

Almwirtschaft und Tourismus im Zillertal (Teil 2)

von Mag. Nicola Fankhauser

Die Diplomarbeit von Mag. Nicola Fankhauser an der Universität Innsbruck unter der Betreuung von Univ.-Prof. Dr. Hugo Penz beschäftigte sich mit der Bedeutung des Tourismus für die Almwirtschaft. Die Arbeit bezog sich auf das Zillertal, eine touristisch äußerst intensiv genutzte Region. Im ersten Teil (Oktober-Folge 2001) wurde im Besonderen die Almwirtschaft im Zillertal vorgestellt, im zweiten Teil wird auf die Beziehung der beiden Wirtschaftszweige in der näher untersuchten Gemeinde Mayrhofen eingegangen.

Anhand der Ergebnisse einer Erhebung, durchgeführt im Sommer 1999, wurde die Beziehung zwischen der Almwirtschaft und dem Tourismus untersucht. Besonderes Augenmerk fiel auf die Fragestellung, inwiefern die Almwirtschaft aus der intensiven touristischen Tätigkeit profitiert.

Ausgangspunkt für die Untersuchung war ein Auszug aus dem Almbuch, das die Namen der Almen in der Gemeinde Mayrhofen enthielt. Mit Hilfe der Liste und einer Übersichtskarte wurden im Sommer 1999 alle bewirtschafteten Almen und einige der aufgelassenen Almen besucht und mittels eines Fragebogens die Situation erhoben.

Für die Gemeinde Mayrhofen als Untersuchungsgebiet sprachen mehrere Faktoren: Mit über einer Million Übernachtungen im Jahr zählt Mayrhofen zu den tourismusintensivsten Gemeinden des Landes. Mit der Anzahl von 58 Almen ist es die Gemeinde des Zillertales, über deren Fläche sich die meisten Almen erstrecken. Die Gemeinde verfügt über den geschäftli-

gen Hauptort hinaus über drei Seitentäler - „Gründe“, die über Mautstraßen und Wandwege dem Sommertouristen bestens erschlossen sind (Gemeindefläche: 17.877 ha). Im Winter lockt ein Skigebiet, auf dessen Pisten im Sommer Almvieh weidet. Almwirtschaft und Tourismus sind in der Gemeinde gleichermaßen vertreten, inwiefern erstere von letzteren auf direktem Weg profitiert, galt es in der Erhebung festzustellen.

Zur Lage der Almwirtschaft in Mayrhofen

Die Erhebung im Sommer 1999 lieferte folgende Struktur der Almwirtschaft in Mayrhofen:

- Im Sommer 1999 wurden 43 Almen bewirtschaftet, mehr als 2/3 der Almen liegen im Talbereich, ein Drittel ist in den Karen und an den Hängen zu finden.
- Dominierende Bewirtschaftungsform ist die Einzelalm mit einem Eigentümer. Nur wenige Almen sind Gemeinschaftsalmen.
- Ebenso mehrheitlich stammen die Eigentümer bezie-



Auf der Filzen-Alm weiden die Rinder auf der Schipiste

ungsweise die Bewirtschafter der Almen aus dem Zillertal.

- Knapp über ein Drittel der Almen ist verpachtet.
- Auf drei Viertel der Almen wird Lehnvieh aufgetrieben.
- Bearbeitet werden die Almen überwiegend von familien-eigenen Personal, selten ist mehr als eine Person auf einer Alm anzutreffen.
- Der Erschließungsgrad liegt unterhalb jenem des Zillertales: Nur drei Viertel der Almen sind mit einer Straße oder Materialseilbahn erschlossen.



In der Floite befinden sich die Almen am engen Talboden

TIROLER BRAUNVIEH

6020 Innsbruck, Brixner Straße 1, Tel. 0 512 / 59 29-255

**Zuchtviehqualität aus
dem Herz der Alpen**



Die jährliche Alpfung ist der Gesundbrunnen unserer Tiere. Hohe Leistungsbereitschaft verbunden mit hervorragenden Fitnesseigenschaften, gesundem Fundament mit starken Klauen, zeichnen die Braunviehrasse besonders aus.

Auf den Absatzveranstaltungen des Tiroler Braunviehzuchtverbandes wird hervorragende Zuchtviehqualität angeboten. Wir laden Sie ein, Ihren Zuchtviehbedarf auf unseren Versteigerungen zu decken.

Tiroler Braunvieh fühlt sich überall heimisch.

Versteigerungstermine 2001

Frühjahr 2001

Imst:

Dienstag, 16.01. weibliche Tiere
Dienstag, 06.02. weibliche Tiere
Dienstag, 06.03. weibliche Tiere
Dienstag, 03.04. Stiere u. weibl. Tiere
Dienstag, 24.04. weibliche Tiere
Dienstag, 08.05. weibliche Tiere
Dienstag, 29.05. weibliche Tiere

Rotholz:

Mittwoch, 07.02. weibliche Tiere
Mittwoch, 18.04. weibliche Tiere

Herbst 2001

Imst:

Dienstag, 04.09. weibliche Tiere
Dienstag, 18.09. weibliche Tiere
Dienstag, 09.10. Stiere u. weibl. Tiere
Dienstag, 30.10. weibliche Tiere
Dienstag, 20.11. weibliche Tiere
Dienstag, 11.12. Stiere u. weibl. Zuchtkälber

Rotholz:

Mittwoch, 29.08. weibliche Tiere
Mittwoch, 17.10. weibliche Tiere
Mittwoch, 05.12. weibliche Tiere

Versteigerungsbeginn: jeweils 10 Uhr

Auftriebsende: 8 Uhr

Beratung, Auskünfte und Kataloge: Tiroler Braunviehzuchtverband, Brixner Straße 1, 6020 Innsbruck, Tel.: 0512159291255, Fax: 05121577467

Dies deckt sich mit der Lage der Almen; ein hoher Prozentsatz - ein Drittel - liegt in den schwer zugänglichen Karen und Hängen. Die Almen mit Melkvieh sind bis auf eine erschlossen. Zu drei Almen führt keine Straße, sondern eine Materialseilbahn.

o Auf 70 % der Almen steht Melkvieh, am häufigsten in Verbindung mit Jungvieh. Nur vereinzelt kommen reine Melkviehalmen, Galtalmen oder Schafalmen vor.

o Im Sommer 1999 wurden nach Auskunft der Almbewirtschafteter 584 Stück Melkvieh, 485 Stück Jungvieh, 1005 Schafe, 41 Pferde, 220 Ziegen und 67 Schweine aufgetrieben. o Die Mehrheit der Almen (22) liefert die Milch unverarbeitet an eine Sennerei, auf sechs Almen wird die Milch selbst verarbeitet. Darunter befinden sich drei Almen, die über eine Straßenanbindung verfügen.

Ein etwas überraschendes Ergebnis brachte die Auswertung der tourismusbezogenen Angaben zu Tage. Die direkte Verbindung zwischen der Almwirtschaft und dem Tourismus findet sich in vielfältigen Beispielen - angefangen von der Direktvermarktung bis hin zu Veranstaltungen auf der Alm - wieder. Zumeist handelt es sich jedoch um Initiativen einzelner Landwirte, und die Angebote bleiben oftmals auf den eigenen Betrieb beschränkt.

Direktvermarktung

Den klassischen Weg der Direktvermarktung - den Ver-

kauf von auf der Alm produzierten Erzeugnissen - gehen drei der 43 bewirtschafteten Almen Mayrhofens. Eine alternative Richtung schlagen zwei weitere Almen ein: Ein Teil der anfallenden Milch wird verarbeitet, die verbleibende Milch und die Milchprodukte gelangen anschließend nicht auf der Alm zum Verkauf, sondern werden im eigenen Tourismusbetrieb im Tal vermarktet. Auf einer Alm werden die am Heimhof erzeugten landwirtschaftlichen Produkte angeboten, die Milch wird zum größten Teil an die Sennerei abgegeben.

Drei Viertel aller Almen, welche die Milch an die Sennerei abliefern, geben einen geringen Anteil an einen benachbarten Tourismusbetrieb oder den eigenen Betrieb im Tal ab. Die Menge der abgegebenen Milch beläuft sich je nach Größe des Gastbetriebes und je nach Wetterlage auf 5 - 20 Liter pro Tag.

Beherbergung

Die Möglichkeiten der Beherbergung auf den Almen werden in Mayrhofen in einem sehr geringen Ausmaß angenommen. Auf keiner Alm besteht die Möglichkeit zu übernachten, Ferienwohnungen zur wöchentlichen Vermietung werden auf ~~zwei~~ Almen angeboten, Ferienwohnungen mit gleichbleibenden Benützern liegen in fünf Fällen vor.

Infrastruktur

Tourismusbetriebe, die sowohl Ausschank als auch Be-

herbergung anbieten, finden sich auf sieben Almen, weitere sechs Betriebe liegen im Nahbereich von Almzentren auf eigenständigen Parzellen. Bis auf einen Fall läuft die Almwirtschaft getrennt von den Tourismusbetrieben ab. In diesem einen Fall wird auf der Alm Käse erzeugt und die Milchprodukte im Gastbetrieb angeboten. Ansonsten besteht in neun Fällen die Verbindung darin, dass täglich wenige Liter Milch von der Alm im Tourismusbetrieb verwendet werden.

Veranstaltungen

Spärlich finden Veranstaltungen auf den Almen oder im Zusammenhang mit dem Almbetrieb statt. Im Sommerprogramm des Tourismusverbandes Mayrhofen wird jede zweite Woche eine Wanderung mit Wanderführer inklusive Verköstigung auf eine Alm angeboten und in den Monaten September und Oktober wird der Almbetrieb mit Rahmenprogramm stark beworben. Ansonsten finden Almen keinen Eingang ins Programm des Tourismusverbandes. Zum Erwerb diverser Wandernadeln muss keine Alm aufgesucht werden, auch die offiziellen Rad- und Mountainbiketouren (beschränkt auf öffentliche Straßen) berühren nur vereinzelt Almen. Auf drei Almen werden auf private Initiative hin Veranstaltungen (geführte



Wanderung, Hüttcnabend) durchgeführt.

Jagdhütte auf der Wandegg-Alm

Jagd

Von größerer Bedeutung für die Almwirtschaft ist die Jagd. Auf 17 der 43 bewirtschafteten Almen wird die Jagd ausgeübt, auf knapp der Hälfte wird die Jagd vom Almeigentümer selbst betrieben, ansonsten sind die Jagden verpachtet. Einige Eigentümer, die Alm, Jagd und Tourismusbetrieb in einer Person vereinen, werben mit der Jagdmöglichkeit.

Nachfrage ist vorhanden

Die klassischen Berührungspunkte zwischen Almwirtschaft und Tourismus finden demnach keinen außerordentlichen Zulauf. Auf vier Almen besteht das Angebot von alm- bzw. landwirtschaftlichen Produkten, zu zwei Almen finden geführte Wanderungen statt und sieben Almen bieten Ferienwohnungen an. Angesichts der hohen Anzahl von Übernachtungen - 730.000 Übernachtungen im Winterhalbjahr 1999/2000 und 570.000 im Sommerhalbjahr 2000, der Größe des Gemeindegebietes und der Anzahl der Almen ist dies ein doch eher sonderbares



Auf der Krötzelberg-Alm, die mit einer Materialeiseilbahn erschlossen ist, wird die Milch zu Käse verarbeitet und auf der Alm zum Verkauf angeboten

Ergebnis. Ist womöglich der Bedarf (Nachfrage) aufgrund einer zu hohen Dichte an Tourismusbetrieben nicht gegeben?

Die Ergebnisse der Untersuchung bringen dazu einen klaren Widerspruch. Auf knapp zwei Drittel der mit Melkvieh bestoßenen Almen werden almbzw. landwirtschaftliche Produkte nachgefragt. Größter Beliebtheit erfreut sich hierbei Milch und Buttermilch, die gleichermaßen nachgefragt werden. Etwa auf der Hälfte der Almen erkundigen sich Wanderer nach Käse. Nach anderen verarbeiteten Milchprodukten oder almwirtschaftlichen Erzeugnissen wird eher des Interesses wegen gefragt, weniger mit der Absicht, das Produkt auch zu kaufen. Das am häufigsten genannte Erzeugnis ist hierbei die Butter. Die Almen mit häufiger Nachfrage liegen naturgemäß an den viel begangenen Wanderwegen, die zumeist die Anstiegswege zu alpinen Hütten sind und an den leicht begehbaren Zufahrtsstraßen zu den Almen, welche die „Gründe“ erschließen.

Gründe für wenige Verflechtungen

Die Nachfrage wäre demnach vorhanden, worin liegen nun die Ursachen, dass nur wenige Almen den direkten Kon-

takt mit den Touristen suchen? Bei den Almbewirtschaftern Mayrhofens war die erste und häufigste Antwort nach den Gründen schlichtweg „kein Interesse“, man sei mit der momentanen Situation zufrieden. Ein intensiveres Nachfragen brachte vorrangig zwei Gründe zutage. Es fehlen die finanziellen Mittel zur Einstellung einer weiteren Arbeitskraft und zur Verbesserung der Infrastruktur. Schon gegenwärtig ist auf den Almen zumeist eine Person beschäftigt, für die Bewirtung von Touristen bleibe keine Zeit, erst recht nicht für die Milchverarbeitung. Es müsste eine zusätzliche Arbeitskraft angestellt werden. Bezüglich der Infrastruktur betrafen vergangene Verbesserungen den almwirtschaftlichen Bereich, für eine Direktvermarktung oder Beherbergung müssten neue Räumlichkeiten geschaffen werden. Für eine zeitgemäße Käseherstellung fehlen auf den meisten Almen die Einrichtungen, die ursprüngliche Art wäre zu zeitaufwendig und in den meisten Fällen nicht mit den rechtlichen Vorschriften vereinbar. Die Einhaltung der Vielzahl von rechtlichen Vorschriften - Schlagwort Hygieneverordnung - betrifft einen dritten Problembereich, der häufig von den Almbewirtschaftern genannt wird. Zwei Gründe werden noch einzeln angeführt: Wenige Almen, vor allem jene in unmittelbarer Nähe von Tourismusbetrieben, möchten keine Konkurrenz zu diesen treten. Schließlich wird zweimal die Unregelmäßigkeit in der

Nachfrage als Hindernisgrund genannt. Eines kam in der Erhebung deutlich zum Ausdruck: Ein Großteil der Almbewirtschaftler zieht die eigentliche almwirtschaftliche Arbeit vor und möchte nach Möglichkeit nicht unbedingt mit Touristen direkt in Kontakt treten.

Mögliche Entwicklungsrichtungen

Unter Berücksichtigung der vorliegenden Strukturen und Rahmenbedingungen liegt im Aufeinandertreffen der beiden Wirtschaftszweige ein großes Potential. Allein der Punkt „Direktvermarktung“ beinhaltet eine Reihe von Ausbaumöglichkeiten. Die Produktpalette an almwirtschaftlichen Erzeugnissen im Bereich Lebensmittel ist noch stark ausbaufähig.

Die „Einzelalm“ als vorherrschende Bewirtschaftungsform in Mayrhofen erschwert dem Einzelnen einen ziel führenden Weg einzuschlagen. Für die Vermarktung würde sich daher die Bildung von Gemeinschaften als Vorteil erweisen.

Im Rahmen einer Vereinigung können die Almbewirtschaftler gemeinsam auftreten, um die einzelnen Aktivitäten zur Direktvermarktung, aber auch zur Beherbergung und Informationsvermittlung zu setzen. Im Zuge der Umsetzung bietet sich in Mayrhofen die Miteinbeziehung zweier lokal spezifischer Faktoren an, nämlich der privaten Sennerei vor Ort und des Hochgebirgs-Naturparkes Zillertaler Alpen. ■

Zur Autorin:
Mag. Nicola Fankhauser studierte Geographie und Geschichte an der Universität Innsbruck