

Markus Schermer

„Bioregionen“ in Österreich – der Versuch einer Typologie

Ausgangslage

Der Begriff „Bioregion“ ist in Österreich nicht klar definiert. Darin sehen manche Akteure des Biolandbaues ein zentrales Problem.

Daher hatte im Sommer 2001 die ARGE Biolandbau gemeinsam mit der Umweltberatung Österreich und dem Institut für ökologischen Landbau an der Universität für Bodenkultur begonnen in einer Expertenrunde auf der Burg Reinsberg in Niederösterreich einer Definition näher zu kommen (Kratochvil et al 2001b). Auch auf der 7. Wissenschaftstagung zum biologischen Landbau die vom 24.-26.2. in Wien abgehalten wurde, beschäftigte sich ein Workshop mit diesem Thema (Schermer und Kratochvil 2003).

Der vorliegende Beitrag versucht den derzeitigen Stand der Diskussion zusammenzuführen und eine erste vorläufige Typologie abzuleiten.

Aufbauend auf den Definitionsversuchen in Reinsberg folgt ein erster Strukturierungsversuch. Dazu wird als Anhaltspunkt die Klassifizierung von Ausprägungen der „Neo-endogenen Regionalentwicklung“, wie sie Ray (2001) dargestellt hat, herangezogen.

Diese theoretischen Konzeptionen werden empirisch gefundene Ausprägungen der Bioregionen gegenübergestellt. Aus verschiedenen Quellen wurden in 20 Regionen mit über 30 Initiativgruppen Bemühungen gefunden, die als „Bioregionen“ bezeichnet werden können oder sich selbst so nennen. Aus diesem Vergleich wird schließlich eine vorläufige Typologie der Bioregionen abgeleitet.

Damit ergibt sich für Personen und Gruppen, die eine Bioregion anstreben, die Möglichkeit einer besseren Selbsteinschätzung und Richtungsbestimmung. Abschließend wird zudem der Bedarf für notwendige Eingriffe zur Steuerung der Entwicklung diskutiert.

Der Hintergrund der Bioregionsidee in Österreich

Die Idee der „Bioregion“ taucht in den letzten Jahren vermehrt als Konzept sowohl der Regionalentwicklung wie auch der Bioentwicklung auf. Sie wird vielfach als eine wichtige Chance für den biologischen Landbau aber auch für die Regionalentwicklung im Berggebiet angesehen

Groier (1998) verweist darauf, dass die Vitalität des Berggebietes über Förderung alleine nicht aufrecht erhalten werden kann. Daher seien vermehrte Anstrengungen im Bereich Marketing notwendig. Ein Konnex zur Region wird als Möglichkeit gesehen, dem, in Zukunft auch im Biobereich zu erwartenden, Konkurrenzkampf zwischen Produkten aus dem Berggebiet und Gunstlagen zu entgehen.

Auch Landwirtschaftskommissionär Franz Fischler hat sich auf einer Tagung zur Berggebietsentwicklung im Tiroler Alpbach für die Einrichtung von Bioregionen ausgesprochen:

Südtiroler Landwirt 30.2.2001:

Franz Fischler: Gas geben statt wenden

Bioregionen schaffen: Einen ungewohnt klaren Anstoß gab Fischler auch in Richtung Biolandbau. Dieser spiele in den drei Ländern Tirol, Südtirol und Trentino ungefähr eine gleich große Rolle. Da Biolandbau in letzter Zeit stark gefragt sei, wolle Fischler Anregungen für eine Weiterentwicklung geben. Biobetriebe gebe es bereits viele. Aber es gebe kein geschlossenes biologisches Anbaugebiet: „Warum nicht in bestimmten Zonen, in denen ohnehin schon sehr naturnah produziert wird, voll auf Biolandwirtschaft umsteigen?“ Dabei bliebe das ganze nicht nur ein rein landwirtschaftliches Konzept: man könne von einer Bio-Region oder einem Bio-Tal sprechen und dann komme ein deutlicher Mehrwert für die gesamte Region heraus, der sich vor allem über den Tourismus erzielen lasse.

Auch international zeigt sich ein Trend zur Verknüpfung von Bioprodukten mit regionalen Charakteristiken. Besonders in europäischen Ländern mit entwickeltem Biomarkt erhalten sowohl direktere Verkaufwege wie auch die Regionalität einen neuen Stellenwert. Zu diesen Ländern zählen neben Österreich auch Dänemark, Frankreich, Deutschland, die Schweiz und Großbritannien. Dies ist eines der Ergebnisse einer europaweiten Expertenumfrage im Rahmen des von der EU geförderten Forschungsprojektes „Organic Marketing Initiatives and Rural Development (OMIaRD)“ (Foster et al 2001).

Der Trend zur Zusammenführung von „Bio“ und „Region“ kommt also von verschiedenen Seiten:

- **Biobauern** versuchen damit die Austauschbarkeit ihrer Produkte zu verringern und mehr Marktmacht zu erlangen bzw. zu erhalten.
- **Vertreter der Landwirtschaft** fordern, dass Landschaftspflege nicht von der Produktion abgekoppelt wird. („Nur eine Landwirtschaft, die ihre Produkte vermarkten kann, wird überleben“).

- Der **Lebensmittelhandel** versucht damit das Vertrauen in seine Produkte zu erhöhen und eine langfristigen Kundenbindung zu erzielen.
- **Konsumentenschützer** sehen in regionalen ökologischen Herkünften eine Erhöhung der Lebensmittelsicherheit.
- **Umweltorganisationen** wollen neben der Förderung einer umweltgerechten Produktion durch regionale Kreisläufe Transportvolumina und damit Verkehrsbelastung verringern.
- **Programme zur Regionalentwicklung** sehen darin Möglichkeiten für eine erhöhte Wertschöpfung für die Region und eine Stärkung der regionalen Identität.
- **Regionsmanager** wollen ihre Region im „Wettbewerb der Regionen“ besser profilieren und vor allem für den Tourismus neue Programme erschließen.

Das theoretische Konzept

Die Expertendiskussion von Reinsberg

Am 27. Juni 2001 lud die ARGE Biolandbau gemeinsam mit der Umweltberatung Österreich und dem Institut für ökologischen Landbau an der Universität für Bodenkultur zu einem ersten Expertentreffen auf die Burgarena Reinsperg/NÖ ein, um den Begriff zu klären und einer Definition näher zu kommen. Dabei wurde in Arbeitskreisen von verschiedenen Vertretern der Bioverbände, Beratern, NGOs aus dem Umweltbereich und Wissenschaftlern versucht, den Begriff zu konkretisieren. Das Protokoll (Kratochvil et al 2001) dieses Treffens gibt daher erste Anhaltspunkte darüber, was der Begriff beinhalten sollte.

Die Ergebnisse der einzelnen Arbeitsgruppen wurden in einem moderierten Prozess zusammengefasst und im Protokoll zugeordnet zu Themen dargestellt (Kratochvil et al 2001(a)). Daraus lassen sich folgende Charakteristika für Bioregionen ableiten:

1. Bioregionen operationalisieren vorhandene Leitbilder der nachhaltigen Entwicklung für eine Region. Sie schaffen über einen von der Basis getragenen Zielbildungsprozess Identität nach innen und nach außen.
2. Bioregionen streben eine Leitfunktion des biologischen Landbaues für die Region an, die schlussendlich in einer Vollumstellung der Landwirtschaft mündet.
3. Bioregionen streben vertikale Vernetzungen unter den Biobauern, Verarbeitern und Vermarktern an.

4. Biobauern streben sektorübergreifende horizontale Vernetzungen zwischen den Wirtschaftsbereichen an.

Vor allem der Ansatz des „bottom up“ und das Betonen eines territorialen gegenüber dem traditionellen sektoralen Ansatzes entspricht dem Verständnis der „eigenständigen Regionalentwicklung“, wie sie in den vergangenen Jahrzehnten in Österreich verfolgt wurden, ebenso wie den Prinzipien des Leader-Programms der EU.

Das Modell der Neoendogenen Entwicklung

Der britische Soziologe Christopher Ray (2001) hat aus den Erfahrungen des Leader-Programms das Modell der „Neo-endogenen Entwicklung“ abgeleitet, das hier als Strukturierungshilfe für die empirisch erfassten Bioregionen dienen soll. Er geht dabei davon aus, dass rein endogene Entwicklungen eher die Ausnahme sind und Entwicklung meist aus dem Zusammenspiel zwischen äußerer Stimulans und endogener Reaktion entstehen, daher „Neo-endogene“ Entwicklung. Die grundlegende Annahme besteht darin, dass es derzeit benachteiligten Regionen möglich ist Aktivitäten zu setzen, um ihre Situation zu verbessern. Weder geschichtliche Umstände noch gegenwärtige Tendenzen wie die Globalisierung können dies verhindern. Im Gegenteil, solche zunächst negativ erscheinenden Rahmenbedingungen können sogar in einen Entwicklungsvorteil umgekehrt werden.

Die „Theorie der Neo-Endogenen Entwicklung“ ist ein **territoriales Konzept**, sie geht von einem Entwicklungsraum und nicht von einem Entwicklungssektor aus. Die wesentliche Zielsetzung besteht darin, die Kontrolle über die wirtschaftliche Entwicklung wiederzuerlangen und über die kulturelle Identität das Selbstwertgefühl zu erhöhen. Die Verwendung von regionalen Kulturattributen dient als Ausgangspunkt und Motor einer eigenständigen regionalen Entwicklung. Typische Ausprägungen eines Gebietes wie landwirtschaftliche und handwerkliche Produkte, Sprache, Kunstformen, historische Monumente, Landschaften, Pflanzen und Tiere werden als Schlüsselemente zur Erreichung von Entwicklungszielen verwendet. Dies führt uns zum zweiten Eckpfeiler der Theorie, dem Begriff der „**Culture Economy**“. Kultur wird dabei als Synonym für territoriale Identität verstanden, da der Mensch über kulturelle Ausprägungen seine Umgebung formt.

Ray (1998, 2001) unterscheidet vier verschiedene Ausprägungen der „Culture Economy“

1. Einbau der regionalen Identität in lokale Produkte und Dienstleistungen um einen Vermarktungsvorteil zu erzielen.
2. Erarbeitung eines strategischen Images durch kulturelle Identität um die Region selbst besser zu vermarkten.

3. Kultivierung der lokalen Identität und Solidarität innerhalb der Region um das endogene Entwicklungspotential zu stärken.
4. Die bewusste Wahl eines Entwicklungspfades der sich auf die regionalen kulturellen Wurzeln stützt. Damit wird die lokale Kultur, über die Funktion den (regionalen) Handel in einer globalen Wirtschaft zu unterstützen hinaus, als Quelle lokalen Wissens und Ethik wiederentdeckt. Diese Ausprägung kann innerhalb aller drei obengenannten Strategien wirksam werden.

Die erste Ausprägung geht von einer vorhandenen regionalen Identität aus, die genützt wird um eine stärkere Kontrolle über die wirtschaftliche und / oder soziokulturelle Entwicklung des Gebietes zu erlangen. Als Beispiele dafür nennt Ray den „sanften Tourismus“ in dem Kultur und Geschichte vermarktet werden.

Die zweite und die dritte Ausprägung gehen davon aus, dass aus vorhandenen Kulturäußerungen eine territoriale Identität konstruiert wird, die entweder (in der zweiten Ausprägung) zur Vermarktung des Gebietes genützt wird oder (in der dritten Ausprägung) zur Stärkung der regionalen Identität bei den Bewohnern verwendet wird. Damit soll eine Stärkung des Innovationspotentials einhergehen.

Durch die Verfolgung einer oder mehrerer dieser drei Ausprägungen der Culture Economy erarbeitet sich das Gebiet schließlich die Möglichkeit eine angepasste Strategie zur Umsetzung der Aktivitäten selbst zu wählen. Ray nennt drei verschiedenen Möglichkeiten die Ressourcen strategisch einzusetzen: entweder um im politischen oder wirtschaftlichen Wettbewerb besser bestehen zu können, oder um die Rahmenbedingungen besser zu nützen indem unterschiedliche Strategien nach außen und nach innen angewandt werden. Eine dritte Möglichkeit liegt darin gegen globale Trends Widerstand zu leisten und sich abzukoppeln und abzuschotten.

Diese allgemeinen Ausführungen zur Entwicklung einer Region lassen sich sehr gut auf die spezifische Ausrichtung der Bioregion umlegen. Auch hier geht es um die Nutzung von vorhandenen Potentialen die sich im biologischen Landbau als Weiterentwicklung traditioneller Agrikultur äußern. Daher soll im Folgenden versucht werden die Ergebnisse der Diskussion in Reinsberg mit dem Konzept der Culture Economy zusammenzuführen.

Anwendung des Modells auf Bioregionen

Wenn die aus der Diskussion in Reinberg zusammengefassten Kriterien für Bioregionen mit den Ausprägungen der Culture Economy nach Ray verbunden werden ergeben sich folgende Zielsetzungen für Bioregionen:

1. **Bioregion als Herkunftsregion** für bestimmte typische Produkte. Zielsetzung ist es über eine Verbindung von Region und Produkt eine stärkere wirtschaftliche Stellung zu erhalten und Entwicklung (des biologischen Landbaues) in der Region stärker beeinflussen zu können.
2. **Bioregion als regionales Leitbild.** Zielsetzung ist es die biologische Landwirtschaft als Vermarktungsargument für die Region zu verwenden, sich mit anderen Wirtschaftssektoren zu vernetzen und die Wettbewerbsfähigkeit der Region zu erhöhen.
3. **Bioregion als sektorales Leitbild.** Zielsetzung ist eine Vollumstellung einer Region auf Biolandwirtschaft als Ausgangspunkt für die weitere nachhaltige Entwicklung der Region.
4. Adoption einer bestimmten **Entwicklungsstrategie** mit dem Instrumentarium der ersten drei Erscheinungsformen. Diese Strategien können sich sektorspezifisch oder auch territorial (regional) ausprägen.
 - ❖ Partizipation an der globalen Wirtschaftsentwicklung, Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit,
 - ❖ Vermarktung nach außen geschieht wettbewerbskonform, nach innen erfolgt eine Orientierung auf Nachhaltigkeit
 - ❖ Abkoppelung und Förderung interner Kreisläufe

Damit werden allerdings die ursprünglichen Vorstellungen verändert und erweitert. Bei der Diskussionsrunde wurde angenommen, dass es eine einheitliche Definition der Bioregion geben muss. Ausgehend von der Theorie der Neo-endogenen Entwicklung muss angenommen werden dass unterschiedliche Zugänge und Zielsetzungen möglich sind. Daher kann angenommen dass es unterschiedliche Ausprägungen von Bioregionen gibt. Diese Annahme wird im folgenden Abschnitt mit einer Analyse der derzeit bestehenden Ansätze überprüft.

Der empirische Befund: Bioregionsbemühungen in Österreich

Aus verschiedenen Quellen (Reader zur Vorlesung Ökologischer Landbau & Regionale Entwicklung, IFÖL, BOKU, SS 2001; Payr Harald, Auswertung von Leader Initiativen, pers Mitteilung, 2001; div. Presseberichte) wurde eine Übersicht potentieller Bioregionen zusammengestellt. Verwendet wurden:

Die daraus abgeleitete Liste ist mit ziemlicher Sicherheit nicht vollständig, jedoch gibt sie daraus einen brauchbaren Überblick.

Bemühungen in Richtung der Etablierung von Bioregionen oder zumindest nachhaltige Regionalentwicklung in enger Verbindung mit umweltgerechter Landwirtschaft werden in

allen Bundesländern gefunden. In insgesamt 23 Regionen treten über 30 Initiativgruppen in Erscheinung.

Die Regionsgröße ist unterschiedlich. Sie reicht von einzelnen Gemeinden zu größeren Einheiten über administrative Grenzen hinweg bis hin zu gesamten Bundesländern. Hauptsächlich werden naturräumliche und funktionale Kriterien zur Regionsabgrenzung verwendet.

Nicht alle Regionen sehen den biologischen Landbau im Vordergrund, viele sprechen von „naturgemäß“ oder „naturnah“ etc. Allen gemeinsam ist zumindest der Versuch den Begriff Nachhaltigkeit mit konkreteren Inhalten zu füllen.

In mindestens neun Regionen wurde explizit eine Verweis auf den Begriff „Bioregion“ oder „Ökoregion“ gefunden: *Biostadt Wien* (Kronenzeitung 13.4.2002), *Bioregion Murau* (Standart 28.3.2002), *Bioregion Hohe Tauern* (Salzburger Bauer 15.5. 1997, div. Werbekampagnen von Ja!Naürlich), *Bioregion Waldviertel* (Produkte von Spar Naturpur), *Ökoregion Mühlviertel* (Vereinsname), *Bioregion Ramsau* (Homepage: www.bioregion-ramsau.at), *Bioregion Seeham* (Ernte 2/02) bzw *Bio-Heuregion Trumer Seen* (Salzburger Fenster 17/2002). Eine Besonderheit stellt die länderübergreifende Region *Bio-Makroregion Alpe Adria* dar.

Mindestens zehn Gruppen verbinden regionale Charakteristika mit der Vermarktung von Bioprodukten. Diese Gruppen verteilen sich auf acht Regionen, die nach unserer Klassifizierung „**Bioregionen als Herkunftsregionen**“ sind. Die Ausrichtung auf Vermarktung in der Region oder außerhalb variiert, teilweise werden beide Richtungen kombiniert. Es kann angenommen werden, dass sich die Zielsetzung jener Gruppen, die Supermärkte beliefern, hauptsächlich darauf richtet, die Austauschbarkeit mit anderen Herstellern zu verringern, während jene die kürzere Vertriebsketten benützen, eher ihren Einfluss bis zum Konsumenten erhalten wollen. Damit ergeben sich erste Hinweise auf die gewählte Entwicklungsstrategie.

Die „**Bioregion als regionales Leitbild**“ herrscht in 14 Regionen vor, obwohl sich nicht alle davon als Bioregionen bezeichnen, Gerade in dieser Gruppe finden wir einige Beispiele bei denen regionale Aspekte wesentlich stärker im Vordergrund stehen als die biologische Landwirtschaft. Häufig wird als Kompromiss, um extensiv wirtschaftende konventionelle Bauern einbeziehen zu können, eine „naturnahe“ oder „umweltgerechte“ Landwirtschaft als Leitbild genannt. In sechs dieser Regionen wird auf ein allgemeines Leitbild der Nachhaltigkeit gesetzt während jeweils vier Regionen einen Schwerpunkt im Tourismus bzw. im Naturschutz auf. Diese beiden Bereiche Naturschutz und Tourismus sind jedoch praktisch überall miteinander gekoppelt.

Die „**Bioregion als sektorales Leitbild**“ findet sich in zumindest fünf Regionen. Eine wesentliche Voraussetzung dafür ist eine bereits bestehende hohe Dichte von Biobauern.

Eine Einteilung der verschiedenen verfolgten Strategien (nach dem Schema der Culture Economy) lässt sich aus den oft nur kurzen Beschreibungen nicht immer treffen. Eine Reihe von Initiativen versucht durch Angebotsbündlung den Marktzugang und die Marktposition in etablierten, indirekten Vermarktungskanälen zu verbessern. Eine Reihe weiterer Initiativen versucht, sowohl außerhalb wie innerhalb der Region wirksam zu werden und ein Bündel von Strategien zu verknüpfen. Eine starke Strategie der Abkoppelung und regionaler Subsistenz ist hingegen kaum festzustellen, wohl aber versuchen manche Initiativen zur Produktvermarktung in den Supermarktketten über regionale und direkte Verkaufswege ein Gegengewicht zu bilden.

Die Ableitung einer vorläufigen Typologie

Bioregionen entstehen aus unterschiedlichen Ansätzen heraus. Überschneidungen zwischen den Ausprägungen sind häufig, es kann jedoch meistens zumindest ein Schwerpunkt identifiziert werden. Teilweise wird das Konzept „Bioregion“ innerhalb einer Region von mehreren Gruppen in unterschiedlicher Ausprägung verwendet. In sechs Regionen wurden zwei bis drei Ausprägungen nebeneinander gefunden. Es ist also nicht zwingend notwendig, dass alle Ausprägungen gleichzeitig verfolgt werden. Es ist durchaus möglich, dass eine bestimmte Gruppe in einer Region nur die Zielsetzung einer Herkunftsregion anstrebt (wie z.B. die Ökoregion Mühlviertel) oder nur eine regionale Vernetzung mit dem Tourismus (wie z.B. die Bioregion Ramsau) ohne gleich eine sektorale Leitfunktion anzustreben. Ray (2001) spricht bei den Ausprägungen der Culture Economy von einem „Kontinuum von Möglichkeiten“, ein solches ist auch bei den Bioregionen zu beobachten.

Die Wahl der Zielrichtung wie auch der Strategie hängt von der regionalen Problemlage und den Akteuren ab. Das heißt aber auch, dass davon ausgegangen werden muss, dass das Konzept „Bioregion“ zumindest in seinen Ausgangspunkten nicht einheitlich ist, sondern dass zumindest drei unterschiedliche Zielrichtungen mit zumindest drei verschiedenen strategischen Ausrichtungen kombiniert werden können. Damit muss man sich aber auch von der Vorstellung einer einheitlichen Definition des Begriffes, wie es der Diskussion in Reinsberg zugrunde lag, verabschieden.

Insgesamt werden so neun unterschiedliche mögliche Ausgangslagen identifiziert. Bei der Anordnung in einem Raster (Tabelle 2) werden die Zielrichtungen (vertikal) und die strategischen Zugänge (horizontal) als gleichberechtigt angenommen.

Tabelle 2: mögliche Zugänge zur Bioregion:

| | | lokales Produktimage nützen  | die Region entwickeln  | die Landwirtschaft weiterentwickeln  |
|--|-------------------------------------|--|---|---|
| | | <i>Produkt- orientierung</i> | <i>Regions- orientierung</i> | <i>Sektororientierung</i> |
| ökonomischer Zugang  | <i>Wettbewerb / Anpassung</i> | Herkunftsregion | Regionsmarketing | regionaler Biocluster |
| regionalpolitischer Zugang  | <i>aktive Veränderung</i> | Hochpreis- Nische | nachhaltige Regions- entwicklung | Ressourcenpflege |
| ideologischer Zugang  | <i>Widerstand/ Verweigerung</i> | Regional- vermarktung | regionale Autarkie | Permakulturrhöfe |

(Quelle: eigene Darstellung)

Zunächst sind also die drei unterschiedlichen Zielvorstellungen zu unterscheiden.

1. **Produktorientierter Ansatz:** die Bildung vorwiegend vertikaler Netzwerke der Vermarktung (nach innen oder außen gerichtet) steht im Vordergrund um Austauschbarkeit von Bioprodukten im Supermarkt zu vermeiden oder mehr Einfluss auf die Vermarktungskette auszuüben. Dabei gibt es Initiativen die in der Region selbst vermarkten wollen. (Bsp: Mühlviertler Urkraft,) und andere, die in mehrstufigen Vermarktungsketten ihre Produkte überregional zu vermarkten (Ökoregion Mühlviertel, Bioalpin Tirol) versuchen.
2. **Regionsorientierter Ansatz:** Bildung vorwiegend horizontaler Netzwerke in einer Region mit dem Leitmotiv Öko für die regionale Wirtschaft (Tourismus, Gewerbe, Transportwesen etc.). Die Vermarktung der Region steht im Vordergrund. Zum Teil soll über die Etablierung regionaltypischer Produkte das Image der Region gestärkt werden und dies auch (oder vor allem) dem Tourismus zugute kommen (Bsp: Waldviertel, Moorbad Harbach oder Ramsau am Dachstein) Der Anstoß kommt häufig vom Fremdenverkehr (Bsp. Ramsau) teilweise aber auch vom Naturschutz (Naturpark Raab, Biosphärenpark Walsertal) Eine zweite Linie hat weniger die Vermarktung der Region zum Ziel sondern die nachhaltige Ausrichtung der Region als solche. Teilweise ist auch die Schließung von Stoffkreisläufen und regionalen Energiekreisläufen ein Thema. Bei

der Bioregion Murau zum Beispiel ist die Initiative aus dem Prozess der lokalen Agenda 21 hervorgegangen.

3. **Sektororientierter Ansatz:** Bio als Leitmotiv der regionalen Landwirtschaftsentwicklung. Dieser Ansatz kann zum Beispiel über eine Stärkung der Biovermarktung durch regulative Eingriffe (wie in Wien) oder über die Etablierung GVO-freier Zonen entstehen. Primär steht die Auswirkung auf den Produktionssektor Landwirtschaft im Vordergrund. Die Netzwerkbildung geschieht vorerst innerhalb der Landwirtschaft. Der Ansatz wird zum Teil auch in Verbindung mit einem der zwei anderen Ansätze (Bsp LAG Hohe Tauern) wirksam.

Neben diesen drei Ausgangspunkten kommen noch drei unterschiedliche strategische Zugänge zum Tragen.

- **Strategie 1: Wettbewerb/Anpassung** an eine von außen vorgegebenen Entwicklung, Mitschwimmen und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit (Bsp. Ökoregion Mühlviertel). Weniger ein aktiver Eingriff in die Struktur, sondern das Bemühen Chancen die sich bieten aufzugreifen und für eine Verbesserung der Position zu nützen. Diese Strategie operiert vorwiegend auf der ökonomischen Ebene. Neben Herkunftsregionen für Bioprodukten in der überregionalen mehrstufigen Vermarktung fallen auch Bemühungen die Region im globalen Wettbewerb besser zu positionieren (vor allem auch über Tourismus) bzw. Bemühungen die Struktur entlang der Wertschöpfungskette zu optimieren um effizienter auftreten zu können.
- **Strategie 2: Veränderung.** Es wird der Versuch unternommen regionale strukturelle Schwächen zu Stärken zu machen. Daraus leiten sich differenzierte Strategien ab. Zum Beispiel wird die Vermarktung in der Region (möglichst direkt bzw. in Kooperation mit lokalen Partnern) mit mehrstufiger Vermarktung außerhalb der Region verbunden. Diese Strategie äußert sich in einer Reihe von Variationen und Erscheinungsweisen. Allen gemeinsam ist, dass versucht wird die Entwicklungsstrukturen aktiv zu beeinflussen. Damit weist diese Strategie eine starke politische Dimension auf. Über das Leitbild der nachhaltigen regionalen Entwicklung wird versucht, eine Gegenmodell zur um sich greifenden Globalisierung aller Lebensbereiche zu entwickeln.
- **Strategie 3: Widerstand/Verweigerung.** Diese Strategie stellt den Versuch sich von der allgemeinen Entwicklung abzukoppeln und die regionale Selbstversorgung stark zu betonen. Eigenständigkeit und Unabhängigkeit sind die Leitmotive. Damit agiert diese Strategie vornehmlich auf einer ideologischen Ebene. Die Produktvermarktung konzentriert sich auf die Region. Auf regionaler Ebene wird größtmögliche Autarkie

angestrebt die auch auf der betrieblichen Ebene. Diese Strategie entspricht zum Teil den Zielen des Bioregionalismus im englischen Sprachraum. Bei den in Österreich gefundenen Beispielen ist sie allerdings kaum in einer ausgeprägten Form zu finden. Das mag auch daran liegen, dass die Idee der Bioregionen in Österreich zu einer Zeit entwickelt wurde, als sich die eigenständige Regionalentwicklung wie auch der Biologische Landbau zum Mainstream entwickelt hatten (Dax 2001). Damit war das Potenzial für eine radikale oppositionelle Gegenbewegung nicht mehr gegeben.

Ausblick

Der Begriff „Bioregion“ wird in Österreich sehr unterschiedlich verwendet. Nicht einmal bei jenen Regionen, die sich explizit als Bioregion bezeichnen, kann eine einheitliche Ausprägung festgestellt werden. Dies ergibt sich bereits aus dem Anspruch, dass Bioregionen von „unten“ her entstehen sollen. Da Bioregionen eine Antwort auf eine regionale Problemlage darstellen, können ihre Schwerpunkte nicht generell gleich oder ähnlich sein. Viele Experten aber auch Initiativen wünschen sich andererseits ein offizielles Prädikat „Bioregion“, das wie z.B. die Bezeichnung „Luftkurort“ oder „Erholungsdorf“ auf Werbebroschüren oder als Zusatz bei Ortsschildern angebracht werden kann.

Dies setzt zunächst eine Autorität voraus, die verbindliche Kriterien dafür erstellt, was eine Bioregion erfüllen muss um ein Label zu erhalten. Aber selbst wenn es eine solche autorisierte Stelle gäbe, wäre sie wahrscheinlich nicht in der Lage bei so heterogenen Ausgangslagen einheitliche Kriterien zu erstellen. Für einen regulativen Eingriff in Form der Vergabe eines Gütesiegels erscheint also die derzeitige Vielfalt zu groß.

Es sollte aber nicht vergessen werden, dass das Konzept „Bioregion“ nicht als Zustand, sondern als Prozess aufgefasst werden sollte. Diese Betrachtungsweise eröffnet die Chance eine einheitliche Zielkonzeption für Bioregionen zu entwickeln. Es sollte also versucht werden, zumindest soweit als möglich, die verschiedenen vorhandenen Ausprägungen zu einem gemeinsamen Ganzen zusammenwachsen zu lassen. Dies kann nur über einen partizipativen Prozess unter Einschluss möglichst aller Initiativen, die an diesem Konzept arbeiten, geschehen.

Den inhaltlichen Ausgangspunkt für eine einheitliche Vision könnten die Grundsätze des biologischen Landbaues, wie sie von der Internationalen Föderation der Bewegungen zum biologischen Landbau (IFOAM) bereits 1977 festgeschrieben wurden, bilden. Diese „Principles of Organic Agriculture“ stellten auch den Ausgangspunkt für die Entwicklung der Produktionsrichtlinien dar, erhielten aber im Laufe der Jahre nicht die Aufmerksamkeit, die

sie verdienten (Woodward et al 1996). Im englischen Original lauten die 11 Grundsätze folgendermaßen:

1. To work as much as possible within a closed system, and draw upon local resources.
2. To maintain the long-term fertility of soils.
3. To avoid all forms of pollution that may result from agricultural techniques
4. To produce foodstuffs of high nutritional quality and sufficient quantity.
5. To reduce the use of fossil energy in agricultural practice to a minimum.
6. To give livestock conditions of life that conform to their physiological needs and to humanitarian principles.
7. To make it possible for agricultural producers to earn a living through their work and develop their potentialities as human beings.
8. To use and develop appropriate technology based on an understanding of biological systems.
9. To use decentralised systems for processing, distribution and marketing of products.
10. To create a system which is aesthetically pleasing to both those within and those outside the system.
11. To maintain and preserve wildlife and their habitats.

(Woodward et al 1996)

Diese Grundsätze beschrieben bereits vor dem Brundtland Bericht (Brundtland Commission 1987), die Ziele nachhaltiger Entwicklung (ökologisch, ökonomisch und sozial). Eine Anwendung auf Bioregionen erscheint durchaus möglich, wenn man die Formulierungen vom landwirtschaftlichen Fokus auf die Ebene regionaler Entwicklung generalisiert.

Literatur

- Brundtland Commission 1987: Our common future, Report of the World Commission on Environment and Development. Oxford University Press, Oxford
- Dax T. 2001: Endogenous Development in Alpine Regions, from a Source of Irritation to a Mainstream Movement; *Mountain Research and Development* Vol 21 No.8; 231-235
- Foster C., Hyde T., Midmore P., Vaughan A. 2001: *Zusammenfassender Bericht der ersten Runde der Delphi-Befragung zum Thema: Europäischer Markt für Biolebensmittel*, Interner Bericht an die Teilnehmer der Befragung, (unveröffentlicht)
- Groier, M. 1998: *Entwicklung und Bedeutung des biologischen Landbaues in Österreich im internationalen Kontext*, BaBF Fact& Features Nr 19,

- Kratochvil R., Tomin M., Kaliski O. 2001: *Ergebnisprotokoll zur Diskussionsrunde „Bioregionen“ 27. Juli 2001 Burgarena Reinsberg.*
http://www.boku.ac.at/oekoland/Dokumente/Protokoll_Diskussionsrunde_Bioregionen_Reinsberg.pdf (Datum des Zugriffs: 6.9.2002)
- Ray C. 2001: *Culture Economy*, CRE Press, Newcastle
- Schermer, M. Kratochvil R 2003:) Bioregionen – Workshop im Rahmen der Wissenschaftstagung, *Ökoland Zeitschrift für biologischen Landbau, Ökologie, Ernährung und Agrarpolitik* 1/2003 16-17
- Woodward I., Fleming D., Vogtman H. 1996: Health, Sustainability, the global Economy –the organic Dilemma Reflections on the past, outlook for the future. Paper presented on the 11th international IFOAM conference in Copenhagen August 1996
www.efrc.com/research/health.doc (Datum des Zugriffs: 11.3.2003)

Autor:**Dipl.-Ing. Markus Schermer,**[Universität Innsbruck.](http://www.uibk.ac.at) , Zentrum für Berglandwirtschaft

Technikerstrasse 12, 6020 Innsbruck

Tel: +43 512/ 507 5690

markus.schermer@uibk.ac.at