

# **Sitzung der LAG Wittgenstein am 09. Juni 2022**

## **Nahversorgungsoffensive im ländlichen Raum Stärkung der Dorfläden und Direktvermarkter**





## Ablauf

- Ausgangssituation. Ergebnisse Leader-Kleinprojekt 2021
- Ergebnisse Austausche mit Akteuren und Experten
- Regional und fairer Handel (incl. Umsetzung Regio-Markt)
- Digitaler Vertriebsweg: Option Modell Marktschwärmerei o.ä.
- Konkrete Bestandteile Leader-Antrag



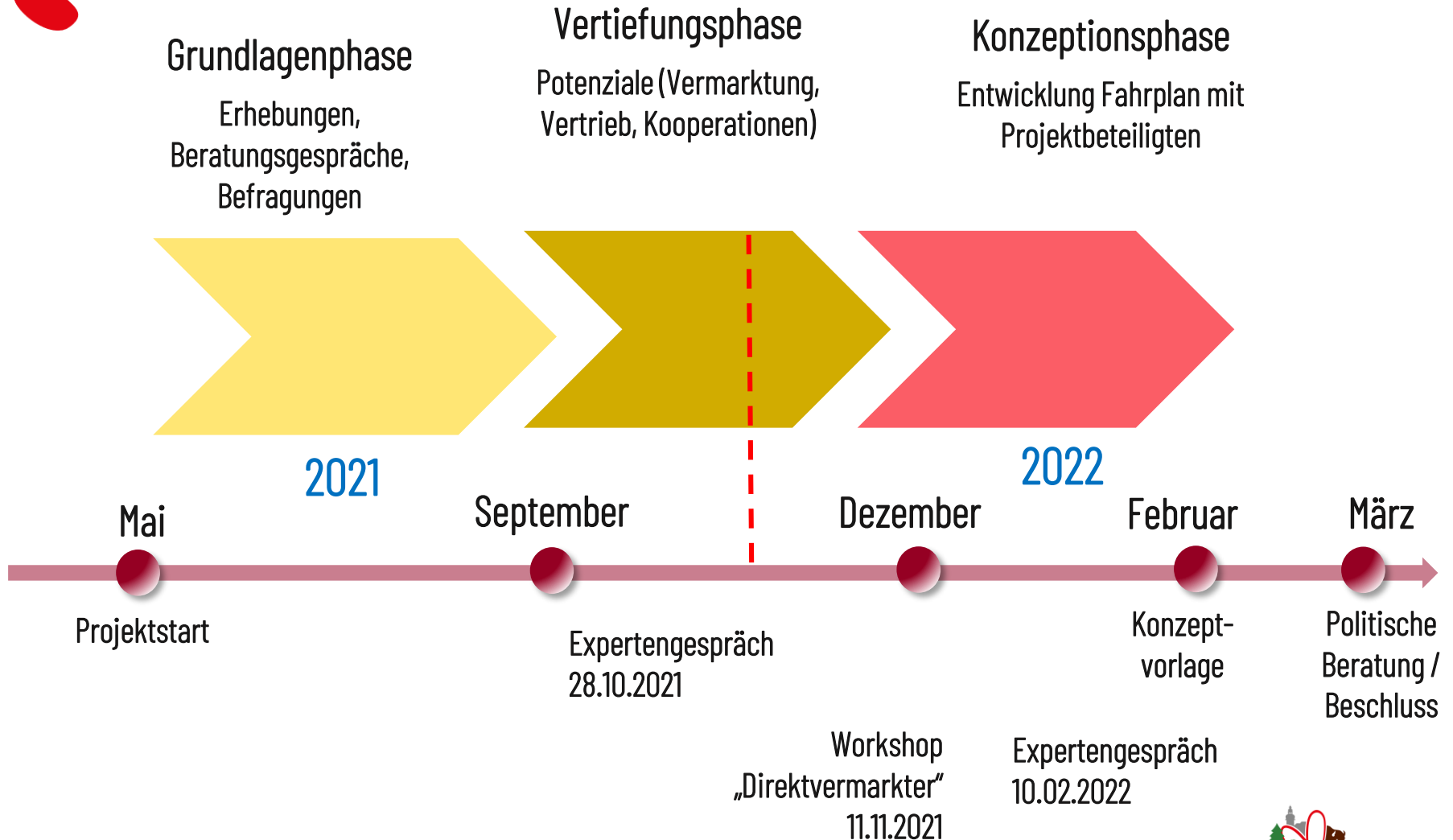
# Überblick zum Projektstand der Stadt Bad Berleburg

Voruntersuchungen im Rahmen eines Leader-Kleinprojektes.  
Untersuchungsbausteine:

- 1) Sicherung der Dorfläden zur dezentralen Nahversorgung
- 2) Stärkung der Anbieter von regionalen Qualitätsprodukten
- 3) Prüfung der Möglichkeiten eines neuen Wochenmarkts bzw. Alternativen
- 4) Vernetzte Handlungsempfehlungen (Kooperationen von Betrieben, Marketing, Optionen neuer Markt)



# Überblick zum Projektstand der Stadt Bad Berleburg





# Ergebnisse der Befragung von Produkthanbietern

## Ergebnisse der städtischen Befragung von Produkthanbietern

Stand August/September 2021

### z.B. Welche bisherigen Vertriebswege nutzen die Betriebe hauptsächlich?

- ▶ Direktvermarktung (Hofladen, Regio Fass, mobile Verkaufsfahrzeuge)
- ▶ Dorfladen
- ▶ ortsnahe Lebensmittelhändler/regionaler Einzelhandel
- ▶ Wochenmarkt, Großhandel
- ▶ Internet/Social Media/Flyer



# Ergebnisse Expertenrunde 28.10.2022

- ▶ Es besteht **wenig Interesse an einem wöchentlich stattfindenden Markt auf dem Marktplatz.**
- ▶ Es wird hingegen ein **besonderer Markt mit regionalen Produkten** bevorzugt (Markt als Erlebnis, originell; wechselnd über Ortschaften, Einbeziehung vorhandener Veranstaltungen sowie der Dorfläden); Umsetzung muss für alle Beteiligten „nachhaltig leistbar“ sein.
- ▶ Zudem **Prüfung der digitalen Vertriebswege** für Direktvermarkter
- ▶ Stimmiges **Marketingkonzept**



## Ergebnisse aus dem Treffen mit den Direktvermarktern am 11.11.2022 sowie den Beratungsgesprächen/ Auswertung Befragung

- ▶ Es besteht ein großes Interesse aller regionalen Anbietern ihre **Produkte in den GNVZ mit den Dorfläden zu vermarkten**, am besten digital (Bestellplattform; Abholstationen)
- ▶ Nur einzelne Betriebe haben Interesse an einem **Wochenmarkt; daher sollte dies nicht weiter verfolgt werden.**
- ▶ Einzelne Direktvermarkter habe hingegen **Interesse an den ohnehin fahrenden Verkaufswagen über die Dörfer (rollender Markt)**
- ▶ **Interesse** besteht an einem besonderen **Regio-Markt** max. monatlich (mit Gemeinschaftsstand der Direktvermarkter); dieser könne auch als **Marketinginstrument** dienen



# Ergebnisse Expertenrunde 10.02.2022

- ▶ Berücksichtigung: Bestehende „**Tagesmärkte**“ im REWE-Landmarkt Wittgenstein und den Dorfläden; zudem **rollende Verkaufswagen** in Dörfern unterwegs
- ▶ Ergebnis: **Umsetzung Regio-Markt statt Wochenmarkt**
- ▶ Regio-Markt könnte in der geplanten Form ein **Alleinstellungsmerkmal** werden, welches Direktvermarkter und die Dörfer deutlich stärkt.
- ▶ **Konzeption + Unterstützung Startphase/ Schaffung Basisinfrastruktur:**  
über Leader-Projekt

**Voraussetzung:** Direktvermarkter bringen sich aktiv und verlässlich in die Organisation und Umsetzung ein.





# Mobiler Regio-Markt „Heimat schmecken“

**Ziele:** Stärkung Dörfer; Treffpunkt; Vertriebsweg/ Marketinginstrument für Direktvermarkter (Wertigkeit Produkte) & Kommune (Nachhaltigk.)

**Angebote primär:** Regionale Produkte incl. Verkostung (mobiler Gemeinschaftsstand); zudem Themenmarkt denkbar (z.B. Wildmarkt)

**Rhythmus:** maximal monatlich; anlassbezogen zu Veranstaltungen

**Ausrichter:** Ortschaften (Orga/ individuelles Rahmenprogramm/ Verkostung regionale Produkte/ Spendenaktion Nachhaltigkeit)

**Örtlichkeiten:** möglichst zentral in Ortschaft (Logistik, Parkplätze etc.)

**Kooperationspartner:** Stadt, Dorfläden, Institutionen (JFV etc.)

**Testmarkt:** am 18. März am Dorfladen Berghausen (14 bis 18 Uhr)

**Direktvermarkter:** Produkte anbieten, ggf. mit Verkostung, ggf. Gemeinschaftsstände organisieren (Machbarkeit + Möglichkeiten prüfen)



# Impressionen vom 18.03.2022



# Modell Marktschwärmer

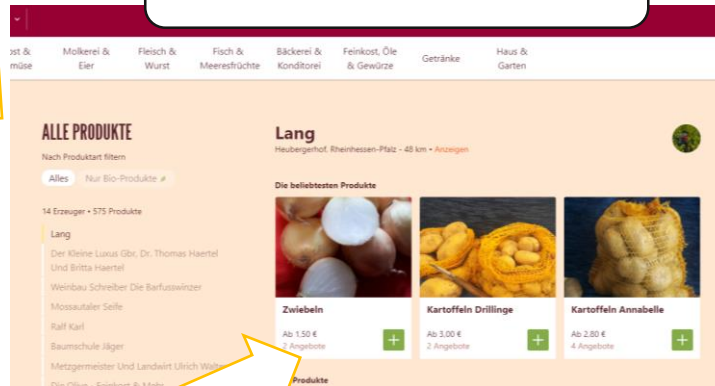
## Direktvermarkter

- Informieren transparent über Produkte/Produktionsweisen/Betrieb
- Stellen ihre Produkte online und beliefern Schwärmerei

## Marktschwärmer-Team

- Rahmenbedingungen
- Schutz/Einhaltung von Werten und Regeln
- Unterstützung bei technischen/organisatorischen Angelegenheiten

## Marktschwärmerei



informieren

beliefern

unterstützen

Unterstützen

betreuen

## Kunden/innen

- Können Online Produkte einsehen und erwerben
- Holen Produkte an einem festen Tag bei der Schwärmerei ab

Kaufen Produkte

## Gastgeber/innen

- Leiter/Gesicht der Schwärmerei
- Ansprechpartner für alle Beteiligten



# Ergebnisse Expertenrunde 10.02.2022

- ▶ **Modell Marktschwärmer als digitaler Vertriebswege:** Sofern ein konkretes, nachhaltiges Interesse bei den Direktvermarktern besteht, Prüfung einer Alternative des Modells über Leader.
- ▶ Chance: **Kunden digital abholen**
- ▶ **Berücksichtigung:** Franchise System; Landwirt als Manufaktur; Dorfladen als Abholstützpunkt mit entsprechender Ausstattung; Möglichkeit Abholsystem: Logistik ggf. mit bestehenden Systemen (z.B. Tafel)

# Umsetzungen im Leader-Projekt



➔ **Nachhaltige Sicherstellung der Nahversorgung** durch Unterstützung bzw. Weiterentwicklung der Dorfläden und Direktvermarkter (Personalstelle/ Dienstleister)

➔ **Maßnahmen in den Nahversorgungszentren:**

Umsetzung konkreter Maßnahmen in Dorfläden sowie Prüfung weiterer Aspekte in Kooperation mit den Akteuren (z.B. Automaten-Lösungen)

➔ **Konzeption Digitale Bildung:** Produktionsprozess regionaler Produkte/ Tourismus

➔ **Konzeption zur Umsetzung des Regio-Marktes:**

➔ Kommunikation mit interessierten Ortschaften/ Teilnehmern

➔ Erarbeitung + Finanzierung Basisinfrastruktur

➔ Erarbeitung Konzept Gemeinschaftsstände mit interessierten Direktvermarktern

➔ **Prüfung digitale Plattformen** (Modell Marktschwärmer bzw. Alternativen)