



Gemeinsam für das Almenland

Almenland-Zukunftsvertrag ist unterzeichnet

von Dipl.-Ing. Georg Zöhrer



Die Tourismusregion Almenland Teichalm-Sommeralm startet eine Tourismus- und Qualitätsoffensive

Das „Steirische Almenland“ ist das größte zusammenhängende Almweidegebiet Europas. Die hohe Qualität und Natürlichkeit der Produkte, das unverfälschte Landschaftsbild und das Brauchtum machen diese Region zu einem einzigartigen Juwel.

Ab sofort arbeiten die Tourismusregion Almenland Teichalm-Sommeralm, die Weizer Bergland Marktgemeinschaft (ALMO-Landwirte) und die Schirnhofener-Unternehmensgruppe gemeinsam an der Entwicklung und Vermarktung dieses Juwels als Tourismus- und Genussregion.

Leitprodukt bei der professionellen Regionsvermarktung wird natürlich der ALMO (Steirisches Almoachsenfleisch) sein. Das Almenland als kleine aber feine Rindfleischregion mit höchsten Qualitätsansprüchen.

Nach der Gründung des Almenlandes, 1995, ist der Al-

menland-Zukunftsvertrag, der am 30. Jänner 2004 in Fladnitz/Teichalm unterzeichnet wurde, ein weiterer Meilenstein zur Entwicklung und Vermarktung dieser Naturlandschaft. Dazu zählen:

Der ALMO - das Leitprodukt der Region

Die ALMO-Markenvereinbarung, abgeschlossen mit der Unternehmensgruppe Schirnhofener, der Fa. Peter Feiertag und den landwirtschaftlichen Betrieben der Region garantiert eine langfristige und nachhaltige Partnerschaft

und ist außerdem Garant für eine ständige Weiterentwicklung der qualitäts- und marktorientierten Fleischproduktion. Bereits 260 Feinkost-Filialen der Schirnhofener Unternehmensgruppe und auch die Almenland-Wirte bieten Almo-Produkte an und sind ein wesentlicher Bestandteil in der Vermarktung des ALMO.

Tourismus-Qualitäts-offensive

Der neue Tourismusverband Almenland Teichalm-Sommeralm setzt sich aus den zwölf beteiligten Gemeinden des Almenlandes zusammen.

Die Schwerpunkte des umweltorientierten Tourismusmanagements:

- 150 regionstypische Almenland-Zimmer werden in den touristischen Leitbetrieben aufgebaut.
- Eine wirtschaftlich tragbare Besucherlenkung in Form eines Verkehrskonzeptes soll den Charakter der Erholungsregion sichern.
- Nachhaltige Eingriffe in das Landschaftsbild in den Almgewebieten müssen vermieden werden.
- Natur und Umwelt sollen durch die Entwicklung eines nachhaltigen Energiekonzeptes erhalten bleiben
- Die Weiterentwicklung der Almenland-Wirte und eine gemeinsame Werbelinie mit starker Einbindung der Gewerbe- und Handelsbetriebe sind weitere wichtige Aktivitäten.



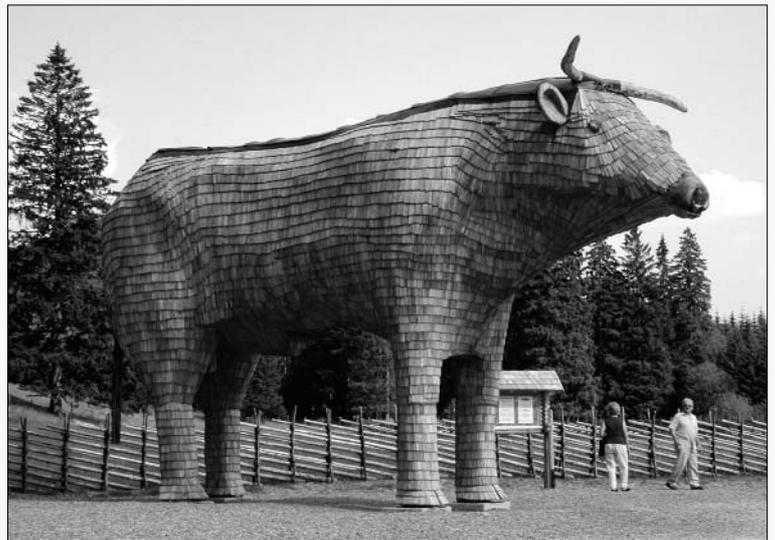
Das Unternehmen der Region - die Almenland Marketing GmbH

Die Almenland-Marketing GmbH, die von der Regionalen Gemeinschaftsinitiative Almenland (zwölf Gemeinden sowie landwirtschaftliche Produktions- und Vermarktungsgemeinschaften), vom Tourismusverband Almenland Teichalm-Sommeralm und von der Schirnhöfer Unternehmensgruppe gegründet wurde, nimmt ab sofort u. a. folgende Punkte in Angriff:

- Die Entwicklung einer professionellen und umsetzungsorientierten Marketinglinie;
- die Durchführung des Regionmarketings und der überregionalen Vermarktung;
- Aufbau und Umsetzung einer Werbekooperation mit der Schirnhöfer-Unternehmensgruppe sowie die professionel-

le Vermarktung des Leitproduktes ALMO und der Leitbetriebe Almenland-Wirte;

- Aufbau von Werbekooperationen mit lokalen, regionalen und überregionalen Medien;
- Aufbau und Umsetzung der Qualitätsoffensive „Almenland-Zimmer“;
- qualitative Weiterentwicklung der Almenland-Wirte;
- Organisation von Regionsveranstaltungen;
- Initiieren und Betreuen weiterer innovativer Projekte in der Region, die zur Wertschöpfungserhöhung führen - etwa Almenland Kräuter, Almenland Bienenprodukte, Sommerrodelbahn Kogelhof, Almenland Reiseservice, Kletterzentrum Breitenau, Wandern



Dem Almochsen als Leitprodukt der Region wurde ein hölzernes Denkmal gesetzt

auf Pilgerwegen im Almenland, Kultur im Almenland, Almenland-Golfplatz;

- Durchführen strategischer Arbeiten in Richtung Interreg III;
- Koordination bei der Entwicklung des regionalen Energiekonzeptes und bei der Besucherlenkung über die Alm. Freuen Sie sich schon jetzt auf nähere und detailliertere Infos anlässlich der Österreichischen Almwirtschaftstagung im Spätsommer 2005 in Fladnitz an der Teichalm. ■

Zum Autor:
Dipl.-Ing. Georg Zöhrer ist Leiter der Abteilung 10 Land- und Forstwirtschaft beim Amt der Steiermärkischen Landesregierung und Steirischer Landesalm-inspektor

Kosten senken bei der Milcherzeugung

- Der Grünlandkalkungsversuch (1988 bis 1995) am Spitalhof, Kempten (Staatliche Versuchsanstalt für Grünlandwirtschaft, Bayern) zeigte bei pH 5,7 des Versuchsbodens keine Verbesserung von Futterertrag, Pflanzenbestand und Futterqualität.
- Durch **kalkungsbedingte pH-Anhebung** kann die Aufnahme von Spurenelementen im Futter (Mangan) gemindert werden. Es ist nicht auszuschließen, dass dadurch **bei Boden-pH-Werten über 5,0** das Trächtigerwerden der Kuh erschwert wird.

Güllebehandlung mit BIO-LIT-Diabasgesteinsmehl statt Wasserzusatz (30 kg BIO-LIT pro m³ Standardgülle, 10 m³ Gülle pro Grünlandaufwuchs) **baut Fäulnis ab, vermindert den Güllegeruch** und das Gülletransportvolumen (Bodenverdichtungen!).

Der **Abbau der Fäulnis** und die **Zufuhr vulkanischer Primärsilikate** in feinsten Vermahlung (32 verschiedene Haupt- und Spurenelemente) über die Gülle **unterstützen den Bodenstrukturaufbau, schließen die Bestandeslücken am Grünland**, vermehren den Kleewuchs, den Grundfuttermilchleistung der Kuh.

Die Tierarzt- und Milcherzeugungskosten sinken. Durch die **Veränderung des Nährbodens** und die richtige Düngerdosierung werden Unkräuter (=Tiefwurzler, Verdichtungszeiger) ohne Bekämpfung weniger, der Mineralstoffgehalt des Futters wird besser, gesundheitsschädliche Futtermilchleistung verschwindet.

www.hwk.at; Email: office@hwk.at



HARTSTEINWERK Kitzbühel Ges.m.b.H.
DI Georg Abermann, Franz Cervinka Weg 3
A-6372 Oberndorf, Tel. (+43) 0 5356 64333-39