

WAS WILL DER MARKT VOM MARKT?

Bauernmarkt neu gedacht





IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN Agentur cardamom | Marie-Theres Zirm

KONZEPT & REDAKTION Inge Hauser, Marie-Theres Zirm

LEKTORAT Martin Thomas Pesl

LAYOUT Jacqui Kaulfersch

FOTOS Michaela Rechberger, wurzinger design (wenn nicht anders angegeben)

DRUCK KlampferDruck, 8181 St. Ruprecht an der Raab

INHALT

VORWORT	3
WIE KOMMT'S DAZU?	4
BE CONNECTED!	8
DER WORKSHOP	
Die Fragestellung	10
Frag deine KundInnen – aber wirklich!	12
Sichtweise definieren	14
Ideen entwickeln	16
Prototypen bauen	18
Testen, testen, testen.	20
Weiterentwickeln	22
ERGEBNISSE	
Oma kocht	23
Heli bringt's	24
Genuss-Standl	25
GEDANKEN VON TEILNEHMERINNEN	
Ing. Engelbert Hierzer	26
Helga Breininger	27
Nina Popp	28
Susanne Farkas	30
Tina Mußbacher	31
Waltraud Muhr	32
Kevin Derler	32
Erich Kerngast	33
PRESSE	34
WE LOVE PRINTING	38
IMPRESSIONEN	39
ERKENNTNISSE UND VISIONEN	40



VORWORT

Ich liebe dieses Samstagsritual: Nach dem Frühstück mit dem Rad zum Bauernmarkt nach Weiz fahren. Davor noch einige Aufbewahrungsdosen und Stoffsackerl einpacken und einen Blick in den Garten und Keller machen. Was fehlt, und worauf könnte ich Lust haben?

Und dann der Gedanke: Wohin entwickelt sich der Bauernmarkt? Welches Potenzial hat er und nutzt es vielleicht nicht? Was fehlt mir, und welches Angebot würde diejenigen anziehen, die noch nicht regionales Biogemüse auf dem Markt kaufen? Was wollen wir KundInnen eigentlich wirklich von einem Bauernmarkt?

Und dann die Entscheidung: Das wollen wir genauer wissen! Was will der Markt vom Markt? Wir holen den Designmonat Graz nach Weiz und laden Interessierte ein, mit uns einen Tag lang darüber ins Tun und Denken zu kommen, was KundInnen vom Markt wollen und welche Entwicklungsmöglichkeiten wir sehen.

Danke euch allen, die dies ermöglicht haben!



Loderhof
Fam. Breiningen
© Inge Hauser

WIE KOMMT'S DAZU, DASS WIR UNS FÜR DIE LAND- WIRTSCHAFT INTERESSIEREN?

Im Mai 2015 kamen im Rahmen des Weizcamps LandwirtInnen und KreativunternehmerInnen zusammen. Bei der Abschlussrunde rief uns ein Landwirt zu: „Sagt ihr uns doch, was die Städter von uns Landwirten wollen! Schafft solche Räume, wo wir das erfahren können!“

Das ist bei uns hängen geblieben.

Da wir von Landwirtschaft umgeben sind, interessieren wir uns dafür, wie diese regionalen landwirtschaftlichen

Produkte hergestellt, vermarktet und genossen werden. Es betrifft uns persönlich. Woher kommt unser Essen, und wie können wir Nahrung, die unser Leben nährt, erhalten bzw. wiederbekommen?

Ausreichend Gründe, aktiv zu werden.

Landwirtschaftliche Fragestellungen ziehen uns an – so auch im heurigen Designmonat Graz, den wir erneut nach Weiz holen konnten.

Fragezeichen und Zweifel

Wir beobachten viele Fragezeichen in der Landwirtschaft und Zweifel an den weitverbreiteten Modellen. Welche Chancen habe die Jungen, die jetzt Betriebe übernehmen? Welche Zukunft sehen die Alten für ihre Kinder? Was wünschen wir uns als KonsumentInnen?

Was kann cardamom beitragen?

Wir können unsere Fähigkeiten, das bunte Netzwerk und unsere Haltung einbringen, Dingen auf den Grund gehen zu wollen.

Wir wollten auf Augenhöhe allen, die mit landwirtschaftlichen Produkten und dem Bauernmarkt zu tun haben, einen Workshop anbieten, bei dem sie sich mit der Zukunft von landwirtschaftlichen Produkten im städtischen Kontext beschäftigen können.

Haltung und Methode

Wir verstehen Design Thinking als Haltung und Methode. Gewürzt mit einer Prise cardamom wurden die Blickwinkel und Bedürfnisse von KundInnen und dem Markt früh in die Entwicklung der Ideen und Ansätze integriert.



Design-Thinking-Prozess © cardamom



Das Testen, das Ausprobieren und das Bauen von herzeigbaren Modellen (Prototypen) sind dabei wichtige Elemente. Zwanzig Personen folgten unserer Einladung.

Woran wir gearbeitet haben

In drei Entwicklungsteams wurden folgende Fragestellungen bearbeitet:

Vielfältige Versorgung – heuer noch!

Wie kann die Versorgung mit landwirtschaftlichen Produkten in der Stadt Weiz innerhalb des Jahres 2016 weiterentwickelt werden, damit mehr Personen sie kaufen und die Bandbreite der Angebote größer wird?

Bauernmarkt neu gedacht!

Welchen Nutzen stiften Bauernmärkte in einer Stadt, und welche Dienstleistungen und Produkte werden in

Zukunft dort gefragt sein? Wie sieht der Bauernmarkt der Zukunft aus, und was muss er können?

Was will der Markt vom Markt?

Welche landwirtschaftlichen Produkte und Dienstleistungen werden von den BewohnerInnen (Privatpersonen, Unternehmen, Handel, Gastro, Tourismus) einer Stadt im Jahr 2020 nachgefragt/gekauft/benötigt?

Die Unterschiede sind das Potenzial

Die TeilnehmerInnen waren bunt gemischt, sie kamen von: (Bio-) Landwirtschaften, Landwirtschaftsschulen, der Landwirtschaftskammer, der Gemeinde und so weiter. Sie sind KundInnen, Bauernmarktsprecher, Schüler, KreativunternehmerInnen – und jedenfalls daran interessiert, dass sich die landwirtschaftlichen Produkte und

Dienstleistungen mit den Bedürfnissen der Zielgruppen vermehrt decken und auch in Zukunft vom Markt aus den Markt bedienen.

Was ist dabei entstanden?

Das könnt ihr auf den folgenden Seiten im Detail lesen!

Wie geht es weiter?

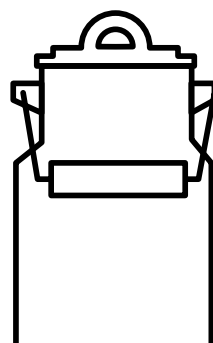
Wir sind nun im Gespräch mit der Stadt Weiz und anderen Städten, um die vielen Erfahrungen und Ergebnisse zusammenzutragen und konkrete Entwicklungsschritte zu setzen.

Ideen brauchen einen guten Boden

Besonderer Dank gilt Helga Breininger, die uns als Gastgeberin auf ihren Biobauernhof eingeladen hat!



„DINGE DENKEN, DIE WIR NOCH NICHT WISSEN!
ALS ENTWICKLERIN UND WEGBEGLEITERIN VON
NEUEM FREUE ICH MICH AUF DIE WEITEREN
ENTWICKLUNGSSCHRITTE!“
Marie-Theres Zirm, cardamom



BE CONNECTED!

Wie Kreativwirtschaft Stadt und Land verbindet

Wer an Kreativwirtschaft denkt, hat urbane Zentren vor Augen. Doch das Land punktet mit seiner ganz eigenen Strahlkraft und ist ebenso Ort kreativen Geschehens wie die Stadt. Die Creative Industries Styria baut Brücken – zwischen Regionen, Branchen und Menschen.

Wenn durch und durch urbane Menschen über den lokalen Bauernmarkt schlendern, erleben sie die perfekte Symbiose aus Stadt und Land: Landwirtschaftliche Produkte, im städtischen Kontext präsentiert und vermarktet, erleben einen Boom, ausgelöst durch den Megatrend zum bewussteren, gesünderen und umweltfreundlicheren Einkaufen, Essen und Leben.

Es drängt sich die Frage auf: Wie sieht der Bauernmarkt im Jahr 2030 aus? Was muss er leisten? Welche Produkte werden nachgefragt werden, und wie werden sie präsentiert? „Das ist eine Designfrage“, meint Eberhard Schrempf, seit 2007 Geschäftsführer der Creative Industries Styria, der steirischen Netzwerkgesellschaft für Kreativwirtschaft. „Landwirtschaftliche Erzeugnisse verkaufen sich nicht von selbst – sie brauchen Branding, das Authentizität und Regionalität transportiert.“ Design tritt also als Verbindungsstück zwischen Erzeugnis und Markt auf. Es schafft Mehrwert und Einzigartigkeit, einen Wiedererkennungswert, der Emotionen weckt und die „Sprache“ des ländlichen Raums in die Stadt trägt.

Bauernmarkt neu gedacht

Wenn sich Designerinnen und Designer über den Bauernmarkt und seine Zukunft Gedanken machen und dabei mit unterschiedlichsten Branchen in Kontakt treten, ist das ein hervorragendes Beispiel dafür, wie Kreativwirtschaft und Landwirtschaft zusammenfinden. Die Agentur cardamom veranstaltete im Designmonat Graz 2016 einen Workshop in Weiz, der genau das zum Ziel hatte. Die bunt gemischte TeilnehmerInnenschar – aus Landwirtschaft, Gastronomie, von Schulen, aber auch BauernmarktkundInnen – dachten den Bauernmarkt neu, aber immer unter dem Aspekt Design. „Design Thinking war einer der Schwerpunkte im Designmonat Graz 2016“, so Schrempf. „Eine Methodik, die Design als ganzheitlichen Denkprozess versteht.“

Der „Design Thinking Summit“ brachte im April erstmals über 40 Expertinnen und Experten für Design Thinking aus Österreich, Deutschland und der Schweiz nach Graz. Denken wie ein Designer wird immer gefragt – also eine Kombination aus Verstehen, Beobachtung, Ideenfindung, Verfeinerung, Ausführung und Dazulernen, jenseits von Branchen- und Hierarchiegrenzen. Denken aus der Enge hinaus in die Weite – auch in die Weite des ländlichen Raums.

Regionalität als Besonderheit

Kreativwirtschaft und Landwirtschaft haben eines gemeinsam: Sie sind beide hochspezialisierte Branchen und leben von der Vernetzung. Die Landwirtschaft profitiert von den Leistungen der Kreativwirtschaft. Das wiederum stärkt die Kreativwirtschaft in den Regionen: Sie punktet durch ihre geografische – und oft auch emotionale – Nähe zu ihren Kundinnen und Kunden.

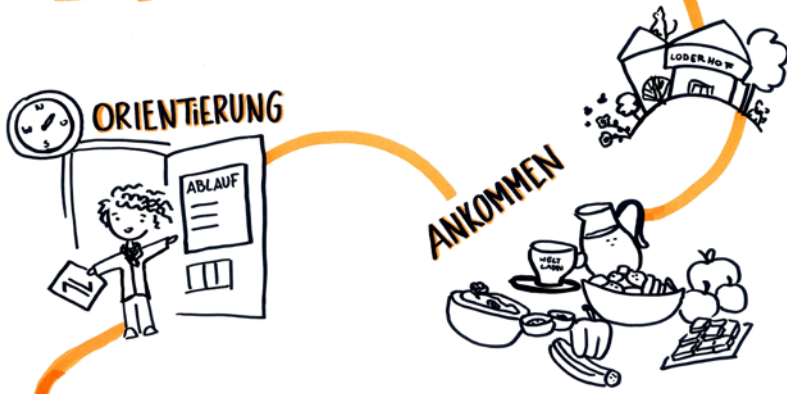
„Dass Kreativwirtschaft als urbanes Phänomen wahrgenommen wird, liegt an den wirtschaftlichen Strukturen in einer Stadt. Mit den Menschen hat es aber nichts zu tun – kreative Köpfe gibt es überall, und als Creative Industries Styria ist es unsere Aufgabe, die Kreativen der gesamten Steiermark mit Unternehmen zu vernetzen und Synergien zu nutzen“, betont Eberhard Schrempf.

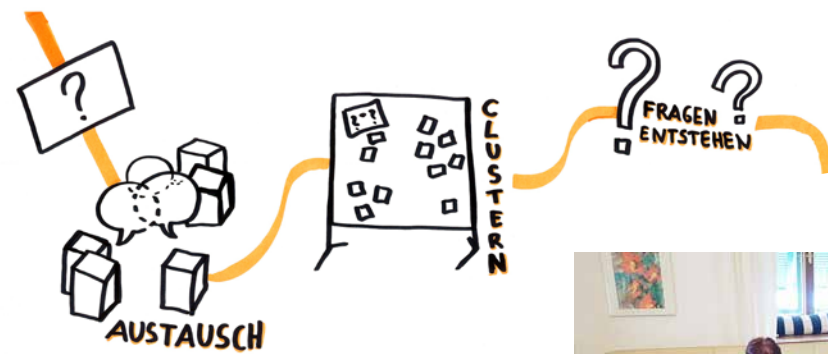
Creative Industries Styria



design
monat
graz

WAS WILL DER MARKT? MARKT?





„MANCHMAL BRAUCHT ES RADIKALES
NEU-DENKEN, VON DEN WURZELN
BIS ZUR FRUCHT, SCHAUEN WIR WOHN
DIE LANDWIRTSCHAFT WEITERWÄCHST,
DENN ES MUSS MÖGLICH SEIN,
VON DEM GUT ZU LEBEN, DAS
HIER WÄCHST UND GEDEIHT.“
Christian Heuegger-Zirm, cardamom



DIE FRAGESTELLUNGEN

Die TeilnehmerInnen arbeiteten in drei Entwicklungsteams
an folgenden Fragestellungen:

Vielfältige Versorgung – heuer noch!

Wie kann die Versorgung durch landwirtschaftliche Produkte in der Stadt Weiz innerhalb des Jahres 2016 weiterentwickelt werden, damit mehr Personen sie kaufen und die Bandbreite an Angeboten größer wird?

Bauernmarkt neu gedacht!

Welchen Nutzen stiften Bauernmärkte in einer Stadt, und welche Dienstleistungen und Produkte werden in Zukunft dort gefragt sein? Wie sieht der Bauernmarkt der Zukunft aus, und was muss er können?

Was will der Markt vom Markt?

Welche landwirtschaftlichen Produkte und Dienstleistungen werden von den BewohnerInnen (Privatpersonen, Unternehmen, Handel, Gastro, Tourismus) einer Stadt im Jahr 2020 nachgefragt/gekauft/benötigt?





FRAG DEINE KUNDINNEN – ABER WIRKLICH!



Nach einer ersten Sammlung der eigenen Antworten und Ansätze wurden konkrete Fragen an potenzielle KundInnen entwickelt.



In Form von Interviews wurden die KundInnen befragt und jede Menge Input gesammelt.

*„DURCH DIE VISUALISIERUNG DES WORKSHOPS KONNTE
ICH VON AUSSEN INS INNERE EINTAUCHEN.
ICH BIN GESPANNT, WIE ES NUN WEITERGEHT!“
Jacqui Kaulfersch, cardamom*

DENK MENSCHBEZOGEN! GEH VOM MENSCHEN AUS!

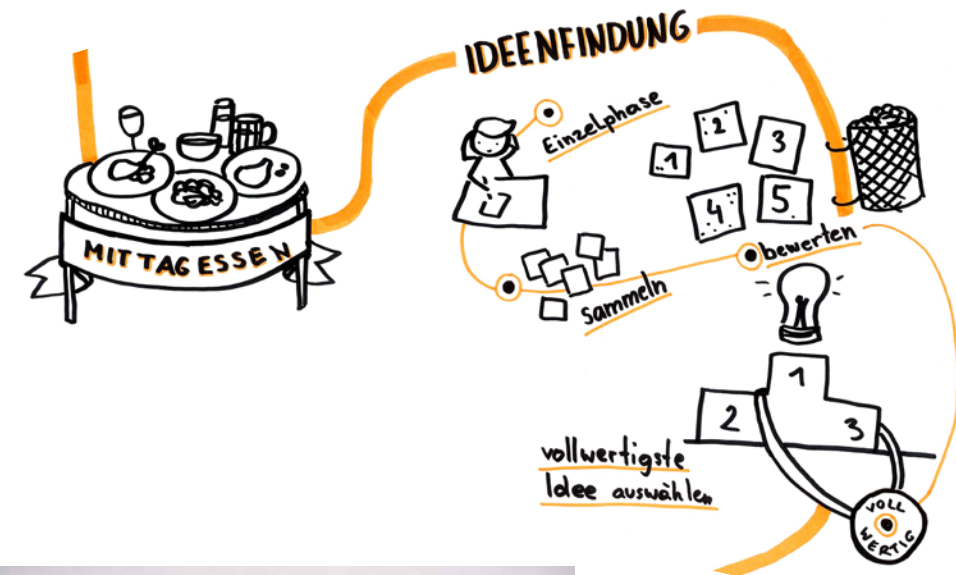


Sandra, 40: „Ich will gesundes, gutes, regionales, warmes Essen. Ich will vertrauen können, und die Qualität muss stimmen, und dass ich mir's leisten kann.“

[illegible]

IDEEN ENTWICKELN

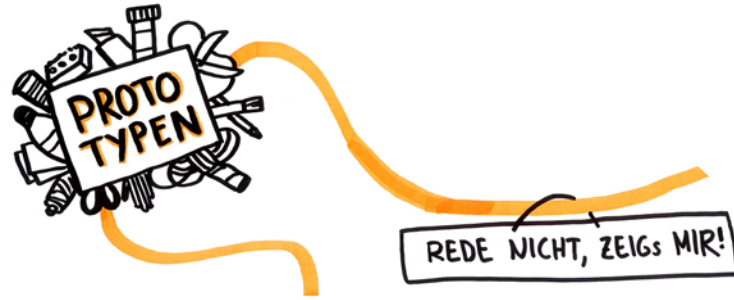
Ein herausfordernder Moment: Jede Menge Ansätze und Ideen sind entstanden. Aber welche ist in Bezug auf die Ausgangsfrage und für die entwickelte Persona Anna, Helmut oder Sandra die jeweils vollwertigste Idee?



ENTSCHEIDE DICH FÜR VOLLWERTIGE IDEEN!

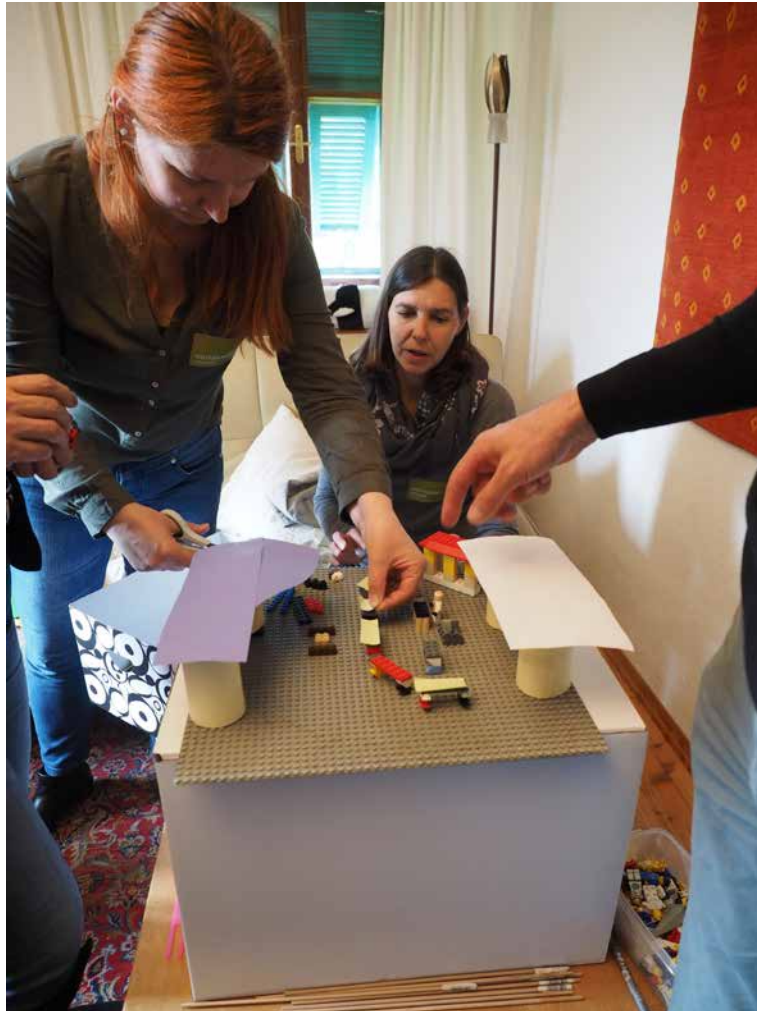
ENTWICKLE DIE IDEEN ANDERER WEITER!

„ALS GRAFIKERIN, DIE AUF EINEM BIO-OBSTHOF AUFGEWACHSEN IST, KONNTE ICH BEIDE LEIDENSCHAFTEN VERBINDEN!“
Michaela Rechberger, wurzinger design

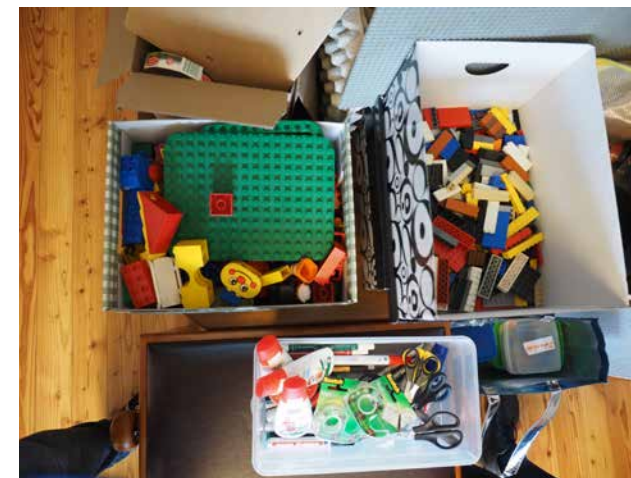


PROTOTYPEN BAUEN

RED NICHT, TU!



SPRICH IN BILDERN!



Die Entwicklungsteams haben ihre Entscheidung für eine vollwertige Idee getroffen. Nun geht es in die nächste Phase: Die Idee wird konkret, greifbar und erlebbar „gebaut“. So entstehen Prototypen und eine gespielte Szene, die die Idee den potenziellen KundInnen vermitteln kann.



SCHEITERE FRÜH UND OFT! TESTEN, TESTEN, TESTEN.

In dieser Phase werden die in Prototypen gegossenen Ideen den anderen präsentiert. Ein erster Markttest!

Es gibt Raum für Fragen, Feedback und Diskussionen.

„ALS KUNDIN BEI ENTWICKLUNGSPROZESSEN GEFRAGT ZU WERDEN, KANN NICHT ZU FRÜH PASSIEREN! DIE BEGLEITUNG EINER GRUPPE WAR EINE TOLLE ERFAHRUNG!“
Inge Hauser, cardamom



ÜB DICH IN WERTSCHÄTZUNG!

WEITERENTWICKELN



BLEIB FOKUSSIERT!



Die Erkenntnisse aus der Präsentation fließen in die weitere Entwicklung der Prototypen ein.

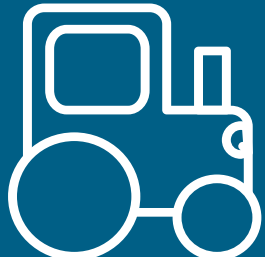


LASS UNS SPASS HABEN!



ERGEBNISSE

OMA KOCHT



„Ich will gesundes, gutes, regionales, warmes Essen. Ich will vertrauen können, und die Qualität muss stimmen, und dass ich mir's leisten kann“, lautete das Bedürfnis der Persona Sandra.

Das Entwicklungsteam hat das Angebot „Oma kocht“ entwickelt. Die regionalen, biologischen Köstlichkeiten des Bauernmarktes werden von „Oma“ zubereitet und können in Gläser verpackt mit nach Hause genommen werden. Das Rezept und weitere Tipps sind mit dabei!

„Oma kocht“ gibt es am Bauernmarkt und auch an den weiteren Tagen zu kaufen.



HELI BRINGT'S!



GENUSS-STANDL



Ausgehend von der Erkenntnis, dass die Persona Helmut ihren Fuß selbst bei einer Bierverkostung nicht auf den Bauernmarkt setzen würde, kam das Entwicklungsteam zu dem Schluss, dass der Bauernmarkt zu Helmut kommen muss!

Der mobile Bauernmarkt fährt in die Siedlungen der Stadt und bringt die regionalen Köstlichkeiten vorbei – auch regionales Bier einer kleinen Brauerei! Ein attraktives Angebot auch in Zeiten der Großbaustelle in Weiz!



TRAU DICH, WILDE IDEEN ZU HABEN!

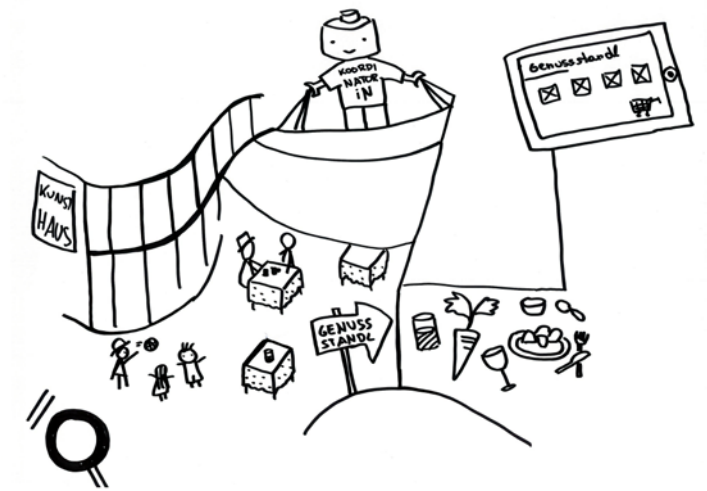
„Ich will gesunde Produkte einfach einkaufen und dabei Bekannte und nette Leute treffen!“, wünschte sich die Persona Anna.

Das Entwicklungsteam kam zu dem Schluss, dass der bisherige Standort am Weizer Hauptplatz für die unterschiedlichen Zielgruppen derzeit nicht geeignet ist. Es braucht kulinarische Angebote, kombiniert mit der Möglichkeit, zu verweilen. Auch Kinder sollen sich frei und sicher bewegen können.

Außerdem wäre ein kleines Sortiment, das die ganze Woche über zu beziehen ist, wünschenswert: Die Idee des Genuss-Standls und der Verlegung des Bauernmarktes zum Kunsthaus war geboren!

Auch die Möglichkeit, Waren übers Internet vorzubestellen, und gekühlte Schließfächer für die SpätabholerInnen wurden angedacht.

Das derzeitige Fehlen eines Bauernmarkt-Abends wurde ebenfalls diskutiert. Eine Möglichkeit wäre dafür der Standort in Krottendorf.



GEDANKEN VON TEILNEHMERINNEN



ING. ENGELBERT HIERZER

Gemeinderat, Referent für die ländliche Entwicklung

Die Vielfalt und Unterschiedlichkeit der Personen, die trotzdem gemeinsam für diesen Workshop waren, fand ich sehr spannend. Jeder und jede Einzelne konnte sich durch die Befragung auch als Experte oder Expertin fühlen und die eigenen Gedanken an alle weiter geben.

Dieses Tagesseminar hat mit Sicherheit den Grundstein für weitere Schritte zur Unterstützung und Verbesserung der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte gelegt, im Speziellen in Form eines neu gedachten Bauernmarktes.

Die Konkretisierung unseres Vorhabens im Modell konnte auch deshalb so klar umgesetzt werden, weil wir die örtlichen Gegebenheiten vor Ort kannten und aus Sicht einer von uns definierten Person deren Vorstellung und Bedürfnisse verfolgten.

Jetzt wäre es wichtig, noch weitere Zielgruppen und deren Bedürfnisse in die Entwicklung von Ideen zu integrieren! Jedoch ist dies in einem Tagesworkshop zeitlich und gedanklich nicht umsetzbar, es braucht weitere Treffen.

Konkret für Weiz ist bereits Bewegung in den Bauernmarkt und dessen Standort am Hauptplatz gekommen, einerseits durch Zeitungsartikel, andererseits durch die Inspiration anderer, bestehender Bauernmarktmodelle.

Für die Vorbereitungen, der Auswahl der Teilnehmenden und der Gruppenleitung sage ich herzlichen Dank.

Es hat Spaß und Lust auf mehr gemacht.



HELGA BREININGER

Biobäuerin Weiz, Gastgeberin

Meine Versorgung mit landwirtschaftlichen Produkten

Da ich einen Biobauernhof betreibe, habe ich eine hohe Eigenversorgung. Alles, was ich nicht selbst produziere, kaufe ich zuerst direkt bei Biobauernhöfen ein, den Rest im Supermarkt in Bioqualität. Kurz gesagt: Bio ist mir wichtig!

Warum ich gerne Gastgeberin war

Ich bin immer für Neues offen und fand es sehr interessant, dass dieser Aufruf von der Kreativwirtschaft und somit von einer Branche fernab der Landwirtschaft gekommen ist. Das hat mich neugierig gemacht.

Herausforderung: die Methode des Design Thinking

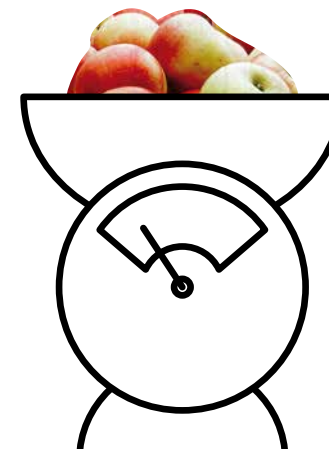
Ich fand es zunächst schwierig, neue Ideen in so kurzer Zeit zu entwickeln, da ich schon recht fixe Vorstellungen im Kopf habe und aufgrund meiner vielfältigen Erfahrungen die Probleme kenne, die eine Umsetzung erschweren. Letztlich war ich aber sehr erstaunt, was dabei alles herausgekommen ist!

Wie geht es mit den Ideen weiter?

Der erste Schritt ist getan, nun geht es darum, weiter an den konkreten Ideen zu arbeiten.

Und es wirkt nach ...

Es stimmt mich positiv, dass sich Menschen aus verschiedenen Berufen mit diesem Thema beschäftigen. Direktvermarktung ist harte Arbeit. Ich hoffe, auch in Zukunft meine Biolandwirtschaft erhalten zu können!





NINA POPP

Textagentur in Graz

Ein Gespräch mit der
Kreativwirtschaft

Wie versorgst du dich mit landwirtschaftlichen Produkten?

Bauernecke beim Nah & Frisch Gratwein, Bauernladen im Lagerhaus, Supermarkt, am Lendplatz, hin und wieder am Kaiser-Josef-Platz in Graz, bei regionalen ProduzentInnen in der Steiermark, in Kärnten, dem Burgenland, Niederösterreich, Kroatien, Italien, Frankreich ...

Gute Nahrungsmittel sind meine Lieblingsmitbringsel, werden aufbewahrt und beizeiten aufgetischt. Und dann gibt's noch Mamas und meinen Garten, die Obst, Gemüse und Kräuter liefern. Guter Geschmack ist mir wichtig, und der entsteht aus guter Qualität.

Was hat dich motiviert, gemeinsam mit anderen kreativen Köpfen neue Ideen und Ansätze für die Landwirtschaft zu entwickeln?

Erfahrungen mit Kundinnen und Kunden aus dem Bereich der Landwirtschaft (Wein, Essig, Gastronomie), Interesse an gutem Essen, und meine Erfahrungen bei einem Ortsentwicklungsprojekt in Gratwein, wo es um Marktbelebung durch einen Relaunch des bestehenden (mittlerweile nicht mehr existenten) Bauernmarkts ging. Im Rahmen der Recherche haben wir uns viele Beispiele angesehen. Das fertige Konzept landete übrigens in der Lade und ist vermutlich dort verrottet (apropos Bio).

Design Thinking – eine Haltung und Methode, die die KundInnensicht von Beginn an integriert: War es schwierig, die Idee in so kurzer Zeit umzusetzen und Prototypen

zu entwickeln? Wie hast du das Arbeiten in der Gruppe empfunden?

Mir waren einige Methoden bekannt, und ich wusste in groben Zügen vom prozesshaften Ablauf. Hatte kein Problem damit, ganz im Gegenteil, fand es toll, dass Marie-Theres immer wieder den nächsten Schritt einforderte – „Es liegt ja eh schon alles da im Raum“ – und sie uns auf diese Art anschubste – um nicht ein kräftigeres Wort zu verwenden –, den Sack zuzumachen!

Nettes Detail: die Ideenlade, wo Gedanken, die die Bedürfnisse der KundInnen nicht beantworten, aufbewahrt werden.

Gruppenarbeit bin ich gewohnt, mag ich. Was ein wenig schwierig für mich war: Im Gegensatz zu mir waren die Örtlichkeiten in Weiz allen anderen vertraut, ich hatte folglich Probleme, den Vorschlägen im Detail zu folgen. Das Arbeiten und die Entwicklung des Projekts haben darunter aber nicht wirklich gelitten, denke ich. Ich habe mich in diesem Punkt eben etwas zurückgenommen.

Die Stimmung ganz allgemein fand ich außergewöhnlich sympathisch, was wohl an der Auswahl der TeilnehmerInnen, der Gastgeberin, dem vertrauten ModeratorInnenteam und dem Biobauernhof lag.

Konkrete Ergebnisse sind entstanden. Wie geht es dir mit diesen?

Wohl aufgrund der Methode war nach wenigen Stunden ein bzw. waren sogar drei Vorschläge sichtbar. Das ist

sicher ein ganz großes Plus. So konnte sich sogar der Kleine-Zeitung-Journalist, der bei der Entwicklung gar nicht dabei war, Konkretes vorstellen. Und die übrigen TeilnehmerInnen, die die Projekte der zwei anderen Gruppen nicht gekannt hatten, ebenso.

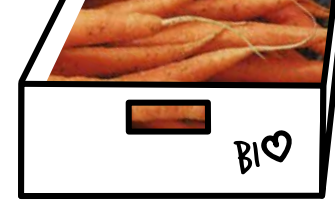
Wenig überraschend, wenn man die Zusammenstellung der Gruppen betrachtet, war für mich, dass die Ideen einander ähnelten; ich denke, man könnte weitertun, indem man prüft, ob und inwieweit ein Best-of für Weiz in Frage kommt. Denn am besten scheint es mir, das Ganze an einem konkreten Beispiel durchzuspielen. Die Teufelchen stecken bekanntlich im Detail. Das „Good Practice“ könnte auch andere zur Nachahmung anregen.

Welche konkrete Auswirkung hat dieser gemeinsame Tag für dich in deinem beruflichen oder privaten Alltag?

Der Tag hat – auch durch die Gespräche mit anderen TeilnehmerInnen – zweifellos mein Bewusstsein für hochwertige Nahrung gestärkt und mir wertvolle Impulse für meine eigenen Workshops mitgegeben.

Ich fände es schön, bei weiteren ähnlichen Projekten als Texterin mitzuarbeiten, auch weil ich die Arbeit und Produkte von Biobauern und -bäuerinnen und anderen engagierten LandwirtInnen schätze. Im Übrigen freue ich mich immer über enge cardamom-Kontakte und hoffe auf weitere Zusammenarbeit.

In diesem Sinne dankt euch herzlich:
Nina





SUSANNE FARKAS

Mutter von vier Kindern
Kundin aus Weiz

Meine Versorgung mit landwirtschaftlichen Produkten

Ich versuche, meine Familie so weit wie möglich mit Gemüse, Obst, Käse und Brot vom Bauernmarkt in Weiz zu versorgen. Milch beziehen wir direkt vom Bauernhof und Fleisch von der Fleischerei Feiertag, Eier bekommen wir von unseren Hühnern geschenkt, und trotzdem kaufe ich vieles auch zusätzlich im Supermarkt ein.

Warum ich mitgemacht habe

Ich habe großes Interesse an gesunden, biologischen und regionalen Produkten und nachhaltigem Wirtschaften.

Aus der Sicht einer Kundin vom Bauernmarkt in Weiz hat mich dieses Thema angezogen, nicht zuletzt deshalb, weil der Markt selbst für mich ein Ort für Kommunikation ist und ich es spannend fand, wie ein Bauernmarkt NEU aussehen könnte.

Wie ging es dir mit der Methode des Design Thinking?

Ich empfand die uns gestellte Aufgabe, Ideen und Prototypen in kurzer Zeit zu entwickeln, als sehr lustvoll und spannend. Das Arbeiten in der Gruppe war für mich wirklich angenehm.

Wie geht es weiter?

Ich hoffe, dass die entwickelten Prototypen weitergetragen und weitergesponnen werden.

Es würde mich freuen, wenn die eine oder andere Idee zur Umsetzung käme, spüre aber Zweifel in mir, ob sich die richtigen Menschen finden, die sagen: „Ja, das machen wir.“



TINA MUSSBACHER

Weltladen Weiz

Wie ich mich mit landwirtschaftlichen Produkten versorge

In erster Linie beziehe ich sie vom Bauernmarkt. Wichtig ist mir Bio und mindestens so wichtig regional. Bei manchen Höfen brauche ich keine Bio-Zertifizierung, da ich den Betrieb persönlich kenne. Wenn es schnell gehen muss, nehme ich Biogemüse auch mal im Supermarkt mit. Auch da achte ich, wenn möglich, auf die Herkunft.

Deshalb hab ich mitgemacht

Weil mir das Thema „Konsumverhalten“ ein besonderes Anliegen ist. Vor allem, dass das Bewusstsein darüber gestärkt wird, dass ich mit jedem Einkauf entweder die Region und ihre kleinstrukturierten landwirtschaftlichen Betriebe oder eben ferne Plantagen unter oft sehr bedenklichen Bedingungen unterstütze.

Wie ging es dir mit der Methode des Design Thinking?

Diese Methode hat mich sehr angesprochen und war eine hilfreiche Anleitung, um relativ einfach zu Ergebnissen zu kommen. Besonders ansprechend war das Arbeiten in der Gruppe mit Personen mit unterschiedlichem Hintergrund auf Augenhöhe.

Was ist dabei herausgekommen?

Ich fand sämtliche Ergebnisse – besonders die Umsiedlung des Marktes zum Kunsthaus – sehr gelungen und umsetzbar. Das scheint vielen Bauernmarktkundinnen ein Anliegen zu sein. Interessiert hätte mich noch die Reaktion der „StändlerInnen“ zu den Ideen, schließlich geht es um sie.

Auswirkung auf meinen Alltag

Es ist wieder ein guter Anstoß gewesen, bei meinen Einkäufen nicht die Bequemlichkeit siegen zu lassen, sondern regionale Biolandwirtschaft noch konsequenter als bisher zu unterstützen.

Danke für die Einladung, unter professioneller Anleitung im schönen Ambiente von Helga Breiningers Hof zu diesem mir wichtigen Thema Visionen entwickeln zu dürfen.

Design-Thinking-Methode + Menschen mit unterschiedlichen Interessen, Bedürfnissen, Lebenssituationen = tolle neue Ideen in kürzester Zeit

Die Landwirtschaft braucht, die Bauern brauchen neue Absatzmärkte und Vertriebsmöglichkeiten, um in einer EU-Welt nicht nur „überleben“, sondern auch gut leben zu können. Unerlässlich ist hier, sich an den veränderten KundInnenwünschen und Bedürfnissen zu orientieren, um nicht an den KundInnen „vorbeizuproduzieren“. Überschüsse zu produzieren, die dann entsorgt werden, kann nicht unser Ziel sein. Die Zukunft liegt in der regionalen Versorgung, Stichwort: „ökologischer Fußabdruck“.

Unsere Bauern und Bäuerinnen produzieren qualitativ hochwertige Lebensmittel. Wir als KundInnen entscheiden, ob wir diese Arbeit entsprechend schätzen und wahrnehmen und diese Leistungen mittragen.



WALTRAUD MUHR
Selbstständige und Kundin



ERICH KERNGAST
Direktor LFS Alt-Grottenhof

Meine Versorgung mit landwirtschaftlichen Produkten
Ich kaufe bei unserem Hofladen an der LFS Alt-Grottenhof, am Biobauernmarkt und im Lebensmitteleinzelhandel ein. Außerdem kann ich mich mit einigem selbst versorgen.

Warum ich dabei war
Landwirtschaft ist ein wertvoller Bereich für ein Land und die Gesellschaft.

Kleinstrukturierte Landwirtschaft kann sich besser an kleinräumige, veränderte Gegebenheiten anpassen. Allerdings haben größere Betriebe durch die Austauschbarkeit von landwirtschaftlichen Standarderzeugnissen (Getreide, Milch, Fleisch, ...) Vorteile durch Kostenreduktion.

Anpassung und neue Strukturen
Die Landwirtschaft muss sich nach neuen Einkommensformen umsehen.

Wie war das gemeinsame Entwickeln von Ideen?
Das Arbeiten in der Gruppe war sehr angenehm und konstruktiv, weil die Gruppe klein war und die gruppenverantwortliche Person uns immer wieder zum Thema zurückgeholt hat.

Wie geht es weiter?
Ich war in der Gruppe, die den fahrenden Laden entwickelt hat. Für mich ist das keine Option, wir haben in der Schule ja unser fixes Geschäft. Trotzdem lasse ich diese Idee in den Unterricht einfließen.

Konkrete Auswirkungen
Ich fühle mich in meiner Ansicht, wie sich Landwirtschaft weiterentwickeln kann, bestärkt. Freue mich über das Interesse der KonsumentInnen an der Landwirtschaft und über ihr Mitdenken.



KEVIN DERLER
Schüler der HLW Weiz

Kevin ist Schüler an der HLW Weiz und arbeitet an einem Projekt im Bauernmarktkontext.

Der Inhalt dieses Workshops bzw. die ausgehende Problemstellung wurden mit produktiven und effektiven Methoden behandelt.

Der Umgang miteinander war höflich, ungezwungen und locker, und dennoch wurden die uns gestellten Aufgaben mit Gewissenhaftigkeit erledigt und das vorgegebene Ziel streng anvisiert.

Ich habe gelernt, dass es beim Organisieren von Veranstaltungen o.ä. wichtig ist, alle Aspekte und Blickwinkel mit einzuplanen.

Des Weiteren habe ich viele Meinungen und Ideen zum Thema Bauernmarkt und Landwirtschaft gehört.

In unserem Projekt beschäftigen sich meine Projektgruppe und ich mit der derzeitigen Situation regionaler Erwerbsbauern und -bäuerinnen in Bezug auf wirtschaftliche und psychologische Hintergründe. Ich konnte schon einige im Workshop angesprochene Themen und Eindrücke auf unser Projekt übertragen.



SEITE 30 / 11./12. MAI 2016 / WOCHE WEIZ & BIRKFELD

Wirtschaft & Karriere

MEINUNG
Andreas Rath
andreas.rath@woche.at
Geschäftsführung

Zur Förderung des guten Geschmacks

Im Designmonat regte „cardamom“ Landwirte und Kunden dazu an, den Bauernmarkt neu zu überdenken.

Der Designmonat Graz machte in Weiz Station: Die Wahl-Weizerin Marie-Theres Zirm von „cardamom“ organisiert und kämpft für eine bessere Vernetzung in unserer Region.

Bauernmarkt
Im Designmonat Graz haben sie sich dem Bauernmarkt – dem Begegnungsort für Landwirte und dem Umschlagplatz für landwirtschaftliche Produkte – intensiver gewidmet. Aus dem starken Trend in der Bevölkerung, auf bewusste, gesunde

Am Loderhof
Der Bio-Bauernhof von Helga Breiniger in Krottendorf bot den idealen Workshop-Rahmen. Teilnehmer von Landwirten über Kunden bis hin zu Personen aus landwirtschaftlichen Schulen waren vertreten und konnten sich zum Thema Bauernmarkt austauschen.

Die „cardamoms“ hoffen, dass aus den gesammelten Ideen neue Initiativen entstehen, welche die landwirtschaftlichen Produkte der Bauernmärkte noch zielgenauer an die Bedürfnisse der Bevölkerung heranführen, um den Wert der regionalen Produkte zu verbreiten und den guten Geschmack zu fördern, wie z.B. gekühlte Schließfächer, täglich geöffnetes Genuss-Stand und Online-Bestellungen.

Teilnehmer und Organisatoren haben das klassische Thema Bauernmarkt differenziert ausgearbeitet.

und biologische Ernährung und gleichzeitig auch auf Regionalität zu achten, ging die Idee hervor, den Bauernmarkt neu zu gestalten. „Spannend finde ich die Idee, den Bauernmarkt vom Hauptplatz vor das Kunsthaus zu verlegen“, resümiert Marie-Theres Zirm.

Die Stadtgemeinde Weiz formiert in dieser Ausgabe Bund über die Umleitungsmaßnahmen der Stadt, die Montag wirksam sind. Die seitige „Beilage“ ist zum Ausnehmen gedacht und auf Widerruf gültig. Neben flächendeckenden Information bietet die Stadt in Informationsbüro Birkfelderstraße und S-Service an, bei dem rund um die Uhr beraten kann. Machen Sie Gebrauch, damit diese Baustelle mögungslos verläuft.

Wichtige Information

Woche Weiz | Mai 2016



Juni 2016

Was will der Markt vom Markt?



Die begeisterten Teilnehmer der Veranstaltung

Diese Frage stellte „cardamom“ engagierten Landwirten, GestalterInnen und KundInnen im Rahmen des Designmonats Graz, den sie auch heuer nach Weiz holen konnten. In drei Entwicklungsteams wurde einen Tag lang zu folgenden Fragestellungen gearbeitet: Wie kann die Versorgung durch landwirtschaftliche Produkte in der Stadt Weiz weiter entwickelt werden, damit mehr Personen sie kaufen und die Bandbreite an Angeboten größer wird? Welchen Nutzen stiften Bauernmärkte in einer Stadt und welche Dienstleistungen und Produkte werden in Zukunft dort gefragt sein? Wie schaut der Bauernmarkt der Zukunft aus und was muss er können?

Wer ist der Markt?

Die Analyse der verschiedenen KundInnengruppen reichte von den bestehenden StammkundInnen bis hin zu den Personen, die noch keinen Schritt dorthin gesetzt haben. So entstanden exemplarische Personen und Fragestellungen: Wie kann man beispielsweise den 43-jährigen Arbeiter Helmut dazu bewegen, Obst und Gemüse am Bauernmarkt einzukaufen, wo er doch gar nicht einkaufen geht und schon gar nicht am Bauernmarkt?

Ideenentwicklung

Ideenentwicklung war das Ziel des Tages und derer gab es viele! Konkret kam eine Gruppe zur Erkenntnis, dass nicht Helmut auf den Bauernmarkt, sondern die Produkte zu Helmut kommen müssen: Der mobile Bauernmarkt war geboren! Ein Zusatznutzen könnte darin liegen, dass gerade in der aktuellen Baustellen-Situation weniger Autos in die Stadt fahren müssten. Ein anderes Team verlegte den Bauernmarkt kurzerhand vor das



Mobiler Bauernmarkt

Kunsthaus, dort können die Kinder gut herumlaufen, Parkplätze sind vorhanden, die ebene Fläche ist für den Standaufbau ein Vorteil und ein täglich geöffnetes Genieß-Standl ergänzt den neuen Bauernmarkt. Auch ein After-Work-Bauernmarkt in Krottendorf wurde angedacht.

Wo Neues entstehen kann

Den idealen Workshop-Rahmen fanden sie bei Helga Breiniger am Loderhof, einem Bio-Bauernhof im Ortsteil Krottendorf. Dort konnten die 20 TeilnehmerInnen ihre Ideen und Utopien offen austauschen und neue Modelle rund um den Bauernmarkt und die zukünftigen Vertriebswege und Produkte entwickeln.

Was passiert mit den Ideen und Konzepten, kann davon etwas umgesetzt werden?

„Wir sind dran und im Gespräch mit KundInnen, LandwirtInnen, dem Bauernmarktsprecher und der Gemeinde. Entwicklungen brauchen Zeit und Tatendrang – beides ist bei uns vorhanden!“ resümiert Marie-Theres Zirm, die durch diesen arbeitsreichen wie lustvollen Tag führte.

Daraus werden nun neue Initiativen entstehen, die den Bauernmarkt und die landwirtschaftlichen Produkte noch näher an die realen Bedürfnisse der Zielgruppen heranführen und darauf abzielen, die Werte-Diskussion um regionale wie biologische Produkte zu verbreiten und den guten Geschmack zu fördern.

Kontakt: Marie-Theres Zirm, mt.zirm@cardamom.at, Tel. 0664/5445 334, www.cardamom.at

weiz präsent



Der überdachte Bauernmarkt inklusive Genuss-Standl wurde sogar aus Lego nachgebaut

R. HEIGL (2)

KOMMENTAR
RAIMUND HEIGL

Kreativ

Gerade bei Dingen, die „schon immer“ so waren, ist es für viele Beteiligte schwierig, etwas zu verändern. Oder sich überhaupt vorzustellen, dass es anders sein könnte. Da setzen die kreativen Köpfe der Agentur Cardamom an und versuchen, diese Vorstellung anzukurbeln. Beim Bauernmarkt sind Veränderungen kompliziert, denn es ist keine Firma oder kein Verein dahinter. Es ist alles natürlich gewachsen, es gibt keine Pläne, wer welchen Stand aufbaut und in welcher Größe – jeder Aussteller kommt einfach her und sucht sich seinen Platz. Bei dem Workshop in Krottendorf (siehe Bericht nebenan) kam vor allem heraus, dass neben dem Verkauf aller Köstlichkeiten ein großer Bedarf herrscht, diese Dinge direkt an Ort und Stelle gemütlich zu konsumieren.

Die Stadt denkt ja ebenfalls über Veränderungen nach, zuletzt gab es auch ein HLW-Maturaprojekt das sich damit beschäftigte. Der Bedarf zu Veränderungen ist offensichtlich da. Das Schöne ist, dass alle voneinander wissen. Und jetzt brauchen sie es nur noch gemeinsam umzusetzen.

Sie erreichen den Autor unter
raimund.heigl@kleinezeitung.at

Bauernmarkt neu gedacht

Über Perspektiven für den Weizer Bauernmarkt dachten Landwirte, Gestalter und Kunden im Rahmen des Designmonats Graz nach.

RAIMUND HEIGL

Vor einem Jahr hat sich die Agentur „Cardamom“ bereits einmal mit dem Thema Landwirtschaft beschäftigt. Damals ging es darum, wie viel und welche Werbung braucht ein landwirtschaftlicher Betrieb. In diesem Jahr hat man sich im Rahmen des Designmonats Graz eine noch konkretere Frage gestellt: „Wohin soll und kann sich das traditionelle Konzept Bauernmarkt in Weiz entwickeln?“

Getroffen hat man sich dafür bei Helga Breininger am Loderhof im Weizer Ortsteil Krottendorf. In drei Gruppen wurden Ideen und Szenarien entwickelt. Mit dabei waren Landwirte, Kunden, Designer sowie Absolventen und Vertreter landwirtschaftlicher Schulen. Bei den Ideen wurde auch vor Tabus nicht Halt gemacht. Eine Gruppe etwa überlegte, ob nicht ein Umzug des Bauernmarktes vom Hauptplatz zum Kunsthaus von Vorteil sein könnte. Dort gibt es die Verkehrs-



Eine illustre Runde machte sich Gedanken um die Zukunft des Bauernmarkts

probleme nicht, die Kunden könnten aber bequem in der Kunsthaut-Tiefgarage parken. Ein weiterer spannender Punkt wäre die Errichtung eines sogenannten Genuss-Standls, an dem man gemütlich konsumieren könnte. Weitere Szenarien waren Online-Bestellungen, gekühlte Schließfächer, an denen man seine Produkte abholen kann, oder ein Abend-Bauernmarkt in Krottendorf. „Ein ganz besonderes

Modell ist der mobile Bauernmarkt, der vor allem für Leute, die auf den normalen Bauernmarkt gar nicht kommen würden, erreichbar könnte“, erzählt Marie-Theres Zirm von „Cardamom“, die durch den Tag führte. In der Schlussrunde kam heraus, dass sich so ziemlich alle Teilnehmer wünschen, dass einige der Utopien auch tatsächlich in die Praxis umgesetzt werden. Daran wird jetzt gearbeitet.

FÜR SIE DA

REGIONALREDAKTION WEIZ
Birkfelder Straße 25, 8160 Weiz.
Telefon: (03172) 65 20; Fax-DW: 15.
E-Mail: weizred@kleinezeitung.at

Redaktion: Sonja Berger (DW 18), Robert Breiter (DW 14), Raimund Heigl (DW 16), Ullia Patz (DW 11);
Werbeberater: Christoph Burböck (DW 12);
Abo-Service: (0316) 875 3200;

Sekretariat: Eilfriede Brunnader, Doris Haider;
Mo. – Do. 8 bis 16 Uhr, Fr. 8 bis 13 Uhr

2 TOP-THEMA

NEUES LAND

Donnerstag, 2. Juni 2016

Donnerstag, 2. Juni 2016

LOS GEHT'S



Bernd Chibici

Nachdenken über den Bauernmarkt

Bauernmärkte sind ein besonders wichtiger und allseits geschätzter Bestandteil des städtischen Lebens. Dort blüht der Handel mit frischen Produkten, die ganz dem wachsenden Bedürfnis nach Regionalität und Saisonalität entsprechen und dort „menschelt“ es darüber hinaus noch kräftig. Man nimmt sich Zeit, miteinander nicht nur Geschäfte zu machen, sondern auch zu reden. All das ist längst dadurch einmal mehr bewusst geworden, dass man sich sogar im „Designmonat“ Mai im Rahmen eines Workshops – stilvoll auf einem Bauernhof – mit diesem Thema kreativ auseinandersetzt und (siehe die Story rechts) auch interessante Vorschläge erarbeitete. Bemerkenswert ist vor allem die dort entstandene Überlegung, den Bauernmarkt mit geeigneter Infrastruktur und guten Ideen noch stärker als bisher als sozialen Treffpunkt zu entwickeln und damit auch gegen die kommunikativen Schwächen der urbanen Räume aktiv zu werden. In den Städten ist es bekanntlich mittlerweile eher die Regel, dass man nicht einmal mehr die eigenen Nachbarn kennt.

Ein wichtiger Anstoß ist auch der Vorschlag, dass der Bauernmarkt sozusagen in Bewegung kommt. Und zwar auf vier Rädern in Richtung derer, bei denen die Öffnungszeiten der Märkte mit den Arbeitszeiten kollidieren. Wie auch immer man all das sehen mag – es ist insgesamt ein Kompliment an die Bauernmärkte, dass man sich bei einem derartigen Großereignis engagiert mit ihnen beschäftigt und Impulse zum Nachdenken gibt. Hoffentlich zeigen sie Wirkung!



Bauernmärkte sind wichtige Bestandteile des städtischen Lebens geworden. Im „Designmonat“ wurde darüber nachgedacht, wie man noch mehr aus ihnen machen könnte.

Nicht nur Markt allein

■ Gemot Zenz

Im „Designmonat“ wurde auch über die Zukunft des Bauernmarktes in der Stadt nachgedacht – mit einigen interessanten Ergebnissen.

Der Mai war „Designmonat“ in der Steiermark. Eine Vielzahl von Projekten drehte sich um die Neugestaltung aller möglichen Lebensbereiche – einer davon war der Bauernmarkt. „Wir haben uns gefragt, was der Markt vom Bauernmarkt will“, erklärt Organisatorin Marie-Theres Zirm von der Weizer Kommunikations-Agentur cardamom. Dazu setzten sich etwa 20 Menschen aus den verschiedensten Lebens- und Arbeitsbereichen, innerhalb

und außerhalb der Landwirtschaft in einem Hof in der Nähe von Weiz zusammen und ließen so richtig die Köpfe rauchen und die Ideen sprühen.

Herausgekommen ist der Beginn eines völlig neuen Verständnisses vom städtischen Bauernmarkt. Der überall sehr beliebte Handelsplatz der Direktvermarkter, sollte – so hieß es dabei – auf eine neue Ebene gestellt werden, die weit über die Erfüllung eines reinen Einkaufsbedürfnisses hinausgeht.

Treffpunkt

Man kann sich vor allem gut vorstellen, dass er noch stärker als bisher zum sozialen Treffpunkt wird. „Die Aufgabe, die früher der Dorfplatz erfüllt hat, wird in zunehmendem Maße dem Bauernmarkt zukommen“, prognostiziert Marie-Theres Zirm. Dazu gehört allerdings auch ein Platz, wo die kleinsten Kunden, die Kinder, herumtollen und ihren Spaß haben können,



Organisatorin des Nachdenkens über städtische Bauernmärkte: Marie-Theres Zirm.

genauso wie ein umfangreiches Gastronomieangebot für die Größeren – wie es das mancherorts bekanntlich auch schon gibt. Irgendwie logisch: Wenn man schon die allerbesten Köstlichkeiten vor Ort hat, wieso soll man die nicht auch gleich da genießen können? Eine weitere wichtige Überlegung, die beim großen Nachdenken entstanden ist: Für viele Menschen ist es bisher nicht so leicht, zum Bauernmarkt zu kommen. Unter anderem des-

halb, weil er bei berufstätigen Menschen mit deren Arbeitszeit kollidiert. „Einen Bauernmarkt sollte es daher auch am Abend geben“, findet Zirm. Genau für diese Zielgruppe ist auch eine qualitativ hochwertige Ferngarnitur-Schiene angedacht. Selbstgemachtes gesund, köstlich und fertig, gleich zum mitnehmen.

Weitere Ergebnisse aus dem Kreativ-Workshop: Ein „Genussstandl“ könnte auch nach Schließung des Bauernmarktes noch die wichtigsten Produkte anbieten und falls es ganz spät wird, könnte es gekühlte Schließfächer geben, in denen die wichtigsten Köstlichkeiten des Marktes quasi vom Automaten geholt oder vielleicht sogar online bestellt werden können. Und wenn die Menschen nicht zum Bauernmarkt kommen können, sollte – so hieß es – der Bauernmarkt sie besuchen – was es ja da und dort auch schon gibt. Ein Bauernmarkt auf vier Rädern sozusagen.

Bitte beachten Sie, dass die Inhalte (speziell Inserate) dieser Archivseite zum gegenwärtigen Zeitpunkt keine Gültigkeit mehr aufweisen müssen!

© 2016 NEUES LAND



GF Daniela Klampfer © Michaela Begsteiger

WE LOVE PRINTING

KlampferDruck hat uns beim Druck dieser Publikation unterstützt. Wir wollten daher von Geschäftsführerin Daniela Klampfer wissen, welche Rolle für sie ihre KundInnen, Regionalität und Bio spielen!

Wie werden bei euch KundInnen bzw. ihre Bedürfnisse in der Entwicklung von neuen Dienstleistungen einbezogen/berücksichtigt?

Wir haben acht AußendienstmitarbeiterInnen, diese beraten unsere KundInnen vor Ort, dadurch erkennt man rasch deren Bedürfnisse!

Ihr seid gerade kräftig am Bauen. Was hat euch dazu bewogen? Welchen Nutzen habt ihr davon, welchen eure KundInnen?

Wir bauen zu unseren 4.500 m² nochmals 700 m² Lagerhalle dazu, um Papier in größeren Mengen kaufen zu können. Der Preisvorteil kann an unsere KundInnen weitergegeben werden. Andererseits haben wir in der letzten Zeit vernommen, dass unsere KundInnen selbst keinen Platz haben oder haben wollen, ihre Drucksorten zu lagern. Somit bieten wir jetzt auch die Lagerung und die Logistik für unsere KundInnen an.

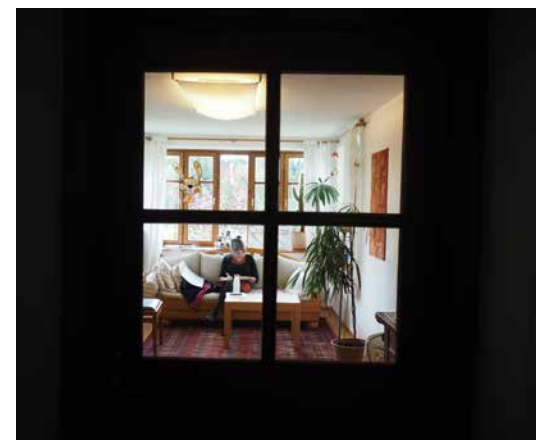
Welche Rolle spielt Qualität, Frische, Bio und Regionalität bei euch im Unternehmen bzw. privat, wenn es um Lebensmittel geht?

Privat achten wir sehr darauf, unsere Lebensmittel vor allem regional einzukaufen. Bio ist natürlich vorrangig. Wir haben sehr gute regionale LebensmittelhändlerInnen und -produzentInnen. Das müssen wir honorieren!

Wir wünschen euch alles Gute für den Umbau und bedanken uns sehr herzlich für eure Unterstützung!



klampferdruck
UNIVERSITÄTSDRUCKEREI



*„GESTALTUNG IST UNSERE KOMPETENZ.
DIE BEGLEITUNG DES PROZESSES WAR
EINE TOLLE ERFAHRUNG!“*
Inge Wurzinger, wurzinger design



*„ICH FREU MICH AUF KONKRETE
WEITERENTWICKLUNGEN DES
BAUERNMARKTES!“*
Karl Streilhofer,
Sprecher Bauernmarkt Weiz

ERKENNTNISSE & VISIONEN

Wieder einen wichtigen Schritt weitergegangen. Konkrete Ideen für konkrete Fragestellungen entwickelt. Viele Eindrücke, Berichte in der Presse und das gute Gefühl, etwas Wertvolles beizutragen.
Eine Bestandsaufnahme von Marie-Theres Zirm

Was wollen die KundInnen wirklich?

Die Entwicklung von neuen Produkten und Dienstleistungen zusammen mit den KundInnen zu entwickeln, macht Sinn. KundInnen, die den Angeboten noch fernstehen, wurden modellhaft in die Entwicklungen integriert.

Kombination von Land- und Kreativwirtschaft

Die Landwirtschaft ist auf der Suche nach neuen Modellen und muss sich neu denken. Die kleinstrukturierte, in den Regionen verankerte Kreativwirtschaft kennt einerseits einige der Fragestellungen und kann andererseits ihr Handwerk zur Verfügung stellen.

Rolle des Bauernmarktes

Der Bauernmarkt belebt regelmäßig eine Stadt und wird zum Begegnungsort unterschiedlicher BewohnerInnen. Der Dorfplatz als zentraler Umschlagort von Neuigkeiten, Gerüchten und Austausch existiert häufig nicht mehr. Ein solcher sozialer Ort könnte der Bauernmarkt verstärkt werden.

Bauernmarkt als temporärer Dorfplatz

Dafür braucht es eine geeignete Infrastruktur: einfacher Standauf- und -abbau, Parkmöglichkeiten für Räder und Autos, sicherer Platz für Kinder, konsumfreie Zonen, gastronomisches Angebot, gute Anbindung an den innerstädtischen Handel.

Neue KundInnengruppe

Das Potenzial an neuen KundInnen ist groß. Die Trends gehen in Richtung Bio, Regional und Saisonal. Es gilt Öffnungszeiten, Standort und Bestellmöglichkeiten neu zu denken.

DirektvermarkterInnen als DienstleisterInnen

Wenn sich LandwirtInnen als DienstleisterInnen verstehen, können neue Services, Vermarktungsstrategien und Angebote entstehen.

Wie es weitergeht

cardamom schafft Räume für Begegnung und Neues. Das breite Interes-



se bestätigt den großen Bedarf an Begegnungs- und Austauschräumen zwischen der Landwirtschaft, der Kreativwirtschaft und den KundInnen.

Die Gespräche in der Stadt zeigen, dass die entwickelten Ideen Bewegung in den Diskurs bringen.

Im Rahmen des FAIREN FRÜHSTÜCKS des Weltladens Weiz konnten wir das Sperren der Straße neben dem Hauptplatz, Sitzmöglichkeiten und das Anbieten von frisch gepressten „Bauernmarkt-Säften“ testen. Das Angebot wurde begeistert angenommen.

Veränderung ist emotional

Etliche Menschen in der Stadt kommen auf uns zu, gratulieren uns zu den Anregungen und hoffen auf weitere

Entwicklungsworkshops. Andere äußern ihre Sorgen und fürchten um das Bestehende.

Wir sind es nicht, die die Entscheidungen treffen werden. Wir stehen dafür, wie auf Augenhöhe mit möglichst unterschiedlichen Gruppen konstruktiv an der Zukunft der Landwirtschaft und ihren Produkten gearbeitet werden kann.

Was wir uns wünschen

Unser Angebot, mit Städten und Gemeinden an diesen relevanten Fragen zu arbeiten, steht. Wir wünschen uns, dass Entscheidungen nicht voreilig getroffen werden, sondern Zeit, Raum und Geld für diese Prozesse der Entwicklungen, des Testens und In-Frage-Stellens zur Verfügung gestellt werden.

