

# Wie´s Innviertel schmeckt - gemeinsam wertschöpfen

**THEMENBEREICH** | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.  
 WERTSCHÖPFUNGSKETTE | KLIMASCHUTZ UND  
 KLIMAWANDEL | INNOVATION | KULINARIK  
**UNTERGLIEDERUNG** | LANDWIRTSCHAFT | WISSENSTRANSFER |  
 NAHVERSORGUNG | GESUNDHEIT | TOURISMUS |  
 DIREKTVERMARKTUNG | DIVERSIFIZIERUNG | KURZE  
 VERSORGUNGSKETTEN | WERTSCHÖPFUNG | HANDEL | GASTRONOMIE |  
 LEBENSMITTELVERARBEITUNG | VERMARKTUNG UND  
 VERTRIEB | KULINARIK | TIERWOHL | FORSTWIRTSCHAFT | INNOVATION  
**PROJEKTREGION** | OBERÖSTERREICH  
**LE-PERIODE** | LE 14-20  
**PROJEKTLAUFZEIT** | 13.12.2018-12.12.2021  
**PROJEKTKOSTEN GESAMT** | 210.000,00  
**FÖRDERSUMME AUS LE 14-20** | 126.000,00  
**MASSNAHME** | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)  
**TEILMASSNAHME** | 19.3 VORBEREITUNG UND DURCHFÜHRUNG VON  
 KOOPERATIONSMASSNAHMEN DER LOKALEN AKTIONSGRUPPE  
**VORHABENSART** | 19.3.1. UMSETZUNG VON NATIONALEN ODER TRANSNATIONALEN  
 KOOPERATIONSPROJEKTEN  
**PROJEKTTRÄGER** | WIE´S INNVIERTEL SCHMECKT

## KURZBESCHREIBUNG

Durch die zielgerichtete Weiterentwicklung der Struktur von "Wie´s Innviertel schmeckt" ist eine Plattform von und für Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter in der gesamten Region Innviertel entstanden. Damit wurden neben den Konsumentinnen und Konsumenten vor allem auch interessante, für viele Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter sonst nicht erreichbare Zielgruppen, wie Gastronomie und Großküchen (Kantinen, Schulküchen und ähnliche) besser belieferbar. Zur Erreichung der Ziele sind personelle Ressourcen notwendig.

## AUSGANGSSITUATION

Die Kooperation "Wie´s Innviertel schmeckt" ist eine Initiative regionaler Produzentinnen und Produzenten sowie Gastronomiebetriebe, welche sich im Jahr 2014 neu formiert und einen Verein gegründet haben. Im Vordergrund stehen Vernetzung und Kooperation, gemeinsame Vermarktung und Verkauf sowie Bewusstseinsbildung und Qualifizierung. Einerseits sollen Konsumentinnen und Konsumenten gewonnen und auf ehrlich und transparent hergestellte Produkte aufmerksam gemacht werden - so soll die regionale Wertschöpfung gesteigert werden. Andererseits will man die Vernetzung und Kooperation mit anderen Ziel- und Anspruchsgruppen (regionale Gastronomie, Großküchen, Kantinen, Schulküchen und ähnliche) ausbauen. Um eine tragfähige, langfristige und ausbaufähige Kooperation hierzu eingehen zu können, ist es wesentlich, ein attraktives Leistungsangebot inklusive der entsprechenden Lieferfähigkeit und Liefertreue gesichert anbieten zu können. Durch Kooperation und Entwicklung einer gemeinsamen Vermarktungsstrategie "Wie´s Innviertel schmeckt", der Bündelung einzelner Angebote und im günstigsten Falle einer gemeinsamen Logistik, kann die regionale Wertschöpfung in der Lebensmittelerzeugung gesteigert werden. Von großer Bedeutung ist dabei die Sensibilisierung der

Bevölkerung zur bewussten Entscheidung für den Kauf heimischer Erzeugnisse, für regionale Küche und gesunde Ernährung.

Das Thema Regionalität ist ein Megatrend. Direktvermarktung wird immer wichtiger. Die Professionalität in der Direktvermarktung steigt und braucht für die Ausweitung von Marktanteilen professionelle Strukturen. Aus den Bezirken Braunau, Ried und Schärding mit etwa 400 potenziellen bäuerlichen Direktvermarktungsbetrieben steigt auch die Nachfrage nach einer Plattform für Produzentinnen und Produzenten in Blickrichtung interne Vernetzung zum Erfahrungsaustausch und der Weiterentwicklung genauso wie für die Vermarktung in Richtung Gastronomie, Großküchen und Endkonsumentinnen und Endkonsumenten.

### ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Ziele des Projektes sind unter anderem, den Zugang der Kundinnen und Kunden durch kürzere, einfachere Wege zur Direktvermarktung zu stärken, die Etablierung einer Produzentinnen- und Produzentenplattform, zudem sollen konkrete Kooperationen vorangetrieben werden um so das Thema "Direktvermarktung" im gesamten Innviertel zu stärken.

### PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Wesentlich ist der Aufbau einer innviertel-weiten Mitgliedergruppe und einer dementsprechenden Entwicklung von Organisation und Struktur.

Um die vielfältigen Ziele und Aufgaben bewältigen zu können war Aufbauarbeit und permanente Begleitung notwendig. Dies konnte durch personelle Ressourcen, die der Verein zugekauft hat, ermöglicht werden.

### ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Es hat sich über das gesamte Innviertel eine Plattform engagierter und aktiver Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter gefunden, die gemeinsame Ideen und Produkte entwickeln.

Es ist ein Handbuch und eine digitale Produzentinnen- und Produzentenplattform mit rund 180 Betrieben und mehr als 3.500 Produkten kleinteiliger (Lebensmittel)-Erzeugerinnen und Erzeuger entstanden.

Die Mitgliederzahl von "Wie´s Innviertel schmeckt" konnte von anfangs 17 auf 50 erhöht werden.



LEADER  
Oberinnvi  
ertel  
Mattigtal



LEADER  
Oberinnvi  
ertel  
Mattigtal