nahgenuss

Vermittlungsportal für Bio-Fleisch

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL. WERTSCHÖPFUNGSKETTE | UMWELT, BIODIVERSITÄT, NATURSCHUTZ | INNOVATION | KULINARIK
UNTERGLIEDERUNG | LANDWIRTSCHAFT | KULINARIK | INNOVATION | NAHVERSORGUNG | KLIMASCHUTZ | BIODIVERSITÄT | UMWELTSCHUTZ | DIREKTVERMARKTUNG | KURZE VERSORGUNGSKETTEN | WERTSCHÖPFUNG | TIERWOHL | VERMARKTUNG UND VERTRIEB
PROJEKTREGION | STEIERMARK
LE-PERIODE | LE 14–20
PROJEKTLAUFZEIT | 19.10.2015-19.10.2018 (GEPLANTES PROJEKTENDE)
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 150.000,00 €
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 34.000,00 €
MASSNAHME | ZUSAMMENARBEIT
TEILMASSNAHME | 16.4 FÖRDERUNG FÜR DIE HORIZONTALE UND VERTIKALE ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN AKTEUREN DER VERSORGUNGSKETTE ZUR SCHAFFUNG UND ENTWICKLUNG KURZER VERSORGUNGSKETTEN UND LOKALER MÄRKTE UND FÜR ABSATZFÖRDERUNGSMASSNAHMEN IN EINEM LOKALEN RAHMEN IM HINBLICK AUF DIE ENTWICKLUNG KURZER VERSORGUNGSKETTEN UND LOKALER MÄRKTE
VORHABENSART | 16.04.1. SCHAFFUNG UND ENTWICKLUNG VON KURZEN VERSORGUNGSKETTEN UND LOKALEN MÄRKTEN SOWIE UNTERSTÜTZENDE ABSATZFÖRDERUNG
PROJEKTTRÄGER | NAHGENUSS

KURZBESCHREIBUNG

Nahgenuss.at stellt Bio-Bäuerinnen und Bauern eine Onlinevermittlungsplattform für den Verkauf von Bio-Fleisch zur Verfügung und kümmert sich um die Kundengewinnung.

Mehrere Kundinnen bzw. Kunden kaufen einen Anteil vom einem Schwein, Rind oder Lamm direkt von der Bäuerin bzw. vom Bauern auf der Plattform nahgenuss.at. Erst, wenn das ganze Tier verkauft ist, wird es geschlachtet und verarbeitet. Die Kundinnen bzw. Kunden bekommen danach ihren Anteil als küchenfertiges Fleischpaket. Die ganzheitliche Verwertung hat für Bauern den Vorteil, dass alle Fleischteile garantiert verkauft werden.

Da der Verkauf ohne Zwischenhändler und Supermarkt stattfindet, bleibt den Bauernfamilien deutlich mehr Geld. Die Kundin bzw. der Kunde bekommt bei diesem System nicht nur einen günstigeren Preis, sondern kann mit den eigenen Augen sehen, woher das Bio-Fleisch kommt.

AUSGANGSSITUATION

Ursprung des Projektes „nahgenuss“ war das Ziel, familiären, regionalen Bio-Bauernhöfen die Schweine halten, dabei zu helfen, von der Landwirtschaft besser überleben zu können.

Schweinefleisch ist ein fixer Bestandteil der traditionellen österreichischen Küche. Es gibt auch die Schattenseiten, wie nicht artgerechte Aufzucht, Futtermittelimporte aus Übersee, Billigfleisch

und immer weniger ehrlichen Bezug zum Produkt von Seiten der Konsumentin bzw. des Konsumenten. Gleichzeitig ist Bio-Schweinefleisch von hervorragender Qualität im Handel kaum zu finden. Nie sind alle Teile eines Tieres erhältlich und oftmals ist das hochwertige Fleisch für viele zu teuer.

Gutes Schweinefleisch soll wieder wertgeschätzt und als das wahrgenommen werden, was es ist: Ein ganz besonderes Produkt.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

nahgenuss hat sich zum Ziel gesetzt, dass es zu einer ganzheitlichen Verwertung von Tieren kommt und nicht nur spezielle Gusto-Stücke (zB Karree oder Steak) verkauft werden.

Durch den Verkauf von ganzen Tieren (z. B. mind. ¼ vom Schwein pro Kundin bzw. Kunde; das Tier wird erst geschlachtet, wenn alle Viertel verkauft sind) wird dies sichergestellt. Die Plattform bietet den Bäuerinnen und Bauern die Möglichkeit einen neuen Vertriebsweg zu gehen, ohne an Selbstständigkeit (insbesondere bei Angebot, Preis und Termine) zu verlieren. Auch bietet diese Form der Direktvermarktung den Bäuerinnen und Bauern die Möglichkeit, einen besseren Preis für ihre Produkte zu erzielen (insbesondere im Vergleich zum klassischem Handel).

Kundinnen und Kunden bekommen gleichzeitig die Möglichkeit, Bio-Fleisch in hoher Qualität zu günstigeren Preisen zu beziehen. Durch die Onlinebestellung wird der Bestellvorgang deutlich vereinfacht und per E-Mail erhalten die Kundinnen und Kunden alle notwendigen Informationen zur Bestellung und Zustellung bzw. Abholung. Auch können Sie sich vor Ort ein Bild über die Haltungsbedingungen der Tiere machen oder bequem auf eine Postzustellung zurückgreifen.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Start des Projektes war der Spätherbst 2015. Am Anfang galt es vor allem genügend Kooperationspartnerbetriebe zu finden. Diese Aufgabe stellte sich als eine der schwierigsten heraus. Zum einen gibt es in der Steiermark nur sehr wenige Bio-Schweinebäuerinnen und -bauern, zum anderen sind diese wenigen nur sehr schwer zu finden. Mit der Zeit gelang es aber, mit Hilfe von Bio-Verbänden, der Landwirtschaftskammer und anderen Landwirtinnen und Landwirten genügend Bio-Schweinebäuerinnen und -bauern für den Start von nahgenuss.at zu finden und diese auch davon zu überzeugen, der Idee eine Chance zu geben.

In den ersten Monaten beanspruchten die Projektentwicklung und der Aufbau des Netzwerkes am meisten Zeit und Energie. Von Oktober 2015 bis Mai 2016 wurde ein genaues Konzept für das Projekt entwickelt, das Web-Portal konzipiert und programmiert, das Netzwerk aufgebaut und koordiniert sowie erste Vorbereitungen für die Bewerbung des Online-Ganges von nahgenuss.at vorbereitet.

Gleichzeitig haben die Partner-Bäuerinnen und Bauern sich auf die Direktvermarktung vorbereitet (rechtliche Fragen abgeklärt, Fleischereien als Partner gesucht,…) und ihre persönliche Profile auf nahgenuss.at eingerichtet. Ein Landwirt-Profil muss mit den persönlichen Daten, einer Vorstellung des Betriebes und mit Fotos vom Betrieb befüllt werden.

Am 17. Mai 2016 wurde nahgenuss.at mit 5 Bio-Bäuerinnen und Bauern (bereits online) aus der Steiermark als Kooperationspartner gestartet. Die erste Bestellung folgte am 20. Mai. In den folgenden Monaten bestand die Aufgabe der einzelnen Mitglieder darin, das Web-Portal zu bewerben und die Bestellungen abzuwickeln. Das Netzwerk an Bio-Bäuerinnen und Bauern wuchs

stetig und bestehende sowie neue Kooperationspartner kamen zu nahgenuss.

Nach erfolgreichem Start von nahgenuss.at war es ein wesentliches Ziel, den Absatz möglichst schnell zu steigern. Für ein junges Projekt sicherlich eine der schwierigsten Aufgaben, da es gilt, möglichst schnell große Bekanntheit zu erlangen. Es wurden dabei drei Strategien verfolgt:

1. Die Nutzung von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien. Hier wurde auf einen starken Social Media Auftritt auf Facebook gesetzt. Hier ist es gelungen mit wenigen Ressourcen sehr schnell, sehr viele Menschen zu erreichen. Auch andere Online-Marketing Maßnahmen wie „Google Adwords“ wurden eingesetzt.

2. Pressearbeit: Durch den Einsatz der Kooperationspartner ist es gelungen, dass einige Medien über nahgenuss berichtet haben. Dies hat sehr zum Erfolg beigetragen.

3. Ein weiterer wichtiger Teil war die Mundpropaganda der Kooperationspartner und der neuen Kundinnen bzw. Kunden. Gerade durch die immer größer werdende Anzahl an Kooperationspartnern auf nahgenuss und die stetig wachsende Zahl an Kundinnen bzw. Kunden konnten hier auch viele Menschen erreicht und der Absatz spürbar erhöht werden.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Bisher erreichte Ziele:

- 170.000 individuelle Website-Besucherinnen und Besucher
- Über 1.500 Bestellungen á Ø EUR 180,-
- Über EUR 270,00 direkter erzielter Umsatz für die Landwirtinnen bzw. Landwirte
- 1.000 < aktive Kundinnen bzw. Kunden
- 98% positives Feedback und Bewertungen von unseren Konsumentinnen und Konsumenten
- 70 < Bio-Partnerbauernhöfe in 8 Bundesländern
- 15.000 Facebook Fans, 1.500 Newsletter Anmeldungen

ERFAHRUNG

Am Anfang der Kooperation war es schwierig neue Partnerbetriebe zu finden. Mit dem zunehmenden Erfolg wurde diese Aufgabe leichter. Die Nutzung des Portals ist von Landwirtin zu Landwirtin bzw. von Landwirt zu Landwirt sehr unterschiedlich. Manche Betriebe nutzen das Portal sehr intensiv, andere wiederum nur sporadisch. Hier gilt es die Gründe zu finden, warum manche das Portal nur spärlich nutzen und etwaige Anpassungen vorzunehmen.

Eine weitere Herausforderung ist die Kundenakquise. Mit sehr wenigen Ressourcen gilt es viele potentielle Kundinnen bzw. Kunden zu erreichen. Gleichzeitig ist das Produkt (Mischpakete Fleisch) für viele neu und deshalb (noch) unverständlich. Hier gilt es kontinuierlich Pressearbeit zu machen und die vorhandenen Ressourcen optimal einzusetzen, um viele Kundinnen und Kunden zu erreichen und über nahgenuss zu informieren.


(c) Lukas Sauseng


(c) Julia Rauchenberger

LINKS

www.nahgenuss.at (https://www.nahgenuss.at/blog/pressematerial/)

DOWNLOADS

Kundenfolder_nahgenuss (https://www.zukunftsraumland.at//index.php?inc=download&id=1778)