

# Marktplatzl Ried - Der Rieder Regionalladen

## Selbstbedienungs- Bauernladen Ried

**THEMENBEREICH** | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.  
 WERTSCHÖPFUNGSKETTE | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN  
**UNTERGLIEDERUNG** | LANDWIRTSCHAFT | BIODIVERSITÄT | KLIMASCHUTZ |  
 CHANCENGLEICHHEIT | FRAUEN | GENDER | JUGEND |  
 NAHVERSORGUNG | LEADER | NATURSCHUTZ | UMWELTSCHUTZ |  
 DIREKTVERMARKTUNG | FORSTWIRTSCHAFT | TIERWOHL | KULINARIK | VERMARKTUNG  
 UND VERTRIEB | HANDEL | WERTSCHÖPFUNG | KURZE  
 VERSORGUNGSKETTEN | DIVERSIFIZIERUNG | LEERSTAND  
**PROJEKTREGION** | OBERÖSTERREICH  
**LE-PERIODE** | LE 14–20  
**PROJEKTLAUFZEIT** | 09.08.2021-31.12.2021  
**PROJEKTKOSTEN GESAMT** | 160.000,00€  
**FÖRDERSUMME AUS LE 14-20** | 64.000,00€  
**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 ZUR FÖRDERUNG DER REGIONALEN  
 VERMARKTUNGSMÖGLICHKEITEN IN RIED/RDM.

### KURZBESCHREIBUNG

Es entstand ein moderner, gemeinsamer, zentraler Verkaufsraum für die lokalen und bäuerlichen Produzentinnen und Produzenten auf Selbstbedienungsbasis, der 24/7 geöffnet hat. Der Selbstbedienungs (SB) Bauernladen erleichtert den regionalen Einkauf für die Rieder, es entstand ein besserer Zugang zu den regionalen Produkten. Es wird die Bewusstseinsbildung der Konsumentin/ des Konsumenten in Richtung Nachhaltigkeit, Regionalität und qualitativ hochwertige Lebensmittel gestärkt.

### AUSGANGSSITUATION

Ried in der Riedmark hat viele bäuerliche Produzenten, jedoch keine gemeinsame Verkaufslokalität beziehungsweise gibt es nicht die Möglichkeit für Landwirtinnen und Landwirte, sich regelmäßig einer breiten Masse zu präsentieren. Will die Konsumentin/ der Konsument regional einkaufen, muss sie/ er an verschiedenen Tagen zu den verschiedenen Höfen fahren. Das kostet Zeit, Management und ist nicht klimafreundlich. Durch die rege Bautätigkeit in den letzten Jahren gibt es viele junge Familien in Ried, denen Regionalität und Nachhaltigkeit ein großes Anliegen ist. Die Idee zum SB Bauernladen war geboren.

### ZIELE UND ZIELGRUPPEN

- Steigerung der Wertschöpfung in der Region

- Bekanntmachen der Qualitätsprodukte unserer Heimatgemeinde
- Erhöhtes Verkaufsvolumen der Direktvermarkter
- Sicherung von Arbeitsplätzen auf den Höfen
- Schaffung neuer Standbeine auf den Höfen
- Anreiz für die Jungübernehmer:innen den Hof weiterzuführen
- Stärkung der Zusammenarbeit der Landwirtinnen und Landwirte, regionalen Unternehmen, Vereinen...
- Start mit 15 Direktvermarkter:innen → bereits über 40 Direktvermarkter:innen
- Mindestens 50 Produkte → bereits über 500 Produkte
- Eröffnung Herbst 2021: wurde erreicht

### Zielgruppen

Konsumentinnen und Konsumenten: Zur Zielgruppe zählen Konsumentinnen und Konsumenten aus Ried und den umliegenden Gemeinden, die ein wachsendes Interesse an nachhaltigen, regionalen und qualitativ hochwertigen Lebensmitteln zeigen.

Produzentinnen und Produzenten: Als weitere Zielgruppe gelten regionale Direktvermarkter:innen und Anbieterinnen und Anbieter aus Ried und der nahen Umgebung, die ihre Produkte transparent, umweltbewusst und qualitätsorientiert vermarkten.

### PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Den Anforderungen entsprechende Raumgestaltung:

- Außengestaltung (Frischmilchautomat und kleine Gartenfläche für Produktpräsentationen)
- Fliesen-, Spachtel- und Maler:innenarbeiten
- Regalsystem /Tischler:innenarbeiten
- Beleuchtung, Elektroinstallationen, Haustechnik
- Kassensystem
- Videoüberwachungssystem
- Entwicklung eines Namens und Marketingkonzeptes
- Werbung / Öffentlichkeitsarbeit
- Erstellung einer Homepage
- Kühlschränke und Tiefkühl-Schränke
- Milchautomat Holzhütte
- Schließsystem für Schrank

### ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Ziel war es, das Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten für nachhaltige Produkte, regionale Herkunft und die Qualität von Lebensmitteln zu stärken und das ist eindeutig gelungen. Die Direktvermarkter:innen haben einen zusätzlichen Vertriebszweig, der von der Bevölkerung sehr gut angenommen wird!



LAG Perg-Strudengau



LAG Perg-Strudengau



LAG Perg-Strudengau



LAG Perg-Strudengau



Romana Peterseil

## LINKS

[Marktplatzl Ried](http://www.marktplatzl-ried.at) (<http://www.marktplatzl-ried.at>)