

Realisierungskonzept Vermarktungsplattform Kulmland

Nach erfolgreicher Projektphase 1 konnten für die realistische Umsetzung einer Vermarktungsplattform im Kulmland folgende Punkte ausgearbeitet werden, um ein Gelingen von Projektphase 2 und den erfolgreichen Betrieb sehr wahrscheinlich zu machen. Folgende Liste kann nur Schwerpunkte aus den vielen Gesprächen, Workshops und Beratungen darstellen und zeigt, wie wichtig eine Planungsphase vor einem solchen Vorhaben ist.

- **Angebot an Lebensmitteln:** Dieses muss ausreichend hoch sein. Es sollten zumindest 20 bis 30 Bauern und Manufakturen regelmäßig liefern und bis zu 200 Betriebe können problemlos sporadisch liefern. Essentiell sind Produkte des täglichen Bedarfs wie Brot, Getreideprodukte, Milchprodukte, Fleisch und Gemüse. Das Interesse der Produzenten im Kulmland und seinen umliegenden Gemeinden ist groß.
- **Vinothek:** Es soll eine Vinothek mit viel Angebot von der oststeirischen Römerweinstraße integriert werden. Es gibt noch keine gesamtoststeirische Vinothek. Gerade der Online-Verkauf birgt hier großes Potential.
- **Abwicklung des Verkaufs:** Es sollte von einer Vereinsstruktur für den Verkauf abgesehen und eine rechtlich saubere GmbH-Lösung angestrebt werden. Sowohl im Murtal als auch in Pöllau wird mit einem Verein gearbeitet. Die Schwächen dieser Lösung sind für gewerbliche Lieferanten nicht optimal.
- **Verkauf und Abschlag:** Ein faires Abschlagsszenario für Produzenten ist möglich, da die gegründete Struktur keine großen Gewinne machen muss, sondern nur Rücklagen für AfA, Marketing, etc. braucht. Derzeit gibt es zwei Ideen: Erstens könnten zwei Drittel für den Produzenten und ein Drittel für den Verkauf realisiert werden. Es könnte auch die Verteilung von drei Viertel für den Produzenten und ein Viertel für den Verkauf funktionieren, mit einem 10-prozentigen Aufschlag auf den Verkaufspreis im Vergleich zum Ab-Hof-Preis.
- **Ausgaben und Umsatz:** Hauptkosten sind Lohnkosten, die in etwa mit 2,5 bis 3 Vollzeitäquivalente gerechnet werden muss. Die Struktur sollte daher so gewählt werden, dass ein jährlicher Umsatz von mindestens 500.000 Euro auf 2 Standorten möglich ist. Online-Verkauf wurde hier noch nicht berücksichtigt und könnte als ein sehr gutes 3. Standbein funktionieren, wenn die wichtigsten Dinge befolgt werden.
- **Standorte:** Im Kulmland sind derzeit zwei Standorte im Gespräch. Einerseits die Hauptfiliale in der Marktgemeinde Pischelsdorf mit Vor-Ort-Verkauf sowie Lager- und Logistikflächen. Dieser Standort fungiert als zentraler Ort für die Anlieferung von Waren. Darüber hinaus könnte am Stubenbergsee eine SB-Filiale vom Pischelsdorfer Standort beliefert werden.
- **Steuerberater:** Seitens der Steuerberatung gibt es eine klare Empfehlung in ein klassisches Gewerbe in Form einer GmbH zu gehen. Gewerberechtlich und haftungstechnisch ist es für dieses Vorhaben die beste Struktur. Der Verein Kulmland-Region kann als 100%iger Eigentümer der GmbH weiter die strategische Führung übernehmen, gibt aber den in der GmbH handelnden Personen volle Handlungsgewalt.
- **Notar:** Ein erster Konsortialvertrag wurde durch Mag. Schilcher (Dohr Notariat Weiz) aufgesetzt.

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus

 LE 14-20
Entwicklung für den Ländlichen Raum

 Das Land
Steiermark
→ Regionen



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



- Online und Automaten: Während Automatenverkauf keine große Rolle spielen wird, kann jedoch der Online-Markt gut bedient werden. Projekte wie der OststeierMARKT scheiterten letztendlich an einem fehlenden Lager- und Logistikstandort, an dem alle bestellbaren Waren in eine Kiste/einen Karton gepackt werden können. Viele Webshops hatten in den vergangenen Jahren dasselbe Problem. Durch die Zentralisierung am Standort Pischelsdorf wäre eine Bedienung des Online-Marktes mit Zustellung/Postversand sehr gut umsetzbar. Vor allem auch der Versand von Wein wäre dabei eine gute Möglichkeit, denn viele kleinere Weinbaubetriebe betreiben keinen eigenen Webshop. Der Online-Shop darf nicht als Shop im Shop System aufgebaut sein, sondern alle Waren müssen, egal von welchem Hersteller, auf einer Ebene liegen (positives Beispiel siehe markta.at). Über gute Filterfunktionen können diese Waren gruppiert werden. Technisch ist das mittlerweile einfach handhabbar. Ob der Online-Verkauf nur einmal pro Woche oder permanent möglich sein wird, muss ausprobiert werden. Geschenke/Firmen: Ein großer Markt ist das Herrichten von verpackten Geschenken zu Weihnachten, Ostern und anderen Anlässen. Dies soll unbedingt professionell in Kombination mit dem Onlineverkauf in einer Packstraße umgesetzt werden. Die Verwendung von ökologischen Verpackungen ist ein Muss.
- Großkunden/Gastronomie: Ein Teil der Produzenten ist für das Beliefern der Gastronomie und von Großkunden geeignet. Die Plattform könnte nach der Startphase auch als Lieferant für Gastronomie und Großkunden, die einen höheren Anteil regionaler Produkte führen möchten, dienen.
- Planung eines Shops: Es gibt im Kulmland zu wenig interne Erfahrung in der Detailplanung eines Verkaufsstandortes. Daher ist es sehr sinnvoll, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen. Hierzu wurde ein Kontakt mit der Umdasch-Gruppe hergestellt, die bereits viele Verkaufsstandorte umgesetzt hat. Ebenso wurde mit einem ortsansässigen Architekten an einem Entwurf gearbeitet.
- Basisfinanzierung: Die Kapitaleinlage der GmbH-Gründung erfolgt durch den Verein Kulmland-Region, der sich über seine fünf Gemeinden finanziert. Projektbezogen können jede Gemeinde oder der Verein selbst Eigenmittel einbringen.
- Projektabwicklung und Eigenmittel: Für Projektphase 2 sollen Eigenmittel einerseits durch den Verein Kulmland-Region bereitgestellt werden. Andererseits möchten die Gemeinden Pischelsdorf und Stubenberg als Standortgemeinden zusätzlich Eigenmittel einbringen. Es ist derzeit noch unklar, ob und wie Produzenten für die Eigenmittelaufbringung herangezogen werden sollen. Einerseits sollen möglichst viele Produzenten unter den gleichen Bedingungen und möglichst wenig Kapitaleinsatz liefern können. Andererseits herrscht auch die Mentalität des „was nichts kostet hat keinen Wert“. Derzeit gibt es drei Überlegungen: Die erste Variante ist, dass es keine Eigenmittel von Produzenten gibt. Die zweite Variante ist, dass man pro Produkt beispielsweise 50-100 Euro einhebt. Die dritte Variante ist, dass eine kleinere Gruppe von Produzenten durch das Einbringen von höheren Eigenmitteln gewisse Vorteile erhält. Dies könnte vor allem die fixe Listung des gesamten Produktsortiments sein, vor allem bei Warengruppen, wo ein Überangebot herrscht (z.B. Obst). Außerdem könnte der Vorteil über die Präsentation in Shop und Online erfolgen sowie über die Listung der Produkte bei Geschenkboxen, etc. Letztere Variante ist derzeit eher untergeordnet, da es dadurch wieder zu Unstimmigkeiten kommen kann.
- Strichcode: Sollte ein bäuerlicher Betrieb nicht in der Lage sein, einen eigenen Strichcode für den Verkauf auf das eigene Etikett zu drucken, können Strichcodes auch im Nachhinein auf ein Produkt geklebt werden. Vor allem für den SB-Laden muss hier noch weitere Information eingeholt werden.
- Mögliche Erweiterungen: Es ist durchaus möglich, das Konzept im Franchise-Stil auf andere Teile des Kulmlandes oder der Oststeiermark auszuweiten. Ebenso ist eine Kooperation mit

anderen Kleinregionen denkbar. Seitens Murtaler Bauernkraft gibt es bereits Interesse eine solche Kooperation anzubahnen. Auch in der Region Pöllau wurde bereits diskutiert, eine Zusammenarbeit anzustreben.

Ebenso ist es möglich, gezielt Produkte aus anderen Regionen zuzukaufen, die es bei uns nicht gibt. Das könnten auch Olivenöl, Orangen, Avocados, etc. direkt vom Bauern aus z.B. Italien oder Griechenland sein. Ebenso ist eine gezielte Angebotserweiterung im Weinsegment saisonal möglich. Eine Zusammenarbeit mit den Partnergemeinden der Oststeiermark, insbesondere aus Italien, Ungarn, Kroatien oder Georgien bietet sich dafür an, da in diesen Ländern vorwiegend auch gute Rotweine gekeltert werden und sie somit als wunderbare Ergänzung im oststeirischen Weinsegment dienen könnten.

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus



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

