

Zur Berta

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | KULINARIK
UNTERGLIEDERUNG | KULINARIK | VERMARKTUNG UND VERTRIEB | HANDEL | KURZE
VERSORGUNGSKETTEN | DIREKTVERMARKTUNG | NAHVERSORGUNG | LEADER |
STANDORTENTWICKLUNG | LEERSTAND
PROJEKTREGION | OBERÖSTERREICH
LE-PERIODE | LE 14-20
PROJEKTLAUFZEIT | 12.04.2016-31.12.2016
MASSNAHME | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)
TEILMASSNAHME | 19.2. FÖRDERUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER VORHABEN IM
RAHMEN DER VON DER ÖRTLICHEN BEVÖLKERUNG BETRIEBENEN STRATEGIE FÜR
LOKALE ENTWICKLUNG
VORHABENSART | 19.2.1. UMSETZUNG DER LOKALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIE
PROJEKTTRÄGER | MICHAEL MADLMAYR?

KURZBESCHREIBUNG

Michael Madlmayr eröffnete eine Indoor-Markthalle in Ottensheim, die Konsumentinnen und Konsumenten die Möglichkeit gibt, frische biologische Waren aus der Region zu beziehen. Mit den Öffnungszeiten am Freitagnachmittag von 13.00-18.00 Uhr soll die Markthalle als zusätzliches Angebot am Freitagmarkt genutzt werden.

Das Projekt unterstützt Michael Madlmayr und andere Direktvermarkter dabei, im Kleinen anzufangen und sich in der Markthalle in Ottensheim zu präsentieren. Der Erzeuger kann somit eine direkte Beziehung zu Kundinnen und Kunden aufbauen und sichert damit die Kundschaft für längere Zeit.

AUSGANGSSITUATION

In unserer heutigen Zeit ist es oft so, dass Endverbraucherinnen und Endverbraucher den Handelsweg von Lebensmitteln nicht mehr nachvollziehen können. Somit verlieren Lebensmittel an Wertigkeit und werden stets am Preis gemessen. Der Schlüssel in diesem Projekt liegt darin, die Kundinnen und Kunden in Beziehung zu den Produzentinnen und Produzenten zu setzen, um die Wertigkeit der Lebensmittel wieder zu erhöhen und das gegenseitige Vertrauen zu stärken.

Der Projektwerber war vor Projektbeginn auf der Suche nach einer Abholmöglichkeit für seine Eierabonnentinnen und -Abonnenten, welche sich wöchentlich ihre Bestellung abholen. Ein im Zentrum gelegenes leerstehendes Geschäft bot die Möglichkeit, eine so genannte Indoor-Markthalle einzurichten, welche es neuen Direktvermarkterinnen und Direktvermarktern niederschwellig ermöglichen soll, ihre Produkte anzubieten. Eine einfach eingerichtete Markthalle soll für diese den Platz schaffen, sich jeden Freitag zu präsentieren und ihre Produkte zu verkaufen. Als Verkaufstag wurde der Freitag gewählt, da an diesem auch Tag der etablierte Wochenmarkt in Ottensheim stattfindet.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

- Schaffung einer regionalen Vertriebszentrale in Ottensheim für landwirtschaftliche Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter

- Aufbau eines Netzwerks and Kundinnen und Kunden, das anderen Direktvermarkterinnen und -Vermarktern offen steht und gemeinsam wachsen kann
- Errichtung eines Infopoints und Verteilzentrums, um den Kundinnen und Kunden lokal an einem Ort die Produktvielfalt aus der Region näher zu bringen und um somit eine weitere Einnahmequelle für bestehende landwirtschaftliche Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter und Neueingestiegene zu schaffen.

Langfristig betrachtet soll eine Geschäftsfläche geschaffen werden, auf der einerseits Produkte verkauft werden und sich andererseits Betriebe vorstellen und präsentieren können. Vorträge und Kurse zu relevanten Themen und Produktschulungen werden ebenso angeboten. Somit wird das Verständnis für die regionale Produktion gestärkt, eine höhere Wertschätzung erzielt und das Erlebnis Lebensmittel auf eine neue Ebene gehoben.

Zielgruppe: gesamte Bevölkerung vom Kleinkind bis zum Menschen in hohem Alter.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

- Installierung einer BIO-Markthalle
- Eigene Gestaltung der Möbel, Ankauf von Kühlvitriolen und einer Waage etc.
- Bewusstseinsbildung in Form von Vorträgen der Bio-Direktvermarkterinnen und -Vermarkter in der Markthalle bzw. direkt am Bauernhof, für alle Altersgruppen (ab der Volksschule), Vernetzungsarbeit durch die BioRegion Mühlviertel, Pressearbeit nach der Eröffnung
- Informationsfolder in den Gemeinden, BioRegion usw.

ERFAHRUNG

Der Zulauf an Kundschaft wurde zu Beginn des Projektes mit ca. 80 Personen angenommen. Seit Projektstart kommen jeden Freitagnachmittag von 13:00 bis 18:00 zwischen 120 und 160 Kundinnen und Kunden in die Halle. Um die Beziehung zu ihnen zu festigen, gibt es unterschiedliche Veranstaltungen für alle Altersgruppen. Informationsveranstaltung, Vorstellung aller Direktvermarkterinnen und -Vermarkter, Puppentheater, Familyday und Weihnachtsfeier mit Punsch.



Michael
Madlmayr



Michael
Madlmayr

LINKS

www.zurberta.at (<https://www.zurberta.at/>)