

Endbericht Projekt 6 „Genuss und Artenschutz aus einer Hand“

Integration von Leitarten in das Marketing von Produkten aus dem Naturpark
Pöllauer Tal



Biodiversitätsexperte
Naturpark Pöllauer Tal
DI Stefan Weiss

Pöllau, Jänner 2019

Inhalt

1. Projektziele	2
2. Methodik	2
3. Vorgehensweise der Studierenden	3
4. Ergebnisse.....	3
5. Ausblick.....	5



1. Projektziele

Ziel ist es gemeinsam mit Studierenden der Universität für Bodenkultur und den Büro Suske Consulting in der Projektlehrveranstaltung „Landschaftspflege und Naturschutz“ eine Pilotstudie zum Thema Produktmarketing und Artenschutz zu entwerfen. In der Studie wird ein Konzept erarbeitet wie Leitarten in das Marketing von Betrieben im Naturpark integriert und Artenschutzmaßnahmen am Betrieb umgesetzt werden können. Es erfolgt die Anwendung des Leitsatzes „Schützen durch Nützen“.

- Es sollte sich um Pflanzen- und Tierarten handeln, die...
- ...in der Region natürlich vorkommen.
- ...selten und besonders schützenswert sind.
- ...einen guten Wiedererkennungswert aufweisen.
- ...durch bestimmte Maßnahmen gefördert werden können.

2. Methodik

❖ Auswahl geeigneter Betriebe

Im Vorfeld wurden drei geeignete landwirtschaftlicher Betriebe sowie Vermarktungsbetriebe (Naturparkspezialitätenbetriebe) vom Biodiversitätsexperten ausgewählt. Da sich im Zuge der Auftaktveranstaltung wesentlich mehr Studierende meldeten wurden diese um zwei weitere ergänzt. Ausgewählte Betriebe:

Familie Laschet, Familie Pörtl, Familie Schlagbauer, Familie Thanei, Familie Schweighofer

❖ Auftaktlehrveranstaltung an der BOKU

Am 13.03.2018 fand an der Universität für Bodenkultur der Auftakt zur Projektlehrveranstaltung Naturschutz und Landschaftspflege mit dem Thema „Genuss und Artenschutz aus einer Hand“ statt. Nach einer Einleitung von Wolfgang Sukse (Büro Suske Consulting) wurde vom Biodiversitätsexperten des Pöllauer Tals eine kurze Einführung zu den Aufgaben des Naturparks gegeben und die einzelnen Betriebe vorgestellt. Danach wurden mit den verschiedenen Gruppen die Aufgaben diskutiert und Literaturempfehlungen gegeben.

In Folge wurden Gruppen gebildet und folgende Themen verteilt:

- Struktur + Spinnen: Familie Thanei
- Struktur + Insekten: Familie Laschet
- Struktur + Vögel: Familie Pörtl
- Vegetation – Mähen vs. Häckseln: Familie Schlagbauer
- Struktur + Reptilien/Amphibien: Familie Schweighofer

❖ Koordinierung Betriebe und Studierende

Die Koordinierung der Betriebe und Studierenden wurde von dem Biodiversitätsexperten übernommen.

❖ Felderhebungstage der Studierenden

Am 14. Mai 2018 fanden die Erhebungen und am 15.05. die Zwischenpräsentationen im Rahmen der Lehrveranstaltung „Naturschutz und Landschaftspflege“ der Universität für Bodenkultur im Naturpark Pöllauer Tal statt.

❖ Präsentation der Ergebnisse

Am 29. Juni 2018 fand in der Freiluftklasse im Schlosspark Pöllau die Endpräsentation der Ergebnisse aus den Gruppenarbeiten statt. Neben zahlreichen Studierenden und dem Betreuungsteam vom Büro Sukse Consulting waren auch Vertreter der bearbeiteten Betriebe anwesend. Die einzelnen

MIT UNTERSTÜTZUNG VON LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums
Hier investieren Europa in
die ländlichen Gebiete



Gruppen präsentierten jeweils 15 Minuten die Ergebnisse der bisherigen Arbeiten und Erhebungen. Im Anschluss blieb genügend Zeit für Diskussionen. Die Endberichte der Studierenden mit den gesammelten Vorschlägen liegen vor.

3. Vorgehensweise der Studierenden

- ❖ Kartierung und Auswahl geeigneter Flächen + Arten (Studierende, Unterstützung)
- ❖ Vorschläge für die Integration der Leitarten ins Marketing der Betriebe (Gestaltung Etiketten, Webauftritt, Folder, Plakate, weiterführende Informationen)
- ❖ Empfehlungen für die begleitende Maßnahmen zur Förderung der Arten (Biotoppflege + Artenschutzmaßnahmen)
- ❖ Vorschläge für ein nachfolgendes Monitoring der Arten



Abbildung 2 + 3: Feldarbeit - Kartierung der Vegetation auf den ausgewählten Flächen

4. Ergebnisse

Die Ergebnisse der Studierenden wurden in der Freiluftklasse den Betrieben und Betreuern präsentiert. Weiters erfolgte eine Ausarbeitung einer Broschüre durch den Biodiversitätsexperten. Diese soll interessierten Betrieben zu Verfügung gestellt werden. Darin soll die Verbindung von Marketing in der Landwirtschaft und Naturschutz gefördert werden.



Abbildung 4 + 5: Präsentation der Ergebnisse in der Freiluftklasse

Ergebnisse der Studierenden:

Gruppe 1 (Vögel + Strukturen) – Betrieb Pörtl:

Slogan: „Alte Bäume – Neue Freunde“; Label: Grünspecht für das Produkt Hirschbirnencyder

Idee: Veredelung eines Produkts zur Förderung der Wertschöpfung

Maßnahmen: Erhaltung alter Obstbäume + extensive Bewirtschaftung der Wiesen



Gruppe 2 (Insekten) – Betrieb Laschet:

Label: Hornisse in einer Baumhöhle; Unterstreichen der bisherigen Tätigkeiten am Betrieb.

Maßnahmen: Strukturverbesserung im Bereich der Bäume (Erhaltung abgestorbener Bäume – zumindest der Baumstämme und Totholz)



Gruppe 3 (Vegetation) – Betrieb Schlagbauer:

Label: Leichte Änderungen für das bestehende Etikett mit zwei charakteristischen Zeigerarten (Wolliges Honiggras und Brauner Storchschnabel).

Maßnahmen: Belassen von nicht bewirtschafteten Flächen am Grundstücksrand oder inselförmig auf der Fläche verteilt bis in den Herbst hinein.



Gruppe 4 (Amphibien und Reptilien) – Familie Schwaighofer:

Slogan: „Miteinander für den Feuersalamander“; Label: Alte Apfelsorte mit einem Feuersalamander

Idee: Informationstafel mit niederschwelliger Wissensvermittlung + Hinweis auf das Label

Managementvorschlag: Anlage von Steinhäufen am Rande der Streuobstwiese



Gruppe 5 (Spinnen) – Familie Thanei:

Slogan: „Der Waldsaum spinnt“; Label: Spinne am Waldsaum mit Blick in die Kulturlandschaft (Sticker zum Aufbringen auf ein Produkt ihrer Wahl).

Managementvorschlag: Abschnittsweise Bewirtschaftung des Waldsaum -> wellenförmiger Rückschnitt, um möglichst lange Randbereiche zu schaffen.



5. Ausblick

Der Kunde hinterfragt vermehrt die Herkunft und die Produktionsbedingungen der Lebensmittel. Eine umfassende Information zu den Hintergründen im Betrieb wird immer wichtiger. Die Darstellung des Mehrwerts des Produkts hinsichtlich der Biodiversitätsförderung kann die Kaufentscheidung positiv beeinflussen. Das Projekt kann als Grundlage für die zukünftige Zusammenarbeit mit den Naturparkspezialitätenbetrieben beziehungsweise landwirtschaftliche Betriebe mit Direktvermarktung dienen. Es ist wichtig den Fokus der Naturparkarbeit auf die landwirtschaftlichen Betriebe zu legen, da diese die aktiven Erhalter der Kulturlandschaft sind. Ein ähnliches Projekt aller steirischen Naturparke zur Unterstützung der Naturparkspezialitätenbetriebe sowie der Direktvermarktung wäre als wichtiger Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Biodiversitätsförderung zu werten.