

Heimvorteil 2020

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN

UNTERGLIEDERUNG | LANDWIRTSCHAFT | NAHVERSORGUNG | LEADER

PROJEKTREGION | TIROL

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 14.07.2017-13.07.2020 (GEPLANTES PROJEKTENDE)

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 132.000,00€

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 66.000,00€

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

PROJEKTRÄGER | WIRTSCHAFTSKAMMER LIENZ

KURZBESCHREIBUNG

Die massive Ausdünnung der Nahversorgung im ländlichen Raum, angefangen bei der Schließung von Post- und Bankfilialen, Gasthöfen, Polizeiposten, Hausarztpraxen bis hin zur klassischen Nahversorgung, setzt sich fort. 1983 gab es z.B. noch 83 selbständige Lebensmittelhändler in Osttirol, aktuell sind es nur noch 21.

AUSGANGSSITUATION

In 13 Gemeinden gibt es gar keinen Nahversorger mehr. Ohne Maßnahmen werden in den nächsten zehn Jahren weitere fünf Gemeinden den Nahversorger verlieren. Die schwierige wirtschaftliche Situation für Händler und Hersteller regionaler Produkte erweist sich im Bezirk als zusätzlich erschwerend.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Projektziel ist die Bewusstseinsbildung für die Wichtigkeit intakter Nahversorgung. Dazu ist es wichtig, den Wert der funktionierenden Nahversorgung in Gemeinden bei BürgerInnen, KonsumentInnen und politischen VertreterInnen bewusst zu machen und regionale Wertschöpfungskreisläufe zu beleben. Ein Schritt in Richtung Erfolg ist die Belebung der Ortskerne, da speziell Kinder, Schüler und ältere Menschen auf Nahversorgung im Ort angewiesen sind.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Damit das gelingen kann, sollen Projektaktivitäten wie das „Osttirol -Regal“ im heimischen Handel, Kooperationen, Produktentwicklung und Markenbildung beitragen.

Die Erarbeitung eines starken Erscheinungsbildes und dessen kreative Umsetzung, gebrandet als „regionale Kreisläufe“ bzw. „Heimvorteil“, machen die Angebote für den Konsumenten sichtbar.

Unterstützt durch eine „Logistik der kurzen Wege“, das Darstellen des Nutzens einer funktionierenden Nahversorgung „aus der Region für die Region“, die verbesserte Zusammenarbeit zwischen heimischen Herstellern und dem Lebensmittelhandel und eine gezielte

Öffentlichkeitsarbeit geben Impulse, die die regionale Wertschöpfungskette stärken.



Foto: Wirtschaftskammer Lienz