

Projektträger:	Verein „Wie’s Innviertel schmeckt“		
Projektzeitraum	14.12.2021 – 16.06.2023		
Projekttyp:	Indirekt wertschöpfend	Fördersatz	60%
Aktionsfeld	AF1: Steigerung der Wertschöpfung		
Handlungsfeld	Kooperation		

## Direktvermarktung Innviertel 2.0 – Kooperative Angebotsentwicklung und Bewusstseinsbildung



### Kurzbeschreibung:

Mit dem Projekt „Wie’s Innviertel schmeckt“ – gemeinsam wertschöpfen“ wurde die Sichtbarkeit der Innviertler Direktvermarkter erreicht. Mit dem Folgeprojekt „Direktvermarktung 2.0 – Zielgruppenarbeit, Sichtbarkeit und Bewusstseinsbildung“ soll darauf aufbauend dieses umfassende Angebot an Produzenten und Produkten an interessierte Zielgruppen in passender Form adressiert werden, analog und digital. Allerdings fehlt hier noch die Konkretisierung eines passenden Angebotsbündels sowie die professionelle Abwicklung der „Sichtbarmachung“ desselben. Ganz besonders soll das Thema „Kulinarik“ von Direktvermarkter-Seite als vielversprechende Chance aufbereitet werden, für bereits bestehende Zielgruppen wie auch für spannende neue. Des Weiteren stärken passende Maßnahmen die Bewusstseinsbildung im Bereich „Regionalität“.

### Projekthalte- und – ziele:

Um die vielfältigen Ziele und Aufgaben umsetzen zu können, ist eine permanente Begleitung der Abwicklungsstelle des Vereins „Wie’s Innviertel schmeckt“ und Koordinierungsarbeit notwendig. Dies soll durch personelle Ressourcen, die der Verein zukaufte, ermöglicht werden. Ein wesentlicher Kostenpunkt sind die Ressourcen für den Personaleinsatz. Aber auch Maßnahmen im Punkt „Zusammenarbeit“, „Sichtbarkeit“ und „Bewusstseinsbildung“ haben eine hohe Bedeutung für den Projekterfolg. Die Maßnahmen bauen wesentlich auf die Ergebnisse und Erkenntnisse des Erstprojektes „Direktvermarktung Innviertel – gemeinsam Wertschöpfen“ auf. Die Auflistung der Innviertler Direktvermarktungsbetriebe sowie das Produktportfolio aus Produzentenhandbuch und

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

digitaler Produzentenplattform bilden dabei die Grundlage für die Erarbeitung zielgruppenadäquater, gebündelter Angebote und Leistungen.

Mit diesem Projekt will man Regionale Produkte/Leistungen analog und digital präsentieren und neue spannende Angebotsbündel erarbeiten. Zielgruppen werden definiert und erreicht durch nach „innen“ (Direktvermarkter) und nach „außen“ (Kunden, Zielgruppen, Stakeholder) gerichtete Maßnahmen. Die Kulinarikmarke „Innviertel“ wird gestärkt. Bewusstseinsbildung von regionalen Kreisläufen und Sensibilisierung in Schulen sowie im Umfeld davon.

Im Anschluss an das Projekt können die regionalen Angebote von Innviertler Direktvermarktern auf der „Wie´s Innviertel schmeckt“ Website präsentiert und den Zielgruppen präsentiert werden. Durch die Qualifizierung und Professionalisierung bestehender und neuer Angebote wird das Interesse für unterschiedliche Zielgruppen erhöht. Mit begleitenden analogen und digitalen Medien und über passende Kanäle wird die Bekanntheit und die Kontaktmöglichkeit zu zukünftigen Zielgruppen aufrechterhalten.

Das Projekt wirkt nachhaltig auf die beteiligten Direktvermarktungsbetriebe, durch einen möglichen Zugang zu neuen, interessanten Kundengruppen. Die Produzenten profitieren des Weiteren vom kollegialen Austausch untereinander. Aber auch die KonsumentInnen und Küchen profitieren langfristig von einem einfacheren und umfangreicheren Zugang zu fairen, regionalen und saisonalen Lebensmitteln.

---