



REGION

**SAUWALD
PRAMTAL**

Mehr VERNETZUNG. Mehr WERT. Mehr REGION.

**Inhaltliches
Projektansuchen
Kleinprojekt
„Food Coop Subona“**

Regionsverband Sauwald-Pramtal

Hofmark 4

A-4771 Sigharting

Tel.: +43 (0) 7766 / 20 555-10

office@sauwald-pramtal.at

Projektkurzbeschreibung

| | | | |
|--|---|-------------------|-------------------------------------|
| Projektname: | Food Coop Subona | | |
| Projektträger: | Personengemeinschaft Subona | | |
| Projektstart: | Juni 2016 | | |
| Projektende: | Dezember 2016 | Laufzeit: | 7 Monate |
| Den orangen Teil bitte nicht ausfüllen – wird vom LEADER-Büro ausgefüllt! | | | |
| Projekttyp: | | Fördersatz | |
| | Direkt wertschöpfende Maßnahme: | 40% | <input type="checkbox"/> |
| | Nicht-direkt wertschöpfende Maßnahme: | 60% | <input type="checkbox"/> |
| | Maßnahmen zu Querschnittsthemen: <i>(Bildung, Jugendliche, Frauen/Gender, MigrantInnen, Klima und Umwelt, Demografie, Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Regionale Kultur und Identität):</i> | 80% | <input type="checkbox"/> |
| | LEADER-Kleinprojekt: (max. € 5.700,--) | 80% | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Zuordnung LES / Aktionsfeld (AF) | <input checked="" type="checkbox"/> Wertschöpfung / AF 1.1 Förderung land- und forstwirtschaftlicher Produktion und Vermarktung <input type="checkbox"/> Natürliche Ressourcen/Kulturelles Erbe <input type="checkbox"/> Gemeinwohl | | |
| Wirkungsindikator: | AF 1/Output 1: Output 1: Es sollen etwa 20 ProduzentInnen, die rund 80 Produkte anbieten mit den KonsumentInnen vernetzt werden. | LES-SOLL: | 55/+500 |
| Projektbeitrag zu Wirkungsindikator | | PLAN: | 20/+80 |

| | |
|----------------------|--|
| Projektbeschreibung: | <u>Ausgangssituation und Lösung:</u> |
| | <p>Die in den Supermärkten angebotenen Lebensmittel werden meist nicht in der Region produziert. Es besteht kein persönlicher Kontakt zu den ProduzentInnen. Die ProduzentInnen haben hohe Kosten, um ihre Produkte in den Supermärkten anzubieten. Für die KonsumentInnen ist es zu aufwändig, persönlich bei den einzelnen Produzenten einzukaufen. Es fehlt eine Plattform, um Konsumenten und Produzenten direkt miteinander zu vernetzen.</p> <p><u>Ziele durch das Projekt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Für die Mitglieder soll eine Möglichkeit geschaffen werden, einfach und langfristig regionale Produkte zu beziehen, mit der Gewissheit, gesunde und nachhaltig produzierte Lebensmittel zu erhalten. - Zusätzlich soll dadurch der Kontakt unter den Mitgliedern und zu den ProduzentInnen gefördert werden. - Für die ProduzentInnen soll durch die Möglichkeit der Direktvermarktung die Abhängigkeit von marktbeherrschenden Handelsunternehmen reduziert werden. Durch die Nähe zu den AbnehmerInnen können sie rascher auf deren Wünsche reagieren und somit auch innovative Produkte anbieten. - Verpackungsmaterial soll reduziert und damit der Hausmüll verringert werden <p><u>Angestrebte Ergebnisse:</u></p> <p>Bewusstseinsbildung zu umweltschonenden Konsum, zur Wichtigkeit von regionaler Wertschöpfung und zur Förderung von sozialen Kontakten.</p> <p>Output 1: Es sollen etwa 20 ProduzentInnen, die rund 80 Produkte anbieten mit den KonsumentInnen vernetzt werden.</p> |