



Regionalmarkt Vorderland-Walgau-Bludenz

Regionalmarkt Guat`s vo do

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.
 WERTSCHÖPFUNGSKETTE | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | UMWELT,
 BIODIVERSITÄT, NATURSCHUTZ | KLIMASCHUTZ UND KLIMAWANDEL | KULINARIK
 UNTERGLIEDERUNG | LEADER
 PROJEKTREGION | VORARLBERG
 LE-PERIODE | LE 14-20
 PROJEKTLAUFZEIT | 01.07.2019-31.12.2020 (GEPLANTES PROJEKTENDE)
 PROJEKTKOSTEN GESAMT | 94.915€
 FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 37.965,86€
 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 | VEREIN REGIONALMARKT VORDERLAND-WALGAU-BLUDENZ

KURZBESCHREIBUNG

Mit dem Projekt „Regionalmarkt Vorderland-Walgau-Bludenz, Guat`s vo do“ werden die laufenden Aktivitäten im Bereich regionaler Produkte (und deren Vermarktung) der Regionen Vorderland-Feldkirch und Walgau sowie der Stadt Bludenz gekoppelt und weiterentwickelt.

Ziel der mit diesem Projekt startenden zweiten Projektphase ist die Konsolidierung der neu gegründeten Trägerstruktur „Regionalmarkt Vorderland-Walgau-Bludenz“. Dazu gehört insbesondere die weitere Akquise und Vernetzung von ProduzentInnen und verarbeitenden Betrieben, die Entwicklung von Marketinginstrumenten, insbesondere aber der weitere Aufbau einer nachhaltig funktionierenden Logistikstruktur.

AUSGANGSSITUATION

Ziel des Vorläuferprojektes Vermarktungsdrehscheibe VWB war es, genügend ProduzentInnen und Abnehmer zu finden, die sich in einer neu zu gründenden Trägerstruktur zusammenschließen,

um in diesem LEADER-Projekt diese neue Trägerstruktur weiterzuentwickeln und zu konsolidieren. Mit dem neu gegründeten Verein „Regionalmarkt Vorderland-Walgau-Bludenz“ und seinen 20 Mitgliedsbetrieben ist dies nun gelungen. Die Produzenten zahlen einen Mitgliedsbeitrag von 50,- € 1 % des Umsatzes, der über den Regionalmarkt erwirtschaftet wird. Der Mitgliedsbeitrag der Abnehmer (Großküchen, Gastronomie, Handel) ist über den Logistikbeitrag abgedeckt.

Neben kleinen Betrieben und Produzenten sind mit den Gemeinschaftsküchen der Sozialzentren, der Tourismusschule Bludenz, sowie der Walgaukaserne auch wichtige große Institutionen Kunden des Regionalmarktes. Alleine über die Großküchen der Sozialzentren werden etwa 3.000 Personen mit Produkten aus der Region versorgt. Diese neu entstandene, von großen und kleinen Betrieben getragene, Partnerstruktur entspricht den Zielsetzungen aus der ersten Projektphase, womit ein wichtiger Schritt getan ist, um den Regionalmarkt langfristig als Drehscheibe für regionale Produkte in der Region zu etablieren.

In einem Workshop mit rund 20 Partnerbetrieben am 6. Februar 2019 zeigte sich, dass diese Partnerstruktur zukunftsfähig ist: Der Regionalmarkt mit dem Geschäftsführer und den beiden Kümmernern hat sich als niederschwelliger Ansprechpartner etabliert. Es zeigte sich dort allerdings auch deutlich, dass es noch Verbesserungspotential gibt, insbesondere was den Austausch zwischen den Betrieben sowie die Öffentlichkeitsarbeit betrifft. Ebenso gilt es die Lagerlogistik, insbesondere aber die Transport- bzw. Lieferlogistik, die aktuell noch von Harald Nesensohn abgewickelt wird, weiterzuentwickeln. Diesbezüglich wurden schon Gespräche mit möglichen Partnerbetrieben geführt (Rätikon Frischehandel, Landgenossen, Brauerei Frastanz).

Neben der Fortführung und Weiterentwicklung der bewährten Struktur, liegt in diesem Projekt also ein besonderer Fokus auf diese drei letztgenannten Punkte (siehe AP2, AP3 und AP4).

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Weiteres Zusammenbringen von regionalen Produktions- und Verarbeitungsbetrieben sowie der Gastronomie, dem Einzelhandel und den Großküchen

Entwicklung von Marketinginstrumenten zur Vorstellung der Betriebe und Produkte

In Kooperation mit der Regio im Walgau wird eine neue Homepage entwickelt, auf der aktuelle Infos über die Betriebe und das Sortiment verfügbar sind

Der Content der für die Homepage entwickelt wird, wird auch für weitere Marketinginstrumente verwendet (z.B. Flyer, Info-Schilder für Verkaufslokale bzw. für die Speisekarten in den teilnehmenden Gasthäusern). Damit soll das Bewusstsein der Bevölkerung für die Wichtigkeit von regionalen Lebensmitteln gestärkt werden.

Weiterentwicklung, Professionalisierung und Konsolidierung der neuen Trägerstruktur „Verein Regionalmarkt VWB“

Kümmerner fungieren auch weiterhin als niederschwellige Ansprechpartner
Anstellung einer geringfügig beschäftigten Person für Back-Office-Arbeiten (Buchhaltung, Lieferscheine etc.)

Aktuell sind 20 Partner des Regionalmarktes Vereinsmitglieder. Diese Zahl soll bis zum Projektende auf 25 erhöht werden. Gemäß der bisherigen Entwicklung soll der Umsatz jährlich um 10 % wachsen. Ausgehend von einem Jahresumsatz von ca. 100.000 € wäre dies ein Plus von rund

10.000 €.

Intensivierung der Vereinsarbeit (Besuche/Austausch mit Partnerbetrieben, Quartalsmäßige Austauschtreffen, zwei Exkursionen)

Weiterentwicklung einer regionalen Logistik

Für den Transport bzw. die Lieferlogistik werden Partnerbetriebe gefunden, um mit dem laufenden Wachstum mitzuhalten.

Anstatt eines großen zentralen Lagers wurde gemeinsam mit bestehenden Partnerbetrieben eine dezentrale Lagerlogistik mit Kühlmöglichkeiten aufgebaut. Diese wird im Projekt laufend weiterentwickelt.

Vernetzung mit weiteren regionalen und landesweiten Institutionen und Betrieben

Auslotung von Kooperationsmöglichkeiten (insbesondere im Bereich Logistik/Vertrieb und Marketing)

Erweiterung des Produktsortiments bis zum Projektende um 20 Produkte

Wie auch schon in der letzten Projektphase, wird weiterhin daran gearbeitet einen neuen oder bestehenden Marktstand in Bludenz mit regionalen Produkten zu beliefern. Wie dies möglich gemacht werden kann, wird mit der zuständigen Person in Bludenz, zusammen mit den Kümmernern, besprochen.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Der Regionalmarkt VWB ist als flexibler und niederschwelliger Partner für alle Betriebe in der Region gegründet worden. Der Mix aus großen und kleinen Partnerbetrieben fördert einerseits den Marktzugang für die kleinstrukturierte Landwirtschaft und andererseits die umweglose Verfügbarkeit von regionalen Produkten in Großküchen, Handel und Gastronomiebetrieben. Die Selbstverwaltung des Regionalmarktes durch die Mitglieder fördert zusätzlich die Bindung zu dieser Struktur. Das Führungsteam besteht aus einem Obmann und einer Obfrau wobei der Obmann aus dem Handel und die Obfrau aus der Seite der Produzenten kommen. Im Vorstand sind sieben weitere Projektpartner vertreten.

Bei einer weiteren positiven Entwicklung wird der Regionalmarkt jedenfalls weitergeführt. Die Kooperation von landwirtschaftlichen Klein- und Kleinstbetrieben sowie größeren Produzenten (z.B. Sennerei Schnifis) und unterschiedlich strukturierten Abnehmern (Gastronomie, Sozialzentren, Dorfläden) ist vorbildhaft und wird von den Partnerbetrieben sehr geschätzt.

Wie eine Weiterführung des Regionalmarkts erfolgen soll ist während der Projektlaufzeit zu klären. Aktuell ist der Verein der Ansicht, dass eine sich selbst tragende Struktur schwierig umzusetzen sein wird. Während der gesamten Projektlaufzeit werden Gespräche mit den relevanten Akteuren im Land geführt, um eine zukünftige Finanzierung sicher zu stellen – sofern das Bekenntnis der Partnerbetriebe so positiv bleibt und der Verein sich weiterhin positiv entwickelt. Entsprechende Vorgespräche mit dem Land Vorarlberg fanden bereits in der ersten Projektphase statt.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Der Verein Regionalmarkt VWB ist konsolidiert und wird stetig weiterentwickelt, sowohl in Bezug auf die Anzahl der Mitglieder (Ziel 25) als auch in Bezug auf die Austausch- und

Vernetzungsmechanismen unter den Vereinsmitgliedern

Eine funktionierende, regionale Transport-, sowie Lagerlogistik ist entwickelt, umgesetzt und kann auch mit einem entsprechenden Wachstum des Regionalmarktes mithalten

Das Produktsortiment ist sowohl qualitativ (z.B. Wintergemüse) als auch quantitativ weiterentwickelt worden (Zunahme um 20 neue Produkte)

Sowohl in die Transport-, als auch in die Lagerlogistik sind regionale/landesweit agierende Partnerunternehmen eingebunden

Der Anteil regionaler Produkte in den Gemeinschaftsküchen und Märkten der Region wurde weiter erhöht.

vier weitere vertragslandwirtschaftliche Konstellationen wurden etabliert. Das sind Vereinbarungen zwischen Produzenten und Abnehmern, die einen fixen Absatz garantieren.



Regionalmarkt Vorderland-Walgau-Bludenz



Regionalm
arkt Vorde
riand-Wal
gau-
Bludenz



Regionalm
arkt Vorde
riand-Wal
gau-
Bludenz

LINKS

[LEADER-Region Vorderland-Walgau-Bludenz - Projektbeschreibung](https://leader-vwb.t-point.eu/public/projects/de/95/regionalmarkt-vorderland-walgau-bludenz-guat-s-vo-do?view=frame) (https://leader-vwb.t-point.eu/public/projects/de/95/regionalmarkt-vorderland-walgau-bludenz-guat-s-vo-do?view=frame)