



ALLES KÄSE?

Regionale Wertschöpfung durch Käseproduktion.

Forschungsfrage

Wie wirkt sich die Käseproduktion auf die regionale wirtschaftliche Entwicklung im Großen Walsertal aus?

Wertschöpfung

Unter Wertschöpfung versteht man die tatsächliche Schaffung von ökonomischen Werten. Wertschöpfung entsteht beispielsweise durch die **Umwandlung von Arbeitskraft zu Arbeit** oder durch die **Verarbeitung eines Rohstoffs zu einem Produkt**. Einen immer größeren Teil der Wertschöpfung macht die **Markenbildung** aus.

Produktbezogene Wertschöpfung und Wertbindung

Produkt	Wertschöpfung		Wertbindung		Regionsbezug
	Gesamt	Regional	Überregional	National	
Walsertstolz Bergkäse aus dem Großen Walsertal					traditionell in der Region hergestellt
Käserellen Schnittkäse mit Milch aus dem Großen Walsertal					keiner (im Bregenzerwald hergestellt)
Alpkäse Direkt ab Alp verkaufter Alpkäse					traditionell in der Region hergestellt

Am meisten regionale Wertschöpfung und Wertbindung entsteht durch die Herstellung des Bergkäses Walsertstolz (Arbeitsplätze, Markenbildung, Identität für die Region). Wesentlich geringer ist die regionale Wertbindung bei Verarbeitung der Milch zu Schnittkäse durch die Käserellen. Die Käserellen ziehen sowohl Wertschöpfung als auch Wertbindung in den Bregenzerwald ab. Bei direkt vermarktetem Käse bleibt die Wertschöpfung und -bindung in der Region.



Industriell gefertigter Schnittkäse mit Milch aus dem Großen Walsertal und anderen Regionen, im Bregenzerwald hergestellt. Als biologischer Käse ohne Regionsbezug im Biosupermarkt „Denns“ in Innsbruck angeboten.

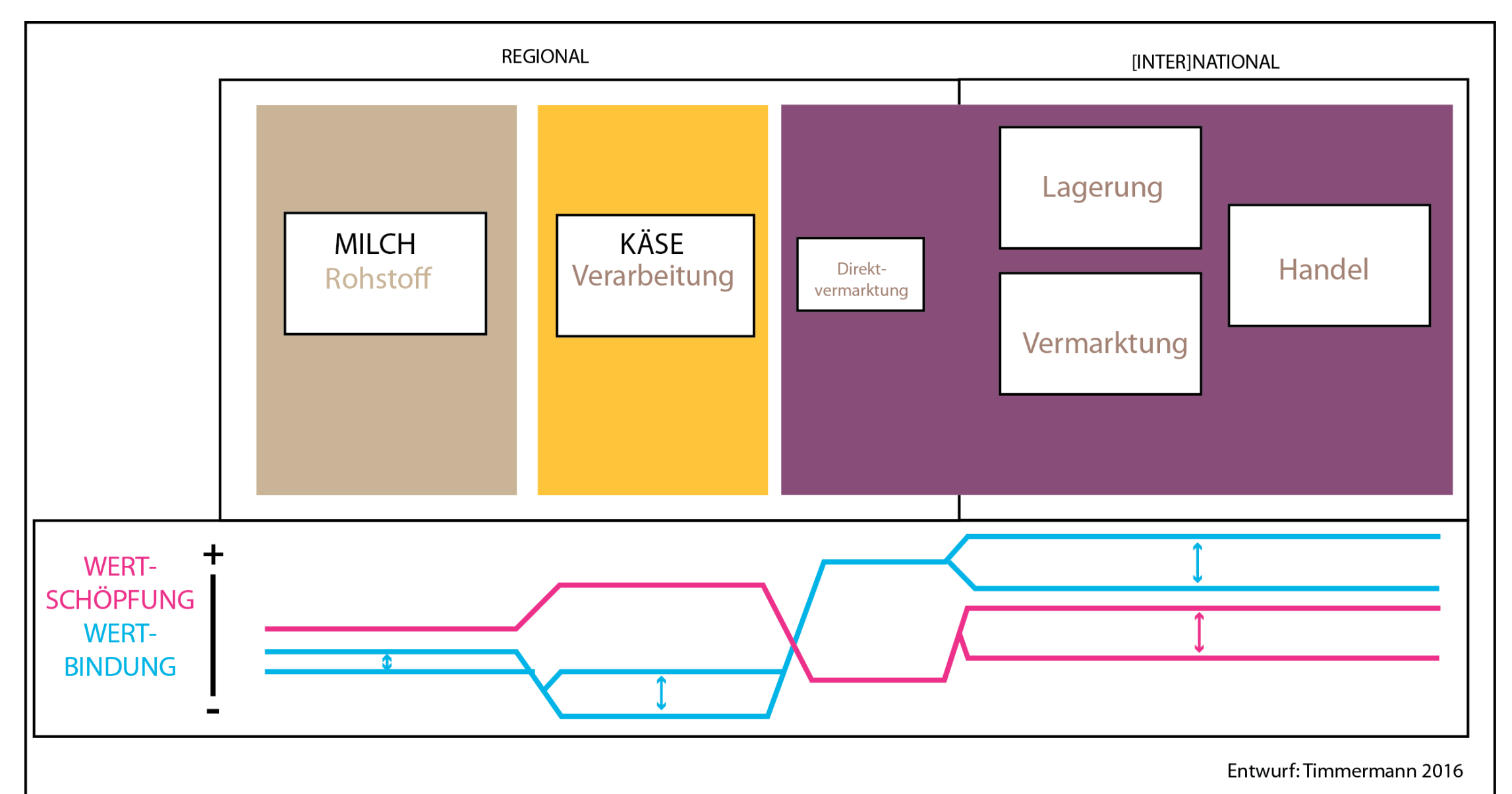


Bergkäse aus dem Großen Walsertal unter der Dachmarke Walsertstolz vermarktet. Als konventioneller Käse mit Regionsbezug in einer Filiale der Supermarktkette „Spar“ in Innsbruck angeboten.

Wertbindung

Die Wertbindung gibt an, wie sich die Wertschöpfung verteilt, d.h. wer oder an welchem Ort das Geld tatsächlich verdient wird. Die Wertbindung ist abhängig von **Markenrechten, Firmeneigentum** und der **Qualität der Beziehungen** zwischen Akteuren.

Prozessbezogene Wertschöpfung und Wertbindung



Die Wertschöpfung entsteht vor allem am Anfang der Wertschöpfungskette durch die Produktion der Milch und durch die Verarbeitung zu Käse. Einen beachtlichen Teil der Wertschöpfung macht die Markenbildung aus. Gebunden, also verdient, werden die Werte vor allem am Ende der Kette durch den Handel.

Künftige Herausforderungen

- Vertrauen zwischen Landwirten, Sennereigenossenschaften, Gemeinden und EMMI stärken
- Wertschöpfung und Wertbindung durch regionale Käseproduktion verbessern
- Vermarktungspotential: Stärkere Kooperation zwischen Biosphärenpark und Käseproduktion

Florian Timmermann,
 Institut für Geographie, Universität Innsbruck
 timmermann.florian@gmail.com

