

# SPONSORING – PARTNERSCHAFTEN: WELCHEN WEG GEHT DER | naturschutzbund |?

Die Zerstörung wertvoller Lebensräume schreitet ungehindert voran. Deshalb brauchen Natur- und Umweltschutzorganisationen finanzielle Unterstützung für ihre vielfältigen Aktivitäten. Hier mit Wirtschaftsbetrieben zusammenzuarbeiten ist eine von verschiedenen Möglichkeiten – und eine Gratwanderung dazu. VON BIRGIT MAIR-MARKART

**D**er Naturschutzbund braucht für seine Arbeit finanzielle Mittel. Diese sicherzustellen, ist gar nicht so einfach, haben wir als Produkt doch vordergründig „nur“ unseren Einsatz für die Natur anzubieten. Spenden, Mitgliedsbeiträge und ehrenamtliche Tätigkeiten vor Ort sind dabei ganz wichtige Pfeiler. Erst unlängst hat eine großzügige Dame im Rahmen unserer Naturfreikauf-Aktion mit ihrer Spende den Ankauf einer fast 6.500 m<sup>2</sup> großen Iriswiese ermöglicht. Doch solcherlei Freuden gibt es leider nicht jeden Tag.

Unsere bundesweiten Kampagnen, wie vielfalt**le-**ben, Abenteuer Faltertage oder die Auenstrategie werden von der öffentlichen Hand gefördert, zumeist im Rahmen der sogenannten „Ländlichen Entwicklung“, einem Programm von Bund, Ländern und EU. Solche Förderungen sind grundsätzlich gute und wichtige Finanzierungsschienen, auch wenn damit recht viel Bürokratie einhergeht und sämtliche Projektausgaben vorfinanziert werden müssen.

Das dritte Standbein „Sponsoring“ – also Geld-, Sach- oder Dienstleistungen von Unternehmen anzunehmen – hat in den letzten Jahren auch bei uns an Bedeutung gewonnen. Denn in der Finanzierung breit aufgestellt zu sein, ist überlebensnotwendig. Die drei Standbeine Spenden – Förderungen – Sponsoring sichern uns nämlich nicht nur die nötigen finanziellen Mittel für unsere Arbeit, sondern gleichzeitig auch eine bestmögliche Unabhängigkeit im Einsatz für Natur und Umwelt.

## PARTNER AUS DER WIRTSCHAFT BRINGEN ZWEIFACHEN NUTZEN

Deshalb hat der Naturschutzbund in den letzten Jahren auch zunehmend den Dialog mit verantwortungsbewussten Unternehmen gesucht und ausgebaut. Und das mit zweifachem Nutzen: Zum einen bekommen wir durch die Zusammenarbeit mit Institutionen Zugang zu Entscheidungsträgern und deren meist auch offene Ohren für unsere Anliegen.

Viele Organisationen haben sich unseren Kampagnen und Naturschutzaktivitäten angeschlossen und unterstützen diese nicht nur ideell und finanziell, sondern auch mit eigenen Naturschutzaktivitäten auf ihren Flächen und in ihrem Verantwortungsbereich. Zum anderen können wir durch die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft Geldmittel oder auch Sachspenden für Projekte lukrieren, neue Zielgruppen erreichen und so breites Bewusstsein für Natur- und Umweltschutz schaffen. Diese Kooperationen helfen somit unsere Naturschutz-Ziele zu erreichen.

## ES BRAUCHT GLAUBWÜRDIGE PARTNERSCHAFTEN

Dennoch: Geld von Firmen anzunehmen ist eine Gratwanderung zwischen fruchtbarer Kooperation und der Gefahr „gekauft“ zu werden. Bei der Wahl der Kooperationspartner legen wir im Naturschutzbund daher großen Wert auf unsere unabhängige Position und achten darauf, dass eine Zusammenarbeit die Glaubwürdigkeit unserer Arbeit nicht beeinträchtigt. Firmen, die unseren Zielen Natur- und Lebensraumschutz klar entgegenstehen – sei es durch ihre Wirtschaftsweise oder durch ihr Image – kommen für uns als Partner nicht in Frage.

## GUTE ERFAHRUNGEN

Bis dato konnten wir nur gute Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Firmen machen. Die Dauer unserer Kooperationen beweist, dass auch unsere Partner-Unternehmen die Zusammenarbeit mit dem Naturschutzbund schätzen – als durchaus kritischen, aber gleichzeitig stets kompetenten und glaubwürdigen Partner.



Text: Mag. Birgit Mair-Markart  
Bundesgeschäftsführerin  
birgit.mair-markart@naturschutzbund.at



PARTNER  
DES NATURSCHUTZBUNDES

Das 19-köpfige Team aus qualifizierten Mitarbeitern begleitet seine über 600 Klienten – darunter auch den Naturschutzbund – durch den umfassenden „Gesetzesdschungel“.

Foto: Schöberl GmbH



## FÖRDERER IN DER ZWEITEN GENERATION

**Sponsoring einmal anders: Unentgeltliche Unterstützung des | naturschutzbund | in steuerlichen Angelegenheiten**

Die Schöberl SteuerberatungsGmbH in St. Michael im Lungau versteht sich als Dienstleisterin in sämtlichen Steuer- und Wirtschaftsfragen. Bereits in zweiter Generation begleiten wir nun schon den Naturschutzbund – Bundesverband und Landesgruppe Salzburg – in steuerlichen Angelegenheiten. Die weitgehend intakte Natur im Lungau liegt uns besonders am Herzen. Der Naturschutzbund übernimmt auch in diesem Landesteil immer wieder wertvolle Aufgaben im Natur- und Umweltschutz. Aus diesen Gründen unterstützen wir ihn mit großer Freude sowohl finanziell als auch ideell. Wir freuen uns auf weitere gute Zusammenarbeit!

*Schöberl Steuerberatungsgesellschaft m.b.H. | 5582 St. Michael | [www.wtschoberl.at](http://www.wtschoberl.at)*

## NATURSCHUTZ UND ZÜNDHÖLZER – PASST DAS ZUSAMMEN?

Feuer zu haben und Feuer machen zu können ist eines der elementaren Dinge im Leben des *Homo sapiens*. Feuer ist zwar eines der vier Elemente, kommt aber in der Natur sehr selten vor. Deshalb geben wir den Menschen Feuer, indem wir seit mehr als 170 Jahren Zündhölzer herstellen.



Rupert Waranitsch und Birgit Mair-Markart

Der wichtigste Rohstoff für die Herstellung von Zündhölzern ist Holz, ein nachwachsender Rohstoff, mit dem – auch in unserem eigenen Interesse – sorgsam umgegangen werden muss. Bereits seit den frühen 1980er Jahren, also lange bevor das Wort Nachhaltigkeit zum Modewort mutiert ist, wird das Holz für die Herstellung unserer Zündhölzer ausschließlich aus Waldbeständen mit garantierter Wiederaufforstung verwendet. Mit dieser Festlegung zur Nachhaltigkeit und mit der Umsetzung der EU-Norm EN 1783:1997:SAF (Sichere, die Umwelt schonende Zündhölzer) leisten wir nun schon seit einigen Jahrzehnten unseren aktiven Beitrag zum Schutz der Natur.

Vor diesem Hintergrund ist es nur ein kleiner Gedankenschritt zur aktuellen Kooperation mit dem Naturschutzbund Österreich: Auf unseren Zündholzschachteln zeigen wir seit 2011 in Motiv-Serien die Schönheit der Natur: Waren es zuerst seltene und gefährdete Pflanzen, so sind es derzeit heimische Tagfalter mit einem Link auf die Meldeplatt-

form naturbeobachtung.at. Damit wollen wir Tiere und Pflanzen unseres Landes vorstellen, um einerseits die Artenkenntnis zu verbessern, andererseits den Reichtum der Natur bewusst machen – denn einsetzen wird man sich nur für das, was man auch kennt.

Auf den Zündholzschachteln mit den Pflanzen- und Schmetterlingsmotiven transportieren wir zwei Botschaften, die uns genau in dieser Kombination wichtig sind: „SIRIUS Zündhölzer sind ein nachhaltig hergestelltes Produkt UND der Schutz der Natur ist uns ein wichtiges Anliegen!“

In einer weiteren Kooperation auf sozialer Ebene unterstützt SIRIUS mit eigens gestalteten Zündholzschachteln schon seit 27 Jahren sehr erfolgreich die ORF-Aktion „Licht ins Dunkel“.

*Kontakt: Sirius Match Austria GmbH, Rupert Waranitsch, Geschäftsführer  
[info@matchaustria.at](mailto:info@matchaustria.at),  
[www.matchaustria.at](http://www.matchaustria.at)*





37 Gemeinden sind bisher dem Gemeindeforum beigetreten (Bild o.).



Schon im Vorfeld der Kampagne hat der Naturschutzbund die Wirtschaft ins Boot geholt und einige Unternehmen für einen „Artenschutzpakt“ gewinnen können.

#### SUSTAINHUB: DATENDREHKREUZ FÜR DEN AUSTAUSCH VON NACHHALTIGKEITSDATEN

Unternehmen stehen oft vor der Herausforderung, nicht auf relevante Nachhaltigkeitsdaten – wie etwa eingesetzte Materialien – der vorgeschalteten Lieferketten zurückgreifen zu können. Die Datenerhebung bringt bürokratischen Aufwand und die Gefahr falscher Interpretationen mit sich. SustainHub, ein internationales Forschungsprojekt, das von der EU-Kommission gefördert und vom Fraunhofer Institut für Produktionstechnik und Automatisierung geleitet wird, entwickelt Lösungen für diese Herausforderungen: Sammlung und Austausch von Nachhaltigkeitsdaten (Energie- und Stoffverbrauch, gesetzliche Verbote gefährlicher Stoffe, z. B. in der Altautorichtlinie) entlang der Lieferkette wie auch zwischen verschiedenen Unternehmen auf gleicher Ebene in der Liefer- bzw. Wertschöpfungskette. Es bietet Firmen ein Bewertungsgerüst, mit dem sie eben diese Wertschöpfungskette auf Nachhaltigkeit überprüfen können. Ziel der Entwicklungen ist eine integrierte Softwarelösung, die den Austausch und die Verarbeitung aller Nachhaltigkeitsdaten in Wertschöpfungsketten ermöglicht und vereinfacht. Die Grazer Uni wird bis Ende 2015 einen Bewertungskatalog für nachhaltige Produktionsprozesse erarbeiten. Adressaten des Projekts sind insbesondere die Elektronik- sowie die Automobilindustrie.

Quellen: [www.ipa.fraunhofer.de](http://www.ipa.fraunhofer.de) (Forschungsprojekte), *SN Spezial: Nachhaltigkeit ist mehr*, 6. 11. 2014

Link: [www.sustainhub-research.eu/](http://www.sustainhub-research.eu/)

#### INFOBOX

## BUSINESS & BIODIVERSITY UND DIE INITIATIVE „vielfaltleben“

Die Themen Biodiversität oder Artenvielfalt wurden sehr lange in eine gemütliche, romantisierende Ecke der Naturschützer und Orchideenliebhaber gestellt. Unter dem Eindruck des dramatischen Arten- und Lebensraumschwundes hat Österreich eine Initiative ins Leben gerufen, die sich zum Ziel gesetzt hat, die Anliegen des Biodiversitätserhalts als gemeinsame Aufgabe der Gesellschaft zu etablieren.

VON GABRIELE OBERMAYR

Unter dem Motto „Jeder kann einen Beitrag leisten“ ist es das Ziel von **vielfaltleben**, die Anliegen des Biodiversitätserhalts als gemeinsame Aufgabe der Gesellschaft zu etablieren. Dementsprechend breit ist die „Allianz der Vielfalt“ aufgestellt. Zu ihr gehören prominente Botschafter für die Leitarten der Kampagne, wie z. B. Claudia Reiterer, Gisela Hopfmüller, Ursula Strauß, Hansi Hinterseer, Thomas Geierspichler, Thomas Brezina, Gregor Seberg, Sepp Forcher u. v. a.. Mit zahlreichen Unternehmen, einschließlich Grundbesitzern, wurden Arbeitsvereinbarungen abgeschlossen. Andere Partner setzen sich z. B. als Sponsoren für den Erhalt der Vielfalt ein oder tragen in ihrem Bereich der Medien und Kommunikation die Botschaften von **vielfaltleben** weiter.

#### KAMPAGNE vielfaltleben

2009 starteten das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft gemeinsam mit den Umwelt- und Naturschutz-NGOs Naturschutzbund, WWF Österreich und BirdLife die größte Artenschutz-Kampagne, die jemals in Österreich durchgeführt wurde. Neben den Zielen des Erhalts der Vielfalt und des Schutzes besonders gefährdeter Arten und Lebensräume, dem Aufbau eines Netzwerkes an biodiversitäts-aktiven Gemeinden ist ein weiteres Ziel der Kampagne, die Wirtschaft bzw. Unternehmen ins Boot zu holen. Es wird nur gelingen, die Biodiversität zu erhalten, wenn alle gemeinsam an einem Strang ziehen und ihre Kräfte bündeln. Ziel von **vielfaltleben** ist es daher auch, Partnerschaften mit allen Akteuren und Stakeholdern der Biodiversität einzugehen und sich mit allen gemeinsam für den Erhalt dieser Vielfalt einzusetzen. Eine Voraussetzung dafür ist, dass sich Wirtschaft bzw. Unternehmen, die mit dem Produktionskapital „Natur“ wirtschaften, der Bedeutung der Ressourcen, deren Begrenztheit und Gefährdung und damit letztendlich ihrer eigenen Verantwortung für den Erhalt bewusst sind. Es ist eine große Herausforderung, den Unternehmen und allen Beteiligten die Leistungen und Werte der Natur deutlich zu machen und sie dazu zu bringen, diese Werte in die Unternehmensentscheidungen einzubauen (siehe auch Infobox Seite 20).

Auftakt für die „Woche der Artenvielfalt“ 2014 mit Bundesminister Andrä Rupprechter, Schirmherrin Maggie Entenfeller und Pfadfinder-Jugendliche  
Foto: Bernhard Kern



PARTNER

DES NATURSCHUTZBUNDES

Entscheidungen werden bislang überwiegend aus ökonomischen Vorzügen heraus getroffen. Dieses Muster zu durchbrechen, die Konsequenzen des eigenen Handelns bei den Unternehmen aufzuzeigen, ist eine komplexe Aufgabe. Genauso wichtig ist es aber auch, die Vorteile ökologisch-inkludierender Unternehmensentscheidungen aufzuzeigen. Diese liegen z. B. in der Schaffung von Marktvorteilen durch „First-Move“-Effekte („Wer zuerst kommt“) und in neuen Absatzmöglichkeiten, in der Ausschöpfung von Innovationspotenzialen sowie auch die ökologisch verantwortungsvolle Reputation eines Unternehmens.

Bewusstsein schaffen ist ein erster Schritt, dem natürlich idealerweise auch eine Umsetzung folgen sollte. Wie unsere Erfahrungen zeigen, ist es wichtig, den Unternehmen Expertinnen und Experten zur Verfügung zu stellen. Mit diesen gemeinsam können Betriebe nicht nur die Auswirkungen ihrer Unternehmensperformance auf die Biodiversität analysieren. Sie können auch erörtern, wie mögliche Aktivitäten zur Reduktion negativer Auswirkungen und positive Effekte gesetzt werden. Im Rahmen von **vielfaltleben** hat sich der persönliche Kontakt der Expertinnen und Experten mit den zuständigen Personen in den Unternehmen als überaus wichtig erwiesen.

Der Beitrag eines Unternehmens zum Erhalt der Vielfalt darf jedoch nicht alleine auf die Auswirkungen der betrieblichen Produktion auf die Vielfalt reduziert werden. **vielfaltleben** hat grundsätzlich mehrere Möglichkeiten für Unternehmen geöffnet, sich für den Biodiversitätserhalt einzusetzen: Sponsoring von **vielfaltleben**-Schutzprojekten, Maßnahmen wie etwa die Anlage von Blühstreifen, Blumenwiesen statt Einheitsrasen auf dem Firmengelände, aber auch durch Unterstützung von bewusstseinsbildenden Initiativen der Kampagne.

[www.vielfaltleben.at](http://www.vielfaltleben.at) | [www.naturschutzbund.at](http://www.naturschutzbund.at) (unter Projekte)

#### INFOBOX BIODIVERSITÄTSSTRATEGIE ÖSTERREICH 2020+

Die neue Biodiversitätsstrategie wurde in den letzten eineinhalb Jahren unter Federführung des Ministeriums für ein lebenswertes Österreich (BMLFUW, vormals Lebensministerium), und gemeinsam mit verschiedenen Stakeholdern und ExpertInnen erarbeitet. Sie wurde anlässlich der 12. Vertragsstaatenkonferenz des Übereinkommens über die biologische Vielfalt (6.10. - 17.10.2014) in Pyeongchang, Korea, erstmals präsentiert.

*Text: DI Gabriele Obermayr  
Ministerium für ein lebenswertes  
Österreich BMLFUW,  
Abteilung I/3, 1010 Wien  
gabriele.obermayr@bmlfuw.gv.at*

Eine sanfte Brise raschelt durch das hohe Gras und abgesehen von den Tierlauten herrscht absolute Stille. Ein kleines Naturidyll – und Kunden von dm drogerie markt haben es gerettet! Das Engagement des Konzerns umfasst aber auch den Einsatz umweltfreundlicher Verpackungsmaterialien und vieles andere mehr.

VON ANGELIKA SPRAIDER



## DER NACHHALTIGKEIT VERPFLICHTET ÖKOLOGISCHES ENGAGEMENT BEI DM

### KLEINE SPENDE – GROBE WIRKUNG

Anlässlich seines 35-jährigen Bestehens in Österreich startete dm drogerie markt im Jahr 2011 seine Kooperation mit dem Naturschutzbund. Mit einer active beauty Vorteilswelt-Punktespende konnten sich dm Kunden aktiv für den Umweltschutz einsetzen – denn auch in Österreich sind wertvolle Lebensräume für die Tier- und Pflanzenwelt bedroht: Täglich geht hierzulande eine Fläche von 24 Hektar unwiederbringlich verloren. Über 133.000 m<sup>2</sup> (13,3 ha) Naturflächen konnten im Zuge der mehrjährigen, heuer zu Ende gegangenen Aktion „Natur freikaufen“ bewahrt werden. „Als großes Unternehmen stellen wir uns der sozialen und ökologischen Verantwortung. Der schonende Umgang mit den natürlichen Ressourcen der Erde ist uns ein wichtiges Anliegen“, betont dm Geschäftsführer Harald Bauer.

### „ÖKO-PIONIER“ DM

Der Nachhaltigkeitsgedanke zieht sich wie ein „grüner Faden“ durch die Unternehmensgeschichte von dm drogerie markt und ist auch Bestandteil der Firmenphilosophie. „In unserem Unternehmensleitbild nehmen wir uns vor, vorbildlich zu wirken und auch unsere Kunden für den Umweltschutz zu gewinnen“, erklärt Bauer. Um alle Bereiche seines



Beim Tragetaschen-Sortiment setzt dm auf umweltfreundliches Recycling-Material (Bild o.). Mit der Gründung von alverde NATURKOSMETIK vor 25 Jahren leistete dm Pionierarbeit.  
Fotos: dm/Preschl



PARTNER

Handelns so nachhaltig wie möglich zu gestalten, hat dm viele Maßnahmen entwickelt. Als eines der ersten Handelsunternehmen nahm dm phosphathaltige Waschmittel und FCKW-Spraydosen aus dem Sortiment. Einen weiteren Meilenstein setzte dm vor 25 Jahren mit der Gründung von alverde NATURKOSMETIK, der ersten Handelsmarke für Naturkosmetik.

### ZERTIFIZIERTE NATURKOSMETIK ZU FAIREN PREISEN

Für die Konsumenten bietet die dm Marke eine Alternative zu konventioneller Kosmetik und hochwertige Pflege zu einem günstigen Preis. Die alverde NATURKOSMETIK-Produkte sind frei von rein synthetischen Duft-, Farb- und Konservierungsstoffen und haben einen hohen Anteil an kontrolliert biologischen Inhaltsstoffen. Das gesamte Sortiment in Österreich ist nach den strengen Kriterien des unabhängigen Labels NaTrue zertifiziert, das sich hohen ethischen und ökologischen Grundsätzen verschrieben hat. Durch den Verzicht auf lange Transportwege spart die dm Marke „made in Germany“ zudem viel Sprit und CO<sub>2</sub> ein. 2014 wurde alverde NATURKOSMETIK bereits zum zweiten Mal zur „Green Brand Austria“ ausgezeichnet. Das Gütesiegel honoriert nachweisliche ökologische Nachhaltigkeit, die transparent nach innen und außen gelebt wird.

### DURCH UND DURCH NACHHALTIG

Nicht nur bei der Naturkosmetik und bei Bio-Artikeln ist dm Vorreiter, sondern auch bei konventionellen Produkten. Das dm Nachhaltigkeitsklebblatt auf den dm Marken-Produkten weist Kunden auf die umweltfreundlichen Aspekte des Inhalts hin. Auch das Rundherum der dm Marken-Produkte ist maximal ressourcenschonend und wurde mit dem Verpackungspreis 2013 ausgezeichnet. Das FSC- und PEFC-Siegel garantieren, dass die Rohstoffe der Papier- und Zellstoffverpackungen aus zertifizierten Wäldern stammen. Um Transportfahrten optimal auszunutzen und Verpackungsmaterial zu sparen, werden etwa Geschirrspültabs in den Karton geschichtet und nicht – wie sonst üblich – geschüttet. Im dm Verteilzentrum (VZ) in Enns werden effiziente Ladesysteme und emissionsarme Lkws eingesetzt.

### MEHRWEG-PFANDTASCHE STATT PLASTIK-SACKERL

Etwas zum Umweltschutz „beitragen“ im wörtlichen Sinn können dm Kunden, indem sie ihren Einkauf in einer der zahlreichen dm Tragehilfevarianten nach Hause tragen. dm hat alle seine Tragetaschen komplett auf ökologisch verträgliche Materialien umgestellt. Die Mehrweg-Tragetaschen, die Papiertragetaschen und der kleine Abrissbeutel bestehen jeweils zu mindestens 80 % aus Recycling-Material. Die poppigen dm Pfandtaschen aus Bio-Baumwolle sind mittlerweile zum Verkaufsschlager geworden. „Mit unseren Pfandtaschen sind wir in zweierlei Hinsicht nachhaltig“, sagt Bauer. „Umweltfreundlich ist zum einen das Material, ökologisch fortschrittlich ist zum anderen unser Pfandsystem: Ist eine Tasche verschmutzt oder beschädigt, wird sie gegen ein neues Exemplar ausgetauscht. Die Pfandtaschen aus Bio-Baumwolle werden in weiterer Folge zu neuen Stoffen weiterverarbeitet.“



Streuobstwiese im burgenländischen Kaisersdorf: 23 Naturflächen hat dm insgesamt bei „Natur freikaufen“ für den Naturschutzbund finanziert und so für Fauna und Flora bewahrt.

Fotos: dm/APA-Buchacher; dm

DES NATURSCHUTZBUNDES



Text: Mag. Angelika Spraider  
dm CSR-Koordinatorin  
5073 Wals  
presse@dm-drogeriemarkt.at

Hofer engagiert sich im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsinitiative „Projekt 2020“ für einen schonenden Umgang mit unserer Umwelt. So stehen neben nachhaltigem Fischfang oder ressourcenschonender Papiererzeugung vor allem die Wildbienen im Mittelpunkt der Bemühungen.



## WAS KANN HOFER FÜR DIE BIODIVERSITÄT TUN?

Jedes dritte Lebensmittel gibt es nur dank der Bienen und vieler anderer bestäubender Insekten. Doch Pestizide, Monokulturen und eingeschleppte Milben machen ihnen das Leben schwer. Darum setzt sich Hofer gemeinsam mit dem Kooperationspartner | **natur-schutzbund** | für ihren Schutz ein.

### BIENENSCHUTZFONDS

Kürbisprodukte aus der Steiermark sind bei Hofer-Kunden sehr beliebt. Den Ertrag an hochwertigen Kürbiskernen verdanken steirische Bauern auch besonders effektiven Bestäubungshelferinnen: den Hummeln. Darum dreht sich bei einem Projekt des mit 100.000 Euro dotierten „Bienenschutzfonds“ alles um die fleißigen Brummer. In der Ost-Steiermark haben Forscher die Nützlichkeit von Hummeln im Kürbisbau untersucht. Besonders in landwirtschaftlich intensiv genutzten Gebieten, werden ökologisch intakte Flächen weniger, genauso wie die Bestände von Hummeln und anderen Wildbienen. Langfristig bedeutet das verminderte Ernteerträge bei Kürbiskernen. Gemeinsam mit mehreren Landwirten wird daher ein einzigartiges Forschungsprojekt durchgeführt:

### DIE GARTENHUMMEL UND DER KÜRBIS - EIN PERFEKTES PAAR

Ziel des Projektes „Hummelbestäubung im Kürbisbau“ ist es, die Bedeutung verschiedener Hummelarten zur Bestäubung von Kürbissen klar zu belegen. Sieben Kürbisbauern aus verschiedenen Ecken der Ost-Steiermark machen bei dieser Initiative mit. Fünf davon erhielten Ende Mai Nistkästen mit je zwei Hummelvölkern für ihre Kürbisfelder. Zwei weitere Bauern mussten ohne Hummelstöcke auskommen, denn sie wurden als „Kontrollgruppe“ eingesetzt – einer der beiden hat seine Felder in einer ökologisch günstigen Lage, wo mit vielen anderen natürlich vor-

Mit Unterstützung von Hofer konnte herausgefunden werden, dass Gartenhummeln die Kürbisblüten am häufigsten besuchten. So zählte Kathrin Grobbauer – sie macht an der Uni Graz im Rahmen des Bestäubungsprojektes ihre Bachelor-Arbeit – auf dem Feld mit Gartenhummelbestäubung die meisten Kerne.

Fotos v. o.: Wolfgang Schruf; Bernd Strauß (3)



PARTNER  
DES NATURSCHUTZBUNDES

Blühstreifen-Tafeln zeigen an, wo Gemeinden Bienenweiden angelegt haben – auch hier beteiligt sich Hofer: im Bild Julia Kropfberger vom OÖ Naturschutzbund auf einer solchen Wiese in Natternbach.  
Foto: Josef Limberger

kommenden Bestäubern gerechnet werden konnte. Die überraschenden Ergebnisse: Die Baumhummel zeigte überhaupt kein Interesse an den Kürbisblüten, obwohl ihre Hauptflugzeit mit der Hauptkürbisblüte sehr gut übereinstimmt, auch nicht die Steinhummel. Dafür war die Gartenhummel mit Abstand die fleißigste Bestäuberin der Kürbisblüten: Knapp 55 % der Kürbisse auf diesem Feld lieferten mehr Kerne, als der Durchschnitt der Kürbisse auf den anderen untersuchten Feldern. Konkret heißt das: Auf den Feldern ohne Gartenhummel lag die Kernaussbeute zwischen 250 und 400, beim „Gartenhummelfeld“ zwischen 400 und 650. Darum werden bei der Fortsetzung des Projekts im nächsten Jahr vermehrt Gartenhummeln eingesetzt.

### PROJEKT 2020

Neben den unterschiedlichen Projekten zum Schutz der Wildbienen – je ein weiteres im Burgenland und Oberösterreich – engagiert sich Hofer im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsinitiative „Projekt 2020“ auch für einen schonenden Umgang mit den begrenzten Ressourcen. Als Einzelhändler trägt das Unternehmen hier eine ganz besondere Verantwortung.

### ÖKO SYSTEM WALD

Ein weiterer Schwerpunkt im Nachhaltigkeitsprogramm von Hofer ist die ressourcenschonende Papier- und Holzherzeugung. Schließlich sind Wälder nicht nur die grünen Lungen der Erde, sondern auch Heimat von unzähligen Tier- und Pflanzenarten und somit eines der wichtigsten Ökosysteme überhaupt. Daher wird bei der Herstellung so weit wie möglich nur Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft eingesetzt. Nachhaltig bedeutet dabei, dass den Nutzwäldern höchstens so viel Holz entnommen wird, wie nachwachsen kann. Zahlreiche Hofer-Produkte sind darum FSC oder PEFC zertifiziert wie z. B. alle angebotenen Papierwaren – bis 2020 folgen auch Hygieneartikel, Möbel und alle weiteren Produkte mit Holzbestandteilen. Darüber hinaus gibt es in den Regalen immer mehr Schokolade mit dem UTZ-Zeichen für nachhaltig erzeugten Kakao. Außerdem achtet das Unternehmen auf den Einsatz von nachhaltig produziertem Palmöl und geht bei Reinigungsmitteln neue Wege. So leistet Hofer bereits seit Jahren einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der Biodiversität in unternehmensrelevanten Bereichen.



### FISCH MIT ZUKUNFT

Aufgrund der Überfischung der Weltmeere ist die Biodiversität der Fischfauna stark beeinträchtigt. Damit auch unsere nachfolgenden Generationen noch Fisch und Meerestiere genießen können, hat Hofer sich zum Ziel gesetzt, den Kunden möglichst nur Fisch anzubieten, der aus nachhaltiger Fischerei und Fischzucht kommt. Bis 2020 sollen sämtliche Fisch- und Meerestierprodukte nur mehr aus zertifizierter Herkunft stammen. Dabei vertraut das Unternehmen vor allem auf die beiden Nachhaltigkeitssiegel MSC und ASC. Bereits seit Juni 2013 erfahren Kunden auf der Nachverfolgungsplattform „Check your product“ mehr über die Herkunft oder die Fangweise zahlreicher Fisch- und Meerestierprodukte. Gleichzeitig gibt es unter [www.check-your-product.com](http://www.check-your-product.com) Informationen über die Herkunft von Fleisch, Obst sowie Wein.



Wo kommt mein Fisch her?  
[www.check-your-product.com](http://www.check-your-product.com)

Foto: Hofer





Schweißtreibender Körper-einsatz bei der Pflege des wertvollen Halbtrockenra-sens an den steilen Bahn-böschungen beim sog. „Busserltunnel“ in Traiskir-chen/NÖ

Foto: ÖBB/Thorsten Kornes

Die ÖBB stehen für „nachhaltige Mobilität“. Das ist eine Mobilitätsform, die optimale ökonomische, ökologische und soziale Effekte bietet. Der Erhalt der Artenvielfalt ist Teil des Nachhaltigkeitsengagements und der ÖBB-Kampagne „Österreich blüht auf“.

VON HERBERT MINARIK

## ÖBB SETZEN AUCH AUF BIODIVERSITÄT!

Das Thema Biodiversität scheint auf den ersten Blick ein rein ökologisches zu sein. Eine nähere Betrachtung zeigt aber schnell, dass das viel zu kurz gefasst wäre. Der Verlust an Lebensräumen und Arten, aber auch gestörte Ökosysteme wirken sich massiv auf ökonomische bzw. soziale Bereiche aus: Tagtäglich kann man in den Medien weltweit über die Folgen für die Welternährung, die Gesundheit, die Pharmazie oder das Klima lesen. Gezieltes Engagement für den Erhalt der Biodiversität sollte auch für verantwortungsvolle Unternehmen ein absolutes Muss sein – die ÖBB sind sich der Verantwortung bewusst. Die vielfältigen Flächen im direkten Umfeld des Streckennetzes der ÖBB bietet an vielen Stellen Rückzugsorte für zahlreiche Tier- und Pflanzenarten. Das bringt verschiedene Berührungspunkte zum Thema „ÖBB & Natur“. Die ÖBB-Aktivitäten reichen von Rekultivierungen über das Naturgefahrenmanagement bis hin zu den Themen Biodiversität, Artenschutz und spezielle „sanfte Mobilitätslösungen“ im Tourismus mit Erlebnischarakter. Ein weitläufiges Betätigungsfeld, das man auf den ersten Blick kaum mit dem ÖBB-Konzern in Verbindung bringt! Ausgestattet mit einer eigenen Biodiversitätsstrategie sind die ÖBB aber engagiert bei der Sache und damit auch langjähriger Partner des Naturschutzbundes. Und, die ÖBB haben im Oktober 2014 die **Nachhaltigkeitskampagne „Österreich blüht auf“** gestartet: Bahnkunden sammeln über eine App sogenannte „Green Points“, die sie dann direkt in zahlreiche Umwelt-Projekte der ÖBB investieren können. So kann man sich u. a. für den Schutz des Sakerfalken, für mehr Lebensraum für Amphibien oder für den Uhuschutz aktiv engagieren! Nähere Informationen dazu gibt's unter [oebb.at/greenpoints](http://oebb.at/greenpoints).

Weitere Maßnahmen ergänzen das beispielhafte Engagement der ÖBB, wie etwa das „Naturschutzfachliche Monitoring der ÖBB-Bahnböschungen am Nord- und Südportal des Gumpoldskirchner Tunnels“ (zu dem im Jahr 2012 kartierten 145 Blütenpflanzenarten konnten zusätzlich weitere 25 gefunden werden), Initiativen zur „Nachrüstung von Vogelschutzfolien auf Glasflächen“ oder ein ÖBB-internes (von der UNESCO ausgezeichnetes) „Seminar Bahnökologie“ zur Wissensvermittlung zu den Themenbereichen Ökologie, Natur-, Umwelt- und Klimaschutz sowie Nachhaltigkeit.



Text: Herbert Minarik  
CSR-Konzernkoordinator  
ÖBB-Holding AG, Wien  
[nachhaltigkeit@oebb.at](mailto:nachhaltigkeit@oebb.at)



Auch die adriatische Riemenzunge profitiert von den Pflegeeinsätzen, die im Rahmen des internen Weiterbildungsseminars „Bahnökologie“ organisiert werden.

Fotos v. l.: ÖBB/Thomas Schuh; Kirschenhof (Honigbiene)

## ÖBB-Initiativen für Arten und Lebensräume

### ÖBB UND BIENEN

Die ÖBB beschäftigen sich seit langem mit Bienen. So wird versucht, mit Imkern Synergien zu erarbeiten. Es werden strategische Kooperationen aufgebaut und Projekte abgewickelt. In Kooperation mit der Gemeinde Perchtoldsdorf wurden nahe der Südstrecke zwei Bienenvölker auf ÖBB-Grund angesiedelt, um dem Ausbleiben der Bienen auf den durch Gärten und Weinbau geprägten Grünflächen der Gemeinde entgegenzuwirken. In Kärnten wiederum verfolgen die ÖBB die Idee, mit lokalen Imkern entlang der Koralmbahn eine langfristige Kooperation einzugehen: Die ÖBB setzen Bienennahrungspflanzen entlang der Strecke und auf ökologischen Ausgleichsflächen. Im Gegenzug sollen die Imker verschiedene Betreuungsaufgaben für die Flächen übernehmen. Damit ist den Bienen und Imkern geholfen und in der Flächenerhaltung können so sogar Kosten eingespart werden.

### SCHAFE UND ZIEGEN GEGEN NEOPHYTEN

Zur Bekämpfung von nicht heimischen Pflanzenarten (Neophyten), die entlang der Koralmbahn wuchern, setzen die ÖBB auf Beweidung mit Schafen und Ziegen. Zwischen Althofen und Klagenfurt ist eine Gesamtfläche von etwa 40.000 m<sup>2</sup> von Neophyten betroffen – insbesondere vom japanischen Staudenknöterich. Auf einer Versuchsfläche von 15.000 m<sup>2</sup> kamen heuer 4 Schafe und 13 Ziegen zum Einsatz, die von einem regionalen Landwirt zur Verfügung gestellt wurden und für eine intensive Rotationsbeweidung sorgten. Auf diese Weise entfällt die Entsorgung des problematischen Pflanzenmaterials und es entsteht eine dichte Grasnarbe, die das erneute Eindringen invasiver Neophyten verhindern soll. Gleichzeitig bleibt der Dammkörper durch das geringe Gewicht der Tiere unbeschädigt. Die Beweidung stellt somit ein einzigartiges und umweltfreundliches Versuchsprojekt dar.

„Grasende“ Landschaftspfleger werden bei einem Pilotprojekt in Kärnten eingesetzt, um Neophyten zurückzudrängen und das Vegetationsbild zu verbessern.

Foto: ÖBB/Thomas Schuh



PARTNER  
DES NATURSCHUTZBUNDES

Dem Salzburger Unternehmen Windhager war es stets ein großes Anliegen, funktionelle und fachlich fundierte Produkte auf den Markt zu bringen. Deshalb ist der Gartenspezialist ganz bewusst die Kooperation mit dem Naturschutzbund Österreich eingegangen, um mit dem Produktsortiment „Tiere im Garten“ einen sinnvollen Beitrag zum Schutz der Nützlinge zu leisten.

VON WOLFGANG WENDL

## WINDHAGER: WERTVOLLER BEITRAG ZUR BIODIVERSITÄT IN EUROPAS GÄRTEN

Windhager hat sich zum Ziel gesetzt, die Endverbraucher umfassend und fachkundig zu informieren. Dabei gilt es aufzuzeigen, wie wichtig gerade in der heutigen Zeit ein artenreicher Garten ist und welchen Beitrag man zum Schutz der betroffenen Tiere und der Vorgänge in der Natur selbst leisten kann. So werden neben einer neuen Verpackung, die sehr viel Wert auf eine ausführliche und fachlich fundierte Information legt, auch kostenlos Flyer in Baumärkten aufgelegt, welche allen Interessierten die Möglichkeit bieten, sich über diverse Nisthilfen zu informieren.

Für einen nachhaltigen Artenschutz sind keine großen Flächen oder Wiesen notwendig. Auch der eigene kleine Garten, die Terrasse oder sogar der Balkon in städtischen Gebieten können ein kleines, artenreiches Biotop werden, mit dem jeder einen Beitrag zum Erhalt wichtiger und gefährdeter „Nützlinge“ leisten kann. Leider gibt es gerade im Bereich der Nisthilfen für Insekten viele fachlich ungeprüfte und für die Tiere somit wertlose Ware im Handel. Offenkundig wird hier mehr Wert auf ein möglichst dekoratives Produkt gelegt, der Nutzen für die Tiere bleibt dabei auf der Strecke.



Fotos: Wolfgang Schruf (2);  
Windhager (Nisthilfen)

**WINDHAGER**  
HOME & GARDEN



Text: Mag. (FH) Wolfgang Wendl  
Produktmanager Windhager  
5303 Thalgau  
wolfgang.wendl@windhager.eu  
www.windhager.eu

Die Kooperation mit dem Naturschutzbund gibt dem Traditionsunternehmen Windhager die einmalige Möglichkeit, laufend Feedback über die Qualität und Zweckmäßigkeit seines „Tiere im Garten“-Sortiments zu bekommen. Daraus resultieren oft neue, sinnvolle und nützliche Produkte, die sich anschließend in den Geschäften und folglich in den Gärten der Endkunden wieder finden.

Die Nisthilfen und Insektenhotels von Windhager werden nicht nur in Österreich vertrieben, sondern bieten auch umweltbewussten Kunden in Deutschland, der Schweiz oder Frankreich die Möglichkeit, einen Beitrag zur Lebensraumvielfalt zu leisten.

# ZOBODAT - [www.zobodat.at](http://www.zobodat.at)

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Natur und Land \(vormals Blätter für Naturkunde und Naturschutz\)](#)

Jahr/Year: 2014

Band/Volume: [2014\\_4](#)

Autor(en)/Author(s): Markart Birgit

Artikel/Article: [Sponsoring - Partnerschaften: Welchen Weg geht der Naturschutzbund?](#) 36-46