pionierleistung“ für das Projekt zuzuschreiben ist, kommt in diesem stark personalisierten Netzwerk also erhöhte Bedeutung zu.

Die Produktpalette hat sich seit den Anfängen verändert. Wurden zu Beginn vermehrt Holzhäuser verkauft, so steht heute Bergholz als regionales Zertifikat für verschiedenste Einzelprodukte, die aus dem Walsertal stammen, seien es Fenster, Möbel oder Massivholzplatten aus Weißtanne. Dementsprechend unterschiedlich bis gar nicht einzuschätzen ist, wieviel Prozent aller verkauften Produkte der Bergholz-Marke zuzuschreiben sind. Am meisten Umsatz mit Bergholzprodukten machen die Tischlereien (Kaufmann ca. 40 %, Konzett 25–30 %). Die Wertschöpfungskette im Bereich Holz hat sich durch die vermehrte Nutzung von Biomasse in der Region und durch

die Produktgruppe Bergholz je nach Betrieb stark verändert. Da jedoch kein Betrieb ausschließlich mit Bergholzprodukten arbeitet, ist eine detaillierte Gegenüberstellung der Wertschöpfungskette vor und nach Gründung des Biosphärenparks zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht möglich. Aus diesem Grund wird in Abb. 2 lediglich schematisch der Unterschied zwischen Bergholz und konventionellen Holzprodukten in der Region dargestellt.

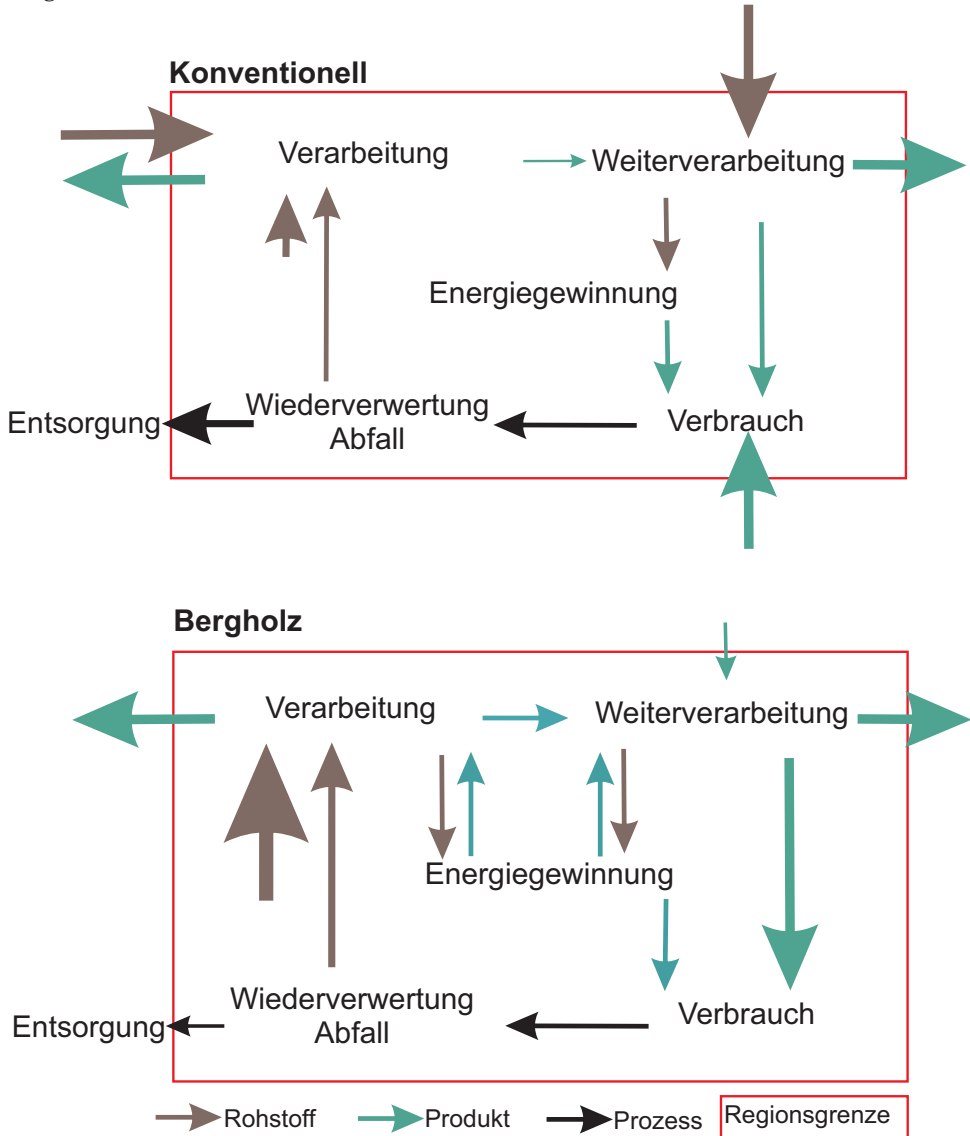


Abb. 2: Das Bergholzprojekt: Wertschöpfungsketten

Verarbeitete Holzarten im Bereich Bergholz sind aufgrund der Kriterien natürlich die lokal vorkommenden Arten Weißtanne und Fichte, welche zum Großteil aus Forsten im Besitz der Gemeinden stammen. Das im Großen Walsertal gewachsene Holz verlässt die Region erst als fertiges Produkt. Alle Verarbeitungsschritte werden von Betrieben des Vereins durchgeführt: vom Holzschlagen, über das Trocknen und Fertigen von Kantholz oder Holzplatten bis zum fertigen Produkt. Dadurch wird eine hohe Wertschöpfung innerhalb des Tales gewährleistet. Es werden ausschließlich ökologische Zusatzstoffe wie biologischer Leim oder zum Teil Schafwolle als Dämmmaterial verwendet, sei es innerhalb der Region oder auch wenn etwas von außerhalb zugekauft werden muss. Ein weiterer Mehrwert entsteht durch die Verwendung von Holznebenprodukten in den von einigen Firmen betriebenen Biomasseheizkraftwerken, die wiederum Heizenergie für die Bevölkerung zur Verfügung stellen. Vertrieben werden die Bergholzprodukte hauptsächlich in Österreich (hier vor allem Vorarlberg), aber auch – über Zwischenhändler und Privatkunden – in den Niederlanden, Italien, Frankreich, der Schweiz und Deutschland.

Als interessanter Nebenaspekt fällt auf, dass alle Befragten angeben, dass ihr Standort eigentlich nicht für ihren Betrieb geeignet ist. Die Gründe für die Standortwahl können in zwei Punkte unterteilt werden: Pragmatismus und Identität. Pragmatisch (auch aus Kostengründen), weil bei der Transformation einiger Landwirtschafts- in Gewerbebetriebe der Standort beibehalten wurde. Noch wichtiger jedoch sind die Identifikation mit ihrer Gemeinde und der Region sowie die Weiterführung von Tra-



Abb. 3: Nachhaltige Forstwirtschaft? Sägerei Erhart, Sonntag Foto: Kratzer 2014



ditionen. Die Betriebe verfügen somit trotz überregionaler Verflechtungen über einen hohen Grad an *embeddedness* (Bathelt, Glückler 2012, S. 230 ff.).

### *Die Rolle des Biosphärenparks*

Obwohl wie oben erwähnt das Projekt Bergholz zu Beginn und auch teilweise heute noch stark vom Biosphärenpark-Management unterstützt wurde, zeigen sich anhand der sozialen Netzwerkanalysen mit Gemeinde- und Wirtschaftsvertretern geringe Verknüpfungen mit anderen Akteuren im Tal. Dies ist auf das „Erwachsenwerden“ des Projekts zurückzuführen, welches heute unabhängig von finanzieller Unterstützung funktioniert. Dementsprechend betonen die befragten BetriebsleiterInnen die Unabhängigkeit vom Biosphärenpark an sich, wenngleich sie ihm eine gewisse Werbewirkung zugestehen.

Dies bezieht sich nicht nur auf die Produktgruppe Bergholz, sondern auf die Holzwirtschaft im Tal generell. Die Argumentation folgt dabei dem Prinzip des praktischen Syllogismus:

1. In Österreich wird nachhaltige Forstwirtschaft betrieben,
2. Das Große Walsertal liegt in Österreich,
3. Im Großen Walsertal wird nachhaltige Forstwirtschaft betrieben.

Das bedeutet, dass sowohl das Konzept Biosphärenpark als auch der Bereich Forstwirtschaft Nachhaltigkeitsziele verfolgen und damit ohnehin keine gravierenden Veränderungen für die betriebliche Praxis bedeuten. Dementsprechend stellen einige Betriebe klar, dass auch jedes andere Konzept für eine eigenständige Regionalentwicklung die gewünschten Effekte erzielt hätte.

### ***Die Alp- und Bergkäseproduktion im Biosphärenpark Großes Walsertal***

Die Bergkäseproduktion ist seit Jahrhunderten fester Bestandteil der Walserkultur. Heute werden im Großen Walsertal mehr als 300 Tonnen Alp- bzw. Bergkäse in Handarbeit produziert. Der Walser Käse war bereits in einer vorhergehenden Studie durch die Universität Wien Untersuchungsgegenstand (Weixlbaumer 2010). Damals wurde die 1997 gegründete Käsemarke Walserstolz genauer untersucht. Insgesamt drei Talsennereien und acht Alpsennereien produzieren Käse für die Dachmarke. Der Walserstolz entwickelte sich, durch professionelles Marketing gestützt, zu einem Leitprojekt, das überregional bekannt wurde. Dem Regionalprodukt wurden damals neben hochwertiger Käsequalität verschiedene Eigenschaften zugeschrieben: Identitätsstiftend, Förderung der Regionalentwicklung durch erhöhtes Bauerneinkommen und verringerte Investitionslast, Erhaltung von Kulturlandschaft und die Funktion als *Regional Governance-Instrument* (Weixlbaumer 2010). Das Projekt Walserstolz wurde als Erfolgsmodell für den Biosphärenpark Großes Walsertal wahrgenommen und dargestellt.

Einige Jahre danach zeigt ein erneuter Blick auf die Bergkäseproduktion im Großen Walsertal verschiedene Probleme auf. Die Marke Walserstolz stand im Jahr 2013 kurz vor dem Aus, weil zahlreiche Milchproduzenten an einen anderen Milchkäufer lieferten. Grund sind vor allem persönliche Konflikte um den hochdefizitären Neubau der Sennerei Sonntag als Multifunktionshaus, das Schausennerei, Biosphärenparkausstellung, Restaurant und Direktvermarktung vereint. Zudem findet eine Verschiebung der Wertschöpfung zugunsten eines konkurrierenden Milchkäufers, der den Rohstoff Milch außerhalb der Region verarbeitet, statt. Ein weiteres Problem ist die fehlende Wechselwirkung zwischen der Institution Biosphärenpark und der Alp- und Bergkäseproduktion in der Region.

### *Personalisierte Akteursbeziehungen prägen das Produktionsnetzwerk*

Die Akteursverflechtungen innerhalb des Netzwerks der Alp- und Bergkäseherstellung sind auffällig stark durch persönliche Beziehungen geprägt. Das Verhältnis zwischen Milch- bzw. Käseproduzenten und den Käufern ist besonders emotional. Einerseits vertrauen sich Käufer und Verkäufer gegenseitig. Auf einigen Alpen im Großen Walsertal ist es üblich mit dem Käsekäufer den Vertrag über die jährliche Lieferung von Alpkäse lediglich per Handschlag zu besiegeln. Ganz anders ist hingegen die Vertrauensbasis zwischen vielen Talbetrieben und den jeweiligen Milch- bzw. Käsekäufern. Dabei zeigt sich, dass eine lange Zusammenarbeit zwischen Käufer und Produzent nicht unbedingt zu mehr gegenseitigem Vertrauen führt. Der Milchkäufer, der das Projekt Walserstolz zusammen mit den Beteiligten in der Region initiiert hat und gleichzeitig als Markeninhaber des Walserstolz fungiert, verlor einen beachtlichen Teil an Milchlieferanten. Einerseits wegen eines nicht verlängerten Pachtvertrages einer der Talsennereien, andererseits wegen anhaltender Auseinandersetzungen um die zweite große Talsennerei und deren Multifunktionsgebäude. Auch Konflikte zwischen Milchproduzenten und Käufern, die bereits Jahrzehnte zurückliegen, wie Unstimmigkeiten über damalige Milchzahlungen, beeinflussen die Akteursbeziehungen. Vor allem von Seiten der Produzenten ist das Vertrauensverhältnis zum Markeninhaber des Walserstolz sehr angespannt. Ganz anders ist das Vertrauensverhältnis zu dem zweiten großen, erst seit etwa zehn Jahren in der Region tätigen Milchkäufer. Der Geschäftsführer des Molkereiunternehmens wurde in Interviews mit seinem persönlichen anstatt dem Firmennamen genannt, was auf ein spezifisches Verhältnis zwischen Milchkäufer und Produzent hindeutet. Obwohl das Misstrauen gegenüber dem deutsch-österreichischen Unternehmen bei den Großwalsertaler Produzenten anfangs groß war, entwickelte sich eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Neben dem Produzenten-Käufer-Verhältnis ist das Sozialkapital stark personalisiert. Innovationen und Impulse für die Rahmenbedingungen der Produktion oder der Vermarktung von Alp- und Bergkäse gingen großteils von einer Einzelperson aus. Eine Institutionenbildung für die Steuerung von Entwicklungen innerhalb des Produktionsnetzwerks Bergkäse hat bis heute nicht stattgefunden. Wegen der Kleinheit der Region haben zudem einige Akteure innerhalb

des Netzwerks mehrere Funktionen, so dass Handlungsmotive unterschiedlichen Rationalitäten unterworfen sein können.

*Wertschöpfung variiert stark je nach Milch-/Käse-Käufer*

Im Jahre 1997 wurde im Großen Walsertal mit großer Euphorie die Marke Walserstolz gegründet. Mithilfe von professionellem Marketing wurde und wird Käse aus dem Großen Walsertal überregional vermarktet. Einerseits sollte die Alpwirtschaft und die dazu gehörige Kulturlandschaft erhalten werden. Andererseits sollte die Wertschöpfung und die Wertbindung durch die Produktion von Berg- und Alpkäse erhöht werden. Die Marke Walserstolz existiert nach wie vor. Allerdings sind die Produktionsmengen des qualitätsgesicherten Hartkäses rückgängig. Grund hierfür ist der Eintritt eines neuen Milchkäufers, der sich auf die Verarbeitung von Heumilch zu Schnittkäse in einer Molkerei außerhalb der Region spezialisiert hat. In der Molkerei im Bregenzerwald wird biologisch produzierte Heumilch aus dem Großen Walsertal verarbeitet, die Abnahmemenge ist tendenziell steigend. Der dritte wichtige Käufer bezieht ausschließlich Alpkäse und vermarktet diesen überregional.



Abb. 4: Werbung für die einzige Biosennerei des Großen Walsertals, Biosennerei Marul  
Foto: Timmermann 2014

Vergleicht man die Produktionsnetzwerke, die durch die drei Milch- bzw. Käsekäufer entstehen, so fällt Folgendes auf: Erstens variieren die Wertschöpfung, die Wertsteigerung und die Wertbindung durch die Käseproduktion stark je nach Milchkäufer. Der als Walsertal vertriebene Käse wird im Großen Walsertal entweder in den Alpsennereien oder in einer der Talsennereien produziert. Die Lagerung erfolgt im nahe gelegenen Käselager des Milchkäufers. Vertrieben wird der Bergkäse in kleinen Mengen regional über Nahversorger und großteils überregional an konventionelle Supermarktketten in Österreich und Deutschland. Der auf Alpkäse spezialisierte Käufer übernimmt den jungen Käse von den Sennalpen, reift diesen im eigenen Käsekeller und vermarktet an Supermarktketten und Spezialitätenhändler im deutschsprachigen Raum. Wird die Milch an den Milchkäufer aus dem Bregenzerwald verkauft, so bleibt lediglich das Milchgeld in der Region. Zweitens ist der Bezug der drei Molkereiunternehmen zu der Region Großes Walsertal unterschiedlich. Für die einen steht Verantwortung für die Region, für die anderen der Bezug von hochwertigen Rohstoffen (Bio-Heumilch) bzw. Produkten (Alpkäse) im Vordergrund. Drittens sind die Produktionsmethoden je nach Milch bzw. Käsekäufer unterschiedlich. Bei den auf Hartkäse spezialisierten Käufern wird der Käse in Handarbeit in der Region hergestellt. Bei dem auf Heumilch spezialisierten Käufer wird Schnittkäse industriell außerhalb der Region produziert. Viertens beziehen die Käufer die Milch bzw. den Käse aus unterschiedlichen Produktionsbedingungen. Der Milchkäufer aus dem Bregenzerwald nimmt hauptsächlich Bioheumilch, bei den anderen beiden Käsekäufern wird hauptsächlich konventionelle Ware bezogen.

### *Geringe Bedeutung des Biosphärenparks für die Käseproduktion*

Der Biosphärenpark als Institution spielt für die Käseproduktion im Großen Walsertal eine untergeordnete Rolle. Sowohl auf die betriebliche landwirtschaftliche Praxis als auch auf die Außendarstellung des Produktes Bergkäse hat der Biosphärenpark kaum Einfluss. Die Netzwerkanalyse zeigt, dass zwischen dem Biosphärenpark und den anderen relevanten Akteuren – außer zum Tourismus – keine Interaktion stattfindet. Die Trägergesellschaft des Biosphärenparks und deren Obmann, der gleichzeitig ein landespolitisches Amt innehat, haben mehr Austausch mit anderen Akteuren. Eine klare Trennung der beiden Institutionen und der Einzelperson ist schwierig. Die Netzwerkanalyse zeigt auch, dass der Biosphärenpark innerhalb des Produktionsnetzwerks Bergkäse wenig Macht hat. Zwar liegt der Anteil der biologisch wirtschaftenden Betriebe im Großen Walsertal deutlich über dem Landesdurchschnitt, allerdings ist das nicht Verdienst der Institution Biosphärenpark, sondern durch Förderungsmaßnahmen wie das ÖPUL-Programm (Österreichisches Programm zur Förderung einer umweltgerechten, extensiven und den natürlichen Lebensraum schützenden Landwirtschaft) bedingt. Die Leitlinien für die landwirtschaftliche Nutzung innerhalb des Biosphärenparks werden von den Landwirten bestenfalls „wahrgenommen“. So gibt es einzelne Betriebe, die

auf den Einsatz von Kraftfutter, das laut Leitbild nur in Notfällen eingesetzt werden soll, verzichten. Für die Außendarstellung des Alp- und Bergkäse unter der Marke Walserstolz erweist sich der Biosphärenpark als problematischer Kommunikationsinhalt. Aus Sicht des Markeninhabers führt die Information, dass der Käse in einem Biosphärenpark hergestellt wurde, bei den KonsumentInnen zu der Annahme, es handle sich um ein biologisch hergestelltes Produkt. Da der größte Teil des als Walserstolz vermarkteten Käses konventionell hergestellt wird, bleibt eine aktive Kommunikation der Produktionsregion aus.

### ***Strukturen, Potenziale und Hemmnisse in der touristischen Regionalentwicklung des Großen Walsertales***

Als UNESCO-Biosphärenpark verschreibt sich das Große Walsertal einer nachhaltigen Form der Regionalentwicklung, in welcher auch der Tourismus eine tragende Rolle spielen soll. Seit der entsprechenden Zertifizierung der Region im Jahr 2000 änderten sich die touristischen Strukturen teils gravierend. Während das Tal bei Gründung des Biosphärenparks noch Teil der Alpenregion Bludenz war, beendete man die Zusammenarbeit zwischendurch um sich dann 2014 wieder in diese einzugliedern, nachdem auch während dieser Periode der Eigenständigkeit kein Aufschwung gelang.

Das Große Walsertal sah sich in den letzten Jahren in seiner touristischen Entwicklung einer Phase sinkender Nächtigungszahlen und Betriebsschließungen gegenüber. 2012 lag die Gesamtnächtigungszahl des Tales knapp 25 Prozent unter dem Vergleichswert von 2002. Zwischen 2008 und 2014 kamen dem Tal knapp 9 % seiner gesamten Betten und im Speziellen 5,2 % der gewerblichen Betten abhanden (Landesstelle für Statistik Vorarlberg). Erst seit 2013 lässt sich ein vorläufiger Anstieg der Nächtigungszahlen erkennen (Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH). Ob dieser Trend nach der Wiedereingliederung des Tales in die Alpenregion Bludenz Anfang 2014 weiter anhalten wird, lässt sich aktuell noch nicht sagen.

#### *Strukturen*

Der als Verein organisierte Tourismusverband Alpenregion Bludenz hat insgesamt 13 Mitgliedsgemeinden und sieben Mitgliedsbergbahnen, wovon sechs bzw. drei im Biosphärenpark Großes Walsertal zu verorten sind. Dies sind die Gemeinden Blons, Fontanella, Raggal, Sonntag, Thüringerberg und St. Gerold bzw. die Seilbahnen Faschina und Sonntag sowie die Skilifte Raggal. Die Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH ist dabei eine hundertprozentige Tochtergesellschaft des Vereins und mit den operativen Agenden der Region betraut. Jedes Mitglied entrichtet einen jährlichen Beitrag an diese und ist in Folge entsprechend dessen Höhe bei der jährlichen Generalversammlung unterschiedlich stimmberechtigt. Konkret hat jede der sechs Walsertaler Gemeinden einen gesonderten, über fünf Jahre laufenden Kooperationsvertrag mit der Alpenregion.

Entscheidungen bzw. Projekte der Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH bedürfen also folglich jeweils einer Zustimmung der einzelnen Gemeinde, respektive deren Bürgermeister (Interview Biedermann-Smith, 10.06.2015; Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH).

Die einzelnen Gemeinden unterscheiden sich teilweise beträchtlich hinsichtlich ihrer Tourismusintensität. So ist beispielsweise Thüringerberg im talinternen Vergleich mehr als Wohn-, denn als Tourismusgemeinde zu klassifizieren. Die Gemeinde weist mit einem Wert von 8,60 die geringste Intensität innerhalb des Tales auf, wohingegen die tourismusintensivste Gemeinde Fontanella 154,58 Nächtigungen pro Einwohner und Jahr verzeichnet (eigene Berechnung nach Landesstelle für Statistik Vorarlberg; Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH).

### *Vermarktung*

Seit dem 1. Januar 2014 ist der Biosphärenpark Großes Walsertal wieder Mitglied im Dachmarketingverbund Alpenregion Bludenz, nachdem die Region fünf Jahre zuvor aus eben diesem ausgetreten war und ihre Vermarktungs- und Entwicklungsagenden alleine zu stemmen versucht hatte. Die Alpenregion Bludenz, zu welcher neben dem Biosphärenpark auch das Brandnertal, Bludenz und das Kloostertal gehören, unterscheidet sich in ihrer Arbeit von anderen Regionen Vorarlbergs insofern, als dass sie sich mehr als Agentur denn als klassischer Tourismusverband versteht.

So verfügt die Region über kein gemeinsames Budget, sondern über vier getrennte Kleinbudgets, um den jeweiligen, oftmals sehr differierenden Zielen und Projekten der einzelnen Teilregionen gerecht zu werden. Kerstin Biedermann-Smith, Geschäftsführerin des Verbands, sieht das Konstrukt eher als „Vernunft Ehe dieser vier Talschaften“ denn als „Liebesheirat“ (Interview Biedermann-Smith, 10.06.2015). Ebenso werden auch nicht alle Informationsbüros direkt von der Alpenregion betreut. Nur in Dalaas und Brand gibt es Ortsbüros, welche direkt durch den Verbund besetzt sind. Im Groß- und Walsertal hingegen übernimmt das Biosphärenpark-Management einige Agenden bzw. betreibt die Gemeinde Raggal ein eigenes Ortsbüro, welches von der Alpenregion Bludenz unabhängig ist und auch eine eigene Internetpräsenz pflegt.

Wie eingangs erwähnt, waren die Nächtigungszahlen des Tales bis 2012 stark rückläufig. Die Anerkennung der Region als Biosphärenpark weckte zum Jahrtausendwechsel auch im Tourismus die Hoffnung, dass das neu erworbene Prädikat der kriselnden Branche neuen Schwung geben würde. Die Nächtigungszahlen zeigten aber genau das Gegenteil. Das Große Walsertal hat daher vor allem das Jahr 2014 einer touristischen (Neu-)Positionierung gewidmet. Unter Beteiligung von Touristikern, Gemeindevertretern und Vertretern des Biosphärenparks wurden ein neues Leitbild und daraus abgeleitet konkrete Projekte zur Entwicklung und Schärfung des Angebots erarbeitet. So verschreibt sich der Biosphärenpark in Zukunft – unter der steten Prä-

misse der Entschleunigung – der (wachsenden) touristischen Nische des *Slow Tourism*. Aufbauend auf den grundlegenden Prinzipien eines Biosphärenparks wurden sechs zentrale Leitlinien (Begegnungsqualität, Ursprünglichkeit, Nachhaltigkeit, Zeitbewusstsein, Langsamkeit und Einzigartige Momente) definiert, aus welchen in Folge in fünf Arbeitsgruppen konkrete Angebote in den Bereichen „Räume/Plätze- Infrastruktur“, „Kulinarik/Regionalität“, „Betriebe/Servicequalität“, „Programme/Ereignisse“ und „Touristische Mobilität“ konzipiert wurden, welche aktuell bzw. in den kommenden Monaten zur Umsetzung gelangen werden.

Der Biosphärenpark versucht mit Unterstützung der Alpenregion Bludenz auf diese Weise das Produkt „Urlaub im Großen Walsertal“ zu schärfen. Um die regionalen Besonderheiten des Biosphärenparks für den Gast greifbarer zu machen, setzt man im ersten Schritt unter anderem verstärkt auf Maßnahmen im Bereich „Betriebe/Servicequalität“. Nach der Zertifizierung als Biosphärenpark wurde auf Initiative des Biosphärenpark-Managements die Angebotsgruppe „Partnerbetriebe des Biosphärenparks“ gegründet. Diese hat zum Ziel, dem Gast das Angebot und die Besonderheiten der Region in ausgewählten Betrieben in besonderer Weise näher zu bringen. Die teilnehmenden Betriebe müssen einen Katalog an Muss- und Sollkriterien erfüllen, um als Partnerbetrieb anerkannt zu werden. Diese ausgewählten Vorzeigebetriebe versuchen aktiv zu einer verbesserten Regionalentwicklung beizutragen und fokussieren ihr Angebot verstärkt auf regionale Besonderheiten. Innerhalb der Angebotsgruppe wird hierbei zwischen Standard- und Premium-Partnerbetrieben unterschieden.



Abb. 5: Leuchtturmbetrieb Bad Rothenbrunnen Foto: Timmermann 2014

Aktuell werden, initiiert durch die thematische Neupositionierung der Region rund um die zentrale Leitidee der Entschleunigung, die Kriterien für eine Teilnahme überarbeitet. Ein besonderer Fokus wird dabei im Projekt „Wohlraum“ auf die Konzeption eines „Walser-Premium-Zimmers“ gelegt. Dieses „idealtypische“ Zimmer soll gemeinsam mit regionalen Partnern konzipiert und von lokalen Handwerkern unter bestmöglicher Verwendung regionaler Produkte und Werkstoffe gestaltet werden und für Gäste in allen Premium-Partnerbetrieben buchbar sein. Abseits dieses zentralen Angebotslements sollen den Partnerbetrieben unter anderem Schulungen und Materialien zur Verfügung gestellt werden, um die Vermieter zu ermächtigen, den Gast hinsichtlich des regionalen Angebots kompetent zu beraten und folglich die Servicequalität in den Betrieben zu steigern. Die Gruppe der Partnerbetriebe wird vom Tourismusverband zukünftig in der Vermarktung deutlich hervorgehoben, wovon man sich einerseits eine Fokussierung der Aufmerksamkeit des Gastes auf die regionalen Eigenheiten des Biosphärenparks und in Folge die Motivation für andere Betriebe der Angebotsgruppe bezutreten erhofft.

2009 gaben im Rahmen einer Gästebefragung 52 % der Gäste an, einen Partnerbetrieb einem anderen Betrieb vorzuziehen. Von diesen Befragten gaben 65 % der Befragten ebenfalls an, bereit zu sein für Leistungen im Sinne der Nachhaltigkeit mehr zu zahlen (Knaus 2009).

Generell sollen regionaltypische Produkte verstärkt in den Fokus der Wahrnehmung gerückt werden. So sind unter anderem eine Online-Produktplattform, auf welcher Produkte der Region bestellt werden können, bzw. die Stärkung des Walsershops im Haus Walserstolz in Planung. Im Bereich der „Kulinarik/Regionalität“ will man ansässige Gastronomen ermuntern und ermächtigen mehr auf die Integration lokaler Zutaten zu setzen bzw. Jausenpakete für Gäste in Selbstversorgerunterkünften zusammenstellen.

### *Hemmnisse*

Im Rahmen dieser Projekte stößt man aber auch auf Hemmnisse. So sehen sich regionale Initiativen wie „Alchemilla“, in welcher einige Frauen des Tales Kräuter aus der Region zu hochwertigen Produkten wie beispielsweise Tee weiterverarbeiten, außer Stande der lokale Gastronomie Liefersicherheit über die benötigten Mengen geben zu können.

Auch stellt die Einrichtung eines Walserzimmers aus regionalen Materialien durch im Tal ansässige Betriebe vor allem kleinere Partnerbetriebe bei zu erwartenden Kosten von 15.000 Euro pro Raum vor kaum zu überwindende finanzielle Hürden. Auch wenn sich einige kleinere Betriebe trotzdem dafür entschließen, fehlen diesen in Folge die monetären Mittel zur Bewerbung Ihres Hauses.

Gerade vor dem Hintergrund sinkender Nächtigungszahlen und einer damit einhergehenden sinkenden Wertschöpfung aus dem Tourismus sinkt auch die Investitionsbereitschaft der Tourismusbetriebe im Tal. Die Beherbergungslandschaft der Region ist vielerorts von Überalterung der Ausstattung geprägt, was zwar stellenweise



durch Betreuungsqualität wettgemacht werden kann, aber am Ende doch den Druck auf Erneuerung für die Vermieter zunehmend steigen lässt. Die Übernachtungsbetriebe des Tales sind ausschließlich Familienbetriebe, welche zwar in vielen Fällen von der nächsten Generation übernommen wurden, in welchen sich die jüngere Generation gerade im Angesicht von stetig erhöhtem Investitionsbedarf und alternativen Erwerbchancen in und vor allem außerhalb des Tals oftmals zur Betriebsaufgabe gezwungen bzw. motiviert sieht. In anderen Fällen wurden einige Betriebe bereits altersbedingt und aufgrund fehlender Nachfolge geschlossen. Und auch wenn einige, vor allem gewerbliche Betriebe in den letzten Jahren parallel dazu investieren und ihr Angebot erweitern konnten, scheint ein – im Idealfall gelenkter – Gesundenschumpfungsprozess auf Seiten der Unterkunftsbetriebe kaum zu vermeiden zu sein.

Auch die Topografie des Tales verhindert zudem weitere Impulse. Durch die steilen Hanglagen der einzelnen Gemeinden sind kaum Flächen für potenzielle Betriebsneuanordnungen vorhanden bzw. sollen landwirtschaftlich genutzte Flächen nicht zuletzt auch unter Berücksichtigung des Wertes der Kulturlandschaft für den Tourismus erhalten und nicht umgewidmet werden.

Einige Vertreter aus dem Destinationsmanagement bzw. der Hotellerie führen ebenfalls die gemeindepolitischen und daraus in Konsequenz auch die tourismuspolitischen Strukturen als potenzielle Hemmnisse für eine fruchtbare Tourismusentwicklung an. Den knapp 3500 Bewohnern des Biosphärenparks, aufgeteilt auf die erwähnten sechs Gemeinden, stehen folglich auch sechs Bürgermeister aus unterschiedlich stark tourismusintensiven Gemeinden vor, welche in Konsequenz – jeweils mit einzelnen Kooperationsverträgen ausgestattet – oftmals sehr differierende Interessen im Rahmen des Entscheidungsprozesses vertreten.

### *Das Potenzial der Nische*

Doch gerade vor dem Hintergrund eines in der Nachhaltigkeit verwurzelten touristischen Entwicklungsprogramms sehen viele Vertreter der regionalen Tourismusbranche das Potenzial zur Sicherung des Tourismus als eine der tragenden Säulen der wirtschaftlichen Entwicklung der Region. Durch die bewusste Abwendung vom Gigantismus vieler anderer Regionen unter gleichzeitiger Sicherung eines den Erwartungen des modernen Urlaubsgastes entsprechenden Qualitätsstandards, durch das gezielte Bespielen von Nischen-Themen und über allem durch eine Ausrichtung allen Angebots auf die Leitidee der Entschleunigung bzw. des *Slow Tourism* will man den Biosphärenpark in Zukunft touristisch wieder wettbewerbsfähiger machen.

Im Rahmen aller projektierten bzw. bereits initiierten Projekte verfolgt das Biosphärenpark-Management aber vor allem auch einen bewusstseinsbildenden Auftrag. Eine auch touristisch nachhaltige Nutzung der Natur steht laut der Geschäftsführerin des Biosphärenparks stets im Vordergrund. Ein Vorwärtkommen darf im Rahmen aller Maßnahmen keinesfalls von den Prinzipien des Schutzgebiets abweichen und so wird

man gegebenenfalls auch auf manch zielführend erscheinende Maßnahme verzichten müssen. Menschliche Nutzung der Natur ja, „aber eben nicht uferlos“ (Interview Kristine Klenovec, 14.07.2015).

### **Was ist aus den Projektbeispielen für den „Übergang“ zu lernen?**

Der Biosphärenpark Großes Walsertal ist vor nunmehr 15 Jahren mit großem Engagement seitens der Verantwortlichen in der Region und unter breiter Beteiligung der Bevölkerung in den sechs Gemeinden des Tales gegründet worden. Auch waren die Erwartungen, was sich alles durch die Zertifizierung des Großen Walsertales als UNESCO-Biosphärenpark verändern würde, sicherlich groß, vielleicht sogar in manchen Bereichen überzogen. Der Anspruch der Sevilla-Strategie, Biosphärenparks als „Modellregionen für nachhaltige Entwicklung“ zu begreifen, also der Anspruch einer besonderen Innovativität im Bereich der Regionalentwicklung, stellt ohne Zweifel eine enorme Herausforderung dar, die vom „institutionalisierten“ Biosphärenpark allein wohl nie geleistet werden kann. Der Biosphärenpark könnte und müsste am ehesten als eine Art (koordinierender) „Rahmen“ aller Initiativen und Projekte, die von den unterschiedlichsten Akteuren in einem Biosphärenpark in Richtung einer nachhaltigen Regionalentwicklung unternommen werden, fungieren. Denn erst die Vielfalt lokaler Initiativen, kommen sie „von unten“ oder seien sie „von oben“ initiiert, kann zu den im Sinne des Nachhaltigkeitsgedankens wünschenswerten und notwendigen „Synergieeffekten“ führen. So sind auch die Entwicklungen in den drei Bereichen, die in diesem Beitrag im Vordergrund standen, einzuordnen. Dabei zeigen alle drei Fallstudien, dass Regionalentwicklung nie linear abläuft, sondern immer von „Aufs“ und „Abs“ gekennzeichnet ist, also eher zyklischen Verläufen entspricht. Hierfür sind, auch dies haben die Fallstudien im Einzelnen deutlich gezeigt, sowohl interne Faktoren und Dynamiken, z.B. Akteursverflechtungen, Aushandlungsprozesse oder Konflikte, als auch externe Einflüsse, z.B. Marktveränderungen oder Interessen regionsexterner Akteure, verantwortlich. Diese eigentlich alte Erkenntnis ist insbesondere auch für die Frage der Stabilität und Dauerhaftigkeit des angestrebten und gesellschaftlich benötigten Übergangs zu einer nachhaltigen Entwicklung von Relevanz. Im Sinne der in letzter Zeit auch in der Geographie zunehmend diskutierten *transition theory* (vgl. Loorbach 2007, 2010) kommt es – verkürzt dargestellt – darauf an, inwieweit und wodurch „Nischen“, verstanden als Initiativen, Ansätze, Projekte, die sich deutlich vom vorherrschenden Entwicklungsverständnis unterscheiden, in einem sich verändernden „Regime“ akzeptiert und in dieses eingebaut werden. Dafür ist einerseits der Einfluss der „großen Diskurse“ (in der *transition theory* als „landscape“ bezeichnet) wichtig. Andererseits werden aber auch hier immer wieder die alltäglichen, oftmals konfliktträchtigen Wechselwirkungen zwischen internen Faktoren und Dynamiken und externen Einflüssen, wie sie in den drei Fallbeispielen behandelt wurden, ihre fördernde oder hemmende Wirkung im Sinne des Übergangs zu einer nachhaltigen Entwicklung entfalten. Für die Umsetzung des Gedankens der Nachhaltigkeit in alltägliche Praxis

ist also in jeder Hinsicht ein „langer Atem“ erforderlich. Auch wenn innovative Ideen, Projekte und Praktiken existieren, ist es notwendig, dass sich diese langfristig etablieren können und Stabilität entwickeln. Gemeinsame Lernprozesse sind erforderlich, um die Chancen und Blockaden hierfür zu begreifen und die entsprechenden Konsequenzen zu ziehen. In diesem Sinne ist auch eine (sozial-)wissenschaftliche Begleitforschung in Biosphärenparks, der sich dieser Beitrag verpflichtet fühlt, wesentlich für den Entwurf, die Ausgestaltung und das Monitoring des dringend benötigten „Übergangs“ zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung.

### *Literatur*

- Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH: Jahresbericht 2012. Online verfügbar unter <http://www.vorarlberg-alpenregion.at/downloads/presse/jahresbericht-2012.pdf>, zuletzt geprüft am 10.08.2015.
- Bathelt, H. & J. Glückler (2012): Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive. – Stuttgart (3. Aufl.).
- Berkes, F.; Folke, C. & J. Colding (1998): Linking social and ecological systems. Management practices and social mechanisms for building resilience. – Cambridge, U.K., New York.
- Coy, M. & N. Weixlbaumer (Hrsg.) (2009): Der Biosphärenpark als regionales Leitinstrument. Das Große Walsertal im Spiegel der Nutzer. – Alpine Space – Man & Environment, Band 10. Innsbruck.
- Deutsches MAB-Nationalkomitee (Hrsg.) (2004): Voller Leben. UNESCO-Biosphärenreservate – Modellregionen für eine Nachhaltige Entwicklung. – Heidelberg.
- Ermann, U. (2006): Aus der Region – für die Region? Regionales Wirtschaften als Strategie zur Entwicklung ländlicher Räume. – In: Geographische Rundschau 58 (12), S. 28–36.
- Groß, M.; Hoffmann-Riem, H. & W. Krohn (2005): Realexperimente. Ökologische Gestaltungsprozesse in der Wissensgesellschaft. – Bielefeld.
- Jungmeier, M.; Kohler, Y.; Ossola, C.; Plassmann, G. & C. Schmidt (2006): Report of Project Question 3: Protected Areas. Can large protected areas be instruments of sustainable development and at the same time suitable instruments for protecting natural diversity? Hg. v. CIPRA, zuletzt geprüft am 8/13/2015.
- Knaus, M. (2009): Tourismus im Biosphärenpark Großes Walsertal. Ergebnisse der Betriebsbefragung. In: Coy, M. & N. Weixlbaumer (Hrsg.): Der Biosphärenpark als regionales Leitinstrument. Das Große Walsertal im Spiegel der Nutzer. – Alpine Space – Man & Environment, Band 10. Innsbruck, S. 63–76.
- Landesstelle für Statistik Vorarlberg: Tourismus Bettenbestand. Online verfügbar unter [http://www.vorarlberg.at/vorarlberg/geschichte\\_statistik/statistik/landesstatistik/weitereinformationen/wirtschaft/tourismus-bettenbestand.htm](http://www.vorarlberg.at/vorarlberg/geschichte_statistik/statistik/landesstatistik/weitereinformationen/wirtschaft/tourismus-bettenbestand.htm), zuletzt geprüft am 11.08.2015.
- Landesstelle für Statistik Vorarlberg: Verwaltungszählung. Online verfügbar unter [https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/geschichte\\_statistik/statistik/landesstatistik/weitereinformationen/bevoelkerung/verwaltungszaehlung.htm](https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/geschichte_statistik/statistik/landesstatistik/weitereinformationen/bevoelkerung/verwaltungszaehlung.htm), zuletzt geprüft am 10.08.2015.
- Loorbach, D. (2007): Transition management. New mode of governance for sustainable development. – Utrecht.
- Loorbach, D. (2010): Transition Management for Sustainable Development: A Prescriptive, Complexity-Based Governance Framework. – In: Governance 23 (1), S. 161–183.
- Penz, H. (2007): Entwicklungstendenzen der Almen in den österreichischen Alpen seit dem Zweiten Weltkrieg. – In: Merlin; F. W.; Hellebart, S. & M. Machatschek (Hrsg.): Bergwelt im Wandel. Festschrift für Erika Hubatschek zum 90. Geburtstag. Klagenfurt, Seite 116–123.
- ÖAW (Österreichische Akademie der Wissenschaften) (Hrsg.) (2005): Leben in Vielfalt. UNESCO-Biosphärenreservate als Modellregionen für ein Miteinander von Mensch und Natur. – Wien.
- Reutz-Hornsteiner, B. (2009): Der Biosphärenpark Großes Walsertal: Die Ausgangslage – Entstehung und Umsetzung. – In: Coy, M. & N. Weixlbaumer (Hrsg.): Der Biosphärenpark als regionales Leitinstrument. Das Große Walsertal im Spiegel der Nutzer. – Alpine Space – Man & Environment, Band 10. Innsbruck, S. 17–31.
- Weixlbaumer, N. (2010): Ein Bergkäse beweist Regional Governance. – In: Raum, H. 80, S. 37–39.