

Geschäftseröffnung d`Greisslerei St. Leonhard

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.
 WERTSCHÖPFUNGSKETTE | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER,
 GEMEINDEN | INNOVATION | KULINARIK
 UNTERGLIEDERUNG | LANDWIRTSCHAFT | VERMARKTUNG UND
 VERTRIEB | KULINARIK | LEADER | NAHVERSORGUNG | UMWELTSCHUTZ | KMUS,
 GEWERBE & WIRTSCHAFT | BETRIEBSWIRTSCHAFT | DIREKTVERMARKTUNG | KURZE
 VERSORGUNGSKETTEN | WERTSCHÖPFUNG | LEBENSMITTELVERARBEITUNG
 PROJEKTREGION | NIEDERÖSTERREICH
 LE-PERIODE | LE 14-20
 PROJEKTLAUFZEIT | 21.12.2015-31.12.2016 (GEPLANTES PROJEKTENDE)
 PROJEKTKOSTEN GESAMT | 59.147 €
 FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 23.658 €
 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 | D`GREISLEREI BÜRGMAYR & HÖRMANN OG

KURZBESCHREIBUNG

Im Mai 2015 eröffnete d`Greisslerei in St. Leonhard am Forst. Die Projektleiter und Geschäftsführer wollen ein modernes und nachhaltiges Bindeglied zwischen regionalen Produzenten und interessierten Konsumenten sein. Der Kunde von heute benötigt Öffnungszeiten wie im Supermarkt. Umgekehrt machen arbeitsintensive Zeiten wie die Ernte oder zunehmende Vorschriften wie die Registrierkassenpflicht die Direktvermarktung zu einer großen Herausforderung für Landwirte.

D`Greisslerei will es den Menschen der Region ermöglichen, ihren Lebensmittelbedarf aus der Heimat zu beziehen und das gesammelt an einem Ort. Schwerpunkte des innovativen Betriebes sind auch der verpackungsarme Einkauf in individuellen Mengen sowie die Vermeidung von Lebensmittelverlusten. So werden Trockenwaren in Glassäulenspendern angeboten. Die benötigte Menge wird in Papiersäcke oder Pfandgläser abgefüllt. Bevor Lebensmittel nicht mehr verkauft werden können, werden sie zu schmackhaften Gerichten im Glas verarbeitet.

AUSGANGSSITUATION

Die Struktur der landwirtschaftlichen Betriebe hat sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert. Der Trend geht zu immer größeren Betrieben. Eine wirtschaftliche Chance liegt für viele Klein- und Mittelbetriebe in der Direktvermarktung. Dies ist für die Landwirte jedoch mit großen Herausforderungen verbunden. Umgekehrt können regional-interessierte Konsumenten ihren Einkauf meist nur dezentral erledigen.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

- Regionale Produzenten werden entlastet.

- Kunden erhalten regionale Waren täglich und an einem Ort.
- Einkauf in individuellen Mengen ist möglich.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

- Umbaumaßnahmen
- Betriebs- und Geschäftsausstattung
- Homepage
- Öffentlichkeitsarbeit



Jürgen Thoma



Jürgen Thoma