Zu Besuch beim Nachbarn: Die Landwirtschaft in Vorarlberg punktet mit Natürlichkeit und Ursprünglichkeit – etwa auf dem Hof von Kaspanaze Simma (rechts); links oben: die Ziegen von Bauer Stefan Martin. Bilder Flickr/Hans Bärtsch

Das Vorarlberg – ein Bundesland vernetzt sich auf allen Ebenen

Direkter Nachbar, aber in vielem doch so unbekannt: das Vorarlberg. Eine Studienreise mit der schweizerischen Agrarallianz liess in Sachen Architektur, Handwerk, Tourismus und Landwirtschaft hinter die Kulissen des westlichsten österreichischen Bundeslandes blicken.

von Hans Bärtsch

Schon die Fahrt vom SBB-Bahnhof St.Margrethen nach Lustenau hält überraschende Infos parat. Wir haben die Grenze zu Österreich passiert und erfahren von Reiseleiter Martin Strele, dass das fruchtbare Land am alten Rhein – also dort, wo der Rhein floss, bevor er kanalisiert wurde – von Schweizer Ortsgemeinden bewirtschaftet wird. Es handelt sich dabei um ein Relikt aus dem 18.Jahrhundert, als einige Schweizer Gemeinden noch zu Vorarlberg gehörten. Nicht weniger als ein Fünftel der Fläche Lustenaus – immerhin eine 22 000-Einwohner-Stadt – ist in Schweizer Hand, insgesamt rund 450 Hektar. Das nachbarschaftliche Verhältnis ist vorbildlich, gerade in Sachen Natur- und Landschaftsschutz wird die Arbeit der Schweizer Landwirte im Riedgebiet gelobt.

Holz- und andere Bauten

Erste Station der Studienreise mit rund 25 Vertretern der Agrarallianz (siehe Kasten) ist der Life Cycle Tower in Dornbirn, ein Hochhaus ganz aus Holz. Es handelt sich dabei um ein architektonisches Vorzeigeprojekt in Sachen energieeffizientes und ökologisches Bauen. Erstellt wurde das 27 Meter hohe Gebäude in Systembauweise mit heimischem Holz. Es ist das erste achtgeschossige Holzgebäude in Österreich. Der Herausforderungen waren viele – etwa, die Vorschriften für den Brandschutz zu erfüllen. Seit der Erstellung 2012 ist der Life Cycle Tower ein Magnet für Architekten und Architekturstudenten aus aller Welt.

Ein paar Steinwürfe entfernt steht das Haus 2226 in Lustenau. Sechs Stockwerke hoch und mit der typischen Materialpalette moderner Büro- und Gewerbebauten erstellt: Metall, Beton und viel Glas. Gleichwohl ist auch dies ein Vorzeigeprojekt eines heimischen Architekturbüros (Baumschlager-Eberle). 2226 kommt ohne Heizung, Kühlung und mechanische Lüftung aus. Das Gebäude versteht sich als Manifest gegen immer mehr Technik. Im Gegensatz zum Life Cycle Tower ein markanter Klotz, was auch damit zu tun haben mag, dass 2226 ein alleinstehendes Gebäude ist. Quasi eine Antithese zu den flacheren Gewerbebauten ringsum, wie es ein Architekturkritiker beschrieben hat.

Verbreitete Handwerkskunst

Doch zurück zum Life Cycle Tower: Unterm Strich macht genau die Verwendung des nachwachsenden Rohstoffes Holz dieses Gebäude zum energieeffizienteren der beiden. Und: Mit Holz ist Handwerkskunst verbunden. Kaum irgendwo im deutschsprachigen Raum gibt es so viele Sägereien, Zimmereien, Schreinereien, Tischlereien wie im Bregenzerwald, einem ländlichen Teil des Vorarlbergs. Das ist auch dem Bündner Architekten Peter Zumthor nicht verborgen geblieben, der kaum mehr eine Baute erstellt ohne den Beizug von Vorarlberger Holzfachleuten.

Handwerkskunst ist aber nicht nur auf Holz beschränkt. Im Werkraum Bregenzerwald in Andelsbuch (ein Bau von Zumthor) lebt der Vernetzungsgedanke. Hier können kooperationswillige Handwerker zeigen, was sie zu bieten haben. Geschäftsführerin Renate Breuss benennt das Motto des öffentlich zugänglichen Werkraums so: «Wir nehmen die Zukunft selber in die Hand.» Denn nebst dem Tourismus sei das Handwerk der wichtigste Wirtschaftszweig des Vorarlbergs. Gemäss Breuss kommt ein Drittel der Nachfrage nach Handwerksarbeiten von ausserhalb des Landes. Ein untrügliches Zeichen, auf welch hohem Niveau hier das Handwerk Zuhause ist.

«Natürliche Visitenkarte»

Ortswechsel: Wir befinden uns nun im Grossen Walsertal – dort, wo die Menschen «Leutescheu und Viehnarren» sind, wie es ein Einheimischer ausdrückt. Doch auch in diesem dünn besiedelten, bergbäuerlich geprägten Gebirgstal nordöstlich von Bludenz hat der Vernetzungsgedanke längst Einzug gehalten. Äusserlicher Ausdruck dafür ist das Haus Biosphärenpark in Sonntag. Dort wird eine Schaukäserei betrieben, das Haus ist aber auch die Vermarktungszentrale für Landwirtschaftsprodukte aus der näheren Umgebung. Die Marke Walserstolz versteht sich als «natürliche Visitenkarte der Region». Regio-Obmann Josef Türtscher erklärt, was es damit auf sich hat: Der Rohstoff des Walserstolz-Käses ist naturbelassene Heumilch. Bis zu ihrer vollen Reife werden die Käselaibe – rund 170 Tonnen im Jahr – in Kellern von Emmi Österreich, einer Ländertochter des grössten Schweizer Milchverarbeiters, eingelagert.

27
Meter

hoch ist der **Life Cycle Tower** in Dornbirn. Besonders ist, dass das Hochhaus ganz aus Holz besteht.

Die Agrarallianz ...

... prägt die Schweizer Agrarpolitik seit den Neunzigerjahren mit. Ihr gehören 17 Organisationen aus dem Bereich Konsumenten, Umwelt- und Tierschutz sowie Landwirtschaft an. So etwa Bio Suisse, Pro Natura und die Stiftung für Konsumentenschutz. Die Geschäftsführung hat die Churer Marketing- und Kommunikationsagentur Pluswert inne. (hb)

Bauer Stefan Martin aus Fontanella ist einer der Biomilch-Lieferanten. Er hat 2015 auf Original Braunvieh umgestellt; mit dieser Rasse lasse sich klimaschonender wirtschaften. Das passe auch besser in den Biosphärenpark Grosses Walsertal. Martin verheimlicht aber nicht, dass die Landwirte stark gefordert seien und nicht jeder einen solchen Schritt machen könne. «Bio ist bei uns erst am Entstehen», benennt er die Realitäten. Zum Grossteil werde Milch im Grossen Walsertal noch konventionell produziert und verarbeitet. Ein Problem ist die steile Hanglage, die fast überall vorherrscht. Nur schon grössere Laufställe für die Kühe zu realisieren, sei für manchen Betrieb ein Ding der Unmöglichkeit.

Die drei E im «Schiff» Hittisau

Vernetzung, regionale Wertschöpfung, Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft: Diese Begriffe nimmt auch Hans-Peter Metzler in den Mund, Spartenobmann Tourismus in der Vorarlberger Wirtschaftskammer und Gastgeber im Familienhotel «Das Schiff» in Hittisau. Hier kommt nur auf den Tisch, was von hier ist. Aber nicht nur das. Das «Schiff» betreibt mit dem Ernele eine Ladenwirtschaft. Unter dem Zeichen der drei E (Einkehren, Essen, Einkaufen) lassen sich handverlesene Spezialitäten geniessen und mit nach Hause nehmen. Der Tourismus in Österreich läuft im Vergleich zur Schweiz derzeit zwar wie geschmiert, ohne Sorgen ist die Branche aber trotzdem nicht. Metzler erwähnt fehlende kompetente Mitarbeiter, eine Folge des verstärkten (internationalen) Wettbewerbs auf dem touristischen Arbeitsmarkt.

Zu einem bleibenden Erlebnis wird der Besuch bei Kaspanaze Simma, dem ersten grünen Landtagsabgeordneten Vorarlbergs. Zusammen mit seiner Frau Lucia beschränkt sich Simma auf seinem Hof in Andelsbuch auf das Minimum. Subsistenzwirtschaft nennt sich das: so viel, wie es für die Selbstversorgung braucht, nichts Überschüssiges. Subsistenzwirtschaft schliesst auch den Tauschhandel mit ein. Eine Idee, die Simma gefällt. Geldwirtschaft dagegen ist dem heute 62-Jährigen zuwider: «Sie ist ineffizient.» Mit wie wenig man auskommen kann, das leben Kaspanaze und Lucia Simmen vor. Handarbeit kommt vor dem Einsatz von Maschinen. Dass ihre Kinder sich jetzt ein Auto wünschen und mithin Teil einer «normalen» Konsumwelt sind, ist für die Simmas eine andere, eher schmerzliche Realität.

Der zweitägige Ausflug ins Vorarlberg endet beim Vetterhof in Lustenau, einem grossen Biobetrieb in einem der am dichtesten besiedelten Gebiete des Bundeslandes. Wie bei Kaspanaze Simma ist hier alles grün bis über die Ohren. Nur die Philosophie ist eine andere. Inhaber Simon Vetter vermarktet Gemüsekisten via Social Media, ausgeliefert wird mit Elektrofahrzeugen, vorfinanziert wurde das Ganze per Crowdfunding. Ein Drittel der Kundschaft sind Schweizer, und das nicht nur wegen des starken Frankens, sondern wegen der Qualität der Ware. Und wohl auch frecher Vermarktungsideen. So gehört Vetters Biodinkel-Wodka «in jeden guten Kommunistenhaushalt», wie es in seiner Werbung heisst.