

Auf der Alp gibt's Regionales

Für viel regionalen Genuss sorgt der Verein Allgäuer Alpgenuss. In Immenstadt/Stein fand die Jahreshauptversammlung statt.



Bevor es wieder auf die Alpen geht, besuchten die Mitglieder des Vereins Allgäuer Alpgenuss die Jahreshauptversammlung. Fotos: Läufe

Wer die Wanderschuhe schnürt und Richtung Alpe aufbricht, der will dort oben am Ziel was G'scheites zum Essen haben. Am besten was selbst Gemachtes oder zumindest Milch, Käse, Bier und Wurst aus der Region. Auswahl haben die Wanderer inzwischen genug. 41 Allgäuer Alpen tragen die Alpgenuss-Plakette. Daneben hat der Verein 76 eingetragene Lieferanten und 18 Freunde, zählte der 1. Vorsitzende Christoph Hieke auf. Auch die zwei Kommunen Sonthofen und Bad Hindelang gehören dazu.

Und der Verein wächst: Vier neue Mitgliedsalpen traten dem Verein bei. Kristina Dallmeier von der Pfarralpe in Missen, Manfred Schmeiser von der Alpe Schneidberg in Wiedemannsdorf, Baschtl Wölfler von der Juget-Alpe aus Immenstadt/Missen und Albert und Bettina Hörburger von der Wachtersalpe in Niedersonthofen bekamen am Abend ihre Plakette überreicht. Die Älplerin Bettina Hörburger wurde am Abend

auch gleich zur Beisitzerin gewählt. Erfreulich war, dass sechs Mitgliedsalpen beim Bergkäseanstich fünf Mal Gold und sogar den Siegerpreis abstauben konnten. Nicht nur die Alpen, auch der Verein hatte im Jahr einiges geleistet. Der Verein präsentierte sich auf dem FairTrade Markt in Sonthofen und auf dem Käsefestival in Oberstdorf. Er ließ Brotzeitbrettl fertigen und kooperierte mit der Allgäu-Walser-Card und dem Verein MirAllgäuer. Ein Spot lief mehrmals bei RSA und an der Hornalpe am Imberger Horn entstand ein Kunstpfad. Daneben erstellte Petra Christ, die für das Marketing zuständig ist, einen Imageflyer. Das Lob klang aus Hiekes Mund so: »Wenn du so weitermachst, wirst du noch eine Älplerin.«

Ein Produkt kostet, was es kosten muss

Der Verein hatte Nikolaus von Doderer, einen der Geschäftsführer des Netzwerkes »Unser Land«, eingeladen.



Nikolaus von Doderer, einer der Geschäftsführer des Netzwerkes »Unser Land«, sprach darüber, wie in 20 Jahren eine wertvolle Marke entstehen konnte.

Seit zwanzig Jahren gibt es das erfolgreiche Netzwerk, dessen regionale Produkte man an dem eingängigen Logo erkennt. Doderer erzählte, dass bei ihnen die Preise von unten nach oben festgelegt werden. Man stelle die Frage, wie viel Aufwand der Erzeuger hat und was das Produkt kosten muss. Nur faire Preise sichern schließlich Existenzen und stärken die Region, argumentierte er. Eine Besonderheit des Netzwerkes ist, dass nicht die Geschäftsführer, sondern Solidargemeinschaften entscheiden, ob ein Produkt aufgenommen wird. Dazu gehören Vertreter aus Landwirtschaft, Handwerk/Handel, Kirche, Verbraucher und Umweltschutz, die darüber diskutieren und abstimmen.

Danach stellte Uli Hüttenrauch ein neues Erlebnisportal vor. Die Gäste kämen nicht ins Allgäu, weil die Ferienwohnung so schön ist, sondern weil sie etwas erleben wollen. Doch oft sei der Urlaub schon wieder rum, bis der Gast ein tolles Angebot entdeckt hat. Eine neue Internetseite soll das verhindern. Dort sollen Erlebnis-Angebote wie Ziegenkäse- oder Kräuterwanderung, Kässpätzchen-Essen oder ähnliches aufgelistet und vermarktet werden. Man könne damit, betonte Hieke, die Alpwirtschaft transportieren.

Gab es sonst noch was? Der Vorstand wurde entlastet, die Kasse passte. Damit steht der neuen Alpsaison mit hoffentlich vielen hungrigen Gästen nichts mehr im Weg. Monika Läufe