



netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Innovative LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

24. Mai 2018 10:15 – 17:00

Blumenhalle | St. Veit a. d. Glan



NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ablauf Werkstatt

10:15 **Begrüßung/Einleitung**

Bgm. Gerhard Mock, Obmann LEADER-Region Mittelkärnten
GF Christian Kresse, Kärnten Werbung
Obmann Hubert Reiner, LV UaB Kärnten
Ziele der Werkstatt Karl Reiner, Zukunftsraum Land

10:45 **Impulsreferate** (Embacher, Kienzl, Retter)

12:00 Inputs von weiteren innovativen **Initiativen**

12:50 Informationen zu den Thementischen

13:00 *Mittagspause*

14:00 **Austausch an Thementischen** (in 2 Runden zu je ca. 60 Min inkl. Pause)

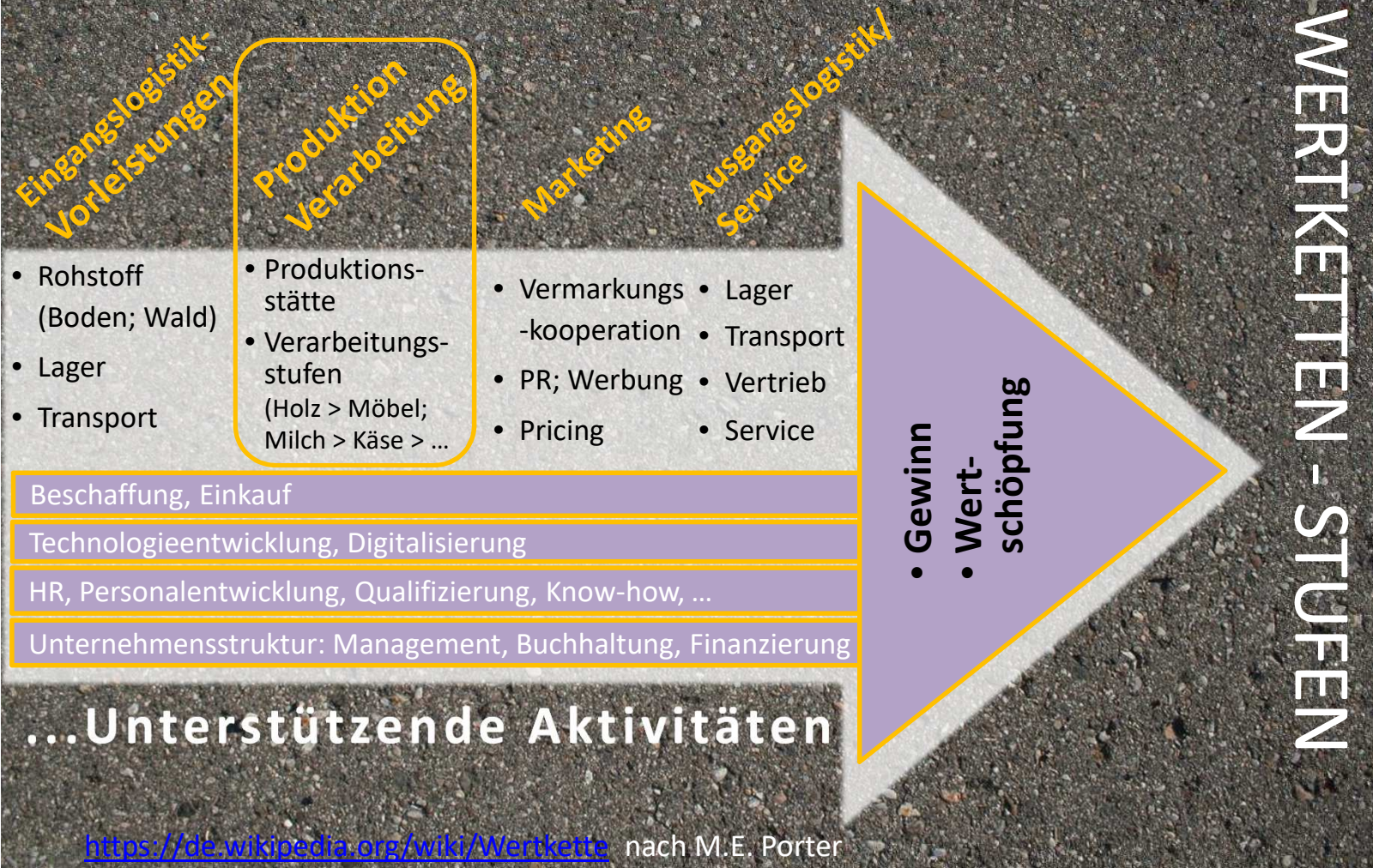
16:35 **Resümee**

17:00 Ende der Veranstaltung

Ziele der LEADER-Werkstatt

- Darstellung von **Strategien und Zukunftsperspektiven** für die künftige **Kooperation von Tourismus und Landwirtschaft an Hand von Beispielsinitiativen**, die zu einer **Steigerung der Wertschöpfung** in unterschiedlichen Formen beitragen können.
- Gelegenheit für einen **intensiven, persönlichen Erfahrungsaustausch!**

Primäre Wertschöpfungsaktivitäten ...





LE-Wettbewerb 2018

Wertschöpfung am Land



Kriterien:

- ✓ Steigerung des ökonomischen und nachhaltigen Wertschöpfungspotenzials sowohl einzelbetrieblich als auch gruppen-, branchen- oder regionsbezogen
- ✓ Verbesserung der Arbeits- und Produktionsabläufe; Entwicklung neuer Kunden- und Marktsegmente
- ✓ Beitrag zur Stärkung der Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette
- ✓ Beitrag zur Steigerung der Wertschöpfung in der Region

https://www.zukunftsraumland.at/data/tmp/Ausschreibung_K4.pdf



Wertschöpfungskette Tourismus.Landwirtschaft

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20



Freizeiterlebnisse
Führungen/
Naturvermittlung

Produkte Abhof
Direktvermarktung
Nahversorgung



Regionale Koop
Gastronomie/
Buschenschanken

MARKTPLATZ
Mittelkärnten



E.Mobil



Wertschöpfung
Schnittstellen



Unterkunft/
bäuerliche
Vermietung



Vorinformation

Anreise

Anbindung/
Erreichbarkeit

Abreise

Nachbetreuung



VORSTELLUNG INITIATIVEN

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

IMPULSREFERATE

Urlaub am Bauernhof Österreich - Südtirol im Vergleich

Hans Embacher | BV UaB

Hans Kienzl | Roter Hahn Südtirol SBB

Bio und Regional im Naturpark Pöllauer Tal

Uli Retter | Seminarhotel und Biorestaurant Retter

<https://www.retter.at/kontakt-service/bildergalerie/fotogalerie-aufrettern-2018/>

Weitere erfolgreiche Initiativen für die Kooperation zwischen Tourismus und Landwirtschaft

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Hüttenurlaub - Urlaub auf der Alm

Edith Sabath Kerschbaumer | LV UaB Kärnten

Vermarktung Urlaub im Kellerstöckl

Harald Popofsits | TV Güssing

Genussmobil Pongauer Wild

Cathrine Maislinger | LAG Pongau

Kooperation qualitätsorientierter Betriebe

Ingrid Bachler | Marktplatz Mittelkärnten

Alles Birne – Wertschöpfung durch regionale Wirtschaftskreisläufe im Mostviertel

Andreas. Purt | Destination Mostviertel

Schmankerl App - Vermarktung für regionale landwirtschaftliche Qualitätserzeugnisse

Stefan Stinglmayr | Verein regionale Kulinarik

Holzprodukte für den Tourismus

Alfred Seebacher | ARGE Nockholz

LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema Vermietung / Urlaub am Bauernhof
Praxisbeispiel: Cluster Urlaub am Bauernhof
Österreich

Mag. Hans Embacher



NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



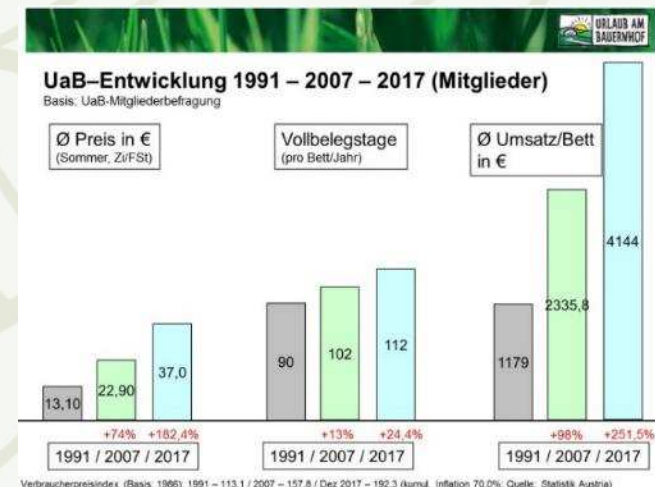
Ziele/Aktivitäten der Initiative Cluster Urlaub am Bauernhof Österreich

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

- Dachmarke „Urlaub am Bauernhof Österreich“
- Grundlagen: bewirtschafteter Bauernhof und UaB-Qualitätsprüfung
- Angebote: Urlaub am Bauernhof, Winzerhöfe, Almhütten und Urlaub am Land
- Gemeinsame Strategie
 - Konsequente Markenstrategie
 - Laufende Qualitätssicherung
 - Angebotsdifferenzierung mit bauernhofaffinen Themenangeboten
 - Kooperation auf regionaler und auf Ö-Ebene
 - Gemeinsame Vermarktung

WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- **2.250 UaB-Betriebe**
 - 1.589 „klassischer UaB“
 - 283 Almhütten
 - 268 Winzerhöfe
 - 110 „Urlaub am Land“-Betriebe



Vermarktpartner:

Österreich Werbung,
Landestourismusorganisationen
Agrarmarkt Austria Marketing GmbH,
Verein Heumilch, Agrar.Projekt.Verein,
etc.

ERFOLGSFAKTOREN



HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Stärkung der UaB-Gemeinschaft („Mitgliedschaft“)
- Sicherung authentischer Angebote
- Verbesserung rechtlicher Grundlagen
- Bewältigung / Nutzung der Marktdynamik (z. B. Digitalisierung)

LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema Vermietung / Urlaub am Bauernhof
Praxisbeispiel: Roter Hahn Südtirol

Hans J. Kienzl



NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDEMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ziele/Aktivitäten der Initiative Roter Hahn Südtirol

- Die Dachmarke „Roter Hahn“ umfasst rund 1.800 Betriebe in ganz Südtirol
- Qualitätsstandards: 100 % Südtiroler bäuerliches Angebot am Bauernhof
- Angebote
 - Urlaub am Bauernhof
 - Bäuerliche Schankbetriebe
 - Qualitätsprodukte vom Bauern
 - Bäuerliches Handwerk
- Unterstützung der Vermarktung der Produkte
- Intensive Weiterbildungsmaßnahmen

WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- **1661 UaB-Betriebe**
- **40 Hof- und Buschenschänke**
- **68 Direktvermarkter**
- **10 bäuerliche Handwerker**
- **Vermarktungspartner bei den Qualitätsprodukten:**
Pur Südtirol, Hogast, Gastrofresh, Lebensmitteleinzelhandel

ERFOLGSFAKTOREN

- Bäuerliche Gastfreundschaft
- Hofeigene Produkte
- Lebendiger Bauernhof

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Ausbau der Anzahl der Mitglieder
- Verbesserung der Qualität
- Steigerung der Begehrlichkeit der Marke „Roter Hahn“

Diskussion - Vergleich

Urlaub am Bauernhof Roter Hahn

- Vorteil straffe / strenge Führung
Roter Hahn
Ö: viele Diskussionen, Kosten, Energie + Zeit.
- Hinausschmeissen nicht kooperativen Betriebe
schafft Klarheit (Regeln, Grenzen, Konsequenzen)
Ö: Angebotsentwicklung v.a. durch LK → Impulse
von Verband.
- Roter Hahn: VaB wurde völlig neu interpretiert +
definiert (daher klarer Produkt): 8 Zi. der 5 Fktb:
max 1.250 m² im Haus f. VaB!
- Südtirol: VaB mit eigenem "VaB-Gesetz" geregelt
Jede bäuerl. Vermietete Braucht Lizenz? (Grundstück:
Ö: eine natl. Regelung f. VaB. (Ausstattung + Qualität)
- Roter Hahn: neue Mitglieder bieten mehrheitl. Frühstück (im Korb)
Große Nachfrage: Zi + HP (insges. ca 60 Betriebe)
- Südtirol: Wintersaison oft zu wenig (Land ohne Schnee od. Schilfbetrieb)

Roter Hahn / VaB

- Südtirol: "gewerb. VaB" ist nicht möglich.
- Wechselregion (LEADER): Frage Nachwuchs / Weitergabe:
schwierig, Bauern (zu Vorkenntnissen, Änderungen) zu bewegen
haben viel versucht!
- Abstimmung VaB + Green Care (f. Nachsaison)
- bäuerl. Handwerk: jedes Produkt sollte Unikat sein!
(damit höheren Preis erzielbar)
- Südtirol: "soziale Landwirtschaft" (in Ö Green Care)
kommt nicht zu Roter Hahn (andere Zielgruppe)
Wird in Konzept d. Bäuerinnenorganisat. gemacht.
- Konzept Roter Hahn: Landw. Einkommen + VaB soll als
Famileineinkommen ausreichen (kein weiterer Fuwert)
- Südtirol: viele "Angebote" verboten zB Camping am Hof, Urlaub
auf der Alm, ...

LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema Gastronomie-Vermietung / regionale Kooperation

Praxisbeispiel: Hotel und Biorestaurant Pöllauertal

Ulli Retter



NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ziele/Aktivitäten der Initiative Hotel und Biorestaurant Retter

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

- Vision Nachhaltiges Hotel und Bio-Restaurant.
- Zahlreiche Auszeichnungen belegen die Qualität und das Engagement im Bereich des ressourcenorientierten, nachhaltigen regionalen Wirtschaftens
- Enge Kooperation mit Naturpark und regionalen Betrieben

WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- **Regionale Handwerker, Lieferanten, Bio-Produzenten und Landwirte** aus dem Pöllauer Tal und im Umkreis von 25 km
- 7. Slow-Food-Fest **Steirisch auf RETTERn**
- **6 Tierhalter**, die Bio-Tiere im Freien halten und unmittelbar neben den Betrieben schlachten
- **Privatquartiere, Hotels und Gasthöfe, Seminarteilnehmer des Hotels Retter**
- **Kreative Kooperationen entstehen**
- **Naturparkführer** aus der Region gestalten das Angebot mit regionalen Ausflugszielen



ERFOLGSFAKTOREN

- Unternehmenskonzept und Nachhaltigkeitsstrategie
- Die richtigen Betriebe in der Nähe
- Treue zum Partner, Fairness und Durchhaltevermögen
- Kontinuierliche Arbeit mit regionalen Partnern (MA, Betriebe, Naturparkregion, etc.)
- Völlige Kundenorientierung mit kompromissloser Qualitätsverbesserung
- Laufende Investitionen in Kontext mit regionaler Wertschöpfung und Energieoptimierung
-

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Ziel eines geschlossenen Lebensmittelkreislaufs
- „Zero Waste - Zero Emissions“
- Mitarbeiter Philosophie-Träger voll einbinden
- Qualität halten und weiterentwickeln



Diskussion

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

PETTER

(1)

- * Erfolgsfaktoren: "Auf Themen, Maßnahmen drauf bleiben"; auch noch Teilschritte, nicht sofort aufgeben
- * Nachfolge / Kinder: Nach draußen gehen, Ausbildung, eigenen Job, auf eigenen Füßen stehen → Dann: Wenn sie wollen können sie zurückkommen.
- * Tiere im Garten: Nur 2% Schweine in Ö = Bio
Konventionell → Niedrige Preise → Masse; Förderungen gehen i.d. falsche Richtung.
- * Lebensmittel = so billig wie nie → Masse
Kleidung = " " " "
- * Kleinbauern → viel mehr fördern
- * Als Leitbetrieb → Vorbildrolle i.d. Region
Es gibt schon mehrere Seminarhotels i.d. Region → das ist gut so
- * Pilger als Zielgruppe → können auch von Qualitätsparadigma angesprochen werden
- * Grundsätzlich → i.d. Region verwurzelt, geerdet bleiben
- * Leaderunterstützung → Frauenquote
Bio gut → leader-Förderung & sehr kompliziert
- * Baumhäuser → Architekturwettbewerb
Ausweitung über leader

- * Regionales Denken: Überträgt sich in Netzwerken auf andere i.d. Region (2)
 - * Bio-Kontrollen → Kostspielig + sehr viel Arbeit, aber es ist notwendig
 - * Wichtig: Als UnternehmerIn denken, handeln macht Spass, bringt Erfüllung.....
 - * Hohe Mitarbeiter-Identifikation → Verantwortlichkeit, zuverlässig, Verantwortungsbewusstsein...
 - * Mitarbeiter: Sinn, Philosophie, gemeinsamer Weg in eine gute Richtung als Gärtner edelt man viel Positives arbeitet für Menschen, die feiern, gut essen, eine schöne Zeit erleben...; Keine besseren Löhne....
→ Team-Gefühl, Zusammenhalt
 - * Auszeichnungen → motivieren auch Mitarbeiter
 - * VIELFALT = Ressource
 - * Talente fördern
 - * Offensein → für Neues, vorbereitet sein auf "unerwartetes", reaktionsfähig sein, bleiben
-
- * Vernetzung mit Lieferanten → Slow Food Fest
↳ neue Kooperationen zw. Lieferanten entstehen
 - * Auch Einkauf beim Großhandel (Bio)

Diskussion

- * BioGut → Energie autark - Keine halben Bissen ³
- * Lehrlinge: regional versauert, regionale Lieferanten
regionale Netzwerke, reg. Handwerker
Gute Lehrlingsausbildung im Hotel
- * Steirisch Aufketteln → potenzielle Lieferanten
melden sich nun dabei zu sein...
- * Vorher: Auf Lieferanten zugegangen
- * Erklären + Kommunizieren → "Schinken wird früher gemacht"
- * Exkursion mit Mitarbeiter*innen zu Lieferanten
und Produzenten → sind bestens informiert,
können mit Gästen kommunizieren
- * Willingshofer → Fleischerei → Betrieb
ausgebaut, investiert, um Retter beliefern zu können
- * Preise: Partnerschaftlich mit Bauern
ausverhandelt → Wertschätzung; das bringt
langfristig etwas

LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema Vermietung / Urlaub am Bauernhof
Praxisbeispiel: Hüttenurlaub – Urlaub auf der Alm



Edith Sabath Kerschbaumer



NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ziele/Aktivitäten der Initiative Hüttenurlaub – Urlaub auf der Alm

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

- Hüttenurlaub boomt: Almerlebnis
- Revitalisierung und Neuerrichtung von Hütten sowie ganze Hüttendörfer
- Kategorien
 - Alm- bzw. Sennhütte
 - Almhaus
 - Ferienhaus am Bergbauernhof
 - Schihütte direkt am Lift
 - Jagdhaus
 - Premiumhütte



WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- **195 Almhütten in Kärnten**
- **380 Almhütten in Österreich** (bäuerliche Vermieterinnen und Vermieter)
- **Kooperation:**
Landestourismusgesellschaften, Kärnten
Werbung, Österreich Werbung und
Wirtschaftspartner



ERFOLGSFAKTOREN

- Qualität des Angebotes (nicht zwingend Luxus)
- Lage der Hütte
- Einstellung und Know-how der Vermieterinnen und Vermieter
- Aktuelle und attraktive Websitedarstellung
- „gute Preise“ – nicht zu billig!!!



HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Je digitaler die Welt wird, desto größer ist die Sehnsucht der Menschen nach „analogen“ Angeboten
- Zwar wird die Nachfrage nach Hüttenurlaube steigen, jedoch steigt dadurch auch die Anzahl an Pseudoanbietern.
- Es braucht Know-how, um Marktmechanismen zu verstehen.
- Der Verband ist Partner für Betriebe sowie Bindeglied zwischen Angebot und Nachfrage.

LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema Vermietung / Urlaub am Bauernhof
Praxisbeispiel: Urlaub im Kellerstöckl



Harald Popofsits /
Stefanie Thüringer



NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ziele/Aktivitäten der Initiative Urlaub im Kellerstöckl

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

- Vermietung von Kellerstöckln seit 15 Jahren
- Klärung der Naturschutz- und baurechtlichen Möglichkeiten für die touristische Nutzung und ein neues Betreibermodell waren die obersten Ziele.
- Aktivitäten:
 - Sommer 2016: Einladung von 900 Eigentümer zu Infoabenden
 - Frühjahr 2017: Machbarkeitsstudie Betreibermodell
 - Sommer 2017: Auswahl von NOVASOL als Vertriebspartner
 - Herbst 2017: Vertragsabschlüsse mit 40 Objekten für Katalog 2018
 - 2018-2020: **Sales- und Marketingmaßnahmen Südburgenland Tourismus - NOVASOL**



WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- **Direkte Wertschöpfung:** Eigentümer durch Mieteinnahmen, Novasol als Vertriebspartner, Tourismusverband und Gemeinden durch Ortstaxen.
- **Indirekte Wertschöpfung:** Gastrobetriebe, Weinwirtschaft, Museen, Ausflugziele & Sehenswürdigkeiten, Regionale Wirtschaft (Bauwirtschaft, Lebensmittel, Taxi,...), Kulturveranstalter, Tourismus-Infrastruktur (Thermen, Golf, Radverleih,...)
- **AMS/Trendwerk:** Sozio-ökonomischer Betrieb durch Integration von Langzeitarbeitslose (Musterkeller, Gastro, Radservice, Frühstücksservice)

ERFOLGSFAKTOREN

- Ökonomisches Erfolgsmodell für alle Partner (Eigentümer-TV-Novasol)
- Authentisches Angebot (Regionales Kulturgut)
- Entwicklungspotenzial (es gibt ca. 1.000 Kellerstöckl im Südburgenland)
- Nachfrage nach Ferienwohnungen (Nachholbedarf im Burgenland)
- Touristische Wertschöpfung (Steigerung Aufenthaltsdauer)
- Ökologisch Nachhaltig – Ziel ist das Umweltzeichen für alle Kellerstöckl

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Erreichung einer „kritischen Masse“ von 200-300 Objekte
- Investition in touristische Infrastruktur (Gastronomie, Freizeitangebote)



Diskussion - Vergleich

- VERMIETUNG ALMHÜTTEN / KELLERSTÜCKL
- RAUMORDNUNG STMK
 - KOOP REISEVERANSTALTER / VERTRIEB
MIT/OhNE EIGENTÜMER (KELLERSTÜCKL)
VERSCHIEDENE ANSÄTZE
↳ MARKENTWICKLUNG ↔ VERTRIEB
 - PREISHÖHEIT bei GROSSEM PARTNER?
 - ENTWICKLUNGSSTRATEGIE TEMPO
 - FÖRDERUNG UaB - MÖGLICHKEITEN
 - EIGENINITIATIVE BETRIEBE (ONLINE BUCHBAR !?)
 - PROJEKTPARTNERSCHAFTEN
"MAN KANN VIX ERZWINGEN" IN DER REGIONALENTWICKLUNG
 - ES BRAUCHT LEITBETRIEBE / MENSCHEN
 - ENTWICKLUNG ÜBER INTERREG - PROJEKTE
 - AMS - KOOPERATIONS PARTNER "TRENNWERK"
- Sozial-ökonomische Betriebe (LANGZEITARBEITLOSE)
 - PRÄGTE PROJEKTE MIT "USB" & MARKTFÄHIG

LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema Nahversorgung/Kulinarik/Mobilität

Praxisbeispiel: Genussmobil Pongauer Wild



Cathrine Maislinger



LAG Lebens.Wert
PONGAU

NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ziele/Aktivitäten der Initiative Genussmobil Pongauer Wild

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

- Regionale Nahversorgung mit zertifizierten bäuerlichen Produkten aus der Region
- Kulinarische Spezialitäten werden direkt zu den Kundinnen und Kunden in die Gemeinden der Region gebracht: „Tourenplan“ mit 150 Ortsbesuchen in 12 Gemeinden des Pongaus sowie 30 Veranstaltungen
- **Wertschöpfung wird bei der Gastronomie, Hotellerie, gewerblichen Produzenten, Jägern bzw. Revieren und der Landwirtschaft in Pongau generiert**

WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- **Mitglieder – Wilde Wirte:** Gastronomie, Hotellerie
- **Regionaler Wildbret-Verarbeiter** (gewerbliche Metzgerei, Fleischverarbeitungsbetrieb)
- **Mitglieder – Gemeinden und TVB als Vermarktungspartner**
- **Bäuerliche Direktvermarkter als Zulieferer** (Zutaten, ergänzende Spezialitäten)
- **Jäger als „Produzenten“**, die nach eigenem Qualitätssicherungssystem liefern
- **Regionalverband und LEADER-Region Pongau**



ERFOLGSFAKTOREN

- Genussmobil als Werbeträger der Genussregion
- Hoher Stellenwert regionaler Produkte
- Wildbret wird zunehmend stärker nachgefragt
- „Wilde“ Vernetzung mit Jägern, Produzenten, Handel und Direktvermarktern
- Starke Unterstützung durch Regionalverband / Regionalmanagement

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Laufende Finanzierung
- Personal: mit Ehrenamt auf Dauer nicht machbar



Diskussion

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Genussmobile Pongauer Wild

- | | |
|--|---|
| <p>(+)</p> <ul style="list-style-type: none"> * Steigerung Preis pro kg Wildfleisch * Bewusstseinsbildung Wertigkeit regionale Produkte * Qualitätssicherung/Vermarktung * Produkt kommt zum Konsumenten
↳ mobil | <p>(-)</p> <ul style="list-style-type: none"> * Herausforderung Personal * "Marketing" in den eigenen Reihen * Ausweitung auf andere Salzburg? |
|--|---|

Fakten

- * 13.600 kg Wildfleisch i.d. Genussregion
- * Steigerung Preis Wildfleisch
2012 Reh 1,20 €/kg Rotwild 3,20 €/kg
2017 G. P. €/kg 3,40 €/kg
↳ Genussregion 0,50 € mehr als Wildbändler

Genussregion
Mellnitzer Wied (K)
Bergwied (Stmk.)
Wiedbühl d. Land (OO)
Weis Wied (Stmk.)
NP Kalkalpen - biotopische Genussregion (OO)

GENUSS REGION ÖSTERREICH

Pongauer Wild

 SALZBURGER FREILICHT MUSEUM

Herbstgenüsse 2017

Unsere Spezialitäten der Genussregion Pongauer Wild

	Hirschragout mit Semmelknödel, Blaukraut und Preiselbeer € 13,00 vom Genusswirt Alpenrose, Mühlbach a. Hkg.
	Dreierlei Wild-Partywürstel, Rehbratwurst, Hirschkäsekrainer oder Wild-Spießerwürstl mit Kartoffelgröstel € 8,50
	Wild-Frankfurter mit Senf und Genuss-Semmerl (Bäckerei Walkner, St. Veit) € 4,50
	Spießer-Wurstel (Wild-Debreziner) € 4,70 mit Senf und Genuss-Semmerl
	Genuss-Wildeberkäseseammerl € 3,00
	Fischweckerl mit geräuchertem Forellen- oder Saiblingsfilet, Oberskren, Zwiebel € 6,00 von unserem Genussfreund Fisch Bliem, Mühlbach a. Hkg.

Wildspezialitäten auch zum Mitnehmen

www.pongauerwild.at

GENUSS REGION Österreich
Pongauer Wild

Der Pongau is(s)t Wild!

www.pongauerwild.at

MIT UNTERSTÜTZUNG VON
LE 14-20
LAND SALZBURG
EUROPEAN UNION

LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema Gastronomie/Landwirtschaft/Gewerbe
Praxisbeispiel: Marktplatz Mittelkärnten



Ingrid Bachler



NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ziele/Aktivitäten der Initiative **MARKTPLATZ MITTELKÄRNTEN**

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Der „MARKTPLATZ MITTELKÄRNTEN“ ist eine Kooperation qualitätsorientierter Betriebe aus den Bereichen Landwirtschaft, Weinbau, Bierbrauereien, Veredler, Handwerker, sowie Hotellerie & Gastronomie.

Die regionalen Produkte, die kulinarischen Besonderheiten und das engagierte Handwerk sollen mit gezielten Marketingmaßnahmen positioniert werden, sowohl bei Urlaubern als auch bei Einheimischen.

WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- Landwirtschaft,
- Handwerker,
- Winzer,
- Brauer,
- Veredler,
- Gastronomie,
- Hotellerie



ERFOLGSFAKTOREN

- Das WIR steht über dem ICH
- Schaffung einer Einheit von „Gleichgesinnten“
- Stärkung des ländlichen Raumes
- Umsetzung eines kleinräumigen Wirtschaftsraumes
- Steigerung des Bekanntheitsgrades der Region
- zusätzliche Umsatzmöglichkeiten
- laufende Entwicklung von intelligenten Produkten

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Stärkung der Marke Marktplatz Mittelkärnten und Positionierung derselben
- Entwicklung einer eigenen Produktlinie „Kollektion Marktplatz Mittelkärnten“
- Steigerung der Zusammenarbeit unter den Betrieben
- Die einheimische Bevölkerung zu animieren, die Marke mit zu tragen
- Schnüren von buchbaren „Paketen“ um Gästen die Region erlebbar zu machen.
- Steigerung der Übernachtungen in der Region

Diskussion

- MARKTPLATZ MITTELHÄRNTEN
- VORSTELLUNG PROJEKT
 - TEILNAHME → WELCHE KRITERIEN?
 - 46 MITGLIEDER / → (TOURISMUS & LEADER)
 - WIR STEHT ÜBER DEM ICH
 - MARKTPLATZPAKETE (BUCHBAR)
 - + ÜBERNACHTUNG
 - + KULINARIK
 - + HANDWERK
 - GEMEINSAMES FEST 2X
 - MARKTPLATZ KOLLEKTION
 - SLOW FOOD → CONVIVIUM FÜR KONSUMENTEN
 - KULINARIK, KULTUR, HANDWERK
 - WERTSCHÖPFUNG IN DER REGION ZU ERHÖHEN
 - MEHR ÜBERNACHTUNGEN - REGION
 - ERWEITERUNG MARKTPLATZ

LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema Gastronomie-Vermietung / Regionale
Kooperationen

Praxisbeispiel: Alles Birne – regionale
Wirtschaftskreisläufe im Mostviertel



Mag. Andreas Purt



NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ziele/Aktivitäten der Initiative Alles Birne – regionale Wirtschaftskreisläufe im Mostviertel

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

- Konzentration auf touristische Entwicklung und Innovationen rund um regionale Produzenten
- Veranstaltungsformate (Tag des Mostes; Mostfestwochen; Moststraße brennt)
- Besondere Kooperationen – Mostbarone (Produzenten, Ab Hof, Gastronomie und Hotellerie)
- Sichtbarkeit der Birne in der Region (Kreisverkehr, Betriebe, Beschilderung etc.)
- Gruppenangebote (MostBirnHaus, Heurige etc.).

WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- 124 MITGLIEDER
- 15 Sehenswürdigkeiten
- 14 Ausflugsziele
- 21 Heurige
- 28 Wirte
- 8 Hotels
- 14 UAB
- 24 Ab Hof



ERFOLGSFAKTOREN

- Konzentration auf die Birne
- Kooperationsbereitschaft der Partnerbetriebe
- Zusammenspiel der regionalen Akteure (LEADER, Tourismus, Gemeinden und Betriebe)
- Kulinarisches Thema mit breitem Spektrum



HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Innovationsbereitschaft auf Betriebsebene erhalten
- Förderunabhängige Strukturen und Budgets
- Zusammenspiel der Partner auf einem Level halten
- Betriebsübergaben und Nachwuchs ins Boot holen



LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema (Direkt)Vermarktung/Kommunikation
Praxisbeispiel: Schmankerl-Navi

AGRAR.PROJEKT.VEREIN

Stefan Stinglmayr

Verein
*regionale
Kulinarik*

NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ziele/Aktivitäten der Initiative Schmankerl-Navi

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

- Umkreissuche mit Karten- und Listenansicht sowie eine Hintergrundsuche (Smartphone im Stand-By-Modus) mit dem "Schmankerl-Navi,,
- Informiert unterwegs permanent über passende Einkaufsmöglichkeiten für gewünschte Produkte sowie Einkehrmöglichkeiten
- Betriebe erhalten eine österreichweite Präsentationsmöglichkeit
- **Wertschöpfung wird direkt bei den Betrieben generiert.**
- **Die App wurde bereits über 30.000 Mal heruntergeladen.**

WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- **1.400 Ab-Hof-Betriebe & Bauernläden**
(ab Sommer 2018: ca.2.450 Treffer)
- **175 Buschenschänken**
- **380 Märkte** (Bauern-, Wochen- & Detailmärkte)
- **80 Bauernregale im Supermarkt**
- **1.110 AMA-Gastrosiegel Wirtshäuser**
- **2.130 Urlaub am Bauernhof-Betriebe**



ERFOLGSFAKTOREN

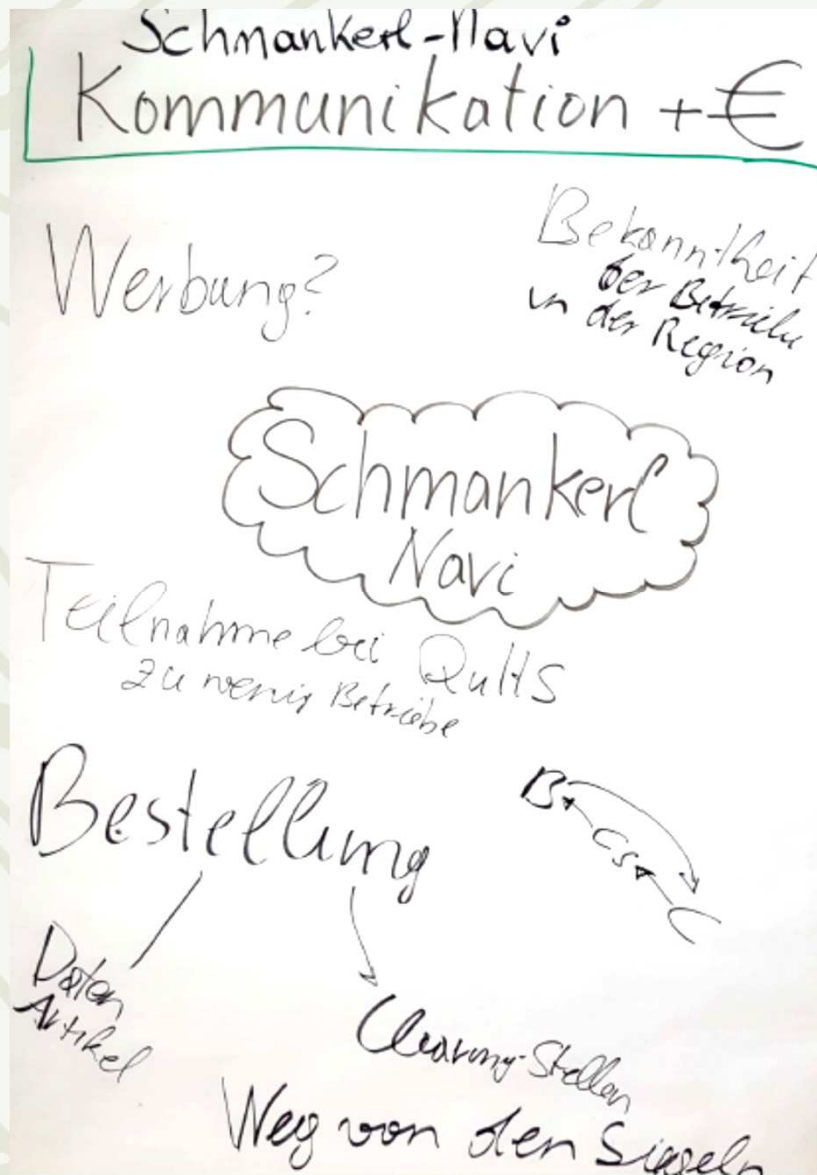
- Trend zur Digitalisierung
- Konsumenteninteresse & Nachfrage nach Apps
- „Gutes vom Bauernhof“ als Basis-Initiative der LKÖ
- Kompatible Datenbanken & Schnittstellen
- Aktuelle, gewartete Daten
- Direkte Schnittstellenanbindungen
- Wille zur Zusammenarbeit mit Kooperationspartner
- Erarbeitung im Rahmen von Förderprojekten

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Smartphone-Entwicklungen
- Apple/Android-Updates
- Konsumentenverhalten-/wünsche
- Finanzierungsmöglichkeiten für:
 - Wartung & Support
 - Weiterentwicklung
 - Integration neuer Initiativen
 - Bekanntmachung

Diskussion

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20



LEADER-Werkstatt

Tourismus und Landwirtschaft:

Innovative Kooperationen und Strategien für die Zukunft

Thema Holzverarbeitung/Tourismusprodukte
Praxisbeispiel: NOCKHOLZ



Alfred Seebacher



NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM
FÜR NACHHALTIGKEIT
UND TOURISMUS



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Ziele/Aktivitäten der Initiative **NOCKHOLZ**

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Gruppe von Personen und Betrieben der Region, vom Waldbesitzer bis zum Endverarbeiter, sorgt für einen geschlossenen Qualitätskreislauf. Alles dreht sich um die drei starken Hölzer der Nockberge: **Lärche, Fichte und Zirbe**.

Im Mittelpunkt der **Wertschöpfungskette** stehen die Menschen, die das **Holz der Nockberge** mit jedem Arbeitsschritt zu hochwertigen Produkten machen.

WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

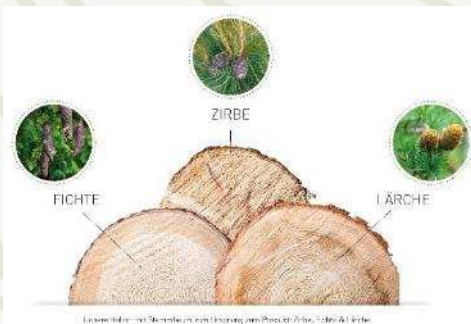


ERFOLGSFAKTOREN

- Nachhaltige, regional produzierte Produkte mit kurzen Transportwegen und einer nachvollziehbaren Wertschöpfungskette liegen im Trend
- Zirbe als Produkt, das aktuell einen Boom erlebt – Beitrag der ARGE Nockholz Professionelle, bezahlte Projektkoordination
- Nicht förderfähige Kosten und Bürokratie nicht unterschätzen

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

- Neues Projekt in Einreichphase, Volumen €100.000 (60% Förderquote)
- Schwerpunkt auf Kommunikation, Produkte, Medienarbeit und Kooperationen
- Verstärkung der Digitalisierung
- Überregionale Bekanntmachung der Marke und der Produkte



Diskussion

- T9 Nock hol 2
- Beiträge
- # Nutzen Mitglied = Mehrwert?
 - # Interessant Zirbe
immer mehr gefragt
 - # Woher kommt Holz? ~~grift frei!~~
Zentral Höhenlage 1000 m $\Rightarrow$ Qualität
Winterschlag $\Rightarrow$ Preis?
 - # Nachfrage über Gärten (23 Hochschüler)
 - # Studie Moser (JR) $\rightarrow$ Ruhe fördernd
Zirbe Preis $\nearrow$ ~320€
 - # Architekten (Problem!) gewinnen / ausbilden
 - # Holz als Marke $\rightarrow$ geht gut mit Zirbe, Weisstanne
Folge schwierig
 - # Holzspielplatz als Produkt?
 - # früher hauptsächlich Export Italien
heute mehr reg. Markt / D
 - # Holz aus Regionen = kurze Transportwege

Informationen zu den Thementischen

- 2 Runden zu je ca. je 60 Min
- Input Gast-/Impulsgeber (ca. 10 Min)
- Fragen zur Initiative
- Weitere Inputs zu Initiativen von Teilnehmer_innen
- Austausch (Informationen, Kontakte)
- Zusammenfassung

Methode:
Inputs und Fragen am Tisch
dokumentieren

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Ziele/Aktivitäten der Initiative Schmankerl-Navi

- Umkreissuche mit Karten- und Listenansicht sowie eine Hintergrundsuche (Smartphone im Stand-By-Modus) mit dem "Schmankerl-Navi",
- Informiert unterwegs permanent über passende Einkaufsmöglichkeiten für gewünschte Produkte, Einkaufsmöglichkeiten
- Betriebe erhalten eine österreichweite Präsentationsmöglichkeit
- Wertschöpfung wird direkt bei den Betrieben generiert.
- Die App wurde bereits über 30.000 Mal heruntergeladen.

WERTSCHÖPFUNGSPARTNER

- 1.400 Ab-Hof-Betriebe & Bauernläden (ab Sommer 2018: ca. 2.450 Treffer)
- 175 Buschenschänken
- 380 Märkte (Bauern-, Wochen- & Detailmärkte)
- 80 Bauernregale im Supermarkt
- 1.110 AMA-Gastrosiegel Wirtshäuser
- 2.130 Urlaub am Bauernhof-Betriebe



Thementische Blumenhalle

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

ThemenTisch 1 Nahversorgung, Kulinarik, Mobilität -

Genussmobil Pongauer Wild

Cathrine Maislinger | LAG Pongau

ThemenTisch 2 Vermietung

Urlaub am Bauernhof Österreich - Südtirol im Vergleich

Hans Embacher | BV UaB — Hans Kienzl | Roter Hahn Südtirol SBB

ThemenTisch 3 Vermietung

Hüttenurlaub - Urlaub auf der Alm

Edith Sabath Kerschbaumer | LV UaB Kärnten

ThemenTisch 4 Vermietung

Vermarktung Urlaub im Kellerstöckl

Harald Popofsits | TV Güssing

ThemenTisch 5 Gastronomie Landwirtschaft Gewerbe

Bio und Regional im Naturpark Pöllauer Tal

Uli Retter | Seminarhotel und Biorestaurant Retter

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

ThemenTisch 6 Gastronomie Landwirtschaft Gewerbe

Kooperation qualitätsorientierter Betriebe

Ingrid Bachler | Marktplatz Mittelkärnten

ThemenTisch 7 Gastronomie Landwirtschaft Erlebnis

Alles Birne – Wertschöpfung durch regionale Wirtschaftskreisläufe im Mostviertel

Andreas. Purt | Destination Mostviertel

Thementische Hotel Die Zeit

ThemenTisch 8 Vermarktung/Kommunikation

Schmankerl App - Vermarktung für regionale landwirtschaftliche Qualitätserzeugnisse

Stefan Stinglmayr | Verein regionale Kulinarik

ThemenTisch 9 Forstwirtschaft – Gewerbe – Tourismus

Holzprodukte für den Tourismus

Alfred Seebacher | ARGE Nockholz