

Mobiles Verteiler-Zentrum Murtal

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.
WERTSCHÖPFUNGSKETTE | KULINARIK
UNTERGLIEDERUNG | LANDWIRTSCHAFT | GASTRONOMIE | VERMARKTUNG UND
VERTRIEB | KULINARIK | LEADER | NAHVERSORGUNG | FRAUEN |
DIREKTVERMARKTUNG | KURZE VERSORGUNGSKETTEN | WERTSCHÖPFUNG | HANDEL
PROJEKTREGION | STEIERMARK
LE-PERIODE | LE 14-20
PROJEKTLAUFZEIT | 12/2016-11/2019 (GEPLANTES PROJEKTENDE)
PROJEKTKOSTEN GESAMT | EUR 225.593,00
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | EUR 135.355,80
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 | VEREIN "MURTALER-BAUERN-KRAFT"

KURZBESCHREIBUNG

"Heimisch erzeugte, gesunde Lebensmittel einfach und zuverlässig vom Produzenten bis hin zum Konsumenten bringen" - das ist das übergeordnete Ziel einer Initiative des Vereins "Murtaler Bauern-Kraft". Gemeinsam mit weiteren regionalen Partnern wollen sie dazu ein "Mobiles-Verteiler-Zentrum" aufbauen. Damit sollen wesentliche Lücken in der regionalen Wertschöpfungskette im Bereich Lebensmittel-Logistik und -Vertrieb geschlossen und nachhaltig zur Stärkung des regionalen Marktes beigetragen werden. Hierzu werden eine Vermarktungsplattform sowie ein Zentrallager inkl. Transport-Dienstleistungen für regional erzeugte Lebensmittel aufgebaut. Die Zusammenarbeit entlang der regionalen Versorgungskette - von lebensmittel-produzierenden und -verarbeitenden Betrieben und Direktvermarktern bis hin zu Handels-, Gastronomie- und Tourismusbetrieben - wird im Rahmen des Projektes nachhaltig verbessert.

AUSGANGSSITUATION

Im Murtal gibt es eine Vielzahl von landwirtschaftlichen Betrieben, die qualitativ hochwertige Lebensmittel herstellen. Der Trend zugunsten regional erzeugten, gesunden Lebensmitteln könnte von ihnen als Möglichkeit zur Diversifizierung, Absatzsteigerung und Wachstum genutzt werden. Darauf wären wiederum positive Effekte in Bezug auf Wertschöpfung, Arbeitsmarkt, Lebensmittelversorgung und auf die touristische Attraktivität der Region zu erwarten.

Problematisch ist hierbei jedoch, dass eine Vielzahl der landwirtschaftlichen Produzent/innen bei Konsument/innen und weiteren Kundengruppen (Handel, Gastronomie etc.) kaum bekannt sind. Auch sind Betriebsstandorte oftmals weiter von Siedlungszentrum im Murtal entfernt, so dass der Transport von Erzeugnissen – insbes. in kleineren Mengen – bis hin zu Vertriebsstellen bzw. zu Kunden kaum wirtschaftlich tragfähig erfolgen kann. Somit kann die Nachfrage nach regional erzeugten Lebensmitteln im Murtal noch nicht optimal genutzt bzw. bedient werden.

Vor diesen Hintergrund will der Verein „Murtaler-Bauern-Kraft“ – ein Zusammenschluss von über 50 landwirtschaftlichen und landwirtschaftsnahen Betrieben – u.a. in Kooperation mit der Landwirtschaftskammer/Bezirkskammer Murtal und Tourismusverbänden ein Vermarktungs- und Logistik-Zentrum für regional erzeugte Lebensmittel realisieren.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Zur Bedienung der Nachfrage nach heimisch erzeugten Lebensmitteln soll die regionale Wertschöpfungskette „Lebensmittel-Versorgung“ optimiert bzw. ausgebaut werden.

Projektziel in Bezug auf die Ausgangslage umfassen:

den Aufbau:

- von zentralen Vermarktungs-Dienstleistungen für heimisch erzeugten Lebensmittel;
- einer Logistik- und Transport-Infrastruktur zur Verbreitung von regionalen Lebensmitteln (vom Ur-Produzenten bis zum Konsumenten).

Genannte Zielbereiche werden in der lokalen Entwicklungsstrategie explizit als relevante Handlungsbereiche angeführt. Aktionsfelder zur Verbesserung von Lebensqualität und wirtschaftlichen Bedingungen werden optimal unterstützt.

Zu den **Zielgruppen** des Projektes zählen:

- Direktvermarkter/Produzenten;
- Konsumenten bzw. Einwohner/innen;
- Händler und Hofläden;
- weiterverarbeitende Betriebe (wie bspw. Gastronomie);
- Tourismusverbände & -betriebe der Region.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

- (1) Vermarktungsplattform entwickeln;
- (2) Zentral-/Zwischenlager aufbauen;
- (3) Waren-Wirtschafts-System einführen;
- (4) Marketing-Aktivitäten zur Markteinführung realisieren;
- (5) Projektmanagement (Ifd.)

1. Vermarktungsplattform: Wichtige Wirkungsbereiche sind die Steigerung der Markttransparenz von heimischen Produzenten und Lebensmitteln. Hierzu wird eine zentrale Online-Vermarktungsplattform aufgebaut. In diese werden bis Ende 2017 mind. 50 Lebensmittel-Produzenten, -verarbeiter und -vermarkter eingebunden. Unterstützend wirkt die

Landwirtschaftskammer (Bezirkskammer Murtal), die u.a. in der Einhaltung von Qualitätskriterien eingebunden wird.

2. Zentral-/Zwischenlager: Durch den Aufbau des Zentral-/Zwischenlagers soll die Wertschöpfungskette in der Nahversorgung geschlossen und eine Effizienzsteigerung in der Lebensmittellogistik erreicht werden. Hierzu wird das Zentrallager verkehrstechnisch passend gewählt und mit erforderlicher Infrastruktur (Einrichtung, Maschinen, IT) ausgestattet. Logistikprozesse werden eingeführt und pilotiert. Wichtiger Teil der Lösung ist das Transport-Service, über welches Kunden vom Zentrallager aus beliefert werden. Durch die Sammel-Funktion des Lagers können u.a. „Mengenvorteile“ bei der Erfüllung größerer Aufträge erzielt werden.

3. Waren- und Wirtschafts-System: Zur professionellen Abwicklung der regionalen Warenströme und Geschäftsprozesse – von Produzenten bis hin zum Konsumenten – wird ein überbetriebliches Waren-Wirtschafts-System (WWS) entwickelt und eingeführt. An das Zentrallager zuliefernde Produzenten sowie vom Lager aus belieferte Kunden werden hierin erfasst. Lagerbestände werden laufend aktuell ersichtlich und können geplant bzw. disponiert werden.

4. Marketing-Aktivitäten: Der Start des Mobilen-Verteiler-Zentrum wird durch umfangreiche Marketingaktivitäten unterstützt. Hierzu wird ein „corporate design“ als Grundlage für den Marktauftritt entwickelt. Als Kommunikationskanäle genutzt werden v.a. Printwerbung, -medien sowie online-Kanäle. Gute Wirkung wird v.a. von der, mit der BK Murtal gemeinsam geplanten Start-Veranstaltung erwartet.

5. Projektmanagement: Zur projekt- und förderkonformen Projektabwicklung ziehen sich Aktivitäten des Projektmanagements und –dokumentation durch die gesamte Projektlaufzeit.

Meilensteine sind:

Start Vermarktungs-Plattform (**03.2017**)

Start Auslieferung vom Zentral-Lager (**06/2017**)

Mind. 30 Produzenten sind Zulieferer, mind. 10 Großkunden sind Abnehmer (**11.2017**)

Projekt-Abschluss (**11.2019**)

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

1e (PLAN: 1e) Online-Vermarktungs-Plattform für regionale Lebensmittel

18 (PLAN: 10) Erzeugnis-Gruppen sind auf der Plattform abrufbar (bspw. Fleischprodukte, Fischprodukte, Gemüse etc.)

48 (PLAN: mind. 50) Betriebe in Vermarktungs-Plattform eingebunden (Lebensmittel-Produzenten, -vermarkter, -verarbeiter)

über 30 (PLAN: 30) Partner-Betriebe beliefern/nutzen das Zentrallager

12 (PLAN: 10) „Großkunden“ werden vom Zentrallager beliefert

1 (PLAN: 1) professionelles „Corporate Design“ als Basis für Marketingaktivitäten

1e (PLAN: 1) Veranstaltung „Markteinführung“ mit über 70 Besucher/innen

1 (PLAN: 0) Bauernladen in Fohnsdorf

Im Zuge der Nutzung der Internet-Plattform - unter Auswertung der Nutzungsschichten - wurde

auf diese Erfahrungen aufbauend ein Bauernladen in Fohnsdorf eröffnet, um hier auf die ältere oder nicht unmittelbar internetaffine Bevölkerungsschichten besser zugehen zu können. Weiters wird in den dicht-verbauteren Gebieten abseits der Stadtzentren auf Automaten-Verkaufsstände zurückgegriffen, um hier einen leichteren Zugang rund um die Uhr zu ermöglichen.

ERFAHRUNG

Das Thema Versorgung der Bevölkerung mit regional erzeugten Produkten ist eines, das für alle Beteiligten sehr wichtig ist. Zum einen kann das Ernährungsbewusstsein der Bevölkerung unterstützt werden und zum anderen kann die Wertschöpfung in der Region gehalten werden. Damit verbunden kann das Fortbestehen von bäuerlichen Betrieben gesichert werden und damit ein wichtiger regionalentwicklungstechnischer Indikator abgesichert werden. Gerade im bäuerlichen Bereich können weibliche Arbeitsplätze mit diesen Initiativen gesichert werden und damit kann einer Abwanderung von weiblichen Arbeitskräften aus der Region entgegengewirkt werden.



LAG innovationsRegion Murtal



LAG innovationsRegion Murtal



LAG innovationsRegion Murtal



LAG innovationsRegion Murtal



LAG innovationsRegion Murtal

LINKS

www.bauernkraft.at (<http://www.bauernkraft.at>)