

ich-kauf-im-wald

Projektdatenbank

01.04.2014 bis 29.04.2014

Einkaufen in der Region

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>



Ausgangslage

Die Herausforderungen im Bereich der örtlichen und regionalen Nahversorgung im Bregenzerwald hat die Regionalentwicklung Bregenzerwald GmbH im Jahr 2012 dazu veranlasst, auch in diesem wichtigen Wirtschaftsbereich das Potential einer talschaftsweiten Kooperation zu prüfen. „ich kauf im Wald“ ist es seither – auch mit Unterstützung von LEADER (Projekt: Handel-BW) – gelungen, die Handelsplattform in der Region und auch darüber hinaus gezielt zu positionieren.

Nach der Erarbeitung eines einheitlichen, sympathischen Erscheinungsbildes wurden vier Impulse (2012: Adventkalender; 2013: Fahrradimpuls, Messeauftritt, Adventkalender) umgesetzt. Bislang haben sich 125 Bregenzerwälder Handelsbetriebe zumindest einmal, meist jedoch regelmäßig in irgendeiner Form eingebracht. Durch die Zusammenarbeit mehrerer Betriebe war ein größerer, öffentlichkeitswirksamer Auftritt möglich, was sich in der Medienpräsenz äußerst positiv ausgewirkt hat. Auch von den Beteiligten selbst gibt es positives Feedback. Vor allem aber wird von positiven Reaktionen der KundInnen berichtet, was auf eine Sensibilisierung hinsichtlich der Kaufkraftbindung in der Region schließen lässt.

Ziele

„ich kauf im Wald“ soll auch zukünftig im Bregenzerwald und darüber hinaus präsent sein. Pro Jahr sollen wiederum drei Impulse umgesetzt werden. Die Aktionen sollen zum Nachdenken und vor allem zum Nachfragen anregen und damit auf positive Art und Weise auf das Einkaufen in der Region aufmerksam machen. Herausgestrichen wird dabei neben der Branchenvielfalt vor allem Qualität, Kompetenz und Service der regionalen Betriebe.

Insgesamt ist jedoch klar, dass sich „ich kauf im Wald“ weiterentwickeln und künftig neben Marketing und Impulsen verstärkt weitere Bereiche betreuen muss – z.B. im Bereich Bildung.

Nach innen soll somit das Ziel verfolgt werden, die UnternehmerInnen und MitarbeiterInnen in ihrem eigenen Anspruch zu unterstützen. Sie sollen das Zugehörigkeitsgefühl zum Betrieb stärken und damit die gesamte Branche stärken.

Insgesamt sollen folgende übergeordnete Ziele der Initiative erreicht werden: ein Bewusstsein für die Bedeutung der Nahversorgung zu schaffen, Menschen als KundInnen und MitarbeiterInnen in der Region zu halten und damit den Kaufkraftabfluss zu reduzieren.

Inhalte

a) Impulse

Fortsetzung der Fahrradaktion „Bunte Räder“

Auf Grund des durchschlagenden Erfolges der „bunten Räder“ im Frühjahr 2013, werden diese für 2014 neu „aufgemöbelt“ um damit auch 2014 die Teilnahme bei „ich kauf im Wald“ vor den Geschäften zu signalisieren. 90 % der teilnehmenden Betriebe aus 2013 machen auch 2014 wieder mit, zusätzlich werden rund 10 neue Händler dazu kommen.

Beteiligung an der Bregenzerwälder Handwerksausstellung mit einem Kinderkaufladen

Bei der Bregenzerwälder Handwerksausstellung von 13. bis 17. August 2014 möchte „ich kauf im Wald“ durch die Organisation und Bereitstellung eines „Kinderkaufladens“ auf die Branchenvielfalt des Bregenzerwälder Handels aufmerksam machen. Spielerisch soll bereits bei den Kleinsten das Bewusstsein geweckt werden, dass auch im Nahbereich eine große Vielfalt an qualitativ hochwertigen Geschäften vorhanden ist.

Adventaktion

Die Adventkalender 2012 und 2013 enthielten jeweils spezielle Angebot und Informationen über die teilnehmenden Betriebe. Diese Aktion soll in etwas abgeänderter Form, wieder die (vor)weihnachtliche Stimmung im Bregenzerwälder Handel

signalisieren.

b) Weiterentwicklung der Organisation – interne Stärkung

Ein wichtiger Erfolgsfaktor der Plattform „ich kauf im Wald“ als loser, aber strukturierter Verbund ist die engagierte Kerngruppe. VertreterInnen der örtlichen und subregionalen Kaufmannschaften bzw. Handelsorganisationen (z.B. witus) haben innerhalb kurzer Zeit eine vertrauensvolle Basis für die Zusammenarbeit geschaffen. Leider hat sich das „Feuer“ für das Miteinander noch nicht bis zu jedem einzelnen Handelsbetrieb ausgebreitet, da auch nicht jeder Betrieb einer örtlichen Organisation angehört.

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.

Durch verbesserte Arbeits- und Kommunikationsabläufe sollen noch mehr HändlerInnen erreicht, der Solidaritätsgedanke gestärkt und das Trittbrettfahren minimiert werden.

Die zukünftige Struktur von „ich kauf im Wald“ hängt also davon ab, wie gut es den örtlichen bzw. subregionalen Kaufmannschaften und Handelsorganisationen gelingen wird, jeden einzelnen Händler mit einzubinden. Nur so kann eine zukünftige Finanzierung und ein regionaler Einkaufsgutschein, der von allen Seiten ganz stark erwünscht wäre, sicher gestellt werden.

„ich kauf im Wald“ hat sich daneben auch als Austauschplattform für die Händlerinnen und Händler der Region etabliert. Für manche HändlerInnen entsteht über die verschiedenen Absender (Kaufmannschaft, witus oder „ich kauf im Wald“) leichte Verwirrung, die dann auch als Begründung für eine Nicht-Teilnahme verwendet wird.

Der Zugang, mittels Subregionen und Rotationsprinzip näher zu den HändlerInnen zu kommen, wird allgemein als erfolgversprechend gewertet. Details und Umfang der Arbeits- und Verantwortungsverlagerung sind noch auszuarbeiten. Insgesamt dürfen Gesamterfolg, einheitliches Erscheinungsbild oder Effizienz nicht leiden. Aufbereitete Informationen, machbare Arbeitsaufgaben, klare Prozesse oder kleinere Impulse sind Bausteine dazu.

Grundlage hierfür ist eine intensive Diskussion über die Ziele und Aufgaben von „ich kauf im Wald“, auch in Abgrenzung, vor allem aber im Zusammenwirken mit den bestehenden Kaufmannschaften und Handelsorganisationen der Region (z.B. witus).

c) Detailabklärungen / Implementierung eines regionalen Gutscheins

Ein in der gesamten Region einlösbarer Gutschein wurde in einer umfassenden Umfrage unter den Händlerinnen und Händlern im letzten Jahr als wichtigstes Element zu einer nachhaltigen Kaufkraftstärkung genannt.

Ein „ich kauf im Wald“-Gutschein muss aber möglichst in der Fläche gelten und von den bestehenden Handelsorganisationen getragen werden.

Der Gutschein und die Weiterentwicklung von „ich kauf im Wald“ hängen eng zusammen. Die Kerngruppe ist der Ansicht, dass ein Gutschein auch ein Türöffner sein kann und motivieren soll, die Plattform mitzutragen. Die Kosten, die im Zuge dieses Prozesses anfallen, lassen sich nur schwer auf die einzelnen Handelsbetriebe verumlagen. Die Arbeitsgruppe wird sich mit beiden Themen weiter beschäftigen.

d) Weiterbildung

Das Image der Nahversorgung und insbesondere der Stellenwert des Handelsberufs sind ebenfalls 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. Zur internen Stärkung und Vernetzung sind 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.

Arbeitspakete

Budget

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
AP1 Bunte Räder 2.0	860,00	0,00	0,00	7.530,00	0,00	8.390,00
AP2 Kinderkauf laden	2.240,00	0,00	0,00	12.710,00	0,00	14.950,00
AP3 Adventimpuls	1.600,00	0,00	0,00	13.620,00	0,00	15.220,00
AP4 Weiterentwicklung Organisationsstruktur	4.800,00	0,00	0,00	8.200,00	0,00	13.000,00
AP5 Entwicklung Gutschein	1.600,00	0,00	0,00	5.140,00	0,00	6.740,00
AP6 Aus- und Weiterbildung	900,00	0,00	0,00	3.050,00	0,00	3.950,00
	12.000,00	0,00	0,00	50.250,00	0,00	62.250,00

AP1 | Bunte Räder 2.0

AP2 | Kinderkaufladen

AP3 | Adventimpuls

AP4 | Weiterentwicklung Organisationsstruktur

AP5 | Entwicklung Gutscheine

AP6 | Aus- und Weiterbildung

Gesamtbudget: 62.250,00

Projektbetreuer: Kohler Daniela

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



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

