


STRATEGIE KULINARIK ÖSTERREICH

*ARBEITSPROGRAMM
NETZWERK KULINARIK
2021/2022*



Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus


LE 14-20
Entwicklung für den Ländlichen Raum

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



ERFOLGSFELD: QUALITÄTS- UND HERKUNFTSSICHERUNG

- Geprüfte Qualität und Herkunft: Das national anerkannte Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem mit dem Gütesiegel **AMA GENUSS REGION** für bäuerliche Direktvermarkter, Lebensmittelmanufakturen und Gastronomiebetriebe etablieren
.....
- Beratung vor Ort stärken: Professionelle Betriebsberatungen ausbauen
.....
- Doppelgleisigkeiten abbauen: Kombi-Kontrollen forcieren
.....
- Qualität der Produkte steigern: Betriebe bei der Teilnahme an Produktprämierungen unterstützen
.....
- Kommunikation: Roadshow zur Information der Konsumenten und Bekanntmachung des Gütesiegels **AMA GENUSS REGION**
.....
- Mehr Regionalität in der Gemeinschaftsverpflegung: Bestehende Initiativen evaluieren und Maßnahmen ableiten, um den Anteil regionaler Lebensmittel zu erhöhen
.....
- Den Weg zum EU-Herkunftsschutz erleichtern: Vereinigungen bei der Antragsstellung (Erstantrag und Abänderungsantrag) unterstützen

ERFOLGSFELD: INNOVATIONEN FÜR DEN MARKT

- Mehr wissen: Regelmäßig über Innovationen und Best Practice-Beispiele (Projektdatenbank) informieren
.....
- Lokal denken und begeistern: Convenience-Produkte mit regionalen Rohstoffen und andere neue Angebote (Regio Babybox, Urlaubskisterl, digitalisierter Selbstbedienungsladen, ...) entwickeln
.....
- Vernetzt forschen: Projekte im Bereich Diversifizierung und Produktentwicklung mit Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen umsetzen
.....
- Gemeinsam eine Lösung finden: Thematische Fokusgruppen (Verfahrens- und Verpackungsentwicklung, Logistik, Digitalisierung, neue Absatzmärkte, ...) organisieren
.....
- Ideenzündung Zukunftswerkstatt: Kostenlose Coachings für Innovationen und regionale Kulinarik-Initiativen weiterentwickeln
.....
- Online zusammenkommen: Webinare und digitale Stammtische für die Wissensvermittlung und den Austausch entlang der Wertschöpfungskette etablieren

ERFOLGSFELD: WAHRNEHMUNG ALS KULINARISCHE DESTINATION EUROPAS

- Kulinarik erlebbar machen: Landwirtschaft und Tourismus entwickeln gemeinsam kulinarisch-touristische Erlebnisse
.....
- Eine Sprache sprechen: Gemeinsame Kommunikationslinie „Land der behutsamen Veredelung“
.....
- Helden brauchen eine Bühne: **www.genussregionen.at** als zentrale Plattform für regionale Lebensmittel und kulinarische Erlebnisse ausbauen
.....
- Botschaften in Bildern: Betriebs- und Regions-Fotoshootings fortführen, eine zentrale Fotodatenbank einrichten und Kurzfilme produzieren
.....
- Konsumenten erreichen: Storytelling, Pressearbeit und Medienkooperationen (online, Print, TV) sowie Veranstaltungen
.....
- Hinaus in die Welt: Kommunikation über die Staatsgrenzen hinaus (Tourismus-Ziel-Länder, Export-Länder), Zusammenarbeit mit Nachbarländern
.....
- Events neu denken: Bestehende Kulinarik-Veranstaltungen bei Bedarf überarbeiten und neue Formate unterstützen

ERFOLGSFELD: VERFÜGBARKEIT VON QUALITÄTS- UND HERKUNFTSGESICHERTEN LEBENSMITTELN

- Bauer trifft Wirt: Entlang der Wertschöpfungskette virtuell und vor Ort in den Regionen vernetzen
.....
- Vertriebswege finden: Zusammenarbeit mit dem Gastronomiegroßhandel unterstützen und neue Vermarktungswege aufbauen
.....
- Vermarktungsdaten bekanntmachen: Produkt- und Dienstleistungsangebote der **AMA GENUSS REGION** Betriebe bewerben
.....
- Dieselbe Quelle: Bürokratie für die teilnehmenden Betriebe durch eine zentrale Dateneingabe und -wartung abbauen, Datenbank-Schnittstellen zu Kulinarik-Landesorganisationen
.....
- Regionalität trifft auf Urbanität: Potenzial für ein „Haus der Regionen“ in der Bundeshauptstadt analysieren, ein Konzept erstellen und Empfehlungen für andere Städte ableiten

ERFOLGSFELD: WERTSCHÄTZUNG FÜR BETRIEBE UND LEBENSMITTEL

- Faktoren für Wertschätzung analysieren: Wissenschaftliche Studie mit der BOKU zur Steigerung der Wertschätzung für regionale Lebensmittel
.....
- Persönlichkeiten zu Botschaftern machen: Produzenten, Verarbeiter und Gastronomen sowie deren Geschichten vor den Vorhang holen (Werbeformate in TV, Online- und Printmedien)
.....
- Bewusstsein für regionale Qualität steigern: Initiative „Das isst Österreich“ für kontrollierte Qualitätsprodukte aus den Regionen weiterführen
.....
- Verständnis und Wissen schaffen: Eine daten- und faktenbasierte Kommunikation soll Konsumenten für Qualität sensibilisieren, Kommunikation in Sozialen Medien ausbauen
.....
- Vorbildrolle einnehmen: Unternehmen und öffentliche Institutionen für regionale Lebensmittel begeistern

ERFOLGSFELD: GEMEINSAMES ENGAGEMENT

- Die Netzwerk Kulinarik-Servicestelle koordiniert: Klar definierte Ansprechpersonen, Zuständigkeiten und Schwerpunkte
.....
- Der Fachbeirat Netzwerk Kulinarik steht zur Seite: Anwendungsorientiertes Feedback und Lernen von Best Practices entlang der Wertschöpfungskette
.....
- Ansprechpartner in den Regionen: Die Landesvernetzungsstellen betreuen und vernetzen die Betriebe
.....
- Aktiver Austausch: Durchführung von Vernetzungstreffen und regionalen Stammtischen in jedem Bundesland
.....
- Topaktuell: Alle Informationen auf **www.netzwerk-kulinarik.at** und regelmäßige Newsletter, Login-Bereich für Betriebe unter **www.genussregionen.at** wird aufgebaut
.....
- Bürokratie reduzieren: Standardisierte Angebote für Betriebe und Regionen bereitstellen
.....
- Über den Tellerrand schauen: Fachexkursion mit Akteuren aus Landwirtschaft und Tourismus in eine Best Practice-Region im Ausland



Kontakt:

AMA-Marketing GesmbH

Netzwerk Kulinarik

Dresdner Straße 68a

1200 Wien

E-Mail: kulinarik@amainfo.at