

Haus für regionale Produkte

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.
 WERTSCHÖPFUNGSKETTE | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER,
 GEMEINDEN | KULINARIK
UNTERGLIEDERUNG | WERTSCHÖPFUNG | KULINARIK |
 STANDORTENTWICKLUNG | LEERSTAND | BILDUNG & LEBENSLANGES
 LERNEN | TOURISMUS | DIREKTVERMARKTUNG | DIVERSIFIZIERUNG | KURZE
 VERSORGUNGSKETTEN | LANDWIRTSCHAFT | LEADER | VERMARKTUNG UND VERTRIEB
PROJEKTREGION | KÄRNTEN
LE-PERIODE | LE 14-20
PROJEKTLAUFZEIT | 2015-2018 (GEPLANTES PROJEKTENDE)
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 200.000 €
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 100.000 €
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 | LBI LAVANTTALER BESCHÄFTIGUNGSINITIATIVE

KURZBESCHREIBUNG

Das Bamberghaus in Wolfsberg (Kärnten) soll unter dem Namen "Haus der Region" zur Vermarktungsplattform für regionale Produzentinnen und Produzenten umgestaltet werden. Hierzu werden ausgewählte Räumlichkeiten des Bamberghauses mittels umfassender Bau- und Einrichtungsmaßnahmen adaptiert und als Vinothek mit integriertem Shopbereich umfunktioniert.

AUSGANGSSITUATION

Das Bamberghaus ist in Besitz der Stadtwerke Wolfsberg und hat bis vor Kurzem auch noch als Bürogebäude für Gemeindebedienstete gedient. Im Jahr 2015 wurden die Büros ausgelagert und das Gebäude stand leer. Der Bürgermeister bat Gemeindebürgerinnen und -bürger um Ideen für ein Neunutzungskonzept. So entstand die Idee zum Projekt "Haus der Region".

Welche Probleme sollten durch das Projekt gelöst werden?

Die Stadt Wolfsberg kämpft wie viele andere Bezirksstädte in ländlichen Regionen mit sterbenden Innenstädten. Geschäfte sperren nach und nach zu. Das Bamberghaus befindet sich mitten im historischen Zentrum von Wolfsberg und kann durch die Revitalisierung zur Belebung des Ortskernes beitragen. Neben der einheimischen Bevölkerung soll das "Haus der Region" ein Anziehungspunkt für Touristinnen und Touristen sein. Die Vermarktungsplattform ist besonders für kleine Direktvermarkter eine Chance sich zu präsentieren. In der Region gibt es keine Plattform dieser Art.

Als Chance, die durch das Projekt ergriffen wird, kann sicherlich der allgemeine Trend "zurück zum Ursprung und regionaler einheimischer Produkte und Lebensmittel" gesehen werden. Der Auftrag zur Bewusstseinsbildung (Regionalität) bereits im Kindergartenalter wird Teil des Projektes sein. Kinder sind die Konsumentinnen und Konsumenten von morgen!

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Ziele: Wertschätzung der Regionalität und Unterstützung der heimischen Produzentinnen und Produzenten.

Zielgruppen: Einheimische, Touristinnen und Touristen, Bildungsinstitutionen: Kinder, Schulen, Jugendliche; Veranstaltungsteilnehmerinnen und -teilnehmer, Vereine, interessierte Gruppen; Interessierte an der Nutzung des Bambergssaals (Unternehmen, Vereine, Ortsgruppen)

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

- Raumdefinition und Raumgestaltung: Durch die Installation Bambergssaals bietet ein Erlebnisraum, in dem von Orten, die zum Teil das Abtragen von Bränden und die Folgen von ursprünglichem Gewerbe zum Inhalt haben
- Vermarktungsplattform für Lavanttaler Winzerinnen und Winzer: Die rustikal-modern eingerichtete Vinothek gewährleistet Raum für die Präsentation, Vermarktung und den Verkauf von Wein und Weinprodukten der regionalen Winzerinnen und Winzer. Durch die Gestaltung von Themeninseln erhält jeder teilnehmende Lavanttaler Winzerin bzw. Winzer die Möglichkeit, sich mit seinem Betrieb und der dahinterstehenden Philosophie vorzustellen und authentisch zu präsentieren.
- Vermarktungsplattform für regionale Direktvermarkterinnen und -vermarkter: Neben den Lavanttaler Winzerinnen und Winzern wird den regionalen Direktvermarkterinnen und Direktvermarktern im Haus der Region eine absatzsteigernde und damit wertschöpfungsstärkende Plattform geboten. Die im Haus der Region präsentierte Produktpalette fokussiert überwiegend Güter aus dem Lebensmittelbereich, die aus folgenden Produkten bestehen könnte: hausgemachte Nudelsorten, Getreideprodukte, Marmeladen, Honig, Nüsse, Essig, Öle, Sugo, Pestos, Säfte, Liköre, Edelbrände, Most, Kräuter, diverse Teesorten, saisonale Produkte (Kürbis, Spargel, ...).
- Kooperation mit dem Museum im Lavanthaus: Mit der Sonderausstellung 2016 "Alte Liebe neu entdeckt – Lavanttaler Weinbau" und der Installation von multisensorischen Erlebnisstationen wird die Geschichte des Lavanttaler Weinbaus der Öffentlichkeit familien- und generationenfreundlich präsentiert.
- Erweiterung des regionalen Tourismus- und Kulturangebots durch Konzipieren von kombinierten Angeboten und Dienstleistungen für Gruppen: Begleitete Produktverkostungen werden in Kombination mit Besuchsfahrten zum Herstellungsort als Ausflugspaket für Touristinnen und Touristen konzipiert. Dieses Dienstleistungsangebot kann individuell zusammengestellt und durch weitere Programmpunkte, wie etwa Ausstellungs- und Klosterbesichtigungen, Weinbergwanderungen uvm. erweitert werden. Damit trägt das Projekt zur Bündelung und Erweiterung des regionalen Kultur- und Tourismusangebots bei.
- Auftrag zur Bewusstseinsbildung (Regionalität): Unter Einbezug der Produzentinnen und Produzenten werden themenspezifische Workshops und Werkstätten bereits ab der Elementar- und Primarstufe (Kindergarten, Volksschule) zielgruppengerecht angeboten und im Veranstaltungssaal des Bambergshauses mit Produktverkostungen durchgeführt
- Umfassende Nutzung des Bambergssaals als Veranstaltungsraum: Produktverkostungen für größere Gruppen werden im Bambergssaal, welcher sich im Obergeschoss des Hauses befindet, je nach Bedarf auch unter Einbezug der Produzentinnen und Produzenten durchgeführt. Des Weiteren soll der Bambergssaal für verschiedene Veranstaltungen, wie etwa Empfänge oder themenspezifische Vorträge und Workshops genutzt werden.
- Haus der Region: Marketingkonzept – Öffentlichkeitsauftritt

ERFAHRUNG

Dieses Projekt betrifft das gesamte Lavanttal und ohne die Kooperation zwischen mehreren Partnerinnen und Partnern wäre das Projekt nicht möglich. Somit ist die wichtigste Erfahrung in diesem Projekt sicherlich eine funktionierende Zusammenarbeit.



Sabine Monsberger