

# Endevaluation LEADER Vinschgau 2014-2022

Teil 2b: Fallstudien zu Projekten

Hermann Atz

Bozen, 2024



**Bezirksgemeinschaft  
Vinschgau**



Atz, H. (2024): Endevaluation LEADER Vinschgau 2014-2022. Teil 2b: Fallstudien zu den Projekten. Bericht zu einer empirischen Untersuchung, Bozen: apollis.

Interne Projektnummer: 1141

Projektleitung: Hermann Atz

Forschungsteam: Elena Vanzo, Susanne Taferner

Bozen 2024.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ausgangslage</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Ziele der Untersuchung</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>Methode</b>	<b>9</b>
3.1	Erhebungsverfahren	9
3.2	Stichprobenplan	9
3.3	Befragungsinstrumente	10
3.4	Ablauf der Fallstudie	10
3.5	Auswahlkriterien Fälle	10
3.6	Kriterien der Evaluation	11
<b>4</b>	<b>Fallstudie Kräuterschlössl</b>	<b>13</b>
4.1	Steckbrief	13
4.2	Antworten Projektfragebogen	14
4.3	Lokalausweis	14
4.4	Porträt des Unternehmens Kräuterschlössl	15
4.5	Projekt hochwertige regionale Teigwaren	17
4.6	Umsetzung	18
4.7	Wirkungen	20
4.8	Abgleich mit Entwicklungsstrategie	21
4.9	Bewertung durch Evaluator	22
<b>5</b>	<b>Fallstudie Archaikweg</b>	<b>24</b>
5.1	Steckbrief	24
5.2	Antworten Projektfragebogen	25
5.3	Lokalausweis	25
5.4	Der Archaikweg	26
5.5	Projekt Aufwertung Archaikweg	27

5.6	Umsetzung .....	27
5.7	Wirkungen .....	30
5.8	Abgleich mit Entwicklungsstrategie .....	31
5.9	Bewertung durch Evaluator .....	32
<b>6</b>	<b>Fallstudie Badhaus Zufall .....</b>	<b>34</b>
6.1	Steckbrief .....	34
6.2	Antworten Projektfragebogen .....	36
6.3	Lokalausweis .....	36
6.4	Das Badhaus Zufall .....	37
6.5	Projekt Wiederherstellung des Badhauses Zufall .....	37
6.6	Umsetzung .....	38
6.7	Wirkungen .....	40
6.8	Abgleich mit Entwicklungsstrategie .....	41
6.9	Bewertung durch Evaluator .....	42
<b>7</b>	<b>Fallstudie Wander-, Viehtrieb- und Themenweg Soyalm .....</b>	<b>45</b>
7.1	Steckbrief .....	45
7.2	Antworten Projektfragebogen .....	47
7.3	Lokalausweis .....	47
7.4	Die Soyalm .....	48
7.5	Projekt Neuer Wander-, Viehtrieb- und Themenweg ....	48
7.6	Umsetzung .....	49
7.7	Wirkungen .....	53
7.8	Abgleich mit Entwicklungsstrategie .....	54
7.9	Bewertung durch Evaluator .....	55
<b>8</b>	<b>Schlussfolgerungen .....</b>	<b>58</b>
<b>9</b>	<b>Anhang: Leitfaden .....</b>	<b>59</b>

## 1 Ausgangslage

*LEADER ("Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale" - „Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft“) ist ein Förderangebot der Europäischen Union. Ziel ist es, den ländlichen Raum zu stärken und zukunftsfähig zu machen.*

*Das Programm basiert auf einem Bottom-up-Ansatz: Die Lokale Aktionsgruppe (LAG), bestehend aus öffentlichen und privaten Mitgliedern, erarbeitet innovative, multisektorale und integrierte Entwicklungsstrategien auf lokaler Ebene.*

*Im Mittelpunkt von LEADER steht die Projektarbeit. Wenn aus Ideen Projekte werden, die den Zielen der LEADER-Entwicklungsstrategie entsprechen, können diese im Rahmen bestimmter Maßnahmen gefördert werden.<sup>1</sup>*

Der Vinschgau kann auf eine längere Tradition im Bereich des LEADER-Programms zurückblicken. Im Jahr 1992 startete das erste Programm für den Oberen Vinschgau als Pilotprojekt und wurde bis 2006 fortgesetzt, dann kam es zu einer Unterbrechung bis der Vinschgau 2014 erneut LEADER-GEBIET wurde.

Im Zeitraum 2014 bis 2024 wurden insgesamt 35 Projekte mit bis zu 80% gefördert; die Fördersumme beträgt ca. 4,3 Mio. Euro. Die zuletzt aufgestockten Fördermittel waren innerhalb kürzester Zeit vergeben, da die Nachfrage wie schon während der gesamten Förderperiode groß war. Diese Projektförderungen sowie die Förderstelle, das LAG-Management Vinschgau, sollen einer Endevaluation unterzogen werden.

---

<sup>1</sup> Auszug aus der Broschüre „LEADER Vinschgau. Projekte 2014-2022“, herausgegeben von der BZG Vinschgau, S. 2

## **2 Ziele der Untersuchung**

Ziel der Fallstudien zu ausgewählten Projekten ist es, die Ergebnisse der Online-Befragung von Vertretern der Projektträger und der Dokumentenanalyse mittels eines qualitativen Ansatzes zu ergänzen und zu vertiefen.

Dabei geht es vor allem um die Nachhaltigkeit und die längerfristigen Wirkungen des Projekts sowie darum, ob das Projekt und seine Ergebnisse der Entwicklungsstrategie und den realen Bedürfnissen des Programmgebiets entsprechen.

## 3 Methode

### 3.1 Erhebungsverfahren

Jede Fallstudie soll ein einzelnes Projekt umfassend beschreiben und sodann hinsichtlich seiner Nachhaltigkeit und des Entwicklungsimpulses, der von ihm ausgeht, analysieren. Dazu sollen unterschiedliche Blickwinkel erfasst werden.

Zunächst werden die Eckdaten aus der Projektdatenbank und die Darstellung des Projekts in der vom LAG-Management herausgegebenen Broschüre übernommen.<sup>2</sup> Auch eine explorative Internet-Recherche liefert Grundinformationen und zeigt zudem auf, wie präsent das Projekt in der (lokalen) Öffentlichkeit ist. Auch die relevanten Antworten aus dem Projektfragebogen der quantitativen Befragung werden gesichtet.

Zentrale Verfahren sind strukturierte Interviews mit geeigneten Zielpersonen (als Beispiele genannt):

- die verantwortliche Person beim Projektträger,
- 1-2 Personen, die maßgeblich an der Umsetzung des Projekts beteiligt waren,
- eine externe Fachperson,
- sowie, wenn möglich, direkte Nutznießer/innen des Projekts.

*Würde man etwa einen baulichen Eingriff auf einer Gemeinschaftsalm herausgreifen, dann wären geeignete Gesprächspartner*

- *Obmann der EBNR*
- *Sekretär der EBNR*
- *Leiter/in des Tourismusvereins, Wanderleiter/in*
- *Aktueller Pächter der Almwirtschaft*
- *Gäste der Almwirtschaft*

### 3.2 Stichprobenplan

Die ausgewählten Fallstudien sollten einerseits typisch sein (d. h. wenn es mehrere ähnliche gibt, ist das ein Kriterium, eine davon zu analysieren), andererseits beide thematischen Schwerpunkte abdecken. Zudem sollte mindestens ein Fall innovativen Charakter haben.

---

<sup>2</sup> Bezirksgemeinschaft Vinschgau (ohne Jahr [2024]), LEADER Vinschgau. Projekte 2014 – 2022.

### **3.3 Befragungsinstrumente**

Die Befragungen erfolgen mittels eines Leitfadens, der jedoch flexibel an den jeweiligen Gesprächspartner anzupassen ist. Der verwendete Leitfaden findet sich im Anhang.

Die Interviews sind durch Beobachtungen und, falls vorhanden, empirischen Daten zu ergänzen (Besucherzahlen, Umsatz, Öffnungsdauer, ...).

Im Besonderen sind das:

- Besichtigung: direkte Eindrücke festhalten
- Internet-Auftritt anschauen, Präsenz im Internet prüfen
- Hinweis auf EU-Finanzierung suchen (Tafel, Logo auf Webseite, ...)
- Fotodokumentation
- Zufällige Passanten, Gäste kurz ansprechen
- Interviewpartner um Daten fragen und diese ggf. aufbereiten

### **3.4 Ablauf der Fallstudie**

Eckdaten aus Projektdatenbank entnehmen

Projektdarstellung in Broschüre als Ausgangspunkt

Auswahl des Falles mit LAG-Management abstimmen

Auskunftspersonen eruiieren

Persönliches Treffen mit Auskunftspersonen, nach Möglichkeit im Rahmen des Lokalausweisens

Besichtigung

Systematische Beobachtungen und Fotodokumentation (siehe oben)

Durchführung der Interviews, ev. auch mit mehreren Personen gleichzeitig (persönlich oder telefonisch)

Auswertung des Materials, Zusammenfassung der Interviews ohne Transkription

Bericht zur jeweiligen Fallstudie, Bewertung des Evaluators

### **3.5 Auswahlkriterien Fälle**

Bei der Auswahl der Fälle besteht ein gewisser Ermessensspielraum. Dabei sollen jedoch folgende Kriterien zum Tragen kommen

- Nur abgeschlossene Projekte
- Finanzielle Relevanz

- Variation hinsichtlich der Ziele, Unterziele, Untermaßnahmen
- Variation hinsichtlich der Art der Projektträger (öffentlich, privat) und der Förderquote
- Variation in geografischer Hinsicht
- Typische Projekte (wo es nach Möglichkeit mehrere ähnliche gibt)

Unter Berücksichtigung dieser Kriterien wurden – in Absprache mit dem LAG-Management – die nachstehenden 4 Projekte für Fallstudien ausgewählt:

Code	Projekt-träger	Titel des Projekts	UM	Thematisches Ziel	Oberziel	Unterziel
12	Südtiroler Kräuter Gold (Goldrain)	Entwicklung und Produktion von hochwertigen regionalen Teigwaren aus biologischen und vorwiegend selbst angebauten Grundnahrungsmitteln	6.4	1	Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und Förderung einer ausgewogenen Entwicklung der tragenden wirtschaftlichen Bereiche	Diversifizierung
23	Tourismusverein Prad	Archaikweg	7.5	2	Nachhaltiges Management der natürlichen und kulturellen Besonderheiten	Sicherung Grundlagen Tourismus
5	Gemeinde Martell	Wiederherstellung des Badhauses Zufall	7.6	2	Nachhaltiges Management der natürlichen und kulturellen Besonderheiten	Inwertsetzung natürlicher und kultureller Ressourcen
16	EBNR Goldrain	Themenweg zur Soyalm	7.5	2	Nachhaltiges Management der natürlichen und kulturellen Besonderheiten	Langfristige Sicherung Almwirtschaft

**Tabelle 1: Übersicht Fallstudien**

### 3.6 Kriterien der Evaluation

Entsprechend dem Auftrag der Bezirksgemeinschaft Vinschgau und im Sinne der Richtlinien der EU konzentriert sich diese externe Evaluation nach Abschluss der Projekte auf die Wirkungen, und zwar im Hinblick auf die angestrebte Entwicklung des Programmgebiets.

Die von der EU vorgegebene Evaluationsfrage für LEADER-Programme ist sehr allgemein formuliert:

*„In welchem Umfang wurde durch die Interventionen im Rahmen des Programms zur Entwicklung des ländlichen Raums die lokale Entwicklung in ländlichen Gebieten gefördert?“*

Ausgehend davon werden verschiedene Einzelaspekte beleuchtet:

- Entspricht das Projekt dem Entwicklungsbedarf und der Strategie des LEADER-Programms Vinschgau 2014-2022?
- Entspricht das Projekt den Zielen der jeweiligen Untermaßnahme, nutzt es die in der Strategie identifizierten Chancen?
- Ist das Projekt wirklich aus der lokalen Gemeinschaft heraus entstanden, ist es von lokalen Akteuren angeregt und betrieben worden?
- Ist das Projekt effektiv? Lassen sich die angestrebten Wirkungen nachweisen? Wie stark sind sie?
- Wer sind die Nutznießer des Projekts?
- Ist das Projekt nachhaltig? Kann davon ausgegangen werden, dass es über den Projektabschluss hinaus fortbesteht bzw. weiterentwickelt wird? Wurden entsprechende Vorkehrungen getroffen
- Ist das Projekt umwelt- und sozialverträglich?
- Wie gut war die Einbindung und Vernetzung verschiedener lokaler Akteure?
- Hat das Projekt Vorbildcharakter?

Die Antworten auf die genannten Evaluierungsfragen werden dann zum Anlass genommen, einige Empfehlungen auszusprechen und Anregungen für künftige Projekte dieser Art zu geben.

## 4 Fallstudie Kräuterschlössl

### 4.1 Steckbrief

HOCHWERTIGE REGIONALE TEIGWAREN

PROJEKTRÄGER: Südtiroler Kräuter Gold

KOSTEN UND FINANZIERUNG:

Gesamtkosten: 211.300,00€, LEADER Beitrag: 105.650,00€ (50%)

<b>Projektträger</b>	Südtiroler Kräuter Gold (Kräuterschlössl) <sup>3</sup>
<b>Rechtsform</b>	Privates Unternehmen
<b>Adresse</b>	Schanzenstraße 50 I-39021 Goldrain
<b>Homepage</b>	www.kraeuterschloessl.it
<b>Titel des Projekts</b>	<b>Entwicklung und Produktion von hochwertigen regionalen Teigwaren aus biologischen und vorwiegend selbst angebauten Grundnahrungsmitteln</b>
<b>UM</b>	6.4 – Förderung für Investitionen in die Schaffung und Entwicklung nichtlandwirtschaftlicher Tätigkeiten
<b>Thematisches Ziel</b>	1 – Entwicklung und Innovation der Nahrungsmittelkette und der lokalen Produktionssysteme
<b>Oberziel</b>	Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und Förderung einer ausgewogenen Entwicklung der tragenden wirtschaftlichen Bereiche
<b>Unterziele</b>	Diversifizierung
<b>Beschreibung</b>	HOCHWERTIGE REGIONALE TEIGWAREN  Der Betrieb, welcher auf Kräuter und Getreideanbau spezialisiert ist, stellt mit dem Ankauf von speziellen Maschinen die Herstellung hochwertiger Nudeln und Teigtaschen sicher. Ziel ist die Entwicklung der Nahrungsmittel unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit und Diversifizierung des Lebensmittelangebotes. Die Produkte werden auch in der lokalen Gastronomie aufgenommen.

<sup>3</sup> „Südtiroler Kräuter Gold“ – Einzelfirma des Gluderer Urban gibt es nicht mehr. Am 11.11.2020 wurde die Kräuterschlössl GmbH. Landw. Ges. gegründet (der Urban, Annemarie, Manuel, Michael und Marion Gluderer), welche den Betrieb weiterführt (Auskunft A. Gluderer per E-Mail vom 24.10.2024). Das hier bewertete Projekt wurde noch zur Gänze von der Firma „Südtiroler Kräuter Gold“ abgewickelt.

	Produkt: Bio Dinkelprodukte (Nudeln) <sup>4</sup> <a href="https://shop.kraeuterschloessl.it/bio-dinkel-produkte/">https://shop.kraeuterschloessl.it/bio-dinkel-produkte/</a>
<b>Kosten genehmigt LAG</b>	231.323,20 €
<b>Beitrag genehmigt LAG</b>	115.661,60 €
<b>Förderquote</b>	50,00%
<b>Beitrag lt. Dekret</b>	105.650,00 €
<b>ausbezahlter Beitrag</b>	105.650,00 €
<b>Projektdauer (von bis)</b>	2019 – 2022
<b>Kontakt</b>	Name der Organisation: Kräuterschlössl GmbH. Landw. Ges. Name der Person: Annemarie und Urban Gluderer E-Mail-Adresse: annemarie@kraeuterschloessl.it Telefonnummer: Annemarie: 333 2366619 Urban: 333 2005408

## 4.2 Antworten Projektfragebogen

Angestrebte Wirkungen: „voll und ganz“ erfüllt

Arbeitsplätze: 1

Negative Erfahrung:

- ◆ zweimalige Ablehnung wegen „interner Missverständnisse“

Rückblickende Zufriedenheit:

- ◆ Veredelung selbst angebauter Produkte und dadurch eine größere Wertschöpfung. Ganzjährige Arbeitsplätze

Rückblickende Kritik:

- ◆ lange Verzögerung durch interne Missverständnisse

## 4.3 Lokalausgangsschein

Mittwoch, 17. Juli 2024, 14:00 – 16:00 Uhr

Anwesende:

- Annemarie Gluderer, Urban Gluderer, Marion Gluderer
- Hermann Atz

<sup>4</sup> Seit einiger Zeit auch Chips, welche aber mit einer anderen Maschine gemacht werden (nicht Teil der Förderung)

Besichtigung des oberen Produktionsraums für Nudel und des Hofladens

Schlüsselpersonen:

- Annemarie Gluderer (persönlich befragt)
- Urban Gluderer (persönlich befragt)

Kooperationspartner:

- keine

#### 4.4 Porträt des Unternehmens Kräuterschlössl

(Auszüge aus der Homepage: [www.kraeuterschloessl.it](http://www.kraeuterschloessl.it))<sup>5</sup>

##### **Die Gründer**

*Die Eltern Urban [Gluderer] und Annemarie haben 2005 beide ihre Berufe aufgegeben um sich mit voller Energie und Freude dem Bio-Kräuteranbau zu widmen. Nun sind sie stolz, glücklich und dankbar, dass alle 3 Kinder zusammenhalten und das Kräuterschlössl gemeinsam mit Freude weiterführen.*

##### **Drei Generationen Familienbetrieb**

*Drei Geschwister sind seit 2020 die neuen Chefs des Kräuterschlössls: Manuel und Michael [Gluderer] sind die Männer für Anbau, Ernte, Veredelung und Verpackung. Marion ist die Frau für Verwaltung, Verkauf und Hofführungen.*

##### **Unsere Betriebsphilosophie: BIO – logisch**

*Seit 1990 sind wir ein Bio-Betrieb – Bio ist unsere Lebensphilosophie! Wir arbeiten streng nach den Richtlinien unseres regionalen Bioverbandes „Bund Alternativer Anbauer“. Wir verzichten komplett auf den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln, auch auf jene, die im Bio-Anbau erlaubt wären (z.B. Kupfer und Schwefel). Unser Pflanzenwachstum wird durch Biodiversität, Fruchtfolge, gezielte Bodenbearbeitung, Einsatz von Mikroorganismen, Kompost und Wasser gefördert. Unser Motto: Lernen von der Natur – Erhalt der Schöpfung*

##### **Das Getreidekorn wird zur Nudel**

*Um den Wert des Getreidekorns in seiner Gesamtheit zu erhalten, wird dieses von uns schonend mit einer Steinmühle vermahlen und zu hochwertigen Teigwaren verarbeitet. Vollkorn, Kräuter, Gemüse und Wasser = die Nudelspezialität!*

---

<sup>5</sup> Abgerufen im Juli 2024, Inhalte wurden seitdem teilweise wieder verändert. Einge Korrekturen aufgrund einer E-Mail vom 24.10.2024

### **Über 200 Bio-Produkte**

*In unserem Hofladen [7 Tage pro Woche geöffnet] finden Sie über 200 verschiedene Bio-Produkte aus eigener Herstellung und aus befreundeten Bio-Betrieben: Kräutertees, Gewürze und Kräutersalze, Kräuternudeln, Kräuternessig und Kräuteröl, Kräuterschnäpse und Liköre, Sirupe und Fruchtaufstriche, Honig und Fruchthonig, Schokoladen, Bonbons und bunten Zucker, Wein, Apfelsaft, Speck und Wurstwaren, Brot und Gebäck, Kosmetik und Parfüm.*

### **Produktionsstandorte**

*Im Kräuterschlossl, dem Betriebssitz befinden sich neben den Trocken-, Verarbeitungs- und Lagerräumen das Verwaltungsbüro und der Hofladen, eine Fundgrube für Kräuterliebhaber.*

*Die Hauptanbauflächen von ca. 4 ha liegen in Taufers i. Münstertal auf ca. 1.300 m ü.d.M. in unberührter Natur, ca. 30 km vom Hauptsitz in Goldrain entfernt. Die Flucht dorthin wurde notwendig, um der Pestizidabdrift aus dem intensiven Obstbau auszustellen und Bio-Qualität garantieren zu können. In Taufers i. M. bauen wir neben Kräutern und Blüten auch Getreide und Hanf an, dort ist auch unser Wildsammelgebiet.*

*(Hergestellt aus eigenem Dinkel!<sup>6</sup> Angebaut auf ca. 1.300 m Meereshöhe im sonnigen Taufers im Münstertal.)*

### **Online-Shop**

Der Online-Shop (<https://shop.kraeuterschloessl.it/>) bietet ein reiches Sortiment von selbst hergestellten in 7 Kategorien, eine davon BIO Dinkel Produkte; dort z. Z. [Stand Oktober 2024] 10 verschiedene Kräuter-Nudelsorten (alle ohne Eier). Werden jeweils mit Rezeptvorschlag angeboten.

Preise: 4,20 € bis 4,70 € pro Packung, inkl. MWSt.; Größe immer gleich (produktionsbedingt), Gewicht variiert von 240 g bis 400 g. Packung aus Papier, ohne Sichtfenster, dafür mit Karton-Banderole, die je nach Sorte und Kunde speziell bedruckt werden kann.

---

<sup>6</sup> Nachfolgende Präzisierung per E-Mail vom 24.10.2024: eigener Dinkel Vollkorn für Vollkornnudel (1 Sorte), eigener Dinkel Vollkorn, Hartweizen aus Süditalien und Kräutern/Gemüse/Frucht für alle anderen Sorten

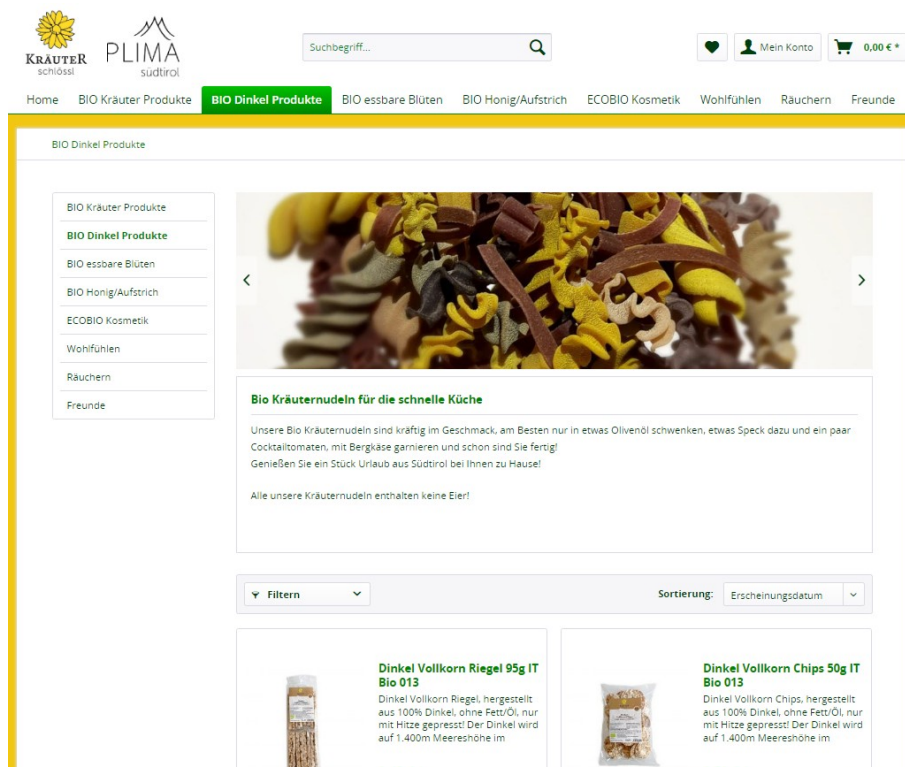


Abbildung 1: Online-Shop (Screen shot)

#### 4.5 Projekt hochwertige regionale Teigwaren

Das Projekt sah den Ankauf von Maschinen für die Herstellung von Nudeln vor, wobei vor allem betriebseigenes Getreides und Kräutern verarbeitet werden sollten.

Ziele aus Sicht der Projektträger:

- Erweiterung des Sortiments im Hofladen,
- Verarbeitung von betriebseigenem Getreide und Kräutern
- Erhöhung der Wertschöpfung durch Weiterverarbeitung der landwirtschaftlichen Produkte
- Ganzjährige Beschäftigung

Geschäftsplan:

Der Nudelmarkt ist eigentlich gesättigt, jedes Produkt muss deshalb innovativ sein und Alleinstellungsmerkmale aufweisen. Deshalb die Verbindung mit Kräutern und Gewürzen, spezielle Formen, spezielle Verpackungen (neu 4 Sorten in Herzform mit Kochlöffel und Sprüchen: z.B. - Danke von Herzen, - viel Glück, - alles Gute, - Liebeszauber).

Weitere Ideen für die Zukunft: Pizzoccheri, süße Nudeln.

Auch die Nudelproduktion folgt dabei der Betriebsphilosophie/ Strategie:

- kein Geld für Werbung auszugeben, sondern auf persönliche Weiterempfehlung zu setzen; der Erfolg ist erst in 1-2 Jahren messbar,
- Kontinuierliche Innovation – Einführung neuer Produkte auf Probe.

## 4.6 Umsetzung

Nach mehreren Anläufen – das Projekt war zunächst aus verschiedenen Gründen abgelehnt – wurde das Fördergesuch im Jahr 2019 genehmigt. Anschließend wurde ein Raum im Betriebsgebäude des „Kräuterschlossls“ für die Nudelherstellung adaptiert und die Produktionsmaschinen angeschafft. Dieser Produktionsraum liegt im ersten Stock über dem Getreide- und Grießsilo, von dem aus eine automatische Förderstation ins Obergeschoss führt. Er hat eine Größe von gut 100 m<sup>2</sup> und beherbergt die Produktionsanlage bestehend aus einer Steinmühle, einem Gerät zur Abkühlung des gemahlten Getreides, einer Nudelmaschine mit Vakuumpresse, Förderanlage, Vortrockner, 2 Trockenschränken und einer Abfüllanlage. Die Pressung erfolgt durch verschiedene Bronzematrizen, welche die jeweilige Nudelform bewirken. Nach der Pressung laufen die Nudeln über eine Förderanlage durch den Vortrockner und werden dann in speziellen Schränken getrocknet. Die Abfüllung erfolgt mit einer vollautomatischen Abfüllmaschine in Tüten aus 100% Papier.



**Abbildung 2: Produktionsraum mit Nudelmaschine**

Foto: apollis



Getreidemühle



Nudelsortiment im Hofladen



Bronzematrizen



Trockenschranke

Foto: apollis

Die Nudelmaschine ist ein italienisches Produkt (Italplast), die Mühle ein österreichisches (Osttiroler Getreidemühlen). Laut Auskunft des Projektträgers wäre die Anschaffung dieser Maschinen ohne finanzielle Förderung durch das LEADER-Programm Vinschgau schwer möglich gewesen.

Heute werden 10 verschiedene Kräuter-Nudelsorten (alle ohne Eier) angeboten, alle hergestellt aus betriebseigenem Dinkelvollkorn, Bio-Hartweizengrieß, Wasser und verschiedenen Kräutern. Der Hartweizengrieß muss zugekauft werden. Die Nudeln werden in Papierpackungen abgefüllt und mit einer Kartonbänderole versehen, auf der sich auch ein Rezeptvorschlag findet, wobei einige Tipps von Sterne-Köchen stammen.

## 4.7 Wirkungen

Die oben genannten betrieblichen Ziele werden, nach Auskunft des Projektträgers, grundsätzlich erreicht. Die Produktionskapazität ist allerdings bei weitem nicht ausgelastet. Neben der Eigenproduktion lässt nur ein Geschäftskunde dort eigene Nudeln produzieren (Gerwies, Branzoll; <https://gerwies.it/>). In Südtirol gibt es einen größeren Nudelproduzenten, allerdings mit einem anderem Konzept: Eggerhof Aldein – kein eigener Anbau, Getreide nicht Bio ([www.eggerhof.it](http://www.eggerhof.it)).

Als positive Wirkungen der eigenen Nudelproduktion sehen die Betreiber des Kräuterschlössls:

- Umsatzsteigerung
- Synergieeffekte im Marketing (Hofladen, Online)
- Neue Kunden (Hotels<sup>7</sup>, welche eine typisches Abschiedsgeschenk für die Gäste suchen; regionale A-la-carte-Gerichte)
- „hat viel gebracht“
- 30% mehr Besucher im Betrieb

Produktionsmenge:

Bisher (seit 2020) wurden insgesamt ca. 20 t Nudel produziert.

Sie wurden in ca. 90.000 Verpackungen abgefüllt.

Umsatz Online:

- Hat sich in 5 Jahren ca. verdoppelt.
- Aktuell ca. 100.000 € pro Jahr, davon grob geschätzt 20% Teigwaren

Die Investition in Maschinen zur Nudelproduktion hat sich schnell amortisiert.

Zudem konnte so ein zusätzlicher Arbeitsplatz geschaffen werden. Dieser wird von einer Person mit psychischer Beeinträchtigung eingenommen. Sie arbeitet allerdings nur teilweise in der Nudelherstellung und -verpackung, daneben übernimmt sie auch andere Tätigkeiten im Betrieb.

Insgesamt hat die Nudelherstellung zur weiteren Diversifizierung der Produktpalette beigetragen und das Kräuterschlössl auch touristisch attraktiver gemacht.

Das Kräuterschlössl wird nämlich zunehmend genutzt als

- ◆ Stopp für Busreisen,
- ◆ Betriebsbesichtigungen,

---

<sup>7</sup> Das Gerstl, Paradies, Adler Hotels, Panorama Seiseralm, Gassenhof

- ◆ gratis Abstellplatz für Camper,
- ◆ Schaugarten (auf Wunsch mit Führung)

Diese Tätigkeiten werden zumeist durch den Besuch des Hofladens ergänzt (7 Tage pro Woche geöffnet).

#### 4.8 Abgleich mit Entwicklungsstrategie

Thematisches Ziel: 1 Entwicklung und Innovation der Nahrungsmittelkette und der lokalen Produktionssysteme

In der LEADER-Strategie werden in Bezug auf die Maßnahme, in die das Projekt fällt, folgende Ziele genannt:

##### Entwicklungsbedarf (Auswahl)

- Förderung der Produktion, Verarbeitung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten, auch durch Kooperationen zwischen den Akteuren der landwirtschaftlichen Produktionskette
- **Förderung der KMUs im Sektor Nahrungsmittel auch unter Berücksichtigung einer stärkeren Nachhaltigkeit**
- Sensibilisierung für nachhaltige Produktion und nachhaltigen Konsum
- **Schaffung alternativer Einkommensquellen**
- Klares Bekenntnis zu kleinen Kreisläufen und mehr Regionalität in der Kulinarik

##### Ober- und Unterziele

Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und Förderung einer ausgewogenen Entwicklung der tragenden wirtschaftlichen Bereiche

- ◆ Diversifizierung  
Die Förderung der Diversifizierung soll sowohl bei landwirtschaftlichen Betrieben in nichtlandwirtschaftlichen Bereichen (z.B. Urlaub auf dem Bauernhof) als auch bei den KMUs ansetzen.

**Untermaßnahme 6.4** – Förderung für Investitionen in die Schaffung und Entwicklung nichtlandwirtschaftlicher Tätigkeiten

- ◆ Das Ziel dieser Untermaßnahme beinhaltet die Förderung von kleinsten und kleinen Unternehmen und natürlichen Personen in ländlichen Gebieten, sowie die Förderung von Landwirten oder Mitgliedern eines landwirtschaftlichen Haushalts, zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit im ländlichen Raum.

- ◆ Die Untermaßnahme bezweckt, die Motivation von kleinsten und kleinen Betrieben im ländlichen Gebiet zu steigern und durch Spezialisierung und Diversifizierung von nicht-landwirtschaftlichen Tätigkeiten, die wirtschaftliche Entwicklung dieser Betriebe anzuregen und voranzutreiben.
- ◆ Die Untermaßnahme ist darauf ausgerichtet, Projekte zu begünstigen, die gleichzeitig die Landwirtschaft und einen verantwortungsvollen, nachhaltigen und umweltfreundlichen Fremdenverkehr im ländlichen Gebiet unterstützen, das natürliche und das kulturelle Erbe integrieren, sowie Investitionen in erneuerbare Energie vorantreiben.

### **Chancen**

Als Chance im Bereich Landwirtschaft wurde in der Entwicklungsstrategie u.a. angeführt:

- Anhaltender Trend zu lokalen sowie biologischen und sozial fairen Qualitätsprodukten
- Diversifizierung am Hof: Direktvermarktung, Buschenschank, Urlaub am Bauernhof
- Stärkere Nutzung von Synergien mit dem Tourismus
- Rationalisierung in der Produktion, Verarbeitung und Vermarktung von Qualitätsprodukten
- Weiterer Ausbau der Nischenkulturen

Im Bereich Tourismus wird dagegen genannt:

- Stärkere Nutzung von Synergieeffekten mit der Landwirtschaft

## **4.9 Bewertung durch Evaluators**

Das Projekt entspricht gleich mehreren der in der Strategie angestrebten Ziele und dem Entwicklungsbedarf des Vinschgau in geradezu vorbildlicher Weise.

- Es stärkt die Wettbewerbsfähigkeit eines landwirtschaftlichen Betriebs durch Diversifizierung, indem die Palette der im eigenen Betrieb hergestellten Produkte um Nudeln erweitert wird.
- Es verlängert dadurch die Wertschöpfungskette und schafft eine zusätzliche Einkommensquelle für den Betrieb.
- Die Vermarktung erfolgt zu einem guten Teil über den Hofladen und über die direkte Belieferung von Tourismusbetrieben, die Ausgangsprodukte Dinkel und Kräuter stammen aus dem Vinschgau; somit werden kleine Kreisläufe und Regionalität gestärkt.

- Sowohl indirekt über Tourismusbetriebe, welche die Nudeln als regionsspezifisches Geschenk an ihre Gäste weitergeben, als auch als Ort, den Touristen direkt aufsuchen, wird die Verbindung zwischen den beiden Sektoren gestärkt und die Bindung der Gäste an die Region gefördert.

Zudem nutzt es etliche der in der SWOT-Analyse angeführten Chancen.

Effektiv ist das Projekt dann, wenn die durch die Förderung angestoßene Investition sich sowohl für den Betrieb als auch für die Öffentlichkeit rechnet. Aus betrieblicher Perspektive ist das offensichtlich gegeben (siehe Abschnitt „Wirkungen“). Aus öffentlicher Sicht sollte die Förderung kein Mitnahmeeffekt sein; auch das scheint der Fall zu sein.

Nicht effizient war in diesem Fall jedoch der Antragsprozess, der sich aufgrund von Missverständnissen und Unklarheiten unnötig in die Länge gezogen hat. Ohne die Hartnäckigkeit der Antragsteller hätte das Projekt leicht daran scheitern können.

Trotz des Vorbildcharakters und des offensichtlichen Erfolges dieses Projekts ist seine Wirkung für die Region naturgemäß als sehr gering zu veranschlagen. Es müsste viel mehr Projekte ähnlicher Art geben, damit die angestrebten Ziele in spürbarem Umfang erreicht werden. Anders gesagt: Die Richtung stimmt, aber der Impuls ist sehr schwach. Dazu wäre es wohl notwendig, die Risiken und bürokratischen Lasten für private Antragsteller radikal zu verringern.

## 5 Fallstudie Archaikweg

### 5.1 Steckbrief

ARCHAIKWEG – LEHRPFAD

PROJEKTRÄGER: Tourismusverein Prad

KOSTEN UND FINANZIERUNG:

Gesamtkosten: 86.765,00€, LEADER Beitrag: 69.412,00€ (80%),

Restkosten: TV Prad (20%)

<b>Projekträger</b>	Tourismusverein Prad
<b>Rechtsform</b>	Nonprofit
<b>Adresse</b>	Gemeinde Prad am Stilfserjoch Kreuzweg 4c - 39026 Prad am Stilfserjoch
<b>Homepage</b>	<a href="https://www.vinschgau.net/de/prad-am-stilfserjoch.html">https://www.vinschgau.net/de/prad-am-stilfserjoch.html</a>
<b>Titel des Projekts</b>	Archaikweg
<b>UM</b>	Untermaßnahme 19.2 – 7.5 Förderung für Investitionen zur öffentlichen Verwendung in Freizeitinfrastruktur, Fremdenverkehrsinformation und kleine touristischen Infrastrukturen
<b>Thematisches Ziel</b>	2 Nachhaltiger Tourismus
<b>Oberziel</b>	Nachhaltiges Management der natürlichen und kulturellen Besonderheiten
<b>Unterziele</b>	Sicherung Grundlagen Tourismus
<b>Beschreibung</b>	<p>Der Lehrpfad von Agums nach Stilfs beschreibt die Geschichte von Stilfs und die Bedeutung des Bergbaus. Dank Ausweitung entsteht ein Rundwanderweg mit Tafeln, die aktuelle Erkenntnisse zur Umgebung vermitteln. Die Tafeln erhalten neue, zeitgemäße Texte sowie Bilder. Das geplante Museum am Kalkofen Prad wird an den Lehrpfad angebunden. (Broschüre)</p> <p>Der Archaikweg verläuft über Agums nach Stilfs. Der Weg wird über den Bergerwaalweg zu einem Rundweg ausgeweitet. Die Tafeln, die sich in einem schlechten Zustand befinden, werden alle erneuert. Der Standort wird neu ausgewählt und die Tafeln erhalten neue Texte und Bilder. Die insgesamt 16 Tafeln werden um bis zu 5 Tafeln erweitert. Neuer Erkenntnisse zur Geschichte der beiden Dörfer Prad und Stilfs sowie die Bedeutung des Bergbaus für dieses Gebiet werden</p>

	eingearbeitet. ( <a href="https://www.bzgvn.it/de/Archaikweg">https://www.bzgvn.it/de/Archaikweg</a> )
<b>Kosten genehmigt LAG</b>	86.767,73 €
<b>Beitrag genehmigt LAG</b>	69.414,18 €
<b>Förderquote</b>	80,00%
<b>Beitrag lt. Dekret</b>	69.412,00 €
<b>ausbezahlter Beitrag</b>	ca. 30.000,00 € <sup>8</sup>
<b>Projektdauer (von bis)</b>	2021 – 2023
<b>Kontakt</b>	Name der Organisation: TV Prad Name der Person: Pfeifer Peter Funktion: Geschäftsführer E-Mail-Adresse: Peter Pfeifer <direktion@prad.info> Telefonnummer: 0473 616034

## 5.2 Antworten Projektfragebogen

Angestrebte Wirkungen „eher schon“ erfüllt

Arbeitsplätze: kein Projektziel

Positiv:

- ◆ reibungslose Umsetzung mit vielen wohlwollenden Partnern wie Gemeinde Prad, Nationalpark, Forst und natürlich Leader

Kritische Punkte:

- ◆ keine genannt

Anders machen:

- ◆ Ausarbeitung von Drucksorten zum Projekt mehr miteinbeziehen

## 5.3 Lokalaugenschein

Mittwoch, 17. Juli 2024, 9:20 – 11:00 Uhr

Anwesende:

- Peter Pfeifer, Leiter Tourismusverein Prad
- Hermann Atz

Besichtigung des Startpunktes in Agums

Besichtigung des Endpunktes gegenüber dem ehemaligen Kalkofen im Prader Ortsteil Schmelz (restauriert, in Zukunft als Museum geplant)

<sup>8</sup> Der Beitrag wurde noch nicht ausbezahlt (Stand 24.10.2024)

Schlüsselpersonen:

- Peter Pfeifer, Leiter Tourismusverein Prad (persönlich befragt)
- Thomas Koch Waldner, Archäologe
- Karl Bernhart, Altbürgermeister Prad (telefonisch interviewt)
- Ludwig Veit, Dorfchronist Prad (telefonisch interviewt)
- Walter Theiner, Wanderleiter (telefonisch interviewt)

Kooperationspartner (laut Tafel und Interview):

- Gemeinde Prad
- Gemeinde Stilfs
- Ortler Vinschgau (Ferienregion Ortlergebiet im Nationalpark Stilfserjoch Genossenschaft)
- Verwaltung des Stilfserjoch-Nationalparks
- Forstinspektorat Schlanders
- Vinschger Museum, Schluderns (Vuseum)
- Deutsches Bergbaumuseum Bochum

## 5.4 Der Archaikweg

Es handelt sich um einen alten Karrenweg von Prad nach Stilfs, Teil einer historischen Alpenquerungsrouten, der heute nur mehr als Wanderweg genutzt wird. An einigen wenigen Stellen besteht er in seiner ursprünglichen Form, andere Passagen wurden später angelegt. Der Weg kann über den sogenannten Agumser Bergwaal zu einer Rundwanderung verbunden werden, die wieder zurück nach Stilfs führt (siehe auch Beschreibung oben).

*An diesem Weg [Agumser Bergwaal] liegen auch die zwei Chaschlin und Weiberbödele genannten Zonen, die von archäologischem Interesse sind. Zahlreiche Funde, die bis in die Bronzezeit zurückreichen, zeugen für das Alter dieser Wegverbindung, die – wie die meisten Urwege – nicht in der Talsohle, sondern an den Hängen entlang führten.<sup>9</sup>*

*Für geschichts- und kulturhistorisch interessierte Wanderer ist dieser Rundweg sehr empfehlenswert. Entlang dem Weg treffen wir immer wieder auf Zeugen einer längst vergangenen Zeit. Auf dem Wormisionssteig [von Bormio-Worms] sind noch alte Fahrspuren von Karren zu sehen, denen wir zum Teil folgen. Außerdem kommen wir an der prähistorischen Siedlung Gaschlin mit ihrer lohnenden Aussicht vorbei.<sup>10</sup>*

---

<sup>9</sup> <http://www.hof-am-schloss.com/wanderrouren/prad-chaschlin-stilfs-agumser-bergwaal/>

<sup>10</sup> Online-Plattform [www.alpenvereinaktiv.com](http://www.alpenvereinaktiv.com)

## 5.5 Projekt Aufwertung Archaikweg

Der heute Archaikweg genannte Pfad ist schon seit langem als Wanderweg markiert und beschrieben. Etliche Tafeln mit thematischen Erläuterungen gab es schon seit ca. 20 Jahren, sie befanden sich jedoch in schlechtem Zustand.

Der ursprüngliche Karrenweg verlor mit der Eröffnung der Straße aufs Stilfserjoch im Jahr 1825 rasch an Bedeutung. Eine Zeitlang fungierte er noch als „Pfaffensteig“, den der Pfarrer benutzte um von Agums nach Stilfs zu gehen. Dann geriet er in Vergessenheit. Im Jahr 1984 entdeckte der Hobby-Historiker und Dorfchronist von Prad Ludwig Veith an einigen Stellen alte Schleifspuren und veranlasste deren Ausgrabung. Heute sind an drei Stellen jeweils ca. 20 Meter des historischen Weges sichtbar, der Rest ist verwachsen oder abgerutscht.<sup>11</sup>

Angestoßen von neuen historischen Erkenntnissen, insbesondere in Bezug auf den Bergbau, entstand daher der Vorschlag, den Weg durch neu gestaltete Tafeln aufzuwerten und zu einem echten Lehrpfad zu machen. Ideengeber war Dr. Thomas Koch Waldner (Montanarchäologe, Wien, Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Deutschem Bergbaumuseum Bochum, Künstler). Bestehende Wege sollten dabei als Rundweg verbunden und ausgewiesen werden.

Vom früheren Bürgermeister der Gemeinde Prad Karl Bernhart, der maßgeblich an der Entwicklung des Projekts beteiligt war, wurde als besonderer Mehrwert genannt, dass der Archaikweg die Verbindung der Gemeinden Prad und Stilfs unterstreicht und stärkt. Ursprünglich hatten diese beiden Gemeindenein ein einziges Gemeinwesen gebildet, sie wurden erst Mitte des vorigen Jahrhunderts getrennt. Stilfs war historisch die Knappensiedlung, Prad der Ort der Verhüttung der Erze; in Gargitz oberhalb von Prad hatte sich die Zollstation befunden.

## 5.6 Umsetzung

Nach jahrelangen Überlegungen und Vorgesprächen, wurde das Projekt eingereicht und schließlich 2020 genehmigt. Bei der Durchführung der Arbeiten kam es zu Verzögerungen, die u.a. durch personelle Wechsel verursacht wurden (Karenz Peter Pfeifer). Die Eröffnung fand 2023 statt.

Die Umsetzung erfolgte in Zusammenarbeit mit der Nationalparkverwaltung. Diese steuerte die metallenen Ständer bei, sie ließ

---

<sup>11</sup> Auskunft des Wanderführers Walter Theiner

auch die Tafeln selbst auf eigene Kosten drucken und aufstellen, weshalb der ursprüngliche Kostenvoranschlag deutlich unterschritten wurde. Der vom TV Prad mit LEADER-Geldern und Eigenmitteln finanzierte Beitrag bestand in erster Linie darin, dass das Gesamtkonzept und die Inhalte der erklärenden Tafeln erarbeitet wurden. Auch die Projektkoordination lag in den Händen des TV Prad.

Insgesamt wurden 16 großformatige erklärende Tafeln und eine einführende Tafel mit der Wegbeschreibung aufgestellt, die sich seit 2023 an Ort und Stelle befinden. Offen ist noch ein informatives Faltblatt zur Bewerbung, das der TV Prad mit Eigenmitteln erstellen und drucken lassen will.

Der Weg ist gut markiert und durch hölzerne Wegweiser mit dem Symbol des Stilfserjoch-Nationalparks (Markierung Nr. 11 „Archaikweg – Sentiero arcaico“) angezeigt. Bereits am Beginn an einer Weggabelung in Agums befinden sich die Wegbeschreibung mit Karte und Logos der beteiligten Einrichtungen und der Geldgeber (darunter auch ELER und LEADER) sowie eine erste Lehrtafel.

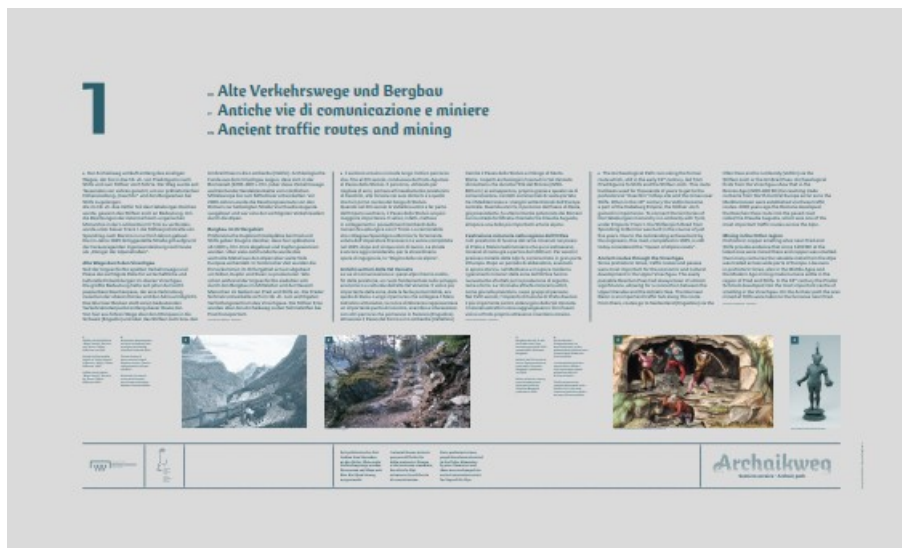


Wegweiser in Agums



Übersichtstafel

Foto: apollis



**Abbildung 3: Lehrtafel 1**

Quelle: Tourismusverein Prad

Die Lehrtafeln sind dreisprachig abgefasst, Deutsch, Italienisch und Englisch, und enthalten Texte und Bilder mit Erläuterungen. Die gebotene Information ist umfassend und fundiert, sie erfordert daher ein erhebliches Maß an Motivation, Zeit und Sprachfähigkeiten von den Wanderern, um auch rezipiert zu werden.

Wenn man die heutigen Gewohnheiten der digital geprägten Informationsaufnahme bedenkt, dann dürfte diese Form der Darstellung nicht nur für Kinder und Jugendliche, sondern auch für bildungsferne Erwachsene eine hohe Hürde darstellen. Immerhin geben die Überschriften und die bildlichen Darstellungen schnell erfassbare Hinweise auf die behandelten Themen und scheinen deshalb geeignet, das Interesse zu wecken.

Am Ende des Rundweges beim Kalkofen in der Schmelz findet sich übrigens ein Alternativbeispiel für die Gestaltung von Lehrtafeln. Auch diese sind dreisprachig, allerdings nur mit wenigen Zeilen Text und einem einzigen Bild. Vertiefende Informationen lassen sich hier mittels eines QR-Codes in digitaler Form abrufen.



Die letzten Lehrtafeln



Kalkofen in der Schmelz

Foto: apollis

## 5.7 Wirkungen

Der Archaikweg genießt einen hohen Bekanntheitsgrad, wie sich mittels einer entsprechenden Internetsuche leicht feststellen lässt. Er wird nicht nur auf lokalen und regionalen Tourismusportalen beworben, sondern findet sich auch auf einschlägigen internationalen Plattformen ([www.outdooractive.com](http://www.outdooractive.com) bzw. [www.alpenvereinaktiv.com](http://www.alpenvereinaktiv.com), [www.komoot.com](http://www.komoot.com)). Das Aufwertungsprojekt und der Ausbau zu einem Rundweg sind der Bekanntheit sicher förderlich gewesen und tragen so zu erhöhtem Besuch bei.

Nutzergruppen sind dabei sowohl verschiedene Touristengruppen (Urlauber im Vinschgau, Weitwanderer, Tagesbesucher aus der Region) als auch die ansässige Bevölkerung. Bei Touristen und Einheimischen kann so das Image des Vinschgau als kulturell reichhaltige, geschichtsträchtige Region gestärkt werden. Im Speziellen geht es um die Bedeutung des oberen Vinschgau als Knotenpunkt an historischen Verkehrswegen und um die Bergbaugeschichte des Ortlergebiets. Gerade bei jüngeren Einheimischen wird so auch die Identifikation mit der Region gestärkt. Auch für Reiseveranstalter sind attraktive Freizeitangebote wichtig.

Voraussetzung ist allerdings, dass die kulturhistorischen Anmerkungen in den Wegbeschreibungen und die Erläuterungen an den Tafeln effektiv wahrgenommen werden. Dazu können Mediatoren wie Wanderführer, Gastgeber oder Mitarbeiter in den Tourismusbüros beitragen.

Zahlen und hieb- und stichfeste empirische Belege dazu gibt es nicht. Laut dem befragten Wanderführer ist der Weg gut besucht, aber nicht überlaufen, vor allem im Frühjahr und im Herbst. Es finden immer wieder geführte Wanderungen statt, die Leute kommen auch von weiter entfernten Gebieten, z. B. Meraner Raum, Nordtirol, um den Weg zu begehen. Dabei ist zu beachten, dass der Weg teilweise steinschlaggefährdet und ausgesetzt ist. Allerdings scheinen sich nur wenige Wanderer intensiv mit den auf den Lehrtafeln dargebotenen Inhalten auseinanderzusetzen, indem sie die Texte lesen. Typischerweise nehmen sie die Tafeln zwar zur Kenntnis, schauen sich jedoch nur die Abbildungen kurz an. Spezielle Führungen mit Schulklassen oder Erwachsenen mit einem Schwerpunkt auf Geschichte und Kultur der Gegend finden dagegen keine statt.

## 5.8 Abgleich mit Entwicklungsstrategie

Thematisches Ziel: 2 Nachhaltiger Tourismus

In der LEADER-Strategie werden in Bezug auf die Maßnahme, in die das Projekt fällt, folgende Ziele genannt:

### Entwicklungsbedarf (Auswahl)

- Ausbau des hochalpinen Wanderwegenetzes gekoppelt mit entsprechender Vermarktung von Paketen
- Aufwertung des natürlichen und kulturellen Erbes
- Sensibilisierung für den Natur- und Kulturreichtum

### Ober- und Unterziele

Nachhaltiges Management der natürlichen und kulturellen Besonderheiten

Inwertsetzung vorhandener natürlicher und kultureller Ressourcen

- ◆ Natürliche und kulturelle Ressourcen sollen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Zudem soll durch angepasste Kommunikationsmaßnahmen Bewusstsein und Wertschätzung für deren Potential geschaffen werden.

**Untermaßnahme 7.5:** Förderung für Investitionen zur öffentlichen Verwendung in Freizeitinfrastruktur, Fremdenverkehrsinformation und kleinen touristischen Infrastrukturen

- Aufwertung des alpinen Raums, insbesondere der Wälder und Almen
- ◆ Ausbau des hochalpinen Wanderwegenetzes: Instandhaltung und Aufwertung bestehender Steige sowie Schaffung

von naturalistischen, kulturellen und historischen Themenwegen

### **Chancen**

Als Chance im Bereich Natürliches und kulturelles Erbe wurde in der Entwicklungsstrategie u.a. angeführt:

- Bevölkerung wird sich der Bedeutung der wertvollen Natur und Kultur und insbesondere der Schutzgebiete stärker bewusst

Im Bereich Tourismus wird dagegen genannt:

- Verstärkte Kooperation mit Kultureinrichtungen
- Hoher Stellenwert von Freizeit und Urlaub in der Gesellschaft

## **5.9 Bewertung durch Evaluators**

Das Projekt entspricht genau den in der Strategie angestrebten Zielen und den dazu gewählten Maßnahmen. Sein Schwerpunkt liegt eindeutig im Bereich der Kommunikation, um auf das vorhandene kulturelle Erbe aufmerksam zu machen.

Die Effektivität muss daran gemessen werden,

- ob die gewählten Kommunikationsformen wirksam und zielgruppengerecht sind und die erwünschte Sensibilisierung in der Bevölkerung erreichen und
- ob das Angebot in wachsendem Umfang touristisch wahrgenommen wird.

Die Voraussetzungen dafür sind gut, weil sich der Vinschgau durch einen hohen Anteil von Kulturinteressierten und von Familien unter den Touristen auszeichnet (Aussage des TV-Direktors). Auch die ansässige Bevölkerung hat ein ausgeprägtes Bewusstsein für das historische Erbe der Region. Dass dies auch für die junge Generation gilt, ist zu vermuten und zu hoffen.

Es lassen sich leider keine empirische Belege dafür finden, dass die Aufstellung der Lehrtafeln einen Anstieg der Besucherzahlen des Weges bewirkt hat. Genauso wenig lässt sich nachweisen, dass die Tafeln merklich zu einer besseren Kenntnis der historischen und kulturellen Gegebenheiten beitragen. Die anspruchsvolle Gestaltung mit ihrem hohen Informationsgehalt ist wohl eher ein Hindernis in dieser Hinsicht, wiewohl sie den wirklich Interessierten unter den Wanderern wertvolle Einsichten ermöglicht. Es ist allerdings davon auszugehen, dass auch ein kurzer Blick auf die gebotenen Inhalte einen gewissen Impuls vermittelt: er zeigt, dass man sich auf geschichtsträchtigen Boden bewegt und weckt vielleicht das Interesse, sich bei Gelegenheit doch näher damit zu be-

schäftigen. Allein der Name „Archaikweg“ trägt eine derartige Botschaft in sich, die das Image des oberen Vinschgau bzw. des Ortsergebiets als kulturell reichhaltige, geschichtsträchtige Region festigen kann.

Positiv hervorzuheben ist weiters die Kooperation des Projektträgers (TV Prad) mit einer ganzen Reihe anderer Akteure, insbesondere der Gemeindeverwaltung Prad, dem Vintschger Museum Schluderns (Vuseum) und der Verwaltung des Nationalparks (siehe oben).

Damit die angestrebten Wirkungen auch nachhaltig erreicht werden können, ist es notwendig, die Kommunikationstätigkeit fortzusetzen bzw. auszubauen sowie die Präsentation der Inhalte durch niederschwellige Formen zu erweitern. Das noch ausstehende Falblatt stellt einen wichtigen Baustein in diese Richtung dar.

## 6 Fallstudie Badhaus Zufall

### 6.1 Steckbrief

WIEDERHERSTELLUNG „BADHAUS ZUFALL“

PROJEKTTRÄGER: Gemeinde Martell

KOSTEN UND FINANZIERUNG:

Gesamtkosten (beantragt): 225.900,00€<sup>12</sup>,

LEADER Beitrag: 180.720,00€ (80%),

Restkosten: Gemeinde Martell (20%)



**Abbildung 4: Eröffnung Museum Badhaus**

Quelle: BZG Vinschgau

---

<sup>12</sup> Die tatsächlichen Gesamtkosten haben sich nach Auskunft der Gemeinde Martell auf 289.470,74 € belaufen.

<b>Projektträger</b>	Gemeinde Martell
<b>Rechtsform</b>	Öffentlich
<b>Adresse</b>	Meiern 96 - 39020 Martell
<b>Homepage</b>	<a href="https://www.comune.martello.bz.it/de">https://www.comune.martello.bz.it/de</a>
<b>Titel des Projekts</b>	Wiederherstellung des Badhauses Zufall
<b>UM</b>	Untermaßnahme 19.2 – 7.6 Förderung für Studien und Investitionen in Zusammenhang mit der Erhaltung, Wiederherstellung und Verbesserung des kulturellen und natürlichen Erbes von Dörfern, ländlichen Landschaften und Gebieten mit hohem Naturwert, einschließlich der dazugehörigen sozio-ökonomischen Aspekte, sowie Maßnahmen zur Förderung des Umweltbewusstseins.
<b>Thematisches Ziel</b>	2 Nachhaltiger Tourismus
<b>Oberziel</b>	Nachhaltiges Management der natürlichen und kulturellen Besonderheiten
<b>Unterziele</b>	Inwertsetzung natürlicher und kultureller Ressourcen
<b>Beschreibung</b>	Das historische Gebäude aus dem 1. Weltkrieg wurde in ein Museum umgewandelt, welches der Aufarbeitung der Geschehnisse an der Ortlerfront gewidmet ist. Hier werden Zeitdokumente in Form von Kriegsrelikten, Fotos und Dokumenten einem größeren Publikum zugänglich gemacht. Das ursprüngliche Gebäude wurde ohne gravierende Veränderungen wiederhergestellt.
<b>Kosten genehmigt LAG</b>	244.993,58 €
<b>Beitrag genehmigt LAG</b>	195.994,86 €
<b>Förderquote</b>	80,00%
<b>Beitrag lt. Dekret</b>	180.720,00 €
<b>ausbezahlter Beitrag</b>	180.720,00 €
<b>Projektdauer (von bis)</b>	2020 – 2023
<b>Kontakt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Name der Organisation: Gemeinde Martell</li> <li>•Name der Person: Georg Altstätter (Bürgermeister), Ulrich Oswald Walder (zuständig für die Abwicklung der Projekte)</li> <li>•E-Mail-Adresse: <a href="mailto:georg.altstaetter@gemeinde.martell.bz.it">georg.altstaetter@gemeinde.martell.bz.it</a>, <a href="mailto:ulrich.walder@gemeinde.martell.bz.it">ulrich.walder@gemeinde.martell.bz.it</a></li> <li>•Telefonnummer: 0473745510</li> </ul>

## 6.2 Antworten Projektfragebogen

Angestrebte Wirkungen: „voll und ganz“ erfüllt

Arbeitsplätze: kein Projektziel

Positiv:

- ◆ Die Realisierung des Projektes ist ein wichtiger Meilenstein in der Aufarbeitung der Ortler-Cevedale-Front im 1. Weltkrieg und bringt der Bevölkerung und Gästen den Alltag eines Soldaten an der Front im 1. Weltkrieg näher. Wunder schön gelungene Wiederherstellung des Badhauses mit traditionellen Baustoffen wie das Originalgebäude.

Kritische Punkte:

- ◆ keine genannt

Anders machen:

- ◆ nichts genannt

## 6.3 Lokalausgang

Montag, 16. September, 13:00 – 15:30 Uhr

Anwesende:

- Georg Altstätter
- Ulrich Müller
- Hermann Atz

Besichtigung des Museums

Rundgang über das gesamte Gelände des ehemaligen Barackenlagers

Einkehr in die Zufallhütte und Gespräch mit einigen Anwesenden

Schlüsselpersonen:

- Georg Altstätter, Bürgermeister Martell (persönlich befragt)
- Ulrich Oswald Walder, Gemeindebediensteter (telefonisch interviewt)
- Erwin Altstätter, Altbürgermeister
- Sebastian Marseiler, Kulturpublizist/Kurator, Historiker (Texte)
- Manfred Haringer (Manni), Ortlerfrontexperte (Manni's privates Hofmuseum) (telefonisch interviewt)
- Laurin Kofler, Ausstellungskonzept, Gestaltung
- Ulrich Müller (Uli), Hüttenwirt Zufallhütte (persönlich befragt)

- David Stocker, Direktor Tourismusverein Latsch-Martell (telefonisch befragt)

Kooperationspartner (laut Tafel und Interviews)

- TV Latsch-Martell
- Verwaltung des Stilfserjoch-Nationalparks
- Manfred Haringer, Privatsammler, Ortlerfront-Experte

#### **6.4 Das Badhaus Zufall**

Das Badhaus liegt unmittelbar an einem Kreuzungspunkt mehrerer Wanderwege und in Rufdistanz zur Zufallhütte (Rifugio Nino Corsi) auf einer Meereshöhe von 2.250 m. In der Nähe gibt es noch einige andere Gebäude aus der Zeit des Ersten Weltkriegs, deren Bedeutung auf einer Schautafel neben dem Schutzhaus erläutert wird.

*Das heutige Museum „Badhaus“ auf Zufall diente einst als Badhaus für Soldaten während des ersten Weltkrieges. Alle 4 Wochen, kamen die Standschützen der Cevedale-Front ins Badhaus, um sich dort zu entlausen und zu waschen.*

*Bis 2020 stand das Gebäude leer, nun wurde das Badhaus möglichst originalgetreu wiederhergestellt und ein einzigartiges Museum errichtet.*

Quelle: [www.suedtirol.info](http://www.suedtirol.info)

Das Gebäude war ursprünglich dreigeschossig: Im Keller lagen die Feuerstellen zum Erwärmen des Badewassers, im Erdgeschoss befanden sich die Badewannen und im Dachgeschoss wohnte der Bader und Haarschneider. Es wurde während der gesamten Dauer des Kriegs an dieser Front genutzt.

Vor der Renovierung war das Gebäude nur mehr eine Ruine, der Dachstuhl fehlte.

#### **6.5 Projekt Wiederherstellung des Badhauses Zufall**

Das historische Gebäude aus dem Ersten Weltkrieg wurde restauriert und in ein Museum umgewandelt, welches der Aufarbeitung der Geschehnisse an der Ortlerfront gewidmet ist. Hier werden Zeitdokumente in Form von Kriegsrelikten, Fotos und Dokumenten einem größeren Publikum zugänglich gemacht. Das ursprüngliche Gebäude wurde ohne gravierende Veränderungen wiederhergestellt.

**Eröffnung 22.07.2023<sup>13</sup>**

Beteiligte u. a. laut Pressebericht:

- ◆ Bürgermeister Georg Altstätter,
- ◆ Manfred Haringer, Sammler und ausgesprochene Kenner der Ortler-Cevedale-Front,
- ◆ Sebastian Marseiler, der Kurator der Ausstellung,
- ◆ Laurin Kofler, der das Ausstellungskonzept erarbeitet hat.

Laut BM Altstätter ist das Projekt als Element in einem Gesamtkonzept zu sehen, das auch den Schluchtenweg, den Marmorweg und den Ortlerweg umfasst. Dieses zielt auf ein Besuchermanagement: Man versucht einen Hotspot zu schaffen, um die Besucher auf bestimmten Wegen zu halten und so zu verhindern, dass sie sich im Nationalpark ganz frei bewegen. Die Alternative, Strafen zu verhängen, schafft nur böses Blut.

## 6.6 Umsetzung

Initiator und Projektträger ist die Gemeinde Martell, die das Projekt als Teil einer Gesamtstrategie im Bereich Aufwertung des kulturellen Erbes und Förderung des Wandertourismus sieht. Sie hat den Tourismusverein und die Nationalparkverwaltung einbezogen sowie mit dem privaten Sammler Manfred Haringer kooperiert. Der Tourismusverein hatte zwar keine offizielle Rolle, befürwortete jedoch von Anfang dieses Projekt als Aufwertung des Wandergebietes im hinteren Martelltal. Auch bei der Redigierung von Texten für die Ausstellung war man behilflich.

Ein großes Problem in der Umsetzung war die Klärung des Grundbesitzes. Während die Zufallhütte selbst im Jahr 1999 aufgrund eines Abkommens mit dem Staat auf das Land übergegangen war, verblieben ca. zwei Hektar umliegender Grund laut Kataster im Besitz der CAI-Sektion Milano.<sup>14</sup> Nach längerer Verhandlung und zwei Kostenschätzungen trat der CAI Milano das Grundstück und die Bauruine des Badhauses um 70.000 € an die Gemeinde Martell ab.

Vom ehemaligen Badhaus waren nur noch der untere Teil der Außenmauern erhalten. Den originalgetreuen Wiederaufbau führten lokale Handwerksbetriebe durch, wobei auf die Verwendung von Holz aus der Region Wert gelegt wurde. Die Bauweise selbst ist nicht typisch für den Vinschgau, sie folgte vermutlich der Tradition des aus einer anderen Region der österreichisch-ungarischen Kaiserreiche stammenden Baumeisters.

---

<sup>13</sup> <https://www.dervinschger.it/de/thema/badhaus-mit-neuer-funktion-29250>

<sup>14</sup> Telefongespräch am 5.8.2024

Das Gebäude hat zwei Stockwerke, die begehbar sind; der darunterliegende Keller war ursprünglich der Heizraum. Im Erdgeschoss, das mehrere kleine Räume umfasst, befinden sich eine Vielzahl von Lehrtafeln und historischen Bildern, aber auch ein Modell des Barackendorfes, zwei Schaukästen mit Ausrüstungsgegenständen der Soldaten sowie eine Skulptur, die Soldaten beim Baden darstellt, und zwar über einem der originalen Tröge, die mit einer die Wasseroberfläche darstellenden Glasplatte abgedeckt sind. Das Obergeschoss ist über eine Holzstiege erreichbar, zur Zeit aber nur mit einigen von der Decke hängenden, Fahnen ausgestattet, die Originalzitate von Soldaten wiedergeben.



Das Innere des Museums

Foto: apollis

Mit dem Verfassen der Texte auf den Tafeln wurde der Kulturpublizist Sebastian Marseiler beauftragt. Für das Konzept der Ausstellung und die Gestaltung zeichnet Laurin Kofler verantwortlich. Ausstellungsgegenstände wurden vom privaten Sammler und Experten für die Ortlerfront Manfred Haringer leihweise zur Verfügung gestellt. Auch die Modelle des historischen Badhauses und des gesamten Barackenlagers stammen von ihm.

Das Gebäude ist im Sommer stets geöffnet und frei betretbar, im Winter bleibt es geschlossen. Allenfalls kann der Schlüssel bei Wirt der Zufallhütte ausgeliehen werden. Das Badhaus gehört jetzt der Gemeinde Martell. Eine Museumsleitung im engeren Sinn gibt es nicht, es werden auch keine Führungen angeboten.



Ausrüstungsgegenstände der Soldaten

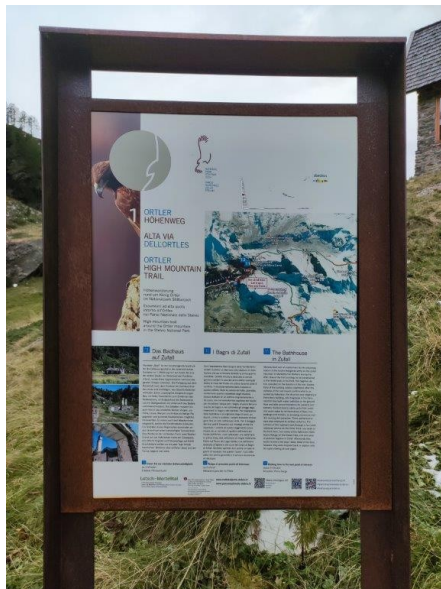


Dachgeschoss

Foto: apollis

## 6.7 Wirkungen

Durch seine Lage am Wanderweg ist das Gebäude unübersehbar. Es gibt auch eine erklärende Tafel, die mit „ORTLER HÖHENWEG“ überschrieben ist. Darauf wird als Sehenswürdigkeit 11 die Bedeutung des Badhauses auf Zufall erläutert. Allerdings findet sich kein ausdrücklicher Hinweis, dass es sich um ein Museum handelt, das besichtigt werden kann. Am Gebäude selbst ist eine weitere Tafel angebracht, die davon spricht, dass „hier das Badhaus der Soldaten der Ortler-Cevedalefront von der Gemeinde Martell als Leaderprojekt wiederhergestellt wird“.



Tafel der Ortler Höhenwegs „Das Badhaus auf Zufall“ unterhalb



Tafel am Gebäude

Foto: apollis

Dennoch beteuern der Hüttenwirt und ein beim Lokalausweis anwesender Wanderführer, dass das Museum häufig besucht werde. Für Gäste des Schutzhauses, vor allem wenn sie dort übernachten, bietet sich ein solcher Besuch auch wirklich an. Auch der Leiter des Tourismusverein Latsch-Martell sieht im neuen Museum eine zusätzliche Aufwertung des beliebten Wandergebiets. Es sei eine kleine Attraktion (POI – Point of Interest, als solcher in digitalen Wegbeschreibungen aufgenommen), die man bei Begehung des Schluchtenwegs oder des Almenweges oder im Aufstieg zur Marteller Hütte sozusagen mitnimmt. Objektive Daten zu den Besucherzahlen gibt es jedoch keine. Eine automatische Zählvorrichtung könnte hier Abhilfe schaffen.

Reine Passanten dürften das Museumsgebäude dennoch eher selten betreten und wenn doch, sich nur kurze Zeit darin aufhalten. Das gilt vor allem für Alpinisten und Bergwanderer, die meistens einen langen Weg vor oder hinter sich haben. Ausflügler, die eher kurze Wanderungen unternehmen, haben sicher mehr Muse für einen Besuch des Museums.

Das Museum Badhaus hat (oder hätte) auch für die einheimische Bevölkerung eine Funktion als historischer Erinnerungsort. Es ist davon auszugehen, dass die Einwohner von Martell es tatsächlich in dieser Weise wahrnehmen, da über das Projekt im Dorf sicher gesprochen wurde und da sich viele oft auf Zufall aufhalten. Die Menschen, die außerhalb von Martell leben, müssen dagegen wohl erst aufmerksam gemacht werden, was zur Zeit nur in begrenztem Umfang geschieht.

Touristisch gesehen stellt jede kulturelle Sehenswürdigkeit einen Mehrwert dar, da Gäste immer auf der Suche nach Erlebnissen und interessanten Zielen sind. Im konkreten Fall unterstreicht die Einrichtung die Unverwechselbarkeit des Urlaubsortes, in dem sie ihm eine historische Bedeutung zuschreibt. Voraussetzung ist auch hier eine entsprechende Präsenz in den sozialen Medien und in den sonstigen Informationen, die sich an Touristen richten.

In welchem Umfang das Museum auch zur Steuerung der Besucherströme im Nationalpark beiträgt – laut dem Bürgermeister ein wichtiges Ziel des Projekts – kann nicht beurteilt werden.

## 6.8 Abgleich mit Entwicklungsstrategie

Thematisches Ziel: 2 Nachhaltiger Tourismus

In der LEADER-Strategie werden in Bezug auf die Maßnahme, in die das Projekt fällt, folgende Ziele genannt:

### Entwicklungsbedarf (Auswahl)

- Ausbau des hochalpinen Wanderwegenetzes gekoppelt mit entsprechender Vermarktung von Paketen
- Aufwertung des natürlichen und kulturellen Erbes
- Sensibilisierung für den Natur- und Kulturreichtum

### Ober- und Unterziele

Nachhaltiges Management der natürlichen und kulturellen Besonderheiten

Inwertsetzung vorhandener natürlicher und kultureller Ressourcen

- ◆ Natürliche und kulturelle Ressourcen sollen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Zudem soll durch angepasste Kommunikationsmaßnahmen Bewusstsein und Wertschätzung für deren Potential geschaffen werden.

**Untermaßnahme 7.6:** Förderung für Studien und Investitionen in Zusammenhang mit der Erhaltung, Wiederherstellung und Verbesserung des kulturellen und natürlichen Erbes von Dörfern, ländlichen Landschaften und Gebieten mit hohem Naturwert, einschließlich der dazugehörigen sozio-ökonomischen Aspekte, sowie Maßnahmen zur Förderung des Umweltbewusstseins.

- Das Ziel dieser Untermaßnahme ist die Aufwertung der natürlichen und kulturellen Güter und mit der im Gebiet verbundene Kunstschatze.
- ◆ die lokalen Kunstschatze können als wertvolle Attraktion für den Tourismus beitragen (u.a.)

### Chancen

Als Chance im Bereich Natürliches und kulturelles Erbe wurde in der Entwicklungsstrategie u.a. angeführt:

- Bevölkerung wird sich der Bedeutung der wertvollen Natur und Kultur und insbesondere der Schutzgebiete stärker bewusst

Im Bereich Tourismus wird dagegen genannt:

- Verstärkte Kooperation mit Kultureinrichtungen
- Hoher Stellenwert von Freizeit und Urlaub in der Gesellschaft

## 6.9 Bewertung durch Evaluators

Die Ausrichtung des Projekts entspricht dem in der Strategie formulierten Entwicklungsbedarf, das kulturelle Erbe aufzuwerten und die Menschen diesbezüglich zu sensibilisieren. Im Bereich der Kommunikation ist allerdings ein gewisses Manko festzustellen.

Das Museum ist insgesamt sehr informativ; die ursprüngliche Nutzung wird ausführlich erläutert und auf verschiedene Weise veranschaulicht. Und sie wird in einen geschichtlichen Zusammenhang gestellt.

Die Texte sind allerdings langatmig. Sowohl teilnehmende Beobachtung wie die Einschätzung durch den Ortlerfront-Experten und Leihgeber Manfred Haringer belegen, dass sich nur wenige Besucher die Mühe machen, sie genauer zu studieren. Die meisten beschränken sich darauf zu verstehen, worum es sich bei dem Gebäude gehandelt und wie dieses als Bade- und Entlausungsstation funktioniert hat.

Das Badhaus ist, zusammen mit den anderen Gebäuden des ehemaligen Barackendorfes, geeignet, auf die Bedeutung des Ortes im ersten Weltkrieg oder überhaupt darauf hinzuweisen, dass in der Nähe eine hart umkämpfte Gebirgsfront verlief, an der die Soldaten unter extrem harten Bedingungen kämpfen und ausharren mussten. Das Museum kann somit dazu beitragen, der einheimischen Bevölkerung und den Gästen die schrecklichen Geschehnisse des Ersten Weltkriegs in Erinnerung zu halten und so das historische Gedächtnis zu stärken.

Damit dieses Potenzial ausgeschöpft werden kann, braucht es jedoch gezielte Werbung und ein Angebot an Führungen oder Veranstaltungen, das Einheimische und Gäste niederschwellig an diese Themen heranzuführt. Eine Internet-Recherche liefert zwar etliche Treffer, die meisten haben jedoch mit dem Wiederherstellungsprojekt zu tun. Darüber gibt es etliche Berichte in lokalen Medien und ein (kaum abgerufenes) Interview auf YouTube mit dem Bürgermeister von Martell, Georg Altstätter.<sup>15</sup> Typische Tourismus- oder Wanderportale enthalten dagegen nur wenige Informationen<sup>16</sup>; eine Ausnahme bildet die App [www.outdooractive.com](http://www.outdooractive.com), die ein Bild und zwei Sätze zum Museum enthält, ebenso die App [www.komoot.com](http://www.komoot.com), auf der sich eine umfangreiche Bilderserie findet.

<sup>15</sup> „Badhaus der Soldaten der Ortler-Cevedalefront“ von Europe Direct Südtirol Alto Adige

<sup>16</sup> So findet man etwa unter dem Stichwort „Erebnis Plimaschlucht“ eine gute Wegbeschreibung mit vier Aussichtspunkten, aber keinen Hinweis dass man vor der Zufallhütte am Museum Badhaus vorbeikommt. (<https://www.nationalpark-stelvio.it/de/erleben/wandern-bergsteigen/themenwege/121146483-erlebnis-plimaschlucht.html>; abgerufen am 23.10.2024)

Der Tourismusverein weist auf einer Unterseite seines Internet-Auftritts – neben anderen Museen – auf das Badhaus mit folgendem Satz hin: „Im sanierten Badhaus auf Zufall erfahren Sie alles über die Baderituale an der Front während des 1. Weltkrieges.“ Zudem wird der Museumsbesuch von den Mitarbeitern des Tourismusbüros im Zusammenhang mit dem Erlebnisweg Plimaschlucht persönlich empfohlen.

Für die Erreichung der angestrebten Ziele und für eine nachhaltige Nutzung des Museums wären es daher wichtig:

- das Badhaus als offizielles Museum zu institutionalisieren – eventuell durch Angliederung an ein bestehendes Museum oder durch ein Kooperationsabkommen,
- eine Museumsleitung einzusetzen, die für die Weiterentwicklung der Ausstellung, für die Bewerbung und für die Organisation von Führungen verantwortlich zeichnet (auch ehrenamtlich),
- mehr Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben, insbesondere auch von Seiten des Tourismusverbandes Latsch-Martell
- die Inhalte des Museums leichter zugänglich zu machen (weniger textlastig, kundige Führungen, Ergänzung der ausgestellten Gegenstände)
- das Museum in einem größeren Kontext von kulturellen Denkmälern und Erinnerungsorten an den Ersten Weltkrieg zu präsentieren.

Die dafür notwendigen finanziellen und personellen Ressourcen können von der Gemeinde Martell wohl kaum aufgebracht werden, sondern es müssen andere Geldgeber gefunden werden.

Insgesamt hätte der Projektträger, die Gemeinde Martell, vielleicht von Anfang an mehr oder intensiver Kooperationspartner einbeziehen können, nicht zuletzt um die nachhaltige Nutzung der geschaffenen Struktur sicherzustellen.

## 7 Fallstudie Wander-, Viehtrieb- und Themenweg Soyalm

### 7.1 Steckbrief

THEMENWEG ZUR SOYALM

PROJEKTTRÄGER: EBNR Goldrain

KOSTEN UND FINANZIERUNG:

Gesamtkosten: 346.020,00€, LEADER Beitrag: 276.816,00€ (80%)<sup>17</sup>

Restkosten: E.B.N.R. Goldrain (20%)

(tatsächliche Kosten laut Bericht im Vinschger: 475.000€, d. h. Restkosten von ca. 200.000€)



**Abbildung 5: Soyalm - Almgebäude**

Quelle: BZG Vinschgau

---

<sup>17</sup> Ursprünglicher Projektbetrag laut Ausführungsprojekt, im Zuge der Ausführung kam es zu Mehrkosten / Erhöhung der Baumaterialien, wodurch es zu einer erheblichen finanziellen Mehrbelastung für die Fraktion kam.

<b>Projektträger</b>	E.B.N.R. Goldrain („Fraktion Goldrain“)
<b>Rechtsform</b>	Öffentlich
<b>Adresse</b>	HAUPTPLATZ 6, 39021 LATSCH Telefon +39 0473 424993
<b>Homepage</b>	<a href="https://www.gemeinde.latsch.bz.it/de/Eigenverwaltung_B_N_R_Goldrain">https://www.gemeinde.latsch.bz.it/de/Eigenverwaltung_B_N_R_Goldrain</a>
<b>Titel des Projekts</b>	Errichtung eines Themenweges (neuer Wander- und Viehtriebweg) zur Soyalm
<b>UM</b>	Untermaßnahme 19.2 – 7.5 Förderung für Investitionen zur öffentlichen Verwendung in Freizeitinfrastruktur, Fremdenverkehrsinformation und kleine touristischen Infrastrukturen
<b>Thematisches Ziel</b>	2 – Nachhaltiger Tourismus
<b>Oberziel</b>	Nachhaltiges Management der natürlichen und kulturellen Besonderheiten
<b>Unterziele</b>	Langfristige Sicherung Almwirtschaft
<b>Beschreibung (Broschüre)</b>	Die Soyalm (2070 m) ist durch keinen Fahrweg erschlossen. Tiere, Tierarzt und Besucher erreichen die Alm nur über einen steilen Wanderweg. Ziel ist eine bessere touristische und naturalistische Erschließung der Alm, um die weitere Bewirtschaftung und Beweidung zu sichern. Der neue Wander- und Viehtriebweg weist eine geringere Steigung (<25%) als der bestehende Weg auf.
<b>Kosten genehmigt LAG</b>	357.475,43 €
<b>Beitrag genehmigt LAG</b>	285.980,34 €
<b>Förderquote</b>	80,00%
<b>Beitrag lt. Dekret</b>	276.816,00 €
<b>ausbezahlter Beitrag</b>	276.816,00 €
<b>Projektdauer (von bis)</b>	2020 – 2022
<b>Kontakt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Name der Organisation: EBNR Goldrain</li> <li>•Name der Person: Eva Ratschiller</li> <li>•Funktion: Sekretärin</li> <li>•E-Mail-Adresse: Fraktion Goldrain &lt;fraktion.goldrain@rolmail.net&gt;, Eva Ratschiller &lt;Eva.Ratschiller@bzgvin.it&gt;</li> </ul>

## 7.2 Antworten Projektfragebogen

Änderungen:

- ◆ Mehrkosten durch Erhöhung der Baumaterialien und notwendige Varianten im Zuge der Ausführung der Arbeiten

Schwierigkeiten:

- ◆ Mehrkosten durch Erhöhung der Baumaterialien (Suche nach Restfinanzierung), Abziehung der Baufirma durch Forst/Nationalpark für deren Vorhaben (Sicherheitsrelevante Vorhaben) mit darauf folgender Verzögerung der Arbeiten, Bauleiter sind nicht gut bei EU-Projekten geschult

Angestrebte Wirkungen: „eher schon“ erfüllt

Arbeitsplätze: 2

Positiv:

- ◆ keine genannt

Kritische Punkte:

- ◆ bürokratische Hürden, für die Restfinanzierung darf man keine weiteren öffentlichen Beiträge beantragen

Anders machen:

- ◆ Projekt mit höheren Kosten einreichen, um Mehrkosten besser auffangen zu können

## 7.3 Lokalausgang

Montag, 16. September, 16:00 – 17:00 Uhr

Anwesende:

- Hermann Atz

Besichtigung des unteren Teils des Weges bis zum Schöngraben

Schlüsselpersonen:

- Manfred Ladurner, ehemaliger Präsident der Eigenverwaltung Goldrain (telefonisch befragt)
- Staffler Thomas, Verwalter für die Fraktion Goldrain, welcher für die Soyalalm zuständig ist (telefonisch befragt)
- Eva Ratschiller, Sekretärin EBNR Goldrain (telefonisch befragt)
- Josef Kaufmann, Senner
- Julia verh. Kaufmann, Almwirtin (telefonisch befragt)
- Hanspeter Gunsch, Nationalpark Stilfserjoch, (telefonisch und per E-Mail kontaktiert)

- Georg Altstätter, Bürgermeister von Martell (persönlich befragt)

Kooperationspartner (laut Tafel und Interview)

- Verwaltung des Nationalparks Stilfserjoch

## **7.4 Die Soyalm**

Die Soyalm liegt an der Ostseite des Martelltales, oberhalb der Ortschaft Ennewasser in der Gemeinde Martell auf einer Seehöhe von gut 2.000 Metern. Auf einer Seehöhe von 2.070 Metern liegt das Almgebäude, das als Wohnhaus des Pächters und als Schankbetrieb dient. Neben dem Almgebäude befindet sich auch noch ein Stall sowie eine Käserei. Die Almfläche der Soyalm ist mittlerweile biozertifiziert ca. 280 Hektar (inkl. nicht nutzbare Fläche z.B. Geröllfeld, zu steil).

Im Jahr 1567 war diese Alm von der Gemeinde Martell für 290 Gulden an die Grafen Franz Hendel zu Goldrain und Caspar zu Ober- und Untermontani verkauft worden. 1815 verkaufte die Gräfin Elisabeth zu Schanzen die Alm an die damalige Gemeinde Goldrain. Heute gehört sie der Fraktion Goldrain (EBNR). Im Jahr 1989 wurde das jetzige Almgebäude errichtet, im Jahr 1997 eine Materialseilbahn.

Die Soyalm dient als klassische Sommerweide für verschiedenen Vieharten, darunter auch Milchkühe. Insgesamt darf die Alm mit maximal 63 GVE bestoßen werden. Die Kuhmilch wird direkt auf der Alm zu Käse verarbeitet. Im Sommer 2024 waren ca. 60 GVE auf der Alm: 20 Milchkühe, Junggrinder, 70 Ziegen, Schafe und Pferde (25 Junghaflinger).

Daneben besteht ein sogenannter Aufschank, in dem auch Speisen angeboten werden. Er wird vom jeweiligen Pächter der Alm betrieben und stellt für diesen einen wichtigen Zuverdienst dar. Nach Schätzung des Fraktionsobmanns liegt der finanzielle Ertrag der Schänke in ähnlicher Höhe wie jener des eigentlichen Almbetriebs samt Käseherstellung.

## **7.5 Projekt Neuer Wander-, Viehtrieb- und Themenweg**

Schon in der 1980er Jahren entstand der Wunsch die Soyalm durch eine Forststraße zu erschließen. Der alte Weg zur Alm war so steil, dass er für die heutigen Kühe kaum mehr begehbar ist; die Kühe gaben nach dieser Anstrengung bis zu einer Woche keine Milch. Eine Zeitlang waren die Kühe einzeln mit der Seilbahn auf die Alm gebracht worden. Doch seit einigen Jahren wird das Ver-

bot, Menschen oder Tiere mit der Seilbahn zu transportieren, streng beachtet. Die Idee zum Bau einer Forststraße konnte jedoch, nicht zuletzt wegen der Schutzbestimmungen im Nationalpark, nicht umgesetzt werden.

Angeregt durch das Beispiel einer Schweizer Alm, machte der damalige Fraktionsvorsteher Manfred Ladurner im Jahr 2019 den Vorschlag, statt einer Forststraße einen schmäleren und steileren Weg zu bauen, der nur von einem Quad oder allenfalls einem Panda befahrbar ist. Dieser Vorschlag wurde von der damaligen Landesrätin für Raumordnung Maria Hochgruber Kuenzer und dem zuständigen Ressort- und Abteilungsdirektor Frank Weber unterstützt und von der Nationalparkverwaltung gutgeheißen.

Die Nationalparkverwaltung argumentiert dabei so, dass die Erhaltung der Almflächen aus Naturschutzgründen wichtig sei, weil bewirtschaftete Almen die Biodiversität erhöhen oder besser gesagt, weil das Aufgeben von Almen diese verringern würde. Gleichzeitig sollte der dafür notwendige Eingriff so schonend als möglich sein, da es sich um steiles und schwieriges Gelände handelt. Der nur von Sonderfahrzeugen befahrbare Viehtriebweg, der schaler und steiler sein kann als eine Forststraße, wurde als tragbarer Kompromiss eingestuft. Zustimmung mussten dann auch noch die Forstbehörde und das Landesamt für Bergwirtschaft

Als geeignete Förderschiene wurde das LEADER-Programm Vinschgau identifiziert. Bei der Antragstellung stand der Bürgermeister von Martell, Georg Altstätter, der Fraktionsverwaltung mit Rat und Tat zur Seite.

## 7.6 Umsetzung

Der Weg wurde mit diesen Vorgaben projiziert, von da an lief alles „wie am Schnürchen“ (Zitat Manfred Ladurner). Der neue Weg auf die Alm beginnt bei der Hauptstraße auf gut 1.500 m und führt bis ans untere Ende der Almwiese auf knapp 2.000 m. Der erste Teil des Erschließungsweges bis zum „Schöngraben“ auf einer Höhe von 1.670 m wurde als Forststraße ausgeführt, da er auch für Waldarbeiten und von der Wildbachverbauung genutzt wird. Der genannte Graben führt nämlich soviel Material (Muren), dass der Weg jährlich mittels Bagger wieder in Stand gesetzt werden muss. Ab dort wird der Weg dann schmaler und steiler, mit Kurvenradien von 9-10 Metern (bei einer Forststraße sind 17 Meter vorgeschrieben). Der Weg endet am unteren Ende der Alm, Spezialfahrzeuge können diese dennoch erreichen.

Der Bau dauerte rund zwei Jahre von 2020 bis 2022, die Kollaudierung erfolgte erst 2024. Während der Bauphase musste der ge-

samte Weg für schwere Baugeräten befahrbar sein, danach wurde er im oberen Teil auf die genehmigte Breite von ca. 3 Metern rückgebaut. Dadurch dass das untere Drittel des Weges als Forststraße bestehen blieb, konnte sich die Eigenverwaltung als Bauherr einiges an Kosten ersparen.

Rund 80 Prozent des Weges wurden neu angelegt, auf der restlichen Strecke musste auf Anweisung der Nationalparkverwaltung der bestehende Weg ausgebaut werden. Dadurch wurde allerdings dieser Teil des historischen Wegs zur Alm zerstört. Ursprünglich war gefordert worden, auch den restlichen Teil des alten Weges rückzubauen, was jedoch auf Intervention der Eigenverwaltung Goldrain und des Alpenvereins unterblieb. Deshalb gibt es nun bis zum Schöngraben zwei Wegevarianten: den Fahrweg vom Parkplatz Soyalm und den Fußweg vom Gasthaus Hölderle.

Der Bau erwies sich als deutlich aufwändiger und damit teurer als vom technischen Planer vorhergesehen; es mussten vor allem mehr Zyklopenmauern errichtet werden, weil der Untergrund sich als zu labil erwies. Weitere Mehrkosten waren auf die Kostensteigerung in der Bauzeit zurückzuführen. Damit kostete das Bauwerk am Ende deutlich mehr als im eingereichten Projekt veranschlagt. Ganz unvorhergesehen war diese Budget-Überschreitung allerdings nicht, die Förderstelle hatte jedoch vermittelt, dass die vorgesehenen Gesamtkosten nicht wesentlich über 300.000 Euro liegen dürften, damit eine Förderung überhaupt in Frage käme. Neben den gestiegenen Baukosten waren Verzögerungen durch den zeitweiligen Abzug der Baufirma für dringliche Maßnahmen im Nationalpark ein Problem bei der Umsetzung.

Um die Chancen auf eine Genehmigung des Projekts zu erhöhen, wurde angeboten, den Weg auch als Themenweg zu gestalten. Denn von der Förderstelle wurde ein solcher als wichtig und relevant für die touristische Nutzung erachtet. In der Folge fand die Fraktionsverwaltung Goldrain eine kostengünstige, originelle Lösung, um entlang des Weges fünf Lehrtafeln aufstellen zu können (siehe unten).



Viehtriebweg im Bau



Bagger auf der Soyalm



Almkäse aus eigener Produktion



Lehrtafel am unteren Ende der Alm

Foto: EBNR Goldrain

*Alle erkannten die Notwendigkeit, den bisherigen sehr steilen Anstieg auf die Alm durch einen neuen Viehtriebweg entlang einer zu 80 Prozent neuen Trasse zu ersetzen und somit den Fortbestand der Almbewirtschaftung zu sichern. Als Projektant und Bauleiter konnte Hermann Tumler vom gleichnamigen technischen Büro für Land- und Forstwirtschaft in Karthaus gewonnen werden. Das von der Baukommission der Gemeinde Martell genehmigte Projekt wurde bei der „Lokalen Aktionsgruppe Vinschgau“ (LAG) als Leader-Projekt eingereicht. 2020 kam die Zusage einer Mitfinanzierung, allerdings mit der Auflage, zusätzlich zum Viehtriebweg auch einen Themenweg zu errichten.*

*Die Idee, für die Errichtung des Themenweges die Grundschule Goldrain mit ins Boot zu holen, hatte die Fraktions-Sekretärin Eva Ratschiller. Den Kindern aller 5 Klassen wurde ein Thema vorgegeben, zu dem sie Bilder malten und Texte schrieben. Die Bilder und Texte dienten als Vorlage für die Gestaltung von 5 Thementafeln aus Cortenstahl, die entlang des Wander- und Viehtriebweges aufgestellt wurden. Befasst haben sich die Kinder mit der Geschichte der Soyalm, der „Roadroscht“, wo man sich immer eine Rastpause gönnte, den Waldberghöfen auf der gegenüberliegenden Talseite, der alten und neuen Brücke über den Soybach und dem „Raabwoadn“. Dieser Name bedeutet „Raubweiden“ und geht darauf zurück, dass die Weide von jenen Hirten genutzt werden durfte, die ihre Tiere nach dem Winter zuerst auf die Weide brachten. Die Finanzierung der Thementafeln übernahm die Bauernjugend Goldrain, die von der Raiffeisenkasse Latsch großzügig unterstützt wurde.<sup>18</sup>*

Öffnungszeiten: Mai bis ca. Mitte Oktober (wetterabhängig)

Die feierliche Eröffnung fand am 10.07.2022 statt.<sup>19</sup>

Beteiligte (unter anderem):

- Landesrätin Maria Hochgruber Kuenzer,
- Ressortdirektor Frank Weber,
- der Marteller Bürgermeister Georg Altstätter, auch Präsident des Nationalpark-Führungsausschusses,
- der Latscher Bürgermeister Mauro Dalla Barba,
- Hanspeter Gunsch, Direktor des Landesamtes für den Nationalpark Stilfserjoch,
- Manfred Ladurner, Präsident der Eigenverwaltung Goldrain von 2015 bis 2022,
- Josef Noggl, Landtagsvizepräsident,
- der Leiter des Forstinspektorates Schlanders, Georg Pircher,
- Josef Stricker, Geistlicher.

---

<sup>18</sup> Quelle: „Guter Kompromiss“ in: Der Vinschger 11/2023

<sup>19</sup> file:///X:/((1141)\_Eval\_Leader\_Vinsch/M2%20Qualitativ/fallstudien/Thema%20-%20Guter%20Kompromiss%20-%20der%20Vinschger.pdf

## 7.7 Wirkungen

Als positive Wirkungen des neuen Weges wurden von den verschiedenen Interviewpersonen genannt:

- Die Aufrechterhaltung der Bewirtschaftung der Alm: Heute können die Kühe, so wie alle anderen Vieharten, über den neuen Weg auf die Alm getrieben werden. Die Belieferung erfolgt allerdings weiterhin mittels der Materialseilbahn. Der Weg stellt gleichzeitig eine Alternative dar, falls die Materialseilbahn aufgrund von Wartungen/Revisionen außer Betrieb ist.
- Bei Notfällen ist ein befahrbarer Weg sehr wichtig, z.B. für den Tierarzt; einmal ist der Waal gebrochen (Wasseraustritt). In diesen Fällen werden dann die genannten Fahrzeuge benutzt.
- Durch die Anlage des Wegs ist es wesentlich leichter, Handwerker für Reparaturen oder Instandhaltungsarbeiten zu finden (Kaminkehrer, Elektriker, Wartung des kleinen Generators zur Stromerzeugung aus Wasserkraft; eine Neueindeckung des Schindeldaches steht an); viele hatten sich geweigert, den alten steilen Weg zu benutzen. Jetzt können sie den unteren Teil des Forstwegs befahren und die restliche Strecke leichter zu Fuß zurücklegen.
- Der Weg ist auch touristisch von Bedeutung. Es kommen nun wesentlich mehr Gäste auf die Alm, vor allem Wanderer, aber auch E-Biker – die es vorher überhaupt nicht gab. Laut Schätzung des Fraktionsobmanns kommen an guten Tagen ca. 10 Radfahrer. Der Parkplatz an der Straße ist bei gutem Wetter in der Saison meistens gut gefüllt.
- Der Weg ist auch bei (einheimischen) Familien recht beliebt, obwohl er für Kinder eine gewisse Herausforderung darstellt. Vor allem der Entwurf der Tafeln durch Grundschul Kinder in Goldrain hat das Interesse der unmittelbar beteiligten und anderer Familien geweckt.
- Durch die Lehrtafeln wird die Geschichte der Alm und ihrer Bewirtschaftung einem breiteren Kreis von Personen nahegebracht.
- Die Pächter sind auf das Zusatzeinkommen aus dem Ausschank angewiesen. Ohne dieses wäre es schwer jemanden zu finden, der das Vieh auf der Alm betreut und die Milchkühe melkt.



Beginn der Forststraße



Schranke am Beginn des Themenweges



Erste Lehrtafel



Zyklopenmauern beim Schöngraben

Foto: apollis

## 7.8 Abgleich mit Entwicklungsstrategie

### Entwicklungsbedarf (relevante Prioritäten)

- Ausbau des hochalpinen Wanderwegenetzes gekoppelt mit entsprechender Vermarktung von Paketen
- Entwicklung zielgruppenspezifischer touristischer Angebote für die Almwirtschaft
- Aufwertung des natürlichen und kulturellen Erbes
- Sensibilisierung für den Natur- und Kulturreichtum

### Ober- und Unterziele

- Nachhaltiges Management der natürlichen und kulturellen Besonderheiten
  - ◆ Langfristige Sicherung Almwirtschaft

**Untermaßnahme 7.5:** Förderung für Investitionen zur öffentlichen Verwendung in Freizeitinfrastruktur, Fremdenverkehrsinformation und kleine touristischen Infrastrukturen.

- Mit der Untermaßnahme 7.5 wird das Ziel verfolgt, den alpinen Raum aufzuwerten und die große Bedeutung für den Tourismus und Erholung hervorzuheben.

- ◆ Der Wald ist gemeinsam mit den Almen ein privilegierter Lebensraum, den immer mehr Einheimische und Gäste in der Freizeit für sportliche Tätigkeiten und Erholung nutzen.

### Chancen

Als Chance im Bereich Natürliches und kulturelles Erbe wurde in der Entwicklungsstrategie u.a. angeführt:

- Bevölkerung wird sich der Bedeutung der wertvollen Natur und Kultur und insbesondere der Schutzgebiete stärker bewusst

Im Bereich Tourismus wird dagegen genannt:

- Ausbau bzw. bessere Vermarktung von regional und überregional bedeutsamen Rad- und Wanderwegen

## 7.9 Bewertung durch Evaluator

Das Projekt entspricht wichtigen Entwicklungszielen in der Strategie, insbesondere dem Ausbau des Wanderwegenetzes und der Entwicklung zielgruppenspezifischer touristischer Angebote für die Almwirtschaft. In erster Linie dient es der langfristigen Sicherung der Almwirtschaft.

Die Soyalm gehört zwar der Eigenverwaltung Goldrain, ist aber aufgrund des landwirtschaftlichen Strukturwandels (Spezialisierung auf Obstbau) und der relativ großen Entfernung nur mehr schwach im Bewusstsein der Bevölkerung dieser Ortschaft verankert. Durch die Einbeziehung der Grundschüler/innen von Goldrain in die Gestaltung der Lehrtafeln und durch die Berichterstattung rund um den Bau des neuen Weges konnte die Bindung wieder etwas gestärkt werden. Das ist als gelungene Sensibilisierung für die eigene Geschichte und die kulturelle Bedeutung der Almwirtschaft in früheren Zeiten zu werten.

Als effektiv ist das Projekt einzustufen, wenn es tatsächlich in erheblichem Maß dazu beiträgt, dass die Alm weiter bewirtschaftet wird und so die Almweiden in ihrem Charakter erhalten bleiben. Die einzelnen Faktoren, die das – laut Aussage der Auskunftspersonen – bewirken sollen, sind weiter oben im Abschnitt „Wirkungen“ aufgelistet. Zur tatsächlichen Relevanz der angeführten Faktoren gibt es allerdings unterschiedliche Einschätzungen. Einigkeit herrscht darüber, dass der Almauftrieb und Abtrieb sehr erleichtert wurde. Für die laufende Tätigkeit auf der Alm (Behütung, Melchen, Milchverarbeitung, Aufschankbetrieb), hat die Errichtung des Weges nicht allzuviel verändert, da die Versorgung nach wie vor über die Materialeilbahn stattfindet und die Milch an Ort und Stelle verarbeitet und vermarktet wird. Außerdem hält sich die Pächterfami-

lie in den Sommermonaten permanent auf der Alm auf und nutzt den Weg nicht zum Pendeln.

Ein gewisser touristischer Aufschwung ist offenbar zu verzeichnen, wenn auch in bescheidenem Ausmaß. Das gilt für Wanderer mehr als für Radfahrer, da der Weg aufgrund seiner Steilheit auch mit dem E-Bike relativ hohe Anforderungen stellt (außerdem müssen auf der Alm selbst Elektrozäune überwunden werden). Leider fehlen genauere Daten über die touristische Nutzung des Weges.

Andererseits ist das jetzige Almgebäude nicht für einen großen Ansturm gerüstet und die aktuelle personelle Besetzung und technische Ausstattung (z.B. die Sicherheit der Stromversorgung) würde ebenfalls nicht ausreichen. Dass ein solcher Ansturm überhaupt angestrebt wird oder werden sollte, scheint ohnehin eher zweifelhaft. Denn er würde dem Charakter einer abgelegenen, urigen Alm, die in hergebrachter Weise bewirtschaftet wird abträglich sein.

Aufgrund der Lage im Nationalpark in ökologisch und geologisch sensiblem Gelände ist dem Aspekt der Nachhaltigkeit und des Schutzes der Natur bei der Planung und Umsetzung zu Recht großes Augenmerk geschenkt worden. Nicht zuletzt war deshalb die Errichtung eines normalen Wirtschaftsweges nicht bewilligt worden. Trotzdem haben die notwendigen Baumaßnahmen zu erheblichen Eingriffen geführt, etwa in Form zahlreicher Zyklopenmauern. Aber alles in allem ist das Projekt dennoch ein gelungenes Beispiel, wie Naturschutz und landwirtschaftliche Bedürfnisse einen Ausgleich finden können.

Offenbar ebenfalls aus Naturschutzgründen hat die Nationalparkverwaltung verlangt, den neuen Viehtriebweg zum Teil auf der Trasse des alten Steiges anzulegen – und diesen damit in besagten Teilbereichen zu zerstören. Aus Sicht des Evaluators ist diese Vorgabe nicht ganz nachvollziehbar, da historische Pfade Kulturdenkmäler darstellen. Zudem ziehen manche Wanderer derartige eher steile Steige einem gewundenen Schotterfahrweg vor.

Etwas ambivalent erscheint zudem die vom LAG-Management angeregte Ausgestaltung als Themenweg. Positiv daran ist zweifellos die Einbeziehung der Goldrainer Schulkinder und damit, wie oben angemerkt, dass die Bevölkerung von Goldrain an die zur Fraktion gehörende Soyalm erinnert wurde. Zudem konnten so Kosten eingespart werden. Andererseits wird auch von verschiedenen Akteuren der Regionalentwicklung angemerkt, dass die Anlage von Themenwegen in den letzten Jahren inflationär geworden sei. Auf diese Weise machen sie sich gegenseitig Konkurrenz und verlieren an Anziehungskraft.

Auf dem Hintergrund der allgemeinen Ziele des LEADER-Programms Vinschgau sollte die Aufrechterhaltung der Almbewirtschaftung und die Aufwertung der Alm als touristisches Ziel auch ohne Anlage eines weiteren Themenwegs eigentlich ausreichend sein, um das Projekt als förderwürdig einzustufen.

Wegen des Zusammenwirkens der Nationalparkverwaltung Stilfs-erjoch und der Eigenverwaltung Goldrain kann man davon ausgehen, dass der neue Viehtrieb-, Wander- und Themenweg auf längere Sicht gut instandgehalten wird, die Nachhaltigkeit in diesem Sinn also gesichert ist.

Für die Fortführung der Almbewirtschaftung in der hergebrachten Form stellt der Weg eine gute Voraussetzung dar. Gesichert kann diese jedoch nur in Kombination mit anderen Faktoren werden, wie Instandhaltung und Modernisierung der Almgebäude, attraktive Pachtbedingungen und allgemeine wirtschaftliche Entwicklung im Bereich der Berglandwirtschaft. Zudem braucht es weiterhin die Unterstützung durch die Nationalparkverwaltung.

## 8 Schlussfolgerungen

Die beschriebenen Fallstudien sollten es ermöglichen, die Wirksamkeit des LEADER-Programms Vinschgau 2014-2022 anhand von ganz konkreten Projekten zu überprüfen. Jeder Fall ist besonders in seiner Entstehung, seinen Zielen, seinen Rahmenbedingungen, den beteiligten Akteuren und der konkreten Umsetzung. Doch alle sollten sich an den Bedürfnissen und Potenzialen der Region orientieren und sich an der Strategie des LEP ausrichten.

Diese Angemessenheit kann den in den Fallstudien untersuchten Projekten uneingeschränkt zugestanden werden. Offensichtlich ist es dem LAG-Management gelungen, interessante Projektvorschläge anzuregen und gute, passende Projekte auszuwählen. Grundsätzlich ist allen Beispielprojekten auch Effektivität, also mehr oder weniger klar nachweisbare Wirkungen, zuzusprechen. Da es sich bei allen LEADER-Projekten um kleine Eingriffe handelt, kann allerdings nicht von sehr starken Impulsen für die Region als Ganzes ausgegangen werden. Vielmehr handelt es sich um Beiträge, die nur im Rahmen einer ganzheitlichen koordinierten Strategie öffentlicher und privater Akteure wirklich zum Tragen kommen können.

Eine solche Strategie ist zu erkennen, doch erscheint die Vernetzung der unterschiedlichen Akteure und die Abstimmung zwischen verschiedenen Förderprogrammen und privaten Initiativen ausbaufähig. So könnte beispielsweise die touristische Nutzung lokal hergestellter Bio-Produkte, einschließlich ihrer Herstellung selbst, systematischer gefördert und nicht allein privater Initiative überlassen werden (Fallstudie Kräuterschlössl). Die lokale Bevölkerung könnte durch geeignete Bildungs- und Informationsmaßnahmen noch stärker an die das kulturelle Erbe der Region herangeführt werden (Fallstudie Archaikweg). Und lokale Medien wie touristische Kommunikation könnten die Aufmerksamkeit von Gästen und Einheimischen bewusster auf historische Sehenswürdigkeiten (Fallstudie Museum Badhaus) und weniger bekannte touristische Ziele (Fallstudie Soyalm) lenken. Das Projekt Museum Badhaus weist auch darauf hin, dass die lokalen Ressourcen, etwa schon bestehende Museen oder auch das Wissen von Laienhistorikern, noch besser genutzt und eingebunden werden könnten.

Erfreulich ist schließlich festzustellen, dass das Spektrum der Nutznießer breit gestreut ist: die ansässige Bevölkerung, Tagesgäste aus der Region, Urlaubende und Wirtschaftstreibende können von fast jedem der untersuchten Fallbeispiele profitieren.

## 9 Anhang: Leitfaden

(an die jeweilige Person und Rolle anzupassen)

Name des Projekts, Projektträger

Laufzeit des Projekt?

Seit wann kennen Sie das Projekt? Waren Sie schon in der Entstehungsphase dabei, also vor dem offiziellen Antrag auf Finanzierung durch das LEADER-Programm?

Woher kam der Anstoß zum Projekt?

Wer waren oder sind die Schlüsselpersonen, die für die Entstehung und die Realisierung des Projekts gesorgt haben?

Was genau war Ihre Rolle, Ihre Funktion im Projekt?

- Projektverantwortliche/r
- Projektleiter/in
- Assistent/in der Projektleitung
- Mitglied der Projektarbeitsgruppe
- Expertin/Experte, Berater/in, Projektant/in
- Sonstiges

Sind Sie mit dem Ergebnis des Projekts grundsätzlich zufrieden?  
Betrifft es Sie persönlich?

Was ist der Nutzen bzw. der Mehrwert des Projekts für die Region?

Wer profitiert vom Projekt am meisten?

- Projektträger-Organisation selbst (bzw. Pächter oder direkter Nutznießer)
- Lokale Wirtschaft (Landwirtschaft, Tourismus, Gastronomie, ...)
- Lokale Bevölkerung
- Touristen (inkl. Tagestouristen)
- Gemeinden und andere öffentliche Verwaltungen
- Vereine und andere gemeinnützige Organisationen
- Bildungseinrichtungen

Welche konkreten Auswirkungen hat das Projekt, die sich auch in Zahlen und Daten niederschlagen?

Beispielsweise:

- Umsatzsteigerung, höhere Rentabilität
- Zusätzliche Arbeitsplätze
- Mehr Gäste, Besucher (Frequenzzählung)

- Höherer Bekanntheitsgrad  
→ Können Sie das quantifizieren?

Welche qualitativen Auswirkungen hat das Projekt?

- Image der Region
- Attraktivität der Tourismusdestination (Breite des Angebots, Alleinstellungsmerkmal, neue Zielgruppen von Gästen)
- Gästebindung
- Identifikation der lokalen Bevölkerung mit der Region (kulturelle, historische, politische, wirtschaftliche Besonderheiten)
- Erhöhung des Verständnis für lokale Geschichte und Kultur

Glauben Sie, dass das Projekt wirtschaftlich nachhaltig ist? Wird es auch in einigen Jahren noch bestehen und nützlich sein?

Ist das Projekt auch im ökologischen Sinn verträglich und nachhaltig?

Wie innovativ ist das Projekt? Hat es Vorbildcharakter für andere, ähnlich gelagerte Initiativen in der Region?

Welche Akteure waren in die Planung und Umsetzung des Projekts einbezogen?

- Unternehmen,
- Verbände,
- öffentliche Verwaltung,
- Kulturvereine,
- Bürger,
- usw.

Wie gut hat die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren geklappt? Hat sie zu stärkerer Vernetzung und Kooperation geführt?

Was macht Sie rückblickend besonders zufrieden mit Ihrem Projekt?

Was gefällt Ihnen vielleicht nicht so gut am Projekt?

Was würden Sie nachträglich anders machen?

Hätte es Ihr Projekt auch ohne LEADER-Förderung gegeben?



**apollis** – *Institut für Sozialforschung und Demoskopie ist eine private Forschungseinrichtung, die seit 1993 empirische Untersuchungen im Auftrag öffentlicher und privater Kunden durchführt.*

*In Südtirol, am Schnittpunkt zweier Kulturräume gelegen, sind wir primär im regionalen Kontext tätig. Die Vorteile der Dreisprachigkeit (Deutsch, Italienisch, Englisch) werden zunehmend auch in internationalen Forschungszusammenhängen eingebracht.*

*Wir legen großen Wert auf Kunden-nähe, Praxisrelevanz, Objektivität und wissenschaftliche Sorgfalt. Eine zentrale Rolle spielt dabei die enge Zusammenarbeit mit unseren Auftraggebern und Projektpartnern, angefangen von der Formulierung der Forschungsfragen bis zur Umsetzung der Ergebnisse.*

*Als praxisorientiertes Forschungsinstitut nutzen wir je nach Aufgabenstellung quantitative und/oder qualitative Methoden. Unsere Methodenkompetenz und die multidisziplinäre Zusammensetzung des Teams erlauben es uns, Fragestellungen aus den verschiedensten Themenbereichen zu bearbeiten.*

*Ein Überblick über unsere Leistungen findet sich unter [www.apollis.it](http://www.apollis.it)*

**apollis** – Centro di Ricerca Sociale e demoscopia è un istituto di ricerca privato che dal 1993 conduce studi e indagini empiriche per conto di clienti sia pubblici che privati.

In Alto Adige, in quanto punto d'incontro di due culture, siamo principalmente attivi nel contesto regionale. I vantaggi del trilinguismo (tedesco, italiano, inglese) ci inseriscono in misura sempre crescente anche in contesti internazionali di ricerca.

Orientamento al cliente, rilevanza pratica, obiettività e accuratezza scientifica sono per noi di notevole importanza. La stretta collaborazione con i nostri committenti e partner, che va dalla formulazione dei quesiti di ricerca fino implementazione dei risultati, svolge quindi un ruolo centrale.

Come istituto di ricerca orientato alla pratica impieghiamo i metodi di ricerca più appropriati, quantitativi e/o metodi qualitativi, in relazione al compito ricevuto. La nostra competenza metodologica e la composizione multidisciplinare del team ci permettono di elaborare quesiti di ricerca in una molteplicità di ambiti della ricerca.

*Per dare uno sguardo ai nostri servizi e prodotti si rimanda al sito [www.apollis.it](http://www.apollis.it).*

# Endevaluation LEADER Vinschgau 2014-2022

## Valutazione ex post LEADER Val Venosta 2014-2022

### Teil 2b: Fallstudien

#### Steckbrief

#### Ausgangslage

Im Rahmen des Entwicklungsprogramm für den ländlichen Raum 2014-2022 – Maßnahme LEADER hat die Bezirksgemeinschaft Vinschgau **apollis** als externen Dienstleister mit der Konzeption und Durchführung einer abschließenden Bewertung der Programmperiode 2014-2022 beauftragt. Neben einer Online-Befragung von Projektträgern und der Auswertung der Projektdatenbank sind dafür Fallstudien vorgesehen.

#### Ziele

Ziel der Fallstudien zu ausgewählten Projekten ist es, die Ergebnisse der Online-Befragung von Vertretern der Projektträger und der Dokumentenanalyse mittels eines qualitativen Ansatzes zu ergänzen und zu vertiefen.

#### Methode

Jede Fallstudie soll ein einzelnes Projekt umfassend beschreiben und sodann hinsichtlich seiner Nachhaltigkeit und des Entwicklungsimpulses, der von ihm ausgeht, analysieren. Dazu sollen unterschiedliche Blickwinkel erfasst werden.

Zentrale Verfahren sind strukturierte Interviews mit geeigneten Zielpersonen. Diese werden durch Dokumentenanalyse, Internetrecherche und Lokalaugenschein ergänzt.

© apollis 2024

### Modulo 2b: Studi di caso

#### Abstract

#### Punto di partenza

Nell'ambito del programma di sviluppo rurale 2014-2022 – misura LEADER, la comunità comprensoriale della Val Venosta ha incaricato **apollis**, in qualità di fornitore esterno di servizi, di progettare e realizzare una valutazione finale del periodo di valutazione 2014-2022. Oltre a un sondaggio online tra gli organizzatori dei progetti e alla valutazione del database dei progetti, sono previsti degli studi di caso.

#### Obiettivi

L'obiettivo degli studi di caso sui progetti selezionati è integrare e approfondire i risultati del sondaggio online condotto tra i rappresentanti degli organizzatori dei progetti e dell'analisi dei documenti, utilizzando un approccio qualitativo.

#### Metodo

Ogni studio di caso intende descrivere in modo esaustivo un singolo progetto e analizzarlo sotto il profilo della sostenibilità e della capacità di promuovere lo sviluppo. A tal fine, è necessario analizzare diverse prospettive.

Il metodo principale è costituito da interviste strutturate con persone competenti in materia. A queste si aggiungono le analisi di documenti, le ricerche su Internet e i sopralluoghi in loco.