

Üser Dorfregal

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | INNOVATION

UNTERGLIEDERUNG | LANDWIRTSCHAFT | WISSENSTRANSFER |

STANDORTENTWICKLUNG | GEMEINDEENTWICKLUNG | LEADER |

NAHVERSORGUNG | GESUNDHEIT |

LEBENSMITTELVERARBEITUNG | KULINARIK | INNOVATION

PROJEKTREGION | VORARLBERG

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 01.12.2022-31.12.2023

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 5.686,00€

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 4.548,80€

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 | PERSONENGRUPPE

KURZBESCHREIBUNG

Sowohl im Handel als auch in der Landwirtschaft landen viele wertvolle Lebensmittel im Abfall. Auch im Kontext eines Dorfladens oder in kleinen landwirtschaftlichen Betrieben. Mit „üserm Dorfregal“ soll diese Verschwendung von Lebensmitteln in Viktorsberg minimiert werden. Nahrungsmittel, die sonst verderben würden werden verarbeitet und somit wird Bewusstseinsbildung bei der Viktorsberger Bevölkerung betrieben, damit auch in den Privathaushalten weniger Biomüll anfällt. Außerdem ist Regionalität im Projekt wichtig. Der lokale Vertrieb landwirtschaftlicher Produkte durch das Projekt eine neue Bühne bekommen und vermehrt in das Bewusstsein der Viktorsberger:innen rücken.

AUSGANGSSITUATION

In Vorarlberg landen 11 Kilogramm genießbare Lebensmittel pro Kopf und Jahr im Abfall. Das sind Lebensmittel im Wert von rund 300 Euro pro Jahr und Person oder gut 100.000 Euro in Vorarlberg pro Tag. Gerade kleinere Lebensmittelläden kämpfen mit einem hohen Verderb, da sie keine guten Lieferkonditionen bei der Lieferung von Frischwaren haben. Viele Kleinbäuerinnen und -bauern haben nicht die notwendigen Ressourcen, zum Beispiel einzelne Fleischteile oder Fallobst aufzubereiten und zu verkaufen. Viel Obst wird daher mangels Ressourcen und Nachfrage nicht mehr geerntet beziehungsweise verarbeitet.

Das Projekt „üser Dorfregal“ will den Viktorsberger Bürger:innen aufzeigen, welche wertvollen Produkte die Region zu bieten hat, Ressourcen zur Verfügung stellen, um diese zu sammeln, aufzubereiten und zu verkochen. Die so entstandenen Produkte sollen ihnen über Märkte, selbstgemachte Buffets und über „üser Dorfregal“ nähergebracht und damit deren Bewusstsein für Lebensmittelverschwendung gestärkt werden.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Das Projekt rettet wertvolle Lebensmittel in Viktorsberg vor dem Verderb, lädt Bürger:innen dazu ein auf Märkten und im Dorfladen diese Produkte kennen und lieben zu lernen und leistet damit

einen wichtigen Beitrag zur Bewusstseinsbildung über die Bedeutung regionaler Lebensmittel und der Nahversorgung.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Innovationsgehalt

Auch im kleineren ländlichen Kontext werden Strukturen zur Wiederverwendung von Lebensmitteln geschaffen. Was in großen Supermärkten und in urbanen Gegenden bereits in der Breite umgesetzt wird – beispielsweise durch „Tischlein deck dich“ oder die App „Too good to go“ – soll nun auch im Dorf ankommen und umgesetzt werden. Die Verarbeitung landwirtschaftlicher „Reste“ kommt dabei als neue Komponente ins Spiel.

Nachhaltigkeit

Bei Erfolg des Projektes steht dieses Konzept Nachahmer:innen aus der ganzen Region zur Verfügung. Die Projektinitiatorinnen stehen jederzeit für Fragen bereit. Wenn die Produkte eine gute Resonanz haben, wird die Weiterführung durch Denise Marte und Conny Beck gewährleistet.

Regionaler Mehrwert

In erster Linie findet das Projekt in Viktorsberg statt. Gerade was die zu veredelnden Produkte betrifft, soll mit Produzent:innen aus dem Vorderland insbesondere mit dem Regionalmarkt Vorderland eng kooperiert werden.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Lebensmittel, die sonst unnötigerweise im Abfall landen, wurden weiterverarbeitet. Es wurde eine Marke für diese regionalen Produkte aufgebaut. Die Bürger:innen haben durch ihr Engagement und ihre Verwendung der veredelten Lebensmittel mitgeholfen. Es wurde ein Kommunikationskanal zu den Bürger:innen aufgebaut. Erfahrungen mit saisonalen Themenmärkten wurden gesammelt.



Conny Beck