

Nationalpark Kalkalpen Vorstudie

**BC Business Consult GmbH
August 1997**

1 Vorbemerkungen:

Am 26. Juni 1997 wurde der BC Business Consult GmbH der Auftrag erteilt, ein Konzept für die Verwertung des LOGO's des **NATIONALPARKS KALKALPEN** zu erstellen und die Möglichkeiten zur wirtschaftlichen Unterstützung von bäuerlichen, gewerblichen und gastronomischen Betrieben im Einzugsgebiet des **NATIONALPARKS KALKALPEN** zu erheben, aufzuzeigen und Vorschläge zu machen. Gleichzeitig sollten die vorhandenen Initiativen einer Kurzanalyse unterzogen werden, um in späterer Folge eine Bewertung mit dem Ziel einer Prioritätensetzung durchführen zu können.

Dem Berater soll dabei auch ein Überblick über den Stand der Dinge ermöglicht werden.

Nun ist es so, daß am Zustandekommen des **NATIONALPARKS KALKALPEN** eine Reihe unterschiedlichster Gruppen mit unterschiedlichsten Zielsetzungen beteiligt waren.

Dementsprechend nachvollziehbar und transparent muß die Bewertung und das Bewertungsverfahren sein.

Es wird daher für jede Initiative ein Bewertungsblatt angelegt, in dem objektiv erkennbare Fakten zusammengefaßt und bewertet werden. Vermutungen, Einschätzungen etc. werden im Bewertungsverfahren vermieden.

Die Ergebnisse der Bewertung und die Gewichtung der einzelnen Bewertungsbündel werden mit Hilfe der Portfolioanalyse dargestellt. Die Ergebnisse werden im Anschluß einer Diskussion unterzogen, die dann zu Empfehlungen und in weiterer Folge zu Prioritäten führen sollen.

Im folgenden werden:

- *die zur Verfügung gestellten Unterlagen*
- *die Gesprächspartner*
- *die methodischen Fragen*
- *die Bewertungskriterien*
- *deren Beschreibung*
- *die Zusammenfassung*

dargestellt.

1.1 Unterlagen

Zur Verfügung standen folgende Unterlagen, ohne Wertung alphabetisch aufgeführt:

- **Einblick, Ist-Analyse Nationalparkregion**, Studentenstudie 1997
- **Landschaftsplanerischer Fachbeitrag zum Nationalpark Kalkalpen**, Kutzenberger 1996
- **Leitbild für den Verein Nationalpark Kalkalpen** 1992
- **Nationalpark Kalkalpen GmbH**, div. Videos, Informationsbroschüren, Landkarten udgl.
- **Pro Regio e.V., Informationsfolder** 1996,
- **Studia, Auszug aus der Studie 1996**, Frageauswertung, Seite 7 bis 10, betreffend den landwirtschaftlich/bäuerlichen Teil.
(Der gewerbliche Teil wurde trotz mehrfacher Urgenzen leider noch nicht zur Verfügung gestellt).

1.2

1.3 Gespräche mit Beteiligten, Meinungsbildnern, Institutionen in der Region

Folgende Gespräche, an denen angeführte Personen beteiligt waren, wurden persönlich bzw. telefonisch durchgeführt (chronologisch):

17.7.1997 14.00 Steinbach/Steyr

Gespräch mit den Regionalbeauftragten 5b (EFRE und EAGFL)

Aigner Alois

Buchriegler Regina

Mag. Reitmann Herbert

Themen:

Überblick über die 5b Aktivitäten im

landwirtschaftlichen Bereich

- Ennstaler Bauernmärkte in jedem Ort mit wechselndem Erfolg
- ARGE Naturland
- Aufbau von Vermarktungsorganisationen
- Direktvermarktung
- Dörrobst
- eigener Biokäse
- Holzverarbeitung (Rundholz, Brennholz, Schaukeln, Hackschnitzel)

- Kooperationen mit Gewerbe im Bio-Bereich
- Lamm/Schafkäse
- Rind

Gewerblicher Bereich

betriebliches Investitionsprogramm

Tourismusverbände Ennstal

Dachmarke Urlaub am Bauernhof (Verband)

Klimaschutzprogramm, 17 Gemeinden sind Mitglieder (BH: WH Dr. Kurt Spelitz)

Ökozelle Steyr-Kirchdorf, inner- und zwischenbetriebliches Programm der WK, Kooperationsgruppe, Entsorgungsprojekte, Organisation eines ganzheitlichen und nachhaltigen Stoffflusses

Kooperationsprojekt (in Planung), Säger- Tischler- Qualitätsholz (Stöllnberger)

Steyr: KMU-Förderaktion, WK und Dr. Joslbauer, Leiter FH Steyr, FA-ZAT, Technozet Steyr

Schlossereibetriebe Kooperation Schlossereien mit Mechatronikern (Rosensteiner)

Ennskraft Nutzen der Ressourcen Ennskraft, Projekt der WK Österreich zum Export von Wasser

Naturnahes Schlafen, Projekt Labg. Wolfgang Schürer

Umweltprojekt (in Vorbereitung): Wasser - Installateure,

Umgang mit Wasser, Schwimmbadsteuerungen

Prüller Holzheizkesselbau, Heizsysteme

Es wird vereinbart, daß wir bezüglich des einen oder anderen Projektes Kontakt halten.

Zusammenfassung:

5b-Manager haben die Aufgabe, EU-Fördergelder sinnvoll auf regionale Projekte zu verteilen, wobei die untersuchte Region drei Kategorien von Zielgebieten aufweist, nämlich

- Ziel 1 Gebiet

- Ziel 5b Gebiete

- LEADER-Gebiete.

Das bedeutet, daß relativ viele und günstige Zugangsmöglichkeiten zu EU-kofinanzierten Förderungen bestehen.

Die Arbeit der Regionalmanager wird sich aus diesem Grund auf Investitionsprojekte konzentrieren.

Kooperationsprojekte, deren Hauptaufwand in der Überzeugungsarbeit und dem Organisationsaufbau bestehen, finden sich dagegen unter diesen Projekten weniger.

23.7.1997 Gespräch im SPES Schlierbach

Achathaller Leopold, SPES
Ammer Fritz Ing., SPES, Verein Pro Regio
Buchriegler Regina
Gala Max, Hofmarke
Pauzenberger Agnes Mag., Reg. Managerin Gesundheit und Soziales
Sulzbacher Rüdiger D.I., Studia
Tragler Alois Ing., Hofmarke
Fallent Ing., Pro Regio Geschäftsführer und Leaderkoordinator
(auf Urlaub)

Es wird die Rolle des Vereins PRO REGIO (s. Falter) besprochen.

Folgende Punkte werden diskutiert:

- LEADER II Region für nachhaltiges Wirtschaften und Handeln
- Landwirtschaftliche Produkte Erzeugergemeinschaften, Kooperation mit Gewerbe in Erzeugung und Vermarktung
- Hofmarke als regionale Marke für verschiedene BIOprodukte mit Vertriebsorganisation.

Mit Ing. Tragler wird über die Verwendung des LOGO's des Nationalparks für biologisch wirtschaftende Bauern und konventionell wirtschaftende Betriebe gesprochen.

Konventionell Wirtschaftende müssen als Mindeststandard die ÖPUL-Richtlinien erfüllen und darüberhinaus wird es für alle Verwender des LOGO's verschiedene Auflagen betreffend die Erhaltung bzw. Schaffung von kulturlandschaftsrelevanten Elementen geben. (siehe Liste D.I. Kutzenberger zzgl. Ergänzungen in Richtung bäuerliche oder regionaltypische Kulturgüter, Baudenkmäler udgl.)

Weiters werden folgende Themen besprochen:

- AG Regionalentwicklung Kirchdorf
- Szenario 2010 des Bezirkes (Naturregion für Arbeit und Freizeit; (Weiterentwicklung der Leitidee von Ludwig Waldhör)
- Umfrage Brunhmaier
- Untersuchung Studia, der landwirtschaftliche Teil wird von Ing. Tragler sofort freigegeben, bzgl. des Gewerbeteils ist mit Ing. Fallent Kontakt aufzunehmen.
- Mag. Pauzenberger interessiert sich für Kooperationen zwischen Leaderregionen im Sozialbereich (Betreutes Wohnen udgl.).
- Eisenstraße **NATIONALPARK KALKALPEN** Projekt
- Gesundheitsschmied

Die ARGE Naturland wird in einem gesonderten Termin abgehandelt.
Mit Frau Renate Liedtke, WK, wird gesondert Kontakt aufgenommen.
Für Erfa, Gruppe Wirtschaft; Qualitätsmanagement und Abfallwirtschaft

ist der Ansprechpartner Dr. Mag. Johannes Pfaffenhuemer (s. auch Protokoll Steinbach).

In einem anschließenden Gespräch im engeren Rahmen äußert D.I. Sulzbacher seine Bedenken darüber, daß das LOGO des Nationalparks bisher nicht auf seine Konsumentenwirksamkeit abgetestet wurde.

Dieser Einwand ist grundsätzlich richtig. Als Untersuchungsinstitute kommen m.E. ohne Wertung in alphabetischer Reihenfolge in Frage:

BRAUNSTEINER Dr., Wien
IMAS, Linz
MARKET, Linz
STUDIA, Schlierbach

Zusammenfassung:

PRO REGIO hat eine lange Tradition, die sich von den Gründern des SPES, des Bildungsauftrags und der Arbeit in Projekten niederschlägt.

Diese Gruppierungen, die als Ziel die nachhaltige Beeinflussung des Lebensraumes sehen (Region für nachhaltiges Wirtschaften und Handeln), müssen zwangsläufig andere Ziele verfolgen.

Detailziele wie :

- Vernetzen der Region nach innen und außen
- Schaffen des Bewußtseins für die Umsetzung konkreter Projekte
- Formulierung konkreter Projekte.

Hier geht es um andere Dinge als die Umsetzung von Investitionsprojekten. Hier geht es um konkrete regionalpolitische Einflußnahme, was auch durch die eingebundenen und aktiven Personen dokumentiert wird.

Der Verein könnte, sofern er nicht zu einzelnen Fragen Eigeninteressen verfolgt, für Bewußtseinsbildung für konkrete Nationalparkprojekte herangezogen werden.

Ich habe an diesem Tag noch die **STUDIA** in Kirchdorf besucht und mit Herrn Dipl.-Math. Wolfgang Baaske über die durchgeführten Studien gesprochen.

Anschließend habe ich Frau **Renate Liedtke** von der WK Kirchdorf kontaktiert und ihr das Vorhaben vorgestellt und die Zusage erhalten, daß sie uns jederzeit unterstützen würde.

5.8. 1997 Gespräch mit den Mitgliedern des Vereins Naturland in Großraming

Der Verein Naturland wurde gegründet, um landwirtschaftliche Aktivitäten bzw. Projekte des ländlichen Raumes zu koordinieren.

Zur Zeit existieren folgende Arbeitskreise:

AK Bäuerliche Kulturgüter

Es handelt sich um ein 5b Projekt (HR Danninger), auch im Bereich der Dorferneuerung. Man bemüht sich um die Restaurierung von Troadkästen, Preßhäusern, Kapellen etc.

Er kann im Bereich der Leistungen für die Kulturlandschaft von Bedeutung sein.

AK-Leiter: Leopold Ahrer, Franz Gösweiner

AK Heckenschnäpse

Es werden Schnäpse bzw. der Ansatz von in Hecken vorkommenden Wildfrüchten hergestellt. Dies dient der Pflege, Erhaltung bzw. Anlage von Hecken.

Schnäpse werden direkt vermarktet. Eine Kooperation mit der Gastronomie, ev. auch für die Vermarktung unter dem besprochenen Dachsortiment des Nationalparks, wäre interessant.

AK-Leiter: Johann Pernkopf

AK Lammfleisch, -käse

Hier bestehen bereits sowohl Direktvermarktungserfahrungen, z.T. an die Gastronomie bzw. Private, als auch Vertriebsschienen an den Handel (Spar, Maximarkt) durch verschiedene Aktivitäten des Schafzüchterverbandes Beiskammer/Hofer.

Die Kooperationen auf diesem Sektor dürften über die Nationalparkregion hinausgehen.

AK-Leiterin Lamm: Monika Oberforster

AK-Leiter Fleisch: Konrad Aigner

AK Kräuterheu

Kräuterheu findet Verwendung als:

- Pferdeheu
- Medizinalheu (Kräuterbäder)
- Kleintierfutter bzw. -streu
- Bastelheu
- Verpackungsmaterial.

Hier scheint man am Anfang zu stehen, es werden Produktionsvorschriften, Lage der Produktionsfläche etc. wichtig sein.

AK-Leiter: Alois Aigner

AK Nationalparkhöfe

Gefördert werden:

- Urlaub am Bauernhof
- spezielle Blumenhöfe
- spezielle Profile mit Vermarktung (Konzept Agritourismus)

AK-Leiter: Gerhard Buchriegler

Weiters sind folgende Projekte geplant:

- Bauernmärkte in der Region mit überregionalem Marketing
- Rundholzverarbeitung bis hin zur Errichtung von Häusern
- Milch
- Rindfleisch.

Zusammenfassung:

Die vorgestellten Projekte weisen einen unterschiedlichen „Reifegrad“ auf, während einzelne schon fast in der Umsetzung sind, sind andere noch eher am Anfang.

Es sind durchwegs Projekte, die einen sehr positiven Regionsbezug haben, teilweise über das unmittelbare Einzugsgebiet des Nationalparks hinausgehen, insgesamt unterstützungswürdig erscheinen.

28.8.97 Wirtschaftskammer O.Ö.

Anfrage bzgl. Gewerbestrukturen in den interessanten Branchen

Die in der nachstehenden Liste angeführten Branchen wurden bei der Wirtschaftskammer angefragt:

Gliederung:

- Nationalparkgemeinden
- Bezirk Steyr gesamt
- Bezirk Kirchdorf gesamt
- Steyr und Kirchdorf gesamt
- Gliederung nach Betriebsgröße (Mitarbeiteranzahl)

109 Sägeindustrie

- 01 Einschnitt bis 100 FM
- 02 Einschnitt 101-1000 FM
- 03 Einschnitt 1001-5000 FM

4B Schlosser und Schmiede

- 01 Schlosser
- 08 Schmiede
- 09 Hufschmiede
- 10 Messerschmiede

G08 Zimmermeister

- 00 Zimmermeister

G09 Tischler

- 01 Bau- und Möbeltischler
- 02 Schiff- und Bootbauer
- 05 Modelltischler
- 07 Sitz- und Polstermöbelhersteller
- 08 Hobelwerke

G10 Karosseriebauer und Wagner

- 01 Wagner
- 03 Gabel- und Rechenmacher und landwirtschaftl. Geräteherzeuger

G12 Bildhauer, Binder, Bürsten- und Pinselmacher, Drechsler, Korb- und Möbelflechter sowie Spielzeughersteller

- 01 Bildhauer
- 02 Binder
- 03 Bürsten- und Pinselmacher
- 04 Drechsler
- 05 Korb- und Möbelflechter
- 06 Spielzeughersteller
- 08 Hirschhorn- und Elfenbeinerzeuger
- 11 Besenmacher

G15 Spengler und Kupferschmiede

- 01 Spengler
- 02 Kupferschmiede

30.9.1997 Gespräch mit Ing. Briendl

Ziel des Gespräches war, einen Vorschlag bzgl. der Voraussetzungen, die landwirtschaftliche Betriebe zu erfüllen haben, um in den Genuß des Rechts zur Führung des LOGO's zu kommen, zu erarbeiten.

In weiterer Folge sollen dann die landwirtschaftlichen Leistungen, quasi als Entgelt für die Führung des LOGO's, besprochen werden.

Produktionsart Auflagen	Grünland	Grünland Viehwirtschaft ¹ extensiv 1/3	Grünland Milch 2/3	Forst- wirtschaft	Obst, Most etc.
Voraussetzungen	Grünland Ackerbau mit Futter- anbau	Milch- und Zuchtvieh		Als Rohstoff- lieferant	Wachsender Nebenzweig
Gesetzliche Grundlagen	Bio Richtlinien	<ul style="list-style-type: none"> • Artgerechte • Haltung • Fütterungs- • und Krank- • heits- • programm 	Bio	Nachhaltigkeit (ökolog. Forstwirtschaft) Sustainability	Förderprojekt Streuobstwiese extensive <ul style="list-style-type: none"> • Obstwirtschaft • bei Edelobst, • Bio- • Richtlinien • Nebenzweig geht mit dem Hauptbetrieb
	Bio Richtlinien	ev. Sonder- regelung	Bio-Richt- linien		

Grundsätzlich ist darauf zu achten, daß im Bereich der Bio-Verbände Codexbauern genauso anerkannt werden wie Mitglieder sonstiger Bioverbände.

Zu klären ist, wie die anerkannten Bioverbände die Konkurrenz ihres Markenzeichens zum LOGO des Nationalparks sehen.

¹ wir gehen grundsätzlich davon aus, daß nur Betriebe mit extensiver Viehhaltung in Frage kommen.

30.9.1997 Zweites Gespräch mit D.I. Aigner 5b, EAGFL
Bereits laufende Projekte

Schnaps

Lamm

Rindfleisch

- Ochsen
- Kalbinnen
- Beef Natur

Heu

Kulturdenkmäler

Urlaub am Bauernhof, Nationalparkhöfe (Beratung startet im Oktober)

Milch

- Bioprojekt mit der Molkerei Garsten (Garsten hat alle Voraussetzungen für eine biologische Produktion)
- Alpenstern , Biokäse aus dem Nationalpark
- Schafmilch und Ziegenmilchprodukte, Allergikerpaket (Schlierbach)

Nebenzweige

Streuobstprojekt

Nutzung *vorhandener Flächen und Nebenkapazitäten* für Bioeier, Honig, Nebenprodukte.

Voraussetzung ist eine entsprechende Logistik.

Holz

- reiche Laubholzbestände
 - Waldbewirtschaftungsgemeinschaften
- würden eine gute Voraussetzung für eine Art Kooperation mit dem Ziel der Erzeugung höherwertiger Produkte mit einer höheren Wertschöpfung sein.

Evtl. Kooperation mit Holzpark Böhmerwald, Kontakt mit Hrn.Aigner /Molln stellt Mag. Reitmann her.

2 Zusammenfassung

Die geführten Gespräche ergeben m.E. einen guten Überblick über die im bäuerlichen Bereich angesiedelten Projekte.

Dazu kommen die Eisenstraßenwirte und div. Aktivitäten der Wirtschaftskammer, die zu Einzelbeurteilungen führen werden.

Ansonsten wird der gewerbliche Bereich über die in der WK angefragten Statistiken ausreichend dargestellt.

Es müssen nur die Kriterien für eine Führung des LOGO's
NATIONALPARK KALKALPEN erarbeitet werden.

Was wollen wir erreichen: (Vorschlag)

- Betriebe, ob bäuerliche oder gewerbliche oder Dienstleister, einbinden, um ein für den **NATIONALPARK KALKALPEN** freundliches Umfeld zu erzeugen.
- Diesen Betrieben wirtschaftliche Vorteile durch Nutzung einer (überwiegend) positiv besetzten Botschaft zu bieten.
- Das LOGO auch als Bindeglied für gemeinsame Auftritte in der Kommunikation, bei EVENTS, bei der Bildung gemeinsam vermarktbarer Sortimente, zu verwenden.

Umgekehrt soll der Nationalpark von der Kooperation profitieren:

- finanziell durch Lizenzgebühren oder Sponsorbeiträge,
- von der Kompetenz, die er sich durch Maßnahmen, die das Umfeld fördern, erwirbt,
- durch eine positiv gestimmtes Umfeld.

Es muß ein Weg gefunden werden, möglichst viele einzubinden, andererseits keine Inflation an Nationalpark-LOGO's in Kombination mit unterschiedlichsten Botschaften bzw. Botschaftskombinationen entstehen zu lassen.

Im bäuerlichen Bereich und auch im gewerblichen erscheint es m.E. sinnvoller **horizontale bzw. horizontale und vertikale Kooperationen** zu fördern als Einzelaktivitäten.

Das heißt, die niedrigste Prioritätsklasse wäre die Einzelaktivität.

Die **nächsthöhere Prioritätsklasse wären die horizontalen Kooperationen**, d.h. die Zusammenarbeit mehrerer bäuerlicher oder gewerblicher Unternehmer.

Die **höchste Prioritätsstufe sollten bäuerliche oder gewerbliche Zusammenschlüsse haben, die in partnerschaftlicher Form mit Gewerbebetrieben, Handelsorganisationen, Gastronomiebetrieben oder sonstigen Absatzmittlern kooperieren.**

- Das hat den Hintergrund, daß aus der höchsten Prioritätsklasse auch die höchste regionale Gesamtwertschöpfung entsteht, weil der Deckungsbeitrag zweier oder mehrerer Stufen in der Region bleibt,
- daß derartige Organisationen auch eine höhere Beständigkeit aufweisen,
- durch solche Kooperationen die sehr wichtigen (weil schwer zu imitierenden) organisatorischen Einstiegshürden in Märkte bzw. Marktnischen entstehen,
- die dadurch entstehenden regionalen Effekte wiederum Anreiz für andere Projekte sind, in weiteren Bereichen einzusteigen.

3 Methode

Ich würde unterscheiden zwischen der relativ großen Anzahl von Einzelbetrieben, für die das Bewertungssystem nicht zu kompliziert und arbeitsauf-

wendig sein darf und Projekten, mit größerem Umfang und Bedeutung, die einem etwas genaueren Beurteilungsverfahren unterzogen werden sollen.

Allerdings hat sich im Zuge der Vorstudie gezeigt, daß sich praktisch alle Projekte zurzeit noch im Stadium eines Vorprojektes befinden, die meist noch keinerlei Marktberührung haben und denen auch noch die Notwendigkeit für Organisation fehlt.

Hier sollte eine Form des „geregelten“ Übergangs vom Vorprojekt zum eigentlichen Hauptprojekt gefunden werden, um die Effizienz zu erhöhen und die „drop out-Rate“ möglichst gering zu halten.

3.1 Vorprojekte mit zeitlich eingeschränktem Recht das Nationalpark-Logo zu führen (Phase vor der Markteinführung)

Das Führen des Logo's schon in einer Vorprojektphase ist für viele Projekte nicht nur eine gewaltige Marketingunterstützung, sondern für viele sogar eine notwendige Voraussetzung um „die Beine auf den Boden zu bringen“. Hier ist der Nutzen für die Projekte gegen das Risiko, daß das eine oder andere abstürzt, und so evtl. das Image des LOGO's leidet, aufzuwiegen.

Es ist für die befristete Vergabe daher trotzdem ein gewisses Mindestmaß an Projektstandard zu fordern.

Befristete Vergaben zur Führung des Logos gelten für die Zeit der Projektentwicklung, das LOGO darf für die Werbung von Teilnehmern, für Projekt- und Produktpräsentationen sowie Testverkäufe im lokalen Rahmen verwendet werden.

Als Anforderungserfordernisse würde ich sehen:

- mit großer Wahrscheinlichkeit verkäufliches Produkt
- Vorhandensein einer Gruppe, die das Projekt trägt
- Akzeptanz für die Beurteilungskriterien zur Vergabe des permanenten Zeichens.

Annahme einer Begleitung in der Vorprojektphase (Projektcontrolling und div. Hilfestellungen).

3.2 Vergabe des Rechts zur dauerhaften Führung des LOGO's

Die dauerhafte Vergabe des Rechts zur Führung des LOGO's wird vor dem Einstieg in den endgültigen Vertriebsweg für das Produkt, spätestens nach einem Jahr², erfolgen. Nach dieser Frist muß das Projekt die unten stehend definierten Kriterien erfüllen.

Ich würde unterscheiden zwischen der relativ großen Anzahl von Einzelbetrieben, für die das Bewertungssystem nicht zu kompliziert und arbeitsauf-

² Verzögert sich der Umstieg aus belegbaren Gründen (Produktion, Züchtung udgl.), so kann im Einzelfall diese Frist verlängert werden.

wendig sein darf und Projekten mit größerem Umfang und Bedeutung, die einem etwas genaueren Beurteilungsverfahren unterzogen werden sollen. Nach dem bisher Dargestellten wird der Weg so zu wählen sein, daß

3.3 eine Kriterienliste zu erstellen ist,

die die Voraussetzung für Einzelbetriebe definiert, unter denen sie berechtigt werden können, das LOGO des **NATIONALPARK KALKALPEN** zu führen.

Diese Liste ist sowohl für:

- Gewerbebetriebe, evtl. Industriebetriebe
- Dienstleister
- bäuerliche Einzelbetriebe

etc. zu erstellen.

Die Liste muß es anhand weniger Kriterien ermöglichen, zu beurteilen, ob der Betrieb den gesetzten Voraussetzungen entspricht.

Aus dem bisher Aufgezeigten ergibt sich, daß Projekte nach einem Kriterienbündel zu beurteilen sind.

4 Strategische Einheiten

Nach den geführten Gesprächen zeichnen sich folgende Strategische Geschäftseinheiten ab (d.s. Einheiten, die strategisch gesehen mit einheitlichen Mitteln zu behandeln sind):

Ich habe hier nur Aktivitäten, zumindest der Prioritätsstufe 2 aufgelistet. Aktivitäten der Prioritätsstufe 1 werden statistisch/summarisch bzw. über entsprechenden Auflagen geregelt.

Zu überlegen ist noch, wie die SGF's sind, ohne Wertung alphabetisch gereiht.

- Biokäse
- Dörrobst
- Ennstaler Bauernmärkte, überregionales Marketing
- Holzverarbeitung
- Kooperationsmodell vertikal Holz
- Kooperation Landwirtschaft - Gewerbe - Bio
- Lamm/Schafkäse
- Rind
- Klimaschutzprogramm Kirchdorf
- Erfa Gruppe Qualitätsmanagement.