

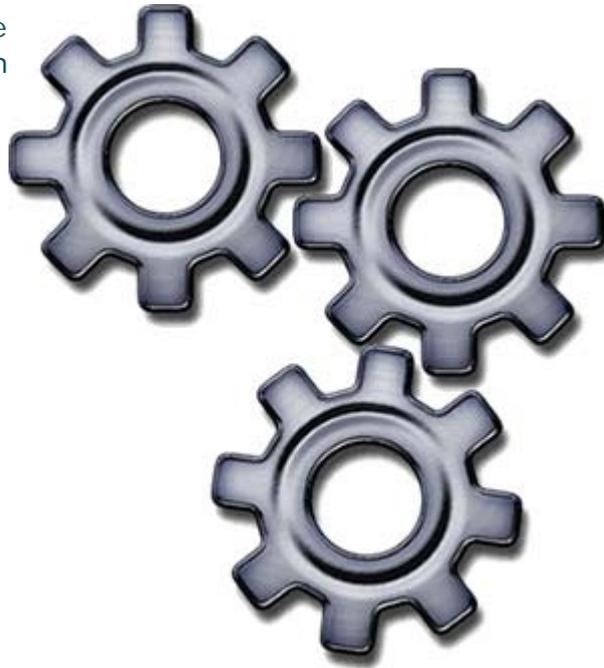
Handel-BW

Projektdatenbank

Gemeinsamer Auftritt der Handelsbetriebe im Bregenzerwald - Beitrag zur regionalen Nahversorgung

Projektträger

Firma: Regionalentwicklung Bregenzerwald GmbH
Adresse: Gerbe 1135
PLZ / Ort: AT - 6863 Egg
Telefon: +43 5512 26000
Email: regio_gf@bregenzerwald.at
Webseite: <http://regio.bregenzerwald.at>



Kurzbeschreibung

Die Plattform „Mehr Kooperation im Bregenzerwälder Handel“ soll als loser, aber strukturierter Verbund den Handelsbetrieben im Bregenzerwald einen gemeinsamen Auftritt ermöglichen und damit einen wichtigen Beitrag zur regionalen Nahversorgung leisten. Durch verschiedene Aktionen und Aktivitäten wird auf die Handelslandschaft Bregenzerwald aufmerksam gemacht. Herausgestrichen wird dabei neben der Branchenvielfalt vor allem Qualität, Kompetenz und Service der regionalen Betriebe. Zur internen Stärkung und Vernetzung sind daneben u.a. auch gemeinsame Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen für die UnternehmerInnen und MitarbeiterInnen der Betriebe geplant. Damit soll das Selbstverständnis und Selbstbewusstsein der im Handel Tätigen gestärkt und das Image der Handelsbranche verbessert werden.

Insgesamt wird das Ziel verfolgt, für das Thema Nahversorgung zu sensibilisieren, Menschen als KundInnen und MitarbeiterInnen in der Region zu halten und damit den Kaufkraftabfluss zu reduzieren.

Ausgangslage

Das Thema Nahversorgung ist im Bregenzerwald allgegenwärtig, die aktuellen Herausforderungen sind vielfältig. Die Kaufkraftabwanderung in den städtischen Raum, der durch ein besonderes Einkaufserlebnis und durch das große Sortiment punkten kann, ist in der Region spürbar. Die „Handelslandschaft Bregenzerwald“ als solche wird kaum wahrgenommen, weder innerhalb noch außerhalb der Region. Dabei gibt es auch im Bregenzerwälder Handel Leit- bzw. Leuchtturmbetriebe, die über die Regionsgrenzen hinaus bekannt sind. Der Branchenmix ist in Relation zur Größe der Region durchaus beachtlich. Die Schwierigkeit besteht darin, mit Informationen überhaupt an die InteressentInnen und potentiellen KundenInnen heranzukommen. Die Geschäfte brauchen Aktionen und Anreize, um die Menschen ins Geschäft zu bekommen.

Daneben sind auch das Image der Nahversorgung und insbesondere der Stellenwert des Handelsberufs verbesserungsfähig. Die Betriebe klagen zunehmend über einen Mangel an qualifizierten und motivierten MitarbeiterInnen. Gerade kleine Geschäfte können es sich aus Zeit- und Kostengründen nicht leisten, z.B. in die Weiterbildung ihrer MitarbeiterInnen zu investieren.

Im Bregenzerwald gibt es grundsätzlich ein starkes Bewusstsein für den Nutzen von Kooperationen. In verschiedenen Branchen ist die regionale Zusammenarbeit sehr stark ausgeprägt (z.B. Tourismus, Handwerk). Die Handelsbetriebe haben sich bislang stellenweise in örtlichen Kaufmannschaften organisiert. Die wichtigsten Einkaufsorte im Bregenzerwald sind dabei oftmals in Konkurrenz zueinander gestanden. Daneben besteht für Betriebe in kleinen Gemeinden ohne örtliche Handelsorganisation keine Möglichkeit, an Aktionen oder Initiativen teilzunehmen.

Ziele

Das übergeordnete Ziel der Initiative ist es, ein Bewusstsein für die Bedeutung der Nahversorgung zu schaffen, Menschen als KundInnen und MitarbeiterInnen in der Region zu halten und damit den

Kauf-kraftabfluss zu reduzieren.

Von den KonsumentInnen aus dem Bregenzerwald aber auch aus dem benachbarten Rheintal sowie von Gästen soll die Vielfalt der gesamten Handelslandschaft Bregenzerwald wahrgenommen werden. Durch die Zusammenarbeit mehrerer Betriebe sind größere, öffentlichkeitswirksame Aktionen möglich. Die Aktivitäten sollen eine positive Wirkung zeigen, d.h. bei den KonsumentInnen den Gedanken stärken: „Die sind besser!“. Folglich sollte es möglich sein, bestehende KundInnen zu halten und neue KundInnen zu gewinnen.

Nach innen wird das Ziel verfolgt, die UnternehmerInnen und MitarbeiterInnen in ihrem eigenen Anspruch, zu den Besten zu gehören, zu unterstützen und damit die gesamte Branche zu stärken.

Inhalte

Die REGIO Bregenzerwald tritt als Impulsgeber für die Stärkung der Nahversorgung und des Handels auf. Die Basis der Initiative bilden aber die (teilnehmenden) Handelsbetriebe. Nur durch ihr eigenverantwortliches Mit- und Zutun können die definierten Ziele erreicht werden.

Die Plattform „Mehr Kooperation im Bregenzerwälder Handel“ startet als loser, aber strukturierter Verbund ohne fixe Mitgliedschaft. Ein Kernteam aus VertreterInnen der bestehenden Handelsverbände (Kaufmannschaften) und der REGIO sorgt für den fachlichen Hintergrund, erarbeitet die Diskussionsgrundlagen sowie die Grobstruktur für die konkreten Aktivitäten. Die Handelsbetriebe haben in thematischen Untergruppen die Möglichkeit zum persönlichen Engagement bei bestimmten Aktionen und Projekten. Durch das Kernteam gelingt die Vernetzung einerseits mit den bestehenden Handelsorganisationen und andererseits mit den Verantwortungsträgern in den Kommunen. Es gilt der Grundsatz, dass durch die Initiative „Mehr Kooperation im Bregenzerwälder Handel“ keine örtlichen Strukturen ersetzt werden. Vielmehr ist die Ergänzung bzw. die Öffnung für einen breiteren Kreis – nämlich für die Betriebe aus Gemeinden ohne bestehende Handelsverbände – das Ziel der Kooperation. Die administrative Unterstützung leistet die REGIO Bregenzerwald. Diese stellt für die Organisation und Koordination der Aktionen (z.B. Einladungen, Dokumentation, Controlling) Personalressourcen zur Verfügung. Im Sinne des effizienten Ressourceneinsatzes soll keine neue Stelle geschaffen werden, zudem fungiert die REGIO als tragfähiger, neutraler und gemeindeübergreifender Absender.

Arbeitspakete

Budget

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
AP1 Aufbau der Plattform	5.600,00	0,00	0,00	4.800,00	0,00	10.400,00
AP2 Vorbereitung eines gemeinsamen Auftritts, Öffentlichkeitsarbeit	1.400,00	0,00	0,00	3.500,00	0,00	4.900,00
AP3 Bewusstseinsbildung, Vernetzung und Qualifizierung der Betriebe	9.800,00	0,00	0,00	8.900,00	0,00	18.700,00
AP4 Vorbereitung konkreter Aktionen	8.400,00	0,00	0,00	14.400,00	0,00	22.800,00
	25.200,00	0,00	0,00	31.600,00	0,00	56.800,00

AP1 | Aufbau der Plattform

Geplante Aktivitäten:

In einem ersten Schritt wird zunächst innerhalb der Branche das Bewusstsein für die Möglichkeit von gemeinsamen Aktivitäten und die daraus entstehenden Vorteile und Nutzen von Kooperationen geschaffen.

AP2 | Vorbereitung eines gemeinsamen Auftritts, Öffentlichkeitsarbeit

Geplante Aktivitäten:

Durch einen gemeinsamen Auftritt in Form eines Logos wird auf das Thema Nahversorgung im Allgemeinen und auf die Handelslandschaft Bregenzerwald im Besonderen aufmerksam gemacht. Das Symbol soll vielfältig anwendbar sein, Mitnahmeeffekte nutzen sowie Nachhaltigkeit vermitteln. Selbstbewusst sind die Vielfalt der Betriebe sowie die gemeinsamen Stärken und Werte zu repräsentieren. Um sich von den Mitbewerbern im städtischen Raum abzuheben sind die gegebenen und haltbaren Stärken wie z.B. Beratung, Service, Kompetenz oder Zusatzservices herauszustreichen, aufzuzeigen und zu kommunizieren.

AP3 | Bewusstseinsbildung, Vernetzung und Qualifizierung der Betriebe

Geplante Aktivitäten:

Kompetenz, Fähigkeiten und Wissen der UnternehmerInnen und MitarbeiterInnen werden gestärkt und nach außen getragen. Insbesondere bei Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen können durch Kooperationen Kräfte gebündelt und Synergien genutzt werden. Im Sinne eines

Qualifizierungsverbundes sind Maßnahmen wie z.B. eine regionale Lehrlingsbörse, die Vermittlung von Zusatzqualifikationen besonders für Lehrlinge bzw. von Führungskompetenz für die UnternehmerInnen usw. angedacht.

AP4 | Vorbereitung konkreter Aktionen

Geplante Aktivitäten:

Durch attraktive, praktisch umsetzbare Aktionen wird den interessierten Betrieben ein sanfter Einstieg in gemeinsames Handeln ermöglicht. Die Vielfalt der Handelsbetriebe in der Region ist eine Herausforderung für die Zusammenarbeit, allerdings auch eine Chance. Die Aktionen sollen möglichst allen (gewerblichen) Handelsbetrieben, vom klassischen Lebensmittelnahversorger über Sport-/Mode-/Schuh-/Blumenhändler usw. bis hin zu Betrieben, die ein spezielles Produkt anbieten, offenstehen. Mögliche Ideen für gemeinsame Aktivitäten auf regionaler Ebene sind u.a. ein „Mehrwert-Adventskalender“, eine gemeinsame Weihnachtsaktion, ein regionaler Abendverkauf, Aktionen in der Umwelt- oder Mobilitätswoche, ein gemeinsamer Gutschein, eine Ideenbörse für Aktionen, Wettbewerbe und Gewinnspiele in der Region, ein gemeinsamer Schlussverkaufsstart, Sozialaktionen usw. Bei Konzentration auf wesentliche und vor allem für die KundInnen verständliche und interessante Schwerpunkte ergeben sich für die regionale Plattform im Jahr zunächst folgende drei Akzente:

1. Advent
2. Frühjahr mit Schwerpunkt „Regionales“
3. Schulbeginn

Erwartete Ergebnisse

AP1: Aufbau der Plattform

Die Betriebe erkennen den Nutzen der Zusammenarbeit und Kooperation. Das Geschäft aus der eigenen Gemeinde bzw. der Region wird nicht mehr als Konkurrent wahrgenommen. Die Entscheidung für eine Zusammenarbeit wird von den Beteiligten bewusst getroffen und von den politischen Entscheidungsträgern befürwortet.

AP2: Vorbereitung eines gemeinsamen Auftritts, Öffentlichkeitsarbeit

InteressentInnen innerhalb und außerhalb der Region nehmen die Handelslandschaft Bregenzerwald positiv wahr und werden für das Thema Nahversorgung sensibilisiert. Die zusätzliche Präsenz führt dazu, dass KundInnen gehalten sowie NeukundInnen gewonnen werden können. Ein Imagewandel von Handel und Nahversorgung weg vom Bittsteller für Standortförderung usw. hin zu einem starken, innovativen Wirtschaftszweig der Region ist die Folge.

AP3: Bewusstseinsbildung, Vernetzung und Qualifizierung der Betriebe

Der Austausch und die Vernetzung zwischen den Betrieben sowie zwischen deren MitarbeiterInnen führen zu einem größeren Selbstbewusstsein und Selbstverständnis der im Handel Tätigen. Der Handelsberuf erfährt ein positives Image. Die zusätzliche Qualifizierung durch gemeinsame Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen motiviert die MitarbeiterInnen und wirkt so dem absehbaren Arbeitskräftemangel entgegen. In der Region werden sichere Arbeitsplätze in attraktiven Betrieben geboten.

AP4: Vorbereitung konkreter Aktionen

Die Geschäfte profitieren durch die gesteigerte Aufmerksamkeit, die durch die Aktionen erreicht wird. Interessierte werden auf die Betriebe aufmerksam. Durch Verminderung der Kaufkraftabwanderung verbleibt die Wertschöpfung in der Region.

Zuordnung

Bezug zu den lokalen Entwicklungsstrategien (LES): 4.2 Wirtschaft, Tourismus:

4.2.1 Ziele:

- Sektorübergreifende Zusammenarbeit als Potential für eine regionale wirtschaftliche Entwicklung erkennbar machen;
- Lokale und regionale Marken im Wirtschaftsbereich, konkret im Handel etablieren;
- Das Image der Kleinstbetriebe im Hinblick auf den Nachwuchs verbessern;
- Neue Kooperationen in den Regionen für neue Beschäftigung entwickeln;

4.2.2 Strategie:

- Lokale/Regionale Marken sollen als Zeichen der Einzigartigkeit entwickelt und auf den Markt gebracht werden;
- Projekte, die auf die Kooperation, Imagearbeit und Ausbildung lokaler Berufsgruppen abzielen, bilden wertvolle Ansätze für die Regionalentwicklung und sollen gefördert werden. Bestehende Strukturen im Bereich Kleinstgewerbe sollen durch Leader-Aktionen gestärkt werden;

4.2.3 Angestrebte Resultate:

- Eine neue Markengemeinschaften auf Grund von Kooperation ist entstanden und der Marktauftritt wurde dazu organisiert;
- Das Image für Kleinbetriebe ist spürbar verbessert;

Gesamtbudget: 56.800,00

Projektbetreuer: Kohler Daniela

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums oder Investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



LOT

Projektdatenbank

Leader on Tour - Professioneller Erfahrungsaustausch zwischen Europäischen LEADER Regionen

Projektträger

Firma: Regionalentwicklung Vorarlberg Verein
 Adresse: Hof 19
 PLZ / Ort: AT - 6861 Alberschwende
 Telefon: +43 5579 7171
 Email: leader@leader-vlbg.at
 Webseite: <http://www.leader-vlbg.at>



Kurzbeschreibung

Im neuen transnationalen LEADER-Projekt „L.O.T - Leader on Tour“ werden für Leader ManagerInnen und/oder Mitglieder von LAG´s Möglichkeiten geschaffen, europäische Good-Practice-Beispiele zu den unterschiedlichsten Regionalentwicklungsthemen direkt vor Ort kennenzulernen. Die Qualität der Vermittlung besteht im individuellen und direkten Austausch unter LAG-Managern und den relevanten Akteur/innen, sowie der Möglichkeit, das erworbene Wissen zu sichern und an andere Interessierte weiter zu geben. Damit können neue Standards in der Wissensvernetzung durch transnationale Aktivitäten in LEADER erreicht werden.

Ziele

- Professioneller und direkter Erfahrungsaustausch zwischen LAG-ManagerInnen und/oder anderen LAG-Mitgliedern
- Aufwertung des Wissensaustausches im Arbeitsbereich der Leader-ManagerInnen auch über die Landesgrenzen hinaus
- Aktives Finden und Kennenlernen von ProjektpartnerInnen
- Aufwertung von Beziehungspflege und transnationale Aktivitäten

Inhalte

Im Rahmen von L.O.T. sollen LAG-ManagerInnen aus unterschiedlichen Mitgliedstaaten dafür gewonnen werden, buchbare Angebotspackages zu Entwicklungsthemen, die für Leader und eine integrierte ländliche Entwicklung von besonderer Bedeutung sind, zu entwickeln. Inhalt der Angebotspackages sind das besondere Know-how und die bewährten Erfahrungen der jeweiligen LAG-ManagerInnen in bestimmten Themenbereichen (z.B. Erneuerbare Energie, Rad-Tourismus, Regionale Kultur, KMU und Wirtschaft, LW-Diversifikation, Governance und Partizipation usw.). Die Angebotspackages der „L.O.T.-PartnerInnen“ sollen von LEADER-ManagerInnen aus ganz Europa via Internet gebucht werden können. Jedes Package ist bezüglich Inhalt und Thema sowie Umfang und Dauer (2 – 3 Tage) klar definiert und zu einem fixen Preis buchbar.

Die praktische Umsetzung des Erfahrungsaustausches im Rahmen von L.O.T. könnte wie folgt ablaufen: Eine Leader-Region möchte ein Projekt im Bereich Rad-Tourismus umsetzen. Der LAG-Manager der Region sucht auf der L.O.T.-Website eine/n Kollegen/Kollegin, der/die über praktische Erfahrung im Bereich Rad-Tourismus verfügt und bucht dort (eventuell nach vorheriger telefonischer Anfrage) ein zweitägiges Package. In diesen zwei Tagen werden diesem LAG-Manager dann in persönlichen Gesprächen und Projektbesichtigungen in der Gastregion alle wesentlichen Aspekte einer erfolgreichen Entwicklung, Umsetzung und Vermarktung eines radtouristischen Projektes vermittelt. In der Folge würde der besuchte LAG-Manager seinem „Gast“ auch während der Projektumsetzung in seiner Region für Anfragen („Coaching“) zur Verfügung stehen.

Dieser unmittelbare praxisnahe Erfahrungsaustausch vor Ort unter KollegInnen sichert einen qualitativ hochwertigen und exakt an den Bedürfnissen des „Gastes“ ausgerichteten Info-Transfer. L.O.T. bedeutet daher einen Qualitätssprung im europäischen Erfahrungsaustausch und geht weit über die bekannten „Standardmaßnahmen“ für den Erfahrungsaustausch (Websites, Datenbanken, Workshops, Exkursionen) hinaus.

Durch praxisnahes, individuelles „Lernen“ ermöglicht L.O.T. einen intensiven Know-how-Transfer, der insbesondere in der Startphase von Projekten extrem wichtig ist und die Grundlage für eine erfolgreiche Projektarbeit schaffen kann!

2

Wissenstransfer – weitere Maßnahmen

In weiterer Folge soll das erworbene Wissen von LEADER-Managern bei österreichweiten Veranstaltungen, unter dem Motto „Lessons learned“, dann bei Netzwerkveranstaltungen in „Hospitality – Suiten“ anderen LAGs zur Verfügung gestellt werden. Bei der jährlichen FORUM-Land-Veranstaltung werden am Abend Räumlichkeiten in Gasthöfen reserviert und dort Erfahrungen von den einzelnen Study-Tours mit Interessierten ausgetauscht.

Arbeitspakete

Budget

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
AP1 Startworkshop mit allen Partnern – Erstellung des Grundkonzeptes	0,00	0,00	3.000,00	4.200,00	0,00	7.200,00
AP2 Angebotsentwicklung	0,00	0,00	0,00	4.100,00	0,00	4.100,00
AP3 Suchstrategie – neue PartnerInnen für L.O.T. gewinnen – L.O.T.-Netzwerk aufbauen	0,00	0,00	0,00	1.600,00	0,00	1.600,00
AP4 Maßnahmen – Umsetzung: Neue PartnerInnen finden	0,00	20.000,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00
AP5 Marketing und Kommunikation zur Vermarktung der L.O.T.-Angebotspackages	0,00	20.000,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00
AP6 Projektmanagement	0,00	0,00	0,00	4.700,00	0,00	4.700,00
AP7 Evaluierung	0,00	0,00	0,00	1.600,00	0,00	1.600,00
AP8 Nachhaltigkeit und Weiterführung von L.O.T.	0,00	0,00	0,00	800,00	0,00	800,00
	0,00	40.000,00	3.000,00	17.000,00	0,00	60.000,00

AP1 | Startworkshop mit allen Partnern – Erstellung des Grundkonzeptes

Geplante Aktivitäten:

Detailldefinition der einzelnen Projektbausteine
Ziele, Nutzen und angestrebte Ergebnisse
Zeitplan

AP2 | Angebotsentwicklung

Geplante Aktivitäten:

Konkrete Inhalte und Struktur der Packages
Teilnahmekriterien für neue L.O.T.-PartnerInnen:
Fragebögen für die Aufnahme neuer L.O.T.-PartnerInnen erstellen
Qualitätsstandards festlegen
Qualitätssicherung – Instrumente entwickeln:
Bewertungsbögen für TeilnehmerInnen
Strukturierte Feedbackrunde mit TeilnehmerInnen in der Region

AP3 | Suchstrategie – neue PartnerInnen für L.O.T. gewinnen – L.O.T.-Netzwerk aufbauen

Geplante Aktivitäten:

Workshop mit allen ProjektpartnerInnen (Ö, Lux) zur Maßnahmenplanung für die aktive Suche nach neuen PartnerInnen

AP4 | Maßnahmen – Umsetzung: Neue PartnerInnen finden

Geplante Aktivitäten:

- z.B.: Infoblatt und PPT-Präsentation erstellen
- Kooperation mit ENRD, ELARD, Nationalen LE-Netzwerken
- Internationaler Workshop mit interessierten LAGs
- Präsentation auf Veranstaltungen in anderen Mitgliedstaaten

AP5 | Marketing und Kommunikation zur Vermarktung der L.O.T.-Angebotspackages

Geplante Aktivitäten:

- WS: Konzept / Strategie erarbeiten und Maßnahmenplan für 3 Jahre erstellen
- Maßnahmen umsetzen
- Homepage programmieren
- Folder / Infoblatt Text erstellen
- Grafisches Konzept für Infomaßnahmen (Homepage, Folder)

AP6 | Projektmanagement

Geplante Aktivitäten:

Aufwand / Kosten:

Moderation und Kernteam: xx Tage

AP7 | Evaluierung

Geplante Aktivitäten:

1 WS pro Jahr

Aufwand / Kosten:

1 Beratertag

6 Leader-ManagerInnentage

AP8 | Nachhaltigkeit und Weiterführung von L.O.T.

Geplante Aktivitäten:

Z.B. durch Mitgliedsbeiträge, Kooperation mit ENRD, ELARD usw.

Zuordnung

M421

3.2.1 Interregionale Zusammenarbeit:

Studien bzw. Untersuchungen zur Durchführung einer gemeinsamen Aktion (inkl Erfahrungsaustausch)

Durchführung der gemeinsamen Aktion

Evaluierung der Zusammenarbeit

Gesamtbudget: 60.000,00

Projektbetreuer: Ebster Marion

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums. Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.

