



# Vorarlberg setzt auf Patriotismus

## Lokalausweis der Agrarjournalisten im Ländle

von Dr. Gerhard Poschacher

Vorarlberg ist mit 260.000 Hektar Landesfläche, davon werden 80 % von den bäuerlichen Familien gepflegt und bewirtschaftet, das kleinste österreichische Bundesland mit dem höchsten Wohlstand bezogen auf die rund 350.000 Einwohner.

### **Patriotismus als agrarpolitisches Grundprinzip**

Es gibt nur mehr 4.400 Betriebe, 70 % davon liegen im Berggebiet, mehr als Dreiviertel der Höfe sind Nebenerwerbsbauern. Eine Bauernfamilie in Vorarlberg ernährt 78 Menschen, darauf setzt die Agrarpolitik. Josef Moosbrugger, Präsident der Landwirtschaftskammer Vorarlberg, betonte aus Anlass des Kongresses des Verbandes der österreichischen Agrarjournalisten vom 13. bis 16. Mai 2004 mit Teilnehmern aus Bayern, der Schweiz und Österreich, die Agrarpolitik im Ländle setze auf Patriotismus. Bei einem Lokalausweis im größten Molkereiunternehmen des Landes „Vorarlberg Milch“, das mit 60 Millionen Kilogramm im Jahr etwa Zweidrittel des gesamten Milchaufkommens in der Region verarbeitet, wurde dieses agrarpolitische Grundprinzip bestätigt. Geschäftsführer Mag. Raimund Wachter: „Unsere Genossenschaft hat 1000 Mitglieder, erwirtschaftet 35 Millionen Euro Umsatz und verarbeitet ausschließlich Vorarlberger Milch.“ Obwohl das

Molkereiunternehmen in Dornbirn nicht zu den zehn größten in Österreich zählt, bezahlt es den Bauern einen Milchpreis von 34 Cent/kg, was erheblich über dem Niveau der meisten anderen Molkereien liegt.

Obwohl Vorarlberg mit 20 Rindern je Betrieb kleinbäuerlich strukturiert ist, beträgt die Durchschnittsanlieferung an die Vorarlberg Milch etwa 55.000 Kilogramm je Mitglied. Das Unternehmen bietet eine breite Palette von Produkten an, erwirtschaftet 30 % des Umsatzes im Export, vor allem auch nach Bayern. Die großen Handelsketten haben es schwer, beim Absatz ihrer Produkte den Patriotismus und die Vorliebe der Vorarlberger für regionale Qualitätserzeugnisse zu durchbrechen.

### **Offensives Marketing**

Mit kräftiger Unterstützung durch das Land wird mit einem Budget von rund 1 Million Euro ein offensives Marketing für die Vorarlberger Konsumenten realisiert. Rund 160 Mitglieder stehen hinter „Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH“, die in enger Zusammenarbeit mit der Vorarlberg Milch und ausschließlicher Rohstoffverarbeitung aus der Region bessere Preise für Milch- und Fleisch-



Foto: Jenewein

produkte anstrebt. Mit dieser Organisation wurden die Vermarktungsaktivitäten aus Vorarlberg erfolgreich gebündelt. Das Gütesiegel „luag druf“ gilt als akzeptierte Qualitätskontrolle für die Kunden.

### **Regionalisierung**

Kammerpräsident Josef Moosbrugger dazu: „Das beste Rezept gegen die Globalisierung ist die Regionalisierung, mit den internationalen Agrarfabriken können und wollen die Vorarlberger Bauern nicht konkurrieren“. Die Agrarjournalisten konnten sich bei ihrem Lokalausweis von der Professionalität der Agrarpolitik in diesem Lande mit der einzigen EU-Außengrenze Österreichs zur Schweiz überzeugen und auch davon, dass kaum eine Region in Europa mit so hochwertigem Käse aus 31 Senneereien in Verbindung gebracht wird wie Vorarlberg. Mehr als 40 Sorten, darunter der auf 130 Almen erzeugte Bergkäse, werden beworben. ■

*Auf 130 Vorarlberger Alpen wird der bekannte Vorarlberger Alpkäse hergestellt*

*Zum Autor:  
Prof. Dipl.-Ing. Dr. Gerhard Poschacher war bis zu seiner Pensionierung Leiter der Abteilung für Agrarpolitik und Statistik im Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und ist jetzt als Publizist und Politikberater tätig*