

Naturpark Vollmilchkalb

Aufbau der Vermarktungsschiene für das Naturpark Vollmilchkalb

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.
WERTSCHÖPFUNGSKETTE | KULINARIK
UNTERGLIEDERUNG | TIERWOHL | HANDEL | VERMARKTUNG UND
VERTRIEB | KULINARIK | SCHUTZGEBIETE | LANDWIRTSCHAFTLICHE
DIENSTLEISTUNGEN | DIVERSIFIZIERUNG | KURZE VERSORGUNGSKETTEN | ALM- &
BERGLANDWIRTSCHAFT | LEADER
PROJEKTREGION | VORARLBERG
LE-PERIODE | LE 14-20
PROJEKTLAUFZEIT | 27.02.2019-31.12.2021
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 47.543,00 €
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 18.921,82 €
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 | METZGEREI NATURPARK NAGELFLUHKETTE EGEN

KURZBESCHREIBUNG

Der Naturpark Nagelfluhkette ist bekannt für seine hochwertigen Milchprodukte. Um die besondere Kulturlandschaft zu erhalten und dem Anspruch als Modellregion für Nachhaltigkeit gerecht zu werden, ist es unerlässlich, auch den Absatz des Fleisches zu stärken. Daher wurde beschlossen, als Naturpark-Spezialität Fleisch- und Wurstwaren zu vermarkten.

Die Tiere erfüllen Qualitätskriterien, die zum Erhalt der Kulturlandschaft beitragen. Sie sind im Naturpark geboren, gemästet und geschlachtet. Zur Schlachtung, Veredelung und Vermarktung wurde die Genossenschaft Metzgerei Naturpark Nagelfluhkette eGen gegründet. Neben der Lohnschlachtung war der nächste Schritt der Aufbau der Vermarktungsschiene sowie der Kauf eines eigenen Schlacht- und Verarbeitungsbetriebes in Doren. Die Genossenschaft startete mit dem Vertrieb von Naturpark Vollmilchkalb und baut langsam die Produktpalette aus. Die Lieferantinnen und Lieferanten sind Genossenschaftsmitglieder und halten sich an die Qualitätskriterien.

AUSGANGSSITUATION

Im Zuge des Interreg-Projekts „Bewegende Natur – Geschützte Lebensvielfalt“, mit dem sich der Naturpark Nagelfluhkette als Modellregion für Naturerlebnistourismus positionieren möchte, soll das Naturpark-Partnerprogramm aufgebaut werden. Es beinhaltet auch Produkte: Naturpark-Spezialitäten. Deren Produktionsweise trägt zur biologischen Vielfalt im Naturpark bei, mit deren Konsum wird der Erhalt der Kulturlandschaft ermöglicht. Grünland bzw. Alpwirtschaft hat im Naturpark einen hohen Stellenwert. Für die gefragten Milch- und Käseprodukte bestehen hervorragende Vermarktungsschienen. Im Fleischbereich gibt es dahingehend großes Potential.

Als Produkt für das Partnerprogramm fokussiert der Naturpark sich daher auf die Vermarktung von regionalem Fleisch.

Im November 2017 wurde die Genossenschaft Metzgerei Naturpark Nagelfluhkette eGen gegründet, die die ehemalige Metzgerei Schmuck in Doren erwarb und an Metzgermeister und Vorstandsmitglied Rainer Moosmann verpachtete. Vom Vorstand der Genossenschaft wurden Qualitätskriterien für Naturpark-Fleisch und im speziellen für Vollmilchkalb festgelegt. Grafisches Erscheinungsbild und Flyer werden ebenfalls über das Interreg Projekt erstellt. Über das Interreg-Projekt wurde Hermann Hagspiel für die Prozessbegleitung mit Konzeptentwicklung, Kostenrechnung und Marketingkonzept beauftragt.

Aufbauend auf diesen Vorarbeiten soll die Umsetzung im Rahmen des LEADER-Projekts erfolgen. Dazu soll eine Personalstelle geschaffen werden, die die Vermarktung übernimmt. Aufgabe ist die Vernetzung mit regionalen Abnehmerinnen und Abnehmern: Beherbergerinnen, Beherberger, Gastronominnen und Gastronomen aus dem Naturparkpartnerprogramm und darüber hinaus Sennereien, Feinkostläden, Gemeinschaftsverpflegung, Tourismus etc. Da derzeit kein eigener Laden für den Verkauf vorhanden ist, soll in der vom Naturpark-Partner Moosmann Fleischveredelung gepachteten Metzgerei eine Verkaufsmöglichkeit geschaffen werden und der Verkaufsraum aufgewertet werden.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Mit der Vermarktung der Naturpark-Spezialität Naturpark Fleisch – Vollmilchkalb durch die Genossenschaft Metzgerei Naturpark Nagelfluhkette soll die hohe Landschaftsqualität des Naturparks Nagelfluhkette erhalten werden. Ziel ist, dass eine zukunftsfähige, enkeltaugliche und kleinstrukturierte Landwirtschaft im Naturpark die Region mit Fleischspezialitäten versorgt. Den Landwirtinnen und Landwirten im Naturpark soll die Möglichkeit geboten werden, die artenreichen Wiesen und Weiden zu erhalten, bei gerechter Entlohnung, neuen Ertragsmöglichkeiten und zukunftssträchtiger Bewirtschaftungsform. Unkomplizierte, kontinuierliche Versorgung der Gastgeberinnen und Gastgeber mit regionalen, fairen und qualitativ hochwertigen Fleisch- und Wurstwaren. Gesunder Fleischgenuss ohne schlechtes Gewissen für Konsumentinnen und Konsumenten mit transparenten Qualitätskriterien, die zum Erhalt des Naturparks beitragen.

Die Vermarktung von regionalem Vollmilchkalb soll zur Diversifizierung der Landwirtschaft, zur Erhöhung der regionalen Eigenversorgung und zur Verringerung von Kälbertransporten beitragen. Die Genossenschaft ermöglicht allen Direktvermarkterinnen und Direktvermarktern die Lohnschlachtung und übernimmt für ihre Mitglieder die Vermarktung. Sie setzt sich für eine höhere Wertschöpfung für die Landwirtinnen und Landwirte im Naturpark beim Fleisch und generell für Fleischspezialitäten ein, wie das die Sennereien im Bereich Milchprodukte leisten. Der Vorstand der Genossenschaft ist breit aufgestellt mit einem Landwirt, Gastronom, Metzger, zwei Händlern und einem Vertreter des Naturparks. Dies spiegelt sich auch bei den Mitgliedern der Genossenschaft wider. Um die Vermarktung aufzubauen und diese Ziele zu erreichen, braucht es eine Personalstelle, die die Genossenschaft beim Aufbau unterstützt.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Die Vermarktung des Naturpark-Vollmilchkalbs erfolgt klein und exklusiv und soll nachhaltig wachsen. Begonnen wird mit wenigen Landwirtinnen und Landwirten. Der Vernetzungsgrad in der Region ist durch den Naturpark Nagelfluhkette und die Vorstandschaft gut, soll aber durch die beantragte Personalstelle gepflegt, intensiviert und in der Region und darüber hinaus ausgebaut

werden. Das Marketingkonzept wird umgesetzt. Die noch zu findende Person übernimmt die Akquise, betreut Kundschaft, Lieferantinnen und Lieferanten und sorgt für den Verkauf.

In der Metzgerei Fleischveredelung Moosmann in Doren soll eine Verkaufsmöglichkeit für Naturpark-Fleisch geschaffen werden. Derzeit liegt der Schwerpunkt der Metzgerei (noch) auf der Lohnschlachtung mit Metzgereiverkauf an einem Tag. Die Gestaltung des Verkaufsraums ist auf Grund der Ausrichtung auf die Lohnschlachtung noch hintangestellt worden. Über das Projekt soll der Verkaufsraum ansprechend gestaltet werden. Ein Kühlregal, welches nur Naturpark-Fleisch enthält, wird angeschafft. Das dient dem Verkauf und bietet eine klare Trennung zwischen den Produkten von Moosmann Fleischveredelung und der Marke Naturpark-Fleisch. Auch eine Außenwerbung wird angebracht.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Um die Vermarktung aufzubauen und diese Ziele zu erreichen, brauchte es eine zusätzliche Personalstelle, die neben den Angestellten für den Betrieb des Ladens und des Verkaufswagens die Genossenschaft beim Auf- und Ausbau ihrer Aktivität fachlich erweitert und personell unterstützt. Dies wurde mit der Person des Geschäftsführers geschaffen und mit der Besetzung einer Vollzeitstelle gefunden.

Zum Berichtszeitpunkt März 2022 hat die Genossenschaft Metzgerei Naturpark Nagelfluhkette folgendes erreicht:

- Verkauf an 5 Tagen die Woche auf 6 Wochenmärkten (Bregenz, Dornbirn, Lustenau, Oberstaufen und Lindau/Weissensberg)
- Verkauf im Laden in Hittisau von Mittwoch bis Samstag
- Über 67.000 Verkäufe innerhalb von einem Jahr (Januar 2021 bis Januar 2022)
- Fachgerechtes Schlachten von 35 Rindern, 70 Kälbern und 100 Schweinen und deren Verschonen von unnötig langen und nicht artgerechten Tiertransporten
- Gesteigerter Umsatz
- Gesteigerter Kundenkontakt

Im Projekt war ursprünglich angedacht, den Verkaufsraum in Doren mit geringen Investitionen aufzuwerten. Während des Projekts priorisierte die Genossenschaft den Standort in Hittisau. Dieser wurde außerhalb des LEADER-Projekts umgesetzt.

In Hittisau wurden durch umfassende professionelle Beratung und die Umsetzung mittels neuer Geräte, Einrichtungen und verkaufsfördernden Installationen eine Erlebniswelt für den modernen Fleischkauf und Konsum sowie ein Bistrobereich mit bis zu 20 Sitzplätzen geschaffen.

In diesem Metzgerei-Verkaufsgeschäft mit Bistrolokal können die Kundinnen und Kunden umfassend einkaufen, bedient werden bzw. sich selbst bedienen. Sie können auch Waren probieren, verkosten und näher erklärt erleben. Neben einer umfassenden Produktpalette an Fleisch-, Wurst- und Speckwaren im Vollsortiment werden in Hittisau auch Mittagsmenüs frisch zum Verzehr bzw. als Take-Away angeboten. Durch das Verkaufsgeschäft/Bistrolokal werden die Ziele der Genossenschaft und die hochwertigen Produkte weiter greifbar und bekannter. Damit konnte die Wertschöpfungskette für die Produkte weiter ausgebaut und der Genossenschaft weiter als Ertrag und Erfolg für das Imagegewinn der Marke zugeführt werden.



Naturpark Metzgerei Nagelfluhkette
e.Gen.

LINKS

[Projektbeschreibung auf der Website der Regio-V \(https://www.regio-v.at/projects/382/naturpark-vollmilchkalb\)](https://www.regio-v.at/projects/382/naturpark-vollmilchkalb)

[Website der Naturpark Metzgerei Nagelfluhkette e.Gen. \(https://naturparkmetzgerei.at/\)](https://naturparkmetzgerei.at/)