

ZUSAMMENFASSUNG

„DIREKTVERMARKTUNGS SB-AUTOMATEN HOLLABRUNN - GRUND“

PROJEKTTRÄGER:

ARGE ‚Direktvermarkter SB-Automaten Hollabrunn - Grund‘

LAUFZEIT:

04.07. – 31.12.2019

ZUORDNUNG:

AKTIONSFELD 1 ‚Regionale Wettbewerbsfähigkeit‘
Output 10: Es gibt mehr Selbstbedienungsflächen

FÖRDERQUOTE: 30% Basisförderung

KOSTEN:

Gesamtkosten € 32.928,30

EIGENMITTEL:

Insgesamt € 28.881,00

FÖRDERUNG:

30%, d.s. € 9.878,49



© Symbolfoto Agrarplus GmbH

KURZBESCHREIBUNG

Selbstbedienungssysteme sind in der Wirtschaft immer stärker im Vormarsch und können auch für bäuerliche Direktvermarkter neue Kundenschichten erschließen. Zusätzlich ist man damit von Öffnungszeiten unabhängig.

PROJEKT

Es sollen drei Selbstbedienungsautomaten in der LEADER-Region installiert werden, die jeweils von einem Landwirt vor Ort betreut und befüllt werden.

Das Erscheinungsbild der Automaten inkl. Logo wird einheitlich gestaltet, sodass eine gemeinschaftliche Vermarktung in der Region ersichtlich ist. Die Online-Plattform www.kostbares-weinviertel.at wird in diesem Zuge ebenso mitbeworben.

ZIELE

- Neue Formen der Direktvermarktung schaffen
- Erhöhung des Bewusstseins für regionale Produkte
- Vernetzung mit Initiativen wie ‚Kostbares sowie Genussvolles Weinviertel‘

MASSNAHMEN

Anschaffung und Aufstellung der neu angeschafften SB Automaten an folgenden Standorten:

- Am Grund des Betriebs von Fr. Rauchberger an der Hauptstraße in Aspersdorf 54, eigene Betreuung
- In Groß-Meiseldorf bei Ziersdorf neben dem Parkplatz des Gasthauses Hainzl, Betreuung durch Herrn Hainzl Martin
- In Grund wird das Ab-Hof Hütterl der Fam. Rohringer am eigenen Grund durch einen Automaten ersetzt und überdacht. Die Betreuung erfolgt durch Fam. Rohringer.

Einheitliche Beschilderung der Automaten

Öffentlichkeitsarbeit mit Inserat und Facebook

MESSBARE INDIKATOREN

Projektziele	Ausgangswert zu Beginn des Projektes	Zielwert nach Ablauf des Projektes
Forcierung der Direktvermarktung in der Region (Indikator: Automaten)	0	3
Impulse und neue Ideen in der Direktvermarktung (Indikator: Nachfolgeprojekt)	0	1
Erhöhung des Bewusstseins für regionale Produkte (Indikator: Öffentlichkeitsarbeit)	0	6